

## INTERVIEW



# „Wenn der öffentliche Nahverkehr unzuverlässig ist, ist auch der Fahrpreis nicht relevant“

Dennis Gaus, Doktorand in der Abteilung Energie, Verkehr und Umwelt im DIW Berlin

## 1. Herr Gaus, Sie haben in einem Kooperationsprojekt das 9-Euro-Ticket unter die Lupe genommen. Was genau war der Fokus Ihrer Untersuchung?

Wir haben in diesem Projekt mit GIM Gesellschaft für innovative Marktforschung und dem Schweizer Marktforschungsunternehmen Inter vista zusammengearbeitet, die uns Bewegungsdaten von gut 2 000 Personen, sowie Antworten aus Fragebögen zum 9-Euro-Ticket gegeben haben. Die Bewegungsdaten haben wir mit den Daten aus den repräsentativen Befragungen kombiniert. Damit können wir untersuchen, welche Personengruppen das 9-Euro-Ticket gekauft haben und wie es sich auf das Verkehrsverhalten ausgewirkt hat.

## 2. Hat das 9-Euro-Ticket dazu geführt, dass mehr Menschen öffentliche Verkehrsmittel nutzen?

Das 9-Euro-Ticket wurde von allen Personengruppen durchaus gut gekauft, wenn auch in verschiedenen Personengruppen unterschiedlich häufig. Insgesamt sehen wir, dass sich in der Nutzung des ÖPNV, insbesondere auf dem Weg zur Arbeit und auf kurzen Alltagswegen, relativ wenig geändert hat. In der Ausflugsmobilität, also über längere Distanzen, beobachten wir gerade am Anfang des 9-Euro-Tickets im Juni und zum Schluss Ende August einen deutlichen Anstieg in den im Öffentlichen Nahverkehr zurückgelegten Wegen. In der Alltagsmobilität, also auf den kurzen Strecken, sehen wir über die gesamte Zeitspanne relativ wenig Bewegung. Das heißt, die Personen, die ihre Alltagswege üblicherweise mit öffentlichen Verkehrsmitteln zurücklegen, haben das auch in der Zeit des 9-Euro-Tickets getan. Es sind aber nur wenige Leute auf den ÖPNV umgestiegen.

## 3. Inwieweit wurde dann überhaupt das erreicht, was man mit dem 9-Euro-Ticket bewirken wollte?

Das Hauptziel, die Menschen von den stark gestiegenen Energiepreisen in der Folge des Ukrainekriegs zu entlasten und die Inflation bei den Energiepreisen zu dämpfen, wurde auf jeden Fall erreicht. Die Personen, die den ÖPNV üblicherweise viel nutzen, haben natürlich im Sommer 2022 mit dem 9-Euro-Ticket weniger zahlen müssen. Die außerdem formulierten

Umweltziele, die Stärkung des Öffentlichen Personennahverkehrs und der Umstieg vom Auto auf den ÖPNV wurden nicht erreicht.

## 4. Wer profitierte finanziell am meisten vom 9-Euro-Ticket?

Die Gruppen, die mit Abstand am häufigsten das 9-Euro-Ticket gekauft haben, sind einerseits junge Menschen unter 30 Jahren und andererseits Haushalte mit einem geringen monatlichen Nettoeinkommen von unter 1 000 Euro.

## 5. Das Nachfolgeticket soll 49 Euro kosten. Wie schätzen Sie die Zahlungsbereitschaft ein?

Ende August 2022, also mit dem Auslaufen des 9-Euro-Tickets, haben wir abgefragt, wie viel die Leute für ein Nachfolgeticket bezahlen würden. Der Median der Antworten lag bei 29 Euro. Das heißt, ein Großteil der Menschen hat zumindest damals angegeben, ein Ticket für 49 Euro nicht kaufen zu wollen. Insofern ist es schwierig zu sagen, ob das 49-Euro-Ticket tatsächlich dazu beitragen kann, dass mehr Menschen dauerhaft vom Auto auf den ÖPNV umsteigen.

## 6. Was müsste getan werden, um die Rolle des ÖPNV in der Alltagsmobilität zu stärken?

Wir sehen hier deutlich, dass der Preis nur eine Komponente ist, die einen Effekt auf die Attraktivität des ÖPNV hat. Neben dem Preis ist ganz grundsätzlich ein zuverlässiges ÖPNV-Angebot wichtig. Es muss möglich sein, in einem vorher geplanten Zeitrahmen sein Ziel zu erreichen. Dazu kommt, dass gerade auf dem Land relativ viele Menschen angeben, keinen ausreichenden Zugang zum ÖPNV zu haben. Gerade dort müsste der ÖPNV so ausgebaut werden, dass die Menschen die öffentlichen Verkehrsmittel als Alternative wahrnehmen, denn wenn der ÖPNV gar keine Alternative darstellt, ist auch der Fahrpreis nicht relevant.

Das Gespräch führte Erich Wittenberg.



Das vollständige Interview zum Anhören finden Sie auf [www.diw.de/interview](http://www.diw.de/interview)

## IMPRESSUM

---



DIW Berlin — Deutsches Institut für Wirtschaftsforschung e.V.

Mohrenstraße 58, 10117 Berlin

[www.diw.de](http://www.diw.de)

Telefon: +49 30 897 89-0 Fax: -200

90. Jahrgang 5. April 2023

### Herausgeberinnen und Herausgeber

Prof. Dr. Tomaso Duso; Sabine Fiedler; Prof. Marcel Fratzscher, Ph.D.;  
Prof. Dr. Peter Haan; Prof. Dr. Claudia Kemfert; Prof. Dr. Alexander S. Kritikos;  
Prof. Dr. Alexander Kriwoluzky; Prof. Dr. Lukas Menkhoff; Prof. Karsten  
Neuhoff, Ph.D.; Prof. Dr. Carsten Schröder; Prof. Dr. Katharina Wrohlich

### Chefredaktion

Prof. Dr. Pio Baake; Claudia Cohnen-Beck; Sebastian Kollmann;  
Kristina van Deuverden

### Lektorat

Dr. Hella Engerer

### Redaktion

Rebecca Buhner; Dr. Hella Engerer; Ulrike Fokken; Petra Jasper; Kevin Kunze;  
Sandra Tubik

### Vertrieb

DIW Berlin Leserservice, Postfach 74, 77649 Offenburg

[leserservice@diw.de](mailto:leserservice@diw.de)

Telefon: +49 1806 14 00 50 25 (20 Cent pro Anruf)

### Gestaltung

Roman Wilhelm, Stefanie Reeg, Eva Kretschmer, DIW Berlin

### Umschlagmotiv

© imageBROKER / Steffen Diemer

### Satz

Satz-Rechen-Zentrum Hartmann + Heenemann GmbH & Co. KG, Berlin

### Druck

USE gGmbH, Berlin

ISSN 0012-1304; ISSN 1860-8787 (online)

Nachdruck und sonstige Verbreitung – auch auszugsweise – nur mit  
Quellenangabe und unter Zusendung eines Belegexemplars an den  
Kundenservice des DIW Berlin zulässig ([kundenservice@diw.de](mailto:kundenservice@diw.de)).

Abonnieren Sie auch unseren DIW- und/oder Wochenbericht-Newsletter  
unter [www.diw.de/newsletter](http://www.diw.de/newsletter)