



02.09.2022

Transkript

„9-Euro-Ticket: Forschende ziehen mithilfe neuer Daten Bilanz“

Experten auf dem Podium

- ▶ **Dr. Claudia Nobis**
Leiterin der Gruppe Mobilitätsverhalten, Institut für Verkehrsforschung, Deutsches Zentrum für Luft- und Raumfahrt (DLR), Berlin
- ▶ **Prof. Dr. Andreas Knie**
Leiter der Forschungsgruppe „Digitale Mobilität und gesellschaftliche Differenzierung (DiMo)“, Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung (WZB), Berlin
- ▶ **Dr. Mark Andor**
Leiter der Forschungsgruppe „Prosoziales Verhalten“, RWI Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung, Essen
- ▶ **Sönke Gähke**
Redakteur für Technik, Energie und Mobilität, Science Media Center Germany, und Moderator dieser Veranstaltung

Mitschnitt

- ▶ Einen Videomitschnitt finden Sie unter:
<https://www.sciencemediacenter.de/alle-angebote/press-briefing/details/news/9-euro-ticket-forschende-ziehen-mithilfe-neuer-daten-bilanz/>
- ▶ Falls Sie eine Audiodatei oder eine Sprecheransicht des Videomitschnitts benötigen, können Sie sich an redaktion@sciencemediacenter.de wenden.



Transkript

Moderator: [00:00:00]

Ich fang schon mal an und begrüße Sie alle herzlich zu unserem Press Briefing über die Frage: Was weiß man eigentlich über den Erfolg oder auch die Erfolge des 9-Euro-Tickets? Und welche Schlüsse kann man jetzt schon ziehen für ein mögliches Nachfolgeangebot, wie immer das auch aussehen soll. Weil das Thema ja so ziemlich in aller Munde war in den letzten drei Monaten, habe ich gedacht: Keine lange Anmoderation, lassen Sie uns mal flink anfangen. Wir haben drei Forscherinnen und Forscher gewonnen, um mit uns in den kommenden 50 Minuten diese Frage zu verfolgen und einen Blick auf ihre zum Teil noch unveröffentlichten Forschungsergebnisse zu werfen und dabei auszuloten, welche Elemente eigentlich ein Nachfolgeangebot sinnvollerweise haben sollte.

Mein Name ist Sönke Gähke, und bevor wir anfangen, wie immer noch der Hinweis: Bitte stellen Sie Ihre Fragen im Frage-und-Antwort-Modul. Dort wird meine Kollegin diese Fragen aufnehmen, sammeln und weiterleiten, und ich stelle sie dann hier, auf die Art und Weise läuft das einfach besser. Ich habe als Erstes bei mir hier Frau Claudia Nobis vom Institut für Verkehrsforschung des DLR in Berlin. Die Forscherin leitet die Gruppe Mobilitätsverhalten und sie hat wie alle hier untersucht, wie die Menschen in Deutschland das 9-Euro-Ticket genutzt haben. Frau Nobis, welche Änderungen haben Sie denn eigentlich gesehen, und worin sehen Sie den größten Erfolg des 9-Euro-Tickets?

Claudia Nobis [00:01:21]

Ich glaube, der große Erfolg des Tickets war zunächst die Einfachheit dieses Tickets. Das Ticket war preisgünstig. Es war sehr einfach in der Art und Weise, wie es nutzbar ist. Und das ist, glaube ich, einer der ganz großen Erfolgsfaktoren, warum dieses Ticket auch so unglaublich oft verkauft worden ist. Das Schöne an dem Ticket ist: Es ist wirklich in der Breite der Gesellschaft angenommen worden. Es war wirklich ein Ticket für jedermann, für jedefrau. Wir sehen, wenn wir die soziodemografischen Eigenschaften der 9-Euro-Ticket-Kundinnen und -Kunden angucken, dass wir wirklich den Querschnitt durch die Gesellschaft abbilden, also Alter, Geschlecht, Tätigkeit, Bildungsstatus. Wir finden wirklich jeden, jede Gruppe, die dieses Ticket genutzt hat. Und das ist eigentlich so dieses Schöne an dem Ticket.

Wir haben Ende Juni, Anfang Juli mit unserer Studie gemessen, dass rund die Hälfte der deutschen erwachsenen Bevölkerung ein solches Ticket hatte. 20 Prozent haben ein ganz klassisches Monatsticket besessen, 28 Prozent waren im Besitz eines solchen 9-Euro-Tickets und weitere 4 Prozent wollten auf jeden Fall noch ein Ticket kaufen. Das ist eine unglaubliche Verbreitung.

Hälfte der erwachsenen Bevölkerung hatte die Möglichkeit, den ÖV zur Flatrate zu nutzen und hat das eben auch zu großen Teilen getan. Ich glaube, im weiteren Gespräch können wir noch gucken, es gibt sehr unterschiedliche Gruppen. Die einen, die das sehr häufig genutzt haben und auch genau das gewünschte Fahrverhalten gezeigt haben, dass sie es nämlich genau auch für den Weg zur Arbeit eingesetzt haben. Viele haben es eben selten genutzt und dann überwiegend im Freizeitverkehr. Was das Ticket genau gebracht hat und wie nachhaltig diese Veränderung ist, da muss man dann wirklich im Detail gucken und einzelne Gruppen betrachten.

Moderator [00:03:06]

Vielen Dank, Frau Nobis. Unser nächster Gast, den wir gewinnen konnten, ist Andreas Knie vom Wissenschaftszentrum Berlin für Sozialforschung. Er leitet dort die Forschungsgruppe „Digitale



Mobilität und gesellschaftliche Differenzierung“. Und auch er hat die Auswirkungen des Tickets untersucht. Welche Änderungen haben Sie gesehen, Herr Knie? Worin sehen Sie den größten Erfolg?

Andreas Knie [00:03:28]

Ja, [...] wir sind noch dabei, das zu erforschen. Also das, was auch Claudia Nobis eben vorgestellt hat, sind ja Momentaufnahmen. Jetzt gerade, wo es nicht mehr da ist, fangen die Leute ja auch noch mal ganz neu an, über das Ticket [nach]zudenken. Wir machen das mit den Kollegen von infas, wir vergleichen das mit der MiD (Mobilität in Deutschland), die bei Claudia Nobis auch wunderbar einsehbar ist, und können das dann im September hoffentlich valide darstellen.

Aber das, was wir bisher kennen, kann ich nur das noch mal unterstreichen, was Claudia Nobis auch schon sagte, vielleicht mit einer kleinen Nuance. Erst mal, klar, das Ticket war plötzlich in aller Munde. Der ÖPNV war plötzlich cool. Wann hatten wir das? Wir haben ja gerade zwei Jahre Pandemie hinter uns. Da war es ja alles andere als gut, Bus oder Bahn zu fahren, das hat sich geändert. Und, wie Claudia Nobis auch schon sagte, sind Leute plötzlich mit 9-Euro-Tickets unterwegs gewesen, die das schon lange nicht mehr im Kalkül hatten.

Und vielleicht kann man noch ein bisschen akzentuieren: Es waren tatsächlich mehr Frauen als Männer, die unterwegs waren. Es waren auch mehr Jüngere als Ältere. Und es waren vor allen Dingen auch mehr untere Einkommensschichten, die vor allen Dingen zum ersten Mal mit Kind und Kegel unterwegs waren. Die konnte man dann tatsächlich auch beobachten, denn ein Sozialticket ist zwar mit 45 € in Deutschland durchaus okay, aber wenn man drei, vier, fünf Menschen im Haushalt hat, dann ist ein 9-Euro-Ticket echt eine Wucht. Also die sozialpolitische Komponente war deutlich höher. Und was wir natürlich auch beobachten konnten, ich hatte es eben schon im Vorgespräch gesagt, dass natürlich vor allem die städtischen und die Ballungsräume davon profitiert haben. Im ländlichen Raum sind die Tickets eher weniger verkauft worden. Das kann man alles so unterstreichen.

