

# Bericht

## Marktstudie: Sozialticket in Freiburg

Autorin: Janina Belz

inf

as Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH

Friedrich-Wilhelm-Straße 18  
D-53113 Bonn  
Tel. +49 (0)228/38 22-0  
Fax +49 (0)228/31 00 71  
info@inf

as.de  
www.infas.de

**Bericht an**

Stadt Freiburg i. Br.  
Dezernat I / Büro des Oberbürgermeisters  
Rathausplatz 2 - 4,  
79098 Freiburg i. Br.

**Projekt**

4382  
Bonn, September 2010  
Bj

**Vorgelegt von**

infas Institut für angewandte  
Sozialwissenschaft GmbH  
Friedrich-Wilhelm-Straße 18  
53113 Bonn

**Kontakt**

Janina Belz  
Senior-Projektleiterin

Tel. +49 (0)228/38 22-444  
Fax +49 (0)228/310071  
E-Mail j.belz@infas.de

**Autoren**

Janina Belz

Der Inhalt dieses Berichts darf ganz oder teilweise nur mit unserer schriftlichen Genehmigung veröffentlicht, vervielfältigt, gedruckt oder in Informations- und Dokumentationssystemen (information storage and retrieval systems) gespeichert, verarbeitet oder ausgegeben werden.

## Vorbemerkung

Das infas Institut für angewandte Sozialwissenschaft GmbH hat von März bis Mai 2010 im Auftrag der Freiburger Verkehrs AG (VAG) eine Marktstudie zur Potenzialabschätzung eines möglichen Sozialtickets in Freiburg durchgeführt. Die Untersuchung richtet sich an Bezieher von Arbeitslosengeld II (SGB II), von Hilfe zum Lebensunterhalt und von Grundsicherung im Alter bzw. bei Erwerbsminderung (SGB XII) sowie von Wohngeld.

In diesem Rahmen wurden insgesamt 751 in Freiburg wohnende Personen der relevanten Zielgruppe telefonisch zu ihren Bewertungen eines solchen Tickets befragt. Der vorliegende Ergebnisbericht dokumentiert die zentralen Ergebnisse der Studie.

### Abbildung 1 Anlage der Untersuchung

#### Rahmendaten der Studie

infas

**Methode:**

CATI (Computer Assisted Telephone Interviews) im infas-Telefonstudio

**Feldzeit:**

19. März bis 3. Mai 2010

**durchschnittliche Interviewlänge:**

14 Minuten

**Fallzahlen:**

Interviews: 751

**Gewichtungskriterien:**

Verteilung der Leistungsempfänger (Verteilungen auf Personenebene für SGB II und XII bekannt, für Wohngeld auf Basis der Haushalte geschätzt), innerhalb SGB II und XII nach Geschlecht und Alter, zusätzlich nach Anteil der Freiburg-Pass-Besitzer

**Hochrechnung:**

auf Grundgesamtheit der Leistungsempfänger

**Grundgesamtheit:**

Personen im Alter ab 18 Jahren, die in Freiburg entweder Leistungen nach SGB II oder nach SGB XII (3. oder 4. Kapitel) oder Wohngeld beziehen, N = 19.850 Personen (Stand: April bzw. Mai 2010)

**Stichprobe:**

Ziehung einer Telefonstichprobe durch infas. Grundlage bildete die ADM-Masterdatei (Arbeitskreis deutscher Markt- und Sozialforschungsinstitute e.V.), die sowohl eingetragene als auch nicht eingetragene Rufnummern enthält.

**Screening** der Haushalte zur Identifikation dieser spezifischen Zielgruppe durch geeignete Vorab-Fragen zum Bezug der entsprechenden Leistungsarten. Insgesamt kamen im Rahmen dieser Studie etwa 65 Tsd. Telefonnummern zum Einsatz.

Leistungsempfänger nach dem Asylbewerbergesetz wurden nicht einbezogen.

Marktforschung zu einem Sozialticket in Freiburg, 751 telefonische Interviews, März bis Mai 2010

## Inhaltsverzeichnis

<b>1 Anlage der Untersuchung</b>	<b>1</b>
<b>2 Bisherige Verkehrsmittelwahl</b>	<b>2</b>
<b>3 Akzeptanz des Sozialtickets</b>	<b>5</b>
<b>4 Hochrechnung der Ergebnisse zum Sozialticket</b>	<b>7</b>
<b>5 Ausblick</b>	<b>10</b>

# 1 Anlage der Untersuchung

Vom 19. März bis 3. Mai 2010 hat infas im Auftrag der VAG in Freiburg eine Untersuchung zur Potenzialabschätzung eines Sozialtickets in Freiburg durchgeführt. Die Untersuchung richtete sich an Bezieher von Arbeitslosengeld II (SGB II), von Hilfe zum Lebensunterhalt (nach SGB XII) sowie von Grundsicherung im Alter und bei Erwerbsminderung (SGB XII) und an Wohngeldbezieher.

