

AUSWIRKUNGEN DES DEUTSCHLANDTICKETS AUF TOURISTISCHE DESTINATIONEN UND MÖGLICHKEITEN ZU SEINER WEITERENTWICKLUNG

Eine Studie im Auftrag der Bundestagsfraktion Bündnis 90/Die Grünen

Endbericht, 7. Oktober 2024

Verfasser:in: Franziska Rottig, Prof. Dr. Wolfgang Strasdas,
Zentrum für nachhaltigen Tourismus (ZENAT) e.V.

Datum: 7. Oktober 2024

Inhalt

Vorbemerkung.....	2
1. Das D-Ticket: Allgemeine Nutzung	3
2. Das D-Ticket: Die Bedeutung für den Freizeit- und Tourismusverkehr.....	12
3. Nutzung des D-Tickets aus der Sicht touristischer Destinationen	14
3.1. Methodik	14
3.2. Ergebnisse.....	15
3.3. Fazit der Online-Umfrage	27
4. Vertiefung der Erkenntnisse	28
4.1. Fokusgruppendifkussion	28
4.2. Experteninterviews.....	29
5. Gesamtfazit und Empfehlungen	30
Quellen	32

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Besitzerquote des D-Tickets nach Regionsart	5
Abbildung 2: Reisende pro Tag, SPMV im Gebiet Sachsen-Anhalt.....	6
Abbildung 3: Hauptreiseanlass im ÖPNV	8
Abbildung 4: Nutzungszwecke D-Ticket.....	8
Abbildung 5: Nutzungsbarrieren und Verbesserungsvorschläge	9
Abbildung 6: Kausale Wirkungsanalyse des Deutschland-Tickets	10
Abbildung 7: ÖPNV-Nutzung der Teilnehmenden	15
Abbildung 8: Zugehörigkeit zum Bundesland.....	16
Abbildung 9: Charakter der Destinationen	16
Abbildung 10: Fahrtziel-Natur-Gebiete bzw. Teil der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele	17
Abbildung 11: Übernachtungen in der Destination im Jahr 2023	17
Abbildung 12: Anteil der Tagesgäste und Übernachtungsgäste, die D-Ticket besitzen bzw. nutzen.....	18
Abbildung 13: Veränderungen bzgl. der touristischen Nachfrage durch D-Ticket	19
Abbildung 14: Veränderungen des Verhaltens der Gäste durch das D-Ticket.....	20
Abbildung 15: Einzugsgebiet der Tourist*innen, die D-Ticket für An-/Abreise nutzen	20
Abbildung 16: Zahlungsbereitschaft für die touristische Nutzung	21
Abbildung 17: Veränderungen durch das D-Ticket in den Reiseregionen	22
Abbildung 18: Diskussionen bzw. Veränderungen bzgl. der Gästekarten	23
Abbildung 19: Einschätzung des D-Tickets durch die Destinationen / Verkehrsbetriebe	24
Abbildung 20: Limitierungen für die touristische Nutzung des D-Tickets	24

Vorbemerkung

Am 1. Mai 2023 wurde das Deutschland-Ticket (im Folgenden kurz D-Ticket genannt) als Nachfolger des 9-Euro-Tickets eingeführt. Seit seiner Implementierung wurden umfangreiche Marktforschungen durchgeführt, um Erkenntnisse u. a. über Verkaufszahlen und Besitzquoten, das Nutzungs-, Halte- und Kündigungsmuster, die Verlagerung von Fahrten sowie die Barrieren zum Kauf, zu erhalten. Es gibt zwei maßgebliche Studien über die Nutzung des D-Tickets, eine des Fraunhofer-Instituts und eine des Verbandes Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV). Diese kommen jedoch zu teils unterschiedlichen Ergebnissen, primär aufgrund des unterschiedlichen Erhebungszeitraums, der sich bei der Studie des Fraunhofer-Instituts auf August 2023 und bei der Studie des VDV auf Mai-Dezember 2023 bezieht. Der Schwerpunkt der Studien lag dabei auf dem Alltagsverkehr, die Wirkung auf bzw. der Nutzen für den Tourismus stand nicht im Mittelpunkt, wenngleich einzelne Aspekte der Untersuchungen Hinweise darauf geben können.

Außerdem wurden während der Erstellung der vorliegenden Studie eine Sonderauswertung der Reiseanalyse 2024 der Forschungsgemeinschaft Urlaub und Reisen (FUR) e.V. und das Ad-hoc-Arbeitspapier „Deutschlandticket und Freizeitverkehr: Wechselwirkungen zwischen „Flatrate-ÖPNV“ und Verkehrsmittelwahl in Freizeit und Tourismus“ der Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e. V. (FGSV) veröffentlicht. Zudem gibt es kaum Daten zum touristischen Verkehr, wodurch Aussagen über die freizeit- und tourismusbezogene Nutzung des D-Tickets nur begrenzt möglich sind.

Ausgehend von der Annahme, dass das Deutschland-Ticket auch von Tourist*innen genutzt wird und damit Tourismusregionen möglicherweise mittelbar wirtschaftlich stärkt, ist das Ziel der vorliegenden Studie, die Auswirkungen des Deutschland-Tickets auf touristische Destinationen zu untersuchen und dessen Nutzen für den Tourismus zu bewerten. Zudem sollen Möglichkeiten zur Verbesserung und Weiterentwicklung des Deutschland-Tickets aufgezeigt bzw. geprüft werden, um eine stärkere touristische Nutzung im Sinne eines nachhaltigen Tourismus zu bewirken.

Neben einer umfassenden Literaturrecherche bildet das Kernstück dieser Studie eine Online-Befragung, die sich an Vertreter*innen deutscher Destinationsmanagementorganisationen (DMOen) und von Verkehrsverbänden in touristisch geprägten Regionen richtet. Zudem wurden drei Interviews mit Expert*innen aus dem Bereich freizeitbezogene Mobilität geführt. Komplementiert wird die Untersuchung mit einer Fokusgruppen-Diskussion am Ende des Projektes. Ausgehend von den Erkenntnissen werden Empfehlungen gegeben.

1. Das D-Ticket: Allgemeine Nutzung

Das Deutschland-Ticket, auch D-Ticket oder Klima-Ticket genannt, blickt auf eine erfolgreiche 16-monatige Geschichte zurück. Seit dessen Einführung haben rund 20 Millionen Menschen mindestens einmal ein D-Ticket gekauft. Im Sommer 2024 betrug die Anzahl verkaufter Tickets monatlich rund 13 Millionen (Deutschlandfunk, 2024). Insgesamt ist ein Anstieg der monatlichen verkauften D-Tickets sowie eine Intensivierung der ÖPNV-Nutzung zu verzeichnen.

Die Zufriedenheit unter den D-Ticket-Nutzer*innen ist relativ hoch, vor allem aufgrund der deutschlandweiten Nutzungsmöglichkeit, der Ticketart¹, des Kaufvorgangs und des Preis-Leistungs-Verhältnisses. Das Ticket wird als sehr positiv bewertet, da es die Nutzung des ÖPNV preiswerter (54 %) und flexibler (47 %) macht (VDV 2024).

Ursprung und Entwicklung des D-Tickets

Vorläufer des D-Tickets war das 9-Euro-Ticket, das ein einmaliges und auf die Monate Juni - August 2022 begrenztes Sonderangebot war. Das 9-Euro-Ticket war eine Initiative der Bundesregierung als Teil des Energie-Entlastungspaketes und sollte zusammen mit einem gleichzeitig geltenden Tankrabatt zur finanziellen Entlastung der Bevölkerung während der Inflation, verbunden mit stark gestiegenen Kosten für Strom, Lebensmittel, Heizung und Mobilität, beitragen (Höhne, 2022). Zudem sollte es die Fahrgastzahlen im ÖPNV, die durch die Corona-Krise stark zurückgegangen waren, steigern. Das 9-Euro-Ticket war als „soziale Maßnahme“ ein großer Erfolg: In seiner dreimonatigen Laufzeit wurden etwa 52 Millionen Tickets verkauft. Neben der finanziellen Entlastung führte das Ticket zu einer erhöhten Nutzung des ÖPNV, sowie zu einer Reduzierung von Autofahrten und einer Einsparung von etwa 1,8 Millionen Tonnen CO₂ (VDV, 2022).

Anknüpfend an den Erfolg des 9-Euro-Tickets kündigte die Bundesregierung bereits im September 2022, als Teil des 65 Milliarden Euro schweren dritten Entlastungspaketes, eine dauerhafte Nachfolgelösung an (Bundesregierung, 2022). Da eine dauerhafte Preisgestaltung von 9 Euro aufgrund der hohen Subventionskosten im Bundeshaushalt nicht tragbar war, wurde ein Zielpreis zwischen 49 und 69 Euro festgelegt. In Folge dieser Entscheidung durch Bund und Länder wurde das D-Ticket entwickelt. Dabei spielte die enge Zusammenarbeit zwischen Bund, Ländern und Verkehrsverbänden eine wesentliche Rolle, um eine bundesweite Einführung und Umsetzung zu ermöglichen (Info-Portal mobil.nrw, 2023, info.deutschlandticket.de).

Das D-Ticket: ein Überblick

Das am 1. Mai 2023 eingeführte D-Ticket ist ein Nahverkehrsangebot (gültig für Regionalzüge, U- und S-Bahnen sowie Busse) für 49 Euro pro Monat im Abonnement. Es gilt bundesweit unabhängig von Tarifzonen, verlängert sich nach einem Monat automatisch und ist monatlich kündbar. Während des Abonnements kann es für beliebig viele Fahrten genutzt werden. Erhältlich ist es in digitaler Form, als Chipkarte und als Papierticket. Mit dem D-Ticket sollte eine einheitliche Tarifstruktur geschaffen und der ÖPNV attraktiver gemacht werden, insbesondere für Pendler*innen, Schüler*innen und Studierende. Das Angebot ist zunächst auf zwei Jahre befristet. Die Finanzierung erfolgt durch jährliche Mittel in Höhe von 1,5 Milliarden Euro, die jeweils von Bund und Ländern bereitgestellt werden.

Das D-Ticket ist primär für den Nahverkehr in Deutschland vorgesehen. Es gibt jedoch einige durch deutsche Verkehrsunternehmen bediente, grenzüberschreitende Strecken und Verbindungen, auf denen das Ticket auch im Ausland gültig ist, bspw. auf den Strecken Ruppolding - Salzburg, Kehl -

¹ 3 Ticketarten: D-Ticket als Chipkarte, digitales Handyticket und in Papierform (letzteres wird kaum genutzt)

Strasbourg, Trier - Luxemburg sowie Aachen - Maastricht², die auch beliebte touristische Destinationen sind.

Trotz der angestrebten einheitlichen Tarifstruktur gibt es zahlreiche regionale Abweichungen vom Basistarif des D-Tickets. Verkehrsverbünde, Kommunen und Bundesländer bieten z. T. zusätzliche Vergünstigungen und Leistungen an, wie reduzierte Preise für bestimmte Gruppen (z. B. Sozialhilfeempfänger*innen, Schüler*innen, Studierende) und Job-Ticket-Rabatte. Zudem gibt es kostenfreie und kostenpflichtige Zusatzangebote, wie Rabatte auf Park & Ride, Mitnahme von Personen oder Fahrrädern und Upgrades in die 1. Klasse. Diese Abweichungen führen zu einer z. T. unübersichtlichen Tarifgestaltung und Verwirrung der Reisenden (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024). Aufgrund der fehlenden Tarifharmonisierung besteht derzeit teils noch ein „Flickenteppich der Tarife“ in Deutschland – konträr zur eigentlichen Zielstellung.

Auf einigen touristischen Bus- und Bahnverbindungen mit eigenem Tarif (u.a. Haustarife, Sondertarife) wird das D-Ticket nicht anerkannt, bspw. bei einigen Flughafen-Shuttles, touristischen Linien im Oberallgäu („Bergsteigerlinien“, „Giebelhausbus“), beim Busangebot „Müritz rundum“ sowie bei der Dampfeisenbahn „Molli“ (Kühlungsborn-Bad Doberan) und der Harzer Schmalspurbahn. Auch gilt das D-Ticket nicht für Fährverbindungen, da diese meist privat betrieben werden.³

Verkaufszahlen und Besitzquote des D-Tickets

Das D-Ticket ist beliebt: Insgesamt haben seit Mai 2023 **rund 20 Millionen Menschen mindestens einmal ein D-Ticket** gekauft. Durchschnittlich verfügen 11,2 Millionen Menschen pro laufenden Monat über ein D-Ticket, im September 2024 waren es sogar knapp 13 Millionen Menschen (VDV 2024, Deutschlandfunk 2024). Unter Berücksichtigung von Tickets für Schüler*innen im Alter von 6 - 13 Jahren, Personen ohne Internetzugang und nicht deutschsprachigen Haushalten liegt die tatsächliche Verkaufszahl durchschnittlich bei etwa 12,6 Millionen Tickets pro Monat (FGSV, 2024). Seit seiner Einführung ist die Besitzquote auf 18,5 % der Befragten (Dezember 2023) kontinuierlich gestiegen, jedoch nahm der Zuwachs im Laufe der Zeit ab, ebenso wie die zukünftige Kaufabsicht. Über 90 % aller D-Tickets sind Standard-Tickets für 49 Euro (74 %) oder Job-Tickets (17 %). In jüngster Vergangenheit ist der Anteil vergünstigter Tickets, wie Schüler- und Semestertickets, gestiegen (VDV, 2024).

Mehr als die Hälfte ehemaliger Abonent*innen von Nahverkehrs-Tickets ist mittlerweile auf das D-Ticket umgestiegen (5,14 Mio. Tickets). ÖPNV-Nutzer*innen, die bisher nicht auf das D-Ticket umgestiegen sind, zahlen derzeit in der Regel weniger als 49 Euro pro Monat für den Nahverkehr infolge von Vergünstigungen oder Zusatzleistungen (u. a. Mitnahmeoptionen). Somit ist ein großer Teil des Potentials für ein Standard-D-Ticket zu 49 Euro unter den derzeitigen ÖPNV-Nutzer*innen ausgeschöpft (VDV, 2024).

Am höchsten war die Nutzung in der Anfangsphase: In den ersten vier Monaten nach Einführung des D-Tickets (Mai-August 2023) nutzte ein Drittel der Bevölkerung das Ticket mindestens einen Monat lang. Die Nutzung erreichte im Juni mit 52 % der Befragten ihren Höhepunkt, nahm aber in den Sommerferienmonaten Juli und August (je 44 %) ab. Nur 15 % der Befragten besaßen das Ticket durchgehend über vier Monate, was darauf hinweist, dass es häufig nur für einzelne Monate und als Gelegenheitsticket genutzt wurde. **Der Rückgang in der Nutzung scheint mit der Ferienzeit**

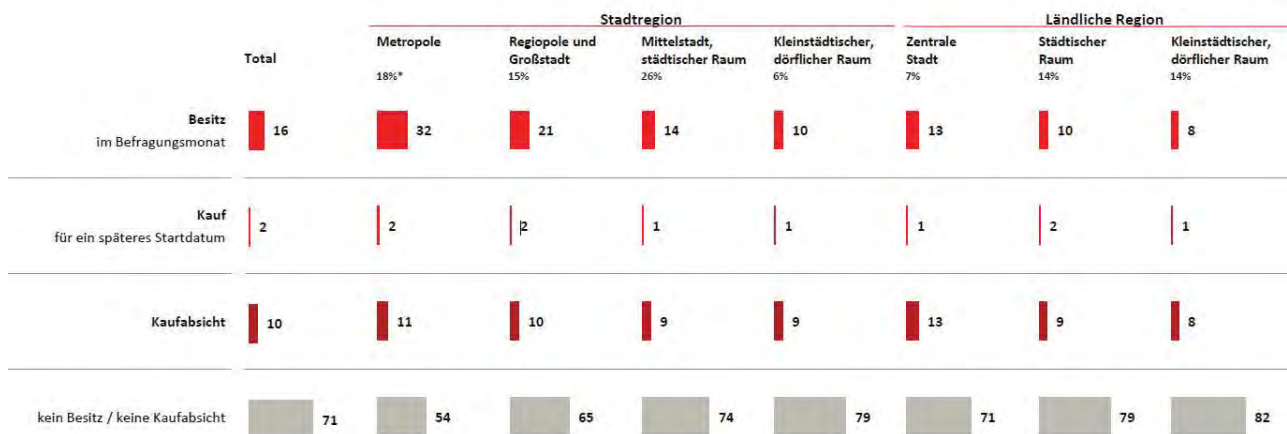
² Weitere grenzübergreifende Strecke, auf denen das D-Ticket anerkannt ist, sind hier einsehbar: <https://26742987.hs-sites-eu1.com/grenzverkehr>

³ Ein Überblick über Geltungsbereiche des D-Tickets ist hier einsehbar (kein Anspruch auf Vollständigkeit/Richtigkeit). https://bahnreise-wiki.de/wiki/Deutschlandticket_Geltungsbereich

zusammenzuhängen (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024). Der Kündigungsprozess stellt also offenbar kein größeres Hindernis für den Kauf dar.

