

Das 9-Euro-Ticket

Ziele, Wirkungsmechanismen und Perspektiven

9-Euro-Ticket, Verkehrswende, Verkehrsmittelverlagerung, 365-Euro-Ticket

Mit dem 9-Euro-Ticket bezweckt die Politik eine Entlastung der Verbraucher (ÖPNV-Nutzer), führt aber gleichzeitig das bisher größte Feldexperiment im Mobilitätsbereich durch. Die Analysen für den Hamburger Verkehrsverbund (HVV) im Speziellen und übergreifend für das Bundesgebiet unterstreichen nicht nur einen erheblichen Nachfrageschub, den die Branche nach der Corona-Pandemie dringend braucht, sondern lassen auch Nachfrageverschiebungen zulasten des PKW und zugunsten von Bussen und Bahnen erwarten. Diese Effekte sind nur bei extrem günstigen Preisen zu erwarten und bei Angeboten mit deutlich höherem Preis wie z. B. 69 EUR pro Monat nicht realistisch.

Andreas Krämer, Anna Korbutt

Das Treffen des Koalitionsausschusses der Bundesregierung zum Energie-Entlastungspaket am 23. März 2022 könnte nachhaltige Wirkungen für die gesamte Mobilitätsbranche mit sich bringen [1]. Neben einem Tankrabatt, zwischenzeitlich eher kritisch in den Medien und in der Wissenschaft diskutiert, wurde das 9-Euro-Ticket kreiert, welches die bundesweite Nutzung des Nahverkehrs in den Monaten Juni bis August 2022 für umgerechnet 0,30 Cent pro Tag ermöglicht. Die Bewertung als Erfolgsmodell ließ nicht lange auf sich warten und erfolgte bereits vor Ablauf der 3-Monats-Periode [2]. Der Absatzerfolg und die Mobilisierung von Non-Usern überraschen wohl auch medienpräsenante Mobilitätsforscher, die das große Segment der Autofahrer bisher für nicht erschließbar hielten [3]. Selbst kritische Medien bezeichneten das Angebot als „eine echte Sprunginnovation“ [4]. Greenpeace sieht das Ticket sogar als wesentliches Instrument zur Erreichung der Klimaziele [5].

Wie viel Nachfrage ist preislich generierbar?

Dabei ist zu beachten, anhand welcher Kennziffern der Erfolg des Tickets bemessen werden soll. Bei einigen Aspekten ist die Lage bereits nach dem ersten Nutzungsmonat relativ klar. Die Entlastung der ÖPNV-Stammkunden wird erreicht. Dies ergibt sich aber zwingend daraus, dass bestehende Abo-Kunden der Verkehrsunternehmen und -verbände (ca. 10 Mio. Menschen) automatisch das 9-Euro-Ticket erhalten und die preisliche Differenz zum teureren Abonnement erstattet wird. Ob es bei anderen Ticketkäufern zu Entlastungseffekten kommt, hängt davon ab, wie stark Fahrten von anderen Verkehrsmitteln – primär dem PKW –

auf Busse und Bahnen verlagert werden. Die Wertschätzung für das Ticket ist groß. Nach eigenen Berechnungen generierte das 9-Euro-Ticket allein im Juni 2022 einen Kundennutzen von mehr als 1 Mrd. EUR [6]. Andere Betrachter bemessen den Erfolg des Angebots an den Verkaufs- bzw. Nutzerzahlen. So interpretiert der VDV die für Juni 2022 abgeschätzten mindestens 30 Mio. Nutzer als Erfolgsfaktor [7].

Bei einem Erfolgsfaktor besteht offensichtlich Klärungsbedarf, und zwar zur Höhe des Nachfragezuwachses für den Nahverkehr bzw. zu den Effekten der Verkehrsmittelverlagerung – also der Frage, wie die getätigten Fahrten ohne das 9-Euro-Ticket unternommen worden wären. Eine Erfolgsgeschichte ergibt sich dann, wenn Busse und Bahnen signifikant an Nachfrage gewinnen und dies zulasten von klimaschädlichen Verkehrsträgern (also insbesondere dem PKW) und nicht etwa von Fahrrad- oder Fußwegen. Bedenklich ist insofern, wenn der VDV feststellt: „Gut jede vierte aller Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket, einschließlich der Fahrten der Abo-Kundinnen und -kunden, wäre ohne das Ticket von vornherein gar nicht unternommen worden“ [8]. Ungeachtet dessen werden bereits im Juni und Juli erste tarifliche Nachfolgeprodukte diskutiert, darunter ein bundesweit gültiges 365-Euro-Ticket (Monatsbetrag 30,40 EUR) oder ein monatlich buchbares Ticket zum Preis von 69 EUR. Vor diesem Hintergrund versucht der vorliegende Beitrag erstens, mehr Transparenz bezüglich der Wirkungsweise des 9-Euro-Tickets in punkto zusätzlicher Nachfrage und Verlagerungseffekte zu schaffen, indem unterschiedliche Datenquellen verknüpft werden (bundesweit und für den Hamburger Verkehrsverbund HVV), und zweitens, diese Ergebnisse als