Die Untersuchung hatte die Aufgabe, eine verlässliche Datengrundlage für die politische Entscheidung über ein Sozialticket für Freiburg bereitzustellen. Die Kernziele der Untersuchung lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Erhebung von Basismarktdaten: bisheriges Mobilitäts- und ÖPNV-bezogenes Verhalten der Zielgruppe.
- Kennen lernen der Anforderungen der Zielgruppe an die Ausgestaltung des potenziellen Sozialtickets und Zahlungsmöglichkeiten.
- Schätzung der ertragswirtschaftlichen Konsequenzen bei Einführung der verschiedenen Ticketvarianten für alle Beteiligten anhand von Szenarien für die in Frage kommenden Ticket- und Preisvarianten.

Insgesamt wurden 751 telefonische Interviews durchgeführt, die im Schnitt eine knappe Viertelstunde dauerten. Die Stichprobenziehung wurde durch eine Telefonstichprobe auf Basis der ADM-Masterdatei durch infas vorgenommen, die sowohl eingetragene als auch nicht eingetragene Rufnummern enthält. Innerhalb der Haushalte wurde die eigentliche Zielperson durch entsprechende Screeningfragen identifiziert.

Grundgesamtheit der Untersuchung sind alle in Freiburg wohnenden Personen im Alter ab 18 Jahre, die entweder Leistungen nach SGB II, nach SGB XII (3. bzw. 4. Kapitel) oder nach dem Wohngeldgesetz beziehen. Die Grundgesamtheit umfasste in Freiburg zum April/Mai 2010 insgesamt knapp 20 Tsd. Personen.

Unter den 19.850 Personen im Alter ab 18 Jahre, die unter die Grundgesamtheit der Studie zu rechnen sind, handelt es sich bei der überwiegenden Mehrheit um Empfänger von Arbeitslosengeld II (11.360 Personen), gefolgt von Empfängern von Wohngeld (ca. 4.500 Personen, geschätzt) und von Grundsicherung im Alter oder Hilfe zum Lebensunterhalt (3.990 Personen).

Die infas zur Verfügung stehenden Strukturparameter der Grundgesamtheit (Art des Leistungsbezugs, Alter, Geschlecht) wurden auch für die aktuelle Studie durch Gewichtung der Befragungsergebnisse zugrunde gelegt. Zusätzlich wurde der Anteil der Besitzer eines Freiburg-Passes in die Gewichtung einbezogen. Dieser Anteil beträgt derzeit lediglich etwa sieben Prozent der Zielgruppe.

In der vorliegenden Stichprobe beträgt der Frauenanteil über alle Zielgruppen 57 Prozent. Das durchschnittliche Alter der Zielpersonen beträgt 44 Jahre. Die Altersverteilung wiederum spiegelt die Voraussetzungen der Inanspruchnahme wider: Die Empfänger von Hilfe zum Lebensunterhalt bzw. Grundsicherung nach SGB XII sind im Schnitt 61 Jahre alt, wohingegen die Empfänger von

Wohngeld mit durchschnittlich 39 Jahren noch ein knappes Jahr jünger sind als die Empfänger von Arbeitslosengeld II mit durchschnittlich 40 Jahren.

Im Hinblick auf die Verteilung struktureller Merkmale ist die Repräsentativität der Studie für die Zielgruppe ab 18 Jahre auf der Basis der amtlichen Zahlen hergestellt. Eine überdurchschnittliche Teilnahmebereitschaft von ÖPNV-affinen Zielpersonen ist jedoch theoretisch denkbar. Daher ist bei den ermittelten Ausgaben für den ÖPNV vor und nach Einführung des Sozialtickets eine mögliche Schwankungsbreite von fünf bis zehn Prozent nach unten einzukalkulieren.

Reine Handynutzer ohne Festnetzanschluss können nicht im Rahmen einer regionalisierten Telefonstudie befragt werden, da Mobilfunknummern keinen räumlichen Bezug enthalten. In der Hochrechnung gehen wir davon aus, dass sich diese im Hinblick auf die ÖPNV-Nutzung so verhalten wie der Durchschnitt aller übrigen befragten Zielpersonen.

Der Schwarzfahreranteil wurde nicht erhoben und kann auch nicht realistisch erfragt werden. Für den Vergleich vor und nach der Einführung des Sozialtickets ist der Effekt des Schwarzfahrens nur dann relevant, wenn unterstellt wird, dass diese Gruppe in das Sozialticket wechselt. Hierüber können jedoch keine gesicherten Annahmen getroffen werden. Gleiches gilt für Wohnungslose.

Asylbewerber wurden ebenfalls nicht explizit in die Befragung einbezogen, da diese Gruppe mit etwa 380 Personen zahlenmäßig besonders klein und wegen erwartungsgemäß vorhandener Sprachbarrieren nur unter hohem Aufwand zu befragen ist.

## 2 Bisherige Verkehrsmittelwahl

Ein knappes Drittel der Befragten kann jederzeit über einen Pkw verfügen, sei es als Fahrer oder Mitfahrer. Weitere 40 Prozent können nur nach Abstimmung und ein gutes Viertel kann nie über einen Pkw verfügen. Dem motorisierten Individualverkehr mittels Auto, Motorrad oder Mofa kommt in dieser Zielgruppe insgesamt nur wenig Bedeutung zu. So nutzen ihn lediglich 32 Prozent der Befragten in mindestens wöchentlichem Rhythmus (an 1-2 Tagen in der Woche bis hin zur täglichen Nutzung).