Und ich würde mich auch gleich anschließen: Wir können im Moment noch nicht sagen, das ist völlig klar: [Nach] drei Monaten lässt keiner sein Auto dauerhaft stehen, er verkauft es nicht nach drei Monaten 9-Euro-Ticket-Erfahrung. Das heißt, das, was wir gemerkt haben, dass eben Menschen, die vorher dem ÖV skeptischer gegenüber gestanden haben, die vielleicht während der Pandemie nicht mehr gefahren sind, die sind jetzt jedenfalls für Event-Verkehre oder für Schnupper-Verkehre zurückgekommen. Und jetzt wäre es eben gut, wenn wir da jetzt schnell anknüpfen könnten und vor allen Dingen, wie Claudia Nobis auch sagte, die Einfachheit der Tickets reproduzieren könnten.

Moderator [00:05:48]

Vielen Dank, Herr Knie. Unser dritter Gast, Mark Andor vom Leibniz-Institut für Wirtschaftsforschung RWI in Essen. Er leitet dort die Forschungsgruppe „Prosoziales Verhalten“. Und auch Sie haben ja die Gelegenheit genutzt und untersucht, wie die Menschen das 9-Euro-Ticket genutzt haben. Was war für Sie der größte Erfolg?

Mark Andor [00:06:08]

Vielen Dank. Ich glaube, es geht auch in eine ähnliche Richtung, auch mit ein paar Nuancen etwas anderer Art. Wir haben eine Studie von der Stiftung Mercator und haben da zwei Umfragen. Bei der einen Umfrage hatten wir das Glück, dass wir im März/April des Jahres schon eine große Umfrage mit über 8000 Haushalten durchgeführt haben und haben davon 5000 noch mal im Juni befragt, so dass wir Vorher-nachher-Daten hatten. Und ich würde eben auch sagen, dass der große Erfolg die Einfachheit des Tickets ist, das würde ich so unterstreichen, dass wir überhaupt deutschlandweit



dieses Ticket mal hatten oder haben und dass relativ viele Leute das genutzt haben. Das sind auf jeden Fall sehr positive Zeichen.

Wir finden, dass Käuferinnen und Käufer des Tickets eher urban leben, wie Herr Knie ja auch gesagt hat, dass die Distanzen zur Haltestelle und Arbeit kürzer sind, dass die Personen in der Tendenz weniger Autos besitzen, tendenziell gebildeter sind und über alle Einkommensklassen. Wir sehen, dass eigentlich alle Einkommensklassen das benutzt haben und auch in den höheren Einkommensklassen anteilmäßig gar nicht wenige. Des Weiteren sehen wir ganz klar, dass je größer die Stadt ist, desto mehr Befragte haben das genutzt.

Dann kommen wir zu den Auswirkungen. Und das ist durchaus nicht trivial, das zu berechnen, wie die Auswirkungen auf das Mobilitätsverhalten sind. Genau wie Herr Knie [das gesagt hat], sind das unsere vorläufigen Ergebnisse. Und in der Veranstaltung in der letzten Woche hatte ich auch ausgiebig die Methodik dargestellt, weil es nicht einfach ist, die Kausalität hier zu zeigen. Was wir finden, ist, dass die ÖPNV-Nutzung wirklich sehr stark zugenommen hat, dass es sehr viel mehr Mobilität gab, dass das Auto-Fahrverhalten nicht so stark zurückgegangen ist.

Unsere Schätzung zu den eingesparten CO₂-Emissionen aktuell – wir wollen noch ein paar mehr Szenarien durchführen, deswegen kann sich die Bandbreite noch verändern –, aber sie ist unter den veröffentlichten Werten des VDV. Allerdings muss man sagen, selbst wenn man die Werte des VDV nimmt mit 1,8 Millionen Tonnen CO₂ und das mit den Kosten, die im Raum stehen von 2,5 Milliarden vergleicht, ist es eine relativ teure kurzfristige Klimapolitik. Das heißt, für diese drei Monate wäre das relativ teuer. Wir müssen aber abwarten, was die lange Frist zeigt, also wie sich das auswirkt auf das Fahrverhalten im Nachhinein, also in den nächsten Monaten, und wie Herr Knie auch gesagt hat, muss man das natürlich auch so sehen: Es war jetzt eine Maßnahme, die drei Monate gewirkt hat. Es könnte einen großen Unterschied machen, wenn man sie langfristig durchführt, sodass die Leute wirklich darüber nachdenken, das Auto aufzugeben oder zumindest ein Auto weniger zu nutzen etc. Aber das können wir auf Basis dieses Experimentes auch nicht abschließend bewerten.

Das wäre erst mal die wichtigsten [Punkte]. Ein letzter Punkt bleibt noch: Wir haben gefragt, wie viel sind die Leute bereit, zukünftig für das Ticket zu bezahlen. Und nach ihren eigenen Angaben – wie viele Leute wären bereit, zu unterschiedlichen Preisen das Ticket zu nehmen? Und da habe ich jetzt mal drei rausgezogen: Bei 9 Euro wären es etwas über 50 Prozent, bei 29 Euro 26 Prozent und bei 69 Euro 4 Prozent. Das nur als [Indikator], solche Abfragen haben natürlich auch Schwächen, aber dann sieht man schon, wie sich die Zahlungsbereitschaft verteilt. Und man sieht auch beim 9-Euro-Ticket, dass Leute, die es nicht genutzt haben, durchaus interessiert wären. Es kann vielleicht zum Beispiel daran liegen, dass sie noch nicht die Gelegenheit, also noch keinen Anlass hatten, das 9-Euro-Ticket zu nutzen.

Moderator [00:10:36]

Vielen Dank, Herr Andor, ich habe auch schon gleich eine Rückfrage an Sie bekommen von einer unserer Teilnehmer*innen. Wie haben Sie denn erhoben, ob die Autonutzung parallel zum 9-Euro-Ticket abgenommen hat?

Mark Andor [00:10:48]

Wie die Autonutzung abgenommen hat? Wir hatten eine Umfrage im März/April, in der wir das Mobilitätsverhalten abgefragt haben, und haben dieses Mobilitätsverhalten auch im Juni abgefragt. Konkret haben wir abgefragt über die letzten sieben Tage, welche Fahrten man durchgeführt hat mit unterschiedlichen Verkehrsmitteln, und die Kilometeranzahl. [...] Was wir noch stärker berücksichtigen wollen, zumindest in Szenarien, ist, [...] zumindest eine Idee zu geben, wie man den Tankrabbatt, die Auswirkungen des Tankrabbatts, der zeitgleich war, oder insgesamt der



Benzinpreisentwicklung besser berücksichtigen oder noch mehr berücksichtigen kann unter gewissen Annahmen.

Moderator [00:11:48]

Herr Knie, Sie hatten sich auch schon gemeldet.

