

Pressemitteilung

Berlin, 27. August 2022

Endspurt für das 9-Euro-Ticket

Noch bis Ende August gilt deutschlandweit das 9-Euro-Ticket. Kurz vor Ablauf des dreimonatigen Aktionszeitraums ziehen die Berliner Verkehrsbetriebe (BVG) nun eine vorläufige Bilanz. 3,3 Millionen der Tickets wurden allein bei Deutschlands größtem Nahverkehrsunternehmen gekauft. Dabei erfreute sich das Ticket über den Sommer konstanter Beliebtheit. Die Verkäufe verteilten sich sehr gleichmäßig über die drei Monate. Stark war bis zuletzt der Absatz über die digitalen Kanäle mit einem Anteil von 40 Prozent.

Auch die Nachfragentwicklung in den Bussen und Bahnen war grundsätzlich positiv. Im Durchschnitt der drei Aktionsmonate erreichte die Fahrgastnachfrage gegenüber dem entsprechenden Vor-Corona-Zeitraum ein Niveau von 94 Prozent. Gegenüber dem Mai 2022 legte die Nachfrage damit um 14 Prozentpunkte zu. Innerhalb des Aktionszeitraums stiegen die Fahrgastfahrten von 93 Prozent des Vor-Corona-Niveaus im Juni auf 97 Prozent im Juli und gingen zuletzt auf 93 Prozent im August wieder zurück. Das Ticket wurde insbesondere in den Nebenzeiten genutzt, also zum Beispiel zum Einkaufen, in der Freizeit und für Ausflüge. Aber auch zu den Spitzen-Pendlerzeiten verzeichnete die BVG mehr Fahrgäste als im Mai dieses Jahres. Die BVG analysiert natürlich weiterhin die Daten und schaut nun mit großem Interesse auf die Entwicklung im September.

Die Zahlen zeigen: Das 9-Euro-Ticket wurde insgesamt sehr gut angenommen. Erste Ergebnisse aus der nicht-repräsentativen Marktforschung der BVG zeigen, dass die meisten Ticketkäufer*innen mit dem ÖPNV in Berlin sehr zufrieden waren. Eine noch laufende repräsentative Marktforschung soll nun zeigen, wie groß die Verlagerung vom Auto zum Nahverkehr in Berlin durch das 9-Euro-Ticket war und wie attraktiv mögliche Nachfolgeangebote für potenzielle Fahrgäste sind. Details werden zu Mitte September erwartet.

Statement **Eva Kreienkamp**, Vorstandsvorsitzende der BVG:

„Das 9-Euro-Ticket war eine wahre Disruption. Denn es war nicht nur günstig, sondern vor allem eines: Leicht verständlich. Einfach gestaltete Ticketsysteme müssen daher eine Maßgabe bei allen Überlegungen zu neuen Angeboten sein. Es wird nun spannend sein zu sehen, wie sich die Nachfrage nach dem Aktionszeitraum entwickelt. Die drei Monate haben den Nahverkehr in den Fokus gerückt. Nun gilt es, ihn auch langfristig attraktiv zu gestalten. Und hierfür ist eines entscheidend: Ein gut verfügbares und durchgängiges Nahverkehrs-Angebot, über die Randbezirke der Metropolen bis ins Umland hinein.“



**Berliner
Verkehrsbetriebe (BVG)**
Anstalt des
öffentlichen Rechts
Holzmarktstraße 15–17
10179 Berlin
Tel. +49 30 256-0
www.BVG.de

Pressekontakt
BVG-Pressestelle
Tel. +49 30 256-27901
www.bvg.de/presse
pressestelle@bvg.de

Pressesprecher
Jannes Schwentu
Markus Falkner

