

Combined Competence

Software | Customer Feedback | Employee Feedback

ROGator 
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN 2022“ untersucht das 9-Euro-Ticket nach Abschluss der Gültigkeitsperiode (Teil 3):

„9-Euro-Ticket: Blick zurück und nach vorne – Der Wunsch nach einem Nachfolgeangebot und mögliche Absatz- und CO2-Einspareffekte“



Datum: Nürnberg und Bonn, 22. September 2022

Verantwortlich für die Studie:

Johannes Hercher

ROGator 
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Rogator AG

Emmericher Straße 17, D-90411 Nürnberg
Tel: +49 (0) 911 8100 558
Fax: +49 (0) 911 8100 570
j.hercher@rogator.de
www.rogator.de

Prof. Dr. Andreas Krämer


Strategic Consulting AG

exeo Strategic Consulting AG
Wittelsbacherring 24, D-53115 Bonn
Tel: +49 (0) 178 256 22 41
Fax: +49 (0) 228 629 78 51
andreas.kraemer@exeo-consulting.com
www.exeo-consulting.com



Vorstand: Johannes Hercher
Vorsitzender des Aufsichtsrates: Dr. Stephan Raum
Registernr.: Nürnberg HRB 19335 USt.-IdNr. DE222205375

Rogator AG
Emmericher Str. 17
D - 90411 Nürnberg

fon: +49 911 8100 - 550
fax: +49 911 8100 - 570
mail: info@rogator.de

„9-Euro-Ticket: Blick zurück und nach vorne – Der Wunsch nach einem Nachfolgeangebot und mögliche Absatz- und CO2-Einspareffekte“

Wunsch der Ticket-BesitzerInnen nach einem dauerhaften 9-Euro-Ticket - ein unerfüllbarer Traum? / In der Bevölkerung liegt der Anteil der Fans des 9-Euro-Tickets bei 72 % / Zwei Drittel der Deutschen präferieren ein unverändertes 9-Euro-Ticket als dauerhaftes Angebot – hohe Kundenakzeptanz bis 29 EUR / Jährlich 6 Mio. t CO2-Einsparung bei monatlichem Preis von 29 EUR möglich

Der Bund hat eine Verlängerung der 9-Euro-Ticket-Aktion aus Kostengründen abgelehnt. Doch die Diskussion um ein günstiges Ticket für den Nahverkehr ist deshalb noch lange nicht vom Tisch. Bei der Fülle der diskutierten Nachfolgeprodukte ist es herausfordernd, die Übersicht zu behalten. Im Raum stehen vor allem Modelle von 49 bis 69 EUR. Berlin hat mit einem vorübergehenden 29 EUR-Nachfolgeangebot (im Abo für 3 Monate) bereits Fakten geschaffen.

„Die vordergründige Diskussion über die Finanzierung eines Nachfolgemodells geht eigentlich viel tiefer und stellt die Frage in den Raum, wie viel die Gesellschaft bereit ist, sich einen günstigen und gleichzeitig gut ausgebauten Nahverkehr kosten zu lassen. Die Chancen für eine intensive Diskussion über die Relevanz des öffentlichen Verkehrs und die Notwendigkeit zur Digitalisierung sind besser als je zuvor. Viele Menschen sehen in einem komplett digitalisierten Nachfolgeprodukt zu einem günstigen Preis die ideale Lösung“, betont Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Wunsch der Ticket-BesitzerInnen nach einem dauerhaften 9-Euro-Ticket – ein unerfüllbarer Traum?

Die Studienergebnisse von OpinionTRAIN (Initialmessung Juni 2022 zum Start, Wiederholungsmessung Aug./Sep. 2022 zum Ende der Gültigkeitsdauer des 9-Euro-Tickets) ermöglichen einen genaueren Blick auf das 9-Euro-Ticket in der Retrospektive. Etwa 80 % Ticket-BesitzerInnen waren im Juni der Meinung, das 9-Euro-Ticket sollte dauerhaft angeboten werden. Gleichzeitig relativierten die positiven Bewertungen die anfängliche Kritik an diesem Angebot. Nach Ablauf der Gültigkeit zum 31. August 2022 ist der Wunsch nach einem dauerhaften 9-Euro-Ticket weiterhin sehr ausgeprägt (78 %). Neben den Aspekten der Entlastungswirkung für die Verbraucher, möglicher Überlastungen von Bussen und Bahnen und der Klimawirkung, stellt die soziale Teilhabe eine Facette dar, die viele Ticket-BesitzerInnen für wichtig halten. 69 % sehen in dem 9 Euro-Ticket eine gute Möglichkeit zur sozialen Teilhabe (10 % Ablehnung).