Die Besitzquote eines D-Tickets ist in Stadtregionen, vor allem in Metropolen, z. T. deutlich höher als in ländlichen Regionen (vgl. Abbildung 1). So besaß 2023 jede*r zweite Einwohner*in Hamburgs ein D-Ticket. Gleichzeitig war die Kündigungsrate dort am niedrigsten (FGSV, 2024). Im Bereich des Münchner Verkehrs- und Tarifverbunds wurde eine durchschnittliche Besitzquote von 32 % im Zeitraum Mai-Dezember 2023 registriert (VDV, 2024).

Abbildung 1: Besitzerquote des D-Tickets nach Regionsart



Quelle: VDV, 2024

Auch ist in städtischen Gebieten der Anteil der D-Ticket-Besitzer*innen unter den ÖPNV-Nutzer*innen größer als im ländlichen Raum. Festzustellen ist: Je höher die subjektive ÖPNV-Zufriedenheit, desto höher die D-Ticket Besitzquote. Umgekehrt ist das unzureichende ÖPNV-Angebot im ländlichen Raum der primäre Grund für die geringe ÖPNV-Nutzung. Auch für aktuelle Nichtkäufer*innen, vor allem aus dem ländlichen Raum, ist dies der Grund für den Kaufverzicht (VDV, 2024).

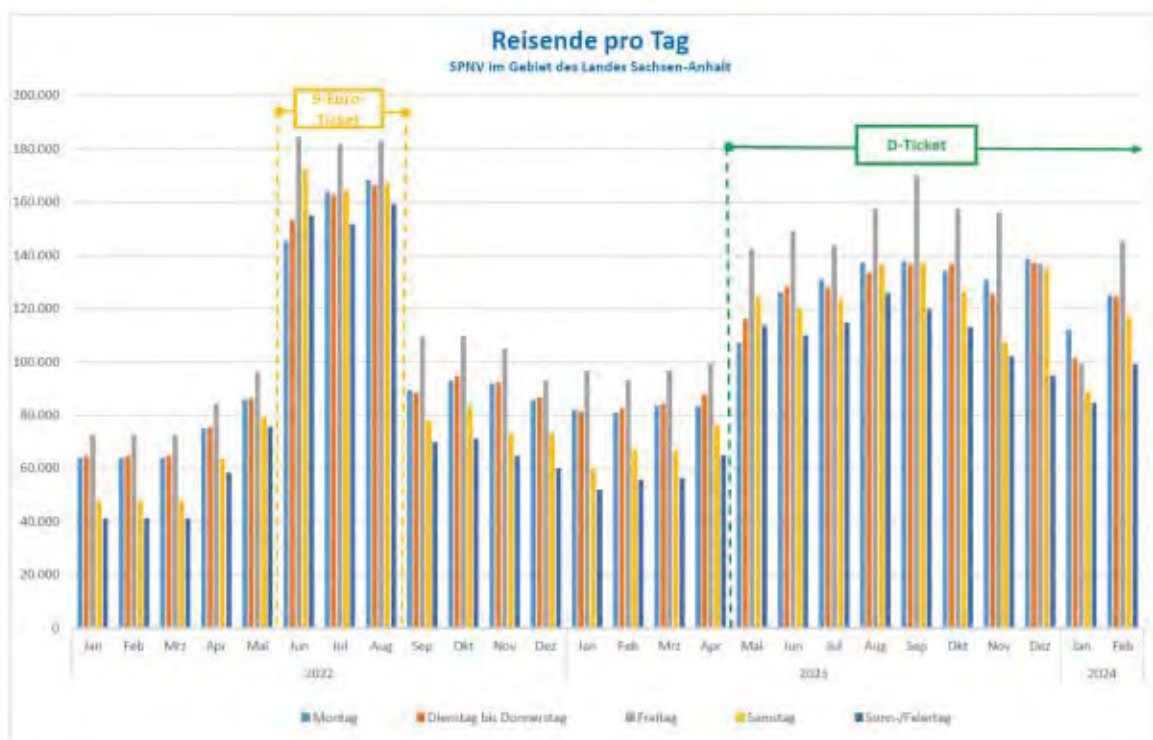
ÖPNV-Nutzung und Entwicklung der Fahrgastzahlen

Gut jede zweite ÖPNV-Fahrt erfolgt inzwischen mit dem D-Ticket (55 %). Zudem hat die Einführung des D-Tickets zur Intensivierung der ÖPNV-Nutzung beigetragen: 53 % der D-Ticket-Besitzer*innen nutzen den ÖPNV häufiger als vor dessen Erwerb. Bis zu 25 % der Fahrten, die mit dem D-Ticket unternommen werden, wären ohne dieses Ticket nicht durchgeführt worden. Davon sind bis zu 13 % neu entstandene Fahrten und 12 % an Fahrten, die von anderen Verkehrsmitteln auf den ÖPNV verlagert wurden, primär erfolgte eine Verlagerung vom Auto/Motorrad (58 %) und vom Fahrrad/E-Scooter/E-Bikes (19 %) auf den ÖPNV (VDV, 2024). Durch das D-Ticket induzierte Fahrten sind tendenziell etwas länger: es wird häufig für längere Strecken über 30 Kilometer und im Durchschnitt für Strecken von rund 16 Kilometer genutzt. Dies ist auf die gestiegene vermehrte Nutzung von Regionalzügen zurückzuführen. 8 % der Fahrten haben sogar Reiseweiten von mehr als 50 Kilometer. **Hervorzuheben ist, dass 16% der Fahrten mit dem D-Ticket über Verbundgrenzen hinweg durchgeführt werden** (VDV, 2024), was auf eine Nutzung im Kurzurlaubs- und Freizeitverkehr hindeutet.

Eine Analyse der Auswirkungen des D-Tickets auf die Fahrgastzahlen im Schienenpersonennahverkehr (SPNV) in Sachsen-Anhalt zeigte wochentags eine signifikante Nachfragerhöhung um etwa 20-30 %. Somit hat sich generell ein höheres Nachfrageniveau auch im Alltagsverkehr eingestellt. An Wochenenden steigt die Nachfrage deutlich stärker an. An Stationen in touristisch relevanten Regionen ist ein noch höheres Nachfrageniveau zu beobachten, was die Bedeutung des D-Tickets für den Freizeitverkehr hervorhebt. Diese Beobachtungen basieren ausschließlich auf Veränderungen an Stationen, deren Nachfrage nicht durch überregionale Reiserouten (mit Start und Ziel außerhalb von Sachsen-Anhalt) beeinflusst wird. Angesichts der festgestellten längeren Reiseweiten (s.o.) liegt es nahe, einen Zusammenhang mit der verstärkten überregionalen Nutzung des D-Tickets zu vermuten. Auf überregional genutzten Strecken wird geschätzt, dass etwa die Hälfte der Nachfragesteigerung auch auf überregionale Reisegründe zurückzuführen ist.

Nachfolgend wird die Entwicklung der landesweiten Nachfrage im SPNV in Sachsen-Anhalt seit 2022, einschließlich der Pandemieauswirkungen im ersten Quartal 2022, dargestellt (FGSV, 2024).

Abbildung 2: Reisende pro Tag, SPMV im Gebiet Sachsen-Anhalt



Quelle: Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e. V. (FGSV), 2024

Anhand der Zahlen aus Sachsen-Anhalt wird deutlich, dass seit Einführung des 9-Euro-Tickets eine signifikante Steigerung der Alltagsnachfrage nachgewiesen werden kann. Im Freizeitverkehr spielt das D-Ticket eine noch größere Rolle, sowohl an touristischen Zielorten als auch für überregionale Fahrten (FGSV, 2024).

Soziodemographische Faktoren

Die Nutzung des D-Tickets ist unabhängig vom Geschlecht, jedoch stark altersabhängig. Das D-Ticket wird vor allem von jüngeren Menschen genutzt, insbesondere von Personen unter 30 Jahren, Schüler*innen, Studierenden und Azubis (35%) (VDV, 2024). Zwei Drittel der Nutzer*innen sind sogar unter 45 Jahre, während nur 23 % der über 55-Jährigen D-Ticket-Nutzende sind. Somit ist die Hälfte der

Nicht-Nutzenden 55 Jahre oder älter. Unter Rentner*innen ist das Ticket aufgrund seltenerer ÖPNV-Nutzung oder preiswerterer Angebote weniger verbreitet (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024, VDV, 2024).

D-Ticket-Nutzende haben tendenziell einen höheren Bildungsstand, arbeiten häufig in Vollzeit und verfügen über ein höheres Haushaltseinkommen. Familien mit jüngeren Kindern nutzen das Ticket vermehrt, da Kinder unter sechs Jahren kostenlos mitfahren können. Nutzende sind oft umweltbewusst und regelmäßige ÖPNV-Fahrer*innen (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024). Laut dem VDV (2024) hingegen ist die Besitzquote unter Armutsgefährdeten und Menschen mit hohem Einkommen gleich. Somit wäre das Ticket weitgehend unabhängig vom Äquivalenzeinkommen.

D-Ticket als Abonnement

Viele Nutzende des D-Tickets schätzen die Flexibilität des Abonnements: Über die Hälfte der Besitzer*innen hat das Ticket seit dem Kauf durchgängig genutzt (56 %) und ein Drittel waren „Ausprobierer*innen“, die das D-Ticket meist nur ein oder zwei Monate testeten. Die Kündigungsrate variiert nach Nutzer*innengruppe⁴: Bei bisherigen ÖPNV-Abo-Nutzer*innen liegt sie bei 7 %, während sie bei Neukund*innen, die zuvor Einzelfahrscheine kauften, 17 % und bei bisherigen Autofahrer*innen, die den ÖPNV kaum nutzten, 19 % beträgt. Insgesamt hat jede*r zehnte Käufer*in das Abo bereits gekündigt. „Es ist ein ständiges Kommen und Gehen“, so ein Sprecher des VDV (VDV, 2024).

Es zeigt sich auch, dass das Ticket je nach Kundengruppe **in Urlaubszeiten entweder flexibel für bundesweite Fahrten im Nah- und Regionalverkehr erworben oder von Pendler*innen für den Zeitraum des Urlaubs aktiv gekündigt wird** (Tagesschau, 2023).

Nutzungsform

Durch das D-Ticket wurde das Ziel, den ÖPNV digitaler zu gestalten, erfolgreich vorangetrieben (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024): so nutzt die Mehrheit der D-Ticket-Nutzenden das Ticket digital (61 %), 22 % als Chipkarte und 17 % in Papierform (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024). Auch laut des VDV (2024) haben 53 % das Ticket als digitales Handy-Ticket. Personen, die von Abos umgestiegen sind, und Menschen ab 50 Jahren nutzen das Ticket häufiger in physischer Form. Zwei Drittel der Tickets wurden digital erworben, hauptsächlich über Webseiten (40 %), bevorzugt über die eines Verkehrsanbieters bzw. der Deutschen Bahn, oder über eine App (24 %) (VDV, 2024).

Zahlungsbereitschaft und Preisempfinden

Die Mehrheit der Nutzenden (64 %) empfindet den Preis von 49 Euro als angemessen, während ein Viertel den Preis als zu hoch einschätzt. Im Durchschnitt wird ein Preis von knapp 53 Euro als hoch und ab etwa 75 Euro als zu teuer angesehen (VDV, 2024, Fraunhofer-Allianz, 2024).

65 % der D-Ticket-Besitzer*innen zahlten vor der Einführung des Tickets mehr als 49 Euro für den ÖPNV, wobei insbesondere Monatsticket-Besitzer*innen (u.a. Pendler*innen) deutlich höhere Ausgaben hatten. Das D-Ticket ermöglicht somit eine deutliche Reduzierung der ÖPNV-Kosten.

Gleichzeitig wird das Ticket z. T. als sozial ungerecht empfunden. Einige Arbeitnehmer*innen mit guten bis sehr guten Einkünften erhalten bspw. Zuschüsse des Arbeitgebers; gleichzeitig werden Geringverdienenden nur punktuell Vergünstigungen zugesprochen (Expertengespräch Grimm, FUR, 22.08.2024).

⁴ Weitere Ausführungen zu Kündigungsverhalten sind in der VDV-Studie verfügbar.

Nutzungsgründe des D-Tickets

Der „Flatrate-Gedanke“ bzw. die uneingeschränkte Mobilität im Nahverkehr spielt bei den Nutzungsgründen eine wesentliche Rolle. Die Flexibilität in Bezug auf die Fahrthäufigkeit (54 %) und die Nutzungszeiten (48 %) sind die wichtigsten Gründe. Die deutschlandweite Gültigkeit ist für 53 % der Befragten entscheidend und ermöglicht eine einfache Nutzung unabhängig von regionalen Tarifstrukturen. Außerdem sehen 44 % der Nutzenden den günstigen Preis als wichtigen Grund für die Nutzung des Tickets (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024).

Auch laut der Befragung des VDV (2024) zählen die deutschlandweite Gültigkeit und die Preisvorteile zu den Hauptgründen für den Kauf des D-Tickets. Viele Nutzende wollen damit ihre Fahrtkosten optimieren. Aber auch die Einfachheit (verbundübergreifend, Flexibilität am Wohnort, flexible Kündigung) ist ein wesentlicher Kaufgrund. **42 % begrüßen es, dass sie mit dem D-Ticket Ziele erkunden können, die sie schon immer einmal besuchen wollten. Insbesondere finanziell schwächer gestellten Haushalten eröffnet es neue Reiseziele (VDV, 2024).**

Nutzungszwecke des D-Tickets

Seit Einführung des D-Tickets hat sich der Hauptreiseanlass im ÖPNV kaum verändert. Primärer Anlass ist der Weg von / zur Arbeit bzw. Ausbildungsstätte oder Schule, gefolgt von alltäglichen Fahrten. Ausflugsfahrten und Städtereisen (je 3 %) sowie Urlaubsfahrt / Kurzurlaub und Fahrt am Zielort (je 1 %) sind nur selten der *Hauptreiseanlass* (VDV, 2024).

