

Andreas Krämer

New Mobility – vom 9-Euro-Ticket zur Verkehrswende?

Umsetzung, Wirkungen und
Herausforderungen für den
ÖPNV in Deutschland



Springer Gabler

New Mobility – vom 9-Euro-Ticket zur Verkehrswende?

Andreas Krämer

New Mobility – vom 9-Euro-Ticket zur Verkehrswende?

Umsetzung, Wirkungen und
Herausforderungen für den ÖPNV
in Deutschland

Andreas Krämer
Bonn, Deutschland

ISBN 978-3-658-44034-3 ISBN 978-3-658-44035-0 (eBook)
<https://doi.org/10.1007/978-3-658-44035-0>

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <https://portal.dnb.de> abrufbar.

© Der/die Herausgeber bzw. der/die Autor(en), exklusiv lizenziert an Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH, ein Teil von Springer Nature 2024

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von allgemein beschreibenden Bezeichnungen, Marken, Unternehmensnamen etc. in diesem Werk bedeutet nicht, dass diese frei durch jedermann benutzt werden dürfen. Die Berechtigung zur Benutzung unterliegt, auch ohne gesonderten Hinweis hierzu, den Regeln des Markenrechts. Die Rechte des jeweiligen Zeicheninhabers sind zu beachten.

Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen. Der Verlag bleibt im Hinblick auf geografische Zuordnungen und Gebietsbezeichnungen in veröffentlichten Karten und Institutionsadressen neutral.

Planung/Lektorat: Laura Spezzano

Springer Gabler ist ein Imprint der eingetragenen Gesellschaft Springer Fachmedien Wiesbaden GmbH und ist ein Teil von Springer Nature.

Die Anschrift der Gesellschaft ist: Abraham-Lincoln-Str. 46, 65189 Wiesbaden, Germany

Wenn Sie dieses Produkt entsorgen, geben Sie das Papier bitte zum Recycling.

Vorwort

Das Treffen des Koalitionsausschusses am 23. März 2022 zum Energie-Entlastungspaket, bei dem die Idee eines bundesweit einheitlichen 9-Euro-Tickets für den Nahverkehr geboren wurde, sollte nachhaltige Wirkungen für die gesamte Mobilitätsbranche mit sich bringen. Das war bald klar. Das vorübergehend verfügbare Ticket stellte neben dem abgesenkten Kraftstoffpreis eine weitere Maßnahme der Bundesregierung dar, um den gestiegenen Energiepreisen entgegenzuwirken und die Bevölkerung finanziell zu entlasten. Die Entlastungsaspekte traten jedoch beim 9-Euro-Ticket bald in den Hintergrund. Zu Beginn der Gültigkeit des 9-Euro-Tickets standen medial vor allem negative Kundenerfahrungen im Vordergrund (das ZDF berichtete beispielsweise unter dem Titel „9-Euro-Ticket: Übervolle Züge und Überstunden“), obwohl sich die überwiegende Anzahl der Ticket-Nutzer bereits zu diesem Zeitpunkt zufrieden mit dem 9-Euro-Ticket zeigte. Mitte Juli bis Anfang August 2022 häuften sich Medienberichte, die eine Fahrtenverlagerung vom Pkw zu Bussen und Bahn als unwahrscheinlich bezeichneten und das 9-Euro-Ticket in letzter Konsequenz als klimaschädlich bewerteten. Nachdem das Bundesland Hamburg ein positives Zwischenfazit zog, änderte sich das Stimmungsbild, spätestens aber dann, als die Ende August 2022 veröffentlichten Studienergebnisse des VDV (Verband Deutscher Verkehrsunternehmen) eine Verlagerung der Nachfrage vom Pkw auf Busse und Bahnen in Höhe von 10 % der Fahrten auswiesen, verbunden mit erheblichen CO₂-Einsparungen.

Neben der sozialpolitischen Zielsetzung war es das bislang größte Feldexperiment im ÖPNV, bei dem festgestellt werden konnte, wie viel Nachfrage sich für Busse und Bahnen bei niedrigem Preisniveau mobilisieren lassen. In diesem Zusammenhang wurde das 9-Euro-Ticket auch verstärkt als Problemlöser für die Verkehrswende diskutiert. Genau zu diesem Punkt bestehen sehr kontroverse Beurteilungen, die im Kern an der Frage der Effektivität und Effizienz des 9-Euro-Tickets im Hinblick auf Nachfrageverlagerungen vom Pkw ansetzen.

Trotz intensiver Diskussionen um die Finanzierbarkeit eines Nachfolgeangebotes wurde das 49-Euro- oder Deutschlandticket beschlossen, vor allem auch deshalb, weil ein Bewusstseinswandel in Politik und Bevölkerung zustande gekommen war. Offenbar ist der öffentliche Verkehr in Deutschland ein gar nicht so ungeliebtes Stiefkind, wie oft unterstellt wurde, er genießt vielmehr erhebliche Sympathien. Im Unterschied zum

9-Euro-Ticket liegen die Kosten pro Monat für die Nutzer zwar höher, aber das Deutschlandticket ist zumindest für zwei Jahre für die Verbraucher planbar. Die Branche steht dabei vor enormen Anstrengungen. Es geht um nicht weniger als die Herausforderung, wie der Nahverkehr in Deutschland organisiert und finanziert werden soll und welchen Beitrag er für die Verkehrswende leisten kann. Seit Mai 2023 ist das Nachfolgeangebot Deutschlandticket zum Preis von 49 Euro (als Abo, monatlich kündbar, personalisiert, digital) im Markt. Auch beim Deutschlandticket halten die Diskussionen über die Effektivität und Effizienz des Tickets an.

Wie klar nachgewiesen werden kann, ist das Deutschlandticket ein Schritt in Richtung Verkehrswende. Es verringert den CO₂-Ausstoß des Verkehrssektors und kann als Initialpunkt für weitere Maßnahmen dienen. Das Deutschlandticket hat eine breite soziale Wirkung, weil es für den überwiegenden Anteil der Bevölkerung einen preisgünstigen Zugang zur Mobilität ermöglicht und sozial ausgleichend und inflationsdämpfend wirkt. Auch wenn die Verkehrsunternehmen auf die finanziellen Risiken und ungeklärte Fragen zur Einnahmenaufteilung hinweisen, zeigen die ersten Monate mit dem Deutschlandticket einen sprunghaften Anstieg der Nachfrage (höhere Auslastung) und der Abo-Bestandszahlen in der Branche. Dies bedeutet nach Ende der Corona-Krise nichts anderes als eine Trendwende zu mehr Kundenbindung. In einem Szenario ohne Deutschlandticket wäre das nicht möglich gewesen. Aber auch in diesem Fall wäre es zu Diskussionen um die Finanzierung des Nahverkehrs gekommen.

Unbestritten: Es hätte das 9-Euro-Ticket nicht gegeben, wäre der Bund nicht zur Finanzierung für den dreimonatigen Gültigkeitszeitraum bereit gewesen. Damit werden aber auch die Schwächen eines föderalen Systems deutlich. Mit einem Führungsanspruch und politischen Willen könnte die Bundesregierung weitere Schritte in Richtung Digitalisierung gehen, z. B. den Absatz des Deutschlandtickets mittels eines zentralen Vertriebs per App organisieren, erweitert um einen bundesweiten eTarif für Menschen, die den ÖPNV nur sporadisch nutzen. In letzter Konsequenz könnte dies dann auch weitere Finanzierungsmöglichkeiten eröffnen.

Vor diesem Hintergrund zielt das Buch darauf ab, in knapper und eingängiger Form die Ausgangssituation im ÖPNV zu beschreiben (Teil 1), um dann die Entstehung und die Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket zu beschreiben (Teil 2). In einem darauf aufbauenden dritten Abschnitt wird das Nachfolgeangebot Deutschlandticket behandelt (Teil 3). Der abschließende vierte Teil versucht, Perspektiven für die Zeit nach dem Deutschlandticket zu entwickeln und zu diskutieren (Teil 4).

Die Diskussionen im Buch verbinden unterschiedliche fachliche Betrachtungen. Die bundesweit gültige Nahverkehrs-Monatskarte ist erstens zunächst ein verkehrspolitisches Instrumentarium. Es ist zweitens ein Pricing-Instrument, das zwar einfach erscheint, aber komplex in der Wirkung ist. Auch im Preismanagement verstärken sich in den letzten zwei Jahrzehnten die Pole einer einerseits differenzierteren Preisbildung, während sich andererseits infolge der Digitalisierung immer häufiger Flat-price-Modelle (oftmals im Abo) durchsetzen. Drittens ist das Deutschlandticket ein Marktforschungsobjekt, geradezu ein

Paradebeispiel für die Vernetzung unterschiedlicher Datenquellen. Die empirische Forschung spielt eine wichtige Rolle für die Evaluation des Deutschlandtickets, aber auch für seine Weiterentwicklung.

In diesem Kontext soll das Buch Gedankenanstöße dazu geben, wie es gelingen kann, (1) die komplexe übergeordnete Wirkung im gesellschaftlichen Kontext und gleichzeitig die Auswirkungen auf unterschiedliche Nutzergruppen des Deutschlandtickets zu verstehen, (2) das Deutschlandticket als Baustein zum Erreichen der Verkehrswende zu nutzen und (3) ausgehend von einer konsequenten Digitalisierung ein echtes Kundenzwertzentriertes Management zu ermöglichen und neue Finanzierungsmöglichkeiten zu erschließen.

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

Mein besonderer Dank gilt dem Team von Gutachtern, die Verbesserungsvorschläge und inhaltliche Anmerkungen eingebracht und damit dafür gesorgt haben, dass dieses Buchprojekt das jetzige Qualitätsniveau erreicht hat. Vielen Dank an Laura Spezzano (Springer Gabler), Dr. Gerd Wilger und Dr. Robert Bongaerts (beide exeo Strategic Consulting). Danke an Springer Gabler für die Unterstützung bei diesem Buchprojekt.