Anteil der Fans des 9-Euro-Tickets liegt in der Bevölkerung bei 72 %

Fast drei Viertel der Befragten (zu ihnen gehören nicht nur BesitzerInnen, sondern auch Nicht-BesitzerInnen des 9-Euro-Tickets) bewerten das „9-Euro-Monatsticket mit freier Nutzung im Nahverkehr bundesweit“ als positiv (top-3-Bewertung auf einer 5er-Skala). In dieser Gruppe sind erwartungsgemäß die Nutzenden des Tickets stärker vertreten. Gleichzeitig wird deutlich, dass dieses Angebot auch bei Menschen, die das 9-Euro-Ticket in den Monaten Jun.-Aug.

2022 nicht besessen haben, hohe Sympathiewerte erreicht. Teilweise wurde in der medialen Berichterstattung auch der Eindruck erweckt, das 9-Euro-Ticket polarisiere die deutsche Gesellschaft: Auf der einen Seite Menschen, die die Nutzung des Nahverkehrs ablehnen und auf der anderen Seite die eher urban geprägten Ticket-BesitzerInnen, die ohnehin Busse und Bahnen am Wohnort oder den Bahnregionalverkehr für längere Strecken nutzen. In der Praxis besteht dieser Gegensatz allerdings nicht: Nur 15 % der deutschen Bevölkerung sind der Meinung, es sollte kein Nachfolge-Angebot zum 9-Euro-Monatsticket geben. Unterschiede nach Präferenz für politische Parteien sind hier wenig ausgeprägt: Ein Nachfolge-Angebot ist überparteilich akzeptiert.

In der Untersuchung wurden unterschiedliche Maßnahmen der Bundesregierung einer Bewertung durch die Studienteilnehmer unterzogen. Neben den Maßnahmen zur Reduzierung der Energiekosten („Preisdeckelung bei Gas/Strom“, „Senkung der Mehrwertsteuer von 19 % auf 16 % für Energie“) erreicht das 9-Euro-Ticket eine besonders gute Bewertung als Teil des Entlastungspakets.

Zwei Drittel der Deutschen präferieren ein unverändertes 9-Euro-Ticket als dauerhaftes Angebot – hohe Kundenakzeptanz bis 29 EUR

In der aktuellen Erhebung wurden unterschiedliche Nachfolger des 9-Euro-Tickets diskutiert und beurteilt. Im Ergebnis zeigt sich ein heterogenes Bild. Besonders kritisch schneidet ein 69-Euro-Monatsticket mit freier Nutzung im Nahverkehr bundesweit (mit automatischem Ablauf zum Ende des Monats) ab, welches 28 % der Befragten positiv und 38 % negativ bewerten. Dagegen halten 63 % der Befragten es für eine gute Idee, das 9-Euro-Tickets in der bisherigen Form weiter anzubieten (77 % in der Gruppe der bisherigen Ticket-BesitzerInnen, 48 % bei Personen, die das Ticket nicht besessen haben). Den zweiten Platz im Ranking erreicht ein Monatsticket mit freier Nutzung des Nahverkehrs bundesweit, welches nur digital (über App) angeboten wird, wobei die Nutzungsdaten anonym gespeichert werden. In einem experimentellen Design wurden dabei die Preispunkte 9 EUR, 19 EUR und 29 EUR abgeprüft. Die Beurteilungen gehen trotz der Preisunterschiede nicht weit auseinander.

Jährlich 6 Mio. t CO₂-Einsparung bei monatlichem Preis von 29 EUR möglich

Von der konkreten Ausgestaltung des Nachfolge-Angebotes wird abhängen, wie viele Menschen sich als dauerhafte StammkundInnen für den Nahverkehr gewinnen lassen und wie stark letztendlich die Klimawirkungen sein werden. Eigenen Berechnung zufolge würden sich bei einem monatlichen Preis von 29 EUR noch 67 % der Personen als Kundschaft gewinnen lassen (ca. 17 von 28 Mio.), die das 9-Euro-Ticket zumindest für einem Monat gekauft haben. In diesem Fall sind CO₂-Einsparung durch das neue Angebot in Höhe von jährlich etwa 6 Mio. t möglich (ca. doppelt so viel wie der abgeschätzte Effekt für ein Tempolimit von 120 km/h auf Autobahnen). Bei einem Preis von 49 EUR dürfte der Effekt weniger als halb so stark sein. Im Unterschied zur dreimonatigen Testperiode im Sommer 2022 ist bei einem dauerhaften Angebot zudem erwartbar, dass Menschen gänzlich auf den Besitz eines Pkw verzichten.