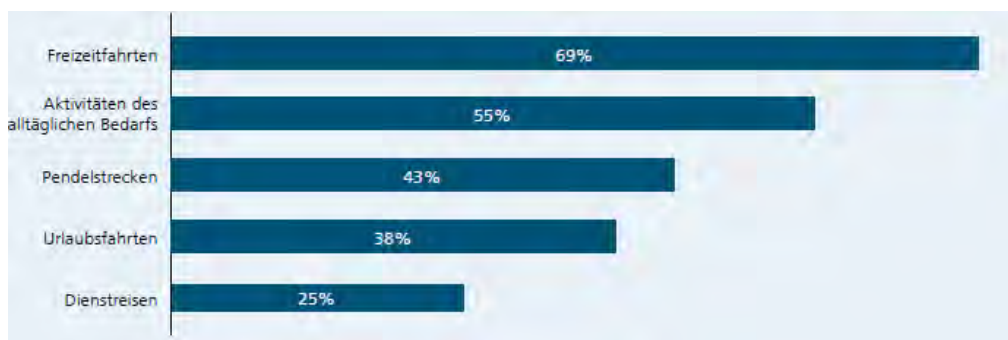
Das D-Ticket ist fest im Alltag der Befragten verankert. Es wird am häufigsten für Freizeitaktivitäten im Wohnumfeld genutzt, wie 69 % der Befragten angegeben. Über die Hälfte der Befragten (55 %) verwendet das Ticket für alltägliche Besorgungen wie Einkäufe, Arztbesuche oder andere Erledigungen. Für regelmäßige Strecken zur Arbeit oder Ausbildung nutzen 43 % der Befragten das Ticket. **Urlaubsfahrten werden von 38 % als ein relevanter Nutzungszweck genannt**, während nur etwa ein Viertel der Besitzer*innen das Ticket für Dienstreisen verwendet (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024). Auch laut Daten des Hamburger Verkehrsverbundes sind über 40 % der Nutzung des D-Tickets dem klassischen Freizeitverkehr zuzurechnen (FGSV, 2024).

Abbildung 3: Hauptreiseanlass im ÖPNV



Quelle: VDV, 2024

Abbildung 4: Nutzungszwecke D-Ticket



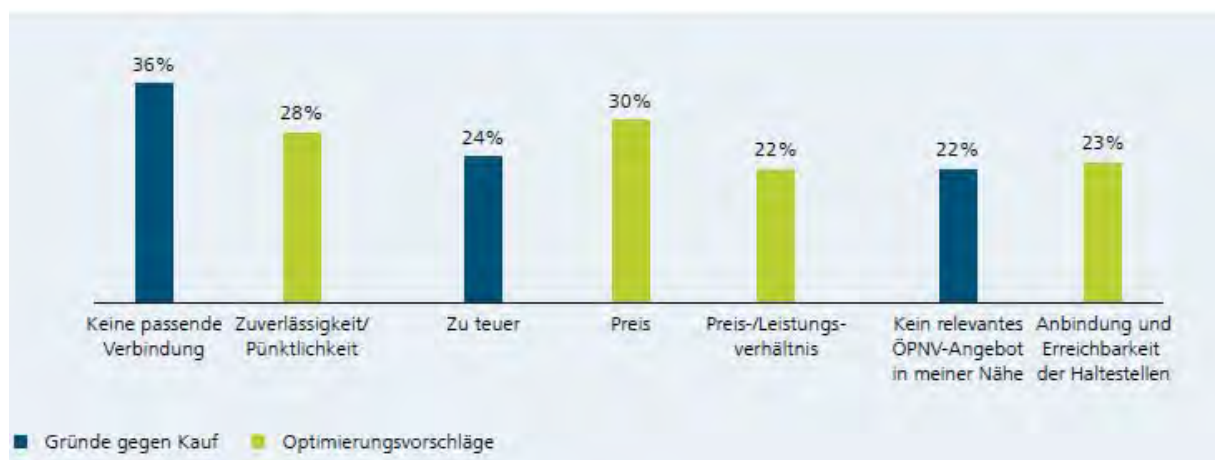
Frage: Sie haben angegeben, das Deutschlandticket zu besitzen. Für welche der folgenden Zwecke nutzen Sie das Deutschlandticket? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Zwecke aus. n=1.311 (Deutschlandticket-Nutzende)

Quelle: Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024

Barrieren und Herausforderungen in Verbindung mit dem D-Ticket

Das D-Ticket kann die grundlegenden Schwächen des ÖPNV aus Sicht der Nutzer*innen und von Expert*innen nicht ausgleichen. Die zwei am häufigsten genannten Gründe für die Nicht-Nutzung des Tickets beziehen sich auf die allgemeinen Defizite des öffentlichen Nahverkehrs. So gaben 36 % der Befragten an, dass keine passende Verbindung für ihre Fahrten zur Verfügung stehe, während 22 % das Ticket aufgrund fehlender ÖPNV-Angebote in ihrer Nähe nicht nutzen. Diese strukturellen Schwächen des ÖPNV verhindern eine breitere Akzeptanz des D-Tickets. Darüber hinaus empfand knapp ein Viertel der Nicht-Nutzenden (24 %) den Ticketpreis als zu hoch und äußerte den Wunsch nach einer Preissenkung (30 %) oder einer Verbesserung des Preis-Leistungs-Verhältnisses (22 %) (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024).

Abbildung 5: Nutzungsbarrieren und Verbesserungsvorschläge



Fragen: Sie haben angegeben, dass Sie das Deutschlandticket nicht nutzen. Warum nutzen Sie es nicht? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Gründe aus. Was würde Sie dazu bewegen, das Deutschlandticket zu kaufen? Bitte wählen Sie alle zutreffenden Gründe aus. Verbesserungen bei [Serviceparameter] n=2.424

Quelle: Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024

Auch laut der Befragung des VDV (2024) sind Hauptargumente gegen den Kauf eines D-Tickets fehlender Bedarf (kein Bedarf an einem Abo/deutschlandweitem Ticket, keine ÖPNV-Nutzung) und das begrenzte Angebot im ÖPNV. Letzteres umfasst umständliche bzw. nicht passende Verbindungen in der Region, zu lange Fahrtzeiten und zu große Distanzen zu den Haltestellen. Je ländlicher der Wohnort ist, desto stärker sind die angebotsbezogenen Gründe für den Kaufverzicht ausgeprägt.

Laut einer Studie des Baden-Württemberg Instituts für Nachhaltige Mobilität (2023) sind Unpünktlichkeit und ein unzureichendes Angebot zentrale Herausforderungen für Verkehrsunternehmen. In Städten ist die Pünktlichkeit das Hauptproblem, während in ländlichen Gebieten die Taktichte, Fahrzeit und Kosten besonders wichtig sind. Von Bedeutung ist, neben der Verbesserung der Zuverlässigkeit auch die Bereitstellung von Informationen, die Auslastung und das Wohlfühlen der Fahrgäste zu optimieren.

Laut Aussagen der interviewten Expert*innen wird zudem das bestehende ÖPNV-Angebot z. T. schlecht nach außen kommuniziert. Somit verfügen die potentiellen Nutzer*innen, insbesondere Gäste in Urlaubsregionen, über unzureichende Kenntnisse des regionalen bzw. lokalen Mobilitätsangebotes.

Die Einführung des D-Tickets hat die Mobilitätskosten für viele Menschen erheblich gesenkt. Gleichzeitig hat das Ticket jedoch eine Diskussion über die Finanzierung ausgelöst, die in der derzeit angespannten Haushaltslage des Bundes verstärkt wird. Demnach spitzt sich die Finanzierungssituation

im ÖPNV fortwährend zu. Verschärft wird dies dadurch, dass entgegen der positiven Entwicklung der Fahrgastzahlen durch das D-Ticket die Einnahmen bei den Verkehrsunternehmen deutlich zurückgegangen sind. Dies ist darauf zurückzuführen, dass die meisten Abonnent*innen aus zuvor teureren Abo-Verträgen oder aus dem Bartarif zum günstigeren D-Ticket gewechselt sind. Das derzeitige Budget der Verkehrsunternehmen wird primär zum Erhalt des bestehenden Angebots verwendet, es ist jedoch unzureichend, um die Kostensteigerungen bei Personal, Energie und Instandhaltung zu decken. Für den Ausbau und die Modernisierung des Systems fehlen die Mittel. Um zu verhindern, dass der Ausgleichsbedarf für diese Mindereinnahmen weiterwächst, ist eine Einigung von Bund und Länder über die Preisgestaltung und langfristige Finanzierung des D-Tickets aus Sicht des VDV dringend notwendig. Die Verkehrsbranche, repräsentiert durch den VDV, hat mit dem Preisindex⁵ einen konkreten Vorschlag für die Finanzierung des D-Tickets unterbreitet. Eine transparente, kostenorientierte und maßvolle Preisentwicklung für das D-Tickets würde demzufolge von vielen Menschen verstanden und akzeptiert werden (VDV, 2024).

Aktuellen Meldungen zufolge wird der Preis für das D-Ticket ab 2025 auf 58 EUR/Monat steigen. Grund für die Erhöhung ist die Prognose der Bundesländer, dass die erwartete Finanzierungslücke 2025 größer als die von Bund und Ländern bezuschussten 3 Milliarden Euro sein wird. Durch den Anstieg des Ticketpreises können die Kosten besser gedeckt werden. Mit der temporären Kürzung der regulären Regionalisierungsmittel steht diese Preiserhöhung zunächst nicht im Zusammenhang. Vergünstigungen können auch weiterhin durch die Länder angeboten werden, sofern die Bundesländer die Zuschüsse aus ihrem Haushalt stellen.

Klimawirkung des D-Tickets durch Verkehrsmittelverlagerungen

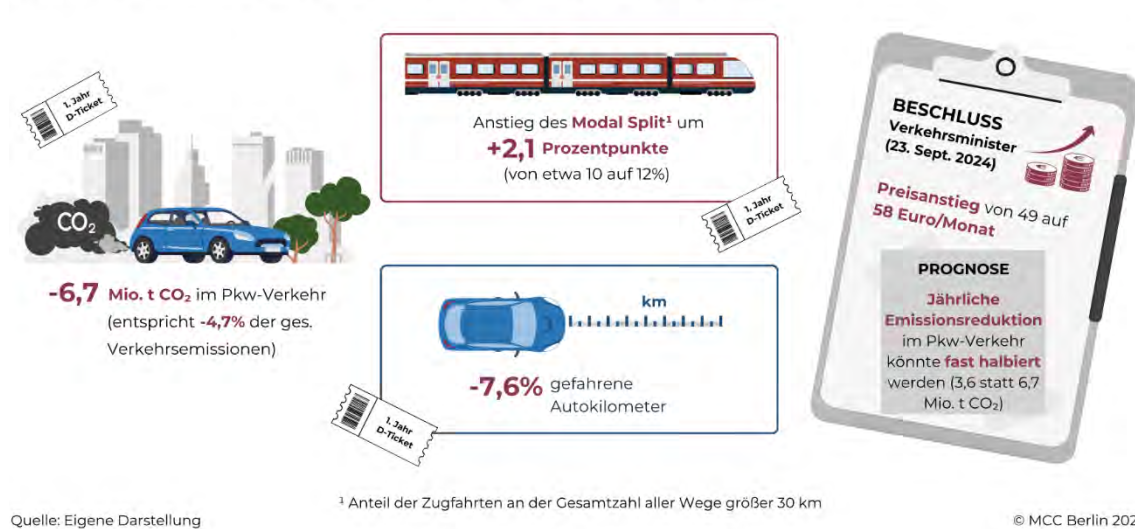
Insgesamt hat das D-Ticket in gewissem Umfang zu Verkehrsmittelverlagerungen und damit positiven Klimawirkungen geführt. Wie zuvor ausgeführt, wurden durchschnittlich rund 7 % der Fahrten vom Pkw auf den ÖPNV verlagert. Infolge dessen konnten im Jahr 2023 rund 870.000 Tonnen CO₂ eingespart werden, hochgerechnet auf ein ganzes Jahr entspricht das einer Einsparung von mindestens 1,3 Millionen Tonnen CO₂ (VDV, 2024). Für 2024 wird schätzungsweise mit einer Einsparung von mindestens 1,7 Millionen Tonnen gerechnet, basierend auf den aktuellen Emissionsfaktoren des Umweltbundesamtes. Anderen, sehr aktuellen Berechnungen zufolge sind die jährlichen Emissionen des Pkw-Verkehrs sogar um etwa 6,7 Millionen Tonnen gesunken, was einer Reduktion von rund 4,7% der gesamten Verkehrsemissionen entspricht (MCC Berlin, 2024).

Positiv ist auch, dass bei D-Ticket-Nutzer*innen die durchschnittliche Zahl der ÖPNV-Fahrten um 19 % gestiegen und die der PKW-Fahrten um 16 % pro Monat im Vergleich zum Zeitraum vor der D-Ticket-Einführung gesunken sind (FGSV, 2024, VDV, 2024). Durch das D-Ticket hat die Zahl der Zugfahrten insgesamt deutlich zugenommen (bei Fahrten über 30 km um 30,4%), während die Nutzung des Autos merklich zurückgegangen ist (7,6 % weniger gefahrene Autokilometer). Die Gesamtmobilität blieb jedoch relativ konstant. Dies zeigt, dass das D-Ticket eine Verlagerung des Verkehrs von der Straße auf die Schiene bewirkt hat: Der Anteil der Zugfahrten an allen Wegen über 30 km („Modal Split“) stieg von etwa 10 auf 12% (MCC Berlin, 2024).

Abbildung 6: Kausale Wirkungsanalyse des Deutschland-Tickets

⁵ Eine an den Kosten orientierte, transparente und maßvolle Preisentwicklung

**Kausale Wirkungsanalyse mit innovativen Mobilitätsdaten zeigt:
Das D-Ticket führte im ersten Jahr zu einer substantziellen CO₂-Emissionsreduktion**



Quelle MCC Berlin, 2024

Anzumerken ist, dass die Schätzungen zu den Klimaeffekten erheblich variieren, insbesondere zwischen Stadt und Land, da nicht überall ein ausreichendes ÖPNV-Angebot vorhanden ist (Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft 2024).

Exkurs: KlimaTicket Österreich

Das KlimaTicket, eingeführt am 26. Oktober 2021, ist eine Jahreskarte in Österreich, die zur Nutzung nahezu aller Linienverkehre regional, überregional und bundesweit (ausgenommen sind einige touristische Angebote) ermöglicht. Der Preis beträgt jährlich 1.095 Euro/Person⁶ und 1.205 Euro für Familien; zudem gibt es Vergünstigungen für Jugendliche, Senior*innen und ein „Spezial“ für vulnerable Gruppen. Eine Preiserhöhung ist frühestens für 2025 geplant. Neben der ÖPNV-Nutzung gibt es Vergünstigungen für Freizeiteinrichtungen.

Das KlimaTicket verzeichnet positive Verkaufszahlen: In den ersten zwei Monaten bis zum 20. Dezember 2021 wurden 133.999 Tickets verkauft. Bis Juni 2022 stieg die Zahl auf etwa 170.000, im November 2022 auf über 200.000, im Oktober 2023 auf über 262.000 und im September 2024 auf über 300.000.

Das KlimaTicket leistet einen wichtigen Beitrag zur CO_{2eq}-Einsparung. Jährlich werden etwa 65.000 Tonnen CO_{2eq} eingespart, dies entspricht etwa 0,3 Tonnen pro verkauftem KlimaTicket. Bei rund 25 Millionen registrierten KlimaTicket-Fahrten wurden rund 2022 3 Millionen Autofahrten vermieden, die stattdessen mit dem ÖPV erfolgten (Quelle: infra, TriConsult 2023).

