

# Einfluss des Deutschlandtickets auf die Wettbewerbsstellung des SPFV

Nach Ende der Corona-Pandemie kommt es im DB Fernverkehr zu einer deutlichen Erholung bei den Fahrgastzahlen. Die weitere Nachfrageentwicklung hängt auch davon ab, welche Auswirkungen das ab 1. Mai 2023 gültige Deutschlandticket auf die Wettbewerbsstellung des DB Fernverkehrs haben wird.



## 1. Positive Nachfragedynamik im DB Fernverkehr in 2023

Nach einem Rekordjahr 2019 in punkto Anzahl an Fahrgästen (150 Mio.) [1] erschienen die Chancen mit Blick auf das Jahr 2020 für den DB Fernverkehr noch besser (Preissenkungen durch die Reduzierung der Mehrwertsteuer), wurden dann aber durch den Ausbruch der Corona-Krise zunichte gemacht [2]. Derzeit scheint es, als könnte der DB Fernverkehr drei Jahre später wieder zu alter Stärke finden. So geht der bundeseigene Konzern für das laufende Jahr 2023 von rund 155 Mio. Fahrgästen in den eigenen ICE- und IC-Zügen aus (ein Plus von 17% ggü. 2022 mit 132 Mio. Fahrgästen [3]). Gleichzeitig zeigen sich aber auch erheblich Performance-Schwächen. Schaffte der Bahnfernverkehr während der Corona-Krise in 2020 einen Pünktlichkeitsrekord [4], wird im laufenden Jahr ein historisch niedriger Pünktlichkeitslevel (66 % im Mai 2023) erreicht. Kummer bezeichnet dies als „beschämende Leistung“ [5].

Mittelfristig kommt ein weiterer Faktor hinzu: Das ab Mai 2023 gültige Deutschlandticket, von Verkehrsminister Wissing als „Gamechanger“ beschrieben [6], könnte für den Bahnfernverkehr zu einer kritischen Größe werden, vor allem wenn die Bundesregierung laut Koalitionsvertrag am Ziel festhält, die Zahl der Fahrgäste im Fernverkehr auf der Schiene bis 2030 im Vergleich zu 2015 zu verdoppeln.

Vor diesem Hintergrund sollen in diesem Beitrag die folgenden Fragestellungen untersucht werden:

- Wie hat sich die Wettbewerbsposition der Bahn nach Ende der Pandemie entwickelt? Welche Veränderungen ergeben

sich in der wahrgenommenen Attraktivität der Verkehrsträger?

- Wie stellt sich die konkrete Wettbewerbsstellung im Parallelverkehr von SPNV und SPFV dar und wie stark überschneiden sich die jeweiligen Kundensegmente?
- Wie groß sind die Kaufpotenziale für das Deutschlandticket? Und welche Kundensegmente sind besonders affin für das neue Angebot?
- Wie sind die Risiken für eine Nachfrage-Migration im Parallelverkehr von SPFV zum SPNV durch den Besitz des Deutschlandtickets zu bewerten?

Diese Fragen sollen u.a. auf Grundlage einer eigenen empirischen Studie sowie unter Einbeziehung von Sekundärdaten beantwortet werden.

## 2. Studiendesign und Methodik

Basis der folgenden Überlegungen sind Ergebnisse der Studienreihe OpinionTRAIN, einer Kooperationsstudie der exeo Strategic Consulting AG und der Rogator AG, welche u.a. das Mobilitätsverhalten der Menschen in der Krisensituation in den Jahren 2020 bis 2023 mehrmals erfasst hat.

Seit April 2020 wurden in Deutschland fünf Untersuchungswellen durchgeführt, wobei der methodische Ansatz jeweils vergleichbar ist (Onlinestudie 18+ Jahre, Teilnehmerrekrutierung über ein Online-Access-Panel). Mittels differenzierter Gewichtung wird die Repräsentativität sichergestellt [7]. Dabei werden unterschiedliche Sekundärdaten und -erhebungen herangezogen. Die aktuellen Ergebnisse stammen aus dem April 2023. Die aktuelle Erhebung umfasst n=1990 Befragte [8].



