

Combined Competence

Software | Customer Feedback | Employee Feedback

ROGator 
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN[®] 2023“ untersucht die Kaufpotenziale für das Deutschland-Ticket:

„Deutschland-Ticket: Tarif-Revolution im Nahverkehr?!“



Datum: Nürnberg und Bonn, 3. Mai 2023

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

„Deutschland-Ticket: Revolution im Nahverkehr?“

Günstige Konstellation für das Deutschland-Ticket: Bei häufiger Nutzung des ÖPNV und/oder des Bahnregionalverkehrs / Gestützte Bekanntheit des Deutschland-Tickets fast so hoch wie die des 9-Euro-Tickets / Kaufpotenzial bei ca. 27 % der deutschen Bevölkerung (18+ Jahre) / Positive Bewertung des Deutschland-Tickets, nicht nur bei potenziellen Nutzerinnen und Nutzern

Seit dem 1. Mai 2023 ist das Deutschland-Ticket zum Preis von regulär 49 Euro als monatlich kündbares Abonnement nutzbar. Es ist an eine Person gebunden und auf dem Handy oder per Chipkarte einsetzbar.

„Obwohl kritisiert wurde, dass der Preis von monatlich 49 Euro für größere Schichten der Gesellschaft zu teuer sei und das Ticket zudem eine Fehlinvestition wäre, weil gerade in ländlichen Regionen Investitionen für einen Netzausbau erforderlich seien (die jetzt fehlten) oder das Ziel einer Tarifvereinfachung aufgrund von Sonderlösungen gar nicht erreichbar sei. Das Deutschland-Ticket verfügt jedoch über das Potenzial, den ÖPNV stark zu verändern und insbesondere die Tariflandschaft deutlich zu vereinfachen. Ob das Ticket mit einer Revolution gleichgesetzt werden darf, wird sich zeigen“, betont Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der exeo Strategic Consulting AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN®.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Günstige Konstellation für das Deutschland-Ticket: Bei häufiger Nutzung des ÖPNV und/oder des Bahnregionalverkehrs

Das Absatzpotenzial für das Deutschland-Ticket lässt sich auf unterschiedlichem Wege abschätzen. Ein Ansatz besteht darin, die Nutzung von Bussen und Bahnen am Wohnort einerseits und die Nutzung der Bahn auf längeren Strecken von 50 und mehr km pro einfache Strecke (jeweils in den Monaten vor Marktstart des Deutschland-Tickets) zu erfassen und in Beziehung zu setzen. Im Ergebnis zeigt sich: Gut ein Drittel der deutschen Bevölkerung nutzt häufiger die Bahn auf Strecken > 50 km oder häufiger den ÖPNV am Wohnort. Werden diese Strukturen detailliert für einzelne Teilsegmente ausgewertet, lassen sich Treiber für den Kauf des Deutschland-Tickets bestimmen. Besonders günstige Konstellationen werden zum Beispiel für jüngere Menschen (59 % der Unter-30-Jährigen nutzen häufiger die Bahn auf Strecken > 50 km oder häufiger den ÖPNV am Wohnort) oder beim Wohnort in Großstädten sichtbar. Hier ist nicht nur die Nutzung des ÖPNV besonders intensiv, auch das Netz des Bahnfernverkehrs ist dort besser angebunden.

Gestützte Bekanntheit des Deutschland-Tickets fast so hoch wie die des 9-Euro-Tickets

Ein weiterer Eckpunkt zur Validierung eines Kaufpotenzials für das Deutschland-Ticket ist die Bekanntheit des Angebotes zum Marktstart und darüber hinaus. Benchmark ist hier das 9-Euro-Ticket aus dem vergangenen Sommer mit einer gestützten Bekanntheit zum Marktstart (Jun. 2022) von 97 %. In den letzten April-Tagen 2023 kommt das Deutschland-Ticket auf eine gestützte Bekanntheit von mehr als 90 % und erreicht damit fast das Niveau des 9-Euro-Tickets: 40 % der Studienteilnehmenden kennen es nach eigenen Angaben gut, 51 % geben an, davon gehört zu haben, ohne aber eine genauere Vorstellung davon zu haben.

