



# 04

## DAS 9-EURO-TICKET UND UNSERE ALLTAGSMOBILITÄT

MOBICOR-Länderbericht Hessen  
4. Welle September/Oktober 2022

In Kooperation mit

**WZB**

Bundesweites Projekt  
gefördert durch



Bundesministerium  
für Bildung  
und Forschung

**Projekt:**

7608 – MOBICOR

beauftragt durch das Hessische Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen  
Berlin, Bonn, März 2023

Bonn, Februar 2023

Text: Marc Schelewsky

Layout und Grafik: Mischa Frank, Julia Surowiec

Folgende Zitierweisen werden empfohlen:

Langform:

Schelewsky, Marc et al. (2023): Mobilitätsreport 07. Das 9-Euro-Ticket und unsere Alltagsmobilität.  
März 2023, Ausgabe 01.03.2023, Bonn

Kurzform:

infas (2023): Mobilitätsreport 07, Bonn.

## Inhalt

4	<b>Ergebnistelegramm</b>
4	DAS 9-EURO-TICKET
4	DIE ENTWICKLUNG DER MOBILITÄTSKENNZIFFERN
5	UND DAS HOMEOFFICE?
6	<b>Einleitung – Die vierte MOBICOR-Erhebungswelle</b>
6	BEFUNDE AUS EINER DYNAMISCHEN ZEIT – DER VIERTE MOBICOR-BERICHT HESSEN
7	<b>Nutzungsanalysen zum 9-Euro Ticket</b>
7	BESTANDSAUFNAHME 9-EURO-TICKET
8	BEKANNTHEIT UND KÄUFERGRUPPEN DES 9-EURO-TICKETS
13	NUTZUNGSANLÄSSE UND -HÄUFIGKEITEN DES 9-EURO-TICKETS
16	EINSTELLUNGEN ZUM 9-EURO-TICKET
18	ÜBERFÜLLTE ZÜGE DURCH DAS 9-EURO-TICKET?
18	EINSTELLUNGEN ZUM TANKRABATT
20	PREISANALYSEN ZUM 9-EURO-TICKET
23	<b>Die Entwicklung der Mobilität nach dem Ende des 9-Euro-Tickets</b>
23	ENTWICKLUNG DES MODAL SPLITS IN HESSEN
26	GEWÖHNLICHE NUTZUNG DES ÖPNV IN HESSEN
27	KENNTNIS DES ÖV-ANGEBOTS UNTER DEN BEFRAGTEN
29	GRÜNDE FÜR MOBILITÄTSVERZICHT
31	<b>Allgemeine Mobilitätskennziffern</b>
31	ALLGEMEINE MOBILITÄTSKENNZIFFERN FÜR HESSEN
34	VERKEHRSAUFKOMMEN UND WEGEZWECKE
40	<b>Die Entwicklungen des Homeoffice</b>
44	<b>Fazit</b>
44	KOMPLEXITÄT UND UNSICHERHEIT DURCH VIELZAHL DER EINFLUSSFAKTOREN
44	DER ÖV ERHOLT SICH, DAS AUTO VERLIERT LEICHT

## Ergebnistelegramm

### DAS 9-EURO-TICKET

- Die Nachfrage nach dem 9-Euro-Ticket hat gezeigt, dass die Menschen in Deutschland nicht nur Auto fahren möchten.
- Den größten Erfolg würde das Ticket im Zusammenspiel mit einer Angebotsverbesserung im ÖV erzielen, denn dafür gibt es viel Spielraum, aber auch der Preis wirkt.
- Doch es gibt auch anspruchsvolle, zahlungskräftige Kundinnen und Kunden, die sich in der 9-Euro-Zeit wieder in Richtung Auto orientiert haben.
- Entscheidend ist die Einfachheit. Das ist aus Sicht der Kundinnen und Kunden nicht so überraschend, bei den Verkehrsunternehmen scheint es dagegen in Vergessenheit geraten zu sein.
- Das Ticket wird vor allem von Menschen begrüßt, denen es wirtschaftlich nicht gut geht. Ihnen hat es geholfen – im Portemonnaie und bei der Teilhabe.
- Aber nicht nur dort, denn die Nachfrage ist breit ausgefallen, auch außerhalb der Städte und bei Arm und Reich, Jung und Alt.
- Einfachheit und Preis wirken also. Eine dauerhafte Einführung eines vergünstigten Tickets würde der Mobilitätswende helfen. Der optimale Preis liegt aus Perspektive der Befragten bei rund 29 Euro, die Preisobergrenze bei rund 50 Euro.
- Das Experiment war zu kurz – es bleibt unklar, was nur Strohfeuer ist und was langfristiger Effekt.

### DIE ENTWICKLUNG DER MOBILITÄTSKENNZIFFERN

- Die Hochrechnungen basieren auf einer im Vergleich zur MiD sehr kleinen Stichprobe. Dadurch werden große Hochrechnungsfaktoren erforderlich, was dazu führt, dass kleine Veränderungen in den Erhebungsdaten große Effekte zeigen können. Aufgrund der Stichprobengröße sind die Hochrechnungsergebnisse weniger robust gegenüber Einflüssen von Befragungspersonen mit extremen Werten (Ausreißern) oder kleineren Verschiebungen in der Struktur der Verteilungen. Aus diesem und auch weiteren Gründen (vgl. Methodenbox auf Seite 39) sind große Schwankungsbreiten von +/- 10 Prozent bei der Interpretation der Ergebnisse zu berücksichtigen.
- Der Modal Split-Anteil nach Wegen zeigt für den ÖV mit einem Anteil von 13 Prozent eine Rückkehr auf das Niveau der MiD 2017. Die starken Verluste, die während der Corona-Pandemie zu beobachten waren, lassen sich nicht mehr erkennen. Insbesondere im ländlichen Raum konnte der ÖV seinen Anteil gegenüber dem Vorjahr deutlich steigern und auf acht Prozent verdoppeln.
- Der MIV verliert hingegen acht Prozentpunkte am Modal Split-Anteil gegenüber der MiD 2017 und zeigt mit 49 Prozent für MIV-Fahrende und -Mitfahrende den geringsten Wert, auch im Vergleich der MOBICOR-Erhebungen vom Herbst 2021 und 2020. Dieser Rückgang zeigt sich in der Altersgruppe der unter 30-Jährigen besonders ausgeprägt.



## UND DAS HOMEOFFICE?

- Die Mobilitätsquote sinkt und fällt auf 81 Prozent, wodurch sich die Anzahl der Wege pro Tag auf 2,5 verringert – das sind 0,4 Wege pro Tag weniger als im Vorjahr. Wegelänge und Unterwegszeit verringern sich ebenfalls deutlich.
- Die Anzahl der Wege insgesamt hat abgenommen. Das Verkehrsaufkommen liegt mit 15 Mio. Wegen leicht unter dem Vorjahreswert. Diese Rückgänge zeigen sich über alle Verkehrsmittel hinweg, abgesehen vom ÖV, der rund 400.000 Wege mehr als im Vorjahr verzeichnet. Bei den Wegezwecken lässt sich eine Zunahme des Verkehrsaufkommens bei Arbeits- und dienstlichen Wegen beobachten. Die Anzahl der Wege entlang der anderen Wegezwecke ist mit Ausnahme der Begleitwege rückläufig.
- Die Verkehrsleistung hat sich dabei deutlich verringert und beträgt rund 170 Mio. Pkm pro Tag. Dieser Rückgang zeigt sich vor allem beim MIV. Fahrrad und Fußwege konnten hingegen die Verkehrsleistung steigern. Mit Blick auf die Wegezwecke lässt sich ein deutlicher Rückgang vor allem bei den Freizeitwegen erkennen.
- Die Veränderungen können sich aus unterschiedlichen Gründen ergeben. Dabei spielen der Home-Office-Trend, aber unter Umständen auch ein niedriges Mobilitätsniveau aufgrund der aktuell hohen Kostenbelastungen eine Rolle. Für genauere Aussagen dazu müssen weitere Mobicor-Wellen und die geplante neue Erhebung „Mobilität in Deutschland“ abgewartet werden
- Der Anteil der Menschen im Homeoffice ist im Vergleich zum Herbst 2021 rückläufig: 32 Prozent arbeiten an einzelnen Tagen von zu Hause aus.
- Der Umfang der Homeoffice-Tätigkeit scheint sich zu stabilisieren, etwa zwei von drei Befragten gehen davon aus, dass sich der Umfang ihrer Homeoffice-Tätigkeit nicht mehr verändert.



## Einleitung – Die vierte MOBICOR-Erhebungswelle

### BEFUNDE AUS EINER DYNAMISCHEN ZEIT – DER VIERTE MOBICOR-BERICHT HESSEN

Zwei Jahre Pandemie, ein Jahr Krieg, fast ein halbes Jahr nach dem 9-Euro-Ticket

Der letzte MOBICOR-Bericht aus Januar 2022 wurde noch unter dem Eindruck der Corona-Pandemie verfasst. Im Mittelpunkt standen dabei die Themen Infektionsschutz, Homeoffice und die Frage, ob sich die Mobilität – insbesondere der öffentliche Verkehr (ÖV) – nach dem Ende der Pandemie wieder erholt, da dieser besonders unter den Rückgängen der Fahrgäste zu leiden hatte. Mit dem Angriffskrieg Russlands auf die Ukraine, der kurz nach dem Erscheinen des Berichts im Januar 2022 begann, änderten sich die öffentlichen Diskussionen grundlegend. Auf den Titelseiten der Tagespresse wurde die Pandemie von Berichten über die Auswirkungen des Krieges abgelöst. Im Mittelpunkt standen nun zunehmend Fragen zu Energiesicherheit, steigenden Energiekosten und wie den steigenden finanziellen Belastungen der deutschen Bevölkerung zu begegnen ist. Zur Abfederung wurden innerhalb kürzester Zeit umfassende Entlastungspakete geschnürt und dabei u.a. auch das 9-Euro-Ticket und die Benzinpreisbremse eingeführt.

Das 9-Euro-Ticket wurde allgemein als Erfolg gewertet. Die hohe Nachfrage und intensive Nutzung im städtischen ÖPNV und Regionalverkehr zeigte, dass viele Menschen den Zugang zum ÖV finden, wenn günstige und einfache Angebote zur Verfügung stehen. Das MOBICOR-Projekt hat den Zeitraum nach dem Auslaufen des 9-Euro-Tickets genauer beobachtet und die Auswirkungen auf die Mobilität analysiert. Dabei wurden zum einen die Nutzungsanlässe und -muster, wann das 9-Euro-Ticket verwendet wurde, untersucht. Zum anderen wurde der Frage nachgegangen, ob über den

Gültigkeitszeitraum hinaus positive Effekte für den ÖV zu verzeichnen sind. Im ersten Teil des Berichts werden hierzu Antworten gegeben.

Mit den inzwischen vier Erhebungswellen liegt eine umfassende empirische Datengrundlage vor, die es erlaubt, Daten der vergangenen zwei Jahre (und auch der MiD – Mobilität in Deutschland 2017 als Referenzwert) miteinander zu vergleichen, um aktuelle Phänomene zeitlich einzuordnen und dadurch Trends bzw. Trendumkehrungen zu identifizieren und zu beschreiben. Dies ist vor dem Hintergrund der vielen Ereignisse, die seit Beginn der Erhebungen im Mai 2020 Einfluss auf die Mobilität genommen haben, ein schwieriges Unterfangen und kann angesichts der hohen Dynamik und Vielzahl der Einflussfaktoren nicht viel mehr sein als eine Momentaufnahme.

Im Folgenden werden zunächst die Ergebnisse zum 9-Euro-Ticket eingehender beleuchtet und die Gruppe der Käuferinnen und Käufer sowie deren Nutzungsanlässe analysiert. Dabei wird auch auf den Tankrabatt eingegangen und eine Preisanalyse vorgenommen (Kapitel 2). Anschließend wird die gesamte Mobilität in den Blick genommen und die Zeit nach dem Ende des 9-Euro-Tickets anhand von Modal Split-Analysen eingehender betrachtet (Kapitel 3). Im vierten Kapitel wird auf die Entwicklung der allgemeinen Mobilitätskennziffern sowie auf die Hochrechnungen zum Verkehrsaufkommen geblickt und die Entwicklungen der letzten Jahre werden unter dem Einfluss der Corona-Pandemie analysiert. Dabei sind auch die Entwicklungen im Bereich des ortsunabhängigen Arbeitens (Homeoffice) von großer Bedeutung, die im fünften Kapitel betrachtet werden. Wie die Ergebnisse insgesamt zu bewerten sind und welche Entwicklungen in der Zukunft erwartet werden, wird im Fazit (Kapitel 6) dargestellt.

## ECKPUNKTE DER ERHEBUNG

### Grundgesamtheit:

Personen mit Wohnsitz in Hessen  
ab 16 Jahren

### Befragungsmethode:

telefonisch, Dual Frame, ADM-Stichprobe

### Feldzeitraum und Fallzahlen:

Feldzeit: 30.09.2022 – 28.11.2022/03.12.2022

Fallzahl: n=1.345 Fälle inkl. Aufstockung aus  
Bundesstichprobe (01.09.2022 – 29.09.2022)

**Interviewlänge:** ca. 20 Minuten

## Nutzungsanalysen zum 9-Euro Ticket

### BESTANDSAUFNAHME 9-EURO-TICKET

Von Juni bis August 2022 konnte mit dem 9-Euro-Ticket der bundesweite öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) einschließlich aller Regionalzüge für neun Euro im Monat genutzt werden. Neben dem Benzinpreisdeckel war das 9-Euro-Ticket eine Maßnahme der Bundesregierung, um den gestiegenen Energiepreisen entgegenzuwirken und die Bevölkerung finanziell zu entlasten. Diese sozialpolitische Maßnahme war gleichzeitig das bislang größte Feldexperiment im ÖPNV. Die Nachfolge ist mit dem 49-Euro- bzw. Deutschland-Ticket bereits beschlossen. Damit soll eine nachhaltige und gleichzeitig einfach verständliche Tariflandschaft geschaffen werden.

Die Nachfrage war groß, insgesamt wurden 52 Mio. Tickets verkauft, so der Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (VDV). Das Ticket hat somit gezeigt, dass die Qualitätsanforderungen Einfachheit und Durchgängigkeit von der Kundschaft gewünscht werden und an diesen Stellen im bestehenden Tarifsystem Defizite im ÖV bestehen.

Um sich ein genaueres Bild von den Käuferinnen und Käufern sowie deren Nutzungszwecken und Einstellungen gegenüber dem 9-Euro-Ticket zu verschaffen, wurden im Oktober und November 2022 insgesamt 1.345 Personen aus Hessen telefonisch zum 9-Euro-Ticket befragt. Die Ergebnisse werden im Folgenden aufbereitet.

### BEKANNTHEIT UND KÄUFERGRUPPEN DES 9-EURO-TICKETS

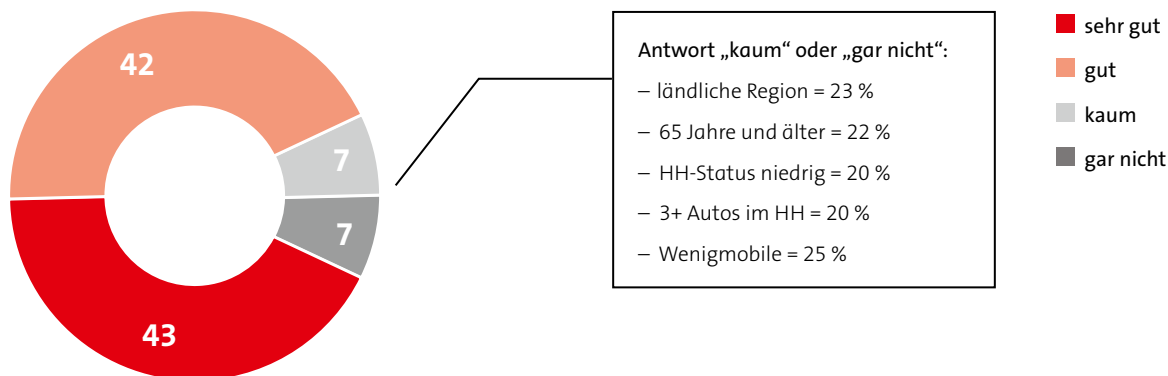
Spätestens mit den Berichten zu überfüllten Zügen und den Ankündigungen aus der Punk-Szene, die Nordseeinsel Sylt zu ‚entern‘, schaffte es das 9-Euro-Ticket auf zahlreiche Titelseiten der Tagespresse. Wenig verwunderlich ist deshalb die hohe Bekanntheit des 9-Euro-Tickets unter den Befragten in Hessen, von denen 85 Prozent angeben, sie kennen das Angebot „sehr gut“ oder zumindest „gut“. Eine besonders hohe Bekanntheit findet sich unter den jüngeren Befragten unter 30 Jahren, von denen 90 Prozent antworten, sie kennen das Ticket mindestens „gut“. Ebenso in Metropolen ist das Ticket mit einem Anteil von 92 Prozent sehr gut bekannt und auch unter Befragten mit hohem ökonomischem Haushaltstatus zu 93 Prozent.

14 Prozent geben an, es kaum oder gar nicht zu kennen. Überdurchschnittlich stark vertreten ist diese Gruppe im ländlichen Raum mit 23 Prozent, in der Altersgruppe ab 65 Jahren mit 22 Prozent, unter den Befragten mit niedrigem Haushaltsstatus mit 20 Prozent, in Haushalten mit drei oder mehr Autos mit 20 Prozent sowie unter den Wenigmobilen mit 25 Prozent. Diese Merkmale kennzeichnen eine gewisse Entfernung zum ÖV, zum Beispiel aufgrund fehlender Angebote im ländlichen Raum oder aufgrund fehlenden Bedarfs, wenn bereits drei Autos oder mehr im Haushalt vorhanden sind (vgl. Abbildung 01).

Diese hier aufgezeigten Unterschiede zwischen Stadt und Land, zwischen den Altersgruppen oder bei den autobesitzenden Haushalten setzen sich auch bei den Käufergruppen fort. So ist jeweils der Anteil der Personen, die in keinem der drei Monate ein Ticket gekauft haben, aber das Ticket kennen, unter den Befragten im ländlichen Raum (63 Prozent), in der Altersgruppe ab 65 Jahren (64 Prozent) oder bei Personen mit drei oder mehr Pkw im Haushalt (71 Prozent) besonders hoch. Bezogen auf alle Befragten, die das 9-Euro-Ticket kennen, haben 52 Prozent, also etwa die Hälfte der Befragten, kein

**Abb. 1: Bekanntheit des 9-Euro-Tickets in Hessen**

Angaben in Prozent

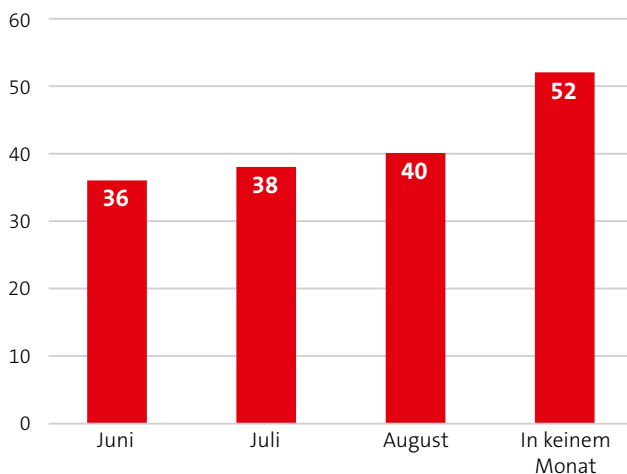




Ticket gekauft. Unter Ticket-Käufern und -Käuferinnen werden hier alle Inhaberinnen und Inhaber des 9-Euro-Tickets verstanden, unabhängig davon, ob es bewusst gekauft oder gegen ein anderes Ticket (z.B. Jobticket) getauscht wurde.

Die Bereitschaft zum Kauf eines 9-Euro-Tickets stieg im Verlauf des Verfügbarkeitszeitraums leicht an. Während im Juni zunächst nur 36 Prozent der Befragten, die das Ticket kannten, ein Ticket erworben haben, waren es im August 40 Prozent (vgl. Abbildung 02). Der größte Zuwachs an 9-Euro-Ticketkäufern findet sich bei den jüngeren Befragten unter 30 Jahren: Während der drei Monate des Gültigkeitszeitraums stieg der Anteil der Personen mit Ticket um zehn Prozentpunkte von 50 Prozent auf 60 Prozent. Ebenfalls deutliche Zunahmen zwischen Juli und August zeigen sich bei autolosen Haushalten mit einem Plus von acht Prozentpunkten auf 69 Prozent sowie bei Personen mit niedrigem Haushaltsstatus, bei denen sich ein Anstieg von sieben Prozentpunkten auf 49 Prozent beobachten lässt.

**Abb. 2: Erwerb des 9-Euro-Tickets im Gültigkeitszeitraum**  
Angaben in Prozent, Mehrfachnennung



Datenbasis: MOBICOR Hessen im Oktober und November 2022 für Personen ab 16 Jahren, die das 9-Euro-Ticket kennen

Eine naheliegende Erklärung für diese Anstiege ist in der im Gültigkeitszeitraum gewachsenen Bekanntheit des 9-Euro-Tickets zu sehen. Hinzu kommt die Nutzung des 9-Euro-Tickets in der Sommerferienzeit, die in Hessen in der letzten Juli-Woche begonnen haben. Insbesondere für Personen, die nur über ein geringes Einkommen verfügen oder denen kein Auto zur Verfügung steht, bot das 9-Euro-Ticket eine günstige Gelegenheit, um mit wenig Geld auch entferntere Urlaubsziele erreichen zu können und vor Ort mobil zu bleiben.

Zwischen städtischen und ländlichen Regionen besteht in der Nachfrage nach dem 9-Euro-Ticket ein deutlicher Unterschied. Etwas mehr als die Hälfte der Befragten (53 Prozent) in Stadtregionen haben mindestens in einem Monat das 9-Euro-Ticket erworben. Im ländlichen Raum waren es nur 37 Prozent. Dieser Unterschied wächst an, wenn Metropolen auf der einen Seite mit kleinstädtisch-dörflichen Räumen auf der anderen Seite verglichen werden, hier nach dem regionalstatistischen Raumtyp des Bundesministeriums für Digitales und Verkehr (BMDV) RegioStaR7 (BMDV 2021). Während in der einzigen Metropole Hessens, in Frankfurt am Main, 71 Prozent der Befragten ein 9-Euro-Ticket erworben haben, war es in den peripheren Räumen mit 25 Prozent nur eine von vier befragten Personen.

