

Medieninformation

Ein Jahr Deutschlandticket: Jeder Zweite bleibt auf Auto angewiesen

Repräsentative Umfrage von LeasingMarkt.de: Für jeden Zweiten ist D-Ticket der richtige Weg / Zwei Drittel sehen durch Bahnstreiks Attraktivität des Tickets geschwächt / Jeder Zehnte verkauft Auto und fährt mit Bus und Bahn / Jeder Vierte würde mit den Subventionen lieber Straßen ausbauen / Zwei von Drei sehen keinen Raum für Preiserhöhungen

Düsseldorf, 25. April 2024. Am 1. Mai feiert das Deutschlandticket (D-Ticket) seinen ersten Geburtstag. Grund genug für LeasingMarkt.de, Deutschlands größten Online-Leasingmarkt, Bilanz zu ziehen: Hat das 49-Euro-Ticket seine Erwartungen erfüllt und mehr Menschen für Fahrten mit Bus und Bahn begeistert? Oder ist die Bezuschussung des Tickets eher schlecht investiertes Geld? Um das herauszufinden, hat LeasingMarkt.de gemeinsam mit Innofact eine bevölkerungsrepräsentative Umfrage unter 1.000 Teilnehmern durchgeführt. Das Ergebnis: Fast jeder Zweite sieht in der Einführung des Tickets den richtigen Weg, um den Umstieg vom Auto auf die Öffentlichen zu beschleunigen. Auf der anderen Seite ist das Ticket für ebenso viele ungeeignet – sie bleiben auf das Auto angewiesen. Für knapp zwei Drittel stellt das Ticket allein aufgrund der vielen Bahnstreiks keine Alternative dar. Immerhin: Jeder Zehnte hat aufgrund des D-Tickets sein Auto verkauft und ist komplett auf Bus und Bahn umgestiegen. Und zwei Drittel der Deutschen erteilen Plänen eine Absage, das Ticket teurer machen zu wollen.

LeasingMarkt.de hat mit seiner Umfrage sowohl die Auswirkungen des D-Tickets auf die persönliche Lage der Deutschen abgefragt als auch die generelle Einstellung der Bevölkerung zum Ticket. Mit Blick auf die persönliche Lage stufen 53 Prozent das Ticket als ungeeignet ein, da sie weiterhin auf das eigene Auto angewiesen seien. Ihnen hat das D-Ticket also nichts gebracht. Auf der anderen Seite hat sich für 22 Prozent der Deutschen durch das Ticket durchaus einiges geändert: Sie lassen das eigene Auto seit der Einführung öfter auch mal stehen und nutzen stattdessen öffentliche Verkehrsmittel. Für 59 Prozent der Verkehrsteilnehmer kommt es allerdings nicht in Frage, auch nur gelegentlich auf das eigene Fahrzeug zugunsten von Bus und Bahn zu verzichten. Ganz anders sieht das jeder zehnte Befragte (10 Prozent): Sie geben an, jetzt sogar komplett auf das Auto zu verzichten und haben das eigene Fahrzeug aufgrund des D-Tickets sogar verkauft. Somit hätte das Ticket jedes zehnte Auto aus dem Verkehr genommen – und sollte damit auf jeden Fall einen positiven Beitrag zur Klimawende eingebracht haben.

Trotz Bahnstreiks: Jeder Zweite sieht das D-Ticket auf dem richtigen Weg

Bei der allgemeinen Bewertung des D-Tickets zeigt sich zuallererst ein gewisser Unmut aufgrund der Zuverlässigkeit der Bahn. So stimmen mit 63 Prozent fast zwei von drei Befragten der Aussage zu, dass das Ticket schon wegen der vielen Bahnstreiks keine echte Alternative zum Auto sei. Eine der zentralen Fragen der Studie war diese: Ist das Deutschlandticket der richtige Weg, um den Umstieg vom Auto auf öffentliche Verkehrsmittel zu beschleunigen? Hier ist es jeder zweite Deutsche (49 Prozent), der den Daumen hebt und der These zustimmt. Auf der anderen Seite sind es lediglich 18 Prozent, die der Aussage explizit nicht zustimmen. Das Deutschlandticket, so scheint es, erhält zu seinem Geburtstag zumindest verhaltene Zustimmung.

