

Deutschlandticket

Potenziale und Herausforderungen
für die Akteure der ÖPNV-Branche

Dezember 2022





Attraktiv, digital, einfach: Jetzt ist der Weg frei für die größte ÖPNV-Tarifreform in Deutschland. Noch nie war es für die Menschen in unserem Land so einfach, Bus und Bahn zu nutzen. Wir denken Mobilität neu und schützen das Klima durch attraktive Angebote.

Dr. Volker Wissing

Bundesminister für Digitales und Verkehr

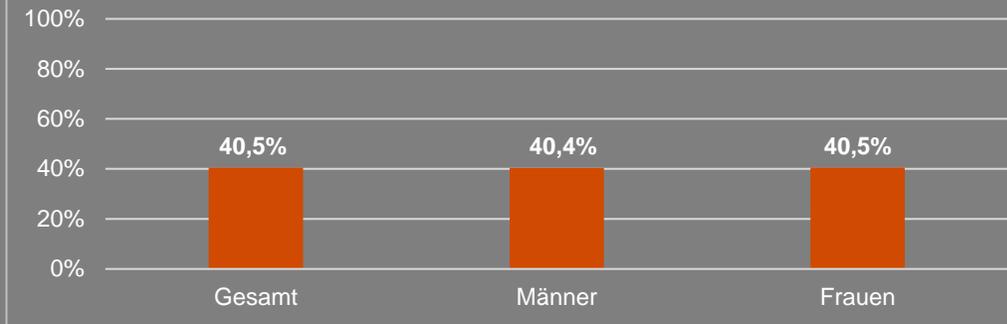
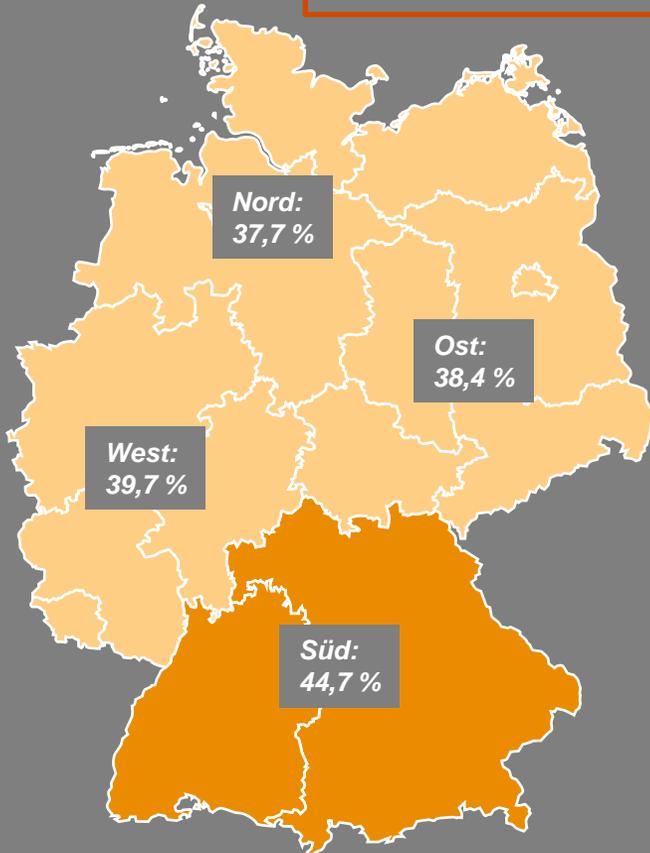
Für die Bürger ist es ein sehr gutes Angebot, weil es auch die Komplexität im Nahverkehr wegnimmt: Ein Ticket für alles.

Oliver Wolff

Hauptgeschäftsführer Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV)

Die Zahlungsbereitschaft der Personen ab 18 Jahren für ein bundesweites 49-Euro-Ticket liegt insgesamt bei hohen 41 %.