Dieser Unterschied kann, neben der bereits vor dem 9-Euro-Ticket gegebenen Offenheit und Erfahrung im Umgang mit dem ÖV in städtischen Räumen, auf das umfassendere ÖV-Angebot zurückgeführt werden, das mit dem 9-Euro-Ticket zu günstigen Konditionen genutzt werden konnte. In ländlichen Räumen lässt sich ein vergleichbares Angebot kaum realisieren. Entsprechend stimmen in Stadtregionen rund zwei Drittel der Befragten der Aussage zu, mit dem ÖPNV alltägliche Ziele gut erreichen zu können. In ländlichen Regionen ist es nur etwas mehr als ein Drittel. Deshalb wird häufig der ÖPNV gar nicht in Betracht gezogen, auch wenn möglicherweise günstige Verbindungen be-

stehen. Nur elf Prozent der Befragten in ländlichen Räumen geben an, häufiger die Nutzung des ÖPNV in Erwägung zu ziehen. In Stadtregionen sind es fast drei Mal so viele.

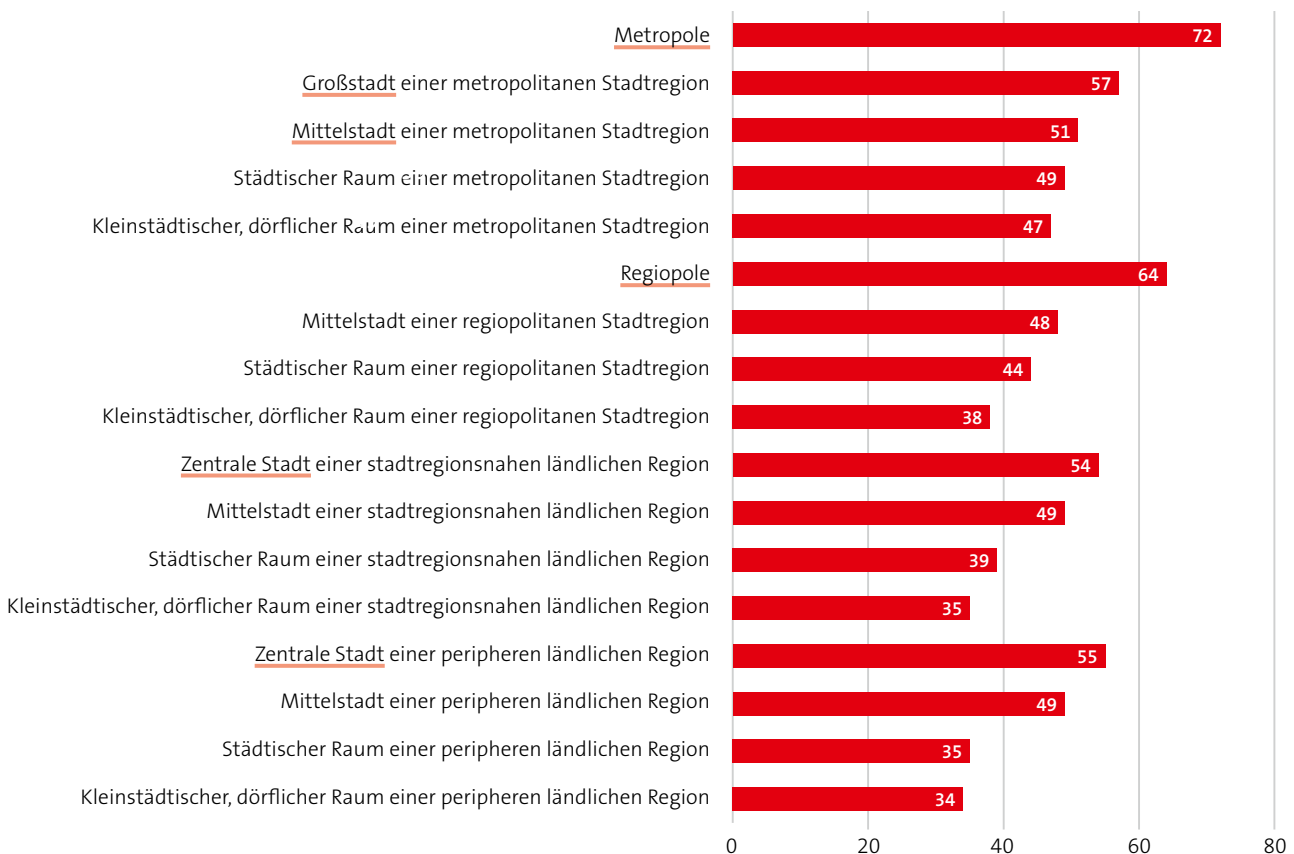
Bei den Unterschieden zwischen städtischen und ländlichen Regionen sollte jedoch berücksichtigt werden, dass mit 30 Prozent etwa ein knappes Drittel der befragten Personen mit 9-Euro-Ticket dies nicht bewusst angeschafft, sondern es über einen Umtausch der Zeitkarte (Monats- oder Jahreskarte) oder des Jobtickets erhalten haben. Deutschlandweit ist dieser Anteil mit 22 Prozent deutlich niedriger. Hintergrund ist der Umstand, dass in Hessen viele Menschen sogenannte Flat-

rate-Tickets haben. Dazu gehören alle Landesbediensteten und Beamte (Lehrer, Polizisten, Richter), zudem gibt es in Hessen eine große Verbreitung von Jobtickets, Schülertickets und auch Seniorentickets. Dabei zeigt sich auch die höhere Verbreitung von Zeitkarten und Abonnements in städtischen Räumen durch den geringeren Anteil der Personen, die das Ticket bewusst gekauft haben. Dieser liegt in Stadtregionen bei 68 Prozent, in ländlichen Regionen bei 76 Prozent.

Die Ergebnisse zeigen somit, dass die Nachfrage nach dem 9-Euro-Ticket in ländlichen Regionen, die mit dem bundesweiten Ergebnis vergleichbar ist, auch auf die große Verbreitung von Flatrate-

### Abb. 3: Anteil der 9-Euro-Ticketkäufer nach RegioStaR 17

Angaben in Prozent, markiert sind Regionen mit einem Käuferanteil über 50 Prozent.



Tickets zurückzuführen ist. Der Anteil an bewussten Kaufentscheidungen ist, wie oben beschrieben, deutlich geringer und hätte ohne die Flatrate-Tickets wahrscheinlich auch dazu geführt, dass der Anteil der Personen, die das Ticket nicht gekauft haben, größer und das Stadt-Land-Gefälle deutlicher sichtbar gewesen wäre. Die Flatrate-Tickets überdecken damit die aus Nutzungserfahrungen und Angebotsattraktivität resultierenden Nachfrageunterschiede zwischen städtischen und ländlichen Regionen.

Ein detaillierteres Bild der Nachfrage zeigt sich, wenn das gesamte Bundesgebiet in den Blick genommen und nach der Raumtypologie RegioStaR

17 differenziert wird. Dazu wurden 10.250 Interviews, die infas 360 im August ausschließlich online im CASA-Monitor erhoben hatte, über ein eigen entwickeltes Blended-Calibration-Verfahren mit der infas-Mehrthemenbefragung kombiniert. Das Ergebnis zeigt die Abbildung 03 entlang von 17 Regionstypen, der RegioStaR-17-Typologie des BMDV (vgl. ebd.). Selbst in den besonders ländlichen und hinsichtlich der generellen ÖPNV-Qualität oft sehr schlecht abschneidenden Regionen fand das 9-Euro-Ticket gar nicht so wenig Interesse. Die verbreitete Annahme, ein solches Ticket würde außerhalb der Großstädte und ihrem Einzugsgebiet kaum eine Nachfrage finden, wird mit diesen Ergebnissen widerlegt, auch wenn sich durchaus



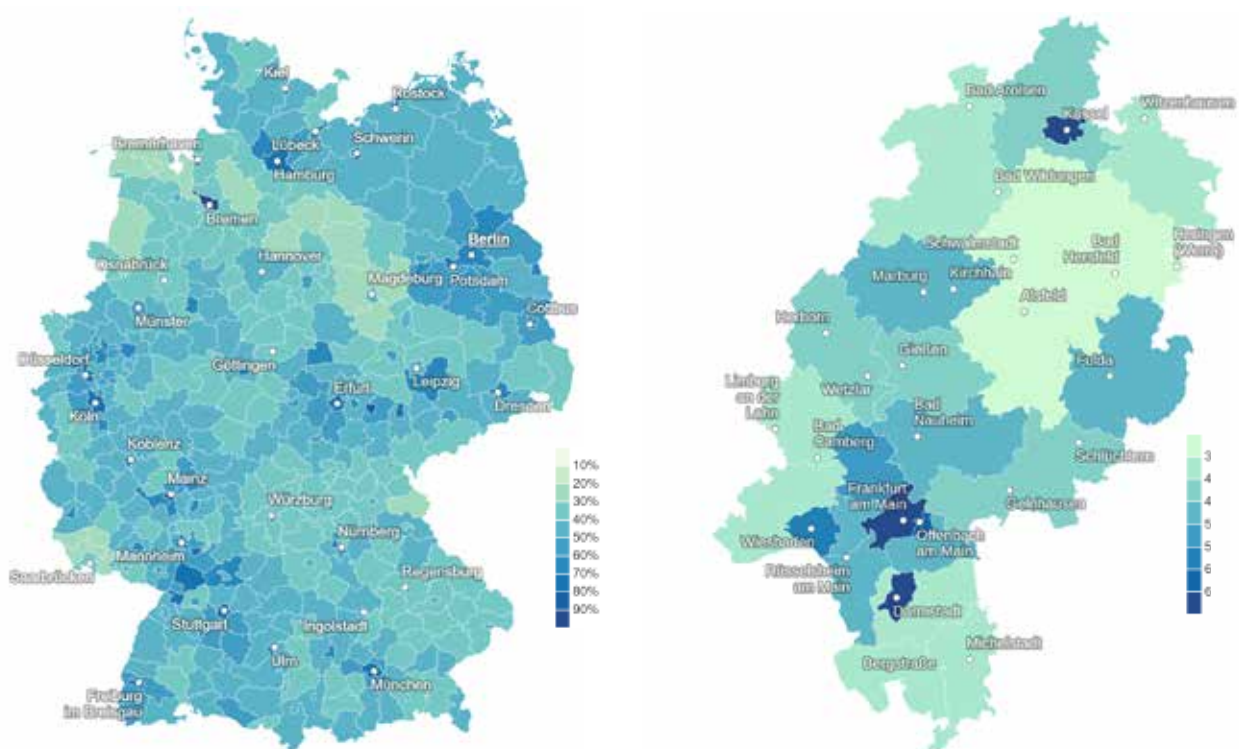
ein leichtes Stadt-Land-Gefälle innerhalb der jeweiligen Regionstypen (metropolitane/regiopolitane Stadtregion und stadtreionsnahe ländliche/periphere ländliche Region) ablesen lässt. Dabei zeigt sich in Metropolen, Regiopolen und zentralen Städten der jeweils größte Anteil an Käuferinnen und Käufern (über 50 Prozent) und eine Abnahme der Anteile, je dörflicher die Raumstrukturen werden.

Darüber hinaus hat infas 360 ein Small-Area-Modell erstellt, mit dem anhand der Inputdaten aus der Blended Calibration Käuferanteile des 9-Euro-Tickets bundesweit flächendeckend auf der Ebene von Landkreisen und kreisfreien Städten geschätzt wurden (Abbildung 04). Die Karte stellt das Ergebnis der Schätzungen des Anteils an Käufern und

Käuferinnen dar, der mindestens in einem Monat ein 9-Euro-Ticket gekauft hat. Auch hier zeigt sich der eher geringe Unterschied zwischen ländlichen und städtischen Räumen. Einige Städte zeigen zwar einen besonders hohen Anteil an Personen, die das 9-Euro-Ticket erworben haben, wie z.B. Bremen, Düsseldorf, Köln oder Erfurt, in anderen Gegenden hingegen ist der Unterschied zwischen Stadt und Umland kaum zu erkennen. Mit Blick auf Berlin lässt sich kein Gefälle der Nachfrage zwischen dem Stadtgebiet und den umgebenden Landkreisen erkennen. Gleiches gilt für Hannover oder Leipzig.

Es zeigt sich auch, dass der ländliche Raum hinsichtlich der 9-Euro-Ticketnutzenden kein homogenes Gebilde ist und sich deutliche Unterschiede

**Abb. 4: Modell der räumlichen Verteilung der 9-Euro-Ticketnutzerinnen und -Ticketnutzer bundesweit und für Hessen**  
Anteil an über 18-Jährigen, die mindestens einmal ein 9-Euro-Ticket gekauft haben



hinsichtlich der Personenanteile, die das 9-Euro-Ticket gekauft haben, zeigen. Während beispielsweise im nördlichen Sachsen-Anhalt eher geringe Anteile zu finden sind, sind diese in weiten Teilen Brandenburgs sowie in Mecklenburg-Vorpommern vergleichsweise besonders hoch.

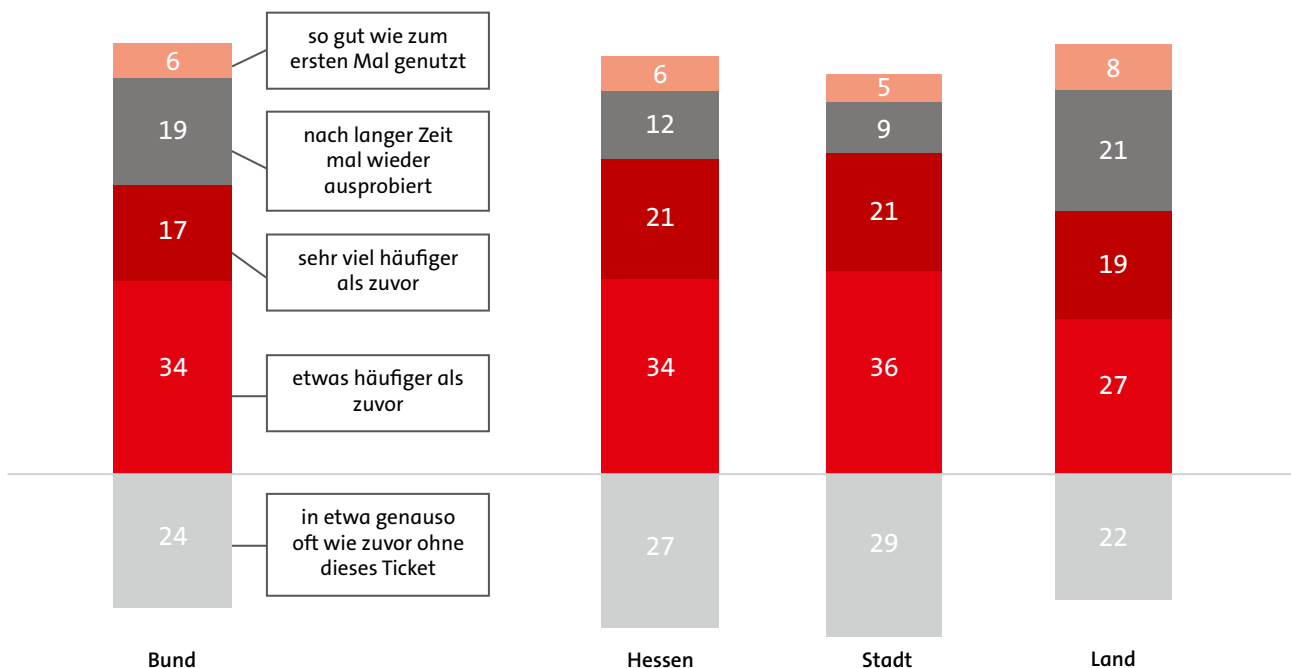
Wird bei der Gruppe der Käuferinnen und Käufer auf den ökonomischen Haushaltsstatus geblickt, dann zeigen sich nur geringe Unterschiede. Über alle Statusgruppen hinweg fand das 9-Euro-Ticket großen Zuspruch und wurde von jeweils rund der Hälfte der Befragten mindestens einmal gekauft. 54 Prozent der Personen mit niedrigem Haushaltsstatus haben das 9-Euro-Ticket mindestens einmal gekauft, unter den Personen mit hohem ökonomischen Haushaltsstatus waren es mit 47 Prozent nur etwas weniger.

## NUTZUNGSANLÄSSE UND -HÄUFIGKEITEN DES 9-EURO-TICKETS

Die Ergebnisse zeigen, dass der ländliche Raum differenziert betrachtet werden muss und eine pauschale Aussage, das 9-Euro-Ticket sei dort nicht attraktiv, in dieser Eindeutigkeit nicht bestätigt werden kann. Unbestritten ist, dass eine geringere Bedienqualität auch den Nutzen eines günstigen Tickets verringert. Zudem sind fehlende Erfahrungen im Umgang mit dem ÖV im ländlichen Raum ausgeprägter und stellen eine weitere Zugangshürde dar. Nichtsdestotrotz ermöglicht das Ticket auch im ländlichen Raum den einfachen und günstigen Zugang zum Angebot des ÖV, z.B. in intermodaler Verknüpfung mit dem eigenen Pkw. Insbesondere für Freizeitausflüge kann das eine attraktive Möglichkeit darstellen. Hierauf wird im Folgenden noch genauer eingegangen.

**Abb. 5: Veränderung der ÖPNV-Nutzung durch das 9-Euro-Ticket**

Angaben in Prozent



In Abbildung 05 ist die Veränderung der ÖPNV-Nutzung durch das 9-Euro-Ticket dargestellt. Dabei lassen sich unveränderte Nutzungen einer Mehrnutzung gegenüberstellen, wie durch die horizontale Achse angedeutet. Die vier Segmente über dieser Achse zeigen die durch das Ticket induzierte Mehrnutzung des ÖV an. Hessen zeigt dabei ein ähnliches Muster, wie es auch deutschlandweit zu beobachten ist: Rund drei Viertel der befragten Personen in Hessen, die das Ticket besitzen, fahren häufiger mit dem ÖPNV als zuvor. In städtischen Regionen ist dieser Anteil etwas geringer, in ländlichen etwas höher, aber insgesamt liegt die zusätzliche ÖPNV-Nutzung in Stadt und Land auf einem vergleichbar hohen Niveau.

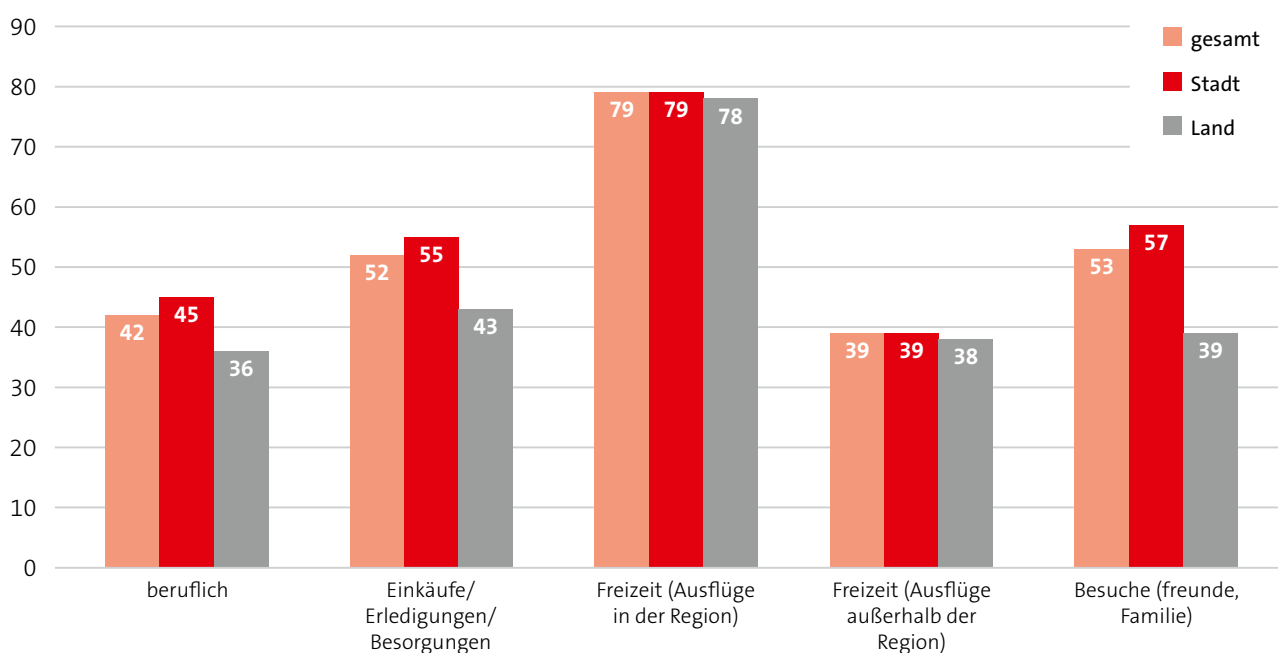
Ein Unterschied zeigt sich jedoch mit Blick auf Personen, die entweder den ÖPNV nach langer Zeit mal wieder nutzen oder überhaupt das erste Mal

den Zugang zum Angebot des öffentlichen Verkehrs finden, und somit als ÖPNV-Neukunden aufzufassen sind. Der Anteil derjenigen, die diese Nutzungsänderung des ÖPNV durch das 9-Euro-Ticket angeben, zeigt sich in ländlichen Regionen mit 30 Prozent rund doppelt so hoch als in Stadtregionen. Durch das günstige Ticket werden verstärkt im ländlichen Raum Personen zur ÖV-Nutzung motiviert, die den ÖV bislang weitgehend gemieden haben. Die Gründe der Nichtnutzung bestehen vor allem in der schlechten Erreichbarkeit von alltäglichen Zielen mit dem ÖPNV, wie 63 Prozent der Menschen im ländlichen Raum angeben. In Stadtregionen sind es dagegen nur 34 Prozent.