Aus touristischer Perspektive ist das KlimaTicket differenziert zu betrachten: Für den nationalen Tourismus stellt es ein gewisses Potential dar, da der Fernverkehr inkludiert ist und somit touristische Regionen auch außerhalb eines kleinen Einzugsgebietes schnell erreicht werden können. Aufgrund des Jahresabos und dem damit verbundenen hohem Gesamtpreis wird das KlimaTicket jedoch kaum für

⁶ Entspricht rund 91 Euro pro Monat, etwa drei Euro pro Tag (bei 365 Tagen im Jahr)

rein touristische Zwecke erworben. Es verlagert jedoch potentiell Fahrten in die Destination vom PKW auf den ÖPNV (sowohl für An-/Abreise wie auch die Mobilität vor Ort).

Für Incoming-Tourist*innen, bspw. aus Deutschland als wichtigsten Quellmarkt, ist das KlimaTicket nicht attraktiv, da es nur als Jahresabo erworben werden kann. Zudem sind eine Vielzahl an touristischen Linien nicht im KlimaTicket enthalten. Weiterhin sind Gästekarten in Österreich stark etabliert, worin die ÖPNV-Nutzung inkludiert ist.

2. Das D-Ticket: Die Bedeutung für den Freizeit- und Tourismusverkehr

Rahmenbedingungen: Reiseverhalten der Deutschen und Einflussfaktoren auf die Verkehrsmittelwahl

Im Jahr 2023 unternahmen in Deutschland fast 55 Millionen Menschen Reisen von fünf Tagen oder länger, ein Anstieg gegenüber dem Vorjahr, jedoch knapp unter dem Niveau von 2019. Das Gesamtvolumen der Urlaubsreisen sank leicht auf 65 Millionen, davon 22 % innerhalb Deutschlands. Zudem wurden 74 Millionen Kurzurlaubsreisen (ein bis drei Übernachtungen) unternommen. Nur 5 % der Urlauber nutzten Bahn oder Bus als Hauptverkehrsmittel, während 47 % das Flugzeug und 41 % das Auto bevorzugten (FUR, 2024).

Die Wahl des Verkehrsmittels für die verschiedenen Marktsegmente, vom täglichen Freizeitverkehr bis hin zu Urlaubsreisen, wird durch wesentliche Faktoren wie die Vernetzung des ÖPNV, die Konkurrenzfähigkeit der Reisezeiten, die Verlässlichkeit der Verbindungen, die Beförderungsqualität, Nähe und Barrierefreiheit der Haltestellen, eine einfache und leicht verständliche Tarifgestaltung sowie die Verfügbarkeit von leicht verständlichen Informationen vor und während der Fahrt online wie offline beeinflusst (FSGV, 2024, basierend auf H FGÖ, 2021).

Laut einer Sonderauswertung der Reiseanalyse (2024) wird das D-Ticket von Personen ab 14 Jahren bei Kurzurlauben mit einer Dauer von 2-4 Tagen häufiger genutzt als bei längeren Urlaubsreisen ab fünf Tagen. Konkret wurde bei Kurzurlaubsreisen im Zeitraum Mai bis Oktober 2023⁷ das D-Ticket auf etwa jeder fünften Inlandsreise verwendet. Bei 16 % der 29,7 Mio. Inlands-Kurzurlaubsreisen wurde das D-Ticket für die Anreise genutzt, bei 10 % für die Mobilität vor Ort. Bei jeder zehnten längeren Inlands-Urlaubsreise wurde das D-Ticket vor Ort und/oder bei der Anreise genutzt. Auf 7 % dieser 14,3 Mio. Inlands-Urlaubsreisen wurde das D-Ticket für die An-/Abreise und bei 6 % für die Mobilität vor Ort genutzt (FUR, Sonderauswertung der Reiseanalyse 2024). Laut Bente Grimm (FUR, 2024) sind die Gründe für eine vermehrte Nutzung bei Kurzurlauben die unkomplizierte Mitnahme von kleinerem Gepäck, die Wahl von Städten als häufiges Kurzurlaubsziel mit einem tendenziell besseren ÖPNV-Angebot und die geringere Reisedistanz bei Kurzurlauben. Längere Reisen werden nur zum Teil unter Nutzung des D-Tickets in Betracht gezogen, ausschlaggebend sind eine geringe Zahl von Umstiegen und eine nur geringfügig längere Reisezeit im Vergleich zum Fernverkehr. Bei längeren Anreisen wird meist ein zusätzliches Fernverkehrsticket erworben.

Wie auch die zuvor genannten Untersuchungen gezeigt haben, wird ein D-Ticket kaum ausschließlich für eine Urlaubsreise gekauft. Entsprechend werden auf diese Weise kaum Neukund*innen generiert. Der Besitz eines D-Tickets motiviert jedoch zu einer Freizeitfahrt mit dem ÖPNV und beeinflusst z. T. die Wahl des Reiseziels: Ziele, die gut erreichbar sind, gewinnen bei Reisenden an Attraktivität. Eine entscheidende Rolle bei der Wahl des Verkehrsmittels für die Anreise spielt die Mobilität vor Ort: Ist

⁷ Anmerkung: in den ersten vier Monaten des Jahres 2023 war das D-Ticket noch nicht erhältlich.

diese gut ausgebaut, so wird tendenziell häufiger auf die Anreise mit dem Auto verzichtet (Expertengespräch Grimm, FUR, 22.08.2024).

Aufgrund der derzeit insgesamt noch eher geringen Nutzung des ÖPNV bei Urlaubsreisen stellt der Freizeit- und Tourismusverkehr ein großes und bedeutendes Nachfragepotenzial für den ÖPNV dar (FGSV, 2024, FUR, 2024). Dies wird auch dadurch untermauert, dass immerhin 38 % der D-Ticket-Nutzenden bekunden, das Ticket zumindest gelegentlich für eine Urlaubsfahrt zu verwenden (Fraunhofer-Allianz Verkehr, 2024; siehe oben).

Hinzu kommt, dass auch **Incoming-Tourist*innen das D-Ticket benutzen**. Im **Sommer 2023 war eine Nachfrage von ca. 40.000 Tickets pro Monat durch ausländische Tourist*innen zu verzeichnen** (VDV, 2024).

Mobilität auf Gästekarten

In vielen deutschen Urlaubsregionen sind sog. Gästekarten eingeführt worden, mit denen die nachhaltige Mobilität vor Ort vereinfacht und gefördert werden soll. Gästekarten ermöglichen typischerweise die Nutzung verschiedener öffentlicher Verkehrsmittel und bieten darüber hinaus oft noch weitere Vorteile, wie z.B. reduzierte Eintrittspreise für touristische Attraktionen. Mit der Einführung des D-Tickets sind Bedenken hinsichtlich der Bedeutung von Gästekarten für touristische Ziele aufgekommen.

Doch sind diese Sorgen berechtigt? Laut der Stellungnahme der Umweltorganisationen Bund für Umwelt und Naturschutz (BUND), Verkehrsclub Deutschland (VCD) und Naturschutzbund (NABU), die an der Fahrtziel-Natur-Initiative der Deutschen Bahn beteiligt sind, bleiben aus aktueller Sicht Gäste- bzw. Destinationskarten weiterhin attraktiv, insbesondere aufgrund der zahlreichen touristischen Zusatzangebote der Gästekarten, die im D-Ticket nicht enthalten sind. Sie verweisen zudem auf den noch geringen Anteil von D-Ticket-Nutzenden unter inländischen und ausländischen Urlaubsgästen. Darüber hinaus seien der aktuelle Preis des D-Tickets von 49 Euro und der zu erwartende Preisanstieg in Verbindung mit der Abonnementbindung für die ausschließliche Nutzung im Freizeitbereich nicht ausreichend attraktiv (BUND et al., 2024).

D-Ticket im Urlaubs- und Reiseverkehr: Fazit

Das D-Ticket hat sich in Ansätzen im Freizeit- und Reiseverkehr etabliert. Urlaubsfahrten werden von 38 % als ein relevanter Nutzungszweck genannt. 16% der Fahrten mit dem D-Ticket werden über Verbundgrenzen hinweg durchgeführt (VDV, 2024), was auf eine Nutzung im Urlaubs- und Reiseverkehr hindeutet. Der attraktive Preis eröffnet insbesondere einkommensschwächeren Haushalten die Möglichkeit, kostengünstig neue Reiseziele innerhalb Deutschlands zu entdecken.

Es wurde jedoch auch deutlich, dass die Nutzung des ÖPNV wie auch des D-Tickets bei Urlaubsreisen derzeit noch gering ist. Es wird derzeit nur bei 16 % der 29,7 Mio. Inlands-Kurzurlaubsreisen für die Anreise genutzt, bei 10 % für die Mobilität vor Ort. Bei jeder zehnten Inlands-Urlaubsreise wurde das D-Ticket vor Ort und/oder bei der Anreise genutzt (FUR 2024, Sonderauswertung der Reiseanalyse 2024). Eine Urlaubsreise allein stellt zudem keinen Grund für den Kauf eines D-Tickets dar. Dies ist u.a. auch auf das unzureichende ÖPNV-Angebot zurückzuführen, insbesondere im ländlichen Raum, in dem sich häufig Urlaubsdestinationen befinden. Der Freizeit- und Tourismusverkehr stellt somit ein bedeutendes, aber noch zu wenig genutztes Nachfragepotenzial für den ÖPNV und das D-Ticket dar.

Für eine umfassende Mobilitätswende sowie die stärkere Nutzung des D-Tickets im Reiseverkehr sind zusätzliche Maßnahmen erforderlich, insbesondere der Ausbau des ÖPNV-Angebots. In ländlichen Regionen muss der Schwerpunkt auf der Verbesserung des Streckennetzes und der Taktung liegen, in

urbanen Gebieten auf einer verbesserten Zuverlässigkeit. Eine langfristige Finanzierungsperspektive und klare Perspektiven bezüglich der Preis- und Angebotsentwicklungen sind ebenfalls entscheidend, um mehr Menschen für den ÖPNV und das D-Ticket zu gewinnen. Zudem ist ein kontinuierliches politisches Engagement nötig, um die Mobilitätsbranche umfassend auf das D-Ticket, auch mit Fokus auf den Urlaubs- und Freizeitverkehr, auszurichten.

3. Nutzung des D-Tickets aus der Sicht touristischer Destinationen

Mit dem Ziel, ein Stimmungsbild über die Nutzung und die Auswirkungen des D-Tickets in touristischen Destinationen zu bekommen sowie Verbesserungsempfehlungen abzuleiten, wurde eine Online-Umfrage von DMOen und Verkehrsträgern durchgeführt. Es handelt sich deshalb um ein „Stimmungsbild“, weil davon auszugehen war, dass den befragten Personen keine umfassenden oder fundierten Daten zur Nutzung des D-Tickets in den Destinationen vorliegen. Diese Annahme wurde durch die Umfrage bestätigt. Es handelt sich insofern um persönliche Einschätzungen, die jedoch auf professionellen Kenntnissen der jeweiligen Region bzw. der Verkehrsmittelnutzung dort beruhen.

3.1. Methodik

Umfrage-Design und Datenerhebung

Für die Online-Umfrage wurde ein Fragebogen entworfen, der die folgenden vier Themenblöcke umfasste:

- Allgemeine Informationen zum Reisegebiet
- Touristische Nachfrage: Bedeutung des Deutschlandtickets für die Destination und eventuelle Verhaltensänderungen bei Tourist*innen
- Destinationsebene: Bedeutung des Deutschlandtickets und damit einhergehende Veränderungen in der Destination
- Deutschlandticket für die touristische Nutzung: Herausforderungen und Optimierungsbedarf

Je Themenblock wurden kurze, geschlossene Fragen gestellt, bei denen z. T. über eine Kommentarfunktion Ergänzungen vorgenommen werden konnten. Die Beantwortung jeder Frage war freiwillig und konnte übergangen werden.

Die Datenerhebung wurde mittels einer standardisierten Online-Umfrage über das Online-Tool LamaPoll durchgeführt.

Stichprobe

Der Link der Online-Umfrage wurde deutschlandweit an touristische Destinationen sowie an Städte, Gemeinden und Verkehrsträger über die Verteiler des Deutschen Tourismusverbandes e.V. (DTV), der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele und der Initiative Fahrtziel-Natur und gesendet.

Die Befragung lief vom 20. August bis zum 20. September 2024. Insgesamt nahmen 426 Personen teil, wovon 174 Personen die Umfrage abgeschlossen und 252 Personen vor Beendigung abgebrochen haben. Mögliche Gründe für die hohe Abbruchquote sind die Länge der Umfrage und eine „Demotivation“ bei der Beantwortung aufgrund der mangelnden Datenkenntnis.

Auswertung

Die Ergebnisse der Online-Umfrage werden graphisch (siehe Anlage PowerPoint-Präsentation) und in Textform aufbereitet. Zusammen mit den Erkenntnissen der Hintergrundrecherche und aus der Fokusgruppendifkussion werden Schlussfolgerungen gezogen und Handlungsempfehlungen abgeleitet.

Limitierungen

Die Ergebnisse der Studie sind nicht repräsentativ. Zum einen erfolgte über die genannten Verteiler eine breite Streuung der Umfrage und es konnte jede angeschriebene Organisation daran teilnehmen, so dass keine Kontrolle über das Sample bestand. Zum anderen erfolgte teilweise die Teilnahme mehrerer Personen innerhalb einer Destination, was zu einer gewissen Verzerrung der Umfrageergebnisse geführt haben könnte.

Zweitens gibt die Umfrage persönliche Einschätzungen der Befragten wieder, die die Realität trotz eines beruflich mehr oder weniger gegebenen Bezugs zum Befragungsgegenstand möglicherweise nur teilweise abbilden. Grund hierfür ist die oft fehlende Datenerhebung zum touristischen Verkehr auf regionaler und lokaler Ebene.

3.2. Ergebnisse

Im Folgenden werden die Ergebnisse der Umfrage zu den oben genannten vier Themenblöcken vorgestellt.

(1) Allgemeine Informationen zum Reisegebiet und zu den Teilnehmenden

ÖPNV-Nutzung der Teilnehmenden

Um die Aussagen der Teilnehmenden zum D-Ticket besser einschätzen zu können, wurde nach ihrer persönlichen ÖPNV-Nutzung gefragt. Dabei zeigt sich ein heterogenes Bild: Reichlich ein Drittel nutzt den ÖPNV häufig bis sehr häufig, knapp ein Viertel mäßig und ein Drittel selten. 6,5 % fahren nie mit dem ÖPNV.

Abbildung 7: ÖPNV-Nutzung der Teilnehmenden

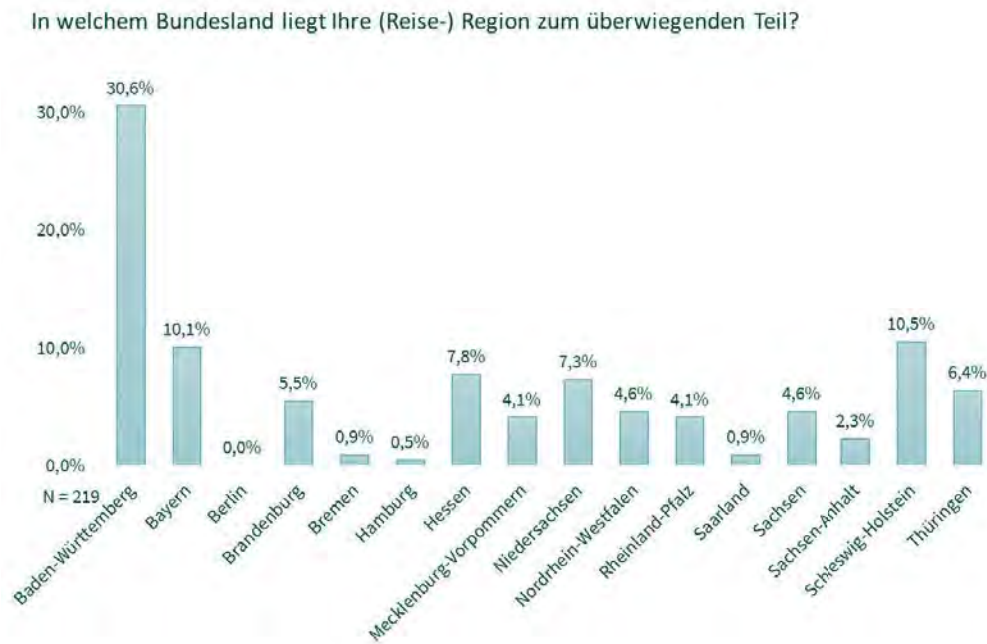


Einige der Teilnehmenden nutzen den ÖPNV und das D-Ticket zum Pendeln auf die Arbeit bzw. auch in der Freizeit. Jedoch ist für eine Vielzahl der Befragten die Nutzung des ÖPNV aufgrund des schlechten Angebots (Verbindungen, Taktung, Frequenz vor allem in ländlichen Regionen) sowie der fehlenden Zuverlässigkeit bei der Bahn (Verspätungen und Zugausfälle) kaum möglich bzw. mit einem zu hohen Zeitaufwand verbunden.