Anteil der Befragten, die mindestens 49€ für ein bundesweit gültiges ÖPNV-Monats-Ticket zahlen würden



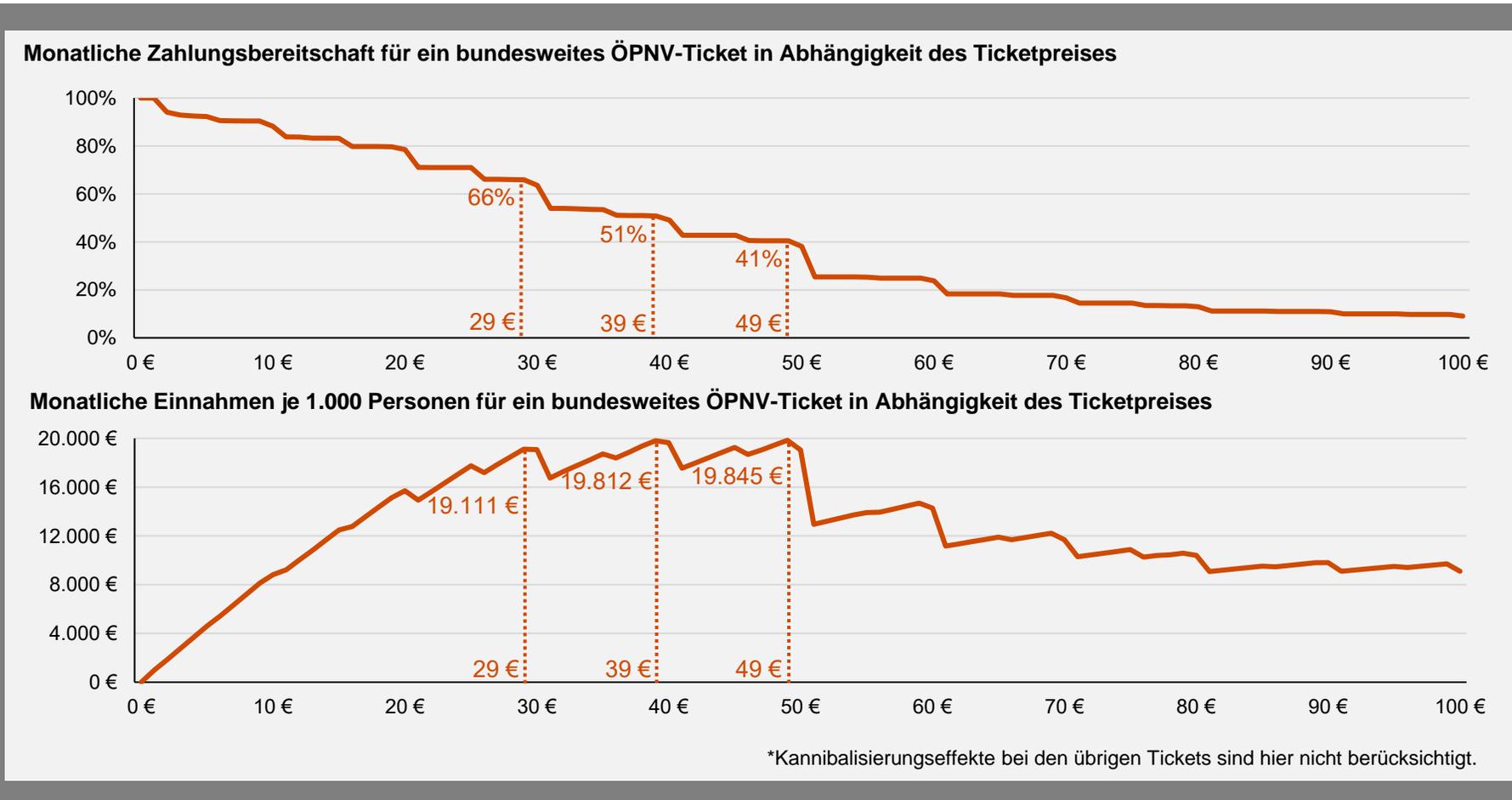
- Im September 2022 ließ PwC eine repräsentative **Online-Befragung unter 1.000 Personen ab 18 Jahren** durchführen.
- Dabei wurde unter anderem folgende Frage gestellt: „Wie viel wären Sie bereit, für ein **bundesweit gültiges ÖPNV-Monats-Ticket**, mit dem Sie deutschlandweit beliebig viele Fahrten, außer in den Zügen des Fernverkehr (ICE, IC, EC), unternehmen können, zu bezahlen?“
- Die **Repräsentativität** in Bezug auf die deutsche Gesamtbevölkerung ist durch die nahezu deckungsgleiche demographische Aufteilung nach Alter (über 18 Jahre), Geschlecht und Bundesland der Stichprobe gegenüber der Grundgesamtheit, der Bevölkerung in Deutschland, gegeben.
- Auf Grundlage der gewonnenen Daten differenzieren wir detailliert zwischen den Nutzergruppen bzw. **Bevölkerungsmerkmalen**. Zudem stellen wir die Auswirkungen auf das **Nutzungsverhalten** differenziert nach den Verkehrszwecken dar.