Mit dem 9-Euro-Ticket verliert die schlechte Erreichbarkeit von Zielen an Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl, so lässt sich dieses Ergebnis interpretieren. Dafür scheint der geringe Preis ausschlaggebend

**Abb. 6: Nutzungsanlässe des 9-Euro-Tickets**

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung



zu sein, der sich vermutlich positiv auf die Akzeptanz der Bedienqualität auswirkt. Aber auch die Nutzungsanlässe, für die das 9-Euro-Ticket verwendet wurde, können zur Erklärung herangezogen werden, wie in Abbildung 06 dargestellt. Für Nutzungsanlässe, die sich auf spezifische Orte beziehen und ggf. auch noch genaue Ankunftszeiten umfassen, an denen das Ziel erreicht werden sollte, wird das 9-Euro-Ticket im ländlichen Raum von weitaus weniger Personen verwendet als in städtischen Regionen. Zu diesen Anlässen zählen Arbeits- oder berufsbedingte Wege, ebenso Einkäufe, Erledigungen oder Besorgungen und schließlich auch Besuche im Freundeskreis und von Bekannten. Sind Ziele flexibler wählbar – sowohl räumlich als auch in zeitlicher Hinsicht –, dann lassen sich die Aktivitäten einfacher auf die Angebotsstruktur (z.B. Bedienzeiten) des ÖPNV ausrichten. Dies ist bei den Freizeitaktivitäten zu erkennen. Sowohl bei

Ausflügen in der Region als auch außerhalb bestehen zwischen Personen aus städtischen und ländlichen Räumen keine relevanten Unterschiede in den Anteilen für diese Nutzungsanlässe. Durch die zeitliche und örtliche Wahlfreiheit, die oftmals mit diesen Anlässen verbunden ist, fallen Angebotslücken weniger stark ins Gewicht.

Dennoch bleibt die Nutzungshäufigkeit des Tickets für die verschiedenen Anlässe auf dem Land deutlich hinter den Häufigkeiten in Städten zurück. Der Anteil Menschen mit Ticket, die dieses für Fahrten ins oder im Umland häufiger als zehn Mal verwendet haben, liegt in Städten bei 22 Prozent, auf dem Land nur bei zwölf Prozent. Bei weiter entfernten Zielen innerhalb des Bundeslands hat allerdings nur ein Prozent der Befragten in städtischen Regionen das Ticket häufiger als zehn Mal genutzt, auf dem Land waren es hingegen fünf Prozent (vgl.

**Abb. 7: Nutzungshäufigkeiten 9-Euro-Ticket**

Angaben in Prozent

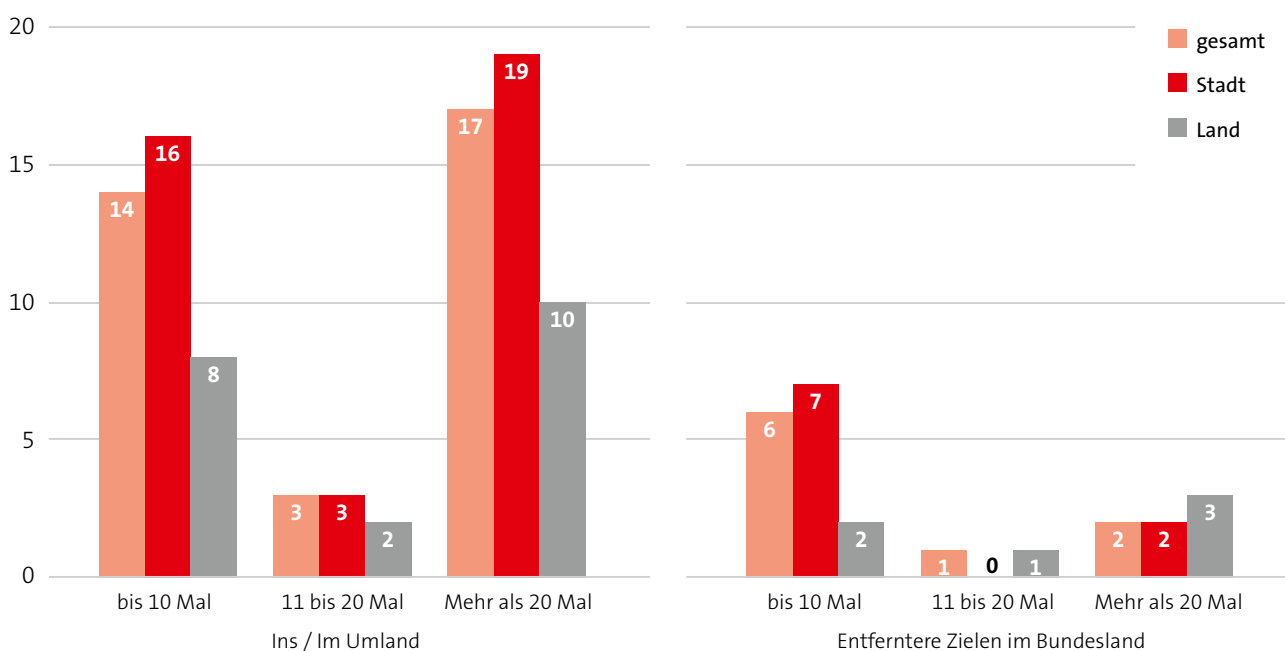


Abbildung 07). Im Ergebnis zeigt sich, dass bei flexiblen Zielen, insbesondere bei Ausflügen, der Anteil der Nutzungen zwischen Stadt und Land etwa gleich ist. Während in Städten deutlich häufiger kurze Ausflüge ins Umland unternommen wurden, haben die Personen in ländlichen Räumen das Ticket weniger häufig, aber dafür für weitere Ausflüge innerhalb des Bundeslands genutzt.

Wie oben gezeigt, bestehen zwar deutliche Unterschiede zwischen den Personen mit 9-Euro-Ticket in städtischen und ländlichen Räumen im Hinblick

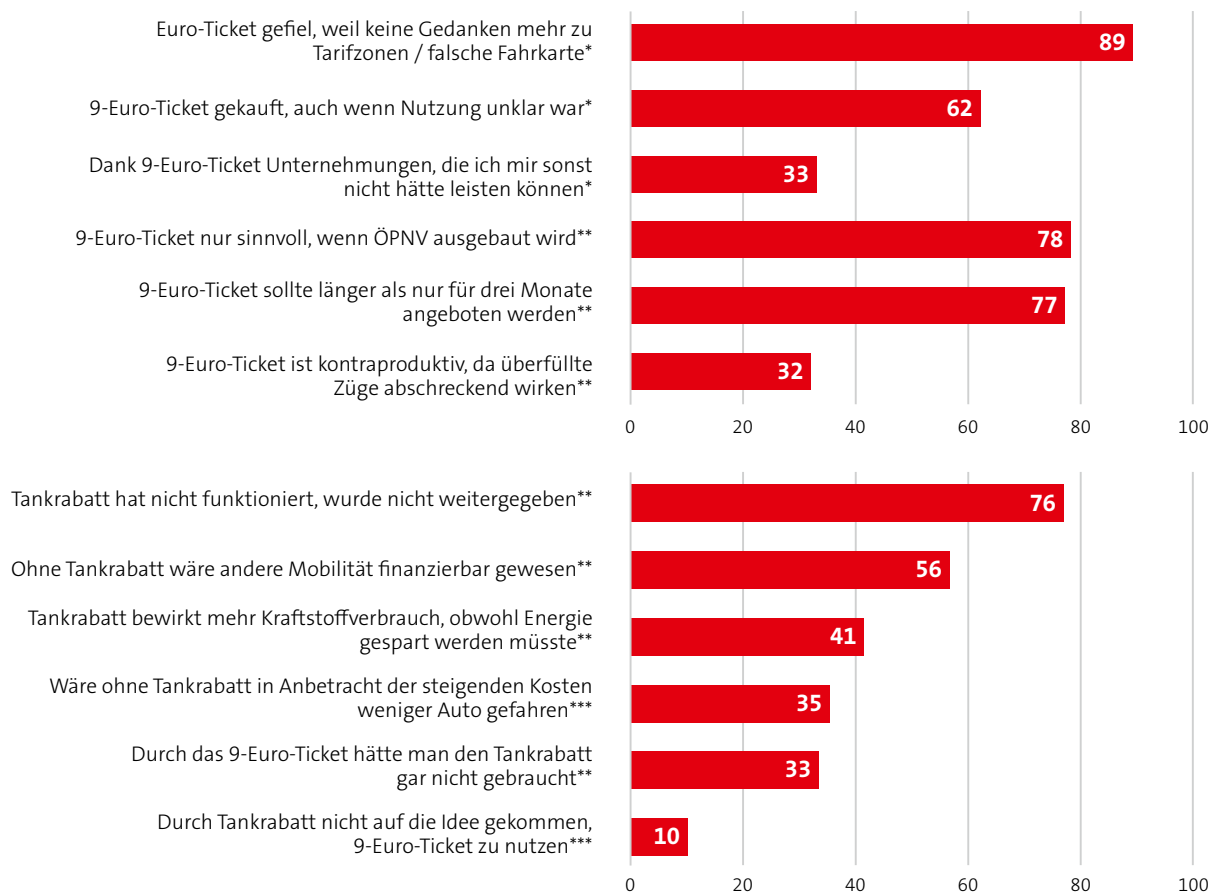
auf Nutzungsanlässe und auch Nutzungsintensität, aber dass das Ticket ausschließlich von Menschen in größeren Städten mit gutem ÖPNV-Angebot genutzt wird, lässt sich so nicht bestätigen.

### EINSTELLUNGEN ZUM 9-EURO-TICKET

Die Ergebnisse der Befragung zeigen weitestgehend positive Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket. Dessen hohe Bekanntheit geht einher mit einer breiten Käuferschicht, die sich nicht nur in Stadtregionen findet, also dort, wo eine hohe Taktfre-

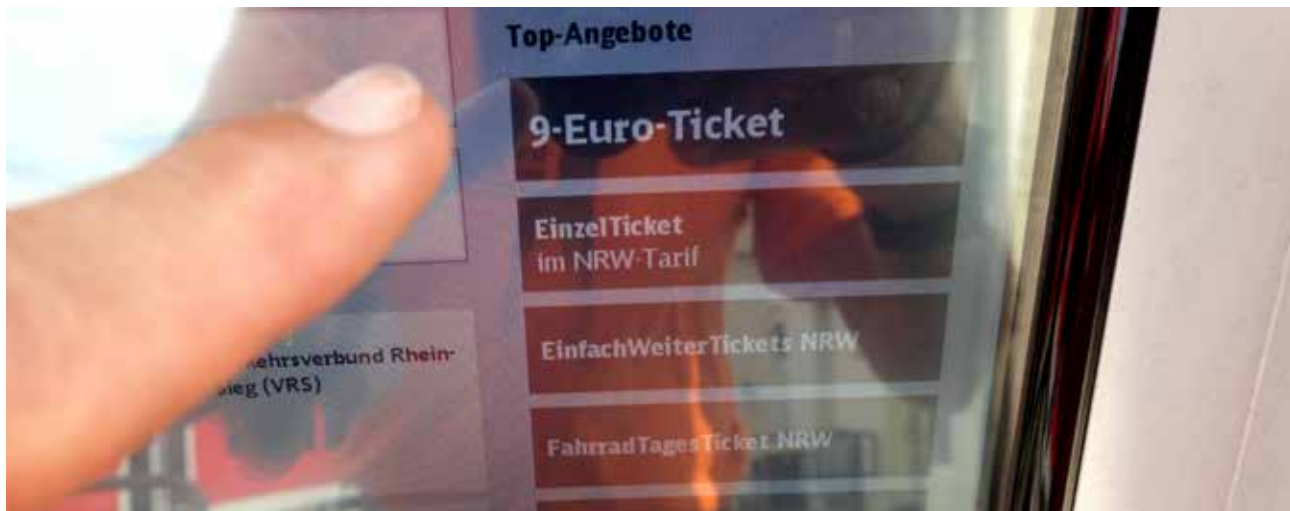
#### Abb. 8: Aussagen zu 9-Euro-Ticket und Tankrabatt

Angaben in Prozent, nur Angaben „trifft zu“ und „trifft eher zu“



\* Befragte, die sich ein 9-Euro-Ticket gekauft haben; \*\* alle Befragten; \*\*\* Befragte, die ein eigenes Auto nutzen  
Datenbasis: MOBICOR Hessen im Oktober und November 2022 für Personen ab 16 Jahren.





quenz des ÖV besteht, sondern auch die ländlichen Regionen umfasst. Hier zeigen sich zwar andere Nutzungsmuster, dennoch verzeichnet der ÖV sowohl in städtischen als auch ländlichen Regionen durch das günstige und einfache Angebot einen deutlichen Nutzerzuwachs. In städtischen Regionen zeigt sich dabei eher eine Zunahme der ÖV-Nutzung, während in den ländlichen Regionen viele Befragte angeben, seit langer Zeit oder sogar zum ersten Mal den Weg in den ÖV gefunden zu haben.

Dieses positive Bild des 9-Euro-Tickets, dass Personen im Zeitraum überhaupt wieder oder mehr ÖV gefahren sind, findet sich auch in den Zustimmungswerten zum 9-Euro-Ticket. In Abbildung 08 sind Aussagen zum 9-Euro-Ticket und deren Zustimmungswerte anhand der Anteile der Bewertungen „trifft zu“ und „trifft eher zu“ aufgeführt. Ein wesentliches Qualitätsmerkmal des 9-Euro-Tickets, das in Verbindung mit dem günstigen Preis zu dessen Erfolg beigetragen hat, ist die flächendeckende Gültigkeit, durch die ein Nutzen ohne Nachzudenken möglich wurde. Diese beiden Eigenschaften führten dazu, dass das Ticket häufig gekauft wurde, auch wenn die Nutzung noch unklar war. Dieser Aussage stimmen 62 Prozent aller Befragten zu, unabhängig ob mit oder ohne Ticket. Die Entlastung von der Tarifkenntnis und der Sor-

ge, mit einem falschen Ticket unterwegs zu sein, findet bei 89 Prozent der befragten Personen, die ein 9-Euro-Ticket hatten, Zustimmung. Und noch immerhin ein Drittel dieser Personen gibt an, dass durch das Ticket Unternehmungen möglich wurden, die man sich sonst nicht hätte leisten können. Das Ticket war für viele somit auch eine Möglichkeit zur verbesserten gesellschaftlichen Teilhabe.

Wie oben dargelegt, war das 9-Euro-Ticket im Hinblick auf Bekanntheit und Nutzung ein Erfolg, auch im ländlichen Raum. Um den Nutzen aber voll zu entfalten und langfristig den Umstieg weg vom Auto und hin zum ÖV zu attraktivieren, müsste der ÖV ausgebaut werden, so die Zustimmung von mehr als drei Viertel aller Befragten zu diesem Statement. Überraschend an diesem Ergebnis ist, dass die Zustimmung zu diesem Statement auf dem Land mit 82 Prozent nur wenig höher ausfällt als in städtischen Räumen mit 76 Prozent. Dieses Ergebnis kann dahingehend interpretiert werden, dass es nicht nur um den Ausbau des ÖPNV in der Fläche geht, sondern um eine Stärkung insgesamt, z.B. neben einer höheren Taktfrequenz (besonders im ländlichen Raum) auch durch die Bereitstellung von mehr Kapazitäten in Bus und Bahn sowie einem Ausbau des Linienangebots durch die Umsetzung zusätzlicher Verbindungen insgesamt.

## ÜBERFÜLLTE ZÜGE DURCH DAS 9-EURO-TICKET?

Die Forderungen nach einem Ausbau des ÖVs können als Reaktion auf die Kapazitätsengpässe interpretiert werden, die es aufgrund der gestiegenen Nachfrage während des Gültigkeitszeitraums des 9-Euro-Tickets immer wieder gab. Berichte von überfüllten Zügen oder gar Zugräumungen spiegelten häufig die Situation an Wochenenden wider. Die Süddeutsche Zeitung titelte am 03.07.2022: „9-Euro-Ticket ein Erfolg, überfüllte Züge trüben Freude“; die Frankfurter Allgemeine vom 17.07.2022 resümierte „Das 9-Euro-Ticket macht krank“ und thematisierte in ihrem Beitrag nicht nur die überfüllten Züge, sondern auch das überlastete Bahnpersonal. Bereits am 07.06.2022 – eine Woche nach dem Start des 9-Euro-Tickets – berichtete die ZEIT von 400 überfüllten Zügen am Pfingstwochenende. Diese kurze Aufzählung ist nur ein kleiner Ausschnitt der Pressestimmen zu den Überlastungen des ÖPNV während der Gültigkeit des 9-Euro-Tickets. Vor diesem Hintergrund geht mit der Forderung nach einem Ausbau des ÖPNV-Systems auch der Wunsch nach angenehmem Reisen mit möglichst wenig Störungen und Verspätungen einher.

Durch überfüllte Züge, Zugausfälle und Verspätungen wird das ÖV-System unattraktiv. Der stellvertretende Bundesvorsitzende des Fahrgastverbands „Pro Bahn“, Lukas Iffländer, befürchtete schon vor Start des 9-Euro-Tickets am 20.05.2022 im Bayerischen Rundfunk (BR), das Ticket könne Menschen sogar langfristig abschrecken, insbesondere hinsichtlich des Arbeitswegs. Diese Kritik findet sich auch unter den Befragten. Jeder dritte Befragte, ob mit oder ohne Ticket, stimmt der Aussage zu, das 9-Euro-Ticket sei eher kontraproduktiv, da überfüllte Züge abschreckend wirkten. Allerdings ist die Zustimmung zu dieser Aussage unter den berufstätigen Befragten mit 27 Prozent deutlich geringer als unter den nicht Berufstätigen mit 38 Prozent. Die oben genannten Befürchtungen scheinen sich damit nicht bestätigt zu haben.

Unterschiede zwischen Stadt und Land lassen sich bei diesem Statement nicht feststellen, jedoch nimmt die Zustimmung mit steigendem Alter der Befragten zu und liegt in der Altersgruppe 65 Jahre oder älter bei 44 Prozent. Für Menschen, die einen Sitzplatz benötigen oder einen gewissen Komfortanspruch haben, ging mit der Einführung des 9-Euro-Tickets eine Verunsicherung einher, ggf. keinen Sitzplatz zu finden, zumindest solange die Kapazitäten nicht auf die erhöhte Nachfrage ausgerichtet würden. Entsprechend ist auch die Zustimmung zur zuvor genannten Aussage zum erforderlichen Ausbau des öffentlichen Nahverkehrs unter älteren Menschen ab 65 Jahren mit 84 Prozent am höchsten. Und trotz der nicht immer positiven Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket, insbesondere aufgrund von Überlastungen und Zugausfällen, stimmen 77 Prozent der Befragten, und zwar unabhängig davon, ob mit oder ohne Ticket, der Aussage zu, das Ticket solle länger als nur für drei Monate angeboten werden. Dieser hohe Zustimmungswert fällt auch unter den älteren Befragten nur um wenige Prozentpunkte auf 64 Prozent.

## EINSTELLUNGEN ZUM TANKRABATT

Neben dem 9-Euro-Ticket sollte auch der Tankrabatt zur Entlastung der gestiegenen Energiekosten beitragen. Dieser war ein weiterer Teil des Entlastungspakets und trat ebenfalls am 01.06.2022 in Kraft. Auch zum Tankrabatt wurde die Zustimmung der Befragten zu bestimmten Aussagen erhoben (vgl. Abbildung 08). Die höchste Zustimmung mit 76 Prozent kommt dabei der Aussage zu, der Tankrabatt habe nicht funktioniert, da die Steuerersparnis nicht an die Verbraucher weitergegeben worden sei. In Städten liegt dieser Wert bei 79 Prozent, in ländlichen Regionen bei nur 70 Prozent. Dieser nur geringe Unterschied ist etwas überraschend, da dem Auto im ländlichen Raum eine größere Bedeutung zukommt und der hohe Benzinpreis, auch aufgrund der größeren Entfernungen, eher die einzelnen Haushalte belastet. Al-

tersunterschiede sind bei diesem Statement wenig ausgeprägt und nur bei den jüngeren Befragten unter 30 Jahren zu finden, die mit 69 Prozent eine etwas geringere Zustimmung zeigen. Dieses Ergebnis kann auf den geringeren Pkw-Besitz in dieser Altersgruppe zurückgeführt werden.

Ebenfalls nur marginale Unterschiede in der Zustimmung zum nicht funktionierenden Tankrabatt gibt es bei Personen, die das 9-Euro-Ticket gekauft und nicht gekauft haben. Dabei ist zu bedenken, dass nur 14 Prozent der Befragten kein Auto im Haushalt zur Verfügung steht und der Anteil der Haushalte mit Autoverfügbarkeit mit 9-Euro-Ticket nur etwas geringer ist als der Anteil an Haushalten mit Auto, aber ohne Ticket – die Autoverfügbarkeit also entsprechend allenfalls geringfügig mit dem 9-Euro-Ticket zusammenhängt. Die jeweiligen Subgruppen (mit Ticket, ohne Ticket) sind somit als Autofahrer (soweit die Verfügbarkeit im Haushalt auch die Nutzung impliziert) beide vom nicht funktionierenden Tankrabatt betroffen. Und auch zwei Drittel der Haushalte ohne Auto stimmen diesem Statement zu. Mit der Anzahl der Autos im Haushalt steigt dann auch die Zustimmung zu dieser Aussage deutlich an. 84 Prozent der Befragten aus Haushalten mit drei oder mehr Autos stimmen der Aussage zu, der Tankrabatt habe aufgrund fehlender Weitergabe der Steuerersparnis an die Verbraucher nicht funktioniert.

Im Hinblick auf den Haushaltsstatus liegt die Zustimmung bei den mittleren oder eher gut situierten Haushalten mit 79 bzw. 77 Prozent deutlich über der Zustimmung der finanziell schwächer aufgestellten Haushalte mit 70 Prozent, obwohl für Letztere die hohen Kraftstoffpreise rein relativ gesehen eine größere Belastung darstellen. Allerdings verfügen auch nur 70 Prozent der Haushalte mit geringem ökonomischem Status über mindestens ein Auto im Haushalt. Bei den Befragten mit hohem ökonomischen Haushaltsstatus liegt dieser Anteil bei 93 Prozent.