Ich wünsche den Lesern dieses Buches eine spannende Lektüre, neue Erkenntnisse sowie Anregungen und hoffe, dass die Ausführungen zu weiteren Diskussionen rund um das Deutschlandticket führen werden. Freuen würde ich mich über kritische Anregungen, Vorschläge für inhaltliche Erweiterungen und sonstige konstruktive Kritik.

Inhaltsverzeichnis

Teil I Der Blick zurück – wo steht der ÖPNV Mitte 2022

- 1 **Das 9-Euro-Ticket: Viel mehr als ein Baustein des Entlastungspakets der Bundesregierung** 3
- 2 **Flat-Pricing: Der Stellenwert von Festpreisen im Preismanagement im Allgemeinen und im ÖPNV im Besonderen** 25
- 3 **ÖPNV und Bahnverkehr in der Krise: Wie Corona einen jahrzehntelangen Wachstumstrend zerstört** 51

Teil II Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket

- 4 **Die politische Entscheidung und Vorbehalte zum 9-Euro-Ticket vor dem Marktstart** 81
- 5 **Ambivalente Erfahrungen der Nutzer des 9-Euro-Tickets im Juni 2022 und die mediale Veränderung vom „Problemkind zum Erfolgsfall“** 105
- 6 **Nachfrage- und Verlagerungseffekte durch das 9-Euro-Ticket: Unterschiedliche Messansätze und der Beitrag zur Verkehrswende** 137

Teil III Nachfolgeangebot: Die Genese und Wirkung des Deutschlandtickets

- 7 **Vom 9-Euro-Ticket zum Deutschlandticket: Preis und Ausgestaltung des Nachfolgeangebots** 171
- 8 **Deutschlandticket: Markteinführung und Wirkungsmechanismus** 195
- 9 **Der Versuch einer Evaluierung: Was das Deutschlandticket leisten kann und was nicht** 235

Teil IV Was kommt nach dem Deutschlandticket?

10 Der Blick nach vorne: Optionen für eine Welt nach dem Deutschlandticket	273
Anhang A (Ausschnitt Methodentest 9-Euro-Ticket)	315
Anhang B (Ausschnitt Methodentest Deutschlandticket)	323

Über den Autor



Prof. Dr. Andreas Krämer ist Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG in Bonn und Direktor des Value Research Institute (VARI e.V.) in Iserlohn. Nach Studium der Agrarökonomie und anschließender Promotion arbeitete Andreas Krämer von 1996 bis 2000 bei zwei führenden internationalen Beratungsgesellschaften, bevor er in 2000 seine eigene Beratungsgesellschaft gründete. Von 2014 bis 2020 war er Professor für Pricing und Customer Value Management an der University of Europe for Applied Sciences in Iserlohn. Andreas Krämer ist Mitinitiator der Studien „Pricing Lab“, „MobilitätsTRENDS“ und „OpinionTRAIN“ sowie Autor zahlreicher Fachaufsätze und mehrerer Bücher.

Teil I

Der Blick zurück – wo steht der ÖPNV Mitte 2022



Das 9-Euro-Ticket: Viel mehr als ein Baustein des Entlastungspakets der Bundesregierung

1

Zusammenfassung

Bei der Beschlussfassung zum Entlastungspaket im März 2022 stehen finanzielle Hilfen für die Verbraucher im Vordergrund, so auch beim 9-Euro-Ticket. Während der Implementierungsphase des Tickets wird mehr und mehr deutlich, dass die Wirkungen der günstigen Monatskarte mehr als ein Entlastungselement umfassen. In der Adler-Perspektive zeigt sich, dass das Ticket mehrere latente Wünsche der Bevölkerung adressiert. Zum einen wird deutlich, wie in Deutschland Reformen tatsächlich umsetzbar sind, sofern ein politischer Wille besteht und sich die Entscheidungsträger gegen Lobbyismus und Bedenkenträger durchsetzen. Zum anderen erfüllt das Ticket den Wunsch nach Einfachheit des Ticketkaufs, nach einem einfachen Zugang zum ÖPNV und nach einer Nutzung ohne „komplizierte Verbundgrenzen“. Beide Wirkungen zusammen transportieren das Gefühl, eine Verkehrs- und Klimawende sei in Deutschland tatsächlich möglich. Die damit verbundenen Chancen, aber auch Risiken in der Gestaltung sind Gegenstand dieses Buches.

1.1 Vielfältige Wirkungsmechanismen des 9-Euro-Tickets

Man muss die Dinge auch so tief sehen, dass sie einfach sind. Wenn man nur an der Oberfläche der Dinge bleibt, sind sie nicht einfach; aber wenn man in die Tiefe sieht, dann sieht man das Wirkliche, und das ist immer einfach. Konrad Adenauer (1876–1967 [1])

1.1.1 Das 9-Euro-Ticket: Viel mehr als eine Entlastungsmaßnahme

Das im März 2022 vom Koalitionsausschuss beschlossene und in den Monaten Juni bis August 2022 angebotene sogenannte 9-Euro-Ticket hat nicht nur den ÖPNV verändert und die Sicht der Gesellschaft auf das Angebot von Bussen und Bahnen beeinflusst, sondern darüber hinaus vielfältige Wirkungen entfaltet. Auf die Wirkungen soll in den einzelnen Kapiteln dieses Buches eingegangen werden. Schließlich ist es nicht bei der einzelnen, isolierten Aktion geblieben. Im Herbst 2022 ist die Entscheidung gefallen, mit dem Deutschlandticket ein Nachfolgeangebot in den Markt zu bringen, das ebenfalls zu nachhaltigen Veränderungen führen wird und vor allem als dauerhaftes und planbares Angebot im Markt wirken soll. So erklärt NRW-Verkehrsminister Krischer: „Beim 9-Euro-Ticket haben alle über die plötzliche günstige Erreichbarkeit von Sylt geredet. Das war ein Event und schnell wieder vorbei. Das Deutschlandticket funktioniert anders: Ein Abo kaufen sich Menschen, die damit ihren Alltag organisieren wollen“ (Burger und Fuhr [5]).

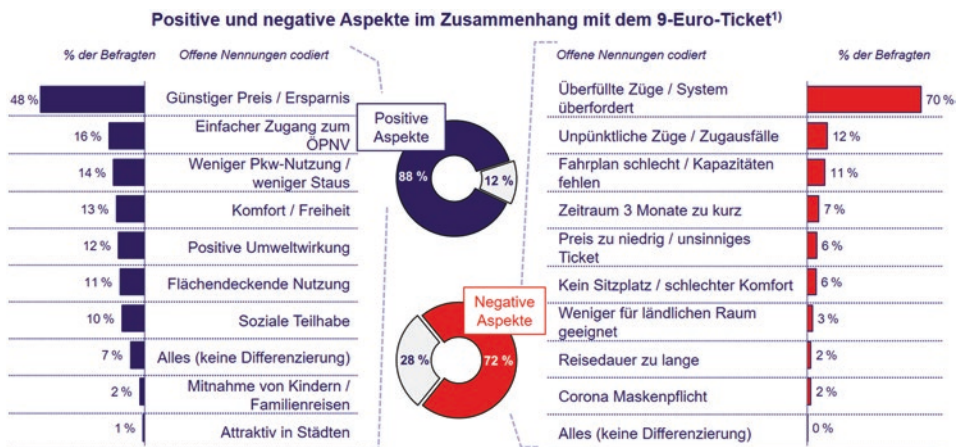
Während die Entscheidung für das 9-Euro-Ticket von vielen zunächst mit Kopfschütteln aufgenommen wurde – insgesamt erschien das Entlastungspaket eher unausgereift, mit der „heißen Nadel“ gestrickt, viele Fragen offenlassend, mit dem Beigeschmack der Klientelpolitik versehen – zeigte sich bereits im ersten Nutzungsmonat eine in der Form unerwartete Akzeptanz des Tickets in der Bevölkerung. Offensichtlich traf das so einfach und unpräzise daher kommende Angebot den Nerv der Zeit. Standen zu Beginn der Diskussionen die Möglichkeiten der Entlastung der Verbraucher im Vordergrund, wurden dann später andere Aspekte diskutiert, darunter Verlagerungswirkungen und Klimaeffekte, soziale Wirkungen, aber auch die Wertschätzung der Gesellschaft für den öffentlichen Verkehr.

Es lohnt sich demnach, in die Tiefe zu gehen und die Details zum Wirkungsmechanismus des 9-Euro-Tickets genauer zu betrachten. Um das Zitat von Konrad Adenauer aufzugreifen, ist eine Tiefe in der Betrachtung erforderlich. Die Kenntnisse der Wirkungsweise im Detail öffnen den Blick für einfache und klare Aussagen. Ob den „Machern“ des 9-Euro-Tickets die unterschiedlichen Facetten zu Beginn bewusst waren, kann kaum bestimmt werden. Während der wesentliche Baustein des Entlastungspakets – der sogenannte Tankrabatt – für viele Verbraucher dubios, oder zumindest fragwürdig hinsichtlich der effektiven Preiswirkung erschien, konnte das beim 9-Euro-Ticket nicht behauptet werden (Bös et al. [2]): Eine Nutzung des bundesweiten Nahverkehrs zum Preis von 9 Euro pro Kalendermonat, für alle und überall kaufbar! Wie später erkennbar werden sollte, wirkt das Ticket nicht nur über den sensationell niedrigen Preis, sondern vor allem auch in der Kombination von Freiheitsgefühl und Einfachheit. Dieses Zusammenwirken hat dazu geführt, dass nicht nur Personen den ÖPNV genutzt haben, die dies ohnehin geplant hatten (in der Branche wird zu diesem Zeitpunkt von etwa 10 Mio. Abo-Kunden gesprochen, die das Ticket später automatisch erhalten haben), sondern auch Personen mobilisiert werden, die bisher dem ÖPNV (aus unterschiedlichen Gründen) nicht sehr nahestanden.

