

20. Wahlperiode



Deutscher Bundestag
Verkehrsausschuss

Ausschussdrucksache **20(15)139-A**

24. Februar 2023

Stellungnahme
Öffentliche Anhörung am 01.03.2023

Stellungnahme von mofair e. V.

Siehe Anlage

MOFAIR

Bündnis für fairen Wettbewerb
im Schienenpersonenverkehr

Entwurf eines Neunten Gesetzes zur Änderung des Regionalisierungsgesetzes

BT-Drucksache 20/5548

Anhörung des
Bundestagsausschusses für Verkehr

1. März 2023

0.	Zusammenfassende Würdigung des Gesetzentwurfs	2
1.	Zu den Regelungen im Einzelnen.....	3
2.	Nächste Schritte und Ausblick	5
2.1.	Liquiditätssicherung	5
2.2.	Einnahmenaufteilung.....	5
2.3.	Vertriebsprovisionen	6
2.4.	Fälschungssicherheit, Kontrollfähigkeit.....	6
2.5.	Fortschreitende Digitalisierung	7
2.6.	Fortbestehende wirtschaftliche und rechtliche Risiken	8
2.7.	Tarifgenehmigung	8
2.8.	Komplexitätsreduktion oder Komplexitätszunahme?	9
2.9.	Nachfrageentwicklung.....	9
2.10.	Angebotsentwicklung.....	10

0. Zusammenfassende Würdigung des Gesetzentwurfs

mofair begrüßt, dass das politisch lange diskutierte Deutschlandticket nun endlich – eine entsprechende beihilferechtliche Unbedenklichkeit bzw. Notifizierung der EU-Kommission vorausgesetzt – eingeführt werden kann. Es wird keineswegs alle Herausforderungen lösen, hat aber das Potenzial, etablierte Strukturen aufzubrechen und durch seine pauschale Gültigkeit im öffentlichen Nahverkehr zu einem günstigen Preis der Verkehrswende einen Schub zu verleihen.

Positiv hervorzuheben ist, dass sich Bund und Länder zu einer hälftigen Finanzierung aller Mindereinnahmen für das Jahr 2023 geeinigt haben. Angesichts der eingetretenen Verzögerung bei der Einführung von Januar auf nun Mai 2023 ist es zudem angemessen, dass die „Einführungsphase“ nicht wie ursprünglich geplant mit dem Ablauf des Jahres 2024 endet, sondern Ende 2025. Diese Frist von nun 32 Monaten dürfte aber auch weiterhin angesichts der vielen offenen Fragen eher knapp bemessen sein.

mofair und die Branche bitten die Länder und insbesondere den Bund, das gemeinsam politisch gewollte Projekt in der Umsetzungsphase weiter fachlich zu begleiten. Die Branche tut das, was sie zu tun in der Lage ist. Aber unbeschadet der vielzitierten Zuständigkeit der Länder für den ÖPNV bedarf es bei einem bundesweit gültigen Tarifprodukt eben der Koordination durch den Bund und das zuständige Fachministerium.

1. Zu den Regelungen im Einzelnen

a. § 9 (1)

Gegebenenfalls bedarf es der Präzisierung, dass „öffentlicher Personennahverkehr“ ebenfalls den Schienenpersonennahverkehr umfasst.

Es bedarf einer expliziten Übergangsregelung, welche Ausnahmen von der digitalen Form in S. 2 festlegt. Denkbar wäre beispielsweise eine Papierform bis Ende des Jahres 2023, um etwa Lieferschwierigkeiten bei Chipkarten entgegenzuwirken.

Es sollte bereits in diesen Absatz die Klarstellung aufgenommen werden, dass der Preis von 49 Euro je Monat zum Zeitpunkt der Einführung entweder entsprechend der Kostensteigerungen, denen die Verkehrsunternehmen ausgesetzt sind, steigen muss oder alternativ Bund und Länder die entsprechenden Mehrkosten ausgleichen – auch über das Ende des Jahres 2023 hinaus.