Andreas Knie [00:11:49]

Ich würde nur noch mal [sagen], was Marc Andor auch schon angedeutet hatte: Das sind alles vorläufige Beobachtungen. Von großen Konsequenzen, was gerade die CO₂-Entlastung angeht, da würden wir sehr von abraten, das jetzt schon richtig solide bewerten zu können. Wir wissen zum Beispiel immer noch nicht, wie viele der tatsächlichen 9-Euro-Ticket-Kaufenden tatsächlich auch gefahren sind. Wir haben immer noch nicht alle Daten der Verkehrsunternehmen. Das Einzige, was wir haben, sind die Daten von DB Regio, das ist ja ein Teil des SPNV. Und da wissen wir, da sind tatsächlich gemessene 8,9 Prozent mehr Kunden gewesen in diesen drei Monaten. Das heißt also, man muss da extrem vorsichtig sein, jetzt zu sagen, die Leute haben das Auto stehengelassen oder sind jetzt U- und S-Bahn oder Busse gefahren, sondern das sind, wie gesagt, drei Monate Momentaufnahmen.

Und wie Mark Andor schon sagte, daraus könnte man jetzt weitere Verhaltensänderungen herausdestillieren: „Ah, der Bus ist ja doch nicht so schlecht, oder die Bahn ist vielleicht doch nicht so schlecht. Jetzt könnte ich mir überlegen, etwas Neues zu tun.“ Und ich möchte auch noch mal unterstützen, was Mark Andor sagte: Je höher das Ticket im Preis ist – und ab 29 sehen wir die Schwelle –, nimmt die Attraktivität rapide ab. Das sollte man vielleicht [auch noch mal sagen. Man sollte] keine so robusten Schlussfolgerungen aus diesen drei Monaten, aus diesen zufälligen Erhebungen [ziehen]. Wir haben auch während der drei Monate erhebliche Veränderungen: Am Anfang völlige Euphorie, super, 9 Euro. Dann ging die Euphorie doch deutlich zurück. Da hat sich auch in den drei Monaten schon eine Verschiebung der Perzeption eingestellt und die wird sich im Nachhinein auch noch mal verschieben. Das heißt also, hier müssen wir extrem vorsichtig sein mit sehr weitreichenden Schlussfolgerungen.

Moderator [00:13:36]

Trotzdem haben wir eine Nachfrage noch bekommen zu Ihnen, Herr Andor, ob Sie denn – bei aller Vorsicht, die man walten lassen muss –, eine Einschätzung zur CO₂-Einsparung geben können, ob Sie das beziffern können? Bei aller Vorsicht, in welche Größenordnung das gehen könnte ...

Mark Andor [00:14:01]

Unsere Zahlen bisher, aber es ist vorläufig, sind so, dass wir zwischen 200.000 Tonnen CO₂ und ungefähr 700.000 Tonnen CO₂ schätzen. Das ist aber die Bandbreite, und die Bandbreite kann sich noch verbreitern. Aber damit liegen wir deutlich unter den Zahlen vom VDV. Aber ich würde Herrn Knie recht geben, dass man das wirklich [mit Vorsicht] genießen muss, will sagen, das ist das, was wir ermitteln, sozusagen: Das Mobilitätsverhalten abzufragen, zu beobachten, ist nicht trivial, und jede Methodik hat da auch ihre Schwächen, das ist ganz klar. Und daher sind das Indikationen auf Basis unserer erhobenen Daten. Und wie gesagt, wir wollen noch weitere Szenarien durchrechnen, die die Bandbreite etwas verbreitern könnten. Aber der Punkt zur kurzfristigen Klimaschutzpolitik ist eben auch: Selbst, wenn die Zahlen vom VDV korrekt wären für diese drei Monate als kurzfristige Klimaschutzmaßnahme, wäre das immer noch relativ teuer.



press briefing

Moderator [00:15:27]

Wir haben eine weitere Frage hier reinbekommen, die sich mit den Kosten beschäftigt, die die Verkehrsunternehmen zum Erhalt der Infrastruktur aufwenden müssen für Ticketverkauf, Kontrolle bis hin zur Verfolgung von Schwarzfahrern. Ist Ihnen bekannt, wie hoch die sind? Sind die kalkulierbar?

Andreas Knie [00:15:51]

Da hat der VDV selber bei seinen Mitgliedsunternehmen versucht, das zu eruieren. Das geht aber nicht, zumal wir ja alle gesehen haben, dass – zumindest wissen wir das von den großen Verkehrsunternehmen – die Schwarzfahrerkontrollen praktisch eingestellt worden sind in dieser Zeit. Es gab praktisch kaum Kontrollen. Und die Programmieraufwände und die Rückerstattungen sind offensichtlich mit nicht so großen Kosten verbunden gewesen. Es gibt praktisch gar keine Inbetriebnahmekosten, die relevant wären in der Gesamtbilanz des 9-Euro-Tickets. Das sollte man vielleicht auch noch mal sagen, bei aller Kritik am VDV oder an den Branchen, die ich auch gerne teile: Immerhin hat die Branche es geschafft, in Rekordzeit ihre Fahrkartenautomaten umzuprogrammieren und plötzlich dieses 9-Euro-Ticket wirklich zum 1. Juni verfügbar zu haben. Wir haben nirgendwo gehört, dass es noch nicht da war oder dass es noch nicht ging. Also das, was die Branche ja selber von sich immer behauptet: So schnell können wir nicht, hat sie jetzt wunderbar bewiesen, dass sie doch sehr schnell kann.

Moderator [00:17:00]

Herr Andor, Sie hatten gerade auch schon angesetzt, darauf zu antworten.

Mark Andor [00:17:05]

Ja, aber ich muss sagen, ich kenn da keine soliden Zahlen, wie viel. Ich denke, das geht in die Richtung: Könnte man dadurch nicht Verwaltungskosten einsparen, wenn man jetzt einfache 9-Euro-Tickets grundsätzlich macht oder ähnliche Tickets – ich kann aber nicht abschätzen, wie groß die Verwaltungskosten sind, die man damit einsparen kann.

Moderator [00:17:25]

Vielen Dank.

Frau Nobis, die nächste Frage ist vielleicht etwas für Sie. Das 9-Euro-Ticket fiel ja in die Ferienzeit der meisten Bundesländer, selbst in Bayern, glaube ich. Können Sie etwas dazu sagen, wie das die Messung von beruflicher und Freizeitnutzung beeinflusst hat?

Claudia Nobis [00:17:45]

Die Sommermonate, die Ferienzeit hat insgesamt das Mobilitätsverhalten verändert, und das macht beides schwierig. Das macht einerseits das Messen schwierig, wofür es in der Zeit genutzt wurde und was das im normalen Alltag ohne Sommer und ohne Ferienzeiten ausmachen würde. Und es ist genau auch dafür ein Problem, was wir schon besprochen haben. Alle möchten den Verlagerungseffekt wissen, alle möchten wissen, wie viel CO₂-Emissionen eingespart worden sind. Aber genau das ist eben extrem schwierig zu beantworten, weil wir einfach sehen, dass sich in den Sommermonaten völlig unabhängig von einem solchen 9-Euro-Ticket das Mobilitätsverhalten verändert.



Wir messen die Mobilität ein bisschen anders, aber können, glaube ich, auf diese Art und Weise zwar nicht diese Mengeneffekte darstellen, wie viele Wege jetzt tatsächlich verlagert worden sind oder wie viel CO₂ eingespart worden sind. Wobei ich glaube, wenn man auch an sich selber denkt, es extrem schwierig zu formulieren ist: Was ist denn wirklich ein induzierter Weg, der neu entstanden ist, den ich so gar nicht durchgeführt hätte? Und hätte ich ihn doch durchgeführt, hätte ich dann wirklich das Auto oder welches andere Verkehrsmittel genommen? Man kommt ja über ein solches Ticket überhaupt auch erst auf Ideen, gewisse Dinge zu machen. Es lässt sich also alles sehr, sehr schwer messen.