Grundlage für eine Einschätzung zu tariflichen Nachfolgeprodukten einzuordnen.

Fahrgastplus durch das Ticket – aber uneinheitlich

Auch wenn es nicht trivial ist, Veränderungen der Fahrgastzahlen im ÖPNV konkret dem 9-Euro-Ticket zuzuweisen, liegen bereits im Juli 2022 punktuell erste Bewertungen vor. Der HVV geht von Nachfragezuwachsen in Höhe von 20 % (+5 % ggü. 2019) aus [9]. Für Berlin wird berichtet, dass die Fahrgastzahlen Mitte Juni 2022 etwa 96 % des Vor-Corona-Niveaus erreichen, nachdem sie im Mai 2022 noch bei 80 % lagen (+20 %) [10]. Die Stadt Frankfurt berichtet von einem Nachfrageplus von 19 % gegenüber dem Vormonat Mai [11], während der Verkehrsverbund Rhein-Neckar auf 6,5 % kommt, allerdings gegenüber dem Vor-Corona-Niveau [12]. Die Verkehrsunternehmen in Bayern sprechen von einem Fahrgastzuwachs von 20 bis 30 %, wobei insbesondere Regionalstrecken stark betroffen sein sollen [13].

Die Deutsche Bahn verweist auf erhebliche Steigerungen der Nachfrage. Im Juni 2022 sollen die Fahrgastzahlen im Nahverkehr etwa „10 bis 15 Prozent stärker frequentiert sein als vor Beginn der Corona-Pandemie“ [14]. Auch Daten des Statistischen Bundesamtes sind nutzbar, um Nachfrageeffekte des neuen Tickets zu bestimmen, allerdings auch nur eingeschränkt, weil die genutzten Mobilfunkdaten nur ab Entfernungen von mehr als 30 km valide Zuordnungen zu Verkehrsmitteln erlauben. Verglichen wurden die aktuellen Zahlen der Bahnreisenden mit den Zahlen des Jahres 2019, wobei sich für Juni 2022 ein Plus von 42 % ergibt („im Mai 2022 hatten sie noch um 3 % höher als im Mai 2019 gelegen“). Gleichzeitig wird ein moderater Rückgang

der PKW-Fahrten festgestellt [15]. Die TAZ schlussfolgert, der Straßenverkehr habe nur geringfügig abgenommen und weiter: „Die Züge haben das Auto nicht verdrängt, sondern wurden zusätzlich genutzt.“ [16].

Auch andere Berichterstattungen sprechen von einer besonders starken Nutzung des Tickets am Wochenende und einem geringen Rückgang bei kurzen Autofahrten [17]. Bereits Anfang Juni veröffentlichte das Magazin Der Spiegel Befragungsergebnisse, nach denen der Freizeitverkehr bei der Nutzung dominiert [18]. Diese Darstellung fragmentierter Datenquellen unterstreicht zum einen, dass sowohl auf kürzeren Strecken am Wohnort Nachfragezuwächse für den ÖPNV als auch auf längeren Strecken außerhalb von Verkehrsverbänden zusätzliche Fahrten für den Bahnverkehr generiert wurden. Schwierig ist hingegen die Bestimmung von Verlagerungseffekten. Hierzu ist ein genaueres Verständnis für die Nutzung des Tickets erforderlich.

Das 9-Euro-Ticket im HVV

Empirische Ergebnisse zur Bewertung und Nutzung

Im Folgenden werden Ergebnisse einer von Exeo im Auftrag des HVV durchgeführten Erhebung zur Nutzung des 9-Euro-Tickets (Jun./Jul. 2022, n = 1.966, Online-Interviews, jeweils zum Monatsende) verdichtet dargestellt (Bild 1).