Wir begrüßen, dass der Bund die nach § 39 I 1 u. VI 1, 2 PBefG und § 12 III 1 AEG notwendigen Zustimmungen und damit eine befristete Genehmigungsfiktion erteilt. Wenn es in der Begründung im besonderen Teil jedoch heißt, dass es sich hierbei nicht zugleich um eine Tarifvorgabe handele – mit allen damit einhergehenden Folgen, etwa einer Ausgleichspflicht, so ist dies zweifelhaft.

b. § 9 (2)

Die nur für das Jahr 2023 normierte Nachschusspflicht des Bundes zu den tatsächlich entstandenen Kosten ist in dieser Absolutheit nicht sinnvoll. Angesichts der derzeitigen Inflation und den momentanen Kostensteigerungen, sollte das Deutschlandticket nicht mit der Hypothek starten müssen, ab dem nächsten Jahr deutlich mehr als 49 Euro zu kosten, um ebendiese Entwicklungen abdecken zu können. Entsprechend der vielfältigen und ambitionierten Ziele, die mit dem Deutschlandticket einhergehen, muss auch eine damit gleichlaufende Finanzierungsbereitschaft vorhanden sein. Die Nachschusspflicht des Bundes zur hälftigen Teilung der tatsächlich angefallenen Kosten müsste daher auch für die Jahre 2024 und 2025 vorgesehen werden.

Wir begrüßen, dass keine regulären Regionalisierungsmittel von Seiten der Bundesländer in ihren (hälftigen) Anteil der Kosten fließen dürfen.

b. § 9 (4)

Aufgrund des enormen finanziellen Aufwands, der mit der Einführung des Deutschlandtickets für die Verkehrsunternehmen einhergeht, sollte die Überweisung des Betrages für das Jahr 2023 nicht erst zum 15. Tag des Folgemonats nach Inkrafttreten überwiesen werden. Vielmehr ist eine unverzügliche Überweisung vorzunehmen und so auch entsprechend im Gesetzestext zu verankern.

c. § 9 (5)

Die Klarstellung in S. 2, wonach eine Ergänzung des Bundesanteils durch Regionalisierungsmittel nach § 5 [RegG] sowie Verrechnungen, die dies bewirken, nicht gestattet ist, begrüßen wir erneut. Die derzeitigen Regionalisierungsmittel sind ohnehin derart knapp, dass bereits die Aufrechterhaltung des aktuellen Verkehrsangebots nur schwer darstellbar ist. Umso wichtiger ist es, zusätzliche Mittel in das System zu geben, um die Verkehrswende bewältigen zu können.

Aus vorstehend genanntem Grund sollten die nicht verwendeten, i. S. v. gegebenenfalls nicht unmittelbar für das Deutschlandticket benötigten Mittel – so denn aufgrund der Kostenentwicklung derartige Überschüsse existieren könnten – im System verbleiben und für die weitere Absicherung des Angebots im Schienenpersonennahverkehr eingesetzt werden dürfen.

d. § 9 (7)

Die Frist, wonach der tatsächliche erforderliche Betrag für das Jahr 2023 und damit einhergehend eine etwaige Nachschusspflicht des Bundes erst zum 31.10.2024 zu ermitteln ist und hiernach erst ausgeglichen werden kann, ist zu lang bemessen. Es ist sicherzustellen, dass den Verkehrsunternehmen ihre zusätzlichen finanziellen Belastungen unverzüglich ausgeglichen werden und sie nicht gleichsam dem Bund einen Zwangskredit bis in das Jahr 2025 einräumen müssen – für Leistungen, die sie schon im Jahr 2023 erbracht haben. Ggf. sind hier weitere Regelungen zur Sicherstellung der Liquidität vorzusehen.

e. § 5 (10) – Trassen- und Stationspreise

Im ursprünglichen Referentenentwurf hieß es in der Begründung: *„Auswirkungen auf die Trassen- und Stationspreise des Schienenpersonennahverkehrs ergeben sich durch die Verlängerung der befristeten Regelung in § 5 Absatz 10 RegG.“*

Eine solche Verlängerung wäre aus unserer Sicht geboten, da anderenfalls Regionalisierungsmittel (für das Deutschlandticket) zu einem erheblichen Teil in die Trassen- und Stationspreise abfließen würden. Sie findet sich allerdings nicht im Entwurf zum Gesetzestext selbst. Wenn sie an dieser Stelle auch weiterhin nicht vorgesehen werden soll, ist eine entsprechende Anpassung des ERegG vorzunehmen.