Kaufpotenzial bei ca. 27 % der deutschen Bevölkerung (18+ Jahre)

Unmittelbar vor Marktstart haben 13 % der Befragten bereits ein Deutschland-Ticket im Besitz oder fest eingeplant, zusätzlich 14 % planen die Nutzung in den nächsten zwei Monaten. In der Gesamtsicht errechnet sich ein Nutzerpotenzial von 27 %. Bezogen auf eine Grundgesamtheit von etwa 69 Mio. Menschen (18+ Jahre) entspricht dies einer möglichen Nutzerzahl von etwa 18,6 Mio. Abo-Kundinnen und -Kunden. Mittelfristig planen etwa 70 % der Nutzerinnen und Nutzer eines ÖPNV-Abos im Apr. 2023 die Nutzung des Deutschland-Tickets – bei Personen, die nicht über ein Abo verfügen, sind es 18 %. Wie stark die Verkehrsmittelverlagerungen zulasten des Pkw und zugunsten von Bussen und Bahnen werden, hängt entscheidend vom Verhältnis der überführten Alt-Abonnenten und Abo-Neukunden innerhalb des Deutschland-Tickets ab. Gerade im Bereich der Abo-Neukund/innen sind deutliche Fahrtensteigerungen zu erwarten, wenn der bisherigen Nutzungsintensität von Bussen und Bahnen die erwartete Nutzung bis Ende 2023 gegenübergestellt wird. Interessant ist vor diesem Hintergrund auch, ob signifikante Potenziale für die Mobilisierung von ÖPNV-Neukundschaft bestehen. Hier sind die Kaufpotenziale für das Deutschland-Ticket bei relativ geringen Anteilen absolut gesehen durchaus nennenswert.

Positive Bewertung des Deutschland-Tickets, nicht nur bei potenziellen Nutzerinnen und Nutzern

Wie zu erwarten war, konnten die Bewertungen des 9-Euro-Tickets nicht erreicht werden. Trotzdem ergeben sich insgesamt positive Urteile aus der Sicht der deutschen Bevölkerung: 43 % der Befragten halten das Deutschland-Ticket für ein preislich sehr attraktives Angebot (54 % im Segment der ÖPNV-Stammkunden). Immerhin 31 % der Befragten sehen das Deutschland-Ticket als einen guten Grund, das Auto stehen zu lassen (57 % im Segment der ÖPNV-Stammkundschaft) und 20 % als guten Grund, den ÖPNV häufiger zu nutzen. Neben der Nachfrageverlagerung zwischen Pkw und ÖPNV ergeben sich auch Indikatoren dafür, dass es beim Parallelverkehr im Bahnverkehr zu Verlagerungen vom Bahnfern- zum Bahnregionalverkehr kommt. Unmittelbar vor Marktstart haben bereits 41 % der Befragten mit BahnCard-Besitz ein Deutschland-Ticket im Besitz oder fest eingeplant, mittelfristig ist ein Anteil von 70 % in diesem Segment möglich. Fast jeder dritte BahnCard-Besitzer sieht im Deutschland-Ticket eine Veranlassung, den DB Fernverkehr (ICE/IC/EC) weniger häufig zu nutzen.

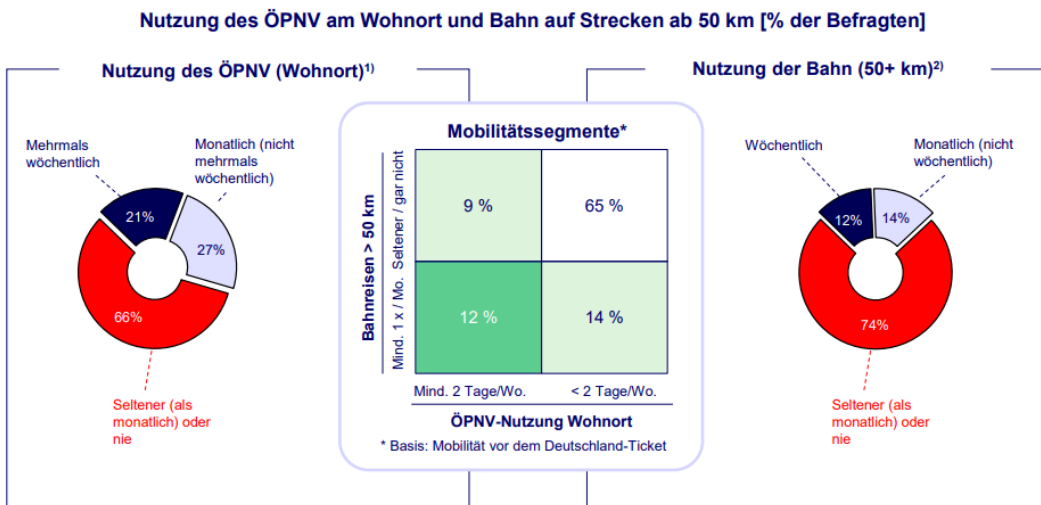
Ob sich das aufgezeigte Kaufpotenzial für das Deutschland-Ticket tatsächlich manifestiert, hängt auch von den Kundenerfahrungen und der Kommunikation zwischen Verkehrsunternehmen und Kunden sowie von der Kommunikation der Kunden untereinander ab. Die Weiterempfehlungsabsicht bei Personen, die bereits in Besitz des Tickets sind, ist aktuell hoch. Der Net Promoter Score (NPS) liegt hier bei +31 (der NPS stellt die Differenz dar zwischen dem Anteil der Verbraucherinnen und Verbraucher, die das Deutschland-Ticket weiterempfehlen, und dem Anteil derer, die keine Empfehlung abgeben; Wertebereich -100 bis +100).