Durch ein repräsentatives Screening wird erkennbar, dass 46% der Einwohner des HVV-Bezugsgebietes ab 18 Jahren 9-Euro-Ticketnutzer sind. Fast jeder zweite Nutzer ist Abo-Besitzer. Bei knapp 17% handelt es sich um bisherige Nicht- oder Selten-Nutzer des ÖPNV. Die dargestellten Ergebnisse von Statement-Bewertungen fallen bei den Nutzern überwiegend positiv aus und zeigen auch Indikatoren für eine Nachfrageverlagerung (insbesondere vom PKW).

Etwa 76% der Ticketbesitzer stimmen der Aussage zu „Mit dem Ticket ist es möglich, Fahrten vom PKW auf Busse und Bahnen zu verlagern“. Etwa 29% Ablehnung betrifft das Statement „Meine Fahrten mit dem 9-Euro-Ticket im Juni 2022 hätte ich auch ansonsten mit dem Nahverkehr unternommen“. Auf eine Substitution der PKW-Nutzung weisen auch andere Ergebnisse, z. B. dass 23% (30% der Kunden ohne Abo) aktuell häufiger den ÖPNV nutzen als in den Monaten vor der Ticketeinführung und 54% (62% der Kunden ohne Abo) aktuell von einer eingeschränkten PKW-Nutzung ausgehen. 24% der Ticketbesitzer (37% der Kunden ohne Abo) nennen den „Verzicht auf Autofahrten“ als Grund für den Kauf des 9-Euro-Tickets. In der gesamtdeutschen Studie des VDV (identisches Fra-

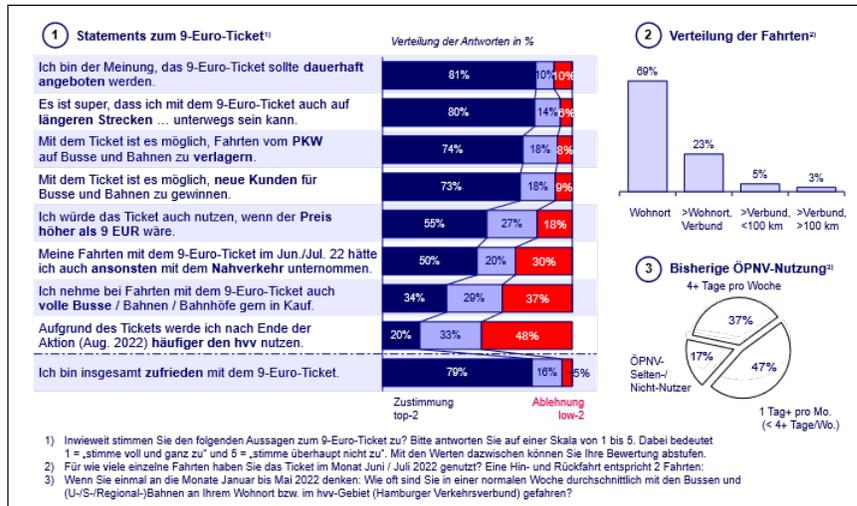


Bild 1: Bewertung, Nutzung und Nutzerstruktur des 9-Euro-Tickets im HVV (Juni 2022)

Alle Darstellungen: Exeo Strategic Consulting AG / Rogator AG

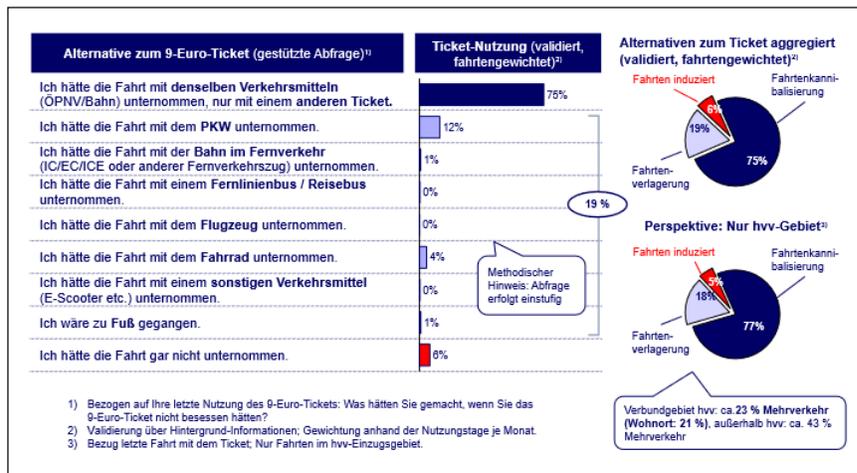


Bild 2: 9-Euro-Ticket - Befragungsergebnisse zur Verkehrsmittelverlagerung (% der Fahrten)

gedesign) liegt dieser Anteil sogar bei 39% aller Nutzer [7].