Die Finanzierung der Schieneninfrastruktur ist selbstverständlich wichtig, sie aber „durch die Hintertür“ des §37 (2) ERegG vorzunehmen, ist nicht sachgerecht.

2. Nächste Schritte und Ausblick

Die Branche ist willens und in der Lage, den Start des neuen Tarifprodukts wie geplant zum 1. Mai 2023 sicherzustellen. Sie möchte alles in ihrer Macht Stehende tun, um es zu einem Erfolg zu machen und das Momentum zu nutzen, die Fahrgastzahlen im öffentlichen Verkehr deutlich zu erhöhen und so einen wichtigen Beitrag auf dem Weg zur Erfüllung der Klimaziele zu leisten.

Dennoch gilt es sich bewusst zu machen, dass das Deutschlandticket nicht nur wie das 9-Euro-Ticket des letzten Sommers in ganz Deutschland im Nahverkehr gelten soll, sondern vor allem erstens grundsätzlich dauerhaft angeboten werden soll und zweitens nicht in voller Höhe durch den Bund finanziert wird. Es gilt also, zum Einführungszeitpunkt gut vorbereitet zu sein und die weiter offenen Fragen unter Berücksichtigung der gemachten Erfahrungen schnell und gründlich zwischen allen Beteiligten - Bund, Ländern, Aufgabenträgern, Verkehrsverbänden und Verkehrsunternehmen – zu klären. Und offene Fragen gibt es noch einige:

2.1. Liquiditätssicherung

In Tarifverbänden ist es der Normalfall, dass Ticketerwerb und Ticketnutzung an verschiedenen Orten stattfinden können. Ticketverkäufer („Kundenvertragspartner“) und Transporteur („Dienstleister“) können ein- und dasselbe Unternehmen sein, müssen es aber nicht. Gibt es in Verbänden erhebliche Ungleichgewichte zwischen Unternehmen, die viel Liquidität aus Fahrausweisverkäufen generieren und solchen, für die das nicht gilt, gibt es oft Vereinbarungen zur Liquiditätssicherung, welche der Einnahmenaufteilung vorausgehen.

Durch eine disruptive Neuerung wie das Deutschlandticket kann folgender Effekte auftreten: Touristen aus Ballungsgebieten, die in Ferienregionen den öffentlichen Verkehr nutzen, hatten bisher vor Ort ihren Fahrausweis erworben, müssen das aber jetzt nicht mehr – weil das Deutschlandticket, das sie am Wohnort erworben haben, auch in den Alpen oder an der Ostsee gilt. Örtliche Verkehrsunternehmen stehen nun mit deutlich weniger Liquidität da als zuvor. Hierfür müssen zügig Ausgleichsmechanismen geschaffen werden.

2.2. Einnahmenaufteilung

Tarifgemeinschaften und Verkehrsverbände brauchen eine Einnahmenaufteilung. Sie verteilt die Fahrgeldeinnahmen anhand der – ggf. unterschiedlich zu bemessenden – Verkehrsleistung auf die Verkehrsunternehmen. Dieser Ausgleich erfolgt typischerweise jahresscharf, kann aber drei Jahre auf sich warten lassen.

Ein bundesweit gültiges Tarifprodukt erfordert logischerweise eine bundesweit wirksame Einnahmenaufteilung. Ein solches Verfahren ist bisher ohne Beispiel und muss erst einmal entwickelt werden. Regionale Verbände und der Deutschland-Tarifverbund können als „Kristallisationspunkte“ dienen, können das Verfahren aber nicht allein durchführen.

2.3. Vertriebsprovisionen

Verkauft ein Unternehmen einen Fahrausweis für ein anderes, hat es eine Dienstleistung für dieses erbracht und prinzipiell einen Ausgleich für seine Aufwendungen verdient. In (fast) allen Verkehrsverbänden und Tarifgemeinschaften in Deutschland sind solche Vertriebsprovisionen (meist handelt es sich eher um „Vertriebseinbehalte“) üblich. Meist sind sie nach dem Vertriebskanal (z. B. personenbedienter Verkauf, Verkauf am Automaten oder digital) in ihrer Höhe differenziert. Wie die Tarifstrukturen, haben sich auch Vertriebsmodelle in ganz Deutschland sehr unterschiedlich entwickelt.