Öffentliche Nahverkehrsmittel werden indes von knapp 70 Prozent der Befragten mindestens wöchentlich genutzt. Im Einzelnen geben sogar fast 40 Prozent der Befragten an, den ÖPNV täglich oder fast täglich zu nutzen. Das am zweithäufigsten genutzte Verkehrsmittel ist das Fahrrad, das von 33 Prozent der Befragten (fast) täglich und insgesamt von 53 Prozent der Befragten mindestens wöchentlich genutzt wird.

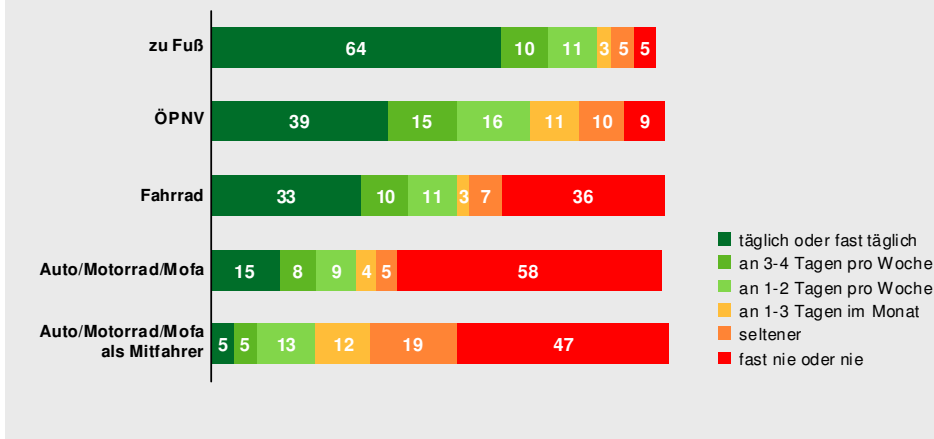
Im Hinblick auf die Verkehrsmittelwahl unterscheiden sich die Zielgruppen unter anderem bezüglich der täglichen oder fast täglichen ÖPNV-Nutzung: In der Gruppe „Arbeitslosengeld II“ fällt dieser Anteil mit 45 Prozent am höchsten aus, in der Gruppe „Hilfe zum Lebensunterhalt bzw. Grundsicherung“ liegt er bei 33 Prozent und in der Gruppe „Wohngeld“ schließlich nur bei 29 Prozent.

**Abbildung 2 Verkehrsmittelwahl****Nutzungshäufigkeit von Verkehrsmitteln:**

ÖPNV von etwa 70 Prozent mindestens wöchentlich genutzt

infas

Angaben in Prozent; an 100%-Fehlende: weiß nicht, verweigert



Marktforschung zu einem Sozialticket in Freiburg, 751 telefonische Interviews, März bis Mai 2010

Die große Bedeutung des ÖPNV für die Zielgruppe zeigt sich auch bei der Wahl des Hauptverkehrsmittels: Insgesamt wird der ÖPNV von 37 Prozent ganzjährig und von weiteren 22 Prozent im Winter als Hauptverkehrsmittel angegeben.

Auf Personenebene kann des Weiteren zwischen unterschiedlichen Nutzungsgewohnheiten bezüglich der Fahrkartenart Bartarif (Einzelfahrschein, 2x4-Mehrfahrtenkarte, 20-PunkteKarte oder Regio24) oder Zeitkarte (RegioKarte monatlich oder dauerhaft, im Abo, in der Jahresvariante, als Jobticket bzw. auch Semesterticket) unterschieden werden. So beträgt der Anteil der Nutzer von Zeitkarten in der betrachteten Zielgruppe 59 Prozent gegenüber 32 Prozent Nutzern von Bartarif-Tickets. Hinzu kommen acht Prozent Nutzer von sonstigen Tickets, hierunter häufig Nutzer der kostenfreien Studierenden- bzw. Behindertenausweise.

Der Anteil der Zeitkartennutzer kann in Anbetracht der Zielgruppe als vergleichsweise hoch angesehen werden. Unter den Zeitkarten dominiert die RegioKarte als Monatskarte (43 Prozent der ÖPNV-Nutzer). Auf die anderen Formen der Monatskarte (Abo bzw. Jahr) entfallen erheblich geringere Nutzeranteile von acht bzw. fünf Prozent. Bei den Bartarif-Nutzern stellt die Einzelfahrkarte mit einem Gesamtanteil von 16 Prozent der Befragten die am häufigsten genutzte Karte dar. Die Tageskarte Regio24 wird von immerhin zehn Prozent in Anspruch genommen.