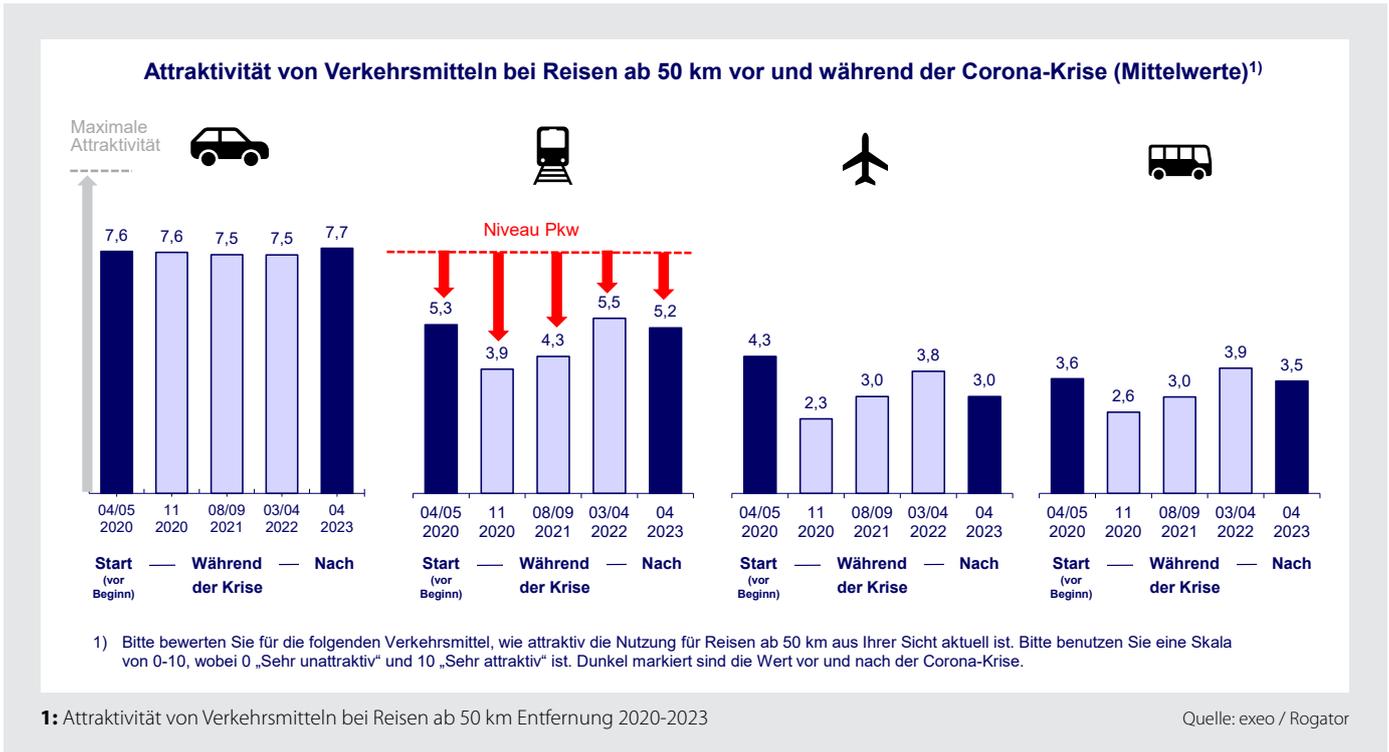
**Prof. Dr. Andreas Krämer**

Gründer und Vorstandsvorsitzender der exeo Strategic Consulting AG, Bonn

andreas.kraemer@  
exeo-consulting.com

## 3. Veränderte Wahrnehmung der Attraktivität der Bahn

Innerhalb der einzelnen Untersuchungswellen kam ein identisches Fragedesign zum Einsatz, um die wahrgenommene Attraktivität von Verkehrsmitteln bei Reisen ab 50 km einfache Entfernung in Deutschland zu messen. Die Studienteilnehmer wurden gebeten, verschiedene Verkehrsmittel anhand einer 11er-Skala zu beurteilen (Skala von 0 = „Sehr unattraktiv“ bis 10 = „Sehr attraktiv“). Für die erste Messung im April 2020 liegt auch eine Bewertung für die Phase unmittelbar vor Beginn der Corona-Krise vor [9]. Wie Bild 1 illustriert, zeigt sich für den Pkw als das Hauptverkehrsmittel während der gesamten Krisenabschnitte mit unterschiedlichen Lockdowns insgesamt ein relativ stabiles Urteil, während die Bewertungen von Bahn, Flugzeug und Fernbus in der Phase der Corona-Krise stark reduziert waren, diese also relativ erheblich an Wettbewerbskraft gegenüber dem Pkw einbüßten [10]. Aktuell wird die Attraktivität der Bahn (Mittelwert 5,2) fast so gut eingeschätzt, wie vor Ausbruch der Corona-Krise (Mittelwert 5,3). Im Nov. 2020 wurde mit einem Wert von 3,9 die schlechteste Bewertung gemessen.



Damit ergeben sich aktuell gute Chancen für eine weitere Nachfrageerholung bei Bahnfernreisen. Historisch hohe Spritpreise (Frühjahr 2022) haben beim Pkw nicht zu einem Minus im Attraktivitätsurteil der Verbraucher geführt, möglicherweise werden aber die Alternativen zum Auto gerade deshalb besser bewertet (beste Bewertung der Bahn mit durchschnittlich 5,5 Punkten). Erkennbar wird auch, dass insbesondere der Wettbewerber Flugzeug aktuell das Vor-Corona-Attraktivitätsniveau (noch) nicht wieder erreicht hat.

Neben dieser Zeitreihenanalyse lassen sich durch Querschnittsbetrachtungen weitere Erkenntnisse gewinnen, zum Beispiel, in welchen Teilsegmenten die Wahrnehmung der Bahn besonders vorteilhaft ist. Eine differenzierte Sicht nach Altersklassen und Wohnortgröße liefert weitere Aufschlüsse (vgl. Tabelle 1). In der Erhebung im April 2023 gab etwa ein Drittel der Befragten an, die Bahn auf Strecken ab 50 km zu nutzen. Höhere Nutzungsquoten als im Durchschnitt werden für jüngere Personen (unter 30 Jahren, 53%), für Menschen, die in Städten ab 100.000 Einwohnern leben (40%) und für Befragte ausgewiesen, die die Bahn als Verkehrsmittel besonders attraktiv beurteilen. Die Zielgruppe der jüngeren Reisenden scheint für das Nachfragewachstum der Bahn besonders wichtig zu sein.

