
Deutschland-Ticket: Zwischenbilanz und Marktforschung

Pressekonferenz im Rahmen der VDV-Jahrestagung in Leipzig · 21. Juni 2023
einschließlich Digitalübertragung

Ingo Wortmann · VDV-Präsident

Oliver Wolff · VDV-Hauptgeschäftsführer

Ulf Middelberg · Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Verkehrsbetriebe

Deutschland-Ticket: Zwischenbilanz und Marktforschung



Bildquellen: Monkey Business | fotolia.com



D-TICKET

Aktuelle Zahlen zum Deutschland-Ticket-Abo (Stand: Mitte Juni)

Verkaufszahlen steigen weiter, vor allem durch Neuabonnent:innen:

- rund 11 Mio. D-Ticket-Abos insgesamt

davon:

- etwa 46 % umgestellte ÖPNV-Abonnements
- etwa 44 % Neuabonnent:innen
(kommen aus dem Bartarif und aus anderen Zeitkarten)
- etwa 8 % Neukundinnen und Neukunden
(haben vorher so gut wie nie ÖPNV genutzt)



Nutzungszahlen steigen, D-Ticket sorgt für Rückkehr der Fahrgäste:

- etwa 9 Mio. Fahrgäste haben das D-Ticket im Mai genutzt
- etwa 9,6 Mio. Fahrgäste haben das D-Ticket im Juni genutzt

Erste Erkenntnisse aus der bundesweiten Marktforschung*

Häufigster Grund für den Kauf des D-Tickets: bundesweite Gültigkeit

- **41 %** derjenigen, die ein D-Ticket gekauft haben, geben als Hauptgrund die **bundesweite Gültigkeit** an.
- **36 %** nennen den **günstigen Preis bzw. das Sparen von Kosten** als Hauptgrund für den Kauf des D-Ticket-Abos.
- Für **22 %** ist der **Umweltschutz** der Hauptkaufgrund.
- **18 %** geben an, mit dem Kauf des D-Tickets **bewusst auf Autofahrten verzichten** zu wollen.

(Die obigen Antworten sind eine Auswahl; Mehrfachnennungen waren möglich.)



D-TICKET

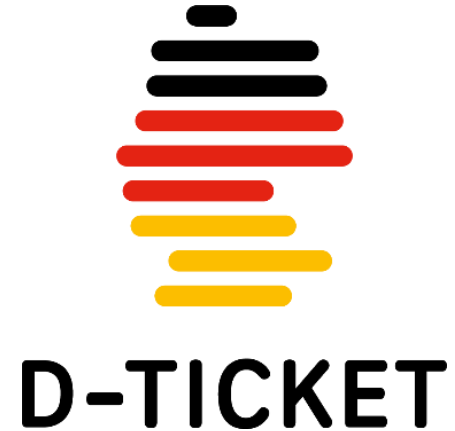
*Bundesweite Marktforschung zum Deutschland-Ticket im Auftrag von Bund und Ländern: Befragt werden monatlich rund 6.000 mobile Personen ab 14 Jahre (Grundgesamtheit: ca. 67,6 Mio. Personen); pro Woche bevölkerungsrepräsentativ (deutschsprachige Bevölkerung); Befragt werden alle Kundengruppen inkl. Nichtkäufer.

Erste Erkenntnisse aus der bundesweiten Marktforschung

Häufigster Grund gegen den Kauf des D-Tickets: fehlender Bedarf

- **41 %** derjenigen, die ein kein D-Ticket kaufen würden, geben dafür als Hauptgrund an, dass es sich **für sie nicht lohnen würde bzw. zu selten genutzt würde**.
- **38 %** nennen den **fehlenden Bedarf an einem ÖPNV-Abo** als Hauptgrund gegen den Kauf des D-Tickets.
- **26 %** geben an, dass sie **kein deutschlandweites ÖPNV-Ticket** benötigen.
- **11 %** empfinden den **Ticketpreis als zu hoch**.
- **6 %** geben an, dass sie sich den Preis von 49 Euro im Monat **nicht leisten können** und das D-Ticket deshalb nicht kaufen

(Die obigen Antworten sind eine Auswahl; Mehrfachnennungen waren möglich.)



Erste Erkenntnisse aus der bundesweiten Marktforschung

Ticketformat: Smartphone deutlich vor Chipkarte, Papierticket spielt untergeordnete Rolle

- **49 %** der Käuferinnen und Käufer des D-Ticket-Abos geben an, dieses als Ticket auf dem **Smartphone** zu haben.
- **37 %** haben das D-Ticket-Abo in Form einer **Chipkarte**.
- **11 %** haben das D-Ticket in Form eines **Papiertickets**.

Verkaufskanal: Webseite liegt klar vorne

- **37 %** der Käuferinnen und Käufer des D-Ticket-Abos geben an, dieses über eine **Webseite** gekauft zu haben.
- **24 %** haben das D-Ticket-Abo über eine **App** gekauft.
- **11 %** haben ihr(e) D-Ticket-Abos über die **Großkunden-Vertriebsstelle** bei den Verkehrsunternehmen/-verbund erworben.
- **10 %** haben das D-Ticket im **Reise-/Kunden-Center** gekauft.
- **10 %** gaben an, dass ihr **Abo automatisch umgewandelt** wurde.



D-TICKET

Deutschland-Ticket: Zwischenbilanz und Marktforschung

Pressekonferenz im Rahmen der VDV-Jahrestagung in Leipzig · 21. Juni 2023
einschließlich Digitalübertragung

Ingo Wortmann · VDV-Präsident

Oliver Wolff · VDV-Hauptgeschäftsführer

Ulf Middelberg · Sprecher der Geschäftsführung der Leipziger Verkehrsbetriebe