zentrale Erkenntnisse

- Insgesamt besteht eine **große Nachfrage** von über 40 % nach dem Deutschlandticket, unabhängig vom Geschlecht.
 - **Innerhalb Deutschlands** zeigen sich zum Teil große Unterschiede: Im Süden ist die Nachfrage mit ca. 45 % am größten, während sie im Norden mit ca. 38 % am geringsten ausfällt.
- Insgesamt ist zu erwarten, dass die Einführung des Deutschlandtickets das **Mobilitätsverhalten in Deutschland** stark verändern wird.

Nord: SH, HH, HB, NS / Ost: MVP, BB, B, S, SA, TH / Süd: BW, BY / West: NRW, HE, RPF, SL

Die zu erwartenden monatlichen Einnahmen je 1.000 Personen sind bei einem Preis von 49 €, 39 € und 29 € nahezu gleich.

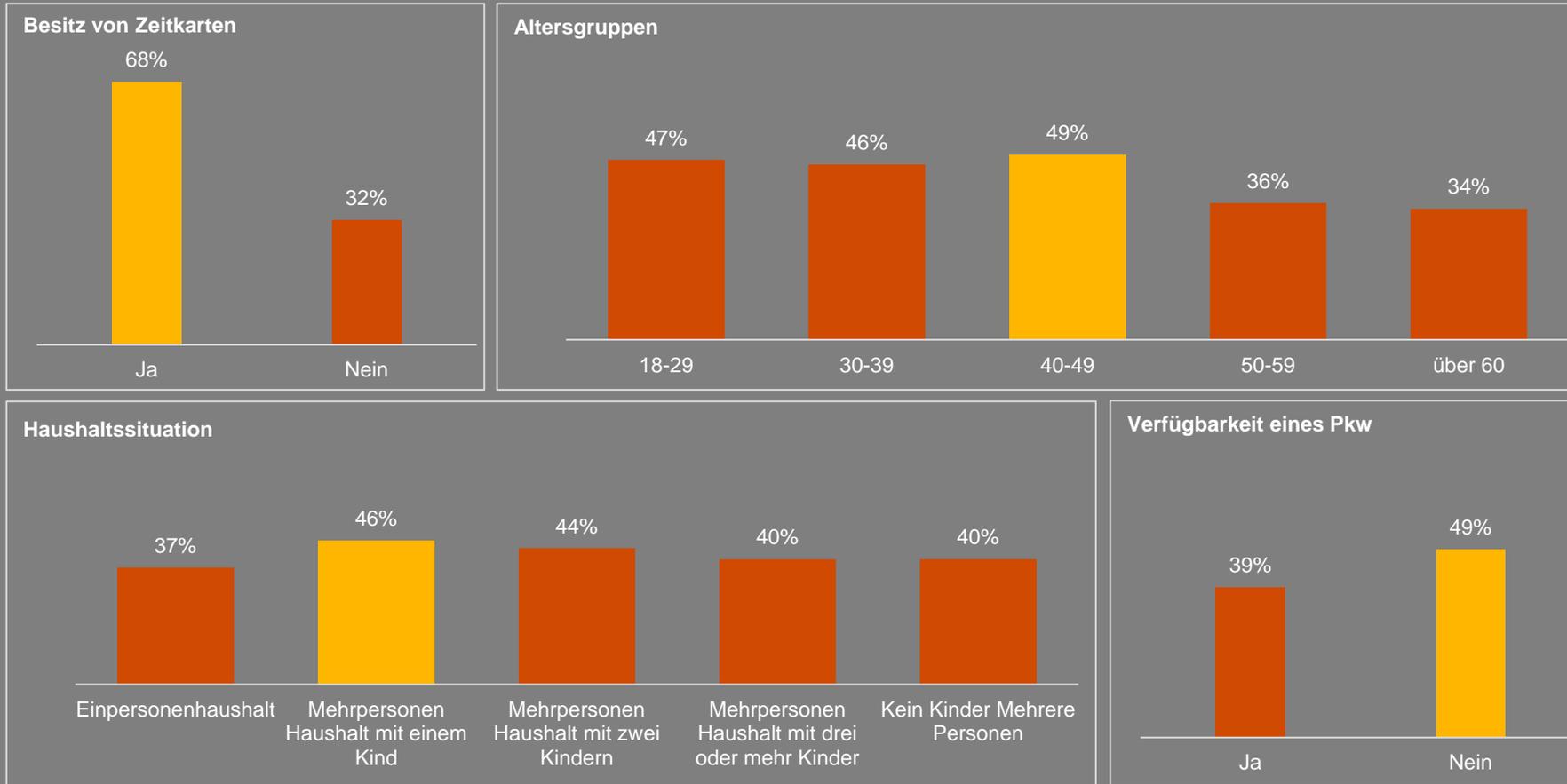


zentrale Erkenntnisse

- Bei einem Preis von **über 50 €** würde die Nachfrage für ein bundesweites Monatsticket deutlich niedriger ausfallen.
 - Bei einer Preisreduktion von 49 € auf 39 € würde die Nachfrage um 10 %-Punkte, bei einer **Reduktion auf 29 €** sogar um **25 %-Punkte steigen**.
 - Monatliche Einnahmen von **über 19 T€ je 1.000 Personen** sind sowohl bei einem Preis von 49 € als auch bei 39 € und 29 € zu erwarten.*
- Je niedriger der Preis, desto stärker sind die **Kannibalisierungseffekte** bei den übrigen Tickets (10er-Ticket etc.).

Das Deutschlandticket spricht nicht nur die ÖPNV-Stammkunden an, sondern auch bisherige Nicht- und Wenignutzer

Jeweiliger Anteil der Befragten, die bereit wären, 49 € oder mehr für ein bundesweites ÖPNV-Monatsticket zu bezahlen