Verlagerungseffekte durch das Ticket

Alternativen zur Nutzung des 9-Euro-Tickets in einer Welt, in der das günstige Ticket-Angebot nicht existiert, wurden zum einen mit dem Bezugspunkt der letzten Nutzung, zum anderen auf Basis aller Fahrten im Nutzungs-Monat bestimmt. Bild 2 illustriert die Ergebnisse mit dem Bezugspunkt „Letzte Nutzung“. Die Ergebnisse werden dann Fahrten-gewichtet, um Aussagen über das Gesamtbild aller Fahrten pro Monat zu erhalten. Im Ergebnis handelt es sich bei 75% aller Fahrten um bestehende Mobilität im Nahverkehr, 25% der Fahrten konnten hinzugewonnen werden, wobei das Verhältnis zwischen Fahrtenverlagerung und induziertem Verkehr etwa 3:1 ist. Substituiert werden primär Autofahrten. Strukturell entsprechen die Ergebnisse Erhebun-

gen, die die Nutzung zu Beginn der Gültigkeitsperiode im Juni deutschlandweit gemessen haben [19]. Für das HVV-Gebiet wird eine Mehrverkehrsquote von 23% ausgewiesen. Diese ist deutlich höher bei Fahrten, die über das Verbundgebiet hinausgehen (43%). Allerdings entfallen weniger als 10% der Fahrten auf solche Strecken (Bild 1). Die Ergebnisse sind konsistent zu Beobachtungen im HVV-Gebiet (deutliche Fahrtenzuwächse im ÖPNV, leichte, aber signifikante Rückgänge der PKW-Nutzung).

Substituiert werden im Nahbereich auch Fußwege und Fahrten mit dem Fahrrad, auf längeren Strecken kommt es zu Verlagerungseffekten von Fern- zum Nahverkehr mit der Bahn.

Multi-Method-Ansatz zur Prüfung der Ergebniskonsistenz

Wichtig für das Verständnis der abgeschätzten Verlagerungseffekte ist, dass erstens die

alternative Nutzung zum Ticket mit einem einstufigen Ansatz erfolgt (der Studienteilnehmer hat alle Optionen bzw. Alternativen vor Augen), zweitens werden die Daten in unterschiedlichen Schritten validiert (so wird bei Abo-Besitzern im Gültigkeitsbereich des Abos kein Mehrverkehr zugelassen; Verlagerungen vom PKW werden ausgeschlossen, wenn keine PKW-Verfügbarkeit besteht etc.). Auf Basis von Fahrtenfaktoren werden die Ergebnisse dann für die Hochrechnung zusätzlich gewichtet. Ein leicht zu übersehender, aber erheblicher Faktor für die Messung der Verlagerungswirkungen ist die Art der Abfrage. Die Autoren haben durch eine experimentelle Versuchsanordnung belegen können, dass sich die in Bild 2 präsentierten Ergebnisse dramatisch zugunsten des Anteils an induziertem Verkehr und zulasten der Fahrtenverlagerung vom PKW verändern, wenn eine zweistufige Abfrage in Interview zum Einsatz kommt (1. Stufe: Hätten Sie diese Fahrt auch ohne das 9-Euro-Ticket unternommen? Nein = induzierter Verkehr; bei Ja = 2. Stufe: Bestimmung des alternativen Verkehrsmittels [19]). Dies erklärt zu einem erheblichen Teil, warum die Messung des VDV etwa 27 % der Fahrten dem induzierten Verkehr zuordnet (3 % Verlagerung vom PKW; Messung Juni 2022).

Eine Plausibilisierung der Ergebnisse kann neben der inhaltlichen Überprüfung innerhalb des Datensatzes durch externe Daten erfolgen. Hierzu lassen sich die Fahrgastzählungen im HVV heranziehen, andererseits auch Statistiken zur Autonutzung im Stadtgebiet. Stauprobleme auf den Straßen sind den Daten des Navigationsunternehmens TomTom entsprechend im Juni 2022 zurückgegangen – und zwar einerseits im Vergleich zum Vormonat Mai, andererseits auch im Verhältnis zum Juni 2019, also

der Zeit vor der Pandemie [20]. Zu berücksichtigen ist: Leichte prozentuale Verringerungen der PKW-Nutzung bedeuten aber absolut gesehen erhebliche Nachfrageverlagerungen. So liegt das Fahrten-Verhältnis von motorisiertem Individualverkehr zu ÖPNV im HVV bei ca. 3:1 [21], auf Strecken ab 50 km liegt es bei etwa 7:1 [22].