Die genauere Sicht auf die drei Zielgruppen bestätigt die unterschiedlichen Ausgangssituationen und ÖPNV-Nutzungsgewohnheiten: ein besonders hoher Monatskartenanteil unter Arbeitslosengeld II, ein relativ hoher Einzelfahrkartenanteil unter Wohngeld und ein relativ hoher Anteil von Nutzern kostenloser

Fahrausweise (Schwerbehindertenausweis) unter Hilfe zum Lebensunterhalt bzw. Grundsicherung.

Die Monatskarten werden bisher von drei Viertel der Befragten in der übertragbaren Variante gewählt, die üblicherweise von ein bis zwei, seltener von mehr Personen genutzt werden. Im Durchschnitt sind die aktuellen Zeitkartenkunden bereits etwa zehn Monate des Jahres mit Monatskarten versorgt und weisen somit bereits heute eine kontinuierliche Kaufbereitschaft an Zeitkarten auf.

Die folgenden Analysen verlassen nun den rein deskriptiven Bereich der Beschreibung von Befragungsergebnissen und übertragen diese auf die Grundgesamtheit der knapp 20 Tsd. in Freiburg lebenden Personen, die durch diese Untersuchung letztendlich repräsentiert werden sollen. Grundlage der Potenzialabschätzung, ist eine Berechnung der aktuellen Jahres-Gesamtausgaben der Grundgesamtheit. Diese folgt einem Schema, das für Bartarif-Kunden und für Zeitkarten-Kunden unterschiedliche Berechnungswege vorsieht.

- Bei den Bartarif-Kunden basiert die Berechnung auf der Ticketart und der Anzahl der befahrenen Zonen bzw. Räume. Die anhand der Preise ermittelten Ausgaben der Zielpersonen in einem durchschnittlichen Winter- bzw. Sommermonat wurden direkt im Interview plausibilisiert und ggfs. korrigiert.
- Für die Zeitkarten-Kunden basiert die Berechnung ebenfalls auf Preisen und Kaufhäufigkeiten der Tickets. Falls eine übertragbare Zeitkarte vorlag, wurde dabei nicht der volle Kaufpreis veranschlagt, sondern der prozentuale Nutzungsanteil der Karte, der nach eigener Angabe auf die jeweilige Zielperson entfiel – bei 50-prozentiger Kartennutzung demnach also der halbe Preis etc. Die so ermittelten Ausgaben wurden gleichfalls im Interview plausibilisiert. Hinzugerechnet wurde auch ÖPNV- und Ticket-Nutzung in Monaten ohne Zeitkarte.

Die personenbezogenen Jahresausgaben wurden schließlich über alle Bartarif- und Zeitkarten-Kunden der Grundgesamtheit hochgerechnet. Die aktuellen ÖPNV-Gesamtausgaben der Grundgesamtheit von etwa 19.850 Personen betragen hochgerechnet etwa 5,5 Mio. Euro. Pro Kopf entspricht dies einer durchschnittlichen aktuellen Ausgabe von knapp 280 Euro im Jahr und etwa 23 Euro im Monat. Dabei schwanken die Ausgaben je nach gewähltem Ticket von etwa 200 Euro/Jahr für Einzelkarten bis hin zu 369 Euro/Jahr für die Nutzer der Regio-Karte monatlich. Damit liegen die Ausgaben beispielsweise noch deutlich unter den Ausgaben der vergleichbaren Zielgruppe vor Einführung des Sozialtickets in München.

In der Summe wird von den Zeitkartenkunden aktuell ein Volumen von 3,0 Mio. Euro für die RegioKarte monatlich und von 1,0 Mio Euro für dauerhafte Zeitkarten erbracht. Weitere 1,2 Mio. Euro entfallen auf die Nutzer der Bartarif-Tickets. Hinzu kommen 0,2 Mio. Euro aus sonstigen Tickets.

Bei der vorgenommenen Hochrechnung handelt es sich trotz größtmöglicher Genauigkeit um eine näherungsweise Extrapolation, die Befragungsergebnisse und Annahmen über Kaufhäufigkeiten und Ausgaben in einem Berechnungsschema miteinander verknüpft. Sinnvoll erscheint daher, einen möglichen Korrekturfaktor von fünf bis zehn Prozent der Ergebnisse nach unten anzunehmen.

**Abbildung 3 Aktuelle Ausgaben der Zielgruppe**

**Ergebnisse der Hochrechnung für die Zielgruppe:**  
derzeitige Jahres-Gesamtausgaben bei rund 5,5 Mio. Euro

infas

Nutzergruppe nach dem aktuell am häufigsten genutzten Ticket	Anzahl der Personen der Grundgesamtheit	bisherige Ausgaben der Leistungsempfänger pro Jahr in Tsd. Euro
Nicht-ÖPNV Nutzer	1.925	0
Nutzer von Einzelfahrscheinen	2.855	584
Nutzer sonstiger Bartarife (Mehrfahrten, Punkte, Regio24)	2.904	679
Nutzer der RegioKarte monatlich (Erwachsene und Azubis)	8.093	2.987
Nutzer der RegioKarte dauerhaft (Abo, Jahr, Job, Semesterticket)	2.980	1.002
Sonstige (Schwerbehinderten-/Studierendenausweis, sonstige)	1.093	236
<b>Jahres-Gesamtausgaben der Leistungsempfänger</b>	<b>19.850</b>	<b>5.487</b>

Marktforschung zu einem Sozialticket in Freiburg, 751 telefonische Interviews, März bis Mai 2010

Schwankungsbreiten der Ergebnisse von bis zu etwa 5 bis 10 Prozent nach unten möglich.