Vertrieb ist erst einmal notwendig: Bekommen Fahrgäste keine Tickets, werden sie den ÖV im Allgemeinen oder das Deutschlandticket im Speziellen nicht nutzen. Er kann aber auch ein Geschäft werden, beispielsweise wenn ein Unternehmen den Vertrieb effizienter organisieren kann als andere. Dieser Vertriebswettbewerb ist prinzipiell wünschenswert, denn er setzt Anreize, effizienter und auch innovativer zu werden – wovon die Fahrgäste profitieren.

In fast allen Verkehrsverträgen des SPNV werden Vertriebsleistungen mit geregelt. Es gibt auch reine Vertriebsverträge, die von einer Verkehrsleistung entkoppelt sind. Aufgabenträger haben diese Leistungen ausgeschrieben und vertraglich vergeben.

Mit dem Deutschlandticket kommt nun ein neues Tarifprodukt, das in allen vorhandenen Tarifsyste men erhebliche Umwanderungsbewegungen auslösen wird. Menschen, die bisher ein teureres Abonnement hatten, werden auf das Deutschlandticket wechseln. Fahrgäste, die bisher gelegentlich Kunden waren, werden ebenfalls ins neue Abonnement wechseln.

Und in dieser Situation gibt es Stimmen, die für das neue Produkt gar keine Vertriebsprovision zulassen wollen. Das Hauptargument dürfte sein, dass man einen schädlichen Vertriebswettbewerb vermeiden möchte, der vorwiegend den größeren, schon etablierten Portalen Kunden zuführt und kleinere Verkehrsunternehmen schwächt, weil sie keine Werbung im größeren Stil machen können.

So verständlich das auf den ersten Blick scheint: Keine Vertriebsprovision zu zahlen, würde Vertrieb vollkommen unattraktiv machen. Jedes Unternehmen würde wirtschaftlich rational handeln, wenn es sich darauf verlässt, dass andere die Tickets schon verkaufen werden. Denn Ticketvertrieb verursacht nun einmal Kosten, die nicht einfach „eh da“ sind. Als Beispiel seien nur etwa Zahlungsausfallkosten genannt, die für jedes Abonnement, das abgeschlossen wird, an Dienstleister zu zahlen sind oder auch Zahlungsentgelte für die Bereitstellung von Zahlungen per Lastschrift einzug oder Kreditkarte. Wenn ein Verkehrsunternehmen oder ein Vertriebsdienstleister keine Provision erwarten darf, die mindestens so hoch ist wie diese, müsste es den Vertrieb einstellen, um sich nicht selbst zu schädigen. In langlaufenden (Verkehrs-)verträgen, in denen der Vertrieb vorgeschrieben ist, besteht diese Möglichkeit nicht, das Unternehmen würde dann erhebliche Verluste erleiden, gegen die es nichts unternehmen kann.

2.4. Fälschungssicherheit, Kontrollfähigkeit

Nicht von ungefähr werden traditionelle Papierfahrausweise auf Wertzeichenpapier gedruckt: Der Fahrgast weist mit dem Dokument nach, dass er sein Beförderungsentgelt entrichtet und die Beförderung nicht erschlichen hat. Zwar wird das Deutschlandticket für viele Millionen Fahrgäste die Zutrittskosten zum öffentlichen Verkehr senken und wird der Anteil der Kosten für den ÖPNV, die durch öffentliche

Mittel getragen werden, weiter steigen. Dennoch bleibt die „Nutzerfinanzierung“ eine wichtige Finanzierungssäule für den öffentlichen Verkehr. Daher muss auch weiterhin sichergestellt werden, dass ÖV-Nutzer einen gültigen Fahrausweis besitzen.

Es wird also auch weiterhin Fahrausweiskontrollen geben. Dazu müssen verschiedene Dinge sichergestellt sein. Beispielsweise sollten die Layouts des Tickets einheitlich sein und müssen die Sicherheitsmerkmale so gestaltet sein, dass das kontrollierende Verkehrsunternehmen eine Fahrausweissfälschung als solche erkennt.