#### 4. Wettbewerbsstellung vom SPNV und SPFV im Parallelverkehr auf kürzeren Strecken

Die Wettbewerbsstellung zwischen SPNV und SPFV soll zunächst ohne Berücksichtigung des Deutschlandtickets erfolgen. Diese Betrachtung erfolgt zweistufig. Zum einen soll die Verkehrsmittelwahl anhand ausgewählter Bahnverbindungen diskutiert werden, danach ist zu fragen, inwiefern es

sich bei den Nutzern des SPNV und SPFV um getrennte Kundengruppen handelt.

##### 4.1. Angebots- und Preisstellung auf kürzeren Strecken

Einen Überblick zu ausgewählten Bahnverbindungen gibt Tabelle 2. Dargestellt sind die günstigsten Verbindungen und die Reisezeit im direkten Vergleich des Bahnfernverkehrs mit Regionalbahnen (die Auswahl

**Tabelle 1:** Attraktivität von Verkehrsmitteln bei Reisen ab 50 km nach Teilsegmenten (April 2023)

Kennziffern	Einheit	Altersklasse			Wohnort <sup>4)</sup>		
		<30 J.	30-59 J.	60+ J.	Klein	Mittel	Groß
Bewertung Pkw <sup>1)</sup>	Punkte	7,4	7,9	7,5	8,2	7,8	7,0
Bewertung Bahn	Punkte	5,7	5,3	4,8	4,9	5,2	5,4
Bewertung Bahn-NV	Punkte	5,3	5,0	4,8	4,7	4,9	5,3
Bewertung Bahn-FV	Punkte	6,0	5,4	5,0	5,1	5,3	5,7
Bewertung Flugzeug	Punkte	3,8	3,1	2,4	2,8	3,1	3,2
Bewertung Fernbus	Punkte	4,3	3,5	3,1	3,5	3,4	3,7
Bahn >= Pkw <sup>2)</sup>	%	38%	34%	35%	29%	33%	44%
Bahnnutzer <sup>3)</sup>	%	53%	33%	19%	26%	31%	40%
Bahn 7-10 Punkte	%	45%	42%	35%	38%	39%	44%

1) Bitte bewerten Sie für die folgenden Verkehrsmittel, wie attraktiv die Nutzung für Reisen ab 50 km aus Ihrer Sicht aktuell ist. Bitte benutzen Sie eine Skala von 0-10, wobei 0 „Sehr unattraktiv“ und 10 „Sehr attraktiv“ ist.  
 2) Bewertung der Bahn gleich gut oder besser als die des Pkw.  
 3) Nutzung der Bahn für Reisen ab 50 km in den letzten 12 Monaten.  
 4) Wie viele Einwohner hat der Ort, in dem Sie wohnen? Klein: <10.000 Einwohner, Mittel: 10.000 bis <100.000 Einwohner, Groß: 100.000+ Einwohner.

**Tabelle 2:** Angebots- und Preisvergleich Nah- und Fernverkehr auf kürzeren Strecken

Verbindung <sup>1)</sup>	Verkehr	Reisezeit	Günstigster Preis	Ticket
Bonn – Düsseldorf (0:50; 66 km) <sup>2)</sup>	NV	0:57 (RE)	21,40 Euro	SchöneReiseTicket
	FV	0:46 (ICE)	17,90 Euro	Super Sparpreis
Köln – Aachen (0:52; 72 km)	NV	0:52 (RE)	18,43 Euro	Einzelticket Erw. VRS
	FV	0:32 (ICE)	17,90 Euro	Super Sparpreis
Stuttgart – Karlsruhe (1:05; 80 km)	NV	0:53 (RE)	14,90 Euro	bwEINFACH
	FV	1,16 (IC/IC)	19,90 Euro	Super Sparpreis
Schwerin – Rostock (1:05; 88 km)	NV	1:42 (RB/RB)	23,00 Euro	MV-Ticket
	FV	0:55 (ICE)	17,90 Euro	Super Sparpreis
Dresden – Leipzig (1:24; 116 km)	NV	1:36 (RE)	18,60 Euro	Regio120Ticket
	FV	1:16 (ICE)	19,90 Euro	Super Sparpreis
Hamburg – Bremen (1:18; 119 km)	NV	1:09 (RE)	25,60 Euro	Niedersachsentarif
	FV	0:56 (ICE)	19,90 Euro	Super Sparpreis
Magdeburg – Berlin (1:54; 157 km)	NV	1:42 (RE)	24,60 Euro	Regio120PlusTicket
	FV	2:15 (ICE/RE/RE)	34,90 Euro	Super Sparpreis
München – Nürnberg (1:54; 172 km)	NV	1:46 (RE)	24,00 Euro	Regio-Ticket M-N
	FV	1,10 (ICE)	25,90 Euro	Super Sparpreis
Frankfurt – Kassel (1:59; 191 km)	NV	2:32 (HLB)	42,90 Euro	Normalpreis
	FV	1,54 (ICE)	25,90 Euro	Super Sparpreis
Hamburg – Berlin (3:04; 289 km)	NV	4:17 (RE)	54,20 Euro	Normalpreis
	FV	2:04 (IC)	49,90 Euro	Super Sparpreis

1) Buchungsanfrage Do., 8.6.2023, auf Fr., 9.6.2023; Zeitfenster 8 Uhr bis 12 Uhr (kein BahnCard-Besitz); Grau markiert sind die Fälle, bei denen der Fernverkehr der Deutschen Bahn (FV) eine schnellere Verbindung und einen günstigeren Preis als der Nahverkehr (NV) anbietet.