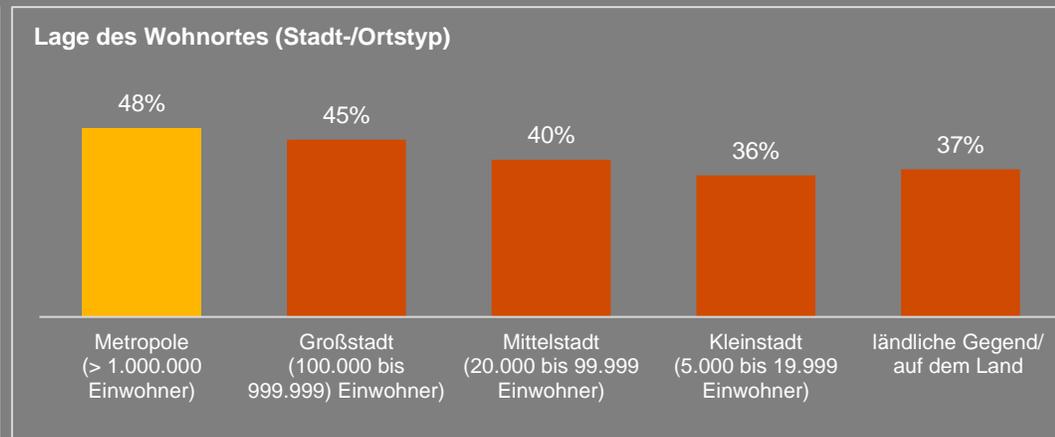
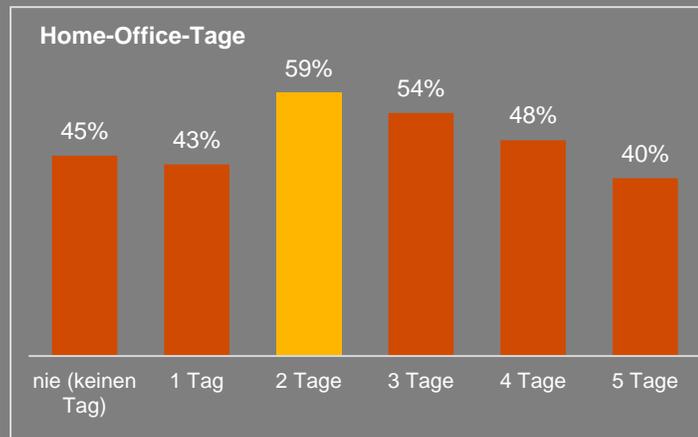
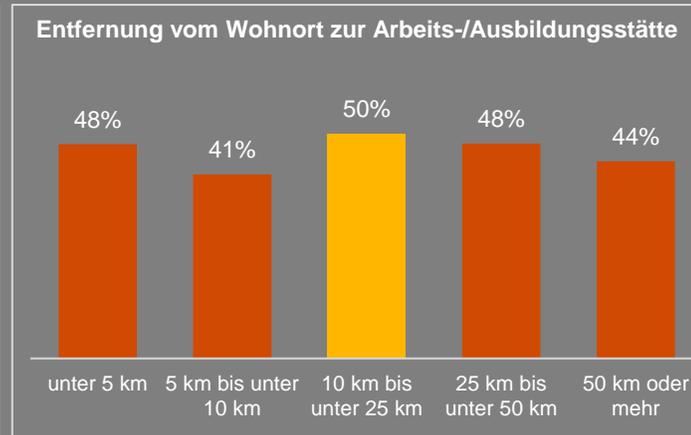
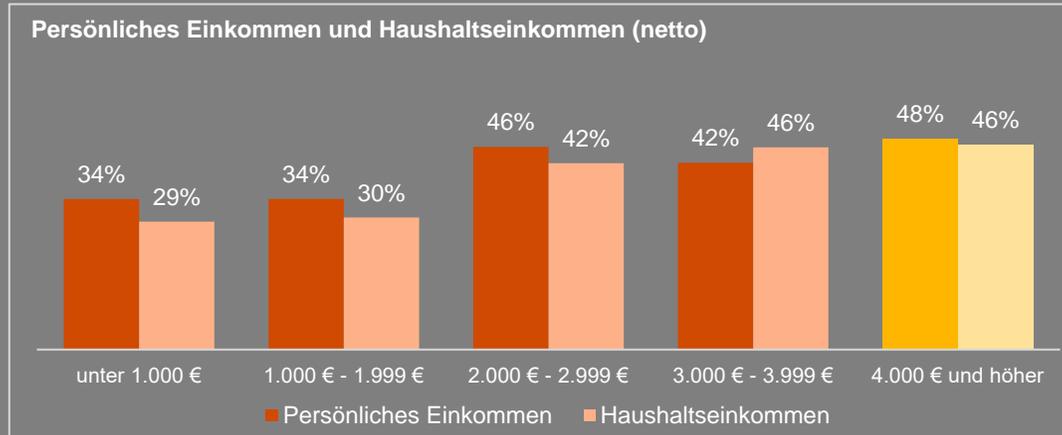


zentrale Erkenntnisse

- Auch **Personen ohne ÖPNV-Zeitkarte** weisen ein hohes Nachfragepotenzial für das Deutschlandticket auf.
 - Die Nachfrage bei den über **50-Jährigen** fällt deutlich geringer aus als bei den jüngeren Altersgruppen.
 - **Mehrpersonenhaushalte mit einem oder zwei Kindern** weisen ein besonders großes Nachfragepotenzial auf.
 - Auch **Personen, die über einen Pkw verfügen**, haben ein relativ großes Interesse.
- **Ansprache von Neukunden** lohnt sich und sollte konsequent vorangetrieben werden.