Hinsichtlich des 9-Euro-Tickets bestimmte die Diskussion um überlastete Züge den medialen Diskurs, der Tankrabatt hingegen stand in der Kritik, dass er durch die Tankstellen und Mineralölkonglomerate nicht an die Verbraucherinnen und Verbraucher weitergegeben würde. Wenn die Ersparungen also nicht durchgereicht werden und die Kraftstoffpreise erhöht bleiben, dann hätte das Geld auch besser für andere Zwecke eingesetzt werden können. Dieser Überlegung folgt rund die Hälfte der Befragten und stimmt entsprechend dem Statement zu, dass ohne Tankrabatt andere Dinge im Mobilitätsbereich finanzierbar gewesen wären. Hier lässt sich nur eine geringe Varianz zwischen Altersgruppen, Haushaltsstatus oder Regionszugehörigkeit beobachten. Lediglich die autolosen Haushalte zeigen mit 68 Prozent eine besonders hohe Zustimmung zu dieser Aussage.

Eine weitere Kritik am Tankrabatt bezieht sich auf die falschen Anreize, die mit dem subventionierten Kraftstoff gesetzt wurden. Das könnte zu höherem Verbrauch geführt haben, obwohl Energie hätte gespart werden sollte. Dieser Aussage stimmen 41 Prozent der Befragten zu. Auch hier lässt sich nur eine geringe Varianz beobachten, jedoch mit wenigen Ausnahmen. So fällt die Zustimmung zu diesem Statement unter den 50- bis 64-Jährigen auf 32 Prozent. In dieser Altersgruppe ist der Anteil unter den Befragten, die das Auto mindestens einmal pro Woche nutzen, mit 84 Prozent besonders hoch – sie profitieren also verhältnismäßig mehr vom Tankrabatt. Bei Haushalten mit drei oder mehr Autos sinkt die Zustimmung sogar auf 29 Prozent, während Haushalte ohne Auto mit 56 Prozent eine besonders hohe Zustimmung zeigen. Wer also auf das Auto angewiesen ist, es häufig nutzt oder in Haushalten mit mehreren Pkw wohnt, stimmt der Aussage nicht zu, dass durch den Tankrabatt falsche Anreize gesetzt würden, die zu mehr Kraftstoffverbrauch führen.

Unter den Befragten mit Auto im Haushalt geben nur zehn Prozent an, sie seien aufgrund des

Tankrabatts gar nicht auf die Idee gekommen, dass 9-Euro-Ticket zu nutzen. Der Tankrabatt stand also nur sehr geringfügig in Konkurrenz zur 9-Euro-Ticket-Maßnahme, was die Vermutung unterstützt, dass der Tankrabatt nur bei wenigen Befragten tatsächlich eine Entlastung erzielt hat.

Das 9-Euro-Ticket wird mehrheitlich positiv bewertet, während der Tankrabatt in der konkreten Ausgestaltung kritisiert wird, so lässt sich das Ergebnis dieser Gegenüberstellung zusammenfassen. Das Interesse an einem dauerhaften ÖV-Angebot, ähnlich dem 9-Euro-Ticket, ist entsprechend groß. Etwa drei Viertel der Befragten drücken ein solches Interesse aus. Bei den unter 30-Jährigen liegt dieser Anteil mit 90 Prozent besonders hoch. Auch unter den Personen, die das Ticket mindestens einmal gekauft haben, ist das Interesse an einem dauerhaften Ticket mit einem Anteil von 92 Prozent besonders hoch. Dass sich negative Nutzungserfahrungen, z.B. durch überfüllte Züge, auch negativ auf die Einstellungen zum Ticket auswirken, lässt sich damit nicht bestätigen.

### PREISANALYSEN ZUM 9-EURO-TICKET

Es zeichnet sich aktuell ab, dass es voraussichtlich ab Mai 2023 (Stand der Veröffentlichung dieses Berichts) eine dauerhafte Nachfolge des 9-Euro-Tickets geben wird, allerdings zu einem deutlich höheren Preis. In Zukunft wird das als Deutschlandticket bezeichnete Nachfolgeprodukt für 49 Euro pro Monat erhältlich sein. Die Befragten wurden deshalb um eine Preisbewertung anhand zweier Fragen gebeten. Zunächst sollten sie einschätzen, was noch ein guter Preis für ein vergleichbares Ticket und ab wann ein Nachfolgeangebot zu teuer sei. Die beiden Fragen orientieren sich damit an den Methoden zur Ermittlung von Zahlungsbereitschaften und Preissensibilitäten nach van Westendorp (van Westendorp 1976).

Die Bewertung des derzeit zur Diskussion stehenden Preises des Nachfolgeprodukts in Höhe von 49

Euro stößt bei der Preisbewertung nur auf geringe Akzeptanz. Lediglich acht Prozent der Befragten, die ihr Interesse an einem dauerhaften Angebot ähnlich dem 9-Euro-Ticket geäußert hatten, sehen darin noch einen guten Preis. Abbildung 9 zeigt die Verteilung der Abfrage nach einem guten Preis. Das arithmetische Mittel (Mittelwert) beträgt 31,50 Euro, der Median, also der Wert, der genau in der Mitte aller Preisnennungen der Befragten liegt, beträgt 30 Euro. Wird die Frage leicht verändert und darauf ausgerichtet, ab wann ein Folgeangebot bereits zu teuer wäre, dann ist dies für 49 Prozent der Befragten ab einem Preis von 51 Euro oder mehr gegeben (vgl. Abbildung 9). Der Median liegt hier ebenfalls bei 51 Euro.

Mit Blick auf die gesellschaftliche Teilhabe, die in der Fachwelt oftmals als einer der größten Erfolge des 9-Euro-Tickets gesehen wird, lässt sich der diskutierte Preis von 49 Euro durchaus kritisieren. Gerade Haushalte mit geringem ökonomischem Status zeigen sich besonders preissensibel. Für die Hälfte dieser finanziell schlechter gestellten Befragten ist bereits ein Preis von 41 Euro zu teuer, ein guter Preis liegt hier bei etwa 20 Euro (Median). Es kann somit erwartet werden, dass viele Menschen mit eher geringem Einkommen trotz 49-Euro-Ticket auf Wege verzichten werden, da der Preis außerhalb ihrer Zahlungsbereitschaft liegt oder sie es sich gar nicht leisten können. In Hessen führen die positiven Erfahrungen sowohl mit den bisherigen Flatrate-Tickets (Schülerticket, Seniorenticket, Landesticket) als auch mit dem 9-Euro-Ticket zur verbesserten Teilhabe von Menschen mit geringem Einkommen zur im Januar 2023 angekündigten Planung eines „Hessenpass mobil“: ein Flatrate-Angebot für 31 Euro im Monat für Menschen, die Bürgergeld, Wohngeld Plus oder Sozialhilfe beziehen (vgl. hessen.de 2023).

Der Preis von 49 Euro für das Deutschlandticket kann intermodale Nutzungen unattraktiver machen, insbesondere in ländlichen Regionen mit eher geringer ÖV-Bedienqualität. Die bereits oben

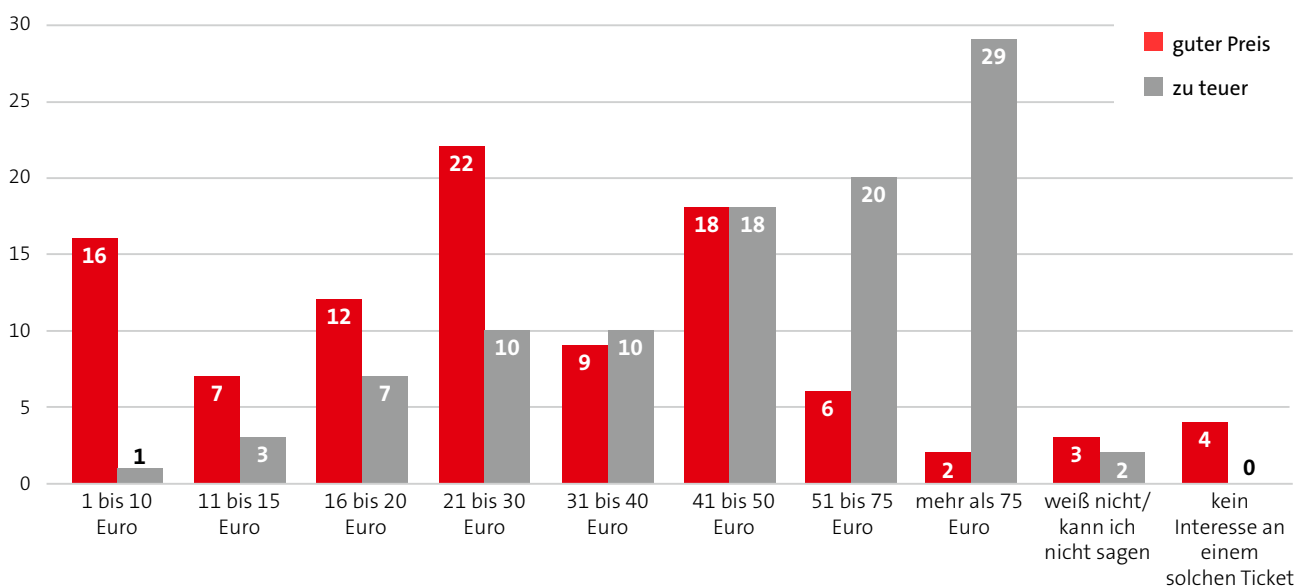
gezeigte hohe Nachfrage nach dem 9-Euro-Ticket im ländlichen Raum lässt sich durchaus auch mit Blick auf intermodale Verbindungen verstehen. Durch den geringen Preis war eine kombinierte Nutzung von Auto und ÖV durchaus attraktiv. Das eigene Auto wurde als Zubringer zum nächstgelegenen Bahnhof genutzt, dort stehen gelassen und die Fahrt mit dem günstigeren 9-Euro-Ticket fortgesetzt. Diese Nutzung im Sinne von Park&Ride hebt auch Verkehrsminister Wissing hervor, wenn er konstatiert, das Ticket „ermöglicht in der Fläche den einfachen Einstieg in den intermodalen Verkehr“ (vgl. Bus und Bahn 2023). Ob ein ähnlicher Effekt mit dem 49-Euro-Ticket zu erzielen ist, kann eher bezweifelt werden, da zu den Unterhaltskosten des eigenen Pkw dann pro Jahr fast 600 Euro zusätzlich für das ÖV-Ticket anfallen. Folglich ist damit zu rechnen, dass das Deutschlandticket eine deutlich geringere Nachfrage erzeugen wird als das 9-Euro-Ticket. Dabei muss jedoch einschrän-

kend berücksichtigt werden, dass das 49-Euro-Ticket auch als Jobticket fungieren kann und die Kosten sich deutlich reduzieren oder sogar vollständig vom Arbeitgeber übernommen werden, wodurch wiederum positive Nachfrageeffekte zu erwarten sind.

Voraussichtlich wird es bei diesem Preis eher für die regelmäßigen ÖV-Nutzerinnen und -Nutzer in Betracht kommen als für Gelegenheits- oder sogar Neukundinnen und -kunden. Zudem werden die Menschen im ländlichen Raum mit dem höheren Ticketpreis schlechter gestellt, da dort, wo größere zeitliche und räumliche ÖV-Bedienlücken bestehen, diese häufig durch das eigene Auto als Verkehrsmittel für die erste und letzte Meile gefüllt werden. Die Kosten für den eigenen Pkw fallen also mit dem höheren Preis für das 49-Euro-Ticket zusammen, wodurch die intermodale Kombination von Auto und ÖV an Attraktivität verliert.

**Abb. 9: Verteilung Angaben „guter Preis“ und „zu teuer“ für ein Nachfolgeticket**

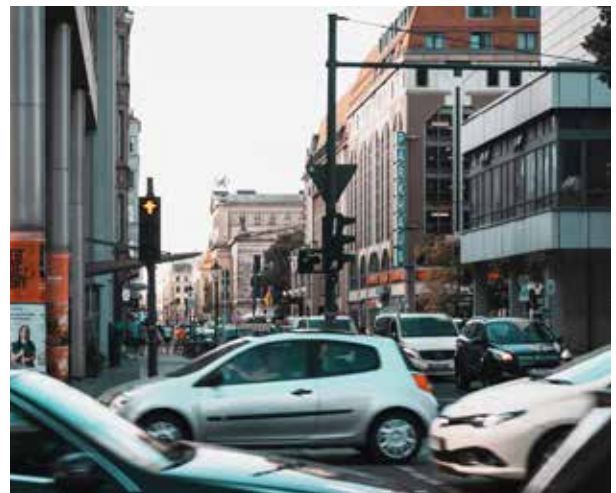
Angaben in Prozent





# 89%

der Befragten mit 9-Euro-Ticket gefiel, dass sie sich keine Gedanken mehr zu Fahrschein oder eine falsche Fahrkarte machen mussten.



## Die Entwicklung der Mobilität nach dem Ende des 9-Euro-Tickets

Das 9-Euro-Ticket hat in den Monaten Juni bis August 2022 für eine rege ÖPNV-Nutzung gesorgt und sogar so manche dazu motiviert, den ÖPNV nach langer Zeit mal wieder eine Chance zu geben. Obwohl das Ticket hauptsächlich als eine kurzfristige finanzielle Entlastung konzipiert war, erhoffte sich die Fachwelt, dass auch nach Ablauf des Gültigkeitszeitraums mehr Menschen ihre Mobilitätsentscheidungen zugunsten des ÖPNVs fällen würden. Ob das Ticket diesen nachhaltigen Effekt hat, wird im Folgenden in der Modal Split-Analyse von Hessen dargestellt. Dazu werden die Werte des Modal Splits aus der Welle vom Herbst 2022 mit den Werten aus den Jahren 2021, 2020 und 2017 verglichen. Zudem wird kurz auf Unterschiede in der Verkehrsmittelnutzung zwischen Stadt und Land sowie zwischen den Altersgruppen eingegangen. Anschließend werden die Werte für Hessen denen auf Bundesebene gegenübergestellt.

### ENTWICKLUNG DES MODAL SPLITS IN HESSEN

Im Herbst 2020 ließ sich in Hessen im Kontext der zweiten Corona-Welle eine Verschiebung vom ÖV auf den motorisierten Individualverkehr (MIV) sowie auf Fuß- und Fahrradverkehr beobachten. Diese war im relativen Verhältnis nur leicht ausgeprägt, stellte aber für den ÖV aufgrund des insgesamt deutlich gesunkenen Verkehrsaufkommens und den dadurch ausbleibenden Fahrgelderlösen eine große Herausforderung dar. Entsprechend wurde bereits im Sommer 2020 ein ÖPNV-Rettungsschirm mit einem Gesamtumfang von 2,5 Mrd. Euro aufgesetzt. Hessen erhielt davon einen Anteil von 181 Mio. Euro. Im zweiten Jahr der Pandemie zeigte sich eine leichte Trendumkehr und der MIV verlor insgesamt deutliche acht Prozentpunkte beim Wege-Modal Split. Der ÖV konnte von diesen Rückgängen profitieren. Sein Anteil lag zwar noch unter dem Referenzwert der MiD 2017, aber die in 2020 gemessenen Rückgänge von fast

50 Prozent am Modal Split-Anteil konnten bis zum Herbst 2021 in großen Teilen wieder ausgeglichen werden. Dabei konnte auch eine deutliche Erholung des Fahrradverkehrs beobachtet werden, dessen Anteil zu Beginn der Pandemie sich ebenfalls verringert hat. Im Herbst 2021 lag der Modal Split-Anteil bereits über dem MiD-Referenzwert von 2017. Die größten Zugewinne verzeichnete aber der Fußverkehr, der im Herbst 2022 gegenüber der MiD 2017 um fünf Prozentpunkte zulegen konnte. Hinter dieser Entwicklung kann eine verstärkte Nahraumorientierung als Folge der Corona-Zeit vermutet werden, die mit der Zunahme der Arbeit im Homeoffice im Zusammenhang steht.

Der Vergleich der aktuellen Erhebungswelle vom Herbst 2022 mit der dritten Erhebungswelle von einem Jahr zuvor zeigt nun einen weiteren Rückgang des MIV am Modal Split, der für Fahrende und Mitfahrende zusammen unter 50 Prozent gesunken ist und sich dabei gegenüber der MiD 2017 um acht Prozentpunkte verringert hat. Folglich wird in Hessen inzwischen jeder zweite Weg ohne Auto zurückgelegt. Der ÖV hat davon profitiert und die Modal Split-Rückgänge, die während der Pandemie zu beobachten waren, inzwischen vollständig überwunden. Sein Modal Split-Anteil ist mit 13 Prozent auf dem gleichen Niveau wie vor der Pandemie und gleichauf mit dem Ergebnis der MiD 2017. Gegenüber dem Vorjahr hat er dabei drei Prozentpunkte hinzugewonnen. Die Anteile im Fahrrad- und Fußverkehr sind nahezu konstant und liegen zusammen bei 38 Prozent, dem gleichen Wert wie im Herbst 2021. Gegenüber der MiD 2017 ist eine Zunahme von sieben Prozentpunkten zu verzeichnen (vgl. Abbildung 10).

Bei einer differenzierten Betrachtung der Modal Split-Entwicklung nach städtischen und ländlichen Regionen zeigt sich, dass der MIV-Anteil vor allem im ländlichen Raum zurückgeht (vgl. Abbildung 11). Der Modal Split-Anteil des MIV verringert sich um zehn Prozentpunkte auf 58 Prozent. In den städtischen Regionen lässt sich eine Verschiebung

zwischen MIV-Fahrenden und MIV-Mitfahrenden beobachten, wobei die aufsummierten Anteile des MIV mit 44 Prozent konstant bleiben. Der ÖV konnte auf dem Land deutlich zulegen und seine Anteile von vier auf acht Prozent verdoppeln. Auch in städtischen Regionen konnte der ÖV leichte Zugewinne verzeichnen und seinen Modal Split-Anteil um zwei Prozentpunkte auf 16 Prozent steigern.

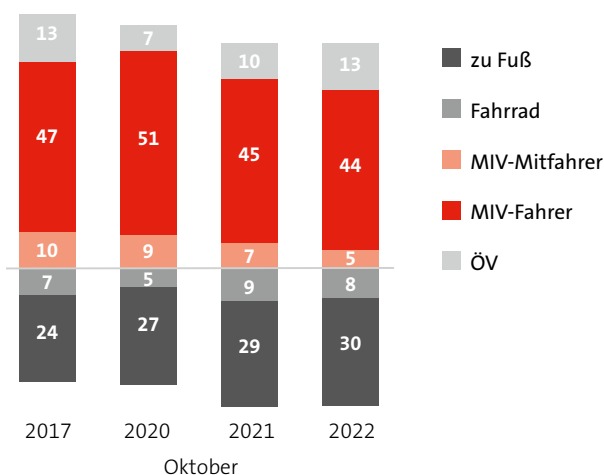
Die Anteile an Fuß- und Fahrradwegen in städtischen Regionen sind konstant. Fußwege verlieren zwei Prozentpunkte, verbleiben aber mit 29 Prozent Modal Split-Anteil auf einem hohen Niveau. Der Radverkehr zeigt in städtischen Regionen keine Veränderung und liegt wie im Vorjahr bei elf Prozent. In ländlichen Regionen ist eine höhere Dynamik zu beobachten. Während der Fahrradanteil mit zwei Prozentpunkten leicht rückläufig ist, steigt der Fußverkehrsanteil deutlich an und erhöht sich um acht Prozentpunkte auf 31 Prozent. Die Modal Split-Verschiebungen gegenüber dem

Vorjahr lassen sich somit vor allem im ländlichen Raum verorten.

Wird der Modal Split entlang von Altersgruppen betrachtet, dann zeigt mit Blick auf den MIV, dass die Rückgänge vor allem bei den jüngeren Befragten zu verzeichnen sind (vgl. Abbildung 12). Hier sinkt der Modal Split-Anteil gegenüber dem Vorjahr um 19 Prozentpunkte ungewöhnlich deutlich. Entlang der Altersgruppen ist dabei eine stete Zunahme der Modal Split-Anteile für MIV-Fahrerinnen und -Fahrer gegenüber dem Vorjahr zu erkennen. In der Altersgruppe von 30- bis 49-Jahren sinkt er noch leicht um zwei Prozentpunkte, bei den 50- bis 64-Jährigen wächst der Anteil bereits um zwei Prozentpunkte und in der höchsten Altersgruppe der über 64-Jährigen lässt sich ein Anstieg um neun Prozentpunkte erkennen. Der MIV-Mitfahrenden-Anteil sinkt bzw. stagniert dagegen in allen Altersgruppen.

**Abb. 10: Modal Split in Hessen im Oktober/November 2017, 2020, 2021 und 2022**

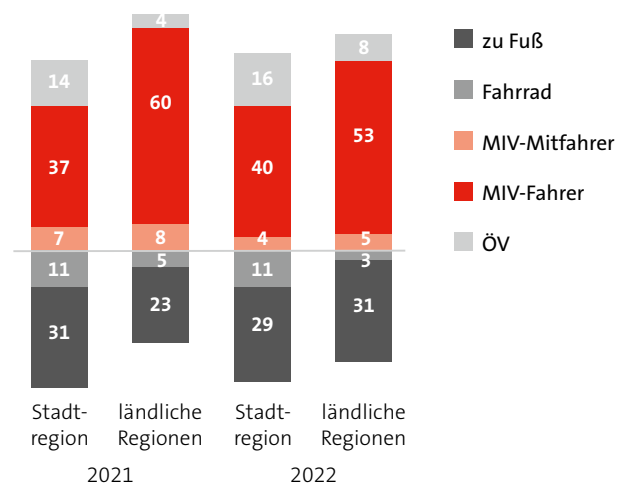
Wege, Angaben in Prozent



Datenbasis: MOBICOR Hessen im Oktober und November 2022, Oktober 2021 und Oktober 2020 sowie MiD 2017 im Oktober für Personen ab 16 Jahren

**Abb. 11: Modal Split in Hessen im Oktober/November 2021 und 2022 nach städtischen und ländlichen Regionen differenziert.**

Wege, Angaben in Prozent



Datengrundlage: infas 2022: Telefonische Adhoc-Zufallsstichprobe im Dual-Frame-Verfahren ab August. Monatlich ca. 100 Personen ab 18 Jahren, Angaben in Prozent. Fehlerspielraum +/- zwei Prozent.