Geographische Verteilung der befragten Destinationen

Es zeigt sich ein sehr diverses Bild der Reiseregionen, die an der Umfrage teilgenommen haben. Die am stärksten vertretenen Destinationen sind der Schwarzwald gesamt, das Allgäu sowie Regionen der Nordsee und Ostsee. Städtische Destinationen haben kaum teilgenommen., Zu nennen sind jedoch u.a. Frankfurt am Main, Stuttgart, Darmstadt, Freiburg, Lübeck und Karlsruhe. Bis auf Berlin als Stadtstaat ist mindestens eine Reiseregion aus allen Bundesländern vertreten, mit einem sehr hohen Anteil aus Baden-Württemberg (30,6 %) gefolgt von Schleswig-Holstein (10,5 %) und Bayern (10,1 %).

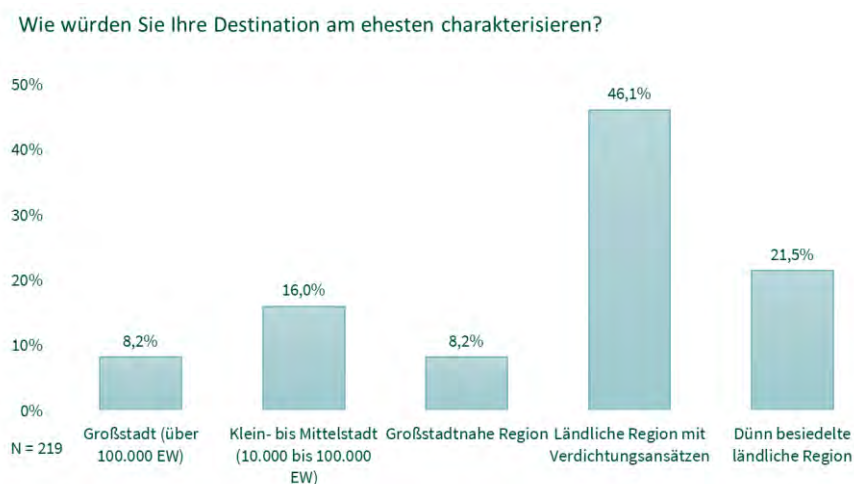
Abbildung 8: Zugehörigkeit zum Bundesland



Charakter der Destinationen

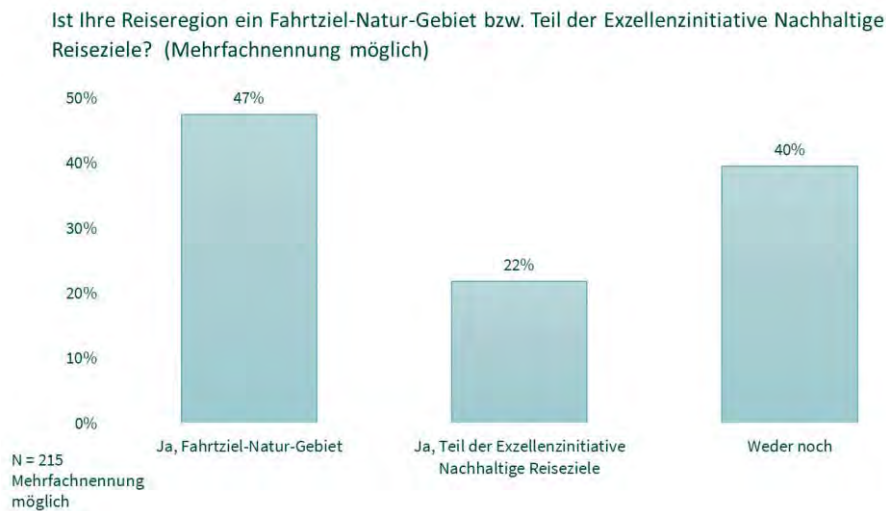
Knapp die Hälfte der teilnehmenden Reiseregionen (46 %) sind als „ländliche Regionen mit Verdichtungsansätzen“ charakterisiert; 21,5 % sind „dünn besiedelte ländliche Regionen“. 16 % sind Klein- und Mittelstädte und jeweils 8 % großstadtnahe Regionen bzw. Großstädte.

Abbildung 9: Charakter der Destinationen



Knapp die Hälfte der Destinationen sind ein Fahrtziel-Natur-Gebiet (47,5 %); 22 % sind Teil der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele. 19 der teilnehmenden Gebiete sind sowohl Fahrtziel-Natur-Gebiet als auch Teil der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele⁸. Damit ergibt sich ein großer Anteil von Destinationen, die sich um eine nachhaltige Mobilität bemühen und vermutlich auch eine hohe Affinität zum nachhaltigen Tourismus haben.

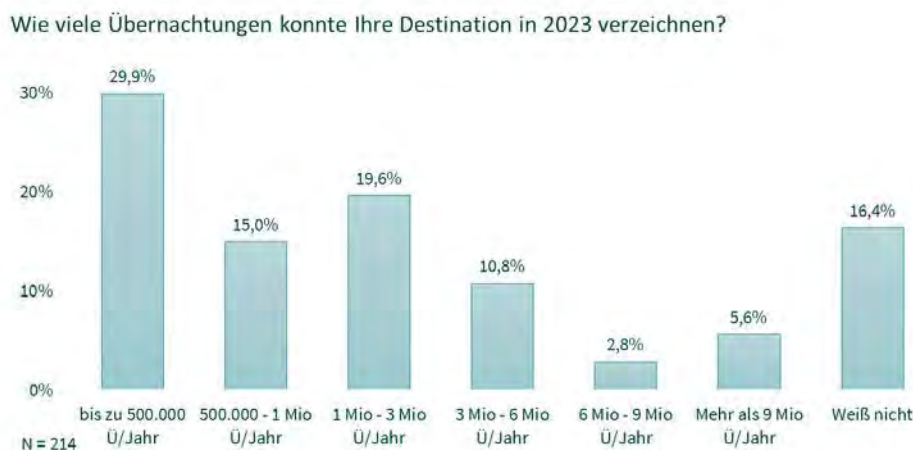
Abbildung 10: Fahrtziel-Natur-Gebiete bzw. Teil der Exzellenzinitiative Nachhaltige Reiseziele



Übernachtungszahlen

Die jährlichen Übernachtungszahlen (Bezugsjahr 2023) in den teilnehmenden Reiseregionen sind sehr unterschiedlich. 30 % der teilnehmenden Destinationen verzeichneten bis zu 500.000 Übernachtungen/Jahr; 15 % 500.000 bis 1 Million Übernachtungen/Jahr. Knapp ein Fünftel registrierte 1 bis 3 Millionen Übernachtungen/Jahr, 11 % der Reiseregionen 3 bis 5 Millionen und 8,5 % über 6 Millionen Übernachtungen/Jahr. Ein gewisser Anteil (möglicherweise die teilnehmenden Verkehrsverbünde) hatte keine Kenntnis über Übernachtungszahlen der Reiseregion.

Abbildung 11: Übernachtungen in der Destination im Jahr 2023



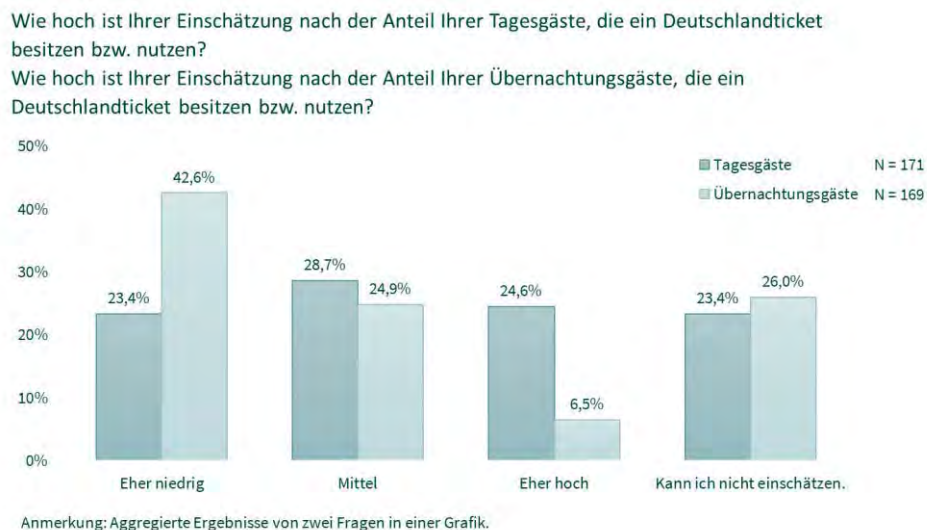
⁸ Bei der Beantwortung der Frage war eine Mehrfachnennung möglich.

(1) Touristische Nachfrage: Bedeutung des Deutschlandtickets für die Destination und eventuelle Verhaltensänderungen bei Tourist*innen

Anteil der Tourist*innen mit D-Ticket

Der Anteil der Tourist*innen, die ein D-Ticket besitzen bzw. nutzen, variiert laut der teilnehmenden Reiseregionen je nachdem, ob es um Übernachtungsgäste oder Tagesausflügler*innen geht. Unter den Übernachtungsgästen ist der Anteil der D-Ticket-Nutzenden eher niedrig (der Meinung waren 42,5 % der Befragten) bzw. mittel (25 % der Befragten). Lediglich 6,5 % schätzen ihn als hoch ein. Bzgl. der Tagesgäste ist die Einschätzung unterschiedlicher: 23,5 % schätzen den Anteil als niedrig ein; von 29 % wird er als mittel und von 24,5 % als hoch eingestuft. Rund ein Viertel der teilnehmenden Reiseregionen trauen sich eine Einschätzung des Anteils der Übernachtungs- bzw. Tagesgäste, die ein D-Ticket besitzen oder nutzen, aufgrund fehlender empirischer Daten nicht zu.

Abbildung 12: Anteil der Tagesgäste und Übernachtungsgäste, die D-Ticket besitzen bzw. nutzen



In Übereinstimmung mit dem o.g. Ergebnis registrierten 32 % der Befragten eine steigende Nachfrage an Tagestourist*innen; lediglich 5,5 % eine steigende Nachfrage an Übernachtungsgästen. 15,5 % gaben an, ihre Gästestruktur habe sich (teilweise) verändert. Ein Viertel verzeichnete keine Veränderungen bzgl. der touristischen Nachfrage. Für 39 % der Teilnehmenden ist eine Beurteilung der Veränderungen durch das D-Ticket bzgl. der touristischen Nachfrage nicht möglich.

Abbildung 13: Veränderungen bzgl. der touristischen Nachfrage durch D-Ticket



Verhaltensveränderung bei Tourist*innen

Es zeigt sich ein diverses Bild hinsichtlich der Frage, ob die Einführung des D-Tickets zu Veränderungen des Verhaltens von Tourist*innen in den Reisegebieten führte (vgl. Abbildung 14: Veränderungen des Verhaltens der Gäste durch das D-Ticket).

Anreise

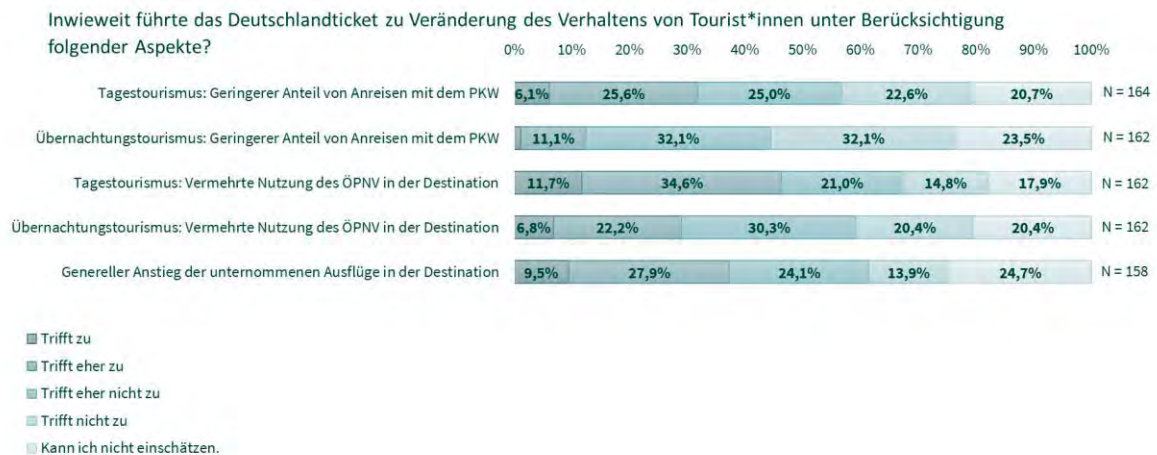
Rund 48 % der Reiseregionen schätzen ein, dass durch das D-Ticket der Anteil an PKW-Anreisen bei Tagesreisen nicht geringer geworden ist. Rund 32 % haben einen (etwas) geringeren Anteil von PKW-Anreisen beobachtet. Im Übernachtungstourismus zeichnet sich dagegen kaum eine geringere PKW-Anreise ab (Einschätzung von 64 % der Befragten). Nur 11 % der teilnehmenden Destinationen beobachten einen niedrigeren Anteil von PKW-Anreisen bei Übernachtungsgästen.

Mobilität / Aktivitäten vor Ort

Bei Tagesgästen ist eine vermehrte Nutzung des ÖPNV in den Destinationen zu verzeichnen: 46 % der teilnehmenden Destinationen stimmen dieser Aussage (teilweise) zu. 36 % nehmen jedoch kaum bzw. keine gestiegene ÖPNV-Nutzung vor Ort wahr. Bei Übernachtungsgästen schätzen 30 % der Befragten ein, dass der ÖPNV vor Ort häufiger genutzt wird. 51 % sehen eine geringe bis keine vermehrte Nutzung von Bussen oder Bahnen. Der Anteil derjenigen, die einen Anstieg an Ausflügen in der Destination wahrgenommen bzw. im Gegenteil keine Zunahme verzeichnete, ist mit jeweils rund 38 % etwa gleich.

Es ist hervorzuheben, dass ein erheblicher Teil der Teilnehmenden die genannten Aspekte nicht einschätzen konnte.

Abbildung 14: Veränderungen des Verhaltens der Gäste durch das D-Ticket



Einzugsgebiet

Für 15 % der Gäste, die unter Nutzung des D-Tickets in die Destination kommen, liegt die Entfernung zwischen Wohnort und Destination bei bis zu 50 km; für ein Drittel (33,3 %) liegt die Entfernung zwischen Wohnort und Destination zwischen 50 und 100 km und für reichlich ein Fünftel bei einer Entfernung zwischen 100 und 250 km (22 %). Eine Anreise mit einer Entfernung von über 250 km ist mit 7 % sehr gering. Mit 22,6 % ist der Anteil derjenigen Befragten, die die Entfernung vom Quellgebiet bei Nutzung des D-Tickets nicht einschätzen kann, erneut relativ hoch.

