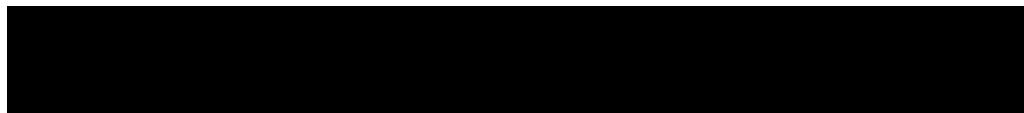


28. Juli 2025

Stärkung des Absatzerfolgs des Deutschlandtickets zur Reduzierung des Risikos für den Haushalt des Bundes



die die neue Bundesregierung tragenden Parteien haben sich in ihrem Koalitionsvertrag zur dauerhaften Etablierung des Deutschlandtickets bekannt. Der Bund geht damit u. a. die Verpflichtung ein, jährlich 1,5 Mrd. EUR aus dem Bundeshaushalt für dieses Angebot des ÖPNV als Anteil des Bundes aufzubringen. Die gleiche Summe tragen die Bundesländer gemeinsam zur Finanzierung der sog. Ausgleichszahlungen bei.

13,5 bis 14,5 Millionen Kundinnen und Kunden kaufen monatlich seit Einführung im Mai 2023 das Deutschlandticket. Öffentliche Diskussionen um die Existenz des Tickets wie 2024 sind in den monatlichen Verkäufen jedoch negativ erkennbar. Deshalb ist auch die aktuelle Unklarheit über die weitere Finanzierung des Tickets für den Absatzerfolg nicht gut. Um den Anteil der Finanzierung aus Bundesmitteln nicht erhöhen zu müssen und vielleicht sogar mittelfristig abschmelzen zu können, bedarf es aber eines dauerhaften Absatzerfolges auf hohem Niveau.

Dazu gehört auf der Angebotsseite vor allem die Variante Jobticket, die aktuell ohne Veränderung der entsprechenden Vorschriften zum Deutschlandticket durch Bund und Länder am 31.12.2025 endet, sowie die Angleichung des vorhandenen Deutschlandtickets für Studierende für Auszubildende. Daran arbeiten aktuell Bund und Länder, die dazu zunächst aber die Grundsätze der Finanzierung ab 2026 klären müssen.

Um den Anteil der Finanzierung aus Bundesmitteln außerdem nicht erhöhen zu müssen, bedarf es einer starken Kampagne als Werbung für das Deutschlandticket. Das BMDV der Vorgänger-Regierung hat eine solche Kampagne mit uns zusammen zunächst gestartet und unerwartet und plötzlich 2024 eingestellt.

Verband Deutscher
Verkehrsunternehmen e. V.

Hauptgeschäftsstelle
Kamekestraße 37-39
50672 Köln
T 0221 57979-0

info@vdv.de
www.vdv.de

Sitz des Vereins ist Köln
AG Köln VR 4097

Lobbyregister-Nr. bei Bundestag und
Bundesregierung: R001242

EU-Transparenzregister
50254292140-86

USt.-IdNr. DE 814379852

Haltestellen
Stadtbahn bis Friesenplatz,
Regionalzüge bis
Bahnhof Köln West

Wir stehen für eine erneute Zusammenarbeit stellvertretend für unsere rund 700 Mitgliedsunternehmen mit dem Bund zur Verfügung.

Wir schlagen nun vor, dass aus der Mitte des Parlaments, aus den die neue Bundesregierung tragenden Fraktionen von CDU/CSU und SPD, der Vorschlag zu einer solchen absatzfördernden Kampagne für das Deutschlandticket bundesweit kommt. Die Finanzierung dieser Kampagne, die, um wirksam zu sein, mindestens rund 5 Mio. EUR Budget ausweisen sollte, könnte aus den Finanzmitteln des Klima- und Transformationsfonds kommen. Dieser Idee liegt folgende Überlegung zu Grunde:

Der Verwendungszweck dieser Mittel ist in § 2 des Klima- und Transformationsgesetzes (KTFG) festgelegt. Allgemein umfasst dies Maßnahmen, die zur Erreichung der Klimaschutzziele nach dem Klimaschutzgesetz des Bundes dienen. Insbesondere sind das Maßnahmen, welche die Transformation Deutschlands zu einer nachhaltigen und klimaneutralen Volkswirtschaft vorantreiben. Das Klimaschutzziel nach dem Bundes-Klimaschutzgesetz umfasst die Senkung der Emissionen im Vergleich zu 1990 bis zum Jahr 2030 mindestens 65 % und bis zum Jahr 2040 um mindestens 88 %. Damit können mit dem KTF nur solche Maßnahmen gefördert werden, die zur Senkung der THG-Emissionen beitragen.

Dies ist durch das Deutschlandticket nachweislich der Fall. Im Rahmen einer seit Einführung des Tickets in 2023 vorgenommenen Evaluierung ist auch seine CO2-Wirkung untersucht worden. Es ist dabei deutlich geworden, dass

- 104 Tausend Tonnen CO2 pro Monat in 2023 eingespart wurden,
- 2024 monatlich durchschnittlich 15 % mehr CO2 eingespart wurden als in 2023,
- zwei Drittel der CO2-Ersparnis in 2024 von Bartarif-Umsteigern und Neu-Kundinnen und -Kunden realisiert wurden,
- durch mehr Pkw-Verlagerung und längere Fahrten bislang 2025 monatlich rund 9 % mehr CO2 eingespart wurden als im Durchschnitt 2024.

Andere Untersuchungen gehen sogar von noch höheren CO2-Einsparungen aus.

Das Deutschlandticket ist eine Errungenschaft für unsere Kundinnen und Kunden. Bislang nutzen dieses aber vor allem bereits zuvor den ÖPNV nutzende Kundinnen und Kunden. Mit der vorgeschlagenen bundesweiten Kampagne können wir vor allem neue Kundinnen und Kunden für den ÖPNV gewinnen.