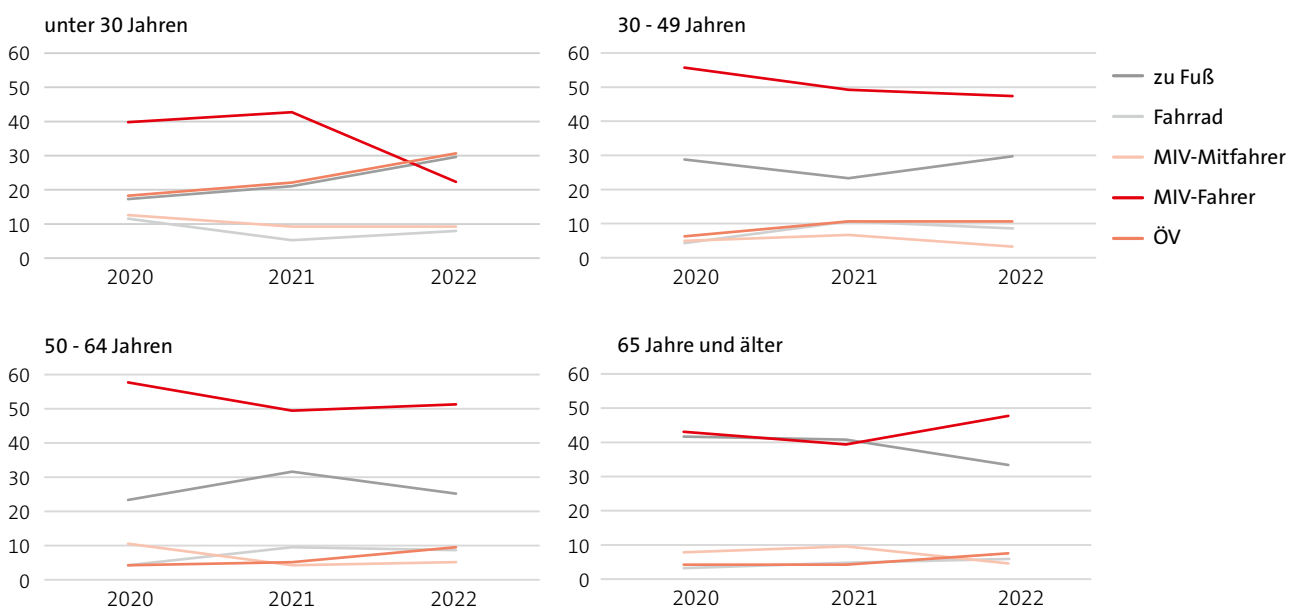
Die ÖV-Nutzung steigt in der Altersgruppe der unter 30-Jährigen deutlich um neun Prozentpunkte auf einen Modal Split-Anteil von nun 31 Prozent. In der Gruppe der 30- bis 49-Jährigen stagniert er auf niedrigen zwölf Prozent. In den höheren Altersgruppen konnte der ÖV seine Modal-Split-Anteil auf niedrigem Niveau verdoppeln: von fünf auf zehn Prozent bei den 50- bis 64-Jährigen und von vier auf acht Prozent bei den über 64-Jährigen.

Fußwege-Anteil am Modal Split haben sich über alle Befragten hinweg nur wenig verändert, zeigen aber zwischen den Altersgruppen eine hohe Dynamik. Während bei den jüngeren Altersgruppen die Fußwegeanteile deutlich zunehmen – neun Prozentpunkte bei den unter 30-Jährigen, sieben Prozentpunkte bei den 30- bis 49-Jährigen – zeigen sich bei den höheren Altersgruppen deutliche Rückgänge um sieben bzw. acht Prozentpunkte. Der Fahrrad-Anteil ist über alle Altersgruppen hinweg konstant nur zeigt bei der jüngsten

Altersgruppe einen leichten Anstieg von drei Prozentpunkten.

Im Vergleich zu den Entwicklungen der Modal Split-Anteile über alle Befragten hinweg offenbart sich bei der genaueren Differenzierung nach Altersgruppen eine größere Dynamik, die teilweise gegenläufig ist und sich dadurch bei der Betrachtung über alle Befragten hinweg aufhebt. Dies gilt insbesondere für Fußwege, deren Modal Split-Anteile in den jüngeren Altersgruppen deutlich zunehmen. Dies überrascht, da diese Gruppen im Vergleich zum Vorjahr wieder vermehrt zu Präsenzarbeit zurückgekehrt sind, wodurch die oben erwähnte Nahraumorientierung als Erklärung für diesen Anstieg, zumindest in den jüngeren Altersgruppen, entfällt. Auffällig ist zudem der nahezu gleichverlaufende Anstieg der Modal Split-Anteile von Fußwegen und dem ÖV in der Gruppe der unter 30-Jährigen. Zu vermuten ist, dass durch eine Rückkehr in den ÖV auch mehr Fußwege erzeugt

**Abb. 12: Modal Split in Hessen im Oktober/November 2021 und 2022 nach Altersgruppen differenziert**  
Wege, Angaben in Prozent



werden. Für die Altersgruppe der 30- bis 49-Jährigen kann diese Erklärung allerdings nicht herangezogen werden.

Eine weitere gegenläufige Dynamik zeigt sich bei den MIV-Anteilen am Modal Split, die bei den jüngeren Gruppen fallen und bei den älteren Gruppen ansteigen. Während für die jüngere Altersgruppe die Rückkehr in den ÖV für diese Entwicklung verantwortlich scheint, ist es bei den älteren (berufstätigen) Gruppen vermutlich die Rückkehr zur Präsenzarbeit, die jedoch auf einem geringen Niveau stattfindet. Der Anteil der Berufstätigen in der Gruppe der über 65-Jährigen ist sehr gering, hier scheint der Anstieg des Freizeitverkehrs für die Zunahme der MIV-Anteile am Modal Split verantwortlich zu sein.

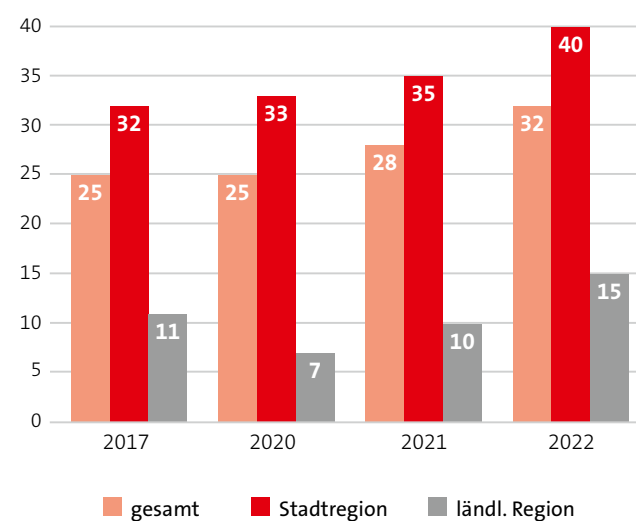
### GEWÖHNLICHE NUTZUNG DES ÖPNV IN HESSEN

Die Entwicklung des Modal Split in Hessen zeigt, dass das 9-Euro-Ticket dabei geholfen hat, die in der Pandemie verlorenen Fahrgäste zurückzugewinnen und die Nutzung des ÖV auf das Vor-Corona-Niveau zu heben. Da die Stichtagserhebung, auf die der Modal Split basiert, das tagesaktuelle Verhalten erfasst, wird an dieser Stelle der Blick auf die gewöhnliche Verkehrsmittelnutzung gerichtet, die einen längeren Zeitraum abbildet und weniger anfällig für Ausreißer oder untypischen Verhalten ist. Anhand der gewöhnlichen Verkehrsmittelnutzung soll hier analysiert werden, ob ein Anstieg der generellen ÖV-Nutzung gegenüber dem Vorjahr zu erkennen ist. Die Einschätzung der gewöhnlichen Verkehrsmittelnutzung findet rückblickend statt und umfasst einen längeren Zeitraum, wodurch auch die Sommermonate mit einbezogen werden, in denen der Einfluss der Corona-Pandemie in beiden Vergleichsjahren geringer war. Dadurch tritt die Wirkung des 9-Euro-Tickets auf die ÖV-Nutzung deutlicher hervor und der Einfluss der Corona-Pandemie auf das Verhalten wird gering gehalten. In Abbildung 13 ist die mindestens wö-

chentliche Nutzung des „ÖV in der Region“ dargestellt, einmal für das gesamte Bundesland Hessen und zudem differenziert nach Stadt und Land (vgl. Abbildung 13).

Es lässt sich ein deutlicher Anstieg der ÖV-Nutzung innerhalb der letzten zwei Jahre erkennen. Im Oktober 2022 geben 32 Prozent der Befragten an, den ÖV in der Region mindestens einmal pro Woche zu nutzen. Das sind vier Prozentpunkte mehr als im Vorjahr und sieben Prozentpunkte mehr als im Herbst 2020. Weiter ist der Abbildung zu entnehmen, dass dieser Anstieg gleichermaßen in städtischen und ländlichen Regionen stattfindet, wobei relativ gesehen der Anteil in ländlichen Regionen deutlich stärker ansteigt und sich gegenüber dem Herbst 2020 verdoppelt hat. Gegenüber dem Vorjahr ist die mindestens wöchentliche ÖV-Nutzung um 50 Prozent gestiegen. Wie die Analysen zum 9-Euro-Ticket gezeigt haben, konnte auch in ländlichen Regionen eine große Nachfrage festgestellt werden. Der starke Anstieg der gewöhnlichen ÖV-

**Abb. 13: Gewöhnliche Verkehrsmittelnutzung „ÖV in der Region“, Angaben „mindestens wöchentlich“**  
Wege, Angaben in Prozent



Datenbasis: MOBICOR Hessen im Oktober und November 2022, Oktober 2021 und Oktober 2020 sowie MiD 2017 (gesamt) für Personen ab 16 Jahren.

Nutzung im ländlichen Raum unterstützt ebenfalls die These, dass mit dem 9-Euro-Ticket eine Nachfragesteigerung für den ÖV erzeugt wurde, die über den Gültigkeitszeitraum hinausreicht.

51 Prozent der Personen, die das 9-Euro-Ticket gekauft haben, nutzen den ÖV mindestens wöchentlich. Dieser Anteil beträgt bei den Menschen, die das 9-Euro-Ticket nicht gekauft haben, nur bei 18 Prozent. Der deutliche Anstieg der ÖV-Nutzung lässt sich auf das Ende der Pandemie und dem Wegfall der Corona-Schutzmaßnahmen zurückführen. Insbesondere die deutliche Zunahme der ÖV-Nutzung im ländlichen Raum deutet aber darauf hin, dass das 9-Euro-Ticket bei dieser Erholung einen großen Beitrag geleistet hat, um Kundinnen und Kunden, die sich während der Pandemie vom ÖV abgewandt haben, zurückzugewinnen bzw. neue Nutzer und Nutzerinnen an den ÖV heranzuführen.

### KENNTNIS DES ÖV-ANGEBOTS UNTER DEN BEFRAGTEN

Wie bereits oben gezeigt, stellt die Entlastung der ÖV-Nutzer und -Nutzerinnen von der Tarifkenntnis einen wichtigen Erfolgsfaktor des 9-Euro-Tickets dar. Dieses Ergebnis verdeutlicht, wie anspruchsvoll die Nutzung des öffentlichen Verkehrs ist. Voraussetzung für eine problemlose Nutzung ist die Kenntnis des Liniennetzes, der Bedienzeiten und auch der jeweiligen Tarife. Wie gut dieses Wissen vorhanden ist, wurde durch eine Selbsteinschätzung erhoben, bei der die Befragten im Schulnotensystem angeben sollten, wie gut sie die ÖV-Angebote kennen.

Über alle Befragten hinweg wird die Kenntnis der ÖV-Angebote durchschnittlich mit „befriedigend“ bewertet bzw. mit 3,1. Dabei besteht ein deutlicher Unterschied zwischen Stadtregionen, in denen die befragten Personen sich den Wert 2,8 geben und den ländlichen Regionen mit dem Wert 3,5. Das schlechtere Ergebnis der Befragten im ländlichen



Raum ist dabei auf die im Vergleich zu städtischen Regionen geringere ÖV-Nutzung zurückzuführen. Wenn der ÖV gar nicht oder nur wenig genutzt wird, entfällt auch der Bedarf sich Kenntnisse über die bestehenden ÖV-Angebote anzueignen. Doch auch unter den Befragten in Metropolen oder unter den unter 30-Jährigen, die gewöhnlich eine überdurchschnittlich hohe ÖV-Nutzung aufweisen, erhält die ÖV-Kenntnis in der Selbsteinschätzung nur die Note 2,5, also ein „gut“ bis „befriedigend“. Ein Drittel der Befragten bewertet die eigene ÖV-Kenntnis mit der Note 4,0 oder schlechter. Auf dem Land ist es sogar knapp die Hälfte der Befragten, die sich nur ein „ausreichend“ gibt.

Eine schlechte Kenntnis der ÖPNV-Angebote stellt einen Hinderungsgrund für die Nutzung dar, unabhängig davon, ob diese Selbsteinschätzung tatsächlich zutrifft. Wird gleichzeitig die Bedienqualität des ÖV als schlecht wahrgenommen, entstehen schwer überwindbare Zugangshürden zum ÖV. Um ein besseres Bild dieser Einschätzung der ÖV-Bedienqualität zu erhalten, wurden die Personen, die den ÖV eher selten nutzen (ÖPNV-Gelegenheitsnutzer), um eine Bewertung der Hinderungsgründe gebeten. Über die Hälfte der Befragten nennen dabei schlechte Verbindungen als Grund für die geringe Nutzung des ÖPNV-Angebots. In ländlichen Regionen werden schlechte Verbindungen mit 62 Prozent deutlich häufiger als Hinderungsgrund benannt als unter den Befragten in Stadtregionen mit knapp 50 Prozent. In der Bewertung folgen mit 40 Prozent Nennungen „zu lange Reisezeiten“ sowie „zu hohe Preise“ mit 39 Prozent. Stadt-Land-Unterschiede zeigen sich bei

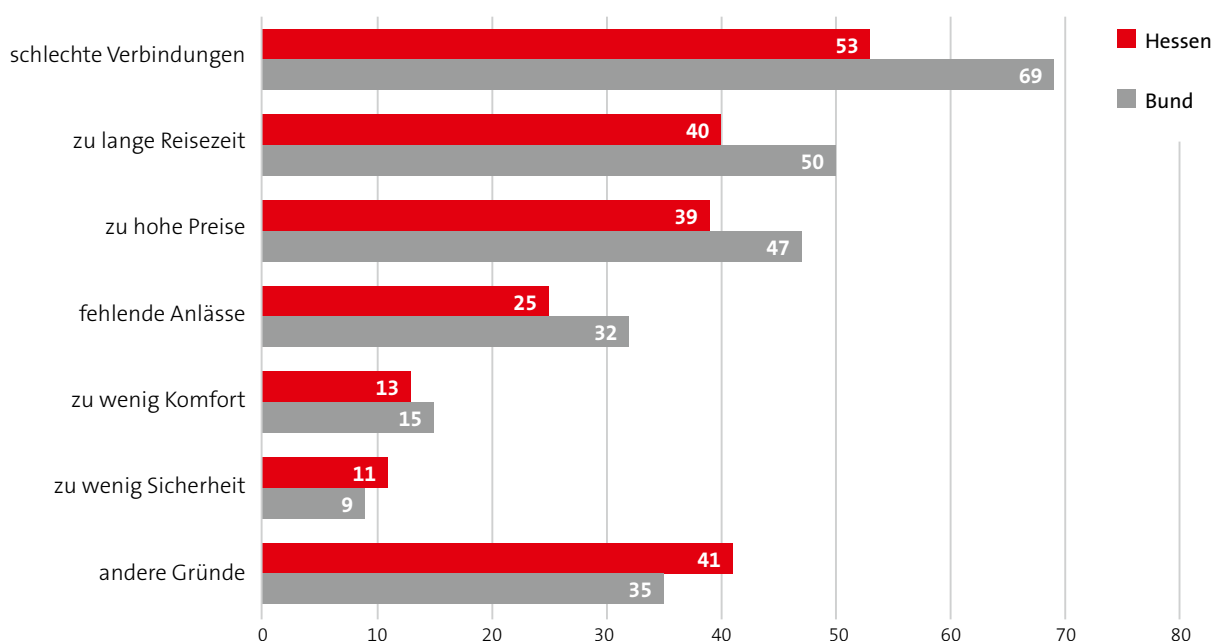
diesen Items weniger ausgeprägt. Weitere Faktoren, wie fehlender Komfort oder fehlende Anlässe, spielen nur eine geringe Rolle bei den Gründen der ÖPNV-Vermeidung (vgl. Abbildung 14).

Im Vergleich zu den Bewertungen der Bedienqualität auf Bundesebene fallen die Ergebnisse in Hessen deutlich besser aus. In der bundesweiten Befragung nennen rund sieben von zehn Befragten (69 Prozent) die schlechten Verbindungen und die Hälfte die zu langen Reisezeiten bzw. die zu hohen Preise (47 Prozent) als Hinderungsgrund der ÖV-Nutzung. Das Stadt-Land-Gefälle findet sich ebenfalls in der bundesweiten Befragung. Mangelnder Komfort oder die fehlende Sicherheit stellen, wie in Hessen, nur eine geringe Nutzungshürde dar.

Die kritische Bewertung der ÖPNV-Bedienqualität, insbesondere im Hinblick auf das Linienangebot, zeigt sich – ähnlich wie bei den ÖPNV-Gelegen-

#### Abb. 14: Nutzungshemmnisse im ÖPNV

Angaben in Prozent, Mehrfachnennung möglich



heitsnutzern – auch bei einer Betrachtung über alle Befragten hinweg, allerdings nicht ganz so deutlich ausgeprägt. So stimmen 55 Prozent der Befragten der Aussage zu, sie können mit dem ÖPNV alltägliche Ziele gut erreichen. Damit geben aber auch umgekehrt rund 44 Prozent der Befragten an, dies nicht zu tun und bestätigen damit die eher kritisch bewertete Verbindungsqualität im ÖPNV. In ländlichen Regionen steigt dieser Anteil auf 63 Prozent an. Unter den Käuferinnen und Käufern des 9-Euro-Tickets finden sich besonders hohe Zustimmungswerte zum ÖV-Angebot. So stimmen 75 Prozent der Aussage zu, alltägliche Ziele gut mit dem ÖPNV erreichen zu können. Bei den autolosen Haushalten liegt dieser Wert sogar bei 88 Prozent. Mit steigender Anzahl an Autos im Haushalt fallen die Zustimmungswerte deutlich ab. Sind drei oder mehr Autos im Haushalt verfügbar, stimmen nur noch 22 Prozent der Aussage zu, die alltäglichen Ziele gut mit dem ÖPNV erreichen zu können.

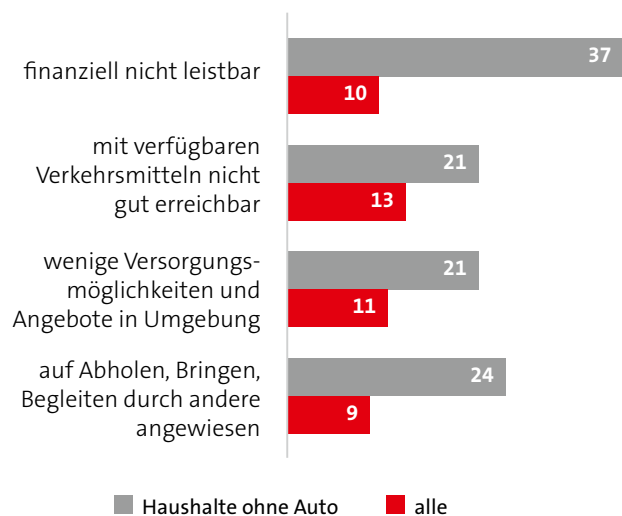
## GRÜNDE FÜR MOBILITÄTSVERZICHT

Wenn ein gutes ÖPNV-Angebot besteht, dann scheint keine Notwendigkeit für ein Auto im Haushalt zu bestehen, so ließe sich das oben dargestellte Ergebnis interpretieren. Dabei kann vermutet werden, dass Personen ohne Auto häufig dort hinfahren, wo ein gutes ÖPNV-Angebot besteht. Ein gutes ÖPNV-Angebot scheint somit eine wichtige Voraussetzung für den Verzicht auf ein Auto im Haushalt zu sein. Allerdings ist dabei anzumerken, dass nur 16 Prozent der Befragten in städtischen Regionen und neun Prozent der Befragten in ländlichen Regionen angeben, dass ihr Haushalt nicht über ein Auto verfügt. Der geringe Anteil autoloser Haushalte und der Umstand, dass autolose Haushalte anscheinend häufig dort wohnen, wo eine gute ÖPNV-Anbindung besteht, führt dazu, dass nur 21 Prozent der Haushalte ohne Auto mindestens einmal pro Woche auf Wege verzichten, da die Ziele mit den verfügbaren Verkehrsmitteln nicht gut zu erreichen sind. Über alle Befragten hinweg sind es 13 Prozent (vgl. Abbildung 15).

Wird gefragt, wie oft auf Wege verzichtet wird, da diese finanziell nicht leistbar sind, dann steigt der Anteil der Befragten aus autolosen Haushalten deutlich auf 37 Prozent an, die mindestens wöchentlich ihre Mobilität in dieser Form einschränken. Es sind also vor allem finanzielle Gründe, die zum Mobilitätsverzicht und damit zum Verzicht auf gesellschaftliche Partizipation führen und weniger die Ausgestaltung des ÖPNV-Angebots. Damit kommt dem 9-Euro-Ticket eine besondere Rolle bei der Ermöglichung gesellschaftlicher Teilhabe zu. 62 Prozent der Befragten aus autolosen Haushalten geben an, dass sie durch das 9-Euro-Ticket Dinge unternehmen konnten, die sie sich sonst nicht hätten leisten können. Hier stellt sich die Frage, ob das 49 Euro-Ticket in gleichem Umfang in der Lage ist, zur gesellschaftlichen Teilhabe beizutragen oder ob der höhere Preis des Deutschlandtickets genau die Personen ausschließt, die am meisten davon profitieren würden.