Was wir mit diesen sogenannten Modalgruppen sehen, ist, welche Verkehrsmittel Menschen im Verlauf der letzten Woche genutzt haben, völlig unabhängig von der Anzahl der Wege. Aber dieses Verkehrsmittel-Set sagt eine ganze Menge über Mobilitätsroutinen von Menschen aus. Und da sehen wir ganz unabhängig von einem 9-Euro-Ticket: Im Sommer wird das Fahrrad immer wichtiger. Das heißt, Gruppen, die im normalen Alltag fast ausschließlich mit dem Auto fahren, die nehmen dann in den Sommermonaten als zusätzliches Verkehrsmittel das Fahrrad rein und werden multimodal – dieses Verhalten, das man sich ja eigentlich von der Mehrheit wünscht, dass sie nicht nur Auto fahren, sondern möglichst flexibel unterschiedliche Verkehrsmittel einsetzen.

Und was wir jetzt im Sommer gesehen haben, ist eigentlich folgender Effekt: Wir haben sehr, sehr viele Menschen, die sich multimodal verhalten haben. Wir sind in Corona-Zeiten auf eine sehr, sehr starke Autonutzung hochgegangen, ungefähr zehn Prozentpunkte mehr Menschen, die nur noch das Auto, kein einziges Mal ÖV oder Rad nutzen. Und wir haben in den Sommermonaten wieder diese Vor-Corona-Zeit erreicht. Wir haben monomodale Autonutzung wieder auf dem Level von davor und sind in dieser Gruppe der Multimodalen sogar noch stärker vertreten, als das vorher war. Wir haben quasi durch dieses Ticket wieder eine Rolle rückwärts gemacht und mindestens den Zustand davor erreicht.

Und ein spannender Aspekt dabei ist: Ungefähr ein Viertel der Veränderung ist darauf zurückzuführen, dass Menschen neben dem Auto auch das Rad genutzt haben, also ein typischer, klassischer Sommereffekt. Aber drei Viertel, und das ist sehr untypisch für die Zeit, ist multimodal, weil sie den ÖV genutzt haben. Das heißt, auf so einer Ebene kann man auch sehr klar Effekte des Tickets bemessen, unabhängig von dem Verlagerungseffekt, unabhängig von einer konkreten Benennung von Emissionen. Und natürlich sehen wir in den Sommermonaten sehr, sehr viele Menschen, die jetzt das Ticket für die Freizeit genutzt haben. Das ist nach unserer Studie der vorherrschende Wegezweck gewesen.

Wir sehen aber, und genau da muss man dann in die einzelnen Gruppen reingucken: Die, die es selten genutzt haben, sei es ein- bis drei-, viermal im Monat, die haben es überwiegend für die Freizeit genutzt. Aber die, die es häufig genutzt haben, haben es eben dann auch zur Hälfte für den Arbeitsweg genutzt. Wenn man dann noch mal nur die Berufstätigen anguckt, sind das noch mal deutlich mehr. Und in dieser Gruppe habe ich wirklich den Effekt erzielt, den ich auch erreichen wollte, dass das eben für die Arbeit eingesetzt wurde. In Summe also sehr viel Freizeitverkehr, aber in bestimmten Gruppen hat man eigentlich genau die Wegezwecke auch adressieren können, die man erreichen und erzielen wollte.

Moderator [00:21:27]

Können Sie sagen, wie groß diese Gruppen waren im Vergleich? Wie groß ist die Gruppe derer, die zum Freizeitverhalten das Ticket genutzt hat, zu der, die es tatsächlich [für den Beruf] einsetzen konnte?

Claudia Nobis [00:21:37]



Wir haben ein Drittel der Personen, die 20 und mehr Fahrten gemacht haben, und die haben zu 50 Prozent das Ticket auch für den Berufsverkehr eingesetzt. Und das ist eigentlich ein recht schönes Ergebnis. Bei den Gruppen, die das nur so ein- bis viermal im Monat genutzt haben – bei uns bezog sich das auf den ersten Aktionsraummonat, im Wesentlichen auf den Juni –, da hat man dann auch 6 bis 8 Prozent, da hat es weit weniger eine Rolle gespielt. Ist auch nachvollziehbar. Der Arbeitsweg ist ein Weg, den ich häufig mache. Und in der Gruppe derer, die viele Wege dorthin verlagert haben, spielt das dann natürlich deutlich mehr eine Rolle. Aber ich glaube, das ist auch noch mal so ein Mengenverhältnis.

Im Schnitt legt man 3,1 Wege zurück. Da sind wir bei der MiD, die der Herr Knie eingangs schon zitiert hatte. Wenn man das hochrechnet auf den ganzen Monat, dann weiß man ungefähr, wie viele Wege da zustande kommen. Und jemand, der dann ein bis drei oder vier Wege mit dem 9-Euro-Ticket gemacht hat, das ist nicht die Summe. Es ist schön, dass man Menschen wieder erreicht hat, die oft fast nicht den ÖV genutzt haben und es jetzt wenigstens mal wieder ausprobiert haben. Aber das sind keine Riesen-Verlagerungseffekte, die dort stattfinden, und ist auch nichts, was dann bereits in Mobilitätsroutinen so stark verankert wäre, dass man jetzt wirklich danach noch einen großen Effekt hätte.

Moderator [00:22:51]

Es tut mir leid, ich kann Sie noch nicht ganz vom Haken lassen. Wir haben nämlich noch eine Nachfrage hier bekommen. Wir würden gerne noch wissen, ob sie bei der Gruppe der vielen Nutzer die Abonnenten rausgerechnet haben, um den Effekt auf den Berufsverkehr einschätzen zu können?

Claudia Nobis [00:23:06]

Die Vielnutzer sind jetzt ausschließlich die 9-Euro-Ticket-Kundinnen und -Kunden, die ich meine, also diese über 20 Fahrten, ich habe nur diese Gruppe betrachtet. Grundsätzlich sehen wir eben Menschen, die vorher bereits sehr viel mit dem ÖV gefahren sind, die war schon zu weiten Teilen mit einem klassischen Monatsticket ausgestattet. Dieses Ticket ist vor allen Dingen von der Kundengruppe angenommen worden, die so ein- bis viermal im Monat gefahren ist, die, die es schon regelmäßig genutzt haben vor Einführung dieses Tickets. Aber es hat sich eben nicht gelohnt, ein Monatsticket zu kaufen.

Und die, die fast nie ÖV fahren, die haben auch zu großen Teilen das 9-Euro-Ticket nicht gekauft. Aber immerhin hat man auch von denen rund ein Viertel erreicht, die wirklich nie vorher gefahren sind, die es trotzdem ausprobiert haben. Und für diese Gruppe ist es ein Einstieg, überhaupt mal wieder den ÖV zu nutzen. Und für viele, die es vorher schon in einer gewissen Regelmäßigkeit genutzt haben, war es etwas ganz Tolles, dieses Mobilitätsverhalten zu stärken und zu unterstützen. Und genau für diese Gruppe ist es eigentlich auch wichtig, ein gutes Folgeticket anzubieten.

Moderator [00:24:07]

Herr Andor, Sie hatten sich noch gemeldet.