Die Frage nach sinnvollen Ergänzungsangeboten

Maximale Preisbereitschaft der Nutzer

Die in der Öffentlichkeit diskutierten möglichen Nachfolge-Produkte orientieren sich im Prinzip meist an einem vergleichbaren Leistungsumfang, allerdings zu einem erhöhten Preis. Welche potenziellen Nutzer bei entsprechenden Preishöhen angesprochen werden, lässt sich simulieren, wenn die Zahlungsbereitschaften für das 9-Euro-Ticket bekannt sind. So ist nicht nur erwartbar, dass die Preisbereitschaften der Nutzer erheblich streuen, sondern auch, dass sich Teilsegmente erkennbar strukturell voneinander unterscheiden [23].

Im Rahmen einer Sondererhebung der Studienreihe OpinionTRAIN wurde die Nutzung des 9-Euro-Tickets in den ersten sieben Gültigkeitstagen im Juni gemessen. Auf der Basis der eigenen Methodik PSM-Plus [24, 25] wurde abgeschätzt, welchen Preis die Ticketbesitzer maximal für die Nutzung des Nahverkehrs in Deutschland pro Monat zu zahlen bereit sind [6]. In Bild 3 (links, A) sind die individuellen Ergebnisse kumuliert absteigend dargestellt, so dass sich auf dieser Grundlage Preis-Absatz-Beziehungen modellieren lassen.

Auf dieser Basis wurden unterschiedliche Preissegmente definiert und dann analysiert, wie stark sich die Teilgruppen in Hinblick auf die veränderte Verkehrsmittel-

wahl durch das 9-Euro-Ticket unterscheiden. Tendenziell nehmen die Mehrverkehreffekte mit zunehmender Preishöhe ab. Oder anders ausgedrückt: Erst durch die extreme Vergünstigung des ÖPNV ergeben sich stärkere Nachfragezuwächse durch das Pauschalticket (Bild 3, rechts, B). Bereits im Kontext der Diskussion eines kostenlosen ÖPNV wurde darauf hingewiesen [26].

Kundenprofile im Quervergleich

In einem weiteren Schritt werden neben den Nutzern des 9-Euro-Tickets zwei hypothetische Angebote bezüglich der Größe und der strukturellen Zusammensetzung analysiert, und zwar ein Angebot zu 30,4 EUR pro Monat (365-Euro-Ticket) und eine 69-Euro-Monatskarte (Vorschlag VDV), dargestellt über die Segmente 1 bis 3 in Bild 3 links. In Bild 4 werden diese drei Gruppen direkt vergleichbar gegenübergestellt. Insbesondere beim Preispunkt 69 EUR wird deutlich, dass ein solches Angebot zum einen fast 90% der aktuellen Ticketnutzer nicht mehr abdeckt, und zum anderen das Segment durch einen erhöhten Anteil von ÖPNV-Stammkunden, Personen im mittleren Alter mit einem tendenziell höheren Einkommen und Einwohnern größerer Städte gekennzeichnet ist (Bild 4).

Schließlich sind die im Preismanagement bekannten Selbstselektionswirkungen zu erwarten. Bei höheren Preisen steigt die Attraktivität des Tickets für Personen mit hoher und planbarer Mobilität, z.B. Stammkunden des ÖPNV, die auch teilweise längere Fahrten unternehmen, oder Personen, die den Bahnahverkehr auf längeren Strecken öfter als ein- bis zweimal im Monat nutzen. Bisher fungierte das Quer-durchs-Land-Ticket der Deutschen Bahn als Preisdeckel, der bereits mit dem zweiten Nutzungstag pro Monat durch den Preis der Monatskarte von 69 EUR unterlaufen wird. In jedem Fall sind erhöhte Umsatzkannibalisierungen zu erwarten, gleichbedeutend mit einem höheren Finanzierungsbedarf pro Ticket.