Insbesondere das Einkommen und die Lage des Wohnortes haben starken Einfluss auf die Nachfrage nach dem Deutschlandticket

Jeweiliger Anteil der Befragten, die bereit wären, 49 € oder mehr für ein bundesweites ÖPNV-Monatsticket zu bezahlen



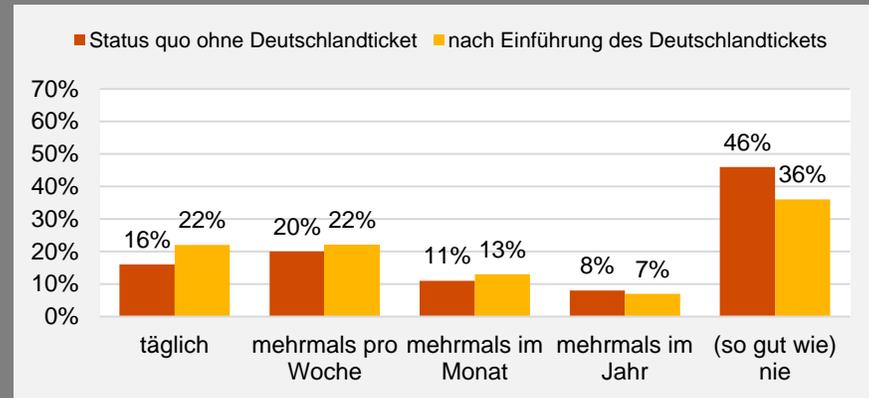
zentrale Erkenntnisse

- Auch für Personen, die öfter im **Home Office** arbeiten und **weitere Strecken** pendeln, ist das Deutschlandticket attraktiv.
 - Die Nachfrage hängt vom Einkommen ab: Viele **einkommensschwache Personen** können bzw. wollen sich das Deutschlandticket nicht leisten.
 - Der **Wohnort** bzw. das dortige Mobilitätsangebot haben starken Einfluss auf die Nachfrage: In ländlicheren Räumen sollte das Angebot ausgeweitet werden.
- Ggf. bietet sich ein **Deutschlandticket light** für begrenzte Gebiete (z. B. Bundesland) zu einem reduzierten Preis an.

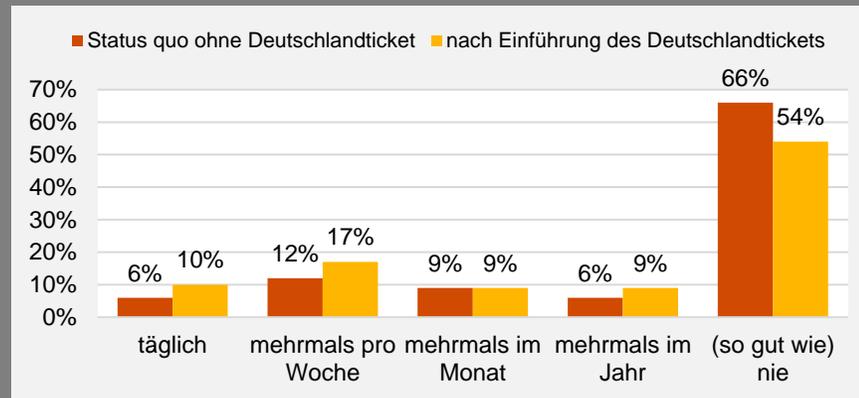
Durch die Einführung des Deutschlandtickets wird die Nutzung des öffentlichen Verkehrs bei allen Verkehrszwecken deutlich zunehmen

Fahrtenhäufigkeit der Befragten, die bereit wären, 49 € oder mehr für ein bundesweites ÖPNV-Monatsticket zu bezahlen