### 3 Akzeptanz des Sozialtickets

Im weiteren Interviewverlauf wurde den Befragten das mögliche Sozialticket in den folgenden Varianten vorgestellt:

- als persönliche, nicht übertragbare Monatskarte für das Verbundgebiet,
- als 2x4-Mehrfahrtenkarte für das Stadtgebiet Freiburg oder
- als Einzelfahrschein für das Stadtgebiet Freiburg.

Das Sozialticket wurde außerdem als günstiges Ticket beschrieben, das preislich deutlich unter den derzeitigen Preisen liegen würde. Bei Bedarf wurden die entsprechenden Preise der regulären Tickets genannt.

Auf diese Beschreibung des Sozialtickets hin äußerten bereits zwei Drittel der Befragten ein spontanes Interesse und drückten dies darin aus, dass dieses Ticket für sie „sehr interessant“ sei. Weitere 24 Prozent betrachteten dieses Ticket für sich als „interessant“. Eine ablehnende Haltung nahmen spontan zehn Prozent der Befragten ein. Die Referenz auf die bis dahin noch nicht näher thematisierte Höhe des Preises wurde schließlich nur in Einzelfällen hergestellt.

Unabhängig von der konkreten Höhe des Kaufpreises wurde die Präferenz für die relevanten Ticketvarianten erhoben. Die Befragten sollten angeben, ob sie das Ticket als Monatskarte, als 2x4-Mehrfahrtenkarte oder als Einzelfahrschein bevorzugen würden. In der Zusammenstellung aller Varianten zeigt sich eine deutliche Dominanz der Monatskarte. Für 67 Prozent der Befragten wäre dies das präferierte Ticket. Die Mehrfahrtenkarte würde von knapp einem Sechstel präferiert. Auf den Einzelfahrschein fiel nur für neun Prozent der Befragten die Wahl.

Insgesamt sieben Prozent der Befragten würden schließlich gar keines der Modelle wählen wollen. Dieser Anteil der Ablehnenden ist wiederum mit knapp 20 Prozent besonders hoch unter den Empfängern von „Hilfe zum Lebensunterhalt“ bzw. „Grundsicherung“. Die Monatskarte wurde sehr deutlich von den Empfängern von „Arbeitslosengeld II“ bevorzugt, wohingegen die Wohngeldempfänger bei insgesamt hohem Zuspruch zum Sozialticket neben der Monatskarte auch die Mehrfahrtenkarte als verhältnismäßig attraktiv bewerteten.

Als Gründe für fehlendes Interesse bzw. fehlende konkrete Kaufbereitschaft des Sozialtickets wurde vor allen Dingen angegeben, beim bisherigen Fahrausweis bleiben zu wollen. Dies betrifft 47 Prozent der Uninteressierten. Diese Gruppe besitzt überwiegend Zeitkarten, und zwar zur Hälfte in der übertragbaren Variante. Genannt wurde des Weiteren, sich nicht festlegen zu wollen bzw. insgesamt nicht so häufig mit dem ÖPNV zu fahren (je etwa 30 Prozent).

Nachdem jede/r Befragte eine bevorzugte Ticketvariante gewählt hatte, erfolgte die Erhebung der Zahlungsbereitschaft für das präferierte Modell anhand verschiedener, vorab durch den Auftraggeber festgelegter Preisstufen. Diese lagen für die Monatskarte bei einem hohen Preis von 22,50 Euro, bei einem mittleren Preis von 18,00 Euro und bei einem niedrigen Preis von 14,00 Euro, welcher in etwa dem für Teilnahme am Verkehrsleben vorgesehenen anteiligen Regelsatz des Leistungsbezugs entspricht. Für die Mehrfahrtenkarte lag der abgefragte Preis bei 9,60 bzw. 8,00 und 6,40 Euro. Für den Einzelfahrschein wurden schließlich Preise von 1,30 bzw. 1,10 und 0,90 Euro untersucht.

Technisch wird das Interview so gesteuert, dass die Befragten zunächst über ihre Zahlungsbereitschaft zum hohen Preis befragt werden. Falls hier bereits eine „bestimmte“ Kaufbereitschaft vorliegt, kann diese auch für die jeweils niedrigeren Preisstufen angenommen werden. Für alle anderen Befragten schließt sich die Erhebung der Zahlungsbereitschaft zum mittleren Preis und ggfs. auch zum geringen Preis an, je nach Angaben der Befragten. Jeder Befragte durchlief diesen Erhebungsprozess lediglich einmal für die von ihm gewählte Ticketvariante.