„In Deutschland wird zwar häufig von der Verkehrswende gesprochen, die Fakten sprechen aber teilweise eine andere Sprache. So ist seit 2012 die Anzahl der zugelassenen Pkw um etwa 13 % gestiegen, absolut ist dies ein Plus von etwa 6 Mio. Pkw. Ein kostengünstiges Nachfolgeangebot bringt die Chance mit sich, diesen Trend zu brechen.“, resümiert Johannes Hercher, Vorstand der Rogator AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN.

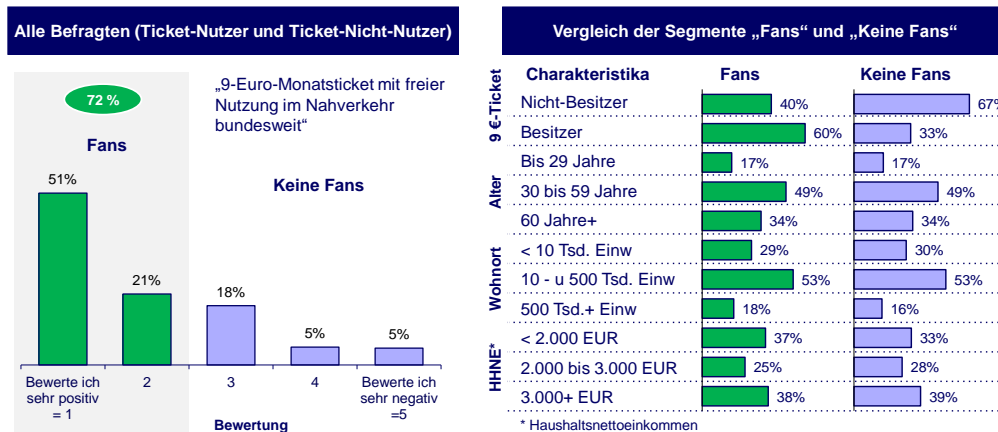
Kostenfreier Studienbericht: <https://www.rogator.de/studienberichte-opiniontrain>

Pressemeldung online: <https://www.rogator.de/9-euro-ticket-wunsch-nachfolgeangebot-co2-einspareffekte>

In der Bevölkerung liegt der Anteil der Fans des 9-Euro-Tickets bei 72 % - diese sind eher Ticket-Nutzer und leicht einkommenschwächer

Opinion
TRAIN

Bewertung des 9-Euro-Tickets als Teil des Entlastungspakets der Bundesregierung [% der Befragten]¹⁾



1) Im Rahmen des Entlastungspakets hat die Bundesregierung unterschiedliche Maßnahmen umgesetzt. Zusätzlich werden weitere diskutiert. Bitte bewerten Sie diese auf einer Skala von 1 = „bewerte ich sehr positiv“ bis 5 = „bewerte ich sehr negativ“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen. Und: Welcher der folgenden Parteien stehen Sie aktuell am nächsten?



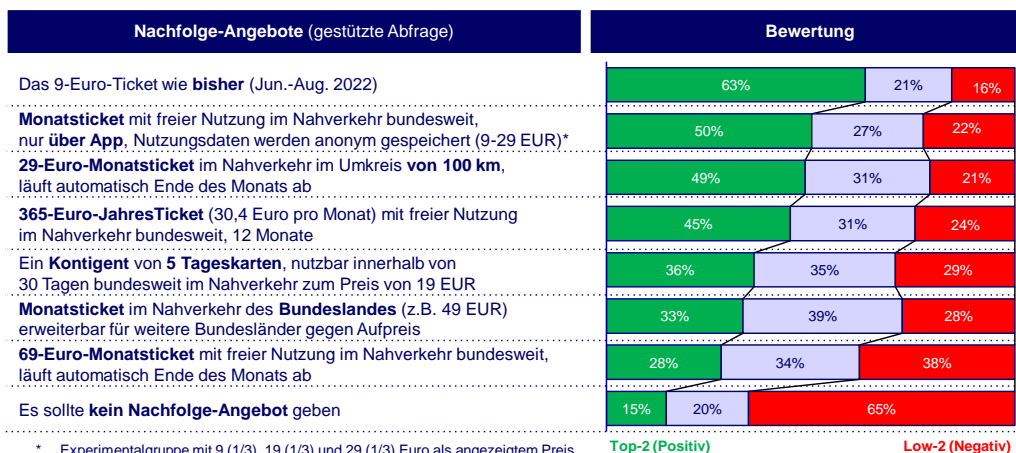
Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Nur 15 % der Bevölkerung sind der Meinung, es sollte kein Nachfolge-Angebot für das 9-Euro-Ticket geben – 69 Euro-Nachfolge-Tickets sind kritisch