**Abb. 15: Gründe für Wegeverzicht, Angaben mindestens wöchentlich**

Angaben in Prozent



Eine ausführliche Diskussion dazu, ob die Fokussierung des 49-Euro-Tickets als klimapolitische Maßnahme das soziale Potenzial, also einer Förderung gesellschaftlicher Teilhabe, ungenutzt lässt, kann an dieser Stelle nicht geführt werden. Doch angesichts der geplanten Einführung des „Hessenpass“ (s. ebenso weiter oben), bei dem explizit auf die Teilhabeermöglichung verwiesen wird, kann durchaus kritisch angemerkt werden, dass die Notwendigkeit eines ergänzenden Tickets zur Verbesserung der Teilhabemöglichkeit als eine Reaktion auf die Versäumnisse des Deutschland-Tickets gewertet werden kann, bei dem dieses Ziel, zumindest über den Preis, nicht umgesetzt wird. Wünschenswert wäre ein deutschlandweites Ticket, das sowohl die umweltpolitische als auch die sozialpolitische Dimension gleichermaßen adressiert.

Insgesamt scheint sich aber das eher schlechte Image des ÖV, das sich während der Corona-Pandemie gezeigt hat, zu verbessern. 61 Prozent der Befragten geben an, den ÖV gerne zu nutzen. In städtischen Regionen ist es mit 66 Prozent erwartungsgemäß ein größerer Anteil als in ländlichen Regionen mit 52 Prozent. Mit Blick auf die Haushalte ohne Auto sind es 88 Prozent, die dieser Aussage zustimmen. Dabei handelt es sich nicht nur um Haushalte, die freiwillig auf das Auto verzichten und über eine ausgeprägte ÖPNV-Affinität verfügen, sondern auch, wie oben gezeigt, über Befragte, die aus finanziellen Gründen keine Alternative zur ÖPNV-Nutzung haben. Auch unter den jüngeren Befragten, die häufig zu den sogenannten Captives, also Zwangskunden, gezählt werden, ist die Zustimmung mit 83 Prozent überdurchschnittlich hoch. Und über alle Altersgruppen hinweg stimmen über die Hälfte der Befragten der Aussage zu, gerne mit dem ÖPNV zu fahren.

Im Ergebnis zeigt sich, dass mit dem 9-Euro-Ticket viele positive Entwicklungen für den ÖPNV verbunden sind. Die hohen Fahrgastverluste der Corona-Pandemie sind Vergangenheit und der Modal Split-Anteil ist auf das Niveau der MiD 2017 zurück-

gekehrt. Das günstige Angebot hat dem ÖV zudem neue Fahrgäste gebracht bzw. Fahrgäste, die nach langer Zeit wieder einmal das Angebot von Bus und Bahn genutzt haben. Auch wenn insbesondere ÖV-ferne Befragte, die den ÖV selten nutzen, die Bedienqualität für verbesserungsbedürftig einschätzen, ist die Zufriedenheit mit dem Angebot recht hoch und zwar nicht nur unter den wahlfreien Personen, sondern auch unter denjenigen, denen keine Alternative zum ÖV zur Verfügung steht. Anscheinend haben selbst die Erfahrungen von überfüllten Zügen und vollen Bahnsteigen, die während des Gültigkeitszeitraums des 9-Euro-Tickets gemacht wurden, keinen dauerhaften negativen Einfluss auf das Image ausgeübt. Vielmehr hat die einfache Nutzung des 9-Euro-Tickets dazu geführt, dass der ÖPNV an Zustimmung gewonnen hat. Um weiterhin davon zu profitieren, erscheint die zeitnahe Einführung eines Nachfolgeangebots sinnvoll.



## Allgemeine Mobilitätskennziffern

Kontaktverbote, Homeoffice-Pflicht, Versammlungsverbote – im Herbst 2022 sind fast alle coronabedingten Einschränkungen aufgehoben worden. Im Herbst 2022 bestand im ÖV, sowohl in Hessen als auch im Fernverkehr, noch Maskenpflicht. Viele gesellschaftliche Bereiche, wie etwa Besuche von Restaurants, Bars, Sportveranstaltungen, Ausstellungen etc. sind wieder ohne jegliche Impf- oder Testnachweise und oft ohne Maske möglich. Von Normalität mag jedoch niemand sprechen, denn die gestiegenen Verbraucherpreise stellen viele Menschen vor neue Herausforderungen, die auch mit einem Verzicht auf Mobilität einhergehen, wie zuvor gezeigt. Welche Auswirkungen diese Einflüsse auf die Mobilität im Herbst 2022 hatten, wird im Folgenden diskutiert. Dazu werden allgemeine Mobilitätskennziffern von Oktober 2022 mit den Kennziffern 2021 und 2020 sowie mit den Daten der MiD 2017 – jeweils für den Monat Oktober – verglichen.

## ALLGEMEINE MOBILITÄTSKENNZIFFERN FÜR HESSEN

Die Erholung der Mobilität nach der Corona-Pandemie zeigt sich nicht in den in Abbildung 16 aufgeführten allgemeinen Mobilitätskennziffern, die gegenüber dem Vorjahr rückläufig sind. So sinkt die Mobilitätsquote auf 81 Prozent und liegt damit in der Mitte zwischen der MiD 2017 und den deutlichen Einschnitten im Herbst 2020. Die Wege pro Tag sind deutlich zurückgegangen und bewegen sich eher auf dem Niveau von 2020. Im Vergleich zur MiD 2017 werden 0,7 Wege pro Tag weniger unternommen. Ebenso deutlich ist der Rückgang der Tageskilometer, die nur wenig über dem Niveau von 2020 liegen und sich gegenüber dem Vorjahr um 18 Kilometer verringert haben. Das wirkt sich auch auf die Wegelängen aus, die mit 11,3 Kilometer genau auf das Niveau von 2020 zurückgegangen sind. Schließlich sinkt auch die Unterwegszeit pro Tag, allerdings weniger deutlich als die zuvor genannten Kennziffern. Dadurch sinkt auch die durchschnittliche Geschwindigkeit auf 21,7 km/h, dem geringsten Wert der hier verglichenen Erhebungen (vgl. Abbildung 16).

**Abb. 16: Allgemeine Mobilitätskennziffern von 2017, 2020, 2021 und 2022 (jeweils Oktober), alle Personen**

	2017	2020	2021	2022
Unterwegsquote	85 %	75 %	87 %	81 %
Wege pro Tag	3,2	2,4	2,9	2,5
Kilometer pro Tag	44 km	27 km	46 km	28,2 km
Kilometer pro Tag (Median)	14 km	8 km	16 km	10 km
Durchschnittliche Wegelänge	13,8 km	11,3 km	15,9 km	11,3 km
Unterwegszeit pro Tag in Minuten	94 min	61 min	90 min	77,9 min
Durchschnittliche Geschwindigkeit (km/h)	28,1	26,6	26	29

Diese Entwicklung überrascht zunächst einmal, da mit dem Ende der Pandemie, der positiven Wirkung des 9-Euro-Tickets und dem Rückgang der Arbeit im Homeoffice (s. nächstes Kapitel) ein weiterer Anstieg der Mobilitätskennziffern zu erwarten gewesen wäre. Es lassen sich dazu einige Gründe anführen, die diese Entwicklung dennoch plausibel erscheinen lassen.

Die vorliegenden Befragungsdaten zeigen einen leichten Abfall in der Mobilitätsquote im Vergleich zum Vorjahr. So ist die Mobilitätsquote von 87 Prozent im Vorjahr auf 81 Prozent gefallen. Die durchschnittliche Wegeanzahl reduziert sich dementsprechend von durchschnittlich 2,9 auf 2,5 Wege pro Person und Tag. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass die vorliegenden Daten nur eine Momentaufnahme der Mobilität der befragten Personen zu den Stichtagen sind. So wurden 2021 in Hessen für 76 Berichtstage Wege erfasst. Von diesen Berichtstagen handelte es sich bei 72 Prozent um Werktagen (Montag bis Freitag). 2022 wurde an 59 Stichtagen befragt, von denen 69 Prozent Werktagen waren. Die prozentual geringere Erfassung von Werktagen hat einen leichten Rückgang der Mobi-

litätsquote und auch eine geringere durchschnittliche Wegeanzahl zur Folge.

Neben dem geringeren Anteil an Arbeitstagen in der Erhebung im Herbst 2022, der nicht allein die geringere Unterwegsquote erklären kann, ist hier eine zusätzliche stichprobenbedingte Verzerrung zu vermuten, die sich zusätzlich negativ auf die Entwicklung der Mobilitätskennziffern auswirkt. Der Fehlerspielraum wird stichprobenbedingt mit zehn Prozent angenommen. Werden nur die mobilen Personen betrachtet, um den Einfluss der geringen Mobilitätsquote auszublenden, dann zeigt sich ein etwas anderes Bild (vgl. Abbildung 17). Die Anzahl der Wege pro Person erhöht sich deutlich und liegt mit 3,2 Wegen pro Tag und Person auf dem Niveau der MiD 2017. Die Tagesstrecke ist weiterhin deutlich geringer als im Vorjahr und dadurch auch die durchschnittliche Wegelänge und Geschwindigkeit. Die Unterwegszeit hingegen steigt hingegen deutlich und liegt über dem Referenzwert der MiD 2017, wobei hier ausschließlich mobile Personen mit allen Befragten verglichen werden. Trotzdem gewinnen die Werte dadurch an Plausibilität, da damit der starke Einfluss der

**Abb. 17: Allgemeine Mobilitätskennziffern für 2021 und 2022 (jeweils Oktober), nur mobile Personen**

Nur mobile Personen	2021	2022
Unterwegsquote	100 %	100 %
Wege pro Tag	3,4	3,2
Kilometer pro Tag	52,2 km	35,2 km
Kilometer pro Tag (Median)	16 km	15 km
Durchschnittliche Wegelänge	15,4 km	11 km
Unterwegszeit pro Tag in Minuten	103,1 min	97,4 min
Durchschnittliche Geschwindigkeit (km/h)	30,4	21,7



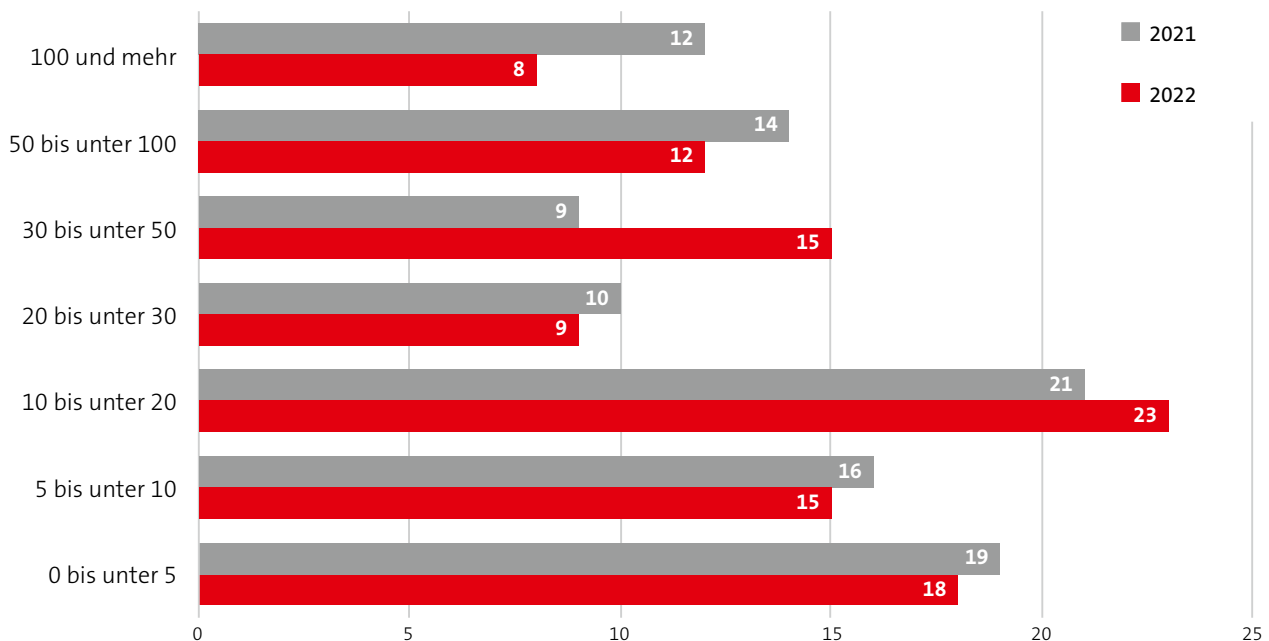
nicht mobilen Personen auf die Kennziffern deutlich wird. Mit Verweis auf die niedrige Unterwegsquote gegenüber der MiD ist auch der Einfluss des Homeoffice zu beachten.

Ein weiterer Punkt, der zu berücksichtigen ist, besteht in der Verteilung der Wegelängen im Jahr 2021. Hier zeigt sich mit 26 Prozent ein besonders hoher Anteil an Wegen ab 50 Kilometer. Im Oktober 2022 sind es dagegen nur 20 Prozent. Diese ebenfalls stichprobenbedingte Verzerrung erzeugt bei den durchschnittlichen Wegelängen und Tageskilometern hohe Werte, die in dieser Form im Herbst 2022 nicht gemessen wurden (vgl. Abbildung 18).

Die zuvor diskutierten Mobilitätskennziffern können auch durch einen Vergleich mit den parallel laufenden Erhebungen in Baden-Württemberg

und Bayern plausibilisiert werden. So lässt sich zum Beispiel für Bayern ebenfalls ein deutlicher Rückgang in der Unterwegsquote oder auch in der Anzahl der Wege feststellen. In Baden-Württemberg hingegen ist die Mobilitätsquote etwas angestiegen, dafür haben sich aber einige andere Mobilitätskennziffern deutlich verringert. Insgesamt entsteht somit der Eindruck, dass sich die Struktur der Mobilität – also welche Wege mit welchem Verkehrsmittel und welcher Entfernung zurückgelegt werden – verändert hat und Verschiebungen im Modal Split mit Veränderungen bei den jeweiligen Verkehrsmittelnutzungen zusammenfallen. Diese strukturellen Veränderungen scheinen eng mit der mobilen Arbeit (Homeoffice), den gestiegenen Energiekosten und den Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket zusammenzuhängen.

**Abb. 18: Wegekassen für 2021 und 2022**



## VERKEHRSaufKOMMEN UND WEGEZWECKE

Werden die in der Befragung erhobenen Wege auf das gesamte Verkehrsaufkommen in Hessen hochgerechnet, dann hat sich die Anzahl der Wege gegenüber dem Vorjahr etwas verringert und liegt mit rund 15 Mio. Wegen leicht unter dem Referenzwert der MiD 2017. Die Verkehrsleistung ist dabei deutlich gesunken und liegt mit rund 170 Mio. Pkm über 60 Mio. Pkm unter dem Referenzwert der MiD 2017 und rund 70 Mio. Pkm unter dem Vorjahreswert. Der Rückgang der Wegeanzahl lässt sich über alle Verkehrsmittel mit Ausnahme des ÖV aufzeigen (vgl. Abbildung 19). Diese Entwicklungen – geringe Veränderungen des Verkehrsaufkommens und ein Rückgang der Verkehrsleistung – führen zu den in Abbildung 17 aufgeführten Mobilitätskennziffern. Bei den Hochrechnungen ist zu beachten, dass in Abwägung zur Bundesstudie und auch im Vergleich zu den Erhebungen der anderen Bundesländer, die Wegeanzahl pro Tag von 2,5 auf 2,65 Wege pro Tag angehoben wurde.

Werden die Wegezwecke in den Blick genommen, dann zeigt sich zunächst ein Anstieg der Arbeits-

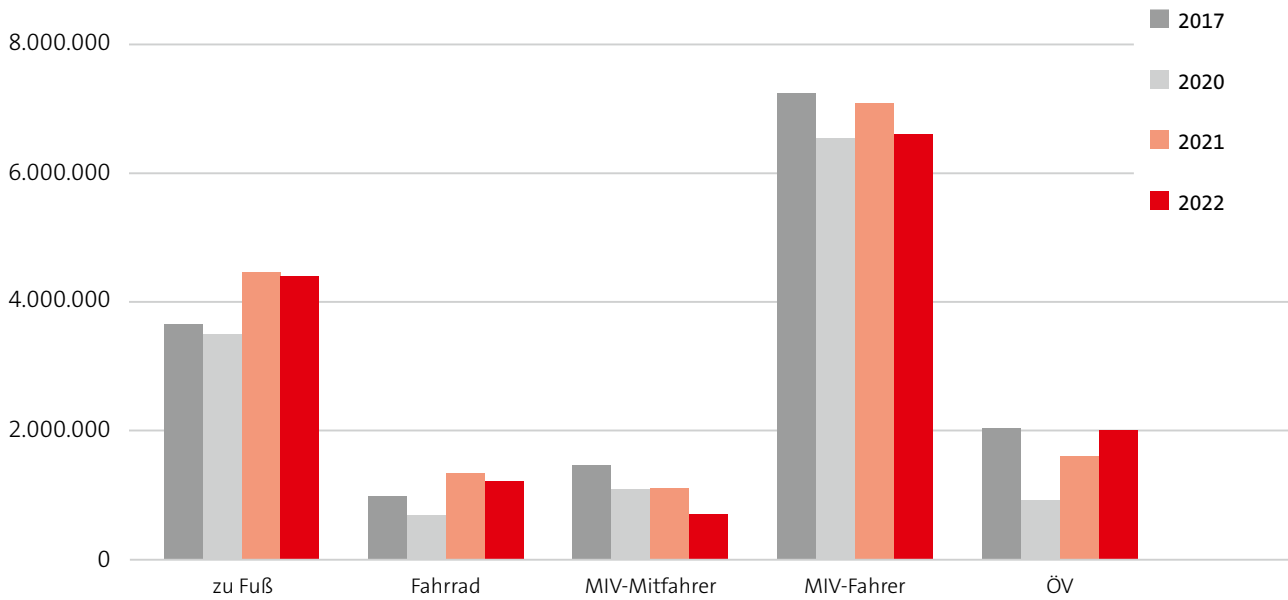
und dienstlichen Wege gegenüber dem Vorjahr. Dies scheint vor dem Hintergrund der verstärkten Rückkehr vom Homeoffice zur Präsenzarbeit plausibel. Bei den anderen Wegezwecken lassen sich mit Ausnahme der Begleitwege Rückgänge des Verkehrsaufkommens feststellen. Die Rückgänge bei Freizeit-, Einkaufs- und Erledigungswegen erscheinen einmal durch das geringere Niveau des Homeoffice bedingt, zudem kann in dieser Entwicklung ein Ausdruck der inflationsbedingten Preisanstiege gesehen werden. Freizeitaktivitäten und Konsum werden etwas eingeschränkt und führen auch zu einem Rückgang der damit verbundenen Wegezwecke (vgl. Abbildung 20). Begleitwege bleiben von dieser Entwicklung unbeeinflusst und verändern sich gegenüber dem Vorjahr kaum.

Die Verkehrsleistung ist stark rückläufig. Abbildung 21 zeigt die Entwicklung der Verkehrsleistung gesamt und differenziert entlang der fünf Hauptverkehrsmittel. Dabei kann für Fußwege und Fahrrad ein leichter Anstieg von zwölf bzw. fünf Prozent erkannt werden. Der ÖV verringert seine Verkehrsleistung leicht um vier Prozent gegenüber dem Vorjahr, liegt aber weiterhin mit 36 Mio. Personenkilo-

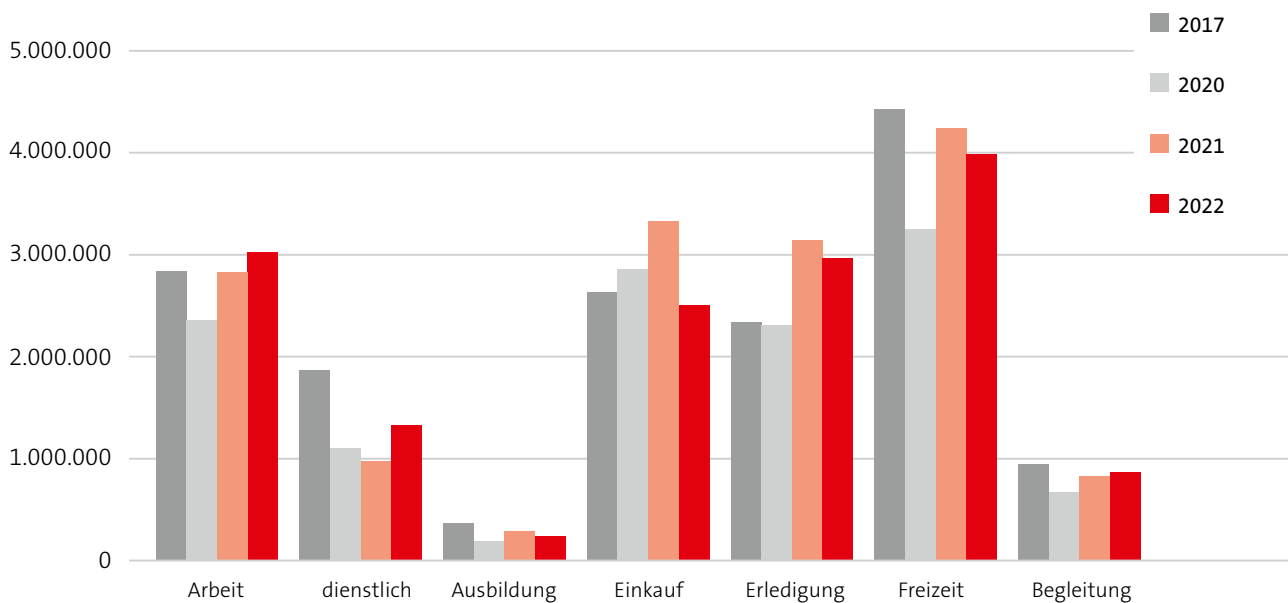


# 76%

der Befragten geben an, der Tankrabat habe nicht funktioniert, da er nicht an die Verbraucher weitergegeben wurde.

**Abb. 19: Verkehrsaufkommen (Wege) nach Verkehrsmitteln (für 2020 bis 2022 auf Basis von Oktober)**

Datenbasis: Hochrechnung auf Basis der MOBICOR-Erhebung für Hessen 2020, 2021 und 2022 für Personen ab 16 Jahren sowie Ausschnitt aus der regionalen MiD 2017. Hochrechnung in Mio. Wegen pro Tag. Werte gerundet. Stichprobenbedingt größere Fehlerspielräume in MOBICOR (+/- 10 Prozent der ausgewiesenen Werte).