Da das Deutschlandticket im Abonnement ausgegeben wird, muss es gesperrt werden können – beispielsweise, wenn der Kunde/die Kundin den Monatsbetrag nicht gezahlt hat. Es muss aber auch wieder entsperrt werden können, wenn dies doch erfolgt ist. Das heißt, es muss eine bundesweite Sperrliste geben, gegen die das Kontrollpersonal mit entsprechenden elektronischen Geräten prüfen kann – das können auch Smartphones mit entsprechenden Kontroll-Apps sein.

Eine solche bundesweite Sperrliste gibt es noch nicht. Verbundübergreifende Kontrolle wurde in den vergangenen Jahren immer wieder einmal konzeptionell und in Projekten vorgedacht, ist aber nicht bis zur Serienreife gekommen. Das muss sich jetzt schnell ändern. Beim 9-Euro-Ticket war die mangelnde Kontrollfähigkeit des Tickets angesichts seiner befristeten Gültigkeit und der Übernahme der Kosten noch tolerabel, bei einem Ticket mit prinzipiell unbegrenzter Gültigkeit ist dies nicht mehr akzeptabel. Die Branche wird solche Instrumente anwenden; ohne Zeit und Geld aber ist dies nicht möglich.

2.5. Fortschreitende Digitalisierung

Das Bundesverkehrsministerium sieht das Deutschlandticket als einen Hebel für eine beschleunigte Digitalisierung des Zugangs zum öffentlichen Verkehr.

Grundsätzlich ist das ein guter Ansatz, den die Branche unterstützt. In den vergangenen Jahren hat es in nahezu allen Verkehrsverbänden ambitionierte Ansätze gegeben, den Anteil der digitalen Tickets am Vertriebskanalmix zu erhöhen. Das entspricht dem sich ändernden Nachfrageverhalten der Kunden – den Fahrausweisautomat in Gestalt eines Smartphones immer dabei zu haben, ist praktisch. Mittelfristig senkt der digitale Vertrieb die Vertriebskosten erheblich. Ein einmal laufendes System kann viel leichter skaliert werden.

Es ist aber zu beachten, dass nach wie vor keineswegs alle in Frage kommenden Kundinnen und Kunden digitale Erwerbsmöglichkeiten haben. Für sie ist immer auch eine konventionelle Erwerbsmöglichkeit vorzusehen, um sie nicht von dem Angebot auszuschließen. Eine Möglichkeit dafür stellt die Chipkarte dar, die schon heute in vielen Verbänden Standard für Abonnements ist. Allerdings sind bei einer plötzlich sehr hohen Nachfrage Lieferengpässe der Karten zu erwarten.

Als Argument für ein digitales Ticket wird ferner vorgebracht, dass mehr und bessere Daten über das Nutzer- und Nachfrageverhalten nötig seien, um Verkehrsleistungen in der Zukunft besser planen zu können. Ein pauschales, relationsloses Ticket wie das Deutschlandticket hilft aber gerade bei der Erhebung hier einschlägiger Daten erst einmal gar nicht; einem pauschalem Tracking sämtlicher Handy-Deutschlandtickets beispielsweise steht das Datenschutzrecht im Wege. Nötig wären dafür begleitende

Maßnahmen, wie etwa eine zentrale, anonyme Auswertung der Kontrolldatensätze. Diese werden aber Verkehrserhebungen bis auf weiteres nicht überflüssig machen.

Eine direkte Erfassung des Nutzungsverhaltens würde sich nur bei Verkehrsmitteln ergeben, bei denen eine Reservierung vorab notwendig ist. Diese gibt es im öffentlichen Nahverkehr bisheriger Definition außer bei flexiblen Bedienformen nicht. Würde man mittelfristig einer Integration der Fernbusse bis zu einer gewissen Entfernung in das Deutschlandticket nähertreten, käme ein weiterer Anwendung hinzu.¹

2.6. Fortbestehende wirtschaftliche und rechtliche Risiken

Aus den vorgenannten Beispielen zeigt sich, dass nicht nur die tatsächliche Inanspruchnahme des Deutschlandtickets (Umwanderung bestehender Kunden, Neukundengewinnung etc.) noch in den Sternen steht. Auch die nüchterne handwerkliche Umsetzung dieses Produkts bietet für die Politik und Branche viele Herausforderungen. Sowohl auf der Einnahmen- als auch auf der Ausgabenseite bestehen also viele Unsicherheiten.