Mark Andor [00:24:10]

Ich wollte noch einmal zurück zu dem Anfang, was Frau Nobis gerade gesagt hat, oder die Frage, welche Auswirkungen die Sommermonate und die Ferienzeiten hatten. Unsere Befragungen haben wir extra im Juni vor den Sommerferien durchgeführt, um diese Urlaubseffekte nicht in den Daten zu haben. Und wir haben den sogenannten Differenz-in-Differenzen-Ansatz genommen. Wir haben



vorher, nachher verglichen: Wie viel sind sie vorher gefahren, wie viel nachher? Und dann [haben wir] die verschiedenen Gruppen [verglichen]:

- die 9-Euro-Besitzer,
- die Abonnenten vorher
- und die Nicht-Kunden [...],

sodass man unter gewissen Annahmen (deswegen gibt es verschiedenen Szenarien, wie der Trend zwischen den unterschiedlichen Gruppen ist) diese saisonale Veränderung im Mobilitätsverhalten rausrechnen kann.

Bei unseren Daten [...] sehen wir auch, dass relativ viele Leute das Ticket für die Freizeitaktivität genutzt haben. Müssten wir vielleicht mal schauen, wie unterschiedlich die Fragestellungen waren. Aber wir hatten Likert-Scaler: Zu welcher Aktivität nutzen Sie das häufig? Und bei den Leuten, die "häufig" angegeben haben, sehen wir bei den 9-Euro-Ticketbesitzern, die vorher kein Abo [hatten], dass sie relativ häufig Freizeitaktivitäten angegeben haben. Bei den Abonnenten, die schon vorher das Ticket hatten, ist es deutlich gleich verteilt zwischen den Alltagsaktivitäten und der Arbeit.

Moderator [00:25:51]

Wir haben hier eine Frage, zu der können Sie alle drei etwas sagen: Welche Faktoren haben denn die Menschen auf dem Land, in den nicht urbanen Gegenden, davon abgehalten, das 9-Euro-Ticket im großen Stil zu nutzen. Wer von Ihnen möchte denn da gerne spontan antworten?

Andreas Knie [00:26:15]

Ich hatte ja schon Menden im Sauerland erwähnt, das ist relativ einfach zu beantworten: Der Zugang ist im ländlichen Raum natürlich längst nicht so wie in den Ballungsräumen, die wir im Ruhrgebiet, in Berlin, in Hamburg, in München haben. Das zeigen ja auch die Untersuchungen, dass da, wo ich zum ÖV, zum Nahverkehr, komme, dort ist der ÖV präsenter im Kopf, da ist er mir kalkulatorisch auch präsent und dort kann ich auch ein 9-Euro-Ticket kaufen. In den ländlichen Gebieten, wo der Bus gelegentlich kommt, haben wir kaum 9-Euro-Effekte. Das liegt daran, weil man nicht hinkommt. Das muss man einfach sehen, dass selbst bei uns in Deutschland unter dem Dachmantel der Daseinsvorsorge der ländliche Raum für den ÖPNV, ich sage das jetzt mal ganz drastisch, für die Menschen, die nicht Ausbildungs- und Schülerverkehre machen, praktisch verloren ist.

Claudia Nobis [00:27:19]

Man kann noch anmerken, es ist einerseits das Angebot, das wirklich nicht verlockend ist und die Routinen der Menschen sind dort eben genau deswegen auch sehr viel stärker auf das Auto ausgerichtet. Über 90 Prozent der Haushalte in ländlichen Räumen haben ein, beziehungsweise meist auch mehrere Autos. Das heißt, es ist so stark in der Gesamtmobilität auf das Auto ausgerichtet, dass dann ein Ticket, das man nicht sehr oft nutzen wird und wenn, dann nur für einzelne Fahrten, dann einfach nicht so die Attraktivität hat. Da gehen nicht gutes Angebot mit sehr stark autoorientierten Routinen einher. Es ist schwierig, diese Gruppe auch selbst mit einem sehr kostengünstigen Ticket zu erreichen.

Mark Andor [00:28:00]

Ich will das bestätigen, wobei die Zahl der Ticketnutzer auch nicht bei null ist. Es gab auch auf dem Land Ticketnutzer und das hängt auch damit zusammen, wie die Örtlichkeit des Dorfes zu Städten und sonstigem Verkehr ist. Wir sehen auch zwischen Großstädten, dass je besser das ÖPNV-



press briefing

Infrastrukturangebot ist, desto mehr Leute nutzen es auch. Wir haben ja sehr große Unterschiede zum Beispiel zwischen Berlin und anderen Städten hier im Ruhrgebiet. Da ist MIV, also der motorisierte Individualverkehr, bei über 50 Prozent sehr hoch und in Berlin ist er schon deutlich geringer, vergleichbar mit Musterstädten aus dem Ausland.

Moderator [00:28:51]

Welchen Nachfolger für das 9-Euro-Ticket würden Sie denn selber favorisieren, welchen würden Sie bevorzugen? Herr Andor, da Sie gerade schon gesprochen haben, gehen wir diesmal den Kreis einfach rückwärts gegen den Uhrzeigersinn, wenn ich darf.

Mark Andor [00:29:08]

Ich möchte mich im Preis nicht festlegen, das ist am Ende auch eine politische und normative Entscheidung. Es gibt zum einen den Klimaschutz-Aspekt, aber es gibt auch soziale Teilhabe etc. Es ist aus meiner Sicht ganz klar, es sollte ein deutschlandweites Ticket geben und es sollte auch landesweite Tickets geben. Das war in den Kommentaren gefragt worden, die müssen besser sein. Es gibt Leute, die möchten nur in ihrem Verbund fahren und auch für die sollte es attraktiv sein. Also: Wie wichtig ist ein Ticket deutschlandweit, für manche ist es wichtig, für manche weniger wichtig. Deswegen sollte es gestaffelte Tickets danach geben und die sollten innerhalb dieses Bereichs relativ einfach sein. Des Weiteren machen wir uns generell Gedanken über die Bepreisung des öffentlichen Nahverkehrs. Da sollten wir auf jeden Fall Änderungen vornehmen.

Claudia Nobis [00:30:22]

Ein Preis lässt sich ganz schwer benennen. Das ist tatsächlich, wie Herr Andor gesagt hat, auch eine politische Frage. Was wir sehen, ist, dass die Zahlungsbereitschaft sehr, sehr schnell abnimmt. Wir hatten eine Frage [dazu] drin und wir sehen, die Wenigsten sind bereit, den normalen Tarif zu zahlen. Gleichzeitig ist es wichtig, an dieses wirklich erfolgreiche Experiment ein Anschlussticket zu haben. Es ist eigentlich sehr schade, Kundengruppen, die jetzt gerade angefangen haben, ein bisschen den ÖV wieder auszunutzen, wieder versacken zu lassen. Es ist dieser Spagat zwischen einerseits Angebot und Ausbau und gleichzeitig ein kostengünstiges Ticket anzubieten. Ich finde es sehr wichtig, der Gruppe, die jetzt über dieses Ticket angefangen hat, es mit einer gewissen Häufigkeit zu nutzen – die Seltennutzer wird man ohnehin nicht erreichen – im Anschluss ein kostengünstiges Ticket anzubieten, wo auch immer der Preis dann genau liegt.

Ich glaube, wichtig ist es vor allen Dingen, es auch weiterhin einfach zu gestalten. Sobald man wieder anfängt, komplizierte Bedingungen daran zu knüpfen, dann wird es wieder sehr schwierig, die Akzeptanz bei diesem Ticket zu bekommen. Wir haben gemessen, dass rund zwei Drittel der Personen die bundesweite Gültigkeit total klasse finden. Danach gefragt, ob sie es selber nutzen, sind es dann doch schon deutlich weniger. Aber das Schöne ist, ich muss halt nicht lange nachdenken. Ich habe einfach ein Ticket, ich steige in den ÖV ein und kann es nutzen und muss nicht überlegen, an welcher Grenze stoppt dieses Ticket und ich brauche dann ein anderes Anschlussticket. Es ist nicht nur der Preis, es ist wirklich dieses einfach zu kommunizierende Produkt. Das hat auch einen ganz maßgeblichen Wert für das Folgeticket. Eine Gruppe, die in einer gewissen Regelmäßigkeit fährt und auch ein gutes Angebot zur Verfügung hat, die ist nach unserer Einschätzung auch bereit, dafür einen gewissen Preis zu zahlen.