Wie bereits festgehalten, wählen 67 Prozent der Befragten das Sozialticket in der Variante **Monatskarte**. Unter dieser engeren Gruppe der Befürworter zeigt sich eine deutliche Kaufabsicht auch zum hohen Preis von 22,50 Euro. Bereits 74 Prozent der Befürworter würden das Ticket zu diesem Preis „bestimmt“ erwerben. Weitere 19 Prozent deuten eine latente Kaufbereitschaft an, da sie es „wahrscheinlich“ erwerben würden. Die Kaufbereitschaft steigt mit sinkender Preisstufe bis hin zu einem Anteil von 94 Prozent bestimmter Käufer zu einem Preis von 14,00 Euro.



Die **2x4-Mehrfahrtenkarte** wird von 17 Prozent der Stichprobe befürwortet. Diese Befürworter wiederum sprachen sich insgesamt zurückhaltender und preisensibler in ihrer Kaufabsicht aus als die Befürworter der Variante Monatskarte, und zwar auf allen erhobenen Preisstufen. Trotzdem erreicht die subjektiv geäußerte Kaufbereitschaft auch hier Anteile von 44 Prozent für den hohen Preis bis hin zu 79 Prozent für den niedrigen Preis.

Der **Einzelfahrschein** spricht nur neun Prozent der Zielgruppe an, die sich allerdings unter allen Preisstufen deutlich kaufbereit (von 61 bis 81 Prozent) äußern.

Auf die gesamte Zielgruppe umgerechnet, liegen die Anteile der zur Monatskarte Wechselbereiten bei 49 bis 62 Prozent für den hohen bis niedrigen Preis. Für die Mehrfahrtenkarte oder den Einzelfahrschein liegen in den unterschiedlichen Preisvarianten nur Wechselquoten bis maximal 13 Prozent vor (für den niedrigsten Preis der Mehrfahrtenkarte).

Zusammenfassend bestätigt sich in der Szenarioanalyse, dass entsprechend der derzeitigen ÖPNV-Nutzung die Monatskarte die größte Zustimmung erhält. Die beiden Bartarif-Varianten als Mehrfahrten- oder Einzelfahrkarte stoßen auf deutlich geringere Resonanz.

**Abbildung 4 Akzeptanz des Sozialtickets**

erste Bewertung zur Akzeptanz des Sozialtickets: breites Interesse nur für die Monatskarte gegeben			infas	
Modell	Preisniveau	Preis in Euro	Wechselbereitschaft "bestimmt", bezogen auf Gesamtstich- probe in Prozent	Fazit für weitere Modell- rechnungen
Monatskarte	hoher Preis	22,50 €	49	Akzeptanz in allen Preis- varianten hoch 
	mittlerer Preis	18,00 €	57	
	niedriger Preis	14,00 €	62	
2x4-Mehrfahrtenkarte	hoher Preis	9,60 €	8	nicht empfehlens- wert, da zu geringe Akzeptanz 
	mittlerer Preis	8,00 €	11	
	niedriger Preis	6,40 €	13	
Einzelfahrschein	hoher Preis	1,30 €	6	
	mittlerer Preis	1,10 €	7	
	niedriger Preis	0,90 €	8	

Markturtersuchung zu einem Sozialticket in Freiburg, 751 telefonische Interviews, März bis Mai 2010

## 4 Hochrechnung der Ergebnisse zum Sozialticket

Im Folgenden wird die ermittelte derzeitige Jahresgesamtausgabe der Zielgruppe mit den Präferenzen und Kaufbereitschaften bezüglich eines Sozialtickets in der Monatskartenvariante zusammengeführt. Dabei stützen sich die Prognosen bezüglich der Ausgaben nach Einführung des potenziellen Sozialtickets gleichfalls – wie auch die Ermittlung der Jahresausgaben – auf eine Kombination von Befragungsdaten und Annahmen:

- Parameter der Erhebung, die in die Szenarioanalyse eingehen, sind die Wechselbereitschaft, die beabsichtigte Anzahl der zu erwerbenden Sozialtickets und die Fahrtenhäufigkeit in Fehlzeiten, in denen voraussichtlich kein Sozialticket erworben wird.
- Als Wechsler in das Sozialticket werden nur diejenigen betrachtet, die das Sozialticket zu einem gegebenen Preis „bestimmt“ kaufen wollen. Diese Be-

trachtungsweise wird gewählt, da es sich um ein bislang in dieser Form nicht existentes Fahrscheinangebot handelt.

- Nichtwechsler ins Sozialticket gehen mit ihren bisherigen Ausgaben für ÖPNV in das Modell ein. Wechsler ins Sozialticket gehen zum einen mit ihren Ausgaben für die Anzahl der Sozialtickets ein, die sie zu kaufen beabsichtigen. Zum anderen werden auch hier Ausgaben in Fehlzeiten ohne Sozialticket geschätzt. Hierbei wird die erhobene Fahrtenhäufigkeit in diesen Fehlzeiten mit den durchschnittlichen Ausgaben im Bartarif verknüpft.

Die folgenden Übersichten stellen die Wechselbereitschaft und Kaufabsicht nach bisheriger Ticketart dar.