Von daher ist es gut, dass der Übergangszeitraum durch den vorliegenden Gesetzentwurf bis Ende 2025 erstreckt wird. Etwaiger Nachsteuerungsbedarf, der über diesen Zeitraum hinausgehen könnte, würde bis dahin höchstwahrscheinlich zumindest als solcher erkannt werden.

Zum Zeitpunkt, da diese Stellungnahme verfasst wurde, stand noch immer nicht fest, wie die EU-Kommission das geplante Produkt aus beihilferechtlicher Sicht einschätzt. Danach richtet sich nicht nur die Frage, wie genau das Tarifprodukt rechtlich in den Markt kommt. Bei fortschreitender Unsicherheit könnten Verkehrsunternehmen gezwungen sein, Rückstellungen für den Fall bilden zu müssen, dass sie erhaltene Ausgleichszahlungen später erstatten müssen. Auch daher muss die beihilferechtliche Unsicherheit so schnell wie möglich beendet werden.

2.7. Tarifgenehmigung

Das hergebrachte Tarifgenehmigungsrecht und die sehr unterschiedliche Verfasstheit der Tarifgemeinschaften und Verkehrsverbände bringen es mit sich, dass eine koordinierte Einführung eines neuen Tarifprodukts mit einheitlichen Bestimmungen bis zum 1. Mai schlicht unmöglich gewesen wäre. Daher ist die nach langen Verhandlungen in den Gesetzentwurf aufgenommene Genehmigungsfiktion nach §9 (1) eine pragmatische Lösung.

Angesichts der noch immer im Detail nicht für alle Verkehrsunternehmen absehbaren wirtschaftlichen Folgen bleiben aber die formal notwendigen gleichlautenden Tarifanträge in hundertfacher Anzahl an die zuständigen Tarifgenehmigungsbehörden der Länder wahrscheinlich auch zum 31. Dezember 2023 ein frommer Wunsch. Wie hier weiter vorzugehen ist, muss geklärt werden.

¹ Wir plädieren dafür, die Integration des Fernbusses ins Deutschlandticket in den kommenden Monaten ergebnisoffen zu prüfen. Offensichtlich könnte diese die Kaufbereitschaft für das Deutschlandticket weiter erhöhen. Allerdings würde auch die Komplexität des Gesamtprojekts weiter steigen. Hier ist eine Abwägung zu treffen.

2.8. Komplexitätsreduktion oder Komplexitätszunahme?

Für viele ist die Einführung des Deutschlandtickets ein wichtiger Schritt, die Tarifkomplexität im deutschen Nahverkehr („Heiliges Römisches Reich“) zu reduzieren. Es ist sehr wahrscheinlich, dass dieses Ziel dadurch näher rückt – aber nicht sehr schnell.

In der ersten Zeit ist vielmehr eine deutliche Zunahme an Tarifkomplexität zu erwarten: Viele Bestandskunden des ÖV werden individuell prüfen, ob das neue Angebot für sie besser ist als das bisherige. Dabei geht es nicht nur um einen reinen Fahrpreisvergleich. So kann eine Monatskarte auch für 60 Euro auch weiterhin die bessere Wahl sein, wenn ich nicht außerhalb meines Verkehrsverbunds zu fahren beabsichtige und mein bisheriges Produkt Zusatznutzen hat, die das Deutschlandticket nicht hat. Das können Mitnahmeregelungen sein oder die Möglichkeit, das Ticket zu verleihen, wenn ich es selbst nicht nutze (Übertragbarkeit).

Um diese Zusatznutzen aber nicht verloren gehen zu lassen, werden nun sehr viele Verkehrsverbünde prüfen, zusätzlich zum Deutschlandticket entsprechende „Add-ons“ anzubieten. Es werden also zunächst einmal neue Tarifprodukte auf den Markt kommen, die auch weiterhin nur in den bisherigen Verkehrsverbänden gültig sind - nur darüber können die Verbundgremien entscheiden. Die Tarif Tabellen werden also erst einmal länger, nicht kürzer.