Moderator [00:32:20]



press briefing

Weil Sie das gerade erwähnen und weil wir das auch als Nachfrage haben: Wie wichtig ist es im Vergleich zum Preis; dass es einen einfachen Zugang gibt, wie kann man das gewichten?

Claudia Nobis [00:32:33]

Gewichten kann ich es aus unseren Daten heraus tatsächlich nicht. Aber ich glaube, das ist ein ganz maßgeblicher Punkt, warum dieses Ticket so erfolgreich war. Wir haben Ende Juni einen Bekanntheitsgrad von 98 Prozent gemessen. Also dank dieser wirklich großen Medienaufmerksamkeit hat jeder dieses Ticket im Grunde genommen gekannt und 60 Prozent haben gesagt: Ich habe es im Detail verstanden. Es gibt selten Mobilitätsangebote, die in so einer kurzen Zeit so klar verstanden werden und dann eben auch zu einer gewissen Nutzung führen. Daran sollte man sich ein Beispiel nehmen und sagen: Egal was man als Folgeticket anbietet, es sollte möglichst einfach sein, weil es dann deutlich besser ankommt und die Kosten sind dann noch mal das andere. Natürlich ist ein kostengünstiges Ticket eher attraktiv und wird häufiger gekauft, aber bei einem guten Angebot, einem klaren Produkt, ist man oft auch bereit, einen bestimmten Preis zu zahlen.

Andreas Knie [00:33:29]

Vielleicht kann ich daran anknüpfen. Sie können das so gar nicht gewichten, weil das, was das Neuartige geschafft hat, der ÖPNV, der SPNV (der Schienen-Personennahverkehr) ist wieder in die Köpfe der Leute zurückgekommen. Wir wissen immer noch nicht genau, wieviel Leute tatsächlich mit dem 9-Euro-Ticket gefahren sind, aber sie haben es gekauft und sie würden es auch möglicherweise weiter kaufen, ohne genau zu wissen, was sie damit anstellen.

Das heißt, wenn ich diesen Gedanken weitertreibe, dann habe ich, wie Claudia Nobis schon ausgeführt hat, diese Menschen, die während der Pandemie weg sind, wieder zurückgewonnen. Darauf kann ich aufbauen und kann dann Optionen anbieten. Wir haben uns festgelegt, wir schlagen im WZB ein Modell vor. Wir haben mehrere Fokusgruppen in dieser Zeit gemacht, das ist noch mal ein anderer Ansatz, qualitativ kleinteilig bestimmte Gruppen sehr genau zu befragen, weil wie Herr Andor schon gesagt hat, Verkehrsverhalten ist nicht trivial zu erheben, es ist sehr kompliziert, weil viele ja etwas denken, was sie meinen tun zu müssen, was sie aber nicht tatsächlich getan haben und deshalb sind Befragungen immer schwierig.

Wir haben jetzt herausdestilliert, dass wir einen einheitlichen Preis brauchen, bundesweit 29 Euro wäre unser Vorschlag, und zwar inklusive des Fernverkehrs, der bisher nicht drin war, also ICE, IC mit hinein. Die zweite Komponente, die wir da dringend brauchen, wir haben sie eben schon diskutiert, ist die letzte berühmte Meile. Der ÖPNV leidet darunter, dass er kein Tür-zu-Tür-Angebot ist wie das Auto und deshalb müssen wir hier nachjustieren. Deshalb schlagen wir 29 Euro für mindestens ein Jahr vor, inklusive Fernverkehr und Flatrate für das Taxi vom Bus zur Haustür oder zum Arbeitsort, und das vor dem Hintergrund, dass wir eine Verkehrswende brauchen. Wir haben die Pariser Klimaverträge unterschrieben. Da sind wir in der CO₂-Bilanzierung ganz weit hinten und was den ÖV-Anteil angeht, der sollte nämlich bis 2030 38 Prozent betragen, davon sind wir noch weiter entfernt. Da müssen wir was tun und deshalb schlagen wir dieses vor, um zu gucken, ob wir denn dann eine relevante Menge von Menschen, die bisher im Auto saßen, auf Bus und Bahn bekommen. Wir glauben, dass wir mit so einem wirklich attraktiven Angebot einen ersten Akzent setzen könnten.

Moderator [00:35:58]

Dann würde ich Sie gleich mal fragen: Sie schlagen 29 Euro als Preis vor, das ist ja vergleichsweise wenig. Sehen Sie da einen so großen Einfluss der Kostenfrage auf das Mobilitätsverhalten? Wir haben den Hinweis in der Nachfrage dazu gehabt, dass ja in der Schweiz der öffentliche Nahverkehr



press briefing

auch nicht billig ist, aber natürlich mit dem Schweizer Taktverkehr oder Netzdichte und bei einem vergleichsweise großen [guten] Image, einen vergleichsweise großen Erfolg hat.

Andreas Knie [00:36:29]

Die Schweiz kann man mit Deutschland in dieser Weise nicht vergleichen. Das Angebot, die Kalkulation, die Präsenz des öffentlichen Verkehrs in den Köpfen ist deutlich höher. Übrigens fahren die Schweizer bei Gelegenheit auch noch mal deutlich mehr Auto als in Deutschland. Sie sind sehr mobil. Man sollte auch noch daran erinnern: Das 9-Euro-Ticket war ja kein klimapolitisches Thema, sondern ein sozialpolitisches Thema. Das hatten wir eben auch schon diskutiert, das hat es auch erfüllt. Wir haben gerade bei den unteren Einkommensklassen ein vermehrtes Fahren gesehen. Das könnte man klimapolitisch sogar kritisch sehen, aber sozialpolitisch ist es wichtig und der Preis ist schon ein Thema. Der Preis ist ein Thema, aber es ist eben auch die Einfachheit. Und diese Kombination muss man mit der Verfügbarkeit herstellen. Das sind die drei Komponenten, die man hat, um die Leute aus ihrer Routine herauszukriegen und das Ziel zu verfolgen, weniger Autos zu haben und weniger Autokilometer zu fahren in der Hoffnung, dass man eine CO₂-effizientere Verkehrsform damit belohnt.

Moderator [00:37:34]

Und das österreichische Modell, das Klimaticket, ist das für Sie etwas Sinnvolles?

Andreas Knie [00:37:39]

Auch das ist nicht ganz vergleichbar, das sind die 1.000 Euro. Wir haben auch eine Bahncard 100, die kostet in der 2. Klasse etwa 4.800 Euro und im Vergleich zu Österreich etwa das gleiche Angebot. Da ist die Anschlussmobilität nicht drin, sondern das hat jeder das Fernverkehr-Ticket drin. Jedenfalls die Zahlen, Infas (Institut für angewandte Sozialwissenschaft) evaluiert das ja gerade, in Österreich machen Mut. Allerdings muss man leider sagen, das sind im Moment die sogenannten Kannibalisierungseffekte, denn man kann in Österreich sein bisher teurer gekauftes Ticket in ein billigeres Klimaticket verwandeln. Das haben die meisten Menschen auch getan, aber es hat genau den Effekt erzielt, den Claudia eben auch schon sagte, dass die Leute plötzlich darüber nachdenken. Das ist ja doch ein Angebot und jetzt ziehen die Zahlen dort auch an. Insofern ist ein einheitlicher Preis, der attraktiv ist für ein gesamtes Paket, auch wenn ich das jetzt nur in Teilen nutze, für die entsprechende Planung im Kopf ein ganz entscheidender Baustein.