**Abbildung 5 Wechselbereitschaft**

Wechselbereitschaft in das Sozialticket als Monatskarte: Anteil der „bestimmten“ Wechsler mit 49 bis 62 Prozent hoch		infas		
Modell		RegioKarte (Monatskarte)		
Annahme		Kaufbereitschaft für das Sozialticket bei entsprechendem Preis "ja, bestimmt"		
Szenario		1	2	3
Preis		hoher Preis: 22,50 Euro	mittlerer Preis: 18,00 Euro	niedriger Preis: 14,00 Euro
Nutzergruppe nach dem bisher am häufigsten genutzten Ticket	Anzahl der Personen der Grundgesamtheit	Anteil der "bestimmten" Wechsler in %	Anteil der "bestimmten" Wechsler in %	Anteil der "bestimmten" Wechsler in %
Nicht-ÖPNV Nutzer	1.925	24,6	31,6	37,7
Nutzer von Einzelfahrscheinen	2.855	29,2	45,6	54,9
Nutzer sonstiger Bartarife (Mehrfahrten, Punkte, Regio24)	2.904	35,9	46,1	53,0
Nutzer der RegioKarte monatlich (Erwachsene und Azubis)	8.093	68,0	73,3	76,5
Nutzer der RegioKarte dauerhaft (Abo, Jahr, Job, Semesterticket)	2.980	52,5	59,3	60,8
Sonstige (Schwerbehinderten-/Studierendenausweis, sonstige)	1.093	25,7	34,9	40,1
<b>gesamt</b>	<b>19.850</b>	<b>48,9</b>	<b>57,1</b>	<b>61,8</b>

Markturforschung zu einem Sozialticket in Freiburg, 751 telefonische Interviews, März bis Mai 2010

Während die Wechselbereitschaft je nach bisheriger Ticketart deutlich unterschiedlich ausfällt, bleibt die Anzahl der beabsichtigten Käufe über die Preisstufen und über die verschiedenen Nutzergruppen hinweg bemerkenswert konstant und liegt mit etwa elf Karten außerordentlich hoch. Wie bezüglich der aktuellen Nutzung der Zeitkarten aufgezeigt werden konnte, liegt bereits heute eine hohe Versorgung der Zeitkartennutzer mit durchschnittlich etwa zehn Monatskarten im Jahr vor. Aber auch die Nutzer anderer Fahrkartenarten, wie etwa aus dem Einzelfahrschein oder dem übrigen Bartarif, planen den Erwerb von durchschnittlich zwischen neun und zehn Sozialtickets im Jahr.

**Abbildung 6 Beabsichtigter Kauf**

**Anzahl der beabsichtigten Käufe der Monatskarte:**  
Wechsler ins Sozialticket wollen sich für fast 11 Monate versorgen

infas

Modell		RegioKarte (Monatskarte)		
Annahme		Kaufbereitschaft für das Sozialticket bei entsprechendem Preis 'ja, bestimmt'		
Szenario		1	2	3
Preis		hoher Preis: 22,50 Euro	mittlerer Preis: 18,00 Euro	niedriger Preis: 14,00 Euro
Nutzergruppe nach dem bisher am häufigsten genutzten Ticket	Anzahl der Personen der Grund-gesamtheit	Wechsler: Anzahl der beabsichtigten Sozialtickets/ Jahr	Wechsler: Anzahl der beabsichtigten Sozialtickets/ Jahr	Wechsler: Anzahl der beabsichtigten Sozialtickets/ Jahr
Nicht-ÖPNV Nutzer	1.925	9,46	9,30	9,48
Nutzer von Einzelfahrscheinen	2.855	10,14	9,56	9,76
Nutzer sonstiger Bartarife (Mehrfahrten, Punkte, Regio24)	2.904	9,95	9,36	9,35
Nutzer der RegioKarte monatlich (Erwachsene und Azubis)	8.093	11,22	11,23	11,19
Nutzer der RegioKarte dauerhaft (Abo, Jahr, Job, Semesterticket)	2.980	11,65	11,52	11,49
Sonstige (Schwerbehinderten-/Studierendenausweis, sonstige)	1.093	11,65	11,74	11,78
<b>gesamt</b>	<b>19.850</b>	<b>10,9</b>	<b>10,7</b>	<b>10,7</b>

Marktforschung zu einem Sozialticket in Freiburg, 751 telefonische Interviews, März bis Mai 2010

Die höchste Wechselbereitschaft liegt bei den bisherigen Nutzern der monatlichen RegioKarte vor, die mit dem neuen Angebot eine deutliche Reduzierung ihrer Kosten vornehmen können. Zu den stark wechselbereiten Gruppen zählen auch die Nutzer der dauerhaften RegioKarte. Nutzer des Bartarifs äußern sich demgegenüber zurückhaltender in ihrer Wechselbereitschaft. Selbst unter den bisherigen Nichtnutzern des ÖPNV gibt es einen Anteil an Wechsler, der zwar geringer ausfällt als unter den bereits aktiven ÖPNV-Nutzern, von dem jedoch auf Personenebene eine gleichfalls hohe Anzahl an Ticketkäufen beabsichtigt ist.

