

Fortsetzung des Rabatts für das Deutschlandjobticket

Beschlussvorlage der UAG Tarifentwicklung (Stand: 29.09.2025)

Zur Umsetzung der von der Verkehrsministerkonferenz am 18. September 2025 beschlossenen Preisanhebung beim Deutschlandticket, beschließt der Koordinierungsrat:

Abschnitt VI a der „Festlegungen zu den Tarifbestimmungen für das Deutschlandticket“ wird wie folgt geändert:

- a. Bundeseinheitliche Festlegung eines einheitlichen Abschlags:
 - Arbeitgeberzuschuss von mindestens 25 Prozent auf den Ausgabepreis führt zu 5 Prozent Abschlag auf den Ausgabepreis
 - ~~Dieser Abschlag wird bis einschließlich 2025 verlängert.~~

Begründung:

Die Entscheidungsbefugnis zur Einführung des Deutschlandjobtickets in einem Unternehmen liegt beim Arbeitgeber – er muss das Angebot aktiv einführen, zumindest teilweise finanzieren und organisieren. Mitarbeitende können das Ticket erst nutzen, wenn der Arbeitgeber die entsprechenden Rahmenbedingungen schafft und sich für eine Teilnahme entscheidet. Ein günstiger Preis ist sowohl für die Mitarbeitenden als auch für die Arbeitgeber entscheidend.

Für die Mitarbeitenden summiert sich die Ersparnis aus dem Beitrag des Arbeitgebers UND aus dem 5-prozentigen Rabatt. Sie beträgt mindestens 30 %. Also kostet ab 01.01.2026 ein Deutschlandjobticket für einen Mitarbeitenden 44,10 Euro und seine Ersparnis beträgt 18,90 Euro. Dieses attraktive Angebot macht die tatsächliche Ersparnis gegenüber anderen Mobilitätsformen (i. d. R. gegenüber dem Pkw) sichtbar und erhöht den Anreiz zur Nutzung deutlich. Besonders für Pendler mit kürzeren Wegstrecken oder geringem Einkommen ist der reduzierte Preis oft ausschlaggebend, um sich für das Deutschlandjobticket zu entscheiden – zumeist zusätzlich zur Anschaffung eines Pkw, der dann seltener genutzt wird.

Für Arbeitgeber ist der Rabatt der erste Anreiz dafür, dass Deutschlandjobticket einzuführen. Mit dem Rabatt wird sein (auch finanzielles) Engagement für die Mobilität seiner Mitarbeitenden anerkannt. Dieser Rabatt rechnet sich wie jeder Mengenrabatt. Nachdem die Rahmenbedingungen für das Deutschlandticket nun bis 2030 geklärt sind und langfristige Planungssicherheit besteht, wäre es ein kontraproduktives „Anti-Marketing“, im Gegenzug den Rabatt für das Deutschlandjobticket auslaufen zu lassen.

Der 5-prozentige Zuschuss ist der entscheidende Hebel für den Erfolg des Deutschlandjobtickets. Fällt er weg, verliert das Deutschlandjobticket seinen spezifischen Mehrwert: Für Arbeitgeber gäbe es keinen besonderen Anreiz mehr, sich am Modell zu beteiligen, wenn das Ticket ohnehin überall zum gleichen Preis erhältlich ist. Das Deutschlandjobticket, das bei der Nachfrage ohnehin weit hinter den üblichen Jobticketquoten liegt und ein erhebliches Potential hat, stünde damit faktisch vor einer starken Einschränkung – denn ohne Rabatt fehlt der Differenzierungs- und Motivationsfaktor. Kommt es in der Folge zur Kündigung von Rahmenverträgen durch die Arbeitgeber, verlieren die Mitarbeitenden die o. g. Ersparnis und damit oft die Lust am Deutschlandticket. Das Ergebnis: Ein Preissprung von 43 % für die Mitarbeitenden (ab 01.01.2026 44,10 € auf 63 €). Ohne den 5-prozentigen Zuschuss fehlt dem Deutschlandjobticket regelmäßig die Grundlage, im Bestand weiter zu wachsen und über die Absatzsteigerung einen maßgeblichen Anteil an den Fahrgeldeinnahmen im deutschen Nahverkehr zu leisten und die Lücke in der Finanzierung des Deutschlandtickets ab dem Jahr 2026 zu schließen.

Durch die ab 2026 geplante Umstellung auf eine pauschale Finanzierungsregelung beim Deutschlandticket geht die Erlösverantwortung wieder stärker auf die Branche über. Den Verkehrsunternehmen und Verkehrsverbünden würde durch den Wegfall des Jobticketrabatts ein wichtiges Gestaltungselement zur Steigerung des Absatzes und damit der Fahrgeldeinnahmen genommen. Vor allem aber bewirkt das Ende der Rettungsschirmsystematik und die Einführung einer Pauschalierungsregelung, dass der Rabatt keinesfalls zu Lasten von Bund und Ländern gehen kann. Daher kann die bisher teilweise gezeigte Zurückhaltung gegenüber dem Rabatt aufgegeben werden.

Das Deutschlandjobticket erzeugt eine deutlich höhere Kundenbindung als das „normale“ Deutschlandticket. Das Hop-on und Hop-off insbesondere des per App/Shop ausgegebenen Tickets ist durch die Dreiecksbeziehung Verkehrsunternehmen/Arbeitgeber/Arbeitnehmer deutlich geringer bis nicht vorhanden. Hierdurch werden Einnahmen generiert, die beim „normalen“ Deutschlandticket durch die jederzeitige Kündbarkeit entfallen. Diese hohe Bindung sorgt für eine stabilere Absatz- und Umsatzbasis auch in Krisenzeiten. Nur mit dem Modell Deutschlandjobticket besteht überhaupt die Möglichkeit die dritte Finanzierungssäule (Arbeitgeber) in relevanter Größenordnung zu erreichen.

Auch den Überlegungen der Tarifpartner, ein Deutschlandjobticket in die Tarifverhandlungen aufzunehmen, würde mit einem Auslaufen der Rabattregelung eine wesentliche Grundlage entzogen.

Darüber hinaus nutzen viele Arbeitgeber Budgets, z. B. der Parkraumbewirtschaftung, um das Modell Deutschlandjobticket mitzufinanzieren. Solche verkehrspolitisch sinnvollen Verknüpfungen würden mit einem Auslaufen der Rabattregelung deutlich seltener werden.

Die seit dem Marktstart fortwährende öffentliche Diskussion verhinderte in Teilen die Entscheidung von Arbeitgebern, das Deutschlandjobticket den Mitarbeitenden anzubieten. Die Kombination aus weiterhin attraktivem Preis und Planbarkeit des Tickets über einen längeren Zeitraum sind Voraussetzung dafür, dass die Absatzpotenziale nutzbar gemacht werden können. Kunden, die in der aktuellen Marktlage durch einen rabattierten Preis für das Deutschlandticket gewonnen werden können, sind i. d. R. keine klassischen Stammkunden des ÖPNV und verbessern die Verkehrs- und Klimaeffekte des DT überproportional.

Die Bundesländer haben sich in Bundesausschüssen (Verkehrsausschuss (Vk) und Finanzausschuss (Fz)) klar für den Fortbestand des Deutschlandjobticketrabatts verständigt und in einer