Medieninformation

Zu teuer, sagen die einen, zu billig, sagen die anderen

Da passt es ins Bild, dass mit 34 Prozent gut jeder Dritte das Ticket im Prinzip für die richtige Idee hält, es aber mit 49 Euro als zu teuer bewertet. 14 Prozent argumentieren dagegen und wären sogar bereit, mehr Geld für das Ticket ausgeben. 13 Prozent sehen in den aus ihrer Sicht zu niedrigen Preisen sogar die Verkehrswende in Gefahr. Die Bahn müsse dringend mehr Geld in den Ausbau der Schienen stecken. Und der Weg, um höhere Einnahmen zu generieren, seien eben höhere Ticketpreise. Der Verkehrsminister sollte dennoch zweimal überlegen, bevor er jetzt an der Preisschraube dreht. Denn einen höheren Preispunkt würde das D-Ticket laut LeasingMarkt.de-Umfrage wohl kaum verkraften. So geben 62 Prozent der Befragten an, keinesfalls mehr Geld für das Ticket ausgeben zu wollen als die veranschlagten 49 Euro.

Jeder Vierte sähe die Subventionen im Straßenbau besser aufgehoben

Doch nicht alle halten die staatlichen Subventionen für das D-Ticket für den richtigen Weg. So sind 26 Prozent der Deutschen der Ansicht, der Staat solle das Geld stattdessen besser in den Ausbau der hiesigen Straßen investieren. Und 12 Prozent der Befragten scheinen immer noch dem Wegfall des Umweltbonus für E-Autos nachzutrauern: Aus ihrer Sicht wären die Subventionen bei der Förderung von E-Autos deutlich besser aufgehoben.

Jüngere und Ärmere sehen D-Ticket positiver als Ältere und Reichere

Bei der näheren Analyse zeigt sich, dass das D-Ticket seinen stärksten Zuspruch bei den jüngeren Umfrageteilnehmern findet. Ältere, aber auch einkommensstärkere Gruppen stehen dem Ticket im Vergleich kritischer gegenüber. So stimmen 58 Prozent in der Kohorte der 18- bis 29-Jährigen der These zu, dass das Deutschlandticket der richtige Weg sei, um den Umstieg vom Auto auf öffentliche Verkehrsmittel zu beschleunigen. Anders in der Gruppe der über 50-Jährigen: Hier stellen sich nur 45 Prozent hinter diese Aussage. Schaut man sich das Abstimmungsverhalten bei den Geringverdienern mit einem monatlichen Haushaltsnettoeinkommen von unter 1.500 Euro an, so unterstützen hier sogar 61 Prozent die Aussage, das D-Ticket sei der richtige Weg, um den Umstieg auf Bus und Bahn zu fördern. Lebt ein Umfrageteilnehmer hingegen in einem Haushalt, der über 3.800 Euro im Monat verfügt, sinken seine Zustimmungswerte zu dieser These auf nur noch 46 Prozent.

Unter 30-Jährige waren laut LeasingMarkt.de-Umfrage auch eher bereit, das eigene Auto zu verkaufen (18 Prozent) als über 50-Jährige (6 Prozent). Der Aussage, dass sich das Deutschlandticket nicht mit dem eigenen Lebensstil vereinbaren lässt und man daher auf das Auto angewiesen sei, stimmen 64 Prozent der Wohlhabenden zu, während nur 36 Prozent der Personen mit geringen Einkommen diese Ansicht teilen.

Methodik zur Umfrage und Auswertung

Um festzustellen, ob die Deutschen zum Einjährigen des D-Tickets die Sektkorken knallen lassen oder die Hände über dem Kopf zusammenschlagen, hat LeasingMarkt.de den Studienteilnehmern zehn Aussagen vorgelegt. Die Aussagen formulieren zum Teil allgemeine Thesen zum D-Ticket, andere nehmen auch Bezug auf die konkrete Lebenssituation der Befragten. Die Umfrageteilnehmer nahmen ihre Bewertungen anhand einer fünfstufigen Skala vor. Entsprechend konnten sie einer Aussage „voll und ganz zustimmen“, „eher zustimmen“, „teils zustimmen, teils nicht zustimmen“, „eher nicht zustimmen“ oder „überhaupt nicht zustimmen“. Als zusätzliche Option konnten sie „Ich weiß nicht“ wählen. Bei der Auswertung in dieser Meldung wurden die Werte der Antwortoptionen „Ich stimme voll und ganz zu“ sowie „Ich stimme eher zu“ (Top-Box) und „Ich stimme eher nicht zu“ sowie „Ich stimme überhaupt nicht zu“ (Low-Box) gebündelt.

Medieninformation

Insgesamt haben LeasingMarkt.de und Innofact eine repräsentative Stichprobe der Bevölkerung von 1.001 Menschen in Deutschland befragt. Die Studie ist damit repräsentativ für Deutschland. Die Feldphase fand zwischen dem 9. und 11. April 2024 statt.

Zwei Drittel würden nicht mehr als 49 Euro für D-Ticket zahlen

Frage: Welchen der unten angeführten Aussagen mit Blick auf das Deutschlandticket stimmen Sie zu? Welchen Aussagen stimmen Sie nicht zu?