**Abb. 20: Verkehrsaufkommen (Wege) nach Wegezwecken (für 2020 bis 2022 auf Basis von Oktober)**

Datenbasis: Hochrechnung auf Basis der MOBICOR-Erhebung für Hessen 2020, 2021 und 2022 für Personen ab 16 Jahren sowie Ausschnitt aus der regionalen MiD 2017. Hochrechnung in Mio. Wegen pro Tag. Werte gerundet. Stichprobenbedingt größere Fehlerspielräume in MOBICOR (+/- 10 Prozent der ausgewiesenen Werte).

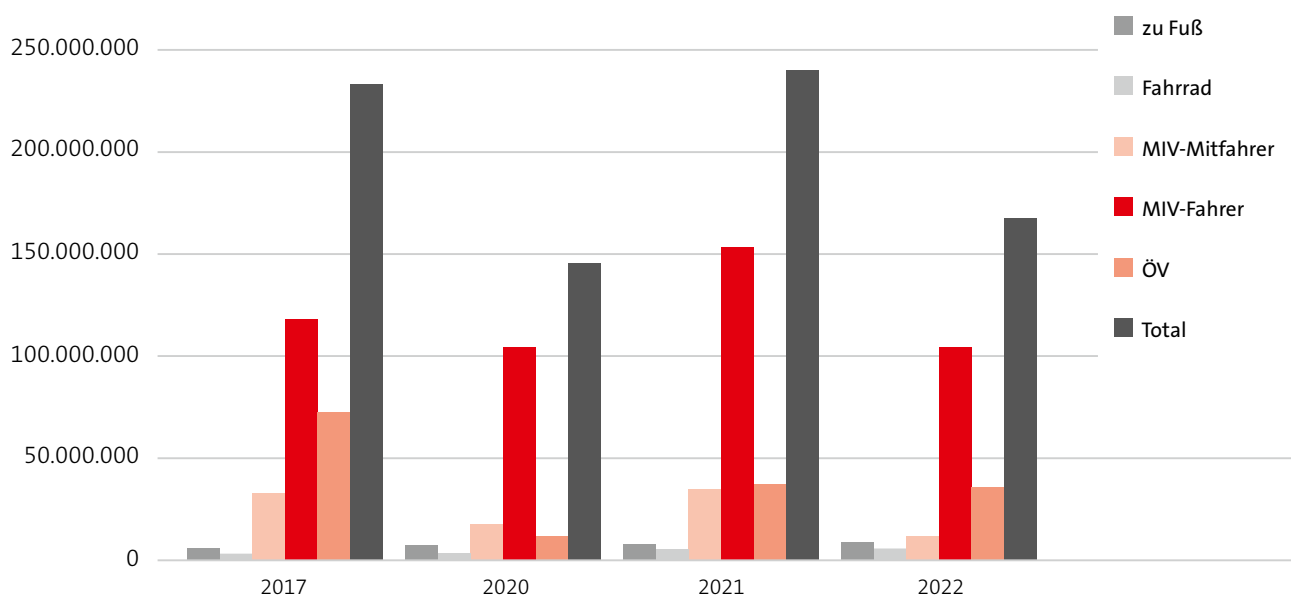
meter (Pkm) bei nur 50 Prozent des Referenzwerts der MiD 2017. Der MIV verliert, sehr deutlich bei Mitfahrern, aber auch bei den MIV-Fahrern lassen sich 50 Mio. Pkm weniger als im Vorjahr beobachten. Der Wert liegt damit auf einem vergleichbaren Niveau von Oktober 2020, der unter deutlichem Einfluss der Corona-Pandemie stand. Als Erklärung kann auf die gestiegenen Kraftstoffpreise verwiesen werden, die entweder zum Wechsel auf andere Verkehrsmittel geführt hat oder zu einer größeren Vermeidung von Fahrten mit dem eigenen Pkw.

Das Auto kann trotz der Rückgänge seine Dominanz gemessen am Modal Split der Verkehrsleistung gegenüber der MID 2017 vergrößern. Betrug der Anteil in 2017 – für MIV-Fahrer und –Mitfahrer – noch 65 Prozent am gesamten Modal Split, liegt der Anteil 2022 bei 69 Prozent. Dabei scheint sich der Besetzungsgrad zu verringern, da sich der Anteil für MIV-Mitfahrende an der Verkehrsleistung

gegenüber 2017 halbiert hat. Hoffnung für eine nachhaltige Mobilität macht der Anstieg der Verkehrsleistung des aktiven Verkehrs mit Fahrrad und Fußwegen, deren Anteil sich an der Gesamtverkehrsleistung deutlich erhöht hat, jedoch mit neun Prozent weiterhin weniger als ein Zehntel der gesamten Verkehrsleistung ausmacht. 2017 lag dieser Anteil allerdings nur bei vier Prozent.

Abbildung 22 zeigt nun die Veränderungen der Verkehrsleistung entlang der Wegezwecke. Auffällig ist der starke Rückgang bei den Freizeitwegen, deren Verkehrsleistung sich im Vergleich zum Vorjahr mehr als halbiert hat und nun bei 35 Mio. Pkm liegt. Einkaufs- und Erledigungswege erbringen zusammen eine Verkehrsleistung von rund 53 Mio. Pkm und damit 11 Mio. Pkm weniger als im Vorjahr. Arbeits- und dienstliche Wege verringern sich leicht, obwohl die Arbeit im Homeoffice eher rückläufig ist. Hier sollte zum einen auf die Schwankungs-

**Abb. 21: Verkehrsleistung nach Verkehrsmittel (für 2020 bis 2022 auf Basis von Oktober)**



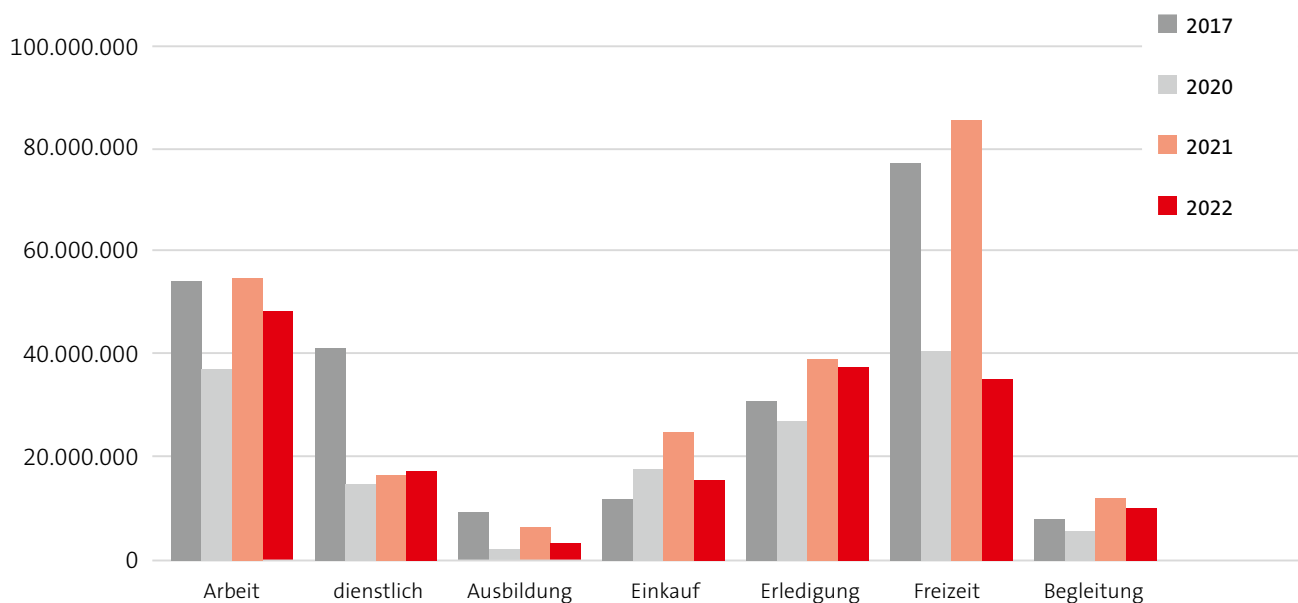
breiten der Hochrechnungen verwiesen werden. Eine inhaltliche Begründung in Verbindung mit der leicht gestiegenen Anzahl an Arbeitswegen lässt die Vermutung zu, dass lange Pendelwege weiterhin vermieden werden, z.B. durch eine Substitution mit Homeoffice-Tätigkeit, während kürzere Wege zur Arbeit, die ggf. auch mit dem Fahrrad zu absolvieren sind, zu einer verstärkten Arbeit in Präsenz führen. Dies setzt allerdings eine gewisse Wahlfreiheit unter den Berufstätigen voraus, über die Arbeit im Homeoffice oder in Präsenz selber entscheiden zu können.

Der starke Rückgang gegenüber der MiD, der sich bei dienstlichen Wegen in den Jahren 2020 und 2021 gezeigt hat, lässt sich auch im Herbst 2022 beobachten, obwohl hier ein leichter Anstieg gegenüber dem Vorjahr zu erkennen ist. Zu vermuten ist, dass eine Ursache dieser Entwicklung in der Digitalisierung von Arbeitstreffen liegt. Mit der Subs-

titution von Präsenztreffen durch Online-Meetings werden auch dienstliche Reisen ersetzt, wobei in zwischen der Wert persönlicher Treffen zu einem leichten Anstieg dienstlicher Wege führt.

Die Veränderungen der Verkehrsleistung gegenüber dem Vorjahr zeigen sich besonders deutlich beim MIV und auf Freizeitwegen. Der Modal Split innerhalb der Freizeitwege hat sich dabei nur unwesentlich verändert, der Anteil des MIV (für Fahrende und Mitfahrende) ist sogar leicht von 40 auf 42 Prozent gestiegen. Hinweise auf die Ursachen des starken Rückgangs der Freizeitwege lassen sich bei der Aufschlüsselung nach Wegelängen finden. Der Anteil an Freizeitwegen mit mehr als 20 Kilometer Länge hat sich gegenüber dem Vorjahr halbiert. Bei besonders langen Freizeitwegen von 50 oder mehr Kilometern sinkt der Anteil von acht auf zwei Prozent. Die erhobenen Freizeitwege sind also deutlich kürzer, im Durchschnitt nur noch

**Abb. 22: Verkehrsleistung nach Wegezweck (für 2020 bis 2022 auf Basis von Oktober)**



8,8 Kilometer und damit 12,4 Kilometer kürzer als im Vorjahr. Dafür kann es mehrere Gründe geben. Während vor einem Jahr noch 44 Prozent der Freizeitwege auf das Wochenende oder Feiertage als Berichtstag entfielen, sind es 2022 nur 35 Prozent. Zudem hat sich die Haushaltszusammensetzung der berichteten Freizeitwege verändert. Während im Herbst 2021 36 Prozent der Freizeitwege von Haushalten mit Kindern oder Haushalten ab 65 Jahren berichtet wurden, steigt dieser Anteil im Herbst 2022 auf 48 Prozent an. Hier liegt die Vermutung zugrunde, dass Personen mit Kindern im Haushalt oder ältere Menschen weniger rauminensive Freizeitwege unternehmen als Haushalte mit jüngeren Mitgliedern. Der Anteil von Personen unter 30 aus kinderlosen Haushalten ist entsprechend von 24 Prozent auf 15 Prozent gesunken.

Die zuvor genannten strukturellen Verschiebungen bei den befragten Personen können nur einen Teil der starken Rückgänge erklären. Hier sollten weitere Einflüsse, insbesondere die hohen Energiekosten, berücksichtigt werden, welche die Wahl der Ausflugsziele und Freizeitaktivitäten beeinflussen. Zumal der Erhebungszeitpunkt kurz nach dem Ende des 9-Euro-Tickets lag und mit dem Wegfall der Vergünstigungen wieder die normalen Preise für ÖV-Tickets anfielen. Zudem ist methodisch erneut auf die Schwankungsbreiten und die geringe Stichprobengröße im Vergleich zu MiD zu verweisen, die sensibler für Extremwerte ist. Schließlich ist zu bedenken, dass die Hochrechnung auf der Erhebung im Oktober basiert und nicht, wie bei der MiD, Stichtage für alle 365 Tage im Jahr erhoben werden. Auch daraus können sich Verzerrungen ergeben.



# 63%

der berufstätigen Personen geben an, auch in Zukunft in gleichem Umfang von zu Hause aus arbeiten zu können. Der Umfang des Homeoffice stabilisiert sich bei rund 2,5 Tagen pro Woche.

## Methodenbox

### Erläuterungen zur Hochrechnung

Die Befragungsdaten dienen als Grundlage für Hochrechnungen der Verkehrsleistung und des Verkehrsaufkommens in Hessen. Für die Berechnung der Hochrechnungsfaktoren wurden die individuellen Mobilitätsangaben mit der aktuellen Bevölkerungszahl multipliziert. Dabei wurden auf Fallebene auch Gewichtungsfaktoren berücksichtigt, die standardmäßig eingesetzt werden, um Verzerrungen einer Stichprobe in Bezug auf Auswahlwahrscheinlichkeit und demografische Zusammensetzung auszugleichen.

Die Hochrechnungen sind im zeitlichen Verlauf aufgrund der hohen Dynamik aus der Pandemie und weiteren Ereignissen deutlichen Schwankungen unterworfen, können entgegengesetzte Entwicklungen zeigen und von den Entwicklungen der Mobilitätskennziffern abweichen. Zudem erfolgen Sie auf der Basis von vergleichsweise geringen Stichprobenumfängen. Trotzdem soll nicht auf sie verzichtet werden, da sie über die relativen Ergebnisse hinaus zusätzliche Erkenntnisse zur Entwicklung des absoluten Verkehrsaufkommens sowie der Verkehrsleistung erbringen. Zur besseren Einordnung der Ergebnisse sollten deshalb folgende Erläuterungen zu den methodischen Limitationen der vorliegenden Hochrechnungen berücksichtigt werden.

Die Stichprobengröße jeder Befragungswelle ist mit rund 1.500 Befragten recht klein. Um die Verkehrsleistung und das Verkehrsaufkommen zu berechnen, sind deshalb große Hochrechnungsfaktoren erforderlich, was dazu führt, dass kleine Veränderungen in den Erhebungsdaten große Ef-

ekte zeigen können. Aufgrund der Stichprobengröße sind die Hochrechnungsergebnisse weniger robust gegenüber Einflüssen von Befragungspersonen mit extremen Werten (Ausreißern) oder kleineren Verschiebungen in der Struktur der Verteilungen insbesondere in der Personenkilometer-Hochrechnung für die Verkehrsleistung als in deutlich größeren Stichproben – vor allem, wenn diesen ein hoher Gewichtungsfaktor zugewiesen wird. Zwar wurden die Daten von Ausreißern mit sehr hohen Gewichten bereinigt, aber diese genannten Effekte lassen sich so nicht vollends verhindern.

Neben den stichprobenbedingten Effekten spielen externe Faktoren mit ein, die bei einem Vergleich über die Jahre beachtet werden müssen – so zum Beispiel Veränderungen in der Bevölkerungsgröße. Bei einem starken Bevölkerungswachstum kann die Verkehrsleistung oder das Verkehrsaufkommen deutlich ansteigen, wobei die Mobilitätskennziffern auf der individuellen Ebene stagnieren oder zurückgehen. Bei der Interpretation der Ergebnisse sollten diese Einflüsse berücksichtigt werden. Um diese Unsicherheiten und Effekte zu berücksichtigen, wird der Fehlerspielraum bei den hochgerechneten Werten mit +/- 10 Prozent bewusst sehr hoch angesetzt. Zusätzlich wurden die Ergebnisse gerundet. Auf diese Weise können trotz der Unsicherheiten Trend- und Orientierungswerte in der Zeitreihe ausgewiesen werden.

## Die Entwicklungen des Homeoffice

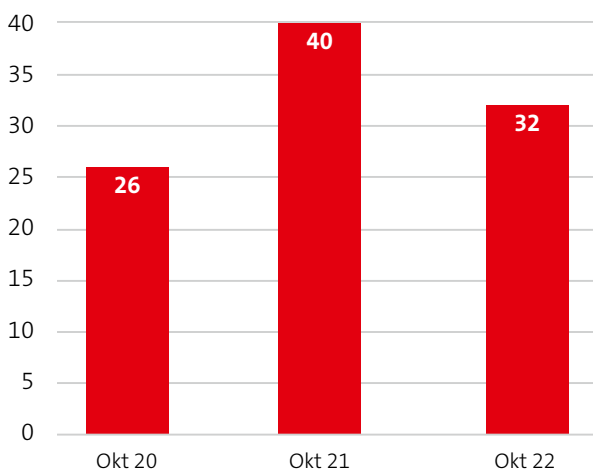
Die Arbeit im Homeoffice war im Verlauf der Pandemie ein wichtiger Beitrag zur Begrenzung der Infektionszahlen. Schnell wurde deutlich, dass die Möglichkeit zum mobilen Arbeiten die Pandemie überdauern und nicht mehr auf das Vor-Corona-Niveau zurückkehren wird. Daran schließt sich die Frage an, auf welchem Niveau sich der Homeoffice-Anteil zukünftig stabilisieren wird und welche weiteren Veränderungen damit einhergehen. Dabei ist als direkter Effekt z.B. an eine Abflachung der Verkehrsspitzen zur Rushhour zu denken, aber auch – mittel- bis langfristig – an einen Umzug ins Grüne bzw. an den Erwerb eines Eigenheims im ländlichen Raum, da die Kosten dort vergleichsweise niedrig sind und der tägliche Weg zur Arbeit durch das Homeoffice entfällt. Für die verbliebenen Arbeitswege könnten dann auch längere Fahrten in

Kauf genommen werden, wenn diese nur ein oder zwei Tagen pro Woche stattfinden. Schließlich könnte als Reaktion auf eine häufigere Arbeit von zu Hause aus auch an einen Umzug in eine größere Wohnung gedacht werden, um z.B. ein getrenntes Arbeitszimmer zur Verfügung zu haben.

Allerdings ist der Anteil der Menschen, die im Homeoffice arbeiten, leicht rückläufig. Das war angesichts der auslaufenden Pflicht zum Homeoffice zu erwarten. Im Oktober 2022 haben 32 Prozent der berufstätigen Befragten angegeben, regelmäßig an einzelnen Tagen ausschließlich von zu Hause aus zu arbeiten, wobei davon sechs Prozent angeben, nicht vollständig, aber längere Teile des Tages im Homeoffice zu verbringen. Vor einem Jahr lag dieser Anteil um acht Prozentpunkte höher bei 40 Prozent. In der Befragung im Herbst 2020 war der Homeoffice-Anteil noch deutlich geringer und lag bei 26 Prozent (vgl. Abbildung 23). Damals

**Abb. 23: Anteil der Personen, die regelmäßig an einzelnen Tagen von zu Hause aus arbeiten**

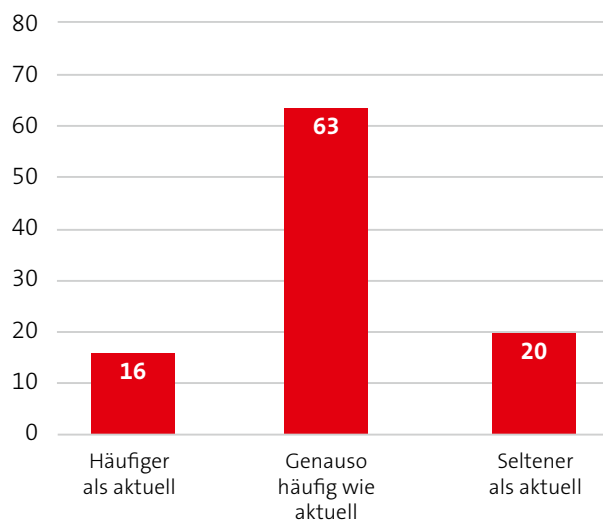
Angaben in Prozent



Datenbasis: MOBICOR Hessen im Oktober und November 2022, Oktober 2021 und Oktober 2020 für Personen ab 16 Jahren. Nur Befragte, die zum Zeitpunkt der Befragung berufstätig waren.

**Abb. 24: Veränderungen des Arbeitens von zu Hause aus in der Zukunft**

Angaben in Prozent



Datenbasis: MOBICOR Hessen im Oktober und November 2022, Oktober 2021 und Oktober 2020 für Personen ab 16 Jahren. Nur Befragte, die zum Zeitpunkt der Befragung berufstätig waren.





galten nur wenige verpflichtende Maßnahmen zur Infektionsvermeidung, der sogenannte „Lockdown light“, mit dem auf die steigenden Fallzahlen reagiert wurde, trat erst nach der Erhebung Anfang November 2020 in Kraft.

Es scheint, als ob die hohen Homeoffice-Anteile zur Zeit der höchsten Inzidenzen und Infektionszahlen im Winter und Frühjahr 2021 und 2022 der Vergangenheit angehören und sich die Anteile des mobilen Arbeitens stabilisieren und unabhängig von der Entwicklung der Corona-Pandemie fortbestehen. Dazu passt auch die Einschätzung der zukünftigen Veränderungen zum Umfang der Arbeit im Homeoffice. Etwa zwei Drittel der Befragten gehen davon aus, dass sich an der Anzahl der Tage im Homeoffice in Zukunft nichts ändern wird (vgl. Abbildung 24). 20 Prozent glauben, dass sich die Arbeit im Homeoffice weiter reduziert und sie in Zukunft weniger von zu Hause aus arbeiten. Vor einem Jahr betrug dieser Anteil noch 56 Prozent. Rückblickend zeigt sich die Richtigkeit dieser Einschätzung: Während im Oktober 2021 durchschnittlich noch 3,2 Tage pro Woche im Homeoffice gearbeitet wurde, sind es inzwischen nur noch 2,6 Tage. Dabei haben sich gewünschte Anzahl der Tage im Homeoffice mit durchschnittlich 2,1 Tage und die Zahl der tatsächlichen Homeoffice-Tage aneinander angenähert. Vor einem Jahr lag die gewünschte Anzahl bei durchschnittlich 1,7 Tagen pro Woche und damit rund 1,5 Tage niedriger als die tatsächliche Anzahl der Tage, die im Homeoffice gearbeitet wurde. Im Oktober 2022 beträgt diese Differenz nur noch 0,5

Tage. Folglich wird weiterhin mehr Zeit im Homeoffice verbracht, als von den berufstätigen Befragten gewünscht wird.