Ausblick

Für die zukünftige Tarifgestaltung liefert der 9-Euro-Ticket-Großversuch mehrere Anhaltspunkte. Erstens: Durch niedrigschwellige Preisangebote lassen sich bisherige Nicht- oder Selten-Nutzer mobilisieren. Zweitens: Der ÖPNV (und der Bahnahverkehr) erhalten einen Schub bei den Fahrgastzahlen, der das bestehende Gap zum Vor-Corona-Niveau teilweise schließt bzw. wie in Hamburg sogar deutlich darüber hinausgeht. Dieser Schub ist drittens zumindest nach den vorliegenden Ergebnissen stark durch eine Fahrtenverlagerung vom PKW bestimmt. Viertens produziert das

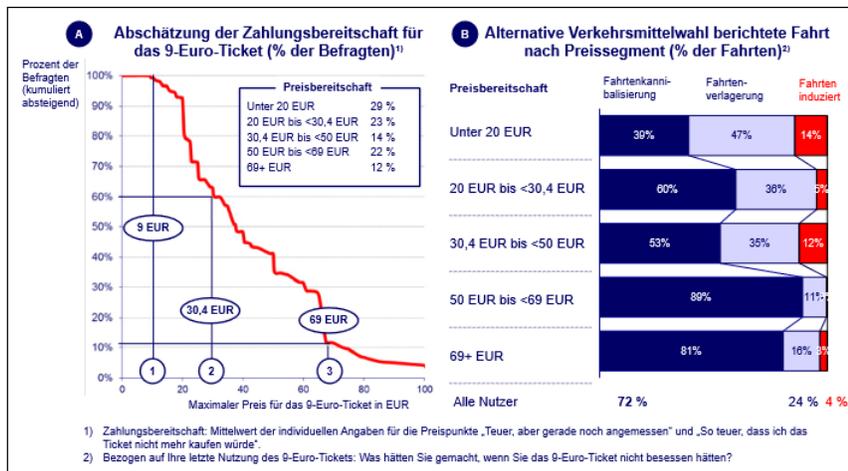


Bild 3: Verteilung der Zahlungsbereitschaften für das 9-Euro-Ticket und alternative Verkehrsmittel in Abhängigkeit von der Zahlungsbereitschaft

Ticket aufgrund der fehlenden Nachfragesteuerung im System Nachfrageüberhänge. Die Kunden akzeptieren bei dem niedrigen Preisniveau Komfortverluste, auf die Verkehrsunternehmen kommen aber Kosten für zusätzliche Kapazitäten zu.

Insofern ist die Frage, wie es nach dem 9-Euro-Ticket weitergehen soll, nichts Geringeres als eine strategische Entscheidung. Vor dem Hintergrund der Verkehrswende und der Klimaziele hat sich dieses befristete Angebot als effizient erwiesen, Nachfrage hin zu Bussen und Bahnen zu verlagern, dem ÖPNV also ein Stück Wettbewerbsfähigkeit zurückzugeben. Die dreimonatige Testperiode sagt leider nichts darüber aus, welche zusätzlichen Nachfrageeffekte möglich sind [5], wenn Autofahrer einen planbar sehr günstigen ÖPNV wahrnehmen und sich herumspricht, dass die Kundenerfahrungen zum weitaus größten Teil positiv sind (hier ist andererseits auch auf die hohe Kundenzufriedenheit und Weiterempfehlungsabsicht zu verweisen, vgl. Bild 2).

Abschließend eine Vision: Was spricht dagegen, ein günstiges Nachfolgeprodukt anzubieten, das zentral über eine bundesweite App (in einer rein digitalisierten Form) angeboten wird und das an die Bedingung geknüpft ist, der Erfassung von Nutzungsdaten in anonymisiert auswertbarer Form zuzustimmen? Wenn keine Lenkungswirkung über den Preis möglich ist, dann bleibt die Lenkungswirkung über die Kundeninformation (z. B. Anzeige möglicher Hochlast etc., Empfehlungen für alternative Wege etc.) [27]. Dies wäre dann auch ein Riesenschritt in Richtung Digitalisierung im ÖPNV.

LITERATUR

[1] Bundesregierung (2022): Fragen und Antworten: 9-Euro-Ticket seit Juni 2022. www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/faq-9-euro-ticket-2028756 (Abruf 20.07.2022).

[2] Grotemeier, C. (2022): Das ÖPNV-Tarifsystem gehört dauerhaft auf den Bierdeckel. Bus & Bahn v. 04.07.2022. www.busundbahn.de/nachrichten/personen-positionen/detail/news/das-oe-pnv-tarifsystem-gehört-dauerhaft-auf-den-bierdeckel.html (Abruf 20.07.2022).

[3] Bargel V. I.; et al. (2022): Wer vom 9-Euro-Ticket profitiert – und wo es floppt. Der Spiegel v. 24.06.2022. www.spiegel.de/auto/9-euro-ticket-wer-tatsächlich-profitiert-und-wo-es-floppt-eine-zwischenbilanz-a-d78bd85f-6b00-4c8a-8514-a2f9ddd64ebd (Abruf 25.07.2022).

