

Combined Competence

Software | Customer Feedback | Employee Feedback

ROGATOR 
EXPERTS IN FEEDBACK & SOFTWARE

Presseinformation

Die Studie „OpinionTRAIN[®] 2023“ untersucht die ersten Monate des Deutschlandtickets:

„Wie wird das Deutschlandticket genutzt und wie sind die Kundenerfahrungen?“



Datum: Nürnberg und Bonn, 14. November 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

Wie wird das Deutschlandticket genutzt und wie sind die Kundenerfahrungen?

Das Deutschlandticket wird intensiv und überwiegend für Wege im Nahbereich genutzt / Häufige Fahrzwecke: Wege zur Arbeit und alltägliche Fahrten / Bei jeder zehnten Fahrt handelt es sich um eine Nachfrageverlagerung vom Pkw / Customer Experience: Überwiegend positiv

Seit dem 1. Mai 2023 ist das Deutschlandticket (DT) zum Preis von regulär 49 Euro pro Monat als monatlich kündbares Abonnement nutzbar. Nachdem die Studie OpinionTRAIN bereits eine Momentaufnahme der Marktsituation zum Marktstart im Mai erstellt hat, folgt in einer zweiten Messung eine rückwirkende Betrachtung. Diese erlaubt einen Blick darauf, wie das Ticket im Sep. 2023 genutzt worden ist und welche Erfahrungen die Kundinnen und Kunden damit gemacht haben.

„Wie bereits beim 9-Euro-Ticket scheiden sich auch beim Deutschlandticket die Geister vor allem an der Fragestellung, ob das Ticket zu einer nennenswerten Verlagerung von Fahrten mit dem Pkw zu Bussen und Bahnen führt. Laut der aktuellen Ergebnisse ist das bei jeder zehnten Nutzung der Fall. Dies bestätigt nicht nur signifikante Verlagerungseffekte, sondern auch damit verbundene positive Klimawirkungen durch die bundesweit gültige Monatskarte“, betont Prof. Dr. Andreas Krämer, CEO der **exeo** Strategic Consulting AG und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN®.

Die Ergebnisse der Studie im Überblick:

Das Deutschlandticket wird intensiv und überwiegend für Wege im Nahbereich genutzt

Im Vergleich zum 9-Euro-Ticket (Jun.-Aug. 2022) wird das Deutschlandticket noch intensiver genutzt. Während mit dem Vorgängerangebot im letzten Jahr im Mittel monatlich etwa 24 Fahrten mit Bussen und Bahnen getätigt wurden, sind es beim Deutschlandticket knapp 31 Fahrten. Hintergrund ist, dass sich die Nutzerinnen und Nutzer des Deutschlandtickets aktuell etwa zur Hälfte aus Personen zusammensetzen, die bereits vor dem Mai 2023 über ein Abo im ÖPNV verfügen, also Stammkunden im Nahverkehr darstellen. Beim günstigen 9-Euro-Ticket lag der Anteil nur bei einem Drittel der Nutzenden (zwei Drittel waren Ticketkäufer, bei denen auch bisherige ÖPNV-Nichtkunden einen großen Anteil abgedeckt hatten). Trotz der vergleichsweise höheren Nutzungsintensität sind beim Deutschlandticket aber auch Mobilitäts-dämpfende Effekte festzustellen. Gut 40 % der Besitzerinnen und Besitzer des Deutschlandtickets, die erwerbstätig sind, arbeiten zumindest teilweise im Homeoffice. In der Gruppe derjenigen, die mindestens die Hälfte der Arbeitszeit von zuhause tätig sind, zeigen sich besonders deutliche Dämpfungen der ÖPNV-Nutzung.

Das Deutschlandticket wird überwiegend für Wege im Nahbereich genutzt: 60 % der Fahrten fanden im Sep. 2023 am Wohnort (Zielort) statt, 23 % der Fahrten gingen über den Wohnort (innerhalb des Verkehrsverbundes) hinaus. Damit entfallen etwa drei Viertel der Nutzungen auf Mobilität innerhalb der Verkehrsverbünde. Längere Fahrten von mehr als 100 km einfache Strecken machen nur 7 % der Fahrten mit dem Deutschlandticket aus (10 % der Fahrten außerhalb von Verkehrsverbünden, aber auf Strecken von weniger als 100 km). Diese Strukturen sind den Ergebnissen zum 9-Euro-Ticket relativ ähnlich, auch wenn das Ticket im letzten Sommer häufiger mit längeren Freizeit- und Urlaubsfahrten in Verbindung gebracht wurde.