„In Deutschland wird zwar häufig von der Verkehrswende gesprochen, die Fakten sprechen aber teilweise noch eine andere Sprache. Mit dem Deutschland-Ticket wird eine wichtige Neuerung im System ÖPNV eingeführt – ist diese erfolgreich, stellt das Deutschland-Ticket einen bedeutenden Schritt und Eckpfeiler im Rahmen eines erforderlichen Maßnahmenkatalogs zur Verkehrswende dar“, resümiert Johannes Hercher, Vorstand der **Rogator AG** und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN®.

Pressemeldung online: <https://www.rogator.de/deutschland-ticket-tarif-revolution-nahverkehr>

Studienbericht: Interessieren Sie sich für den vollständigen Studienbericht? Dann können Sie diesen bei uns zum Preis von 990 € käuflich erwerben. Dazu schicken Sie eine E-Mail mit dem Betreff „Bestellung Studienbericht: Deutschland-Ticket: Tarif-Revolution im Nahverkehr?!“ an j.hercher@rogator.de und unser Team wird sich mit Ihnen in Verbindung setzen.

Gut ein Drittel der deutschen Bevölkerung nutzt häufiger die Bahn auf Strecken > 50 km oder häufiger den ÖPNV am Wohnort **OpinionTRAIN**
by Rogator



1) Wie oft sind Sie in einer normalen Woche im Jan.-Apr. 2023 durchschnittlich mit den Bussen und (U-/S-/Straßen-/Regional-)Bahnen an Ihrem Wohnort gefahren?
2) Wie häufig haben Sie die Bahn in den Monaten Jan.-Apr. 2023 auf längeren Strecken (>50 km) genutzt?



Quelle: exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG



Das Deutschland-Ticket erreicht eine gestützte Bekanntheit von mehr als 90 % und damit fast das Niveau des 9-Euro-Tickets **OpinionTRAIN**
by Rogator

Kenntnis und Besitz des Deutschland-Tickets [% der Befragten]¹⁾

Gestützte Bekanntheit: Deutschland-Ticket	% der Befragten	% der Befragten		
		< 30 Jahre	30-59 Jahre	60+ Jahre
Ja, ich kenne es gut.	40%	43%	39%	40%
Ja, ich habe davon gehört, Genaueres dazu weiß ich aber nicht.	51%	45%	55%	50%
Nein, ich kenne es nicht.	6%	6%	5%	7%
Keine Angabe	3%	6%	2%	4%

* OpinionTRAIN® Sonderanalyse v. 09. Juni 2022

1) Ab 1. Mai 2023 gilt das sogenannte Deutschland-Ticket. Dieses Ticket ist ein bundesweit gültiges und personenbezogenes Abonnement für den ÖPNV für derzeit in der Regel 49 € im Monat, das monatlich gekündigt werden kann.



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, die seit der ersten Untersuchung im Mai 2020 mehrmals wiederholt wurde. Im Rahmen einer Sondererhebung untersuchte die Erhebung im Juni und Sep. 2022 die Wirkungen des 9-Euro-Tickets. In der aktuellen (5.) Untersuchungswelle wurden Ende April 2023 1.990 Personen ab 18 Jahren in Deutschland befragt. Thematisch decken die Interviews unterschiedliche Aspekte ab, die sich vernetzen lassen. OpinionTRAIN® ist eine eingetragene Marke der Rogator AG.

Über die Herausgeber der Studienreihe „OpinionTRAIN®“

Rogator AG

Die Rogator AG, mit Sitz in Nürnberg steht seit über 20 Jahren für innovative Softwareprodukte und Methodenkompetenz in der Online-Forschung. Erfolgsgarant des Unternehmens ist dabei die Kombination aus agilen Softwarelösungen und umfassendem Know-how in der Kunden- und Mitarbeitenden-Forschung sowie in der Automatisierung von Feedbackprozessen. Johannes Hercher ist CEO 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.