1.1.2 Das 9-Euro-Ticket: Welche positiven und negativen Aspekte bei den Nutzern in Erinnerung bleiben

Bevor auf Details zu den Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket eingegangen wird, lohnt sich ein Blick auf die positiven und negativen Aspekte, die die Nutzer mit dem Ticket verbinden. In der Studienreihe von exeo und Rogator zum 9-Euro-Ticket wurden in der Abschluss-Erhebung (nach Ende der Gültigkeit Anfang Sep. 2022) die Studienteilnehmer gebeten, ihre positiven oder negativen Einschätzungen in einem offenen Textfeld zu beschreiben. Die Eingaben der etwa 1000 Ticketnutzer wurden dann codiert und in dieser Form quantitativ auswertbar gemacht (Abb. 1.1). Insgesamt gaben 88 % der Interviewten positive Urteile ab, bei den negativen Bewertungen waren dies 72 %. Alleine diese Werte unterstreichen, wie differenziert sich die Befragten mit dem Thema bzw. dem 9-Euro-Ticket auseinandersetzen. In den meisten Fällen werden also sowohl positive als auch negative Assoziationen genannt. Im Falle der negativen Aspekte wird erkennbar, dass der Themenbereich der Leistungsfähigkeit des Systems ÖPNV im Vordergrund steht. Etwa 70 % der Ticketbesitzer nennen Probleme mit überfüllten Zügen, sehen eine Überforderung des Systems, etwa ein Zehntel kritisiert die Performance, also einen schlechten Fahrplan oder Unpünktlichkeit (inkl. Zugausfälle). Wenn also etwa jeder zweite Befragte überfüllte Züge als Problem sieht (ca. 70 % Befragte mit Angaben von negativen Aspekten, davon wiederum 70 % mit Kritik in diesem Bereich), ist das zunächst besorgniserregend.

Allerdings sind dabei zwei weitere Aspekte zu berücksichtigen. In der konkreten Bewertung der Erfahrungen mit dem Ticket, die die Studienteilnehmer gemacht haben, spielt das Thema Überfüllung und daraus resultierender Komfortverlust zwar eine Rolle, die



1) Welche positiven / negativen Aspekte sehen Sie insgesamt beim 9-Euro-Ticket? Offene Abfrage.

Abb. 1.1 Positive und negative Erfahrungen der Nutzer des 9-Euro-Tickets. (Quelle: exeo Strategic Consulting AG/Rogator AG)

Nennungen sind aber auf einem deutlich geringeren Niveau und betreffen eher den Bahn-regionalverkehr und damit längere Strecken. Anders ausgedrückt: Die Studienteilnehmer nennen Problembereiche, die nicht zwingend die eigene Nutzung der ÖPNV reflektieren, die überwiegend auf kürzeren Strecken bzw. am Wohnort stattfindet. Es kann angenommen werden, dass es sich um Abstrahleffekte der häufig negativen Kommunikation zum 9-Euro-Ticket gerade im ersten Nutzungsmonat Juni 2022 handelt (die Auswertung der Medienberichterstattung zeigt das Thema „volle Züge“ im Ranking auf Nr. 1 im Juni 2022, vgl. Weber und Kniep [42]). Allerdings kann das auch positiv gewertet werden, und zwar als ein hohes Involvement der Nutzer, die sich um die Leistungsfähigkeit des Systems ÖPNV bzw. Schiene sorgen. Hier spielt auch die Diskussion um ein Nachfolge-Ticket eine Rolle, die bereits im Juli 2022 einsetzte.

Bei den positiven Assoziationen spielen erwartungsgemäß der günstige Preis und die damit einhergehenden Einsparmöglichkeiten eine Rolle. Zu dem Ergebnis kommen die Verbraucher unabhängig davon, welchen Vergleichspunkt (absolute Ersparnis gegenüber früheren Ausgaben oder aber der Preis des Tickets an sich) sie für ihr Urteil heranziehen. Die 9-Euro-Monatskarte erscheint günstig, wenn sie mit regulären ÖPNV-Monatskarten der Verkehrsverbände verglichen wird (in einigen Städten Deutschlands liegen die Preise hier oberhalb der 100-Euro-Grenze, und zwar nur für das Stadtgebiet). Genauso beim Vergleich mit einer Tageskarte – selbst hier werden die 9 Euro als Break-even in Verkehrsverbänden schnell erreicht. Neben dem Aspekt der Preisgünstigkeit erscheinen aber weitere Pluspunkte, die die Ticketnutzer beschreiben. Häufiger genannt wird der einfache Zugang zum System, z. B. mit den Aussagen:

- „Einfache Regelungen für die Gültigkeit, kein unverständlicher Tarif-Dschungel, günstig auch für wenig Fahrten, somit leichter Umstieg vom Pkw.“
- „Dass man sich – wenn man kein Monats- oder Jahresticket hat – nicht mit Überlegungen zu dem jeweils günstigsten Tagesticket herumschlagen muss, sondern einfach das Monatsticket in der Tasche hat und es mit einer Unterschrift für einen Monat gültig ist.“
- „Günstiger Preis und die Möglichkeit, fahren zu können, ohne über das Tarifgebiet nachzudenken.“
- „Geringe Kosten für den Nutzer, unkompliziert alle Nahverkehrsmittel nutzen, ohne die Tarife zu studieren.“

Alleine aus diesen wenigen Kommentaren wird deutlich, dass vielfach nicht nur ein Problem mit der Höhe der Ticketpreise wahrgenommen wird – dies unterstellt, dass die Verbraucher die Tarife im ÖPNV zumindest ansatzweise kennen – sondern häufig auch Unsicherheiten bestehen, ob ein gekauftes Ticket genau dem Bedarf entspricht. Eine zusätzliche Komplexität kommt hinzu, und zwar die Unsicherheit bezüglich des Geltungsbereichs, also die Auswahl der passenden Tarifzone innerhalb des Verkehrsverbundes. Noch problematischer wird die Ticketauswahl in den Augen vieler Menschen, wenn eine Reise über die Verbundgrenzen hinausgeht.

Einen weiteren Positiv-Aspekt stellt aus Sicht der Kunden der Verzicht auf den Pkw dar (inkl. das Vermeiden von Staus). Häufig nennen die Ticketnutzer dieses Thema in Kombination mit positiven Umweltwirkungen. Folgende Zitate vermitteln ein Bild über die Zusammenhänge:

- „Das war so gut ... würde immer auf das Auto verzichten, wenn es das weiter gäbe.“
- „Das Auto blieb stehen, sogar mein Mann ist Straßenbahn gefahren, habe mich freier gefühlt, bin einkaufen gefahren. Ich sag es mal so wie es ist: Wir sind Rentner. Wir können uns kein Ticket für 2,70 € pro Fahrt leisten. Da ist eine Fahrt mit dem Auto noch billiger.“
- „Weniger Verkehr auf der Straße, dadurch weniger Staus, weniger Verletzte oder Tote durch Unfall, besser für die Umwelt.“
- „Besser für die Umwelt, Entlastung der Straßen, weniger Stau, Menschen mit schwächeren Einkommen können mehr sehen/unternehmen.“
- „Klima- und Umweltaspekte stehen an erster Stelle, aber auch die extrem gute Nutzung des Tickets und der damit verbundene Verzicht auf den PKW.“

Zum Ausdruck kommt darin durchaus die Bereitschaft zum Verzicht auf den Pkw, zumindest für einen Teil der Nutzer. Klar ist, dass im Segment der ÖPNV-Abo-Kunden die Pkw-Verfügbarkeit und -Nutzung ohnehin vergleichsweise geringer ist. Diese Personengruppe hat bereits große Teile der Mobilität auf Busse und Bahnen verlagert. Bei Gelegenheitskunden oder bisherigen Nicht-Kunden ist die Lage anders. Hier besitzt der Pkw als Verkehrsmittel eine überragende Bedeutung. Dies ist für viele Menschen sogar in der Stadt der Fall (entgegen der Zielsetzung der Verkehrswende hatte das Auto während der Corona-Pandemie gegenüber dem öffentlichen Verkehr an Wettbewerbsfähigkeit gewonnen; vgl. Krämer und Bongaerts [20]). Gerade eine Mobilisierung von bisherigen Pkw-Nutzern durch das 9-Euro-Ticket wurde aber von Verkehrsexperten weitgehend ausgeschlossen.

Die Themenbereiche Komfort und Freiheit (13 % der Befragten sehen diese) stehen häufig im Kontext mit der flächendeckenden bzw. bundesweiten Nutzung (11 %). Typische Aussagen sind hier:

- „Ich kann es mir für gewöhnlich nicht leisten, kreuz und quer durch die Stadt zu fahren, um die günstigsten Angebote zu kaufen oder kleinere Ausflüge zu machen, für mich war das 9-Euro-Ticket ein Segen.“
- „Das Ticket ist billig, man kann überall in NRW hinfahren, Freunde besuchen, Urlaub machen, in anderen Städten Einkäufe tätigen, die Natur bewundern, Freizeitaktivitäten, usw.“
- „Leichte Nutzung, egal wo in Deutschland.“
- „Die Möglichkeit zu haben, mit Bus und Bahn ganz Deutschland zu entdecken und öfter mal das Auto zu Hause stehen lassen. Außerdem kommt man entspannt ... am Zielort an.“

- „Abgesehen vom Preis, fand ich es wunderbar, dass man in anderen Städten das Ticket benutzen konnte ... das entspannt doch sehr beim Reisen, da andere Verkehrsverbände doch manchmal merkwürdige Preiskennzeichnungen haben, wo man nicht durchsteigt ...“

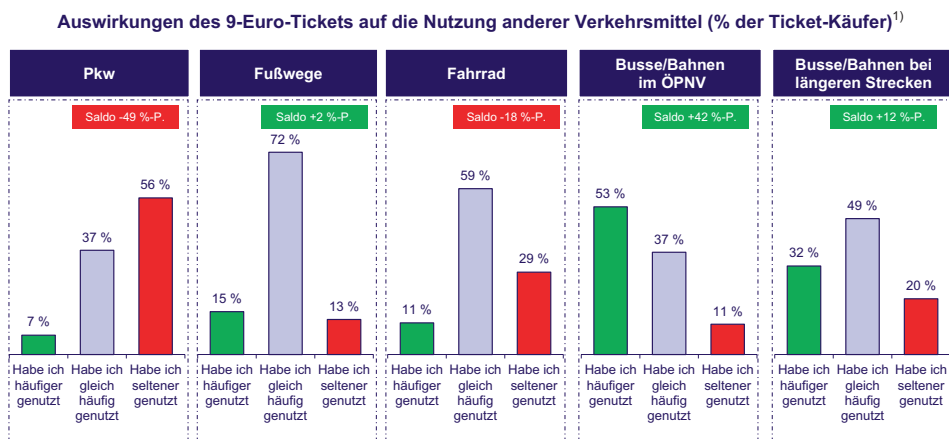
Relativ spät in der Diskussion um das 9-Euro-Ticket erhält der Aspekt der sozialen Teilhabe eine besondere Berücksichtigung (bei der Diskussion zum Nachfolgeangebot Deutschlandticket wird dieser Aspekt häufiger hervorgehoben). Studienteilnehmer äußern sich dazu folgendermaßen:

- „9 € kann sich wirklich jeder leisten, es zieht Menschen mehr raus, Menschen können mehr am sozialen Leben teilhaben.“
- „Das 9-Euro-Ticket war für mich sehr positiv, da ich nur eine kleine Rente bekomme. So könnte ich meine 81-jährige Mutti öfter mal besuchen als sonst. Ich konnte mal meine Freunde besuchen, weil es mich nur 9 € gekostet hat an Fahrkosten. Ich hätte es mir ansonsten nicht leisten können ...“
- „Die Bahn hat sicher nicht mehr so viele Schwarzfahrer, weil sich jeder ein Ticket leisten kann.“
- „Dass Menschen mit wenig Geld die Möglichkeit haben auch mal raus zu kommen, um mit Kindern oder Familie etwas zu unternehmen. Weniger Autoabgase!!“

1.1.3 Das 9-Euro-Ticket: Wenn das Augenscheinliche nicht gesehen wird

Wie beschrieben, kommt der Kaufgrund „Vermeiden von Pkw-Fahrten“ prominent in den offenen positiven Assoziationen zum Ausdruck. Tatsächlich ergibt sich in diesem Punkt in den unterschiedlichsten Studien ein klares Bild. Die Ticketnutzer bekunden die Absicht, während der Nutzungsperiode des 9-Euro-Tickets das eigene Auto eher stehen zu lassen und Mobilität eher auf Busse und Bahnen zu verlagern. In der eigenen Untersuchung wurde in einer retrospektiven Abfrage bei den Ticketnutzern bestimmt, wie unterschiedliche Verkehrsmittel während des Besitzes des 9-Euro-Tickets zum Einsatz kamen, und zwar im Vergleich zu einer Vorher-Situation. Die Ergebnisse für das Teilsegment der Ticket-Käufer sind in Abb. 1.2 dargestellt. Erkennbar wird ein

- deutliches Plus für die Nutzung von Bussen und Bahnen im ÖPNV (Saldo: +42 %) sowie bei Bussen und Bahnen auf längeren Strecken (Saldo: +12 %).
- deutliches Minus in Bezug auf die Mobilität mit dem Pkw (jeder zweite Befragte gibt an, zur Zeit des 9-Euro-Tickets weniger mit dem Auto unterwegs gewesen zu sein).
- Minus für den Fahrradverkehr: Dies deutet auf die Möglichkeit hin, dass es durch das günstige Monatsticket zur Verlagerung der Nachfrage von Fahrrad-Mobilität zu Fahrten im ÖPNV gekommen ist.



1) Wenn Sie an den/die Monat(e) denken, in denen Sie das 9-Euro-Ticket besessen haben: Wie hat sich das 9-Euro-Ticket auf die Nutzung anderer Verkehrsmittel ausgewirkt?

Abb. 1.2 Auswirkung des 9-Euro-Tickets auf die Verkehrsmittelnutzung. (Quelle: *exo* Strategic Consulting AG/Rogator AG)

Die aufgezeigten Wirkungsrichtungen bei der Verkehrsmittelwahl werden von Verkehrsexperten längere Zeit ignoriert. Die ÖPNV-Branche tut sich bereits schwer, einen Fahrtenanstieg im Jun.-Aug. 2022 zu beschreiben bzw. dessen Größenordnung zu quantifizieren. Das liegt u. a. daran, dass der Vergleichspunkt schwierig ist. In den Monaten vor dem 9-Euro-Ticket entwickeln sich die Fahrgastzahlen erfreulich positiv, nachdem der Lockdown im Winter 2021/22 den ÖPNV stark getroffen hat. Zusätzlich sind saisonale Effekte zu beachten (die Mobilität verändert sich in den Sommermonaten). Werden aber Fahrgaststeigerungen publiziert, ist die Erklärung meist sehr nahe: Es muss sich um zusätzliche, also induzierte Nachfrage handeln. In diesem Fall sind die aufgezeigten Ergebnisse nur dadurch erklärbar, dass es sich bei den Antworten (Abb. 1.2) in den Befragungen um Absichtserklärungen (ohne realen Bezugspunkt) handelt oder schlicht um Ergebnisse sozialer Erwünschtheit. Alleine dies verdeutlicht den Spannungsbogen in Hinblick auf den Aspekt der Nachfrageverlagerung und darauf aufbauend der Klimawirkungen.

1.2 Der Wunsch nach Einfachheit: Vom Grundeinkommen, über das Steuersystem auf dem Bierdeckel bis zum Bahnpreissystem

1.2.1 Der Wunsch der Verbraucher nach Einfachheit

Wie dargestellt wurde – in den folgenden Kapiteln werden dazu weitere Details erläutert – beeinflusst das 9-Euro-Ticket das Mobilitätsverhalten der Menschen. Grundsätzlich werden die Ansätze zur Erklärung des Verbraucherverhaltens in drei Gruppen unterteilt (Va-

laskova et al. [39]): (1) psychologische Ansätze, die auf der Beziehung zwischen der Psyche und dem Verhalten des Verbrauchers beruhen, (2) soziologische Ansätze, die sich mit den Reaktionen der Verbraucher in verschiedenen Lebenssituationen, mit sozialen Anlässen und in der Interaktion mit sozialen Bezugspersonen befassen sowie (3) ökonomische Ansätze, bei denen die Befriedigung von Bedürfnissen unter Kosten-Nutzen-Gesichtspunkten im Vordergrund stehen. Der spätere Absatzerfolg des 9-Euro-Tickets kann über alle drei Ansätze erklärt werden. Bei den psychologischen Faktoren spielen bei Nutzern des 9-Euro-Tickets beispielsweise die bisherigen Nutzungsbarrieren eine Rolle (Personen, die keine Stammkunden des ÖPNV sind: Erwartet hohe Preise, Unsicherheit hinsichtlich der Gültigkeit des Tickets, inkl. Prozessaspekte wie Entwertung des Tickets etc.). Aus soziologischer Sicht spielen Themen wie Reisen im Familienverbund eine Rolle, aber auch die Kommunikation zu den Erfahrungen mit dem Ticket oder die Empfehlungen, die an Dritte gegeben werden. Ökonomische Ansätze könnten darauf fokussieren, welche Komfortgewinne oder Senkungen der Reisekosten möglich sind, wenn die Reise statt mit dem Auto dann mit dem ÖPNV erfolgt.

Der Wirkungsmechanismus des 9-Euro-Tickets ist aber auch in einen äußeren Rahmen eingebettet. Aus ganz unterschiedlicher Sicht wird hervorgehoben, wie durch ein Durchleben diverser Krisen (erst die Corona-Pandemie, dann die Energiekrise) auch bisherige Verhaltensstrukturen aufgebrochen werden. Es erfolgen Anpassungsprozesse in einem bisher habitualisierten Verhalten. Zu diesen allgemeinen Trends kommentieren Mehta et al. [29]: „Zu den wichtigsten Trends in der Krise gehört die Nachfrage nach Einfachheit, die darauf hinweist, dass die Verbraucher unkomplizierte, wertorientierte Produkte und Dienstleistungen suchen, die ihr Leben vereinfachen.“

1.2.2 Vom Steuersystem auf dem Bierdeckel bis zum „Schilderwald“ auf deutschen Straßen

In der deutschen Bevölkerung hat sich bereits lange vor der Corona-Krise ein tiefes Unbehagen bezüglich verkrusteter Strukturen, verbunden mit extremer Komplexität und geringer Transparenz für den „Normalsterblichen Bürger“ manifestiert. Ein Thema, das vielen Menschen ein Dorn im Auge ist, stellt das Steuersystem dar. In unterschiedlichen Wellen wird versucht, Handlungserfordernisse für die Politik aufzuzeigen. Dabei ist klar, wenn große Teile der Bevölkerung nicht nur nicht in der Lage sind, eine Steuererklärung abzugeben, sondern auch den Steuerbescheid des Finanzamtes nicht vollständig verstehen, dann besteht grundsätzlich die Notwendigkeit der Vereinfachung (oder zumindest einer besseren Kommunikation). Die Forderungen nach mehr Steuergerechtigkeit stehen dazu in direktem Zusammenhang. So stellt Scherf [34] dar: „Auch wer der Illusion erliegt, ein gutes Steuersystem könne so einfach sein, dass die Steuererklärung auf einen Bierdeckel passt, wird den Status quo beklagen.“ Das Bild vom Steuersystem auf einem Bierdeckel geht zurück auf Diskussionen aus dem Jahr 2003, bei denen der heutige Bundesvor-

sitzende der CDU, Friedrich Merz, den deutschen Bürgern ein drastisch vereinfachtes Steuersystem in Aussicht stellte.

Fokussiert wurde genauer gesagt die Einkommensteuer. Vorgeschlagen wurden drei Steuersätze: 12 % bei Einkommen zwischen dem damaligen Grundfreibetrag von 8000 € und 16.000 € im Jahr, 24 % bei höheren Einkommen bis 40.000 € und 36 % bei Einkommen über 40.000 €. Zusätzlich sollten viele Steuervergünstigungen wie die Pendlerpauschale ersatzlos gestrichen und die sieben Einkunftsarten auf vier reduziert werden. Nur zwei Jahre später schlägt der renommierte Jurist Paul Kirchhof vor, eine Einkommensteuer von 25 % für alle Bürger einzuführen. Damals gehörte der ehemalige Verfassungsrichter dem Kompetenzteam für den Wahlkampf der Bundeskanzlerin Angela Merkel (CDU) an. Der Ansatz wurde im Bundeswahlkampf zügig gestoppt.