Von Beginn an hat sich bei der Arbeit im Homeoffice ein Stadt-Land-Gefälle gezeigt, das auch weiterhin fortbesteht. Aktuell geben 58 Prozent der Bewohner von Stadtregionen an, nicht im Homeoffice zu arbeiten. In ländlichen Regionen ist der Anteil mit 74 Prozent deutlich höher. Vor einem Jahr war der Unterschied mit einem Verhältnis von 78 Prozent in ländlichen Regionen und 53 Prozent in städtischen Regionen deutlich größer.

Die Struktur der Personen, die im Homeoffice arbeiten bzw. dies nicht tun, ist relativ konstant. Gerade jüngere Menschen unter 30 Jahren arbeiten im Vergleich zu den höheren Altersgruppen eher selten im Homeoffice. 70 Prozent geben an, diese Möglichkeit nicht zu nutzen, vor einem Jahr lag dieser Wert bei 69 Prozent. In den mittleren Altersgruppen liegt dieser Wert rund zehn Prozentpunkte niedriger. Ein Geschlechterunterschied lässt sich ebenfalls beobachten. Mit 71 Prozent geben Frauen deutlich häufiger an, nicht im Homeoffice zu arbeiten als Männer mit 56 Prozent. Bereits vor einem Jahr konnte ein ähnliches Verhältnis beobachtet werden. Der Anteil der weiblichen Befragten, die nicht im Homeoffice arbeiten, lag bei 68 Prozent, der Anteil der männlichen Befragten nur bei 53 Prozent. Und bereits vor zwei Jahren, als pandemiebedingt eine deutliche Zunahme der Arbeit im Homeoffice zu beobachten war, lag der Anteil

der weiblichen Befragten, die nicht im Homeoffice arbeiten mit 71 Prozent zehn Prozentpunkte über dem Anteil der männlichen Befragten.

Ob diese Differenz auf unterschiedliche Tätigkeitsbereiche zurückzuführen ist, kann nicht eindeutig geklärt werden. In den Erhebungswellen vom Herbst 2020 und 2021 wurden die berufstätigen Befragten gebeten ihre Arbeit bestimmten Tätigkeitsfeldern zuzuordnen. Diese Tätigkeitsfelder sind von einem jeweils unterschiedlichen Homeoffice-Potenzial gekennzeichnet. Im Herbst 2021 haben 20 Prozent der befragten Frauen gegenüber 15 Prozent der befragten Männer ihre Arbeit dem Tätigkeitsfeld „Bewirten, Kochen, Reinigen, Pflegen und Heilen sowie Bewachung und Schutz“ zugeordnet, das nur ein geringes Homeoffice-Potenzial aufzeigt. Das Tätigkeitsfeld „Herstellen, Prüfen oder Reparieren von Waren sowie Logistik und das Steuern von Maschinen“ verfügt ebenfalls über ein nur geringes Homeoffice-Potenzial und wird von 28 Prozent der befragten Männer, aber nur von acht Prozent der befragten Frauen benannt. Bei den anderen Tätigkeitsfeldern lassen sich nur geringe Unterschiede zwischen Männern und Frauen erkennen. Die Verortung der eigenen Arbeit nach

Tätigkeitsfeldern kann also nicht als Erklärung für den Geschlechterunterschied in den Anteilen der Homeoffice-Tätigkeit angeführt werden. Allerdings wurden in der aktuellen Erhebung vom Herbst 2022 die Tätigkeitsfelder nicht mehr abgefragt. Ob in dieser Welle größere Veränderungen der Zuordnung zu den Tätigkeitsfeldern stattgefunden haben, lässt sich somit nicht beantworten.

Geschlechterunterschiede zeigen sich auch bei der gewünschten Anzahl an Tagen im Homeoffice, die bei Männern mit 2,4 Tagen pro Woche um 0,6 Tage höher liegen als bei Frauen, die sich an durchschnittlich 1,8 Tage pro Woche die Möglichkeit zur Arbeit im Homeoffice wünschen. Diese verschiedenen Präferenzen können zu einem Gefälle bei der tatsächlichen Wahrnehmung des Homeoffice beitragen.

Ein weiterer Erklärungsansatz ergibt sich aus der Verfügbarkeit eines getrennten Arbeitszimmers, über das im Herbst 2022 77 Prozent der befragten Männer, aber nur 69 Prozent der befragten Frauen verfügen können. Ob diese Unterschiede bei den Arbeitsmöglichkeiten im Homeoffice die Spreizung bei der Wahrnehmung des Homeoffice erklären,



# 72%

der befragten Personen haben Interesse an einem dauerhaften Angebot ähnlich dem 9-Euro-Ticket. Bei den Befragten unter 30 Jahren sind es sogar 90 Prozent.

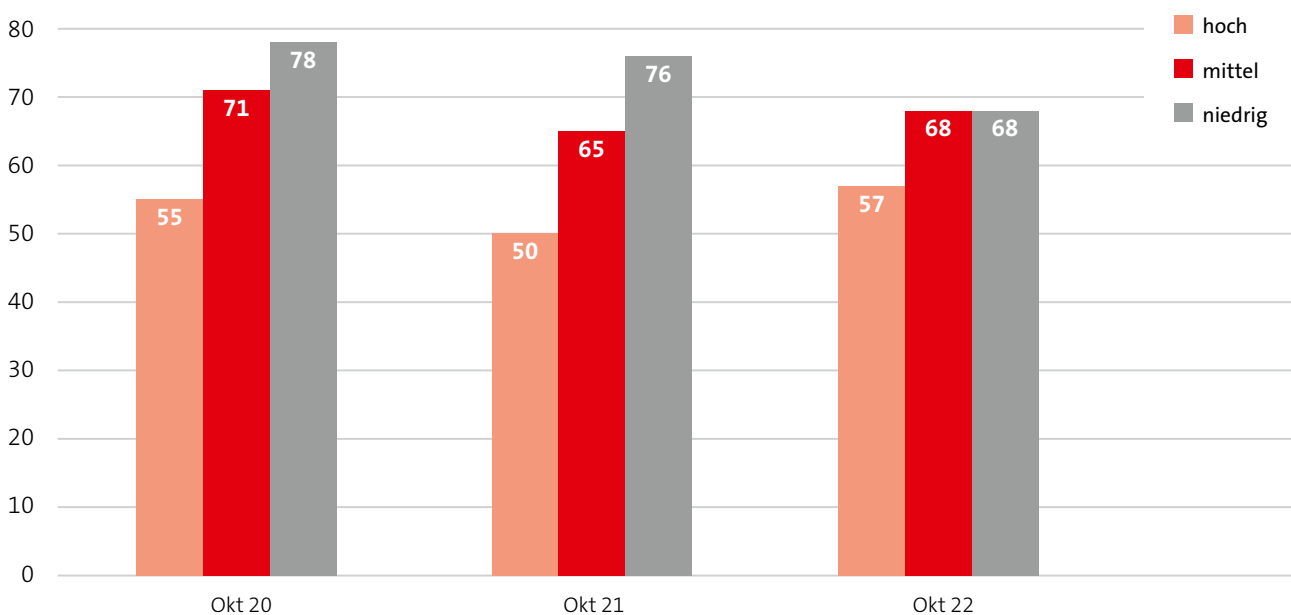
muss offen bleiben. Angenommen wird, dass die Hintergründe dieser Unterschiede komplexer sind und verschiedene Faktoren zusammenspielen. Diese können anhand der vorliegenden Daten nicht hinreichend analysiert werden.

Deutliche Unterschiede in der Wahrnehmung des Homeoffice zeigen sich zudem beim ökonomischen Haushaltsstatus der befragten Personen. Dabei gilt, dass mit höherem Einkommen der Homeoffice-Anteil steigt. Wieder mit Blick auf den Anteil der Personen, die nicht im Homeoffice arbeiten, zeigt die Abbildung 25 deren Entwicklung entlang der drei Erhebungszeiträume 2020, 2021 und 2022, jeweils für Oktober. Zu erkennen ist, dass Personen mit niedrigem Haushaltseinkommen den höchsten Anteil in Präsenzarbeit aufweisen. Im Oktober 2022 liegt dieser Anteil gleichauf mit den Anteilen von Personen mit mittlerem öko-

nomischem Haushaltsstatus. Einen deutlich geringeren Anteil an Präsenzarbeit zeigen Personen mit hohem ökonomischem Haushaltsstatus, von denen etwas mehr als die Hälfte auf die Arbeit im Homeoffice vollständig verzichtet bzw. diese Möglichkeit nicht wahrnehmen kann. Mit Verweis auf die Ergebnisse vom Vorjahr bieten die Tätigkeitsbereiche hier eine schlüssige Interpretation an. Im Herbst 2021 haben 95 Prozent der befragten Personen mit hohem ökonomischen Haushaltsstatus ihre Arbeit dem Tätigkeitsfeld „Nutzung von Internet, Mail und Computer sowie Recherchieren und Dokumentieren“ zuzuordnen, bei Personen mit niedrigem Haushaltsstatus waren es nur 67 Prozent. Dieses Tätigkeitsfeld zeichnet sich durch ein besonders hohes Homeoffice-Potenzial aus, dass von den Menschen mit hohem Haushaltsstatus zu großen Teilen in Anspruch genommen wird.

**Abb. 25: Anteil der Personen, die nicht im Homeoffice arbeiten nach ökonomischen Haushaltsstatus**

Angaben in Prozent



## Fazit

### KOMPLEXITÄT UND UNSICHERHEIT DURCH VIELZAHL DER EINFLUSSFAKTOREN

Die vierte Befragungswelle des MOBICOR-Projekts im Herbst 2022 ist in einer Zeit mit vielen Veränderungen unter dem Einfluss externen Dynamiken durchgeführt worden, die auf die Mobilität zurückwirken. Dazu zählen ein (nahes) Ende der Pandemie, trotz vieler Infektionen zum Erhebungszeitpunkt, weiterhin bestehende, aber in ihrer Anzahl doch abnehmende Homeoffice-Tage, eine durch das 9-Euro-Ticket beförderte Rückkehr in den ÖV während der Sommermonate sowie hohe Energiepreise, die sich nicht nur auf die Mobilität, sondern über die gestiegenen Verbraucherpreise auf alle Lebensbereiche auswirken. Diese Entwicklungen überlagern sich und wirken dabei verstärkend oder auch in entgegengesetzte Richtungen. Zusammen üben sie einen komplexen Einfluss auf die Mobilität aus. Das vorgestellte Bild der Mobilität ist daher als eine Momentaufnahme der Lage im Herbst 2022 zu verstehen. Die Dynamiken lassen sich bei einem Blick auf die Befragungsergebnisse nur im Vergleich zu den vorausgegangenen Erhebungen aufzeigen. Es kann dabei nur schwer prognostiziert werden, ob sich bestimmte Entwicklungen weiter fortsetzen, wie zum Beispiel die Rückkehr in den ÖV, oder ob hier eine Sättigung eintritt und die ÖV-Nutzenden, insbesondere die neuen oder nach langer Zeit zurückgekehrten, wieder in alte, autoorientierte Mobilitätsmuster zurückfallen. Hier kommt der zukünftigen Entwicklung von Energie- und Verbraucherpreisen, aber auch der Verkehrspolitik eine große Bedeutung zu.

Der Kraftstoffpreis stieg nach dem Ende des Tankrabatts wieder über die 2-Euro-Marke. Der Tankrabbatt hat – anders als von vielen Befragten wahrgenommen – durchaus einen großen Einfluss auf den Kraftstoffpreis ausgeübt. Doch dieses Hoch ab September scheint nur von kurzer Dauer. Bereits Ende des Jahres 2022 sanken die durchschnittlichen Kraftstoffpreise um 25 Cent auf 1,75

Euro – ein vergleichbares Niveau wie im Januar 2022. Das zeigt, dass aktuell Energie- und Kraftstoffpreise häufiger kurzfristigen Schwankungen ausgesetzt sind und wenig Stabilität und Verlässlichkeit besteht. Das beeinflusst sowohl Verbraucherinnen und Verbraucher, die angesichts von Unsicherheiten sparsamer werden als auch Unternehmen, die höhere Kosten auf die Preise umlegen und so zu einem Anstieg der Inflation beitragen.

Neben den volatilen Energiepreisen besteht eine weitere Unsicherheit hinsichtlich der Coronapandemie, die in Europa überwunden scheint, jedoch in China hohe Infektionszahlen verursacht. Befürchtungen, ob diese Infektionswelle wieder zurück nach Europa schwappt, z.B. in Form von Virusmutationen oder ob in China durch die hohen Infektionszahlen Lieferketten gestört werden und Produktionsausfälle verursachen, tragen weiterhin zur Verunsicherung bei und wirken zurück auf individuelle Konsumententscheidungen. Der Auto- oder Hauskauf wird hinterfragt, zumal die Zeiten des Niedrigzinses ebenfalls der Vergangenheit angehören. In dieser Situation, unter dem Einfluss vieler externer Entwicklungen, lassen sich eindeutige Trends kaum identifizieren. Das zeigen auch die vorliegenden Ergebnisse.

### DER ÖV ERHOLT SICH, DAS AUTO VERLIERT LEICHT

Hat das 9-Euro-Ticket eine Veränderung gebracht und die corona-bedingte Abwanderung vom ÖV gestoppt? Ein großer Anstieg des Modal Split-Anteils im ÖV lässt sich nach dem Ende des 9-Euro-Tickets in der bundesweiten Betrachtung zunächst nicht feststellen, allerdings mag das Ticket als vermeintliche Pull-Maßnahme nach dem Abklingen der Pandemie einige Menschen zurück in den ÖPNV geholt haben. Hier zeigen die Zahlen für Hessen ein positiveres Bild als in anderen Bundesländern. In Hessen hat der Modal Split-Anteil des ÖV im Herbst 2022 wieder das Vorkrisen-Niveau erreicht.

Die Ergebnisse rund um das 9-Euro-Ticket verdeutlichen, dass die Deutschen dem öffentlichen Verkehr gegenüber oft positiv eingestellt sind. Eine grundlegende Ablehnung stellt eher die Ausnahme dar. Diese prinzipielle Offenheit scheint ein positives Resultat aus den Erfahrungen mit dem 9-Euro-Ticket zu sein und könnte die Grundlage einer dauerhaften Stärkung des ÖVs sein. Die Fortsetzung des 9-Euro-Tickets als Deutschland-Ticket wird allerdings zu einem deutlich höheren Preis umgesetzt werden. Zudem scheint es derzeit als Gegenstand politischer Streitereien, bei denen es um die Finanzierung des ÖVs insgesamt geht. Dieses zögern erzeugt viel Unverständnis, da mit dem 9-Euro-Ticket gezeigt wurde, welches Potenzial der ÖV besitzt und welche Akzeptanz er in der Bevölkerung genießt, wenn nur an einigen Stellschrauben – Preis und Tarifdschungel – gedreht wird. Die-

ses Tauziehen, insbesondere um die Aufteilung der Mehrkosten, verspielt viel Potenzial und lässt die positiven Erfahrungen, die im letzten Sommer gesammelt werden konnten, mit der Zeit verblassen. Die Ergebnisse zeigen aber auch, dass es für dauerhaft höhere ÖPNV-Anteile neben erschwinglichen und einfach nutzbaren Tickets auch eine adäquate Infrastruktur bedarf, also einen Ausbau des Liniennangebots, um mehr Menschen die ÖV-Nutzung unabhängig vom Auto zu ermöglichen – und auch dies ist eine Kostenfrage.

Die Modal Split-Betrachtung zeigt eine Verringerung des Autoanteils am Modal Split und auch die absolute Anzahl der Wege mit dem Auto hat sich verringert. In Hessen nimmt dabei die Verkehrsleistung deutlich ab, anders als im Bundestrend. Dennoch kann festgestellt werden: Relativ verliert



das Auto, es bleibt aber weiterhin wesentlicher Teil der Mobilitätsroutinen der Deutschen, denn auch wenn einige Zahlen einen Rückgang des Autoverkehrs nahelegen, lässt der Anteil des MIV an der gesamten Verkehrsleistung seine ungebrochene Dominanz erkennen. Vor diesem Hintergrund sind die positiven Ergebnisse für den ÖV, die sich durch das 9-Euro-Ticket ergeben haben, zu relativieren; letztlich hat es wohl nicht viel mehr bewirkt, als den ÖV zurück auf das Vor-Corona-Niveau zu bewegen. Solange die Autonutzung weiterhin im bestehenden Umfang gefördert wird (Dienstwagenpauschale, Entfernungspauschale, kostenloser Parkraum etc.), kein Tempolimit auf Autobahnen umgesetzt wird und innerstädtisch Tempo-30-Zonen genehmigungspflichtige Ausnahmen bleiben, wird sich an der Dominanz des MIV wenig ändern. Dazu ist es zu perfekt auf die alltäglichen (Mobilitäts-)Bedürfnisse der Nutzerinnen und Nutzer ausgerichtet.

Die Anzahl der Wege ist auf Bundesebene und in den beiden anderen MOBICOR-Ländern Bayern und Baden-Württemberg im Vergleich zum letzten Herbst deutlich angestiegen. In Hessen ist sie leicht rückläufig. Dabei hat der Anteil an Arbeits- und dienstlichen Wegen deutlich zugenommen. Dies ist auf einen Rückgang an der Arbeit im Homeoffice zurückzuführen. Gleichzeitig ist aber die erbrachte Verkehrsleistung gesunken, was auf einen Rückgang der Entfernungen pro Weg zurückzuführen ist. Weiter sind bei einem Vergleich der gesamten Verkehrsleistung wie auch des Verkehrsaufkommens Veränderungen in der Bevölkerungszahl zu beachten, die den Hochrechnungen zugrunde liegen (siehe auch Methodenkasten).

Einen Ausblick auf die Entwicklung im Verkehr oder für den ÖV zu treffen, ist angesichts der vielfältigen Einflüsse und Entwicklungen, wie oben dargestellt, von Unsicherheit geprägt. Das 49-Euro-Ticket wird kommen, das scheint gewiss. Offen bleibt jedoch, ob es in der Akzeptanz an das 9-Euro-Ticket anschließen kann, da der vergleichsweise hohe

Preis nicht für alle ehemaligen 9-Euro-Käufer attraktiv ist. Wenn gleichzeitig der Kraftstoffpreis weiter sinkt, werden weitere Menschen vom Kauf eines 49-Euro-Tickets absehen und wieder vermehrt das Auto nutzen. Hessen geht hier mit dem Hessenpass für 31 Euro einen Schritt weiter und berücksichtigt neben umweltpolitischen auch sozialpolitische Anforderungen, wie die gesellschaftliche Teilhabe, die über einen günstigen Zugang zu Mobilitätsangeboten verbessert werden kann.

Das Fahrrad hat in den letzten Jahren Anteile am Modal Split hinzugewonnen, auch wenn im Vergleich zum Jahr 2021 die Anzahl der Wege leicht rückläufig ist. Trotzdem ist das Verkehrsaufkommen an Fahrradwegen gestiegen. Hier sind auch für die Zukunft eher inkrementelle Veränderungen zu erwarten. Einem weiteren Wachstum stehen viele Vorbehalte entgegen, die sich in den Themen Sicherheit und Infrastruktur zeigen. Fahrradwege, die plötzlich im Nichts enden und in den Autoverkehr münden, sind dabei das bekannteste, aber nicht das einzige Beispiel für den Bedarf, der hier besteht.

Eine Rückkehr zur Normalität zeigt sich nur in Ansätzen, z.B. im öffentlichen Verkehr, doch insgesamt überlagern sich vielfältige Einflussfaktoren und erzeugen ein komplexes und leicht verworrenes Bild mit viel Spielraum für Interpretationen. Um Entwicklungsrichtungen und Dynamiken auch in Zukunft besser zu erfassen, ist eine kontinuierliche Beobachtung der Mobilität unter Berücksichtigung externer Datenquellen empfehlenswert, um damit neue Trends und wichtige Entwicklungen frühzeitig identifizieren und bewerten zu können. Sollte im Mai 2023 das 49-Euro-Ticket starten, wird sich das auf die Mobilitätskennziffern und den Modal Split auswirken. Ebenso eine Entspannung am Energiemarkt durch den Ausbau von Flüssiggas-terminals und das Ende der Heizperiode, mit möglicherweise sinkenden Kraftstoffpreisen. Daran schließt die Frage an, wie sich diese Entwicklungen zueinander verhalten werden.

## Literatur

BMDV – Bundesministerium für Digitales und Verkehr (2021): Regionalstatistische Raumtypologie (RegioStaR). [URL: <https://bmdv.bund.de/SharedDocs/DE/Artikel/G/regionalstatistische-raumtypologie.html>; Zugriff: 21.12.2022]

Bus und Bahn (2023): AMP: Bundeshoffnung auf ein gutes Miteinander mit den Ländern. [URL: <https://www.busundbahn.de/nachrichten/politik-recht/detail/news/amp-bundeshoffnung-auf-ein-gutes-miteinander-mit-den-laendern.html>; Zugriff: 16.01.2023]

hessen.de (2023): Hessenpass mobil. Neues Flatrate-Ticket für Geringverdienende geplant. Pressemitteilung des Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Energie, Verkehr und Wohnen vom 16.01.2023 [URL: <https://hessen.de/presse/neues-flatrate-ticket-fuer-geringverdienende-geplant>; Zugriff: 06.02.2023]

Van Westendorp, P. (1976): NSS-Price Sensitivity Meter (PSM) – A new approach to study consumer perception of price. Proceedings of the ESOMAR Congress.

VDV – Verband Deutscher Verkehrsunternehmen (2022): Bilanz zum 9-Euro-Ticket. Beitrag vom 29. August 2022. [URL: <https://www.vdv.de/bilanz-9-euro-ticket.aspx>; Zugriff: 16.01.2023]



---

## **Kontakt**

### **Marc Schelewsky**

Senior-Projektleiter

infas Institut für angewandte

Sozialwissenschaft GmbH

Tel. +49 (0)228 3822-952

E-Mail: [m.schelewsky@infas.de](mailto:m.schelewsky@infas.de)

### **Robert Follmer**

Bereichsleiter Verkehrs- und Regionalforschung,

infas Institut für angewandte

Sozialwissenschaft GmbH

Tel. +49 (0)228 3822-419

Mobil: +49 (0)171 587 55 83

E-Mail: [r.follmer@infas.de](mailto:r.follmer@infas.de)