[4] Kaiser, A. (2022): 9-Euro-Ticket forever – das Geld liegt auf der Straße. Der Spiegel v. 20.07.2022. www.spiegel.de/auto/9-euro-ticket-forever-das-geld-liegt-auf-der-strasse-kommentar-a-47992ac5-2f2a-48e3-8a21-2c55b44d479f (Abruf 20.07.2022).

[5] Greenpeace (2022): Klimaticket: Wie ein Anschluss an das 9-Euro-Ticket für mehr Klimaschutz und soziale Gerechtigkeit sorgen kann.

[6] Hercher, J.; Krämer, A. (2022): Das 9-Euro-Ticket generiert im ersten Monat mehr als eine Mrd. EUR an Kundennutzen. www.pressebox.de/pressemitteilung/rogator-ag/Das-9-Euro-Ticket-generiert-im-ersten-Monat-mehr-als-eine-Mrd-EUR-an-Kundennutzen/boxid/1118616 (Abruf 20.07.2022).

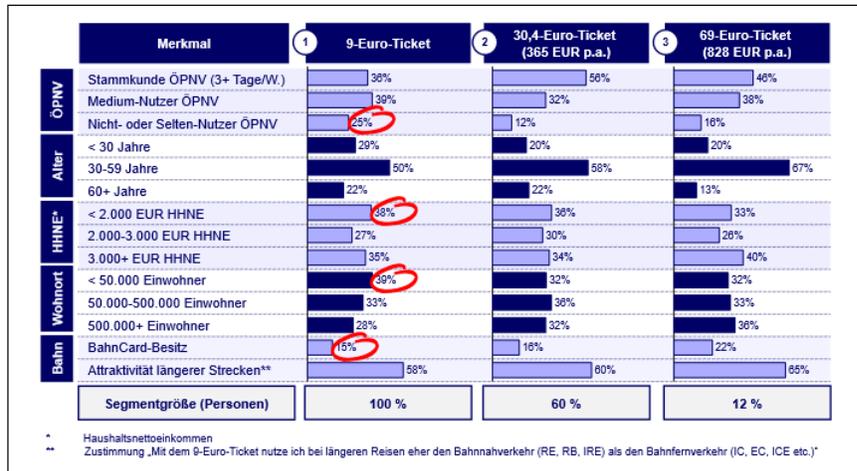


Bild 4: Kundenprofile für unterschiedliche Nutzergruppen (nach Preispunkt)

[7] VDV (2022): 9-Euro-Ticket-Marktforschung: Jeder Fünfte hat den ÖPNV vorher normalerweise nicht genutzt. www.vdv.de/220711-pm-9-euro-ticket-marktforschung-zu-nutzungseffekten.pdf (Abruf 20.07.2022).

[8] N.N. (2022): Kommt ab September das 69-Euro-Ticket? Tagesschau online v. 15.07.2022. www.tagesschau.de/wirtschaft/verbraucher/69-euro-ticket-101.html (Abruf 20.07.2022).

[9] HVV (2022): 9-Euro-Ticket: Wie geht es weiter? Pressemitteilung v. 02.08.2022. www.hvv.de/de/ueber-uns/neuigkeiten/neuigkeiten-detail/9-euro-ticket-wie-geht-es-weiter--84558 (Abruf 03.08.2022).

[10] N.N. (2022): Wegen 9-Euro-Ticket: BVG fast so voll wie vor Corona. Berliner Zeitung v. 21.06.2022. www.berliner-zeitung.de/news/verkehr-wegen-9-euro-ticket-bvg-fast-so-voll-wie-vor-corona-li.238840 (Abruf 20.07.2022).

[11] traffiq (2022): 9-Euro-Ticket: Deutlich mehr Fahrgäste in Frankfurts Bahnen und Bussen. www.traffiq.de/traffiq/medien/presse-informationen/presse-information/9-euro-ticket-deutlich-mehr-fahrgaeste-in-frankfurts-bahnen-und-bussen.html (Abruf 20.07.2022).

[12] VRN (2022): rnv zieht positive Zwischenbilanz bei 9-Euro-Ticket. SWR v. 13.07.2022. www.swr.de/swr/aktuell/baden-wuerttemberg/mannheim/rnv-zwischenbilanz-9-euro-ticket-100.html (Abruf 21.07.2022).