Moderator [00:38:42]

Sie haben eben erwähnt, es gebe eine Vorgabe für einen öffentlichen Personennahverkehrsanteil von 38 Prozent für 2030. Wo kommt diese Vorgabe noch mal her?

Andreas Knie [00:38:54]

Von der deutschen Bundesregierung. Im Klimaschutzplan hat die alte Bundesregierung Ziele festgelegt, wie sie nach dem Beschluss des Bundesverfassungsgerichtsurteil [die Klimaziele erreichen will], wir sollten auch daran erinnern. Das Bundesverfassungsgericht hat uns gemahnt, die CO₂-Reduktionsziele deutlich ernster zu nehmen und daraufhin hat die alte Bundesregierung noch schnell dieses Klimaschutzgesetz entwickelt und dort sind Elektrifizierungszahlen drin und Modal-Split-Anteile von ÖV, um eben diesen CO₂-Ausstoß deutlich zu minimieren. Der liegt im ÖV bei 38 Prozent und während der Pandemie hatten wir ja gerade mal 3 bis 5 Prozent. Aber wir wissen



noch nicht, wie der Effekt jetzt dauerhaft nachhallt, aber sicherlich nicht über 10, 15 Prozent hinaus. Hier ist noch jede Menge Luft und 2030 steht praktisch vor der Tür.

Mark Andor [00:40:01]

Ich möchte noch etwas ergänzen. Ich will nicht über Einzelpreise reden und was alles dazugehört, aber das Paket, was Sie nennen, Herr Knie, das hört sich schon relativ kostenintensiv an und dann ist natürlich die Frage, was die Bundesregierung oder was wir als Gesellschaft für Möglichkeiten haben, im Bereich Verkehr zu investieren und dann ist eine Frage, wie verteilen wir das. Es ist schon so, dass, wenn ich jetzt die 10 Milliarden Euro, die das 9-Euro-Ticket kosten würde im Jahr, aufteilen würde, dann würde ich schon relativ viel in den Infrastrukturausbau investieren, weil wir hier in vielen Fällen sehen, dass das ein Problem ist und dass sich die Leute das auch wünschen.

Ich kenne Umfragen im Ruhrgebiet gerade aktuell, [in] drei Städten, da wünschen sich die Menschen ÖPNV-Ausbau und die Menschen wünschen sich bessere Anbindungen, bessere Taktung etc. Die soziale Teilhabe sehe ich als wichtigen Punkt, es ist auch schwierig zu bemessen, wie das gesellschaftlich wertvoll ist, aber das könnte man natürlich auch anders lösen, indem man beispielsweise für diese Haushaltsgruppen ein Ticket einführt oder die sozialen Transfers in dem Bereich erhöht. Ich will nur sagen, es kommt natürlich darauf an, wieviel Budget da ist und worauf wir es aufteilen.

Herr Knie würde wahrscheinlich zustimmen, dass die Infrastruktur besser werden muss. Das würde bedeuten, es gibt das 29-Euro-Ticket plus die ganzen Sachen, die Sie genannt haben, plus noch ziemlich viel Budget. Das kann man im Sinne der Verkehrswende so sehen, aber dann kommt es eben darauf an, wo die Budgetgrenzen für die Gesellschaft und für die Bundesregierung liegen. Das ist nicht einfach abzuwägen.

Ich will nur sagen: Verkehrsinfrastruktur, ÖPNV-Infrastruktur und auch Fahrradwege auszubauen, ist extrem wichtig und wir können auch darüber reden – das machen wir im Moment relativ wenig – dass es durchaus noch andere Möglichkeiten gibt, die Verkehrswende zu fördern, die auch das Auto in den Blickpunkt nehmen. Da ist häufig politisch die Akzeptanz nicht so hoch. Das würde bedeuten, man würde beispielsweise eine Städtemaut einführen. Herr Knie und viele Kolleginnen und Kollegen haben dazu vor einigen Jahren ein Plädoyer herausgegeben, eine Städtemaut mal anzudenken und auszuprobieren, eine Pkw-Maut insgesamt oder die Parkgebühren in Städten zu erhöhen. Das hat im Moment keine große Akzeptanz in der Bevölkerung, aber das würde natürlich viel direkter den Autoverkehr anvisieren und auch Einnahmen generieren, die dann für den ÖPNV, Fahrradfahren und auch Fahrradinfrastruktur und vielleicht auch zur sozialen Teilhabe genutzt werden könnten.



Moderator [00:42:55]

Frau Nobis, da habe ich hier gerade über den Preis reden, wir haben auch die Frage bekommen, ob nicht auch der Wegfall des Tankrabatts, der parallel lief, auch einen Einfluss auf die Bereitschaft haben kann, ein gegebenenfalls teureres Monatsticket mit einer großen Reichweite zu kaufen. Wie sehen Sie das, gibt es darauf in Ihren Erkenntnissen einen Hinweis, was Menschen bereit wären zu zahlen?

Claudia Nobis [00:43:20]

Herr Andor hat es gerade schon angesprochen. Man muss natürlich eigentlich das Auto parallel ins Visier nehmen und wenn wir ehrlich sind, ist natürlich eine parallele Förderung von ÖV und Tankrabatt – auch das Auto günstig machen, auch wenn die Kosten pro Liter nach wie vor noch gar nicht so günstig waren – eigentlich nicht zielführend. Der ÖPNV ist natürlich umso attraktiver, je



schwieriger ist es, das Auto tatsächlich zu nutzen. Und das ist bis heute selbst in großen Städten nach wie vor relativ einfach. Man steht in bestimmten Städten oder auf bestimmten Strecken im Stau, aber wenn man ehrlich ist, kommt man mit dem Auto selbst in Städten noch vergleichsweise gut von A nach B und die Kosten fürs Parken sind eben doch überschaubar. Solange es Situationen gibt, in denen das Einzelticket im ÖV mehr kostet als die Parkgebühren, wenn ich in die Stadt fahre, dann habe ich eine Relation, die den ÖV schlecht abschneiden lässt.

Was die Leute bereit sind, im öffentlichen Verkehr zu zahlen, hängt ein Stückweit davon ab, wie die Kostenstruktur beim Auto ist. Da wissen wir: Die allermeisten gucken sich eben nicht die realen Kosten an, was kostet mich allein die [An]schaffung, wenn ich das mal umrechne auf die Zeit, in der ich diesen Wagen nutze, was ich da eigentlich für monatliche Kosten habe, wenn ich alle Kosten zusammentrage. Diese Rechnung wird ja so nicht gemacht und dann steht das Einzelticket im Vergleich zu Parkgebühren und insofern muss man all das zusammen betrachten, wenn man dann auch einen Preis festsetzen will, der angenommen wird.

Andreas Knie [00:45:00]

Kurz ergänzend, weil wir gerade schon über Berlin sprachen. Wir haben in Berlin über 1,2 Millionen zugelassene PKWs, das muss man sich mal vorstellen. Und Claudia Nobis hat es schon gesagt, hätte ich ein Auto zum Beispiel hier, wo ich jetzt gerade bin, oder in Kreuzberg, wo ich wohne, dann könnte ich es abstellen, ohne dass ich was bezahlen müsste. Das muss man sich mal vorstellen, wir verschenken da einen Parkplatz, der so 3.000 bis 4.000 Euro im Jahr kostet. Bei uns in Berlin kostet das Anwohnerparkscheinchen 10,20 Euro pro Jahr. Das heißt, hier ist die Gratismoralität mit Händen zu greifen, die von Herrn Lindner ja immer wieder gesagt wird.