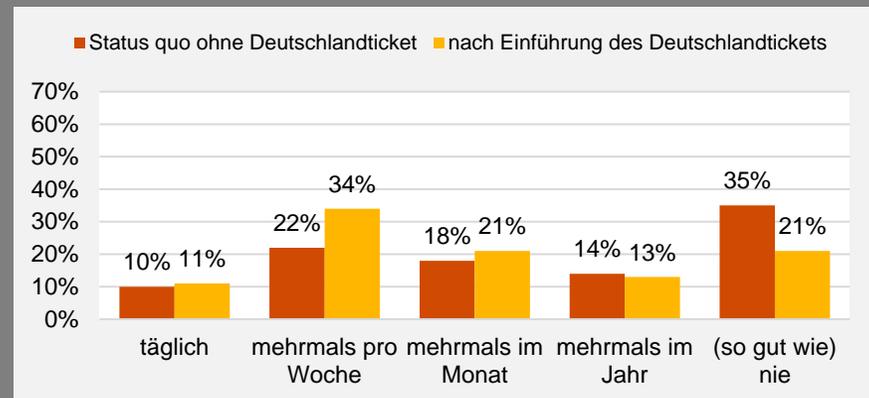
Wegezzweck: Arbeit sowie beruflich/dienstlich



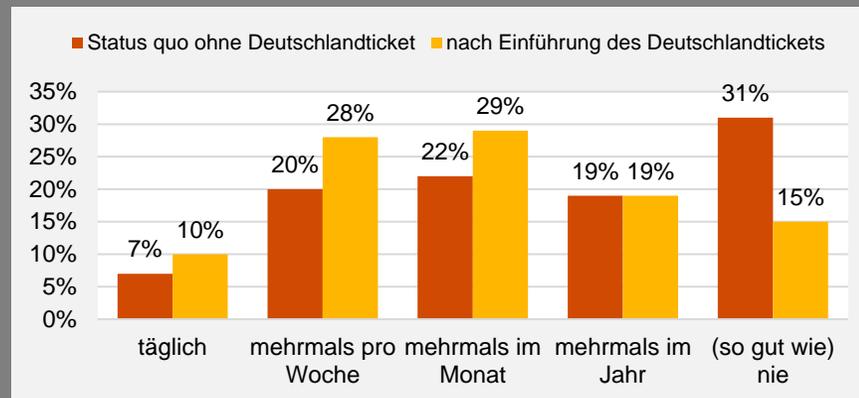
Wegezzweck: Ausbildung/Weiterbildung/(Hoch)Schule



Wegezzweck: Einkaufen/Private Erledigungen



Wegezzweck: Freizeitaktivitäten sowie zum Bringen/Holen von Personen



zentrale Erkenntnisse

- Das Deutschlandticket führt zu einem deutlichen Anstieg im **ÖPNV-Berufsverkehr**.
(Anstieg der ÖPNV-Nutzung mehrmals im Monat und öfter von 47 % auf 58 %)
 - Auch bei den **Einkaufsfahrten** wird der ÖPNV eine größere Rolle spielen.
(Anstieg der ÖPNV-Nutzung mehrmals im Monat und öfter von 51 % auf 65 %)
 - Ebenso wird der **ÖPNV-Freizeitverkehr** stark an Bedeutung gewinnen.
(Anstieg der ÖPNV-Nutzung mehrmals im Monat und öfter von 49 % auf 67 %)
- Durch die Einführung des bundesweiten Tickets ist mit einer starken Zunahme der **ÖPNV-Nutzung** zu rechnen.

„Das Deutschlandticket bedeutet einen tiefgreifenden Systemwechsel für den ÖPNV in Deutschland“

Wolfgang Harms

Sprecher des hessischen Verkehrsministers Tarek Al-Wazir

Anschlussthemen

Herausforderungen

Handlungsempfehlungen

Angebotsausbau



- Die große Nachfrage nach dem Deutschlandticket kann insbesondere in den Metropolräumen zu **Kapazitätsengpässen** führen.
- Bereits heute besteht ein sehr großer **Personal- und Fachkräftebedarf**.