Die Beispiele lassen sich leicht erweitern. Sie ziehen sich über alle Lebensbereiche. Zum Thema Straßenverkehr beschreibt beispielsweise Manssen [28]: „Es gibt zu viele Regeln und nach allgemeiner Auffassung auch zu viele Verkehrszeichen. Viele dieser Regeln sind zudem unter dem Gesichtspunkt des Schutzes von Leben und körperlicher Unversehrtheit zweifelhaft.“ So sprechen Harramach et al. [10] bereits vom „Zeitalter der Überregulierung“. Mit beginnender Corona-Krise werden die Probleme, die lange Zeit ignoriert wurden, dann existenzbedrohlich. Schließlich ergeben sich für viele Haushalte kritische Lagen, z. B. wenn Freiberufler über Monate keiner Arbeit nachgehen und kein Einkommen erzielen können. Die Sehnsucht ist groß nach einem einfachen, transparenten Schutzmechanismus, der sicherstellt, dass eine Mindestabsicherung für das Leben gegeben ist. Ähnlich wie die Verbraucher sehen auch Unternehmen die komplexen Rahmenbedingungen, die nicht nur durch äußere Faktoren bestimmt sind. Der Wunsch nach Abbau von Komplexität im Sinne eines Bürokratieabbaus ist nicht neu. Nur: Effektiv ist in den letzten Jahren wenig verändert worden (Rasch [32]).

In dem Kontext erhält die Idee des bedingungslosen Grundeinkommens (ein Grundeinkommen für alle Bürger, egal welchen Alters, das an keinerlei Bedingungen geknüpft ist und monatlich ausgezahlt wird) gerade in Krisenzeiten eine neue Beachtung. Früher eher in der „Schublade der Sozialromantik“ abgelegt, erscheint der Ansatz unter den drastisch veränderten Rahmenbedingungen vielen Menschen nicht mehr komplett abwegig.

1.2.3 Ambivalent diskutiert, Akzeptanz in der Bevölkerung und nicht umgesetzt: Das bedingungslose Grundeinkommen

Ein Grundeinkommen für alle Bürger, egal welchen Alters, das an keinerlei Bedingungen geknüpft ist und monatlich ausgezahlt wird, steht hierzulande schon lange zur Diskussion. Dass die Idee in Deutschland immer mehr an Zustimmung gewinnt, bestätigte bereits der Wissenschaftliche Beirat beim Bundesministerium der Finanzen. Details zur Ausgestaltung werden allerdings nach wie vor konträr diskutiert – und vor allem die Frage der Finanzierbarkeit wird häufig ins Feld geführt, um Debatten vorschnell zu beenden. Doch

auch zur Lösung dieses elementaren Aspekts existieren verschiedene Modelle, etwa durch eine Steuerreform, die weder für den Staat noch für die Bürgerinnen und Bürger Mehrkosten verursachen soll.

Abgesehen von Detailfragen haben alle Ansätze einer bedingungslosen Grundsicherung gemeinsam: Existenziellen Notlagen sollen damit vorgebeugt werden, der Sozialstaat ließe sich entbürokratisieren und Leistungsempfänger würden nicht mehr stigmatisiert. Gerade in Krisensituationen wäre dies ein wesentlicher Baustein für die unbürokratische Aufrechterhaltung der wirtschaftlichen und sozialen Absicherung. Etwa die Flutkatastrophe im Ahrtal im Juli 2021 und die lang andauernde Corona-Pandemie haben gezeigt: Spezifische, fallbezogene Maßnahmen der Regierung verbrauchen wertvolle Vorlaufzeit; Abstimmungsprozesse sind mitunter langwierig und damit teuer – Geld geht verloren, das schließlich für die Betroffenen nicht mehr zur Verfügung steht. Neumärker et al. [30] haben verschiedene Modelle durchgerechnet und kommen am Beispiel der Corona-Maßnahmen zu dem Schluss, dass ein Grundeinkommen letztlich sogar günstiger gewesen wäre als die Finanzierung der unterschiedlichen Corona-Maßnahmen. Auch angesichts der steigenden sozialen Ungleichheit durch die Pandemie in Deutschland wie in Europa sowie einer Armutsquote auf Rekordhoch sollte die Politik ein bedingungsloses Grundeinkommen ernsthaft in Betracht ziehen, empfehlen die Autoren.

Neben dem Argument, ein bedingungsloses Grundeinkommen sei nicht zu finanzieren (nur zur Erinnerung: Genau dieses Argument wird bei der späteren Diskussion um ein günstiges Nachfolgeangebot zum 9-Euro-Ticket genutzt), führen Kritiker an, ein solches Modell der Absicherung führe zur Aufgabe der Eigenverantwortung der Bürgerinnen und Bürger – die Pflicht zur Selbsthilfe sei dadurch abgeschafft, das dem Sozialstaat innewohnende Solidarprinzip würde einseitig zugunsten eines unbedingten Anspruchs des Einzelnen gegenüber der Gesellschaft aufgegeben. Offene Fragen sind: Bröckelte durch ein bedingungsloses Grundeinkommen die gesellschaftliche Solidarität? Und nähme die Motivation zur Arbeit ab?

Während etwa der bereits zitierte Wissenschaftliche Beirat beim Bundesministerium der Finanzen aufgrund dieser Annahmen ein bedingungsloses existenzsicherndes Grundeinkommen nicht für realisierbar hält, äußern sich in der Hochphase der Corona-Pandemie plötzlich auch renommierte Volkswirte sehr positiv, wie Thomas Straubhaar (Winter [43]).

Dass ein bedingungsloses Grundeinkommen in Deutschland und anderen europäischen Ländern immer stärker an Popularität – und Zustimmung – gewinnt, zeigen auch Umfragen im Rahmen der Studienreihe OpinionTRAIN. Bereits zu Beginn der Corona-Krise (April/Mai 2020) bewerteten 50 % der Befragten in Deutschland die Einführung eines Grundeinkommens positiv. Ende des Jahres (Dezember 2020) war diese Zahl auf 55 % angestiegen. Eine dritte Befragung (August/September 2021) bestätigte dieses Ergebnis noch einmal. Übrigens: Für die anderen deutschsprachigen Länder in der Studie – Österreich und die Schweiz – ergibt sich ein ganz ähnliches Bild (Krämer und Hercher [22]).

Das einfache, transparente System des bedingungslosen Grundeinkommens wird weiter eine Idee bleiben. Ob dieses Konzept je zum Baustein deutscher Sozialpolitik werden wird, ist vor allem davon abhängig, ob es gelingt, die vielfältigen Einflüsse und Wechsel-

wirkungen richtig einzuschätzen. Dies ist ebenso ein wichtiges Learning für das 9-Euro-Ticket. Dabei muss man sich auch von Mythen trennen. Wenn Professor Straubhaar im Interview danach gefragt wird, wie er auf den monatlichen Betrag gekommen sei, antwortet er (Winter [43]):

„Alle Sozialleistungen in Deutschland kosten im Jahr rund eine Billion Euro. Wenn Sie das durch 83,1 Mio. Einwohner – den heutigen Bevölkerungsstand – teilen, kommen Sie auf jährlich 12.000 € pro Kopf. Deshalb ärgert es mich maßlos, wenn Menschen behaupten, ein bedingungsloses Grundeinkommen sei nicht finanzierbar. Das ist schlicht falsch, in Wahrheit ist es ein Nullsummenspiel.“

1.3 Einfache Tarife für Busse und Bahnen

Wie beschrieben ist die Akzeptanz des 9-Euro-Tickets nicht nur mit dem Ticketpreis zu erklären, sondern mit einem latenten Bedürfnis der Bevölkerung nach Einfachheit. Bereits gegen Ende der Gültigkeitsperiode des 9-Euro-Tickets starten dann die Diskussionen um ein mögliches Nachfolgemodell. Ausgangspunkt dafür war eine – alles in allem – positive Resonanz in der Bevölkerung (positive Absatzzahlen, hohes Niveau an Kundenzufriedenheit etc.). Es hatte sich auch gezeigt, dass das Ticket als Grundidee nicht nur bei den Personen gut ankam, die es selbst genutzt haben, sondern auch in der Breite der Gesellschaft.

Budras [3] resümiert in der FAZ, noch „nie sei der öffentliche Nahverkehr in ganz Deutschland so günstig gewesen wie in den vergangenen drei Monaten. 9 € pro Monat.“ Daher sei auch verständlich, wenn nur wenige das 9-Euro-Ticket missen möchten. Als Maxime müsse allerdings gelten: „Keep it simple!“ Und im Rückblick wird unterstrichen: „Für viele Nutzer war es auch angenehm, keinen überflüssigen Gedanken an die jeweils gültige Tarifzone verschwenden zu müssen.“

Es ist an dieser Stelle nur fair, darauf hinzuweisen, dass einfache Preise oder Elemente der Preisvereinfachung im ÖPNV und im Schienenpersonenverkehr immer schon eine Rolle gespielt haben:

- So stellt das Angebot einer Zeitkarte grundsätzlich eine Form der Vereinfachung dar. Hat sich ein Kunde für eine Zeitkarte entschieden, ist der Zugang zum Verkehrsmittel zu jeder Zeit gegeben. Für viele Kunden stellt das einen Komfortgewinn dar und eine Vereinfachung des Alltags. Allerdings werden für ÖPNV-Zeitkarten in der Regel hohe Preise verlangt. Folge: Gerade aber der Einstieg in ein Abo, welches über eine längere Laufzeit verfügt, bringt auch gewisse Nutzungshürden mit sich. Ein ÖPNV-Abo lohnt sich im Wesentlichen für die Vielnutzer.
- Mit dem City-Ticket hatte der Bahnfernverkehr bereits Anfang des 21. Jahrhunderts einen Versuch unternommen, die Gesamtreise für den Kunden, der in der Zielstadt ab dem Hauptbahnhof noch weiter mit dem ÖPNV unterwegs ist, zu vereinfachen. Grundlage war die Erkenntnis, dass viele Reisende bei Ankunft am Zielbahnhof Schwierigkeiten hatten, das passende Ticket für „die letzte Meile“ zu kaufen, oder dies als extrem un-

komfortabel empfunden wurde. Beim City-Ticket erhielten Kunden mit einem BahnCard-Fahrschein die Möglichkeit, den ÖPNV in der Zielstadt für eine Fahrt zum Ziel der Reise und zurück kostenfrei und im Ticket inkludiert zu nutzen (Köster et al. [13]). In den folgenden Jahren wurde das Konzept weiterentwickelt und beispielsweise auf den Startort der Reise und auf Sparpreis-Tickets erweitert. Allen Kunden wurde das City-Ticket jedoch nicht angeboten, ein Kritikpunkt, der auch später von Seiten des VCD an die Deutsche Bahn herangetragen wird. So führen Kosok et al. [15] aus: „Bei Fahrten im Fernverkehr ist häufig ein Ticket für die Fahrt vom Ausgangsort zum Bahnhof bzw. vom Bahnhof zum Zielort enthalten (gekennzeichnet mit „+City“). 90 % der Befragten wünschen sich, dass Bus und Bahn am Zielort inklusive sind. 82 % wünschen sich das beim Start der Reise.“

- Gerade im Bahnregionalverkehr spielen Festpreise historisch eine große Rolle. Als Initialpunkt wird oft das Schöne-Wochenende-Ticket (SWT) betrachtet, welches im Einführungsjahr 1995 noch 15 DM kostete und für maximal 5 Personen und das ganze Wochenende nutzbar war (im Bahnregionalverkehr). Später wurden die Preise sukzessiv stark erhöht und die Leistungen reduziert (der Preis für 5 zusammen reisende Personen stieg von 7,70 € in 1995 auf 68 € in 2018; vgl. Wüstenberg [44]). Durch das Quer-durchs-Land-Ticket wurde das SWT später obsolet (2019). Neben dem bundesweit gültigen Angebot bestehen weiterhin Ländertickets, die die Mobilität im Bundesland abdecken.
- Während im klassischen Bartarif häufig Tageskarten angeboten wurden (das Ticket wird einmal gekauft und kann dann mehrmals pro Tag genutzt werden), setzen sogenannte eTarife auf das Prinzip der Vereinfachung. Kunden können beispielsweise durch eine Bestätigung in der Smartphone-App den Start und das Ende der Fahrt bestimmen, im Hintergrund wird entweder das richtige Tarifprodukt gefunden, oder aber es wird ein entfernungsabhängiger Tarif berechnet (Krämer und Bongaerts [19]).

Klar ist aber auch: Die Schwerpunkte der Nahverkehrs-Mobilität finden im kürzeren Entfernungsbereich statt. Hier sind die Tarifaufgestaltungen für den Laien teilweise schwer verständlich, selbst wenn es um die Tarifaufwahl am eigenen Wohnort geht. Budras [3] schreibt dazu: „Beim Anblick der Karte zu den Verkehrs- und Tarifverbänden in Deutschland müsste jedes Gezeter über den Flickenteppich der Corona-Maßnahmen verstummen. Es ist absurd, wie viel Kleinstaaterei sich Deutschland in diesem Bereich leistet. Normale Nutzer jenseits der großen Metropolen (und Verkehrsverbände) blicken da längst nicht mehr durch.“ Darin kommt zum Ausdruck, dass trotz aller Versuche einer Vereinfachung, entsprechend strukturierte (räumlich getrennte) und differenzierte Preiselemente immer komplex erscheinen müssen, und zwar für potenzielle Kunden im Wohnort (geringes Involvement) und noch mehr für Personen, die in einer fremden Stadt unterwegs sind. Genau hier greift ein Element wie das 9-Euro-Ticket. Der Zugang zum ÖPNV ist immer und überall ohne Hürden möglich.

1.4 Zum Start: Einige Eckpunkte, die es zu beachten gilt

Einige grundsätzliche Aspekte sollen zum Beginn der Lektüre vorangestellt werden, Punkte, die quasi eine Klammer bilden. Diese betreffen erstens die Frage des Zielsystems (Welche Ziele sollen verfolgt werden und wie wird die Zielerreichung definiert?), zweitens das Verständnis, was notwendig ist, um eine Verkehrswende in Deutschland tatsächlich einleiten zu können und drittens, warum es essenziell ist, sich mit bestehenden Narrativen im Verkehrssektor zu beschäftigen, aber gleichzeitig auch, diese in Frage zu stellen.

1.4.1 Erfolg: Eine Frage des Zielsystems

Marketing steht in den letzten Jahren stark in der Kritik, auch wegen der unzureichenden Rechenschaftspflicht. Kritisiert wird, es fehle an verbindlichen Zielwerten, anhand derer sich der Erfolg oder Misserfolg bestimmen lässt (Stewart [37]; Burgartz und Krämer [4]). Grundsätzlich ist daher auch bei „politisch motivierten“ Tarifentscheidungen zu fragen, anhand welcher Kriterien denn diese zu evaluieren seien. Beim 9-Euro-Ticket wurden in der späteren Diskussion auch die sozialen Effekte, u. a. die Verteilungsgerechtigkeit diskutiert. Aber alleine bei dieser möglichen Zieldimension ergeben sich gänzlich unterschiedliche Perspektiven, wie Rubensson et al. [33] beschreiben. Am Beispiel Tarifgerechtigkeit unterscheiden sie drei Dimensionen. In einer normativen Dimension sind die Grundlagen des Fairnessprinzips festzulegen. Dann ist zu bestimmen, was bewertet werden soll (Inputs wie Fahrpreise, Steuern etc., Outputs wie Zugänglichkeit oder geografische Abdeckung, oder Verbrauch wie durchgeführte Fahrten). Drittens muss entschieden werden, welche Verteilungsunterschiede gemessen werden sollen, ob also eher die horizontale Gerechtigkeit (Gleichheit zwischen Mitgliedern derselben Gruppe wie allen ÖPNV-Nutzern) oder eine vertikale Gerechtigkeit (Gerechtigkeit zwischen Mitgliedern verschiedenen Gruppen, z. B. verschiedene Einkommens-, Alters- oder Berufsgruppen) im Vordergrund stehen soll.

Neben der primären Zielsetzung der Entlastung – der zum Zeitpunkt der Entscheidung zum 9-Euro-Ticket einzigen klar formulierten Zielfunktion – wurden auch Klimawirkungen oder die Entlastung des Straßenverkehrs diskutiert. Wichtig ist allerdings die Forderung (und die gilt für das Marketing genauso wie für eine bundesweit gültige Monatskarte im Nahverkehr), dass frühzeitig ein verbindlicher Zielkatalog beschrieben wird und nicht erst im Laufe der Implementierung im Markt. Genau zu diesem Eindruck gelangt derjenige, der die Diskussion zum 9-Euro-Ticket verfolgt hat. So kommt Schnellenbach [36] in seiner Bewertung des Entlastungspakets der Bundesregierung aus dem März 2022 zur Schlussfolgerung:

„Auch das 9-Euro-Ticket wirkte nicht zielgenau. ÖPNV-Pendler hätten ebenfalls von einer weitergehenden Erhöhung der Pendlerpauschale profitiert, damit aber wenig Anreiz zu einer weiteren Ausweitung von Fahrten gehabt. Das 9-Euro-Ticket dagegen führte

neben einer durchaus gewollten Substitution von Auto- durch ÖPNV-Fahrten nach ersten Untersuchungen auch zu einer deutlichen Ausweitung von Mobilität vor allem im Freizeitverkehr.“

An dieser Stelle sei es dem Leser überlassen, zu bewerten, ob denn beispielsweise induzierte Freizeitfahrten von Familien mit Kindern – wenn es denn so gewesen sein soll – tatsächlich ein Problem darstellen oder Teil der Lösung sind (nämlich eine gefühlte Entlastung bewirken).

1.4.2 Klima- und Verkehrswende: Es kommt auf das Portfolio an

In einer final geänderten Argumentationslinie kommt der VDV in der Evaluation des 9-Euro-Tickets Ende Aug. 2022 zur Erkenntnis, „drei Monate 9-Euro-Ticket haben so viel CO₂ eingespart wie ein Jahr Tempolimit“ (VDV [40]) und erntet damit Kopfschütteln in der Wissenschaft (Delhaes [6]). Allein schon die Gegenüberstellung beider Maßnahmen suggeriert, die Gesellschaft könne sich entscheiden: Tempolimit oder 9-Euro-Ticket. Dabei könnte beides angestrebt werden, und zwar mit jeweils klar abgesteckten Zielen. Erstaunlicherweise ist die Bereitschaft von politischer Seite, sich des Themas Tempolimit zu öffnen, in eigenartiger, kaum nachzuvollziehender Form begrenzt. Auf die Berichterstattung zu einer modifizierten Abschätzung des Umweltbundesamtes UBA (Schmaus et al. [35]) zu den Wirkungen des Tempolimits auf deutschen Autobahnen (Emissionen in Höhe von 6,7 Mio. Tonnen CO₂-Äquivalente könnten eingespart werden, wodurch sich die CO₂-Emissionen im Straßenverkehr durch das Tempolimit um 4,2 % reduzieren ließen – eine UBA-Studie von 2020 war lediglich von 2,6 Mio. Tonnen ausgegangen) reagierte die Bundestagsfraktion der FDP mit einem Gegengutachten in einer Phase, in der selbst die Ablehnung gegen das Tempolimit beim ADAC bröckelt (Gerhard [9]). Wenn die Ergebnisse des UBA dann als irreführend beschrieben werden, dient das nicht zwingend dem Vertrauensaufbau in die politischen Institutionen. Auch die weiterführende Argumentation ist bemerkenswert: Bei einem Tempolimit von 120 km/h auf deutschen Autobahnen würde jeder Bürger pro Tag im Durchschnitt ganze 24 s verlieren, zusammengerechnet also 202 Mio. Stunden beziehungsweise 23.000 Jahre Zeitverlust pro Jahr. Monetarisiert bedeutet dies einen wirtschaftlichen Gesamtschaden von 5,2 Mrd. – in den Sozialen Medien führen diese Argumentationen zu heiteren, meist zynischen Kommentaren (vor allem im Kontext des im März 2023 veröffentlichten Gutachtens des Weltklimarats).