Häufige Fahrzwecke: Wege zur Arbeit und alltägliche Fahrten

Bezogen auf eine konkret berichtete Nutzung des Deutschlandtickets stehen im Ranking der Reisezwecke Wege zur Arbeit/Ausbildungsstätte oder Schule an Nr. 1 (33 %), alltägliche Fahrten wie Erledigungen, Arztbesuche, Shopping etc. (27 %) an zweiter Stelle und Besuchsfahrten zu Freunden/Verwandten/Bekanntem (26 %) an dritter Stelle. Dagegen werden Ausflugsfahrten (15 %) und Urlaubsfahrten / Kurzurlaube (11 %) weniger häufig genannt. Diese Struktur ist allerdings nach Kundengruppen und Streckentypen unterschiedlich. Bei Fahrten am Wohnort handelt es sich eher um Wege zum Arbeitsplatz, bei Fahrten über die Grenzen des Verkehrsverbunds stehen eher Besuchs- oder Ausflugsfahrten im Vordergrund.

Bei jeder zehnten Fahrt handelt es sich um eine Nachfrageverlagerung vom Pkw

Die bereits beim 9-Euro-Ticket geführten Diskussionen – teilweise wird von Mobilitätsexperten bestritten, dass ein nennenswerter Shift von Pkw-Fahrten zu Bussen und Bahnen erfolgt ist – setzen sich beim Deutschlandticket fort. Umso wichtiger ist die Bereitstellung einer besseren Datenlage, um eine unverzerrte Bewertung zu ermöglichen. In der Studie geben mehr als 50 % der Neu-Abo-Kunden an, sie hätten im Sep. 2023 bewusst auf die Nutzung ihres Pkw verzichtet und stattdessen den ÖPNV oder die Bahn genutzt. OpinionTRAIN erforscht die Verkehrsmittelverlagerung zusätzlich mit einem erprobten Fragedesign: Fahrtengewichtet erreicht das Deutschlandticket im Sep. 2023 eine Mehrverkehrsquote von 15 % (von 100 Fahrten sind 15 Fahrten durch das Ticket neu hinzugekommen) – bei Neu-Abo-Kunden sind es 35 %. Bei gut jeder zehnten Fahrt handelt es sich um eine Nachfrageverlagerung vom Pkw. Umgerechnet sind dies bei einem Bestand von etwa 11 Mio. DT-Kunden ungefähr 36 Mio. substituierte Autofahrten monatlich. Diese Daten belegen auch, dass ein Klimaeffekt von 3 Mio. t CO₂ (Äquivalent) Reduktion jährlich realistisch ist. Damit wird zwar nicht das Klimaproblem gelöst, trotzdem ist das Ticket aber ein klarer Schritt in Richtung Erreichung der Klimaziele im Verkehrssektor.

Customer Experience: Überwiegend positiv

Bei der Diskussion um die weitere Finanzierung des Deutschlandtickets gerät leider eine Gruppe aus dem Blickfeld, und zwar die Kunden. Die Frage ist, wie die Nutzerinnen und Nutzer ihr Deutschlandticket bewerten. Die Erfahrungen mit dem Ticket sind aus Nutzersicht überwiegend positiv. Ähnlich zum 9-Euro-Ticket sind etwa 90 % der Nutzenden mit der letzten Fahrt zufrieden (Erfassung mittels 5er-Skala). Etwa jeder zehnte Kunde ist unzufrieden. Die Spitzenbewertung (top-1) in der Gesamtzufriedenheit ist allerdings deutlich geringer als beim 9-Euro-Ticket. Das betrifft auch das Preis-Leistungs-Verhältnis. Als besonderer Problembereich erscheint neben dem Aspekt Verfügbarkeit von Sitzplätzen (24 % Unzufriedene) der Aspekt Pünktlichkeit (43 % Unzufriedene). Der Net-Promoter-Score erreicht einen positiven Wert von +24. Ca. 90 % der Nutzenden des Deutschlandtickets im Sep. 2023 beabsichtigen, das Abo im kommenden Monat fortzuführen.