Mark Andor hat mich erinnert, zu meinem Vorschlag gehört natürlich, dass wir uns das Geld – wir rechnen etwa mit 14 bis 18 Milliarden Euro, die das kosten würde – uns natürlich von dem holen, was Claudia Nobis auch schon angedeutet hatte. Wir haben ja eine Privilegierung, das sind zum Beispiel die 0,38 Euro der Entfernungspauschale derer, die das Auto abrechnen, das sind etwa fast zwei Drittel der Menschen. Die würden wir uns zur Finanzierung vorstellen; dann natürlich das Dienstwagenprivileg. Wir verschenken ja die Schenkung des Dienstwagens steuerlich gesehen. Und daran sollte man immer wieder erinnern, wir haben ja schon vor dem Tankrabatt fast 8 Milliarden Euro jedes Jahr für die Dieselsubventionierung gezahlt.

Das würden wir auch auslaufen lassen, so hätten wir eine Umverteilung, aber die Kolleg*innen haben es ja schon gesagt, politisch ist das natürlich im Moment alles andere als populär. Aber wir müssen uns entscheiden: Wollen wir jetzt das Klima retten, wollen wir die Abhängigkeit von Rohstofflieferanten, deren Werte wir offensichtlich nicht teilen, nutzen und wollen wir vor allen Dingen auch diese Zersiedelung der Landschaft und die Asphaltierung der Landschaft, die Versiegelung der Landschaft zurückbauen, dann müssen wir uns was ausdenken.

Moderator [00:46:50]

Wir sind schon fast am Ende. Deswegen würde ich mit Ihnen noch einmal zusammenfassen wollen. Ich fange mit Ihnen an, Herr Knie, was glauben Sie, denn bei der politischen Debatte wird ja nicht immer alles durchkommen, was man sich wünscht und vorstellt. Was sollte wirklich Ihrer Meinung nach unbedingt vom 9-Euro-Ticket bleiben und wie schnell müssen wir es einführen, damit wir die Effekte, die wir in diesem Sommer gesehen haben, auch noch halten können?

Andreas Knie [00:47:21]



press briefing

Da sind sich alle einig, es muss sofort kommen, sonst ist der Faden wieder gerissen, die Routinen sind wieder reaktiviert und es muss ein einheitlicher, attraktiver Preis werden. Das sollte es auf jeden Fall sein und dann kann man über den Rest noch heftig und gut diskutieren.

Moderator [00:47:38]

Frau Nobis, wie sehen Sie das, was sollte bleiben und wie schnell muss es gehen?

Claudia Nobis [00:47:42]

Ich kann das nur unterstützen: Es sollte schnell gehen, es sollte kostengünstig sein und es sollte einfach sein. Den konkreten Preis muss man gucken, aber ich glaube, wenn diese drei Dinge gegeben sind, dann hat man die besten Chancen an das Verhalten, was man ein Stück weit ändern konnte oder Anreize schaffen konnte, den ÖV wieder zu nutzen, anzuknüpfen.

Moderator [00:48:04]

Und Herr Andor.

Mark Andor [00:48:08]

Natürlich ist kurzfristig gut, aber ich sehe nicht, dass [] man das nicht auch etwas später weiter erzeugen kann. Ich bin da auch hoffnungsvoll, wenn im nächsten Jahr etwa passiert. Man hat ja meinen Anmerkungen bisher angemerkt, ich tue mich schwer zu sagen, wie hoch der Preis sein soll. Es ist eine Abwägung, wie viel Budget wir haben, und wir haben sicherlich noch andere Bereiche, die sehr viel für die Verkehrswende erzeugen könnten, die auch Geld benötigen, insbesondere der Ausbau der Infrastruktur. Das ist eine Abwägung, die nicht einfach ist.

Moderator [00:48:55]

Wir werden sehen, was die nächsten Wochen da ergeben. Also fasse mal zusammen: Eile tut not und dann werden wir sehen, was die Länder machen werden, die jetzt vom Verkehrsminister und vom Finanzminister in die Pflicht genommen worden sind. Liebe Kolleginnen und Kollegen, die Zeit ist um. Ich hoffe, wir konnten Ihre wichtigsten Fragen beantworten, selbst wenn vielleicht nur zwei, drei übrig waren. Wir werden selbstverständlich weiterverfolgen, wie sich die Länder und der Bund entscheiden werden, was für ein Nachfolgeangebot es tatsächlich geben wird und uns dann entsprechend dazu melden.

Auch werden wir daran arbeiten, eine Übersicht zu den Studien zu erstellen und ich denke auch, soweit das schon veröffentlichbar ist, von Ihnen dazu schon was Vorläufiges bekommen oder aber so wie Sie etwas Endgültiges veröffentlicht haben, dann könnten wir das in eine Art Übersicht mit aufnehmen. Die Aufnahme unseres Press Briefings stellen wir wie gewohnt im Laufe des Nachmittags online. Ein redigiertes Transkript wird es voraussichtlich am Montag dazu geben. Falls Sie die Aufnahme oder ein unredigiertes Skript schneller brauchen, weil Sie jetzt gleich unbedingt dran arbeiten müssen, dann schicken Sie uns einfach eine Mail an redaktion@sciencemediacenter.de, dann lassen wir es Ihnen so schnell wie möglich zukommen.

Mein Dank geht damit an unsere Experten hier, an Frau Claudia Nobis, an Herrn Andreas Knie und an Herrn Mark Andor. Mein Dank geht dann weiter an die Kolleginnen und Kollegen im SMC hier, die im Hintergrund die Fäden für die Technik und die Fäden für die Fragen in den Händen hielten.



Und mein Dank gilt vor allem an Sie alle, liebe Teilnehmerinnen und Teilnehmer, für Ihre Aufmerksamkeit und Ihre Fragen. Bis zum nächsten Mal. Auf Wiedersehen.



press briefing

Ansprechpartner in der Redaktion

Sönke Gäthke

Redakteur für Energie und Technik

Telefon +49 221 8888 25-0

E-Mail redaktion@sciencemediacenter.de

Impressum

Die Science Media Center Germany gGmbH (SMC) liefert Journalisten schnellen Zugang zu Stellungnahmen und Bewertungen von Experten aus der Wissenschaft – vor allem dann, wenn neuartige, ambivalente oder umstrittene Erkenntnisse aus der Wissenschaft Schlagzeilen machen oder wissenschaftliches Wissen helfen kann, aktuelle Ereignisse einzuordnen. Die Gründung geht auf eine Initiative der Wissenschafts-Pressekongress e.V. zurück und wurde möglich durch eine Förderzusage der Klaus Tschira Stiftung gGmbH.

Nähere Informationen: www.sciencemediacenter.de

Diensteanbieter im Sinne MStV/TMG

Science Media Center Germany gGmbH
Schloss-Wolfsbrunnenweg 33
69118 Heidelberg
Amtsgericht Mannheim
HRB 335493

Redaktionssitz

Science Media Center Germany gGmbH
Rosenstr. 42-44
50678 Köln

Vertretungsberechtigter Geschäftsführer

Volker Stollorz

Verantwortlich für das redaktionelle Angebot (Webmaster) im Sinne des § 18 Abs.2 MStV

Volker Stollorz