[13] Rauch, A. (2022): Monatsbilanz 9-Euro-Ticket: Mehr Fahrgäste als vor Corona. BR24 v. 30.06.2022. www.br.de/nachrichten/bayern/monatsbilanz-9-euro-ticket-mehr-fahrgaeste-als-vor-corona,TAAMB5 (Abruf 20.07.2022).

[14] Deutsche Bahn (2022): Ein Monat 9-Euro-Ticket: Hohe Nachfrage und Fahrgastzahlen über Vor-Corona-Niveau. www.deutschebahn.com/de/presse/pressestart_zentrales_uebersicht/Ein-Monat-9-Euro-Ticket-Hohe-Nachfrage-und-Fahrgastzahlen-ueber-Vor-Corona-Niveau-8122242/ (Abruf 20.07.2022).

[15] DESTatis (2022): 9-Euro-Ticket: Mobilität steigt deutlich auf kurzen Distanzen im Schienenverkehr.

[16] Herrmann, U. (2022): Debatte um das 9-Euro-Ticket: Bloß nicht verlängern. <https://taz.de/Debatte-um-das-9-Euro-Ticket/15864045/> (Abruf 20.07.2022).

[17] Brandt, J.; Kerpacs, L.; Spöcker, C. (2022): 9-Euro-Ticket: Handy-Daten zeigen, ob es ein Erfolg ist. SWR3 online v. 07.07.2022. www.swr3.de/aktuell/neun-euro-ticket-oe-pnv-bw-rlp-100.html (Abruf 20.07.2022).

[18] N.N. (2022): Mehrheit nutzt 9-Euro-Ticket für die Freizeit. Der Spiegel online v. 16.06.2022. www.spiegel.de/auto/fahrkultur/9-euro-ticket-erweist-sich-laut-umfrage-als-freizeitticket-a-77af7e4e-a6b6-476a-ace9-4b0425d422d7 (Abruf 20.07.2022).

[19] Krämer, A. (2022): Erste Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket. In: Der Nahverkehr, 40 Jg., H. 7/8, S. 24-26.

[20] Meyer-Wellmann, J. (2022): Verkehr: TomTom misst weniger Verkehr in Hamburg – wegen des 9-Euro-Tickets? Hamburger Abendblatt v. 04.07.2022. www.abendblatt.de/hamburg/article235798723/verkehr-hamburg-weniger-stau-laut-tomtom-wegen-9-euro-ticket-bus-bahn-verkehrsdaten.html (Abruf 20.07.2022).

[21] Bundesministerium für Verkehr und digitale Infrastruktur (2019): MID – Regionalbericht Metropolregion Hamburg und Hamburger Verkehrsverbund. GmbH.

[22] Krämer, A. (2018): Die Mobilisierung von preissensibler Nachfrage in einer digitalisierten Welt – Die Entstehung von vier Quasi-Monopolen im deutschen Fernverkehrsmarkt. In: Internationales Verkehrswesen, 70 (1), S. 16-20.

[23] Krämer, A. (2022): Zeitkarten im ÖPNV – Nachfragepotenziale in Abhängigkeit vom Preisniveau. In: Der Nahverkehr, 40 Jg., H. 6, S. 24-27.

[24] Krämer A.; Burgartz, T. (2022): Kundenwertorientiertes Management. Springer Gabler, Wiesbaden.

[25] Krämer, A. (2017): Van Westendorp Reloaded: Wie sich auf Basis des PSM-Ansatzes (doch) gute Preisentscheidungen treffen lassen. Vortrag auf der Research & Results Messe, am 25.10.2017 in München.

[26] Andor, M. A.; Fink, L.; Frondel, M.; Gerster, A.; Horvath, M. (2021): Kostenloser ÖPNV: Akzeptanz in der Bevölkerung und mögliche Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten. In: List Forum für Wirtschafts- und Finanzpolitik (Vol. 46, No. 3, pp. 299–325). Springer Berlin, Heidelberg.

[27] Krämer, A. (2021): Verhaltenswissenschaftliche Ansätze zur Lenkung der Nachfrage im Bahnfernverkehr. In: ZEVRail, 145 (1-2), S. 18-25.



Andreas Krämer, Prof. Dr. Vorstandsvorsitzender exeo Strategic Consulting AG, Bonn; Direktor VARI (Value Research Institute), Iserlohn andreas.kraemer@exeo-consulting.com



Anna Korbutt Geschäftsführerin, Hamburger Verkehrsverbund (hvv), Hamburg korbutt@hvv.de