„Auch wenn viele Menschen in Deutschland aufgrund des höheren Preises nicht mehr den Zugang zum Nahverkehr haben, wie das beim 9-EuroTicket der Fall war, hat das Deutschlandticket nicht nur das Potenzial, Impulsgeber für weitere Schritte in Richtung Verkehrswende, sondern auch für andere gesellschaftliche Bereiche zu sein. Wichtig ist dabei, dass der Mensch im Zentrum steht“, resümiert Johannes Hercher, Vorstand der **Rogator AG** und Co-Autor der Studie OpinionTRAIN®.

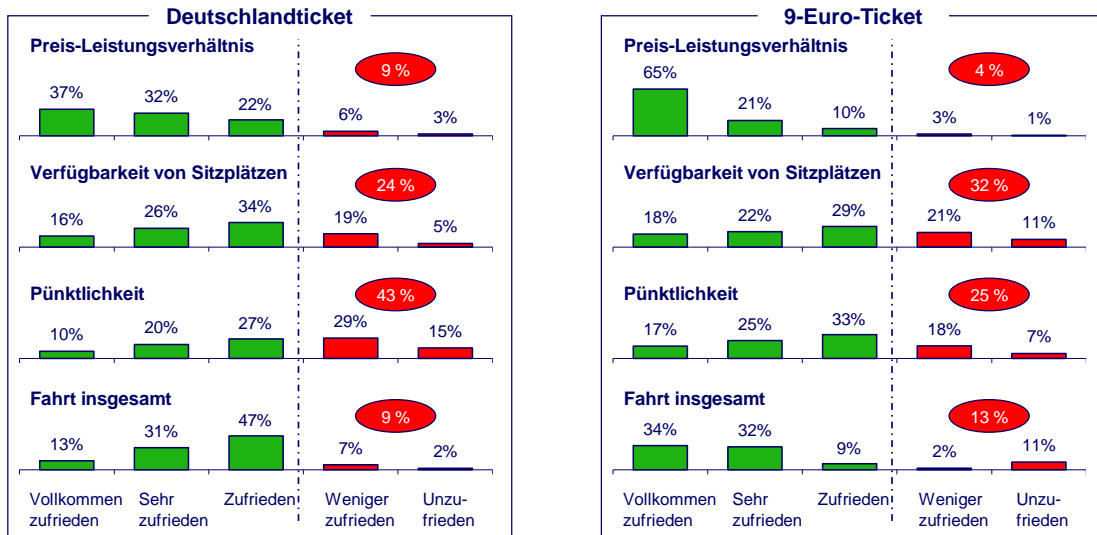
Pressemeldung online: <https://www.rogator.de/deutschlandticket-kundenerfahrungen>

Studienbericht: Interessieren Sie sich für den vollständigen Studienbericht? Dann können Sie diesen bei uns zum Preis von 990 € ab dem 24.11.2023 käuflich erwerben. Dazu schicken Sie eine E-Mail mit dem Betreff „Bestellung Studienbericht: Ersten Monate des Deutschlandtickets“ an j.hercher@rogator.de und unser Team wird sich mit Ihnen in Verbindung setzen.

Kunden erleben mit dem Deutschlandticket mehr Pünktlichkeitsprobleme als beim 9-Euro-Ticket

OpinionTRAIN

Kundenzufriedenheit mit dem Deutschlandticket und 9-Euro-Ticket (% der Ticket-Besitzer)¹⁾



1) Bezogen auf Ihre gesamte Nutzung des Deutschlandtickets (9-Euro-Tickets): Wie zufrieden waren Sie mit den folgenden Aspekten bei den Fahrten, bei denen Sie das Deutschlandticket genutzt haben? Skala von 1 = „vollkommen zufrieden“, 2 = „sehr zufrieden“, 3 = „zufrieden“, 4 = „weniger zufrieden“, 5 = „unzufrieden“.



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 (18-84 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 (6.) Untersuchungswelle Ende Sep. 2023 wurden 2.308 Personen (535 Studienteilnehmer mit DT-Besitz) 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. Von 2014 bis 2020 hatte 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.