Abbildung 15: Einzugsgebiet der Tourist*innen, die D-Ticket für An-/Abreise nutzen

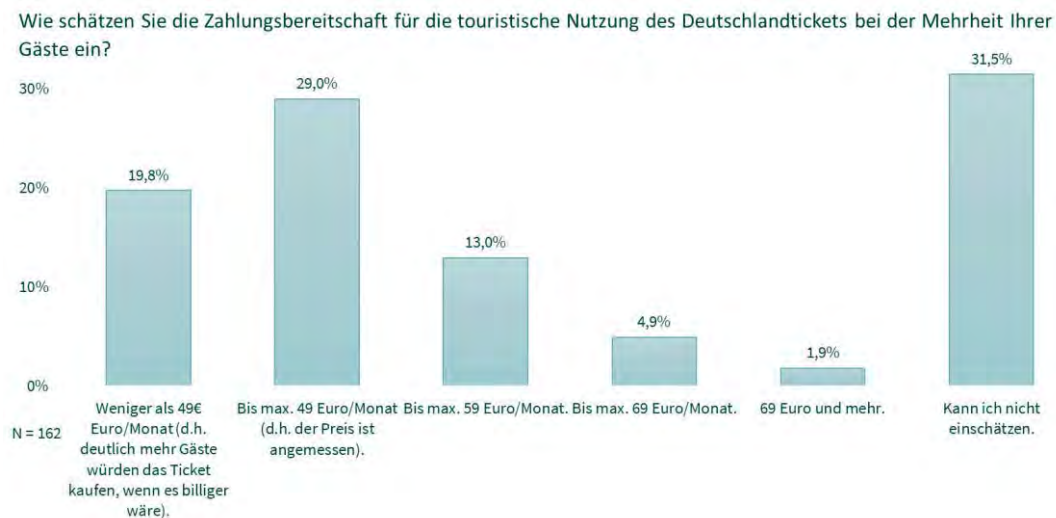


Zahlungsbereitschaft

Die Einschätzung der Zahlungsbereitschaft für die touristische Nutzung des D-Tickets ist heterogen: Gäste würden eine Preiserhöhung des D-Tickets vermutlich kaum akzeptieren. 29 % der Befragten vermuten, dass der Preis von 49 Euro von ihren Gästen als angemessen empfunden wird. Für 20 % sollte das Ticket weniger als 49 Euro kosten, d.h. wenn es günstiger wäre, würden deutlich mehr Gäste

das Ticket kaufen. 13 % bzw. 5 % gaben an, dass ein Preis von bis zu 59 Euro bzw. von bis zu 69 Euro vertretbar wäre. 31,5 % können die Zahlungsbereitschaft nicht einschätzen. Anzumerken ist, dass zum Zeitpunkt der Erstellung der Studie der monatliche Preis für das D-Ticket auf 58 Euro mit Wirkung zum 1. Januar 2025 erhöht wurde. Wenn die Einschätzung der Befragten zutrifft, dann würde dies zu einem Rückgang der Nutzung des D-Tickets unter den Gästen der betreffenden Destinationen führen.

Abbildung 16: Zahlungsbereitschaft für die touristische Nutzung

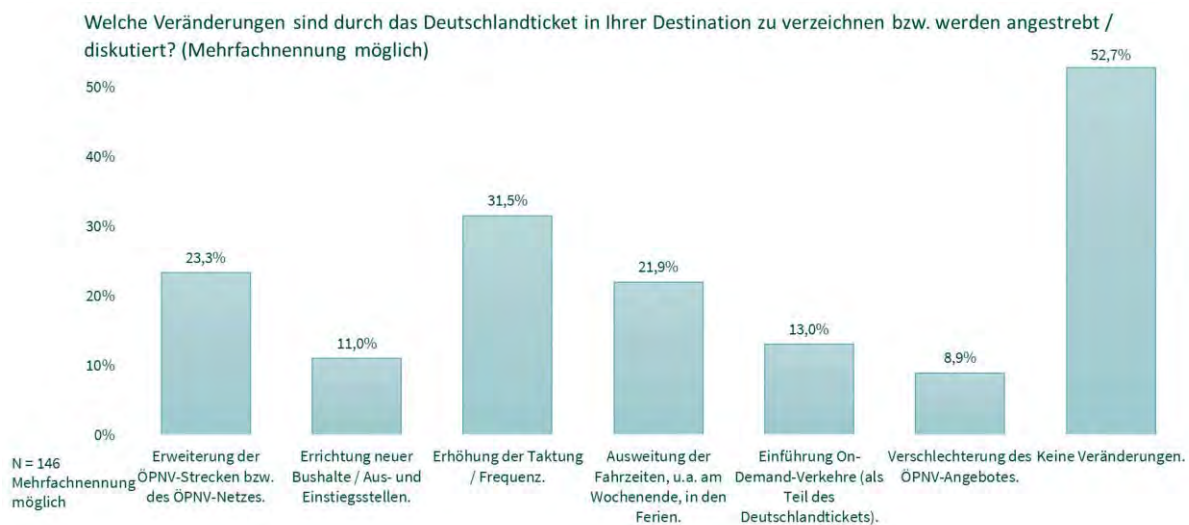


(2) Destinationsebene: Bedeutung des Deutschlandtickets und damit einhergehende Veränderungen in der Destination

Veränderungen durch das D-Ticket

Zahlreiche Veränderungen sind durch das D-Ticket in den Destinationen zu verzeichnen bzw. werden angestrebt. Die wesentlichste Veränderung ist die Erhöhung der Taktung (31,5 %), gefolgt von der Erweiterung der ÖPNV-Strecken bzw. des Netzes (23,5 %), der Ausweitung der Fahrtzeiten (22 %), der Einführung von On-Demand-Verkehren (13 %) und der Errichtung neuer Bushaltestellen. 9 % der Befragten sehen dagegen eine Verschlechterung des ÖPNV-Angebots. Gut die Hälfte der Befragten (53 %) hat allerdings keine Veränderungen wahrgenommen bzw. erwartet keine.

Abbildung 17: Veränderungen durch das D-Ticket in den Reiseregionen



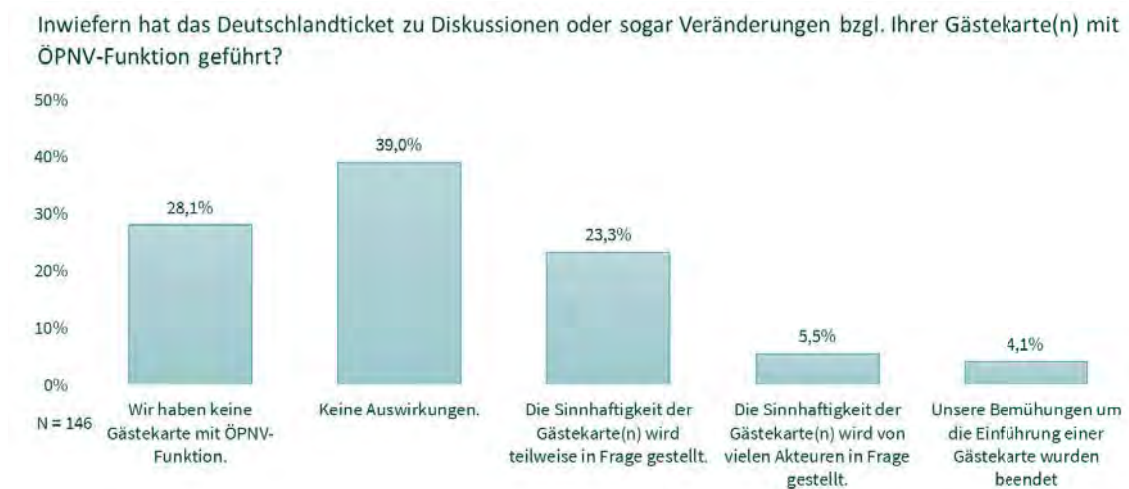
Vielfach wurde angemerkt, dass die im Rahmen der Umfrage genannten Veränderungen im ÖPNV bereits bei einigen Regionen unabhängig vom D-Ticket auf der Agenda stehen bzw. die Umsetzung bereits in Planung ist. Dies steht in einem gewissen Widerspruch zu den zuvor getroffenen Aussagen. Allerdings kann man wohl davon ausgehen – wie auch in mehreren Kommentaren angesprochen –, dass das D-Ticket in vielen Destinationen generell zu einer stärkeren Thematisierung des ÖPNV und dessen Anbindung an touristische Hotspots geführt hat.

Gleichzeitig wurde von denjenigen, die eine Verschlechterung des ÖPNV-Angebotes sehen bzw. befürchten, eine Vielzahl an negativen Aspekten aufgeführt, primär die mangelnde Kostendeckung und die steigende finanzielle Belastung der Verkehrsunternehmen. Die verstärkte Nachfrage in touristischen Regionen führt demnach zu Verspätungen und Ausfällen sowie zu Kapazitätsengpässen, einer stärkeren Belastung des Materials und des Personals sowie zum Einsatz von Verstärkerbussen, jedoch ohne Kostenausgleich. Es besteht laut Einschätzung einiger Befragter keine gerechte Vergütung der Verkehrsunternehmen für die deutlichen Nutzungsanstiege. Zudem bestehe eine Unterfinanzierung der Busunternehmen aufgrund des zurückgegangenen Verkaufs von regulären Tickets. Dies könne zur Folge haben, dass eigenwirtschaftliche Verkehre von den Betreibern aufgegeben und somit die Linien von öffentlichen Stellen beauftragt werden müssten. Der Ausbau des ÖPNV führe die Landkreise und Städte bereits jetzt jenseits ihrer Finanzierungsmöglichkeiten. Darüber hinaus sei es zur Einstellung bereits getesteter ÖPNV-Angebote aus Kostengründen gekommen. Dies führe wiederum zu einer eingeschränkten Nutzbarkeit und einem schlechten Image des ÖPNV.

Gästekarten

Bei der Frage, ob das D-Ticket zu Diskussionen oder Veränderungen bzgl. der Gästekarte(n) mit ÖPNV-Funktion geführt hat, zeigt sich ein ambivalentes Bild. Für 39 % hatte das D-Ticket diesbezüglich keine Auswirkungen. 23,5 % der Befragten gaben dagegen an, dass die Sinnhaftigkeit der Gästekarte(n) teilweise in Frage gestellt wird. In acht Destinationen (5,5 %) wird sie sogar von vielen Akteuren in Frage gestellt.

Abbildung 18: Diskussionen bzw. Veränderungen bzgl. der Gästekarten



Auch die zusätzlich abgegebenen Kommentare zu den Gästekarten sind sehr gespalten. Einerseits wird die inkludierte ÖPNV-Leistung in der Gästekarte weiterhin als Mehrwert gesehen und die Sinnhaftigkeit der kostenfreien Mobilität durch die Gästekarte wird nicht mehr in Frage gestellt, da der Anteil der Gäste, die mit dem Pkw anreisen, noch recht hoch bzw. der Anteil der Gäste, die ein D-Ticket besitzen, gering ist. Auch ist auf einigen touristischen Buslinien das D-Ticket nicht gültig, lediglich die Gästekarte. Es besteht somit ein hoher Kommunikationsbedarf für die Sonderregelungen auf den Strecken, wo das D-Ticket nicht gültig ist. Der Gültigkeitsbereich der Gästekarte umfasst in Einzelfällen auch grenznahe Bereiche (bspw. Tschechien), was einen Zusatznutzen gegenüber dem D-Ticket darstellt. Zudem denken einige Destination über eine Erweiterung der Gästekarte statt deren Einstellung nach. Ziel ist es, von lokalen oder begrenzt regionalen Angeboten hin zu einer Lösung für ein größeres Gesamtgebiet zu kommen (vgl. Südtirol Guest Pass).

Andererseits wird von einigen Regionen das ÖPNV-Angebot in Kombination mit der Gästekarte in Frage gestellt. Entweder können diese Gemeinden die Auswirkungen des Deutschlandtickets noch nicht einschätzen, so dass die ÖPNV-Leistung nicht in die Gästekarte integriert wurde, oder Destinationskarten werden von den Gemeinden in Folge des hohen Anteils an Gästen, die das D-Ticket besitzen, in Frage gestellt. Hier zeigt sich deutlich, dass die Wahrnehmung des Anteils der D-Ticket-Besitzenden sehr unterschiedlich je Region ist. Angemerkt wurde, dass es nun schwerer werde, die Entrichtung der Kurtaxen (für kostenlosen ÖPNV) zu rechtfertigen, die jedoch zur Aufrechterhaltung der Infrastruktur unabdingbar sei.

Gesamteinschätzung des D-Tickets durch die befragten Institutionen/Destinationen

Hervorzuheben ist, dass ein Drittel das D-Ticket positiv einschätzt; weitere 9 % finden es sehr gut und werben sogar dafür. Ein weiteres Drittel befürwortet das Ticket grundsätzlich, sieht jedoch Verbesserungsbedarf. Für acht Destinationen halten sich Vor- und Nachteile die Waage. Nur drei Befragte lehnen das D-Ticket ab bzw. halten wenig davon.

Abbildung 19: Einschätzung des D-Tickets durch die Destinationen / Verkehrsbetriebe



(3) Deutschlandticket für touristische Nutzung: Herausforderungen und Optimierungsbedarf

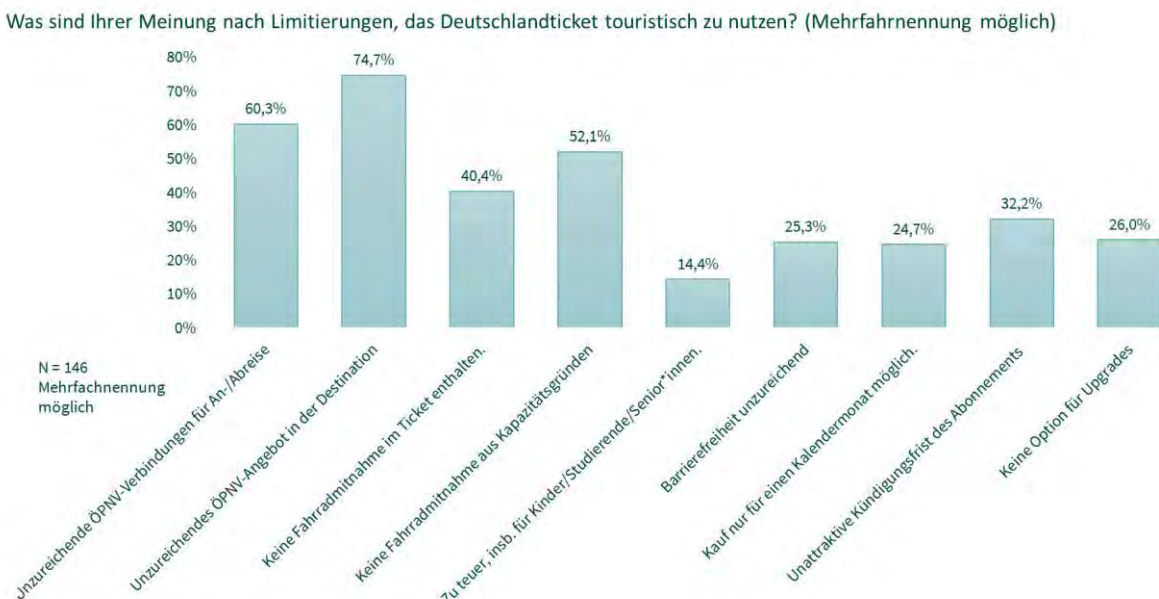
Limitierungen für eine touristische Nutzung

Trotz der überwiegend positiven Bewertung des D-Tickets seitens der Destinationen gibt es einige Limitierungen, das Angebot touristisch zu nutzen (vgl.