Dabei scheint die Diskussion um CO₂-Äquivalente viel zu kurz gegriffen. Unbestritten ist, „der Verkehrssektor hinkt seit 30 Jahren im Klimaschutz hinterher“ (Kasten [11]), eine Verkehrswende ist aber nicht nur aus Klimagesichtspunkten erforderlich, sondern auch um Nachfrage auf effiziente Verkehrsträger zur verlagern, die Umwelt und Ressourcen zu schonen und insgesamt zu einem sinnvollen Maß an Mobilität zu kommen.

1.4.3 Der Umgang mit Narrativen

Anders als die Mehrheit der Wissenschaft verlässt sich der Wirtschaftsnobelpreisträger Robert Shiller nicht nur auf Zahlen, Daten und Fakten, sondern versucht, die rein statistische Betrachtungsweise um eine emotionale Perspektive zu erweitern. Er sieht die Ursache für Irrationalität oder Übertreibungen in den Märkten auch durch das Phänomen populärer Geschichten erklärbar. Er beschreibt ein Storytelling, das das individuelle und kollektive Wirtschaftsleben vorantreibt als „Narrative Wirtschaft“. Entsprechend mächtige Narrative sieht er beim Ausbruch der Großen Depression, der Finanzkrise 2007/8 und dem Bitcoin.

Shiller selbst fordert (Lindenblatt und von Buttlar [27]):

„Wir brauchen eine Revolution in der Wirtschaftswissenschaft. Ökonomen müssen auch Narrative studieren. Wir müssen die Realität von populären Geschichten und menschlichem Denken akzeptieren und eine Möglichkeit entwickeln, sie zu quantifizieren, aufzulisten oder ihren Fortschritt im Laufe der Zeit zu beobachten. Die Leute reden zum Teil über Dinge, weil sie Realität sind, oder sie reden so lange darüber, dass sie Teil der Realität werden. Also müssen wir unsere Prognosemethoden erweitern.“

Den Kern seiner Analyse bildet das epidemiologische Modell – Narrative verbreiten sich wie Viren: Menschen teilen sie mit anderen Menschen. Dabei entpuppen sich manche Narrative als eher harmlos, manche als sehr infektiös. Die besonders ansteckenden Varianten verbreiten sich am weitesten und beeinflussen damit unser Denken und Handeln.

Im Rahmen der Diskussion um das 9-Euro-Ticket und das Deutschlandticket sind gleich mehrere Narrative zu berücksichtigen, die nicht nur auf den ersten Blick eingängig sind, sondern ebenso irreführend und gefährlich. Gefährlich deshalb, weil sie sich als Self-fulfilling Prophecy manifestieren können. Um nur einige zu nennen: „Ein kostenloser Nahverkehr in Deutschland ist nicht finanzierbar“, „Im Nahverkehr spielt der Preis zu Generierung nach Nachfrage nur eine untergeordnete Rolle“, „Mit günstigen Tickets gelingt es nicht, einen einzigen Autofahrer zum Umstieg auf die Bahn zu motivieren“ oder „Günstige Tickets für den Nahverkehr sind kontraproduktiv – sie führen nur zu induziertem Verkehr und schaden damit der Umwelt“.

1.5 Grundlogik des Buches

Dieses Buch ist in 4 Teile und 10 Kapitel unterteilt (Abb. 1.3). Teil 1 wagt einen Blick zurück. Während das erste Kapitel einen Spannungsbogen aufzeigt und erläutert, warum das 9-Euro-Ticket viel mehr als nur ein Baustein des Entlastungspakets der Bundesregierung war, befasst sich das zweite Kapitel mit Fragen der Preisbildung und -kommunikation. Innerhalb des Preismanagements lassen sich unterschiedliche Strömungen beobachten (Krämer [16], Krämer und Kalka [24]). So wird einerseits der Versuch unternommen, Preise für Produkte und Services immer weiter auszudifferenzieren und andererseits, feste Preisen mit weitgehendem Verzicht auf Preisdifferenzierung anzu-

Der Blick zurück: ÖPNV 2022	1	Das 9-Euro-Ticket: Viel mehr als ein Baustein des Entlastungspakets der Bundesregierung
	2	Flat-Pricing: Der Stellenwert von Festpreisen im Preismanagement im Allgemeinen und im ÖPNV im Besonderen
	3	ÖPNV und Bahnverkehr in der Krise: Wie Corona einen jahrzehntelangen Wachstumstrend zerstört und ein Zurück in die alte Welt auf sich warten lässt
Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket	4	Die politische Entscheidung und Vorbehalte zum 9-Euro-Ticket vor dem Marktstart
	5	Ambivalente Erfahrungen der Nutzer des 9-Euro-Tickets im Juni 2022 und die mediale Veränderung vom „Problemkind zum Erfolgsfall“
	6	Nachfrage- und Verlagerungseffekte durch das 9-Euro-Ticket: Unterschiedliche Messansätze und der Beitrag zur Verkehrswende
Das Nachfolge- angebot	7	Vom 9-Euro-Ticket zum Deutschlandticket: Preis und Ausgestaltung des Nachfolgeangebots
	8	Deutschlandticket: Markteinführung und Wirkungsmechanismus
	9	Der Versuch einer Evaluierung: Was das Deutschlandticket leisten kann und was nicht
Aus- blick	10	Der Blick nach vorne: Optionen für eine Welt nach dem Deutschlandticket

Abb. 1.3 Aufbau des Buches

bieten. Beide Stränge finden sich auch im ÖPNV sowie im Bahnbereich. Hier erhalten die Stammkunden seit langem ein Angebot an Zeitkarten (mit oder ohne Abonnement), welches eine unbegrenzte Nutzung in einem (meist räumlich) begrenzten Geltungsbereich umfasst. Entsprechende Angebote haben sowohl für die Kunden als auch für die Verkehrsunternehmen Chancen und Risiken. Für die Unternehmen ergeben sich Vorteile durch einen stetigen Erlösfluss (insbesondere im Abo), wobei Risiken darin zu sehen sind, wenn Nachfragesteigerungen zu Kosten für Kapazitätserweiterungen führen. Unternehmen profitieren von einer Situation, in der Kunden den Break-even der Zeitkarte nicht erreichen. Ausgehend von den Erfahrungen der Stadt Wien werden auch im deutschen ÖPNV in den letzten Jahren teilweise 365-Euro-Jahrestickets eingeführt, andererseits werden diese vehement abgelehnt. Auch hier gibt es in den Nachbarländern interessante Entwicklungen. So wurde politisch versucht, den Gedanken eines Pauschaltickets auf Regionen und auf ganz Österreich zu übertragen. Daraus entstand die Idee des 1-2-3 Klimatickets. Die Idee: 365 € für ein Bundesland, der doppelte Preis für zwei Bundesländer und der dreifache für ganz Österreich. Anders sieht es in Luxemburg aus: Hier wurden der ÖPNV und Bahnverkehr ab 2019 komplett kostenlos für die Nutzer. Politisch, finanziell und verkehrstechnisch ist dies ein besonders radikaler Ansatz. Hintergrund: Luxemburg ist nicht nur europäischer Spitzenreiter in Bezug auf die Relation Pkw je Einwohner, sondern auch durch eine besondere Pendlersituation gekennzeichnet. Beides führt zu einer erheblichen Pkw-Verkehrsbelastung (Knopf [12]). In der Schweiz, historisch besonders bahnaffin, verfügen weite Teile der Bevölkerung über Abos für den ÖPNV. Besonders prominent ist das General-Abonnement, das als Flatrate Zugang zum kompletten öffentlichen Verkehr gewährt. Allerdings ist der Preis auch vergleichsweise hoch. Angeboten wird das Ticket ab 75 Franken (Familien) pro Monat bis

hin zu 6300 (GA Erwachsene, 1. Klasse, Preise bis 9. Dez. 2023) Franken pro Jahr. Das Standardprodukt GA Erwachsene 2. Klasse kostet 3860 CHF p.a. (umgerechnet 322 CHF pro Monat). Pandemie-bedingt ist die Zahl der GA-Nutzer in der Schweiz deutlich eingebrochen, dann nach 2021 wieder angestiegen und erreicht in 2022 gut 0,43 Mio. Abo-Kunden. Das HTA (Halbtax-Abonnement) ist gleichzeitig stark im Absatz angestiegen und erreicht in 2022 fast die Marke von 3,0 Mio. Kunden (Kohler [14]). Geplant war zudem von den SBB die Einführung eines „Guthaben-Abos“, bei denen die Kunden 800 CHF Guthaben erwerben und für 1000 CHF Fahrkarten kaufen können (ab Dez. 2023 als Halbtax Plus im Angebot).¹

Kapitel drei beschäftigt sich mit einer Situationsanalyse und beschreibt den ÖPNV und Bahnverkehr in der Krise. Unterschieden wird dabei zwischen einer inneren und äußeren Krise von Bussen und Bahnen. Bis zum Anfang der Corona-Krise blickt die ÖPNV-Branche auf ein kontinuierliches Wachstum zurück, das man als jahrzehntelange Erfolgsgeschichte verstehen kann. In der Tat hat es die Branche geschafft, die Beförderungsleistung stetig zu erhöhen, allerdings ist der Mobilitätsmarkt insgesamt gleich oder noch stärker gestiegen. In einer Betrachtung über die vergangenen Jahrzehnte lässt sich kein signifikanter Zuwachs für den ÖPNV am Modalsplit erkennen (Umweltbundesamt [38]). Zumindest im Rückblick kann demzufolge nicht von einer erkennbaren „Verkehrswende“ gesprochen werden. Die Corona-Pandemie ändert dieses Bild noch einmal schlagartig und zeigt die ÖPNV-Branche Mitte 2023 in einer Phase mehrerer sich überlagernder Krisen. Diese Krisenperspektive hat einen äußeren Pfad, der mittelbar oder unmittelbar mit Corona verknüpft ist und einen inneren Pfad, bei dem Finanzierungs-, Performance- und Image-Themen zu diskutieren sind. Im Kern spielt das Fehlen einer inhaltlichen Kundennähe bzw. Kundenzentrierung eine wichtige Rolle (Krämer et al. [21]). Alleine vor diesem Hintergrund ist die spätere Beschreibung des „Sommermärchens“ als Phase, in der das 9-Euro-Ticket im Markt war, zu verstehen.