Unter der Monatskarte sind Jahresausgaben der Zielgruppe zu erwarten, die niedriger ausfallen als die aktuellen Ausgaben. Die Szenarioanalyse zur Monatskarte erbringt folgende Schätzungen zu den Gesamtausgaben der Wechsler und Nichtwechsler dieser Zielgruppe (auch hier Schwankungsbreiten von bis zu fünf bis zehn Prozent nach unten möglich):

- bei einem Preis von 22,50 Euro Ausgaben in Höhe von 4,6 Mio. Euro,
- bei einem Preis von 18,00 Euro Ausgaben in Höhe von 4,0 Mio. Euro,
- bei einem Preis von 14,00 Euro Ausgaben in Höhe von 3,5 Mio. Euro.

Ausgewiesen sind in der folgenden Abbildung die Gesamtausgaben nach bisher häufigster Ticketart. Diese umfassen sowohl die Ausgaben der Wechsler als auch der Nichtwechsler.

Abbildung 7 Hochrechnungen Monatskarte

## Ergebnisse der Hochrechnungen – Monatskarte:

hohe Wechselbereitschaft, mit sinkendem Preis steigende Nachfrage

infas

Modell		RegioKarte (Monatskarte)			
Annahme		Kaufbereitschaft für das Sozialticket bei entsprechendem Preis "ja, bestimmt"			
Szenario		1	2	3	
Preis		hoher Preis: 22,50 Euro	mittlerer Preis: 18,00 Euro	niedriger Preis: 14,00 Euro	
Anteil der potenziellen Käufer (= Wechsler)		48,90%	57,10%	61,80%	
Nutzergruppe nach dem bisher am häufigsten genutzten Ticket	Anzahl der Personen der Grundgesamtheit	Bisherige Ausgaben nach häufigstem Ticket in Tsd. Euro	Prognostizierte Ausgaben bei Einführung unter Szenario nach bisher häufigster Ticketart in Tsd. Euro (Wechsler und Nicht-Wechsler gesamt)		
Nicht-ÖPNV Nutzer	1.925	0	106	108	105
Nutzer von Einzelfahrscheinen	2.855	584	598	526	467
Nutzer sonstiger Bartarife (Mehrfahrten, Punkte, Regio24)	2.904	679	642	572	521
Nutzer der RegioKarte monatlich (Erwachsene und Azubis)	8.093	2.987	2.223	1.839	1.534
Nutzer der RegioKarte dauerhaft (Abo, Jahr, Job, Semester, ...)	2.980	1.002	800	687	602
Sonstige (Schwerbeh./Studierendenausweis, sonstige)	1.093	236	225	228	220
<b>Jahres-Gesamttausgaben</b>	<b>19.850</b>	<b>5.487</b>	<b>4.594</b>	<b>3.959</b>	<b>3.450</b>
<b>darunter erwartete Ausgaben aus dem Sozialticket</b>			<b>2.398</b>	<b>2.197</b>	<b>1.846</b>
Anzahl der voraussichtlich gekauften Sozialtickets in dieser Variante			ca. 106.580	ca. 122.045	ca. 131.850

Marktforschung zu einem Sozialticket in Freiburg, 751 telefonische Interviews, März bis Mai 2010

Schwankungsbreiten der Ausgaben von bis zu etwa 5 bis 10 Prozent nach unten möglich.

Innerhalb des Szenarios lassen sich einige Abhängigkeiten und Wirkmechanismen in Bezug auf den Ticketpreis identifizieren. Je niedriger der Ticketpreis für die Monatskarte,

- desto größer die Wechselbereitschaft und die Anzahl der voraussichtlich im Jahr gekauften Sozialtickets (ca. 100 bis 130 Tsd. Tickets);
- desto größer die Anzahl der Neukunden (470 bis hin zu etwa 750 Neukunden);
- desto geringer die Ausgaben der Zielgruppe unter diesem Modell (insbesondere unter den bisherigen Zeitkartenkunden in der monatlichen Variante);
- desto geringer der Betrag, der allein durch Ausgaben für das neue Sozialticket erwirtschaftet wird, da die höhere Wechselbereitschaft die geringeren Sozialticketkosten nicht aufwiegt.

## 5 Ausblick

Die Erfahrungen mit unterschiedlichen Potenzialstudien für den Bereich des Öffentlichen Personennahverkehrs bestätigt auch bezüglich Freiburg die hohe Bedeutung einer differenzierten Betrachtung der regionalen Rahmenbedingungen für die politische Planung. Eine einfache Übertragung der Ergebnisse zum Mobilitätsverhalten sowie zu den besonderen Anforderungen an ein neues Fahr-scheinangebot aus anderen Regionen würde hier zu kurz greifen.

Übertragbar sind jedoch Erfahrungen, die in anderen Regionen bei der Einführung gewonnen wurden. Als wichtige Stellgröße hat sich dabei neben der Angebotsgestaltung auch die Art des Vertriebs erwiesen. Die Untersuchungsergebnisse sind somit für die konkret untersuchten Angebotsvarianten unter Annahme einer möglichst leichten Zugänglichkeit des Tickets gültig.