	Top-Box	Low-Box
Deutschlandticket hin oder her: Aufgrund der vielen Streiks ist die Bahn keine verlässliche Alternative zum Auto	63%	10%
Das Deutschlandticket für 49 Euro ist für mich ungeeignet – ich bin weiterhin auf das Auto angewiesen	53%	25%
Die Einführung des Deutschlandticket für 49 Euro ist der richtige Weg, um den Umstieg vom Auto auf öffentliche Verkehrsmittel zu beschleunigen	49%	18%
Das Deutschlandticket für 49 Euro ist vom Prinzip her eine gute Idee – mit 49 Euro ist es aber deutlich zu teuer	34%	32%
Statt das Bahnfahren zu subventionieren, sollte der Staat das Geld lieber in den Ausbau der Straßen investieren	26%	35%
Seit der Einführung des Deutschlandtickets für 49 Euro vor rund einem Jahr fahre ich weniger Auto und nutze stattdessen häufiger öffentliche Verkehrsmittel	22%	59%
Ich würde auch mehr Geld als 49 Euro für ein solches Deutschlandticket zahlen	14%	62%
Das Deutschlandticket für 49 Euro ist kontraproduktiv für die Verkehrswende: Die Bahn sollte mehr Geld für die Tickets veranschlagen, um stärker in den Ausbau der Schiene investieren zu können	13%	54%
Statt das Bahnfahren zu subventionieren, sollte der Staat das Geld lieber in die Förderung von E-Autos investieren	12%	62%
Aufgrund der Einführung des Deutschlandtickets für 49 Euro habe ich mein eigenes Auto verkauft und fahre jetzt nur noch mit öffentlichen Verkehrsmitteln	10%	79%

Quelle: LeasingMarkt.de / Innofact; Basis: repräsentative Stichprobe mit 1.001 Teilnehmern; Umfragezeitraum: 9. bis 11. April 2024; Top-Box: Kumulierte Antwortoptionen „stimme voll und ganz zu“ und „stimme eher zu“, Low-Box: Kumulierte Antwortoptionen „stimme eher nicht zu“ und „stimme überhaupt nicht zu“; Antwortoptionen „teils/teils“ und „Ich weiß nicht“ sind nicht ausgewiesen; Werte gerundet.

Medieninformation

Über LeasingMarkt.de

LeasingMarkt.de ist Deutschlands größter Online-Automarkt für Leasingangebote. Das Unternehmen mit Sitz in Düsseldorf wurde 2012 gegründet und ist seit 2020 Teil der AutoScout24 Group. Auf LeasingMarkt.de finden Kunden im Handumdrehen das richtige Auto, das zu ihrer Lebenssituation und ihrem Finanzbudget passt. Mit nur wenigen Klicks können Leasinginteressierte unzählige Leasingangebote von mehr als 1.000 Autohäusern vergleichen und diese direkt beim Anbieter anfragen. Händler können ihre Fahrzeuge schnell und einfach im digitalen Schaufenster des mit monatlich mehr als zwei Millionen Besuchern reichweitenstärksten Leasingportals Deutschlands inserieren. Seit 2021 bietet LeasingMarkt.de auch einen Marktplatz für Auto-Abos an. 2022 erfolgte mit der Übernahme der Leasingplattformen LeaseVergelijker und LeaseTrader die Expansion in die Niederlande.

Weitere Informationen finden Sie unter www.leasingmarkt.de

Fabian Feldmann

LeasingMarkt.de GmbH
presse@LeasingMarkt.de

Über AutoScout24

AutoScout24 ist mit über 2 Mio. Fahrzeug-Inseraten, rund 30 Mio. Usern pro Monat und mehr als 43.000 Händlerpartnern europaweit der größte Online-Automarkt. Neben Deutschland ist die AutoScout24 Group auch in den europäischen Kernmärkten Belgien, Luxemburg, Niederlande, Italien, Frankreich, Österreich, Norwegen, Dänemark, Polen und Schweden vertreten. Als umfassender Marktplatz für Mobilität investiert AutoScout24 gezielt in die Wachstumsfelder Leasing, Auto-Abo, Elektromobilität und Online-Autokauf. Mit AutoScout24 smyle ermöglicht der Marktplatz seinen Nutzerinnen und Nutzern den vollständigen Online-Kauf von Fahrzeugen – kostenlos und ready-to-drive direkt vor die Haustür geliefert. Seit 2020 ist auch der Leasing-Spezialist LeasingMarkt.de und seit 2022 die B2B-Auktionsplattform AUTOpoff Teil der AutoScout24 Gruppe. Zusammen treiben die Marktplätze die Digitalisierung des europäischen Autohandels maßgeblich voran.

Weitere Informationen finden Sie unter www.autoscout24.de

Julia Dreßen

AutoScout24 GmbH
presse@autoscout24.de