Die Verkaufszahlen der bisherigen Tarifprodukte in den Verkehrsverbänden werden jedoch auf breiter Front zurückgehen. Echte Neukunden werden zu großen Teilen in das Deutschlandticket gehen, Bestandskunden werden ihre bestehenden Abos tauschen oder von Produkten des Bartarifs, die entsprechend seltener gekauft werden, auf das Deutschlandticket wechseln. Dieses „Austrocknen“ vieler Tarifpositionen wird dazu führen, dass versucht werden wird, die schiere Zahl der Tarifprodukte zu reduzieren.

Zu vermuten ist ferner, dass in Regionen Deutschlands mit vielen kleinen Verkehrsverbänden der Druck zur Bildung größerer Einheiten weiter wachsen wird. Allerdings wird auch dieser Prozess sich über Jahre hinziehen. Und selbst wenn zwei oder mehr Verkehrsverbünde fusionieren sollten, werden die Abwicklungsarbeiten bei den bisherigen Organisationen noch Jahre dauern. Beispielsweise müssen deren Einnahmenaufteilungen für die vergangenen Jahre schlussabgerechnet sein.

2.9. Nachfrageentwicklung

Bei der Einführung des 9-Euro-Tickets stand zunächst ausschließlich die Entlastung der Bürgerinnen und Bürger angesichts der dramatisch gestiegenen Energiekosten wegen des Überfalls Russlands auf die Ukraine im Vordergrund. Relativ bald aber rückte die Frage in den Mittelpunkt, wie viele Menschen das sehr günstige Ticket Menschen zum Umstieg in den umweltschonenden ÖV bewegen würde. Je nach Erwartungshaltung wurden die Ergebnisse eher als „enttäuschend“ oder „ermutigend“ interpretiert.²

² Siehe statt vieler die Ergebnisse der VDV-Begleitforschung <https://www.vdv.de/bilanz-9-euro-ticket.aspx> und die Langfassung https://www.vdv.de/deutsche-bahn_vdv_9-euro-ticket-abschlussbericht.pdf?forced=true. Kürzlich erschienen sind umfassende Auswertung von infas: https://www.infas.de/wp-content/uploads/2023/02/infas_Mobilitaetsreport_07_7647-2.pdf, die unter Zuhilfenahme weiterer Daten sogar ein noch etwas positiveres Bild zeichnet.

Beim Deutschlandticket wird die Verkehrsverlagerung deutlicher von Anfang an als Ziel formuliert. Dabei werden die Wirkungen unmittelbar vermutlich geringer ausfallen als beim 9-Euro-Ticket, weil der Preis nicht ganz so unschlagbar ist und weil der Einstieg in ein Abonnement grundsätzlich einen längeren Entscheidungsprozess beim Kunden bedingt. Längerfristig rechnen wir aber sehr wohl mit einer deutlichen Anzahl an Umsteigern.

2.10. Angebotsentwicklung

Schließlich steht und fällt der Erfolg des öffentlichen Verkehrs nicht nur mit seinem Preis, sondern mit Verfügbarkeit, Regelmäßigkeit, Pünktlichkeit, kurz mit seiner Qualität. Das 8. Änderungsgesetz zum Regionalisierungsgesetz hat die jährlichen Mittel um eine Mrd. Euro ab 2022 erhöht und die Dynamisierung auf 3 % festlegt. Das ist ein willkommener, notwendiger Beitrag zur Stabilisierung des bestehenden Angebots angesichts der überproportionalen Kostensteigerungen vor allem für Personal, Material und Energie.

Das hier diskutierte 9. Änderungsgesetz dient der finanziellen Absicherung des Deutschlandtickets. Es soll und kann aber keinen Beitrag zur dringend gebotenen Ausweitung des Angebots leisten. Diese wird mit einem 10. Änderungsgesetz kommen müssen, um die angestrebten Ziele der Verlagerung von Fahrten auf den umweltfreundlichen öffentlichen Verkehr noch erreichen zu können.

Der Beschluss der MPK vom 2. November, darüber erst 2024 sprechen zu wollen, ist angesichts der gebotenen Eile unverständlich. Für die Ausweitung des Leistungsangebots müssen nicht nur bestehende Verträge angepasst werden, sondern werden auch neue Vergabeverfahren notwendig, müssen neue Fahrzeuge gebaut und beschafft werden sowie Personal ausgebildet und eingestellt werden. Nicht zuletzt braucht es auch neue Infrastruktur – Netz und Stationen.