Der zweite Teil des Buches diskutiert die Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket. Kapitel vier führt aus, wie die gesamtgesellschaftlichen Rahmenbedingungen die politische Entscheidung zum 9-Euro-Ticket beeinflusst haben und warum erhebliche Vorbehalte vor dem Marktstart bestanden. Wenn im Rückblick die Erfahrungen mit der bundesweit gültigen Monatskarte weitgehend positiv sind, blendet dies aus, dass die Entstehungsgeschichte zunächst wenig märchenhaft erscheint. Die Krisensituation – manche sprechen auch von multiplen Krisen – im Frühjahr des Jahres 2022, aber auch das wahrgenommene schlechte Krisenmanagement der Bundesregierung (Krämer und Hercher [23]), haben die politisch Verantwortlichen zu einem Entlastungspaket bewogen, das die bereits eingetretenen bzw. sich abzeichnenden Kostenexplosionen für die Verbraucher abmildern sollte. Innerhalb des Entlastungspakets erhält das 9-Euro-Ticket nach der Entscheidung im März 2022 zunehmend an öffentlicher Beachtung (die bis dato moderat gestiegene Inflationsrate lag bei mehr als 7 %, die Preisniveaus für Kraftstoffe erreichten ungeahnte Höhen; vgl. EZB [8]).

¹ Im März 2024 berichten die SBB über einen Abo-Bestand von 447000 GA (Ende 2023), 3,15 Mio. Halbtax-Abonnements und ca. 71000 Halbtax Plus.

Dabei steht dessen Umsetzung unter einem denkbar schlechten Stern. Die Nahverkehrsunternehmen sind auf die Implementierung einer bundesweit gültigen Monatskarte nicht vorbereitet. Experten sehen wenig Sinn in der Umsetzung, die Begeisterung in der Öffentlichkeit scheint begrenzt, zumindest legen dies einige Befragungsergebnisse nahe, die eine eher geringe Kaufwahrscheinlichkeit erwarten ließen. Viele fragen sich, warum denn der ÖPNV nicht grundsätzlich kostenfrei angeboten werden könne, anstatt einen Preis von 9 Euro monatlich zu verlangen. Trotzdem ergeben sich Chancen für die Branche, die im dritten Jahr der Corona-Krise immer noch unter Fahrgastverlusten und finanziellen Defiziten zu leiden hatte. Dies hängt nicht nur mit den außergewöhnlichen Rahmenbedingungen zusammen, sondern auch mit latenten Nachfragepotenzialen in der Bevölkerung.

Kapitel fünf beschäftigt sich zunächst mit der Einführungsphase des 9-Euro-Tickets. Der Marktstart war nicht leicht, schienen sich doch die in Medien und Fachwelt vorab skizzierten Überlastungs-Szenarios des Systems Bahn/ÖPNV zu bestätigen. Wie erste Befragungen zu Beginn der Gültigkeitsperiode verdeutlichen, nehmen die Ticketbesitzer zwar Defizite bei der Nutzung des Angebotes wahr und kritisieren dies, allerdings zeigen sich in der Gesamtbetrachtung bereits Mitte Juni überwiegend positive Effekte (Krämer [17]). Diese betreffen eine hohe Marktakzeptanz, die positive Wahrnehmung des Tickets, die über die reine Kundenzufriedenheit hinausgeht und häufig mit Aspekten wie Freiheit und soziale Teilhabe in Verbindung gebracht wird, aber auch positive Verlagerungseffekte und damit Klimawirkungen. Alleine diese unterschiedlichen Betrachtungs- und Erfahrungsebenen verdeutlichen die Herausforderungen und Schwierigkeiten, den Wirkungsmechanismus des 9-Euro-Tickets vollumfänglich zu verstehen (Krämer [18]). Daher kam es in der Medienberichterstattung, Politik und Öffentlichkeit erst gegen Ende der Gültigkeitsperiode zu einer eher gesamthaften und überwiegend wohlwollenden Sicht auf das Ticket, während bisherige Bewertungen häufig einzelne Aspekte mit einem überkritischen Blick betrachteten und das 9-Euro-Ticket als wenig zielgerichtet und ineffektiv beschrieben. Aus dem anfänglichen „Problemkind“ entwickelt sich ein Erfolgsfall.

Zentral für diesen Betrachtungswechsel war die Frage der Nachfrageverlagerung, auf die Kapitel sechs fokussiert. In diesem Punkt herrschte nicht nur während des Gültigkeitszeitraums Jun. – Aug. 2022, sondern auch darüber hinaus, eher ein Tunnel- denn ein Adlerblick vor. Damit verbunden sind mannigfaltige Wahrnehmungsverzerrungen, die einer nüchternen und neutralen Evaluierung des Tickets im Weg stehen. Als Datengrundlagen wurden in Fachkreisen und in der öffentlichen Diskussion insbesondere die Befragung des VDV (VDV et al. [41]) sowie die auf experimentellen Daten basierende Analyse des Statistischen Bundesamtes (Destatis [7]) genutzt. Dieses Kapitel beleuchtet die Probleme in der Erhebungsmethodik, bei der Analyse und bei der Interpretation der Daten, die dann zum Eindruck geführt haben, das 9-Euro-Ticket habe primär für neue Mobilität gesorgt, statt den gewünschten Effekt einer Verlagerung von Pkw-Fahrten zu erzeugen. Erst später wurde dieses Narrativ zumindest teilweise wieder umgekehrt (Krämer und Korbitt [25]; Krämer et al. [26]). Das zwischenzeitliche Problem bei der Evaluierung des 9-Euro-Tickets war folglich ein Erkenntnisproblem, und zwar im Wesentlichen dadurch bestimmt,

dass ein übergeordneter Vergleich unterschiedlicher Datenquellen und -ergebnisse und der Versuch, Widersprüche unterschiedlicher Studienergebnisse aufzulösen, unterblieben ist.

Der Fokus des dritten Teils des Buches liegt auf der Entwicklung und Einführung des Nachfolgeangebots Deutschlandticket. Kapitel sieben beschreibt die Übergangsperiode vom 9-Euro-Ticket zum Deutschlandticket. Bereits vor Ende der Gültigkeit des 9-Euro-Tickets war klar: Der Bund lehnt eine Verlängerung der 9-Euro-Ticket-Aktion aus Kostengründen ab. Doch die Diskussion um ein günstiges Ticket für den Nahverkehr war deshalb noch lange nicht vom Tisch. Ganz im Gegenteil. Zwar hatte Finanzminister Lindner noch Anfang Aug. 2022 die Fortsetzung des Tickets ausgeschlossen, und zwar mit der Begründung, es sei „nicht nachhaltig finanzierbar, nicht effizient und nicht fair“. Bei seiner Argumentation auf Twitter (die auch den Begriff „Gratismentalität“ aufgreift) verweist er auch auf einige Fachleute, die Zweifel am Nutzen der Maßnahme äußerten (NN [31]). Nach einem positiven Votum durch die Bundesregierung und einer grundsätzlichen Entscheidung in der Verkehrsministerkonferenz, galt es nicht nur, eine sinnvolle Preishöhe für das bundesweit gültige Ticket zu bestimmen, sondern auch Eckpunkte für die Kundenprozesse (Tarifkonditionen) festzulegen. Zu wenig beachtet wird dabei: Die Höhe des monatlichen Ticketpreises und die Ausgestaltung der Tarifkonditionen (nur digitales Ticket, monatlich kündbares Abo) haben einen Einfluss auf das Absatzpotenzial des Deutschlandtickets, die strukturelle Zusammensetzung der Ticketnutzer bis hin zu den potenziellen Nachfrage- und Klimawirkungen (Krämer et al. [26]).

Der Marktstart des Deutschlandtickets im Mai 2023 macht schnell deutlich, dass die Absatzzahlen für das Nachfolgeangebot erheblich sind, aber weit unter dem Niveau des 9-Euro-Tickets liegen (Kapitel acht). Dabei zeigt sich auch, dass für viele Menschen ein 49-Euro-Monatsticket nicht mehr ausreichend attraktiv ist, zumal auch die veränderten Tarifkonditionen (digitales Ticket, Abo-Regelung mit speziellen Kündigungsregelungen) wirken. Trotzdem werden auch beim Deutschlandticket positive Verlagerungswirkungen und damit Klimaeffekte erkennbar. Statt der monatlich gezählten bis zu 30 Mio. Ticketnutzer wie beim 9-Euro-Ticket wird im Sommer 2023 von etwa 10–11 Mio. Nutzern des Deutschlandtickets gesprochen.

Diese Zusammenhänge werden in Kapitel neun (Evaluierung) aufgegriffen und um weitere Wirkungsmechanismen ergänzt. Hier soll der Versuch unternommen werden, das Deutschlandticket möglichst umfassend zu bewerten (Kosten-Nutzen-Analyse), gleichzeitig aber auch Weiterentwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen und diese in den Kontext weiterer Maßnahmen zum Erreichen der Verkehrswende- und Klimaziele zu stellen.

Der letzte Abschnitt wagt einen Ausblick (Abb. 1.3). Kapitel zehn richtet den Blick nach vorne, ausgehend von den Erfahrungen des 9-Euro-Tickets und den bisherigen Erkenntnissen zum Deutschlandticket. Die von der Bevölkerung mitgetragenen Ziele im Bereich Klima und Verkehr erfordern erstens ein Maßnahmen-Paket, zweitens einen verbindlichen Zeitplan und drittens den absoluten Willen zur Umsetzung. Die große Wirkung ist Folge der Umsetzung vieler (koordinierter) Einzelmaßnahmen.