2) Fahrt mit dem Pkw; Reisedauer und Entfernung in km laut Routenplaner

der Verbindungen hat keinen Anspruch auf Repräsentativität, soll jedoch ein exemplarisches Bild vermitteln). Da die Sparpreise der Bahn verfügbarkeitsgesteuert sind [11], erfolgt die Analyse für eine standardisierte kurzfristige Buchungsanfrage im Juni 2023. Auch bei kurzfristiger Buchung sind für alle untersuchten Relationen Super Sparpreise im Fernverkehr im Angebot. Damit ist in sechs von zehn Konstellationen die Situation gegeben, dass die Reise mit dem Bahnfernverkehr günstiger ist als mit dem Bahnregionalverkehr. Unter Einbeziehung von Komfort- und Reisezeit-Vorteilen zeigt sich eine hohe Wettbewerbsfähigkeit des SPFV im intramodalen Vergleich (nur der Vollständigkeit halber sei angemerkt: Diese ist auch im Vergleich mit dem Pkw gegeben).

Die Analyse unterstreicht die überragende Bedeutung des Sparpreis-Segments für den DB Fernverkehr. Dieses Ticketsegment war bereits vor der Corona-Krise ein wichtiger Motor des Nachfragewachstums [12] und hat bereits seit längerem eine höhere Fahrtenbedeutung als Flexpreise [13].

#### 4.2. Überlappung der Kundenbeziehung

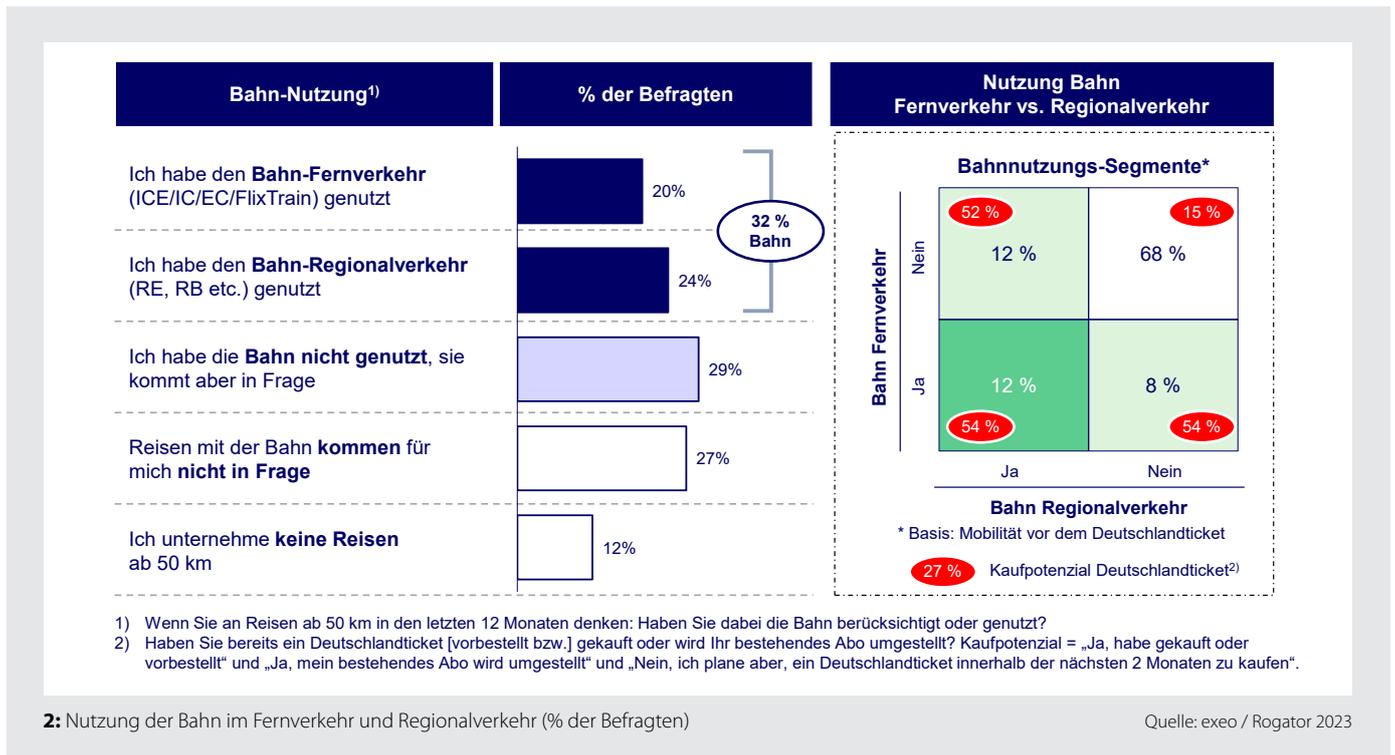
In der Erhebung liegt der Anteil der Befragten, die in den letzten 12 Monaten Reisen mit der Bahn auf Strecken ab 50 km unternommen haben, bei ca. 32%. Etwa jeder fünfte Studienteilnehmer hat den Bahnfernverkehr genutzt, 24% den Bahnregionalverkehr. Diese Perspektive lässt sich erweitern: Von allen Personen, die den Bahnregionalverkehr nutzen, ist jede zweite Person auch Kunde des Bahnfernverkehrs. Und: Von allen Kunden des Bahnfernverkehrs sind fast zwei Drittel Parallelnutzer: Sie reisen sowohl mit dem SPNV als auch mit dem SPFV (Bild 2).