Opinion
TRAIN

Bewertung von unterschiedlichen Nachfolge-Angeboten für das 9-Euro-Ticket [% der Befragten]¹⁾



1) In den letzten Wochen wurden unterschiedliche Nachfolge-Angebote für das 9-Euro-Ticket diskutiert? Bitte bewerten Sie die nachfolgend vorgestellten auf einer Skala von 1 bis 5, wie sie diese bewerten. Dabei bedeutet 1 = „bewerte ich sehr positiv“ und 5 = „bewerte ich sehr negativ“. Mit den Werten dazwischen können Sie Ihre Bewertung abstimmen.



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Hintergrund der Studie: „OpinionTRAIN“ ist eine repräsentativ angelegte Studie zur Bewertung von Trends und des Wertewandels in der Bevölkerung. Grundlage der Untersuchung ist eine Online-Befragung von Personen (18-80 Jahre) in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Schweden. Im Aug./Sep. 2021 wurde die dritte Erhebung durchgeführt, nachdem die erste Erhebung (Apr./Mai 2020) die Situation der Menschen zur Zeit des ersten Lockdowns beleuchtete und die zweite Erhebung (Nov./Dez. 2020) den Fokus auf den 2. Lockdown legte. Die vierte Erhebung im Mrz./Apr. 2022 umfasst eine Befragung von n=1.357 Personen, die zu unterschiedlichen Lebensbereichen befragt werden (n=975 Verbraucher, n=382 Entscheider im Unternehmen). Im Rahmen einer aktuellen Sondererhebung untersucht die Erhebung im Juni 2022 die Wirkungen des 9-Euro-Tickets. Befragt wurden ca. 3.200 Personen ab 18 Jahren in Deutschland, Kernzielgruppe sind n=886 Studienteilnehmende, die das 9-Euro-Ticket besitzen. Diese Erhebung wurde zum Abschluss der Gültigkeitsperiode wiederholt (26.8.-1.9.2022). Hierbei wurden neben Ticket-Nutzenden (n=1.041) auch Personen befragt, die das 9-Euro-Ticket nicht besessen haben (n=1.443).

Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN“

Rogator AG

Die Rogator AG steht seit 20 Jahren für leistungsstarke Software und erfolgreiche Online-Forschung. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus zuverlässigen Softwareprodukten, fundierten methodischen Kenntnissen im Online-Kunden- und Mitarbeiterfeedback sowie einem umfassenden Full-Service-Angebot: „Combined Competence“ für jedes Befragungsprojekt. Johannes Hercher ist Vorstand der Rogator AG.

exeo Strategic Consulting AG

Die **exeo** Strategic Consulting AG mit Sitz in Bonn wurde im Jahr 2000 gegründet und ist auf die datenbasierte Entscheidungsunterstützung im Marketing ausgerichtet. Schwerpunkte der Beratungsgesellschaft liegen im Bereich Mobilitäts-, Kundenwert- und Preismanagement. Zur Erarbeitung konkreter Empfehlungen setzt exeo auf die Verknüpfung unterschiedlicher Datenquellen, zu denen auch innovative Befragungen zählen. Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und unterrichtet u.a. Preismanagement, CRM, Marktforschung und Statistik u.a. an der University of Applied Sciences Europe, Fachbereich Wirtschaft in Iserlohn. Seit 2014 hat er eine Professur für Pricing und Customer Value Management. Er ist zudem Vorstand von VARI (Value Research Institute) in Iserlohn.

Die Studienreihen „OpinionTRAIN“, „Pricing Lab“ und „MobilitätsTRENDS“ sind Kooperationsprojekte der Rogator AG und der exeo Strategic Consulting AG.