- Angebote entlang der Achsen (Bus und Bahn) und abseits der Achsen (On-Demand, Sharing etc.) ausbauen und zu einem **smarten Mobilitäts-ökosystem** verknüpfen („Mobilität aus einer Hand“)
- ÖPNV als **Marke** und attraktiven Arbeitgeber stärken sowie **bürokratische Hürden** abbauen

Finanzierung



- Durch die Einführung des Deutschlandtickets sinken die **Einnahmen im Bestandsgeschäft** deutlich.
- Bereits die allgemeinen **Investitions- und Betriebskostensteigerungen** sind eine große Herausforderung für die Branche.

- ausreichende **ÖPNV-Finanzmittel** dauerhaft sichern sowie gleichzeitig **Finanzierungsstrukturen** verschlanken und transparenter gestalten
- **neue Finanzierungsinstrumente** (z. B. Drittnutzerfinanzierung) einführen und im Sinne einer Push-Pull-Strategie zweckgebunden für den Angebotsausbau bzw. nachhaltige Mobilitätsvorhaben einsetzen

Tarifstruktur



- Die Einführung des Deutschlandticket erfordert **Anpassungen der gesamten Tarifstruktur** bis hin zum Einzelticket.
- Trotz Deutschlandticket sind weiterhin **attraktive und einfache Tariflösungen** für die weiteren Kunden notwendig.

- Deutschlandticket in die bestehende Tarifstrukturen **sinnvoll integrieren**
- gesamte Tarifstruktur von den Kunden aus denkend **neu gestalten**
- **Anreizinstrumente** und Gamification nutzen

In der in Kürze erscheinenden PwC-Studie zum „**Smart City Index Mobilität 2022**“ stellen wir den Stand der Smart Mobility in Deutschlands Großstädten sowie das hierfür erforderliche Smart-Mobility-Ökosystem vor.

Im Januar 2023 zeigen wir in der PwC-Studie „**Innovative Tarifmodelle im ÖPNV**“ Lösungsansätze für eine kundenorientiertere Gestaltung der ÖPNV-Tariflandschaft auf.



PwC ist die führende Wirtschaftsprüfungs- und Beratungsgesellschaft in Deutschland.

Unser Bereich Infrastructure & Mobility unterstützt vielfältige Themen und Kundengruppen:

Wir beschäftigen uns mit der betriebswirtschaftlichen und planerisch-konzeptionellen Beratung von Unternehmen, Verkehrsbündeln, Ministerien, Aufgabenträgern und Kommunen in den Bereichen Infrastruktur, Mobilität und Verkehr. Dabei gestalten wir den gegenwärtigen Wandel in der Mobilitätswelt und dessen Implikationen aktiv mit.

Themenbereiche, bei denen wir u. a. beratend tätig sind:

- Wirtschaftlichkeits- sowie Kosten- und Erlös-Analysen
- Gestaltung von Finanzierungsstrukturen im ÖPNV
- Erarbeitung von Preissetzungsstrategien und Tarifmodellen im ÖPNV sowie dem Verkehrssektor
- Erarbeitung innovativer Mobilitätskonzepte
- Unterstützung bei der Entwicklung und Implementierung von Elektromobilitätskonzepten und Umrüstungsstrategien
- Erarbeitung von Digitalisierungsstrategien im Mobilitätsbereich
- Erarbeitung von On-Demand-Konzepten

www.pwc.com

Ihre Ansprechpartner:innen



Hansjörg Arnold
Partner
Infrastructure & Mobility
Mobil: +49 175 439 4003
E-Mail: hansjoerg.arnold@pwc.com



Gabriel Flore
Manager
Infrastructure & Mobility
Mobil: +49 171 336 4723
E-Mail: gabriel.flore@pwc.com



Lisa Wang
Senior Associate
Infrastructure & Mobility
Mobil: +49 1512 388 9103
E-Mail: lisa.z.wang@pwc.com

PwC Mobility Transformation:

PwC hilft Ihnen dabei, Ihr Unternehmen durch das sich disruptiv verändernde Ökosystem Mobilität zu navigieren. Besuchen Sie gerne unsere Website. Hier können Sie sich regelmäßig über aktuelle Publikationen, Blogs, Videos und weitere Neuigkeiten zum Thema informieren:
<https://www.pwc.de/de/im-fokus/mobility-transformation.html>