#### 5. Kaufpotenziale für das Deutschlandticket

Der VDV meldet für Mai 2023 insgesamt rund 10 Mio. Deutschlandticket-Kunden (5 Mio. Umsteiger, 4,3 Mio. Neuabonnenten aus dem Bartarif und 700.000 Neukunden, die den ÖPNV bislang in der Regel nicht genutzt haben [14]; für Juni werden 11 Mio.

gemeldet). Die konkrete Frage, die sich bei der Evaluierung des Tickets nach dem ersten Gültigkeitsmonat stellt, ist, inwieweit dieser bereits ein typisches Bild zur Nutzung des Deutschlandtickets abbildet. Die Studie OpinionTRAIN beziffert das Absatzpotenzial für das Deutschlandticket auf 27% (13 Prozentpunkte Besitz des Tickets vor dem 1.5.2023, 14 Prozentpunkte mit Kaufabsicht in den nächsten 2 Monaten). Andere Studien kommen auf noch höhere Kaufpotenziale: Die Ergebnisse der großangelegten Befragung durch den VDV weisen einen Käuferanteil (bis zum Ende des Vorverkaufs) für das Deutschlandticket von 10% in der mobilen deutschen Bevölkerung aus. Hinzu kommen 22%, die einen Kauf in den kommenden 2 Monaten beabsichtigen [15]. In einer von infas Anfang Mai 2023 durchgeführten Studie (3.-5. Mai 2023) geben 16% der Befragten an, das Deutschlandticket bereits gekauft zu haben, weitere 24% planen eine Anschaffung [16]. Insgesamt liegt damit das Kaufpotenzial bei etwa 40% in der deutschen Bevölkerung. Führt man diese Ergebnisse zusammen, ergibt sich folgendes Bild: In jeder der drei Studien ist der Anteil der Personen, die das Deutschlandticket noch nicht nutzen (aber eine Nutzung beabsichtigen), deutlich größer als der Anteil derjenigen, die es bereits nutzen (Tabelle 3).

Die ersten Rückmeldungen aus dem Markt zu den Erlebnissen der Kunden mit dem Deutschlandticket ließen nicht lang auf sich warten. Das Webportal Web.de veröffentlichte Befragungsergebnisse mit einem sehr positiven Ergebnis: Fast 80% der Ticketnutzer haben angegeben, sehr (38%) oder eher zufrieden (39%) mit dem Deutschlandticket zu sein. Zusätzlich bat die Redaktion ihre Leser um ein Feedback zur Nutzung des Tickets. Ein Kommentar ist insofern interessant, weil er die Abhängigkeiten zwischen dem Bahnna- und -fernverkehr beleuchtet [17]: „... Die Züge waren zwar voll, aber das wären sie nach meiner Erfahrung auch ohne Deutschlandticket gewesen. Vor allem ist es sehr angenehm, sich in einer fremden Stadt nicht darum kümmern zu müssen, wo man welchen Fahrschein wie erwerben kann. Allerdings werde ich jetzt meine BahnCard 25 kaum noch nutzen können. Als ich neulich die Wahl hatte zwischen Fern- und Regionalzug, war der Preisunterschied so eklatant, dass ich eine etwas längere Fahrzeit gern in Kauf nahm und mit dem Deutschlandticket fuhr.“ Andere Kunden ärgern sich über entfallene IC-Nutzungsmöglichkeiten:



„Ein großes Ärgernis für mich persönlich ist, dass es zum Deutschlandticket im RMV keinen IC-Zuschlag gibt. Im Gegensatz zu meinem bisherigen RMV-Jobticket, welches ich seit über 20 Jahren nutzte. Seit mein Arbeitgeber auf Deutschlandticket umgestellt hat, kann ich dieses neue Jobticket nicht upgraden. So bin ich bei rund 60 Kilometer einfacher Fahrt nun auf die Bummelbahn angewiesen, statt IC nutzen zu können. Das kostet mich Arbeitstag für Arbeitstag wertvolle Zeit.“

**6. Risiken einer Nachfrage-Migration von SPFV zum SPNV**

Für den Bahnfernverkehr ergeben sich unterschiedliche Bedrohungen durch das im Markt eingeführte Deutschlandticket. Ein Risiko stellt der mögliche Kunden-Shift im Parallelverkehr zwischen SPFV und SPNV dar. Für Reisende, die über ein Deutschlandticket verfügen, verändert sich die Wettbewerbsposition für den SPNV dramatisch, wenn für die Nutzung des Bahnregionalverkehrs keine zusätzlichen Ticketkosten anfallen, beim DB Fernverkehr allerdings nach wie vor schon (vgl. Tabelle 1). Personen, die bereits über das Deutschlandticket verfügen oder einen Kauf planen, bewerten die Attraktivität der Bahn im Nah- und Fernverkehr annähernd gleich gut (Bild 3).

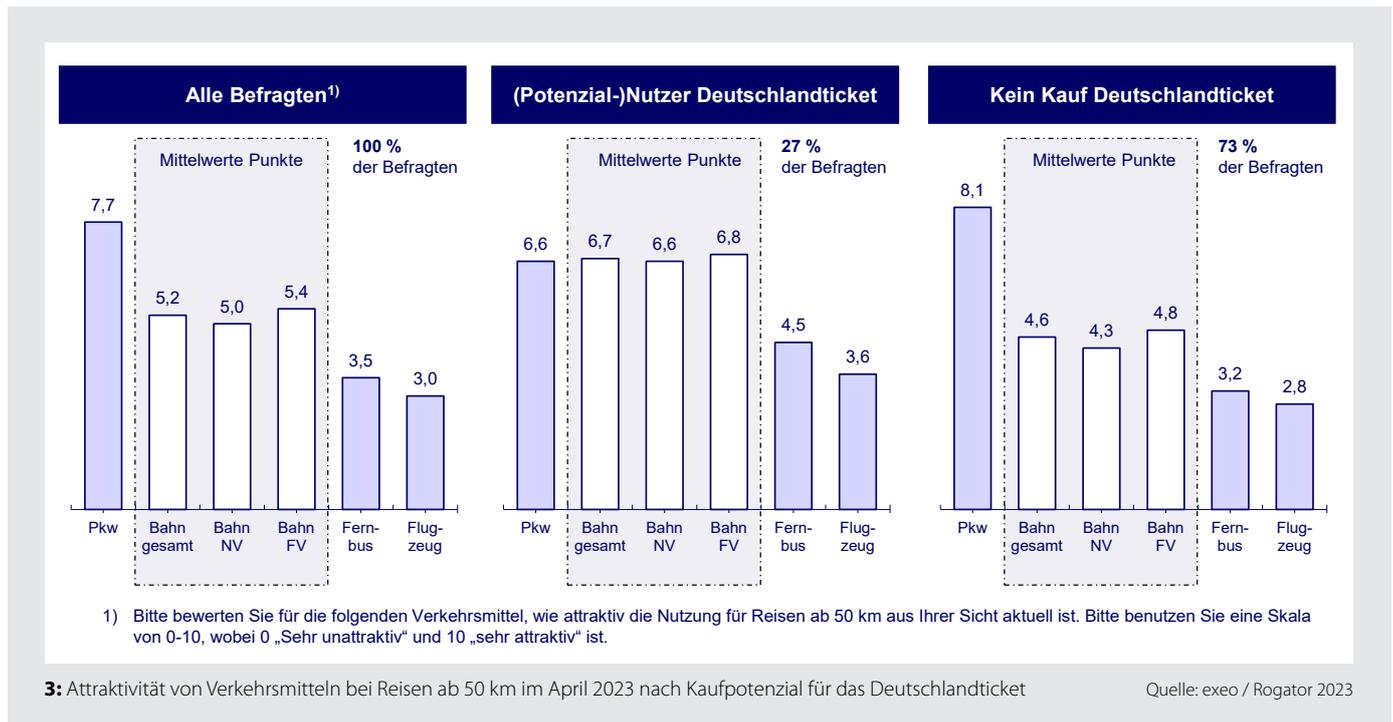
Eine zweite Ebene der Bedrohung betrifft die BahnCard als zentrales Kundenbindungsinstrumentarium im Bahnfernverkehr [18]. Besitzen Reisende eine BahnCard, ergeben sich positive Wirkungen auf die Verkehrsmittelwahl [19] und damit Mehrverkehrseffekte [20]. Die eigenen Studienergebnisse lassen gerade für das Segment der BahnCard-Besitzer überdurchschnittliche Kaufquoten für das Deutschlandticket erwarten. In dieser Kundengruppe stimmen etwa 20-25% der Befragten der Aussage „Das Deutschlandticket veranlasst mich, den DB Fernverkehr (ICE/IC/EC) weniger zu nutzen“ zu, mit entsprechenden Folgeeffekten für die Wirtschaftlichkeit der BahnCard.

**7. Ausblick: Verstärkter Wettbewerb auf kürzeren Strecken**

Das Deutschlandticket bringt für viele Reisende eine Tarifvereinfachung mit sich, allerdings nicht zwingend im Bahnfernverkehr. Hier müssen Reisende nun entscheiden, ob sie den bisher durchgehenden Fahrschein (bestehend aus FV- und NV-Anteilen) aufbrechen, mit den entsprechenden Folgewirkungen für die Fahrgastrechte. Im Parallelverkehr von SPFV und SPNV bestehen Nachfrage-Migrationsrisiken. Die Deutsche Bahn verkaufte ab Mitte Juni für die Sommersaison ICE-Tickets ab 9,90 Euro, die speziell auf kurzen Strecken gelten (11. Juni bis 31. Juli 2023), sodass sich für Rei-

**Tabelle 3:** Befragungsergebnisse zur Kaufabsicht beim Deutschlandticket (DT) vor bzw. zum Marktstart (Vergleich von drei empirischen Studien)

Studie	Erhebung der Befragungsdaten	Anteil Besitz DT in %	Anteil Kaufabsicht DT, ohne Besitz in %	Kaufpotenzial in % der Befragten	Besitz in % des Kaufpotenzials	Nicht-Besitz in % des Kaufpotenzials	Kaufpotenzial für das DT
Opinion-TRAIN	Letzte Apr.-Woche	13%	14%	27%	48%	52%	100%
VDV und DB	Vorverkauf DT	10%	22%	32%	31%	69%	100%
Infas	Erste Mai-Woche	16%	24%	40%	40%	60%	100%



sende mit Bahncard 25 oder 50 Preise von 7,40 Euro pro Strecke im Fernverkehr ergeben [21].

Der DB Fernverkehr verschiebt damit die in der Kommunikation genutzten Ankerpreise weiter nach unten (früher lagen diese bei 29, später bei 19 Euro [12]). Damit sind Chancen und Risiken zugleich verbunden. Wenn es gelingt, eine Kundenwanderung in den SPNV auf Strecken mit Parallelangebot zu verhindern, können Extrem-Niedrigpreise zu positiven Umsatzeffekten führen und eine Erosion der Kundenloyalität verhindern [10]. Allerdings drohen bei niedrigen Eckpreisen immer auch preispsychologische Adaptionsprozesse bei den Kunden [22], die mittelfristig eine Senkung der Preisbereitschaften bewirken können.

Auf mittleren Strecken von bis zu 250 km ergeben sich durch das Deutschlandticket somit stark veränderte Wettbewerbspositionen der Verkehrsträger. Im Wettbewerb mit dem Pkw oder Fernbus gewinnt der Bahnregionalverkehr (dies hatte bereits das 9-Euro-Ticket gezeigt; die stärksten Nachfragezuwächse kamen im Bahnregionalverkehr und weniger in der Mobilität vor Ort zustande [23], [24]). Im intramodalen Wettbewerb wird das Deutschlandticket zur Herausforderung für den SPNV, sei es für den DB Fernverkehr oder FlixTrain.

Literatur

[1] N.N. (2022). Bahn erzielt Fahrgast-Rekord im Fernverkehr, Der Spiegel, <https://www.spiegel.de/wirtschaft/unternehmen/deutsche-bahn-erzielt-fahrgast-rekord-im-fernverkehr-a-30509468-b0b4-4fa5-9419-de7aea921671>, Abruf am 28.4.2022.

[2] Krämer, A. (2021). Perspektiven für Bahn-Geschäftsreisen nach der Corona-Pandemie. ETR - Eisenbahntechnische Rundschau, 69 (H. 3), S. 13-19.

[3] N.N. (2023). Schienenverkehr – Deutsche Bahn rechnet mit Fahrgastrekord für 2023. Die Zeit online v. 30. März 2023. <https://www.zeit.de/mobilitaet/2023-03/deutsche-bahn-fahrgastrekord-2023-fernzuege>. Abruf am 9.6.2023.

[4] Voß, J. O. (2021). Bahn fährt mit höchster Pünktlichkeit seit 15 Jahren. [https://www.deutschebahn.com/de/presse/pressestart\\_zentrales\\_uebersicht/Bahn-fahrt-mit-hoehchster-Puenktlichkeit-seit-15-Jahren-6867030](https://www.deutschebahn.com/de/presse/pressestart_zentrales_uebersicht/Bahn-fahrt-mit-hoehchster-Puenktlichkeit-seit-15-Jahren-6867030), Abruf am 28.4.2022.

[5] Kummer, S. (2023). Preise runter, Leistung rauf? Internationales Verkehrswesen, 75 (H. 2), S. 3.

[6] Wissing, V. (2023). Wissing: Deutschland-Ticket – Schluss mit kompliziert & anstrengend. Bundesministerium für Digitales und Verkehr, <https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Artikel/K/wissing-im-bundestag-zum-deutschlandticket.html>, Abruf am 11.6.2023.

[7] Krämer, A. (2020). Wo steht der Bahnfernverkehr nach der Krise? ETR - Eisenbahntechnische Rundschau, 68 (H. 7/8), S. 12-17.

[8] Krämer, A., Hercher, J. (2023). „Deutschland-Ticket: Tarif-Revolution im Nahverkehr?!“ Die Studie „Opinion-TRAIN© 2023“ untersucht die Kaufpotenziale für das Deutschland-Ticket. Presseinformation v. 03.05.2023, <https://www.pressebox.de/pressemitteilung/rogator-ag/Deutschland-Ticket-Tarif-Revolution-im-Nahverkehr/boxid/1156327>, Abruf am 18.5.2023.

[9] Krämer, A. (2020). Mobilität nach der Corona-Krise. Internationales Verkehrswesen, 72 (H. 3), S. 89-93.

[10] Krämer, A. (2022). Preisbereitschaften für Bahn-

ferreisen und Möglichkeiten der Beeinflussung durch das Marketing – eine empirische Untersuchung. ETR - Eisenbahntechnische Rundschau, 70 (H. 9), S. 80-86.

[11] Krämer, A., Jung, M., Wilger, G. (2014). Preisdifferenzierung und Erlösmanagement im Bahnfernverkehr – eine länderübergreifende Analyse zu den Potenzialen für Nachfragesteigerungen durch differenzierte Preisgestaltung. ZEV/rail, 138 (H. 10), S. 428-434.

[12] Luhm, H.J. (2020). Preiskommunikation im Fernverkehr der Deutschen Bahn. In: Kalka, R., Krämer A.: (Hrsg.), Preiskommunikation – Strategische Herausforderungen und innovative Anwendungsfelder, Springer, Gabler Verlag, Wiesbaden 2020, S. 403-418.