Abbildung 20: Limitierungen für die touristische Nutzung des D-Tickets).

Laut der teilnehmenden Reiseregionen liegt mit 75 % die größte Limitierung in dem unzureichenden ÖPNV-Angebot in der Destination, gefolgt von unzureichenden ÖPNV-Verbindungen für die Anreise (60,5 %), fehlende Möglichkeit der Fahrradmitnahme aus Kapazitätsgründen (52 %) bzw. da diese nicht Teil des Tickets ist (40,5 %) sowie der unattraktiven Kündigungsfrist des Abonnements (32 %). Auch die fehlende Möglichkeit für Upgrades (26 %), der Kauf für nur einen Kalendermonat und die unzureichende Barrierefreiheit des ÖPNV (je rund 25 %) stellen Limitierungen dar. Ein zu hoher Preis wurde von den Befragten als geringste Limitierung wahrgenommen (14,5 %).

Abbildung 20: Limitierungen für die touristische Nutzung des D-Tickets



Weitere Limitierungen, die laut den Befragten eine touristische Nutzung des D-Tickets hemmen, können in folgende Kategorien eingeordnet werden.

Primär bestehen Defizite bei Infrastruktur und beim Angebot, dazu zählen häufige Ausfälle, Unpünktlichkeit und Unverlässlichkeit sowie mangelnde Qualität und unzuverlässige Kommunikation bei der Reise mit der Bahn. Es besteht eine mangelnde Akzeptanz der An-/Abreise, da ländliche Regionen, vor allem die „letzte Meile“, mit dem Fernverkehr oft nur umständlich erreichbar sind. Dies führt zu einer Verlängerung der Reisezeit und Verminderung des Reisekomforts.

Fehlende Finanzierung: Der finanzielle Ausgleichsmechanismus für die Verkehrsunternehmen ist unzureichend und die mangelnden finanziellen Mittel für die Regionen ermöglichen laut einiger Kommentator*innen keinen Ausbau des ÖPNV vor Ort. Hier gebe es Nachholbedarf seitens der Bundes- und Landespolitik.

Defizite bei Kommunikation und Vertrieb: Derzeit mangle es an einer zuverlässigen Kommunikation. Auch wird der Kauf als umständlich beschrieben. Die Online-Buchung sei für viele Zielgruppen nicht zu bewältigen und es gäbe zu wenige Beratungsangebote in der Fläche. Hingewiesen wurde auf Betrugsfälle bei digitalem Vertrieb.

Negatives Image / keine Relevanz des ÖPNV: Ausfälle, Verspätungen und Überfüllung führen zu einer negativen Einstellung gegenüber der Bahn bzw. dem ÖPNV, so dass zum Teil ein negatives Image vorherrscht. Zudem wurde angemerkt, dass wenn das D-Ticket für Personen im Alltag keinen Nutzen habe, dann werde es auch für den Urlaub nicht in Betracht gezogen und eher die Gästekarte mit integrierter Mobilität genutzt.

Optimierungsbedarf und Potenzial zur Weiterentwicklung

Anhand einer offenen Frage mit drei Antwortoptionen wurde nach dem Optimierungsbedarf und/oder dem Potenzial zur Weiterentwicklung des Deutschlandtickets gefragt. Insgesamt wurden 218 Antworten gegeben.

Wesentlicher Optimierungsbedarf bzw. Potenzial zur Weiterentwicklung des Deutschlandtickets, um eine stärkere Nutzung durch Tages- und Übernachtungsgäste zu erzielen, wird bei den folgenden Punkten gesehen.

Es besteht hoher Bedarf für die Ausweitung des ÖPNV-Angebotes / Infrastruktur

Verbesserung der Infrastruktur

- Renovierung bestehender Bahntrassen
- Ausbau des Schienennetzes

Erweiterung des Angebots

- Verbesserung der Taktungen, Frequenz, Randzeiten, Anschlüsse; Fahrplanoptimierung
- Ausbau von Verbindungen im ländlichen Raum (bessere Erreichbarkeit), flächendeckende Verbindungen
- Erweiterung der Kapazitäten
- Höhere Zuverlässigkeit der Bahnverbindungen

Zusammenfassend müsse das ÖPNV-Angebot vor Ort deutlich ausgebaut werden, denn „ohne Angebot besteht keine Notwendigkeit eines Tickets.“

Vorgeschlagene Tarifoptionen / Zusatzleistungen

- Inkludierung des Fernverkehrs (IC/ICE) bzw. Möglichkeit eines entsprechenden Upgrades
- Inkludierung von touristischen Buslinien in bestimmten Gemeinden
- Optionale Upgrades für Zusatzleistungen: z.B. Zuzahlungsmöglichkeit für Mitreisende, Übertragbarkeit, Fahrradmitnahme, Länderübergreifend
- Ausbau der Tarifoptionen: Kauf ohne Abonnement, Nutzung für kürzere Zeitfenster (wochenweise), Partner-/Familien-Ticket
- Vereinfachung der Kündigung
- Koppelung der Angebote der bisherigen Gästekarte an das D-Ticket

Kommunikation, Vertrieb und Kooperation

- Kampagnen zur Erhöhung der Bekanntheit
- Vertrieb in Bussen oder touristischen Informationsstellen
- Einbindung der Unterkünfte bei Vermarktung/ Vertrieb des D-Tickets
- Bessere Verzahnung zwischen DMO und Verkehrsbetrieb, um das D-Ticket als touristisches Produkt zu etablieren

Preis

- Preisstabilität zur Planbarkeit in touristischen Destinationen
- Flexible Preisgestaltung und Vergünstigungen (z.B. für Kinder und Senior*innen etc.)

Finanzierung

- Verbesserung des Ausgleichsmechanismus für touristische Regionen
- Schnellere Rückvergütung der Verkehrsunternehmen → „Nur wenn Verkehrsunternehmen profitieren, werden sie das Angebot ausweiten.“
- Verteilung der DB-Einnahmen anteilig an regionale Verkehrsverbünde
- Finanztransfer von den Quellgebieten der Tagestouristenströme in die Zielgebiete zum Ausbau des ÖPNV

Weitere Anmerkungen

Abschließend wurden die Destinationen um ergänzende Anmerkungen gebeten. Diese sind sehr vielfältig. Insgesamt stellt das D-Ticket für viele ein attraktives Angebot für Kund*innen dar, da es u.a. den Tarif-„Dschungel“ erheblich vereinfacht und ein guter Einstieg in eine klimafreundliche Politik sei.

Kritische Kommentare bezogen sich meist auf das D-Ticket allgemein, weniger auf seine touristische Bedeutung: Das Ticket-Angebot funktioniert vor allem in Metropolen gut, während im ländlichen Raum grundlegende Defizite bestünden. Es löse keines der Probleme des ÖPNV in Deutschland. Es bestehe erheblicher Nachholbedarf, insbesondere bei der politischen Unterstützung zugunsten von Verkehrsunternehmen und kommunalen Aufgabenträgern. Zudem sei der finanzielle Spielraum stark eingeschränkt, um eine umfassende Verkehrswende voranzutreiben. Essentiell sei die Gewährleistung der finanziellen Stabilität der regionalen Verkehrsverbünde.

Angeregt wird die Entwicklung eines Umlagesystems, welches das D-Ticket in die Berechnung einbezieht und es zur Tarifgrundlage macht. Eine mögliche Einbindung der ÖPNV-Angebote der Gästekarte in das D-Ticket wird ebenfalls diskutiert.

Mehrfach wurde angemerkt, dass noch aussagekräftige Nutzungszahlen fehlten, um eine fundierte Bewertung der bisherigen Erfahrungen mit dem D-Ticket zu ermöglichen.

3.3. Fazit der Online-Umfrage

Die Ergebnisse der Befragung bestätigten im Wesentlichen die Erkenntnisse der Literaturanalyse und vertieften sie in mehreren Punkten. Bei der Interpretation der Ergebnisse muss noch einmal betont werden, dass die Befragung nicht repräsentativ war und mangels Daten auf persönlichen Einschätzungen beruhte. An der Befragung nahmen DMOen und Verkehrsunternehmen aus ganz Deutschland mit unterschiedlich hohen Übernachtungszahlen teil. Es gab jedoch einen Schwerpunkt bei ländlichen Tourismusregionen, in denen die bekannten Probleme des ÖPNV besonders ausgeprägt sind.

Dennoch hat insbesondere die Anzahl an Tagesgästen in vielen Destinationen aufgrund des D-Tickets spürbar zugenommen. Dazu passt, dass das Einzugsgebiet in der Regel auf maximal 100 Kilometer beschränkt ist. Dadurch ist auch der PKW-Anteil bei der An- und Abreise und bei der Mobilität vor Ort (bei gleichzeitig häufigeren Ausflügen in der Region) gesunken. Für Urlaubsreisen mit Übernachtungen wird das D-Ticket nach Einschätzung der Befragten dagegen kaum genutzt.

In den Destinationen hat die Einführung des D-Tickets zu einer verstärkten Beschäftigung mit dem Thema ÖPNV geführt. Verbesserungen des Angebotes werden angedacht und sind z.T. schon umgesetzt worden. Eine deutliche Mehrheit der Befragten sieht das D-Ticket positiv, äußerte teilweise jedoch noch Verbesserungsbedarf. Nur eine Minderheit steht dem Ticket skeptisch bis ablehnend gegenüber.

Dennoch wurden auch viele Herausforderungen genannt, wovon sich die meisten auf das ÖPNV-Angebot generell bezogen. Der derzeitige Preis von 49 EUR wurde überwiegend als angemessen für die eigenen Gäste empfunden, doch sieht man nur wenig Akzeptanz für Preiserhöhungen. Weiterhin wurden zahlreiche Verbesserungsvorschläge zum D-Ticket selbst gemacht, wie einen erweiterten Geltungsbereich (z.B. unter Einschluss touristischer Buslinien), Zubuchbarkeit von Zusatzleistungen (z.B. Erweiterung auf den Fernverkehr, Fahrradmitnahme), Sonderpreise für Familien, Kinder und Senior*innen sowie flexiblere Tarifoptionen (z.B. kürzere Geltungsdauer, kein obligatorisches Abonnement).

Diesen Wünschen stehen jedoch erhebliche finanzielle Restriktionen gegenüber, die vor allem von den Verkehrsunternehmen thematisiert wurden. Das D-Ticket hat schon in seiner jetzigen Form zu Einnahmeverlusten geführt, die von Bund und Ländern ausgeglichen werden müssen. Viele Verkehrsunternehmen monieren unzureichende oder schleppende Rückvergütungen.

Ambivalente Einschätzungen bestehen bzgl. des Verhältnisses zwischen dem D-Ticket und den weit verbreiteten (aber nicht flächendeckend vorhandenen) lokalen/regionalen Gästekarten. Während gut die Hälfte der Destinationen, die über ein solches Angebot verfügen, aufgrund einer überwiegenden Komplementarität keine Auswirkungen erwarten, werden sie in einer Reihe von Destinationen zunehmend in Frage gestellt. In einigen Fällen wurden entsprechende Bemühungen sogar wieder beendet.

4. Vertiefung der Erkenntnisse

4.1. Fokusgruppendifkussion

Um die über die Befragung gewonnen quantitativen Ergebnisse einzuordnen und zu interpretieren, wurde am 1. Oktober 2024 eine Online-Fokusgruppendifkussion mit acht Teilnehmenden (vier Destinationsmanagementorganisationen⁹, zwei Verkehrsunternehmen, eine Expertin zum Thema nachhaltige Mobilität) und dem Auftraggeber durchgeführt. Alle Teilnehmenden sind an der Fahrtziel-Natur-Initiative der Deutschen Bahn beteiligt.

Nach einer Vorstellung der Ergebnisse der Literaturanalyse und der Online-Umfrage wurden Optimierungsbedarfe und Veränderungen des D-Tickets für eine erweiterte touristische Nutzung diskutiert. Dabei lag der Fokus auf folgenden vier Schwerpunkten:

- (1) Inwieweit hat das D-Ticket einen positiven Nutzen für Ihre Tourismusregionen? Führt es nach Meinung der Teilnehmenden zu einer wirtschaftlichen Stärkung von Destinationen?
- (2) Wo werden Handlungsoptionen für DMOs gesehen, um die Nutzung des D-Tickets zu erhöhen? Was sind die Potenziale auf Destinationsebene bzw. der touristischen Leistungsträger für eine Stärkung des D-Tickets im Rahmen der touristischen Nutzung?
- (3) Welche Veränderungen rund um das D-Ticket werden für die touristische Nutzung als relevant und sinnvoll gehalten?
- (4) Könnte ein „KlimaTicket Deutschland“ nach dem österreichischen Vorbild (d.h. inkl. der Nutzung aller Nah- und Fernverkehrszüge) eine Option zur Steigerung der nachhaltigen Mobilität im Freizeit- und Tourismusverkehr sein?

Im Folgenden werden die wesentlichen Aussagen der Fokusgruppenteilnehmenden zusammengefasst.

1. Es wurde bestätigt, dass das D-Ticket zu einer **steigenden Nachfrage von Tagestourist*innen**, gerade von Gästen **aus Ballungsgebieten**, führt, die in den Destinationen auch Ausgaben tätigen und evtl. zu Übernachtungsgästen werden könnten. Dabei ist festzustellen, dass die **Mittelzentren** und Orte mit Bahnhöfen mit dem ÖPNV **weitestgehend gut erreichbar** sind. Wesentliches Problem ist jedoch das **mangelhafte ÖPNV-Angebot** (Verbindung, Taktung, Frequenz) in ländlichen Regionen **in der Fläche**, sodass die Erwartungen der Gäste, sich in der Fläche zu bewegen, nicht erfüllt werden könnten. Zudem ist das D-Ticket nicht in allen Destinationen flächendeckend gültig, so dass Fahrgäste möglicherweise unwissend „schwarz“ fahren könnten.

Generell wurde darauf hingewiesen, dass es derzeit **kaum Daten zum touristischen Verkehr gibt**. Einerseits bedürfe es der **Bündelung und transparenten Bereitstellung** der bereits erhobenen Daten sowie der **Erhebung von fehlenden Daten**. Nur dann könnten belastbare Aussagen und konkrete Verbesserungsvorschläge gemacht werden.

2. Nach Meinung der Fokusgruppenteilnehmenden besteht **kaum Spielraum für Destinationen**, um das **D-Ticket für den Tourismus stärker nutzbar zu machen**. Dies liege vor allem an den – wenn auch punktuell bzw. regional begrenzten – **Kapazitätsengpässen im ÖPNV**, insbesondere bei der Mitnahme von Fahrrädern. Es führe zu **Sicherheitsproblemen**, wenn Kapazitätsgrenzen

⁹ Allgäu, Schwarzwald, Sächsische Schweiz und Uckermark

nicht eingehalten werden. Daher sei auch eine **Bewerbung der Fahrradmitnahme unangebracht**. Weiterhin könnte, bspw. bei möglichem Zurücklassen am Bahnhof oder überfüllten Zügen, ein negatives Meinungsbild über den ÖPNV bei den Fahrgästen entstehen. Es sei daher zunächst notwendig, das **Angebot auszubauen**, bevor es für die touristische Nutzung umfassend ausgeweitet und vermarktet werden kann. Die Durchführung des lokalen ÖPNV wiederum obliegt nicht den DMOen, sondern den Kommunen, mit Mitteln von Bund und Ländern. Die DMOen können vor Ort nur indirekt Einfluss nehmen und über ihr Marketing-Budget dafür sorgen, dass die ÖPNV-Angebote von Gästen auch genutzt werden.