[13] Krämer, A. (2018). Die Mobilisierung von preissensibler Nachfrage in einer digitalisierten Welt. Internationales Verkehrswesen, 70 (H. 1), S. 16-20.

[14] VDV (2023). Nach dem ersten Monat: rund 10 Mio. Deutschland-Tickets. Presseinformation v. 31.05.2023, [https://www.vdv.de/presse.aspx?id=1936862a-232b-46d6-aba6-1ae4c61f6048&mode=detail&coriander=V3\\_1d5c2ff3-916c-c10f-8891-c0605369327c](https://www.vdv.de/presse.aspx?id=1936862a-232b-46d6-aba6-1ae4c61f6048&mode=detail&coriander=V3_1d5c2ff3-916c-c10f-8891-c0605369327c), Abruf am 4.6.2023.

[15] VDV und Deutsche Bahn (2023). Evaluation zum Deutschland-Ticket – Bericht zur bundesweiten Marktforschung – Vorverkaufszeitraum. Berlin 22.5.2023.

[16] Infas und TomTom (2023). Zuversichtlicher Start des Deutschlandtickets. Presseinformation v. 24.05.2023, [https://www.infas.de/wp-content/uploads/2023/05/infas\\_Pressemitteilung\\_Deutschlandticket\\_20230523.pdf](https://www.infas.de/wp-content/uploads/2023/05/infas_Pressemitteilung_Deutschlandticket_20230523.pdf). Abruf am 30.5.2023.

[17] Ransom, T. (2023). Trotz hoher Zufriedenheit: Das sind die Kritikpunkte der Kunden am Deutschlandticket. Web.de v. 02.06.2023, <https://web.de/magazine/ratgeber/finanzen-verbraucher/trotz-hoher-zufriedenheit-kritikpunkte-kunden-deutschlandticket-38276990>. Abruf am 29.5.2023.

[18] Neweling, S., Brocke, B., Krämer, A. (2023). Deutsche Bahn – Kundenmanagement im Spannungsfeld zwischen BahnCard/BahnBonus und Aktionsangeboten. In: Krämer, A., Kalka, R., Merkle, W. (Hrsg.), Stammkun-

denbindung versus Neukundengewinnung, Springer Gabler 2023, S. 61-77.  
 [19] Krämer, A. (2015). Mythos BahnCard – wie wirkt die Rabattkarte aus Sicht der Kunden und Bahn? ZEVrail, 139 (H. 9), S. 321  
 [20] Krämer, A. (2018). Wirkungsweise der BahnCard aus Kunden- und Unternehmenssicht. Internationales Verkehrswesen, 70 (H. 3), S. 16-19.  
 [21] N.N. (2022). Deutsche Bahn ICE-Tickets unter 10 Euro – mit einem Haken. Berliner Morgenpost v. 07.06.2023, <https://www.morgenpost.de/vermischtes/article238617401/deutsche-bahn-ice-tickets-ic-rabattbahn-card-25-50.html>, Abruf am 9.6.2023.  
 [22] Während sich interne Referenzpreise zumindest

zeitweilig im Bewusstsein der Verbraucher manifestiert haben, werden externe Referenzpreise von außen vorgegeben, vgl. dazu Erdem, T., Katz, M. L., & Sun, B. (2010). A simple test for distinguishing between internal reference price theories. Quantitative Marketing and Economics, 8 (3), S. 303-332.  
 [23] Krämer, A., Korbitt, A. (2022). Das 9-Euro-Ticket – Ziele, Wirkungsmechanismen und Perspektiven, Internationales Verkehrswesen, 74 (H. 3), S. 10-13.  
 [24] Krämer, A., Wilger, G., Bongaerts, R. (2022). Das 9-Euro-Ticket – Erfahrungen, Wirkungsmechanismen und das Nachfolgeangebot. Wirtschaftsdienst, 102 (H. 11), S. 873-879.

Summary

**Influence of the Deutschlandticket on the competitive position of SPfV**

The Deutschlandticket, which was introduced in May 2023 and will allow passengers to use local public transport throughout Germany, will have different effects on DB Fernverkehr. In parallel traffic with regional trains, DB Fernverkehr today offers many cheaper travel options with its Super Sparpreis ticket. This competitive position will change dramatically with the Deutschlandticket.

**Für Ihre Werbeplanung – die kommenden Ausgaben im Überblick**



**THEMEN**

**10/2023**

- Tunnelbau, -betrieb und Tunnelinstandhaltung, Europäische Tunnelprojekte
- Innovationen rund um Elektronik Steckverbinder, Kabel und Sensoren,
- Innenraumtechnologie
- Techniken zur Reduktion von Lärm und Emissionen
- Mit ETR-Swiss 2/2023

Erscheinungstermin: **12.10.2023**  
 Anzeigenschluss: **12.09.2023**  
 Druckunterlagenschluss: **19.09.2023**

**11/2023**

- Wissenschaft und Forschung zur Optimierung von Netz und Betrieb
- Steigerung von Kapazität und Verfügbarkeit
- Weiterentwicklung wichtiger Bahnknoten
- Kommunikation / IT / Engineering

Erscheinungstermin: **14.11.2023**  
 Anzeigenschluss: **17.10.2023**  
 Druckunterlagenschluss: **24.10.2023**



**Tim Feindt** • 040/23 714-220 • [tim.feindt@dvvmedia.com](mailto:tim.feindt@dvvmedia.com)