Einstimmigkeit herrschte darüber, dass von DMOen und Verkehrsverbänden entwickelte **Gästekarten ihre Berechtigung behalten** und einen Mehrwert für Gäste bieten, u.a. aufgrund inkludierter Zusatzleistungen für Freizeit-/Kulturangebote und vor allem, weil sie für Übernachtungsgäste oft kostenlos sind. Dennoch wurde konzediert, dass deutschlandweit ein „Flickenteppich“ an Gästekarten existiert, die in der Destination häufig ebenfalls nicht flächendeckend sind. So beteiligen sich im Schwarzwald zwar 148 Gemeinden an der bekannten und großflächig gültigen KONUS-Karte, doch ist dies nur knapp die Hälfte der 321 Schwarzwald-Gemeinden.

3. Veränderungen des D-Tickets im Sinne von **Zusatzangeboten wurde von den Teilnehmenden rundweg eine Absage erteilt**, weil dies zu erhöhten Kosten bei gleichzeitig begrenzten Kapazitäten und mangelndem Angebot in der Fläche führe. Es müsse also zunächst verstärkt in den ÖPNV investiert werden. Andererseits wurde gefordert, dass der Preis für das D-Ticket stärker die wahren Kosten des Angebotes reflektiert. Man müsse den *Mindset* der Verkehrsteilnehmer*innen ändern, wonach öffentliche Dienstleistungen billig oder gar kostenlos sein müssten. Es sei menschlich, dass eine Preiserhöhung immer als „zu teuer“ bewertet werde. Nach Einschätzung eines Teilnehmers hat das D-Ticket vor allem dazu geführt, dass bisherige ÖPNV-Nutzer*innen nun noch kostengünstiger unterwegs sein könnten.

Zusatzangebote oder verschiedene Tarifoptionen für das D-Ticket wurden auch deshalb abgelehnt, weil die Stärke des D-Ticket gerade in seiner Einheitlichkeit liege. Ein erneuter Tarif-„Wirrwar“ solle daher vermieden werden.

4. Diskutiert wurde abschließend, inwieweit das KlimaTicket nach dem Vorbild Österreichs eine Möglichkeit für den Tourismus in Deutschland ist, etwa in Form einer subventionierten Bahncard 100. Laut einheitlicher Meinung der Teilnehmenden sei dies in Deutschland derzeit nicht finanzierbar. Das Thema konnte aus Zeitgründen aber nicht weiter vertieft werden.

4.2. Experteninterviews

Im Rahmen der Studie wurden zwei Interviews mit Expertinnen (Bente Grimm von der FUR und Iris Hegemann vom DTV) durchgeführt, in denen folgende Möglichkeiten zur Verbesserung des D-Tickets genannt wurden.

Die Preiswahrnehmung bzw. Zahlungsbereitschaft ist sehr individuell und hängt stark von dem individuell zur Verfügung stehenden Budget ab. Es sei daher wichtig, dass der Preis des D-Tickets sozialverträglich gestaltet wird. Aufgrund der großen Unterschiede in den finanziellen Möglichkeiten verschiedener gesellschaftlicher Gruppen sei es notwendig, Vergünstigungen für Personen zu schaffen, die sich den Normalpreis nicht leisten können. Dafür bedarf es jedoch einer intensiven Prüfung der zu erwartenden zusätzlichen Kosten.

Ergänzend zum D-Ticket sollte zudem die Ausweitung der Gästekarten innerhalb einer Urlaubsregionen bzw. die Verknüpfung verschiedener Gästekarten zu einem Angebot angestrebt werden.

Weitere flankierende Maßnahmen sollten sein, dass Destinationen verstärkt proaktive Vermarktungsstrategien zum ÖPNV-Angebot verfolgen. Bereits vor der Anreise müsse den Gästen kommuniziert werden, primär über die Website, welche ÖPNV-Nutzungsmöglichkeiten in der Urlaubsregion zur Verfügung stehen. Wichtig sei weiterhin, dass bei der Kommunikation von Unterkünften und Attraktionen auch die nächstgelegene Haltestelle klar und deutlich angegeben wird. Als Good-Practice Beispiel wurde die Initiative "Alpine Pearls" genannt, deren Unterkünfte die Anreise mit dem ÖPNV als „Standard“ kommunizieren. Darüber hinaus müssten alle im Tourismus tätigen Personen umfassend über den ÖPNV informiert sein.

Zudem sei ein intensiver Austausch zwischen Mobilitätsanbietern und touristischen Dienstleistern notwendig, um sich gegenseitig über vorhandene Angebote zu informieren. Die Mobilitätsangebote müssten attraktiv gestaltet und positiv kommuniziert werden, um das Interesse der Reisenden zu wecken. Dabei sei es wichtig, alle Mobilitätsarten zu berücksichtigen und intermodale Verbindungen zu fördern.

5. Gesamtfazit und Empfehlungen

Das D-Ticket kann aus Sicht der Nutzer*innen eindeutig als Erfolg gewertet werden. Es hat die Mobilitätskosten für die meisten schon bestehende ÖPNV-Nutzenden gesenkt. Neben dem Preisvorteil werden vor allem die Flexibilität des D-Tickets und seine unkomplizierte Verwendbarkeit geschätzt. Außerdem wurde der ÖPNV dadurch stärker in das Bewusstsein der Öffentlichkeit gerückt.

Insgesamt hat das D-Ticket zu 25 % mehr Fahrten mit dem ÖPNV geführt. 13 % dieser Fahrten hätten sonst nicht stattgefunden. 12 % wurden von einem anderen Verkehrsmittel auf den ÖPNV verlagert, vor allem vom PKW. Damit hätten etwa 7 % der Fahrten mit dem D-Ticket sonst mit dem PKW stattgefunden. Diese Zahlen können folgendermaßen interpretiert werden:

- Es gibt Hinweise darauf, dass ein guter Teil der induzierten Fahrten aus Freizeitgründen erfolgte und somit potenziell dem Tourismus zugutekommt. Dies beinhaltet auch eine soziale Komponente, denn das D-Ticket ermöglicht finanziell schwächer gestellten Haushalten, Fahrten zu unternehmen, die sie sich sonst nicht hätten leisten können.
- Der aus Klimaschutzgründen erwünschte Verlagerungseffekt vom PKW ist bisher relativ gering. Dennoch werden dadurch in 2024 schätzungsweise 1,7 Mio. Tonnen CO₂-Emissionen vermieden.

Die touristische Nutzung des D-Tickets ist beträchtlich, vor allem bei Tagesausflügen und bei Kurzurlaube. Bei 20 % aller Kurzurlaube (2-4 Tage) im Inland wurde das D-Ticket verwendet, teils für die An- und Abreise, teils für die Mobilität vor Ort. Für den Tagestourismus liegen keine Zahlen vor, doch wurde von den befragten Destinationen eine oft hohe Nutzung des D-Tickets bestätigt. Bei längeren Urlaube im Inland wird das D-Ticket in 10% der Fälle genutzt. Zwar gehört Tourismus nur selten zu den Hauptgründen, warum ein D-Ticket erworben wird, doch benutzen es 38% der Befragten *unter anderem* für Urlaubsfahrten. Bei Freizeitfahrten liegt dieser Anteil sogar bei 69%. Damit besteht im Bereich Freizeit und Tourismus noch ein erhebliches Wachstumspotenzial.

Aufgrund des begrenzten ÖPNV-Angebotes im ländlichen Raum wird das D-Ticket vor allem für Städtereisen sowie für Kurzurlaube und Ausflüge im näheren Umkreis des Wohnortes benutzt, sofern dort eine gute Bahnanbindung besteht. Dies hat dort wiederum zu teils massiven Überlastungen geführt, während mit dem ÖPNV schlecht erschlossene Räume vom D-Ticket nicht profitieren können. Einige touristische Linien können mit dem D-Ticket zudem gar nicht befahren werden. Andererseits haben viele der befragten DMOen einen gewissen Rückgang der PKW-Nutzung in ihrer Region

beobachten können. Das D-Ticket habe auch dazu geführt, dass von Urlauber*innen mehr Ausflüge innerhalb der Destination unternommen werden.

Das D-Ticket wird von der Mehrheit der befragten Destinationen als positiv eingeschätzt und zum Teil sogar beworben. Das Thema ÖPNV (einschl. Verbesserungsmöglichkeiten) wird seit der Einführung des D-Tickets vielerorts stärker diskutiert. Dennoch gibt es auch Kritik, die vor allem darauf basiert, dass dadurch eine verstärkte ÖPNV-Nutzung auf ein in der Fläche defizitäres, unterfinanziertes System stoße, welches durch die mit dem D-Ticket einhergehenden Mindereinnahmen noch stärker belastet werde.

Aus der Situationsanalyse, den Befragungen und Expertenmeinungen lassen sich folgende **Empfehlungen** bzw. weitere Prüfungen ableiten:

1. Um die ÖPNV-Nutzung mit Hilfe des Tickets weiter voranzutreiben, müssen flankierend die **Kapazitäten des ÖPNV** auf stark genutzten (Freizeit-) Strecken erhöht und vor allem das Angebot in der Fläche von ländlichen Regionen verbessert werden. Dafür sind erhebliche Investitionen notwendig.
2. Eine **moderate Anhebung des Preises** auf 58 EUR, wie sie jetzt für 2025 beschlossen wurde, würde potenziell die Einnahmeverluste der Verkehrsunternehmen und die Höhe staatlicher Subventionen reduzieren. Es besteht jedoch die Gefahr, dass dadurch die Zahl der Nutzenden, vor allem aus preissensibleren Haushalten, zurückgeht.
3. **Ermäßigungen** für diese Zielgruppen wie auch für Familien wären aus sozialen Gründen wünschenswert, müssten aber zusätzlich finanziert werden.
4. Es ist anzustreben, auch **touristische Sonderverkehre** oder Fähren in den Geltungsbereich des D-Tickets aufzunehmen, damit es wirklich **flächendeckend** gültig ist, denn diese Einheitlichkeit ist die größte Stärke des Tickets. Dadurch könnten vor allem ländliche Tourismusdestinationen mit einem guten, noch belastungsfähigen ÖPNV-Angebot mehr profitieren.
5. **Attraktive Gästekarten** erfüllen zumindest vorerst (so lange das D-Ticket nicht von deutlich mehr Menschen genutzt wird) weiterhin ihren Zweck, da sie gegenüber dem D-Ticket einige Vorteile haben, wie die für den Urlaub passgenaue Gültigkeit, zusätzliche Vergünstigungen und einen niedrigen Preis bis zur kostenlosen Nutzung.
6. **Destinationsmanagementorganisationen**, insbesondere solche, bei denen Kurzurlaube und Tagesausflüge eine wichtige Rolle spielen, sollten das D-Ticket – zusammen mit Hinweisen über die An- und Abreise sowie die Mobilitätsmöglichkeiten vor Ort – **stärker bewerben**. Aus Tagesausflügler*innen können auch Übernachtungsgäste werden. DMOen sollten sich auch für eine flächendeckende Nutzbarkeit des D-Tickets in ihrer Region einsetzen (siehe oben).
7. Von vielen DMOen vorgeschlagene zusätzliche **Zusatzoptionen** (Upgrades), zum Beispiel für die Mitnahme von Fahrrädern oder für den Fernverkehr, wären zwar aus touristischer Sicht wünschenswert, werden von einigen Expert*innen aber kritisch gesehen, zum einen wegen der schon angesprochenen Kapazitätsengpässe, zum anderen aus Kostengründen. Dazu müssten also erst die entsprechenden **Voraussetzungen geschaffen** werden.
8. Zu **prüfen** wäre außerdem, ob eine aus touristischer Sicht wünschenswerte **automatische Kündigung** nach einem Monat umsetzbar wäre, ohne das dem D-Ticket zugrundeliegende Abonnement-Prinzip zu unterlaufen. Vorgeschlagen wurde außerdem ein Ticket mit **kürzerer Geltungsdauer**, dafür aber einem höheren Preis. Ermäßigungen, Zusatzoptionen und verschiedene Geltungsdauern hätten jedoch den Nachteil, die derzeitige Einheitlichkeit des D-Tickets zu verwässern.

Quellen

Baden-Württemberg Institut Für Nachhaltige Mobilität (2023): Kernergebnisse #besserBahnfahren. Autoren: Eckart, Prof. Dr. Jochen; Renner, Prof. Dr. Britta; Hupfer, Prof. Dr. Christoph, Huber, Magdalena, Erhard, Emma. Retrieved from: <https://www.h-ka.de/bw-im/das-bwim/news-bwim-detailseite/artikel/ja-das-deutschlandticket-hat-eine-aenderung-des-verkehrsverhaltens-bewirkt>

BUND, NABU, VCD (n.D.): Stellungnahme: „Deutschlandticket und Mobilität auf Gästekarte“.

Bundesregierung (2022): Drittes Entlastungspaket. Abgerufen am 13. August 2024 von »Deutschland steht in einer schwierigen Zeit zusammen«: <https://www.bundesregierung.de/breg-de/schwerpunkte/entlastung-fuer-deutschland/drittes-entlastungspaket-2082584>

Bundesregierung (2023): Ein Ticket für ganz Deutschland. Abgerufen am 13. August 2024 von <https://www.bundesregierung.de/breg-de/aktuelles/deutschlandticket-213407>

Deutscher Bundestag (2022): Bund finanziert Deutschlandticket mit 1,5 Milliarden Euro. Abgerufen am 13. August 2024 von <https://www.bundestag.de/presse/hib/kurzmeldungen-926668>

Deutschlandfunk (2024): Preis für das Deutschlandticket steigt auf 58 Euro. Abgerufen am 1. Oktober 2024 von <https://www.deutschlandfunk.de/preis-fuer-das-deutschlandticket-steigt-auf-58-euro-102.html>

Fraunhofer-Allianz Verkehr (2024): Deutschlandticket: Treiber der Mobilitätswende? Eine repräsentative Umfrage

Forum Ökologisch-Soziale Marktwirtschaft (2024): MIV und ÖPNV im Kostenvergleich. Einsparung gesellschaftlicher Kosten durch den öffentlichen Personennahverkehr

Forschungsgesellschaft für Straßen- und Verkehrswesen e. V. (2024): Ad-hoc-Arbeitspapier “Deutschlandticket und Freizeitverkehr“, abrufbar unter <https://www.fgsv-verlag.de/ad-hoc-ap-deutschlandticket-und-freizeitverkehr>

FUR (2024), Sonderauswertung der Reiseanalyse 2024

Infas (2024): Evaluation Deutschlandticket. Abgerufen am 13. August 2024 von: <https://www.infas.de/erhebungen/evaluation-deutschlandticket/>

Infratest Dimap (2023): Umfrage Deutschlandticket August 2023. Abgerufen am 13. August 2024 von: <https://www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/deutschlandticket/>

Mercator Research Institute on Global Commons and Climate Change (MCC Berlin, 2024): Die Effekte des D-Tickets im ersten Jahr. Abgerufen am 17. Oktober 2024 von: <https://mcc-berlin-ariadne.shinyapps.io/dticket-tracker/>

Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e.V. (2024): Pressemitteilung „Ein Jahr Deutschlandticket: Auf der Nachfragerseite ein Erfolg, auf Einnahmeseite nicht. Abgerufen am 13. August 2024 von https://www.vdv.de/presse.aspx?id=9a976f51-e733-4866-8c5b-4de5e43b19e5&mode=detail&coriander=V3_067b4b35-2d50-1f5e-004f-97d202e5ff68

Verband Deutscher Verkehrsunternehmen e.V. (2024): Evaluation zum Deutschlandticket, Bericht zur bundesweiten Marktforschung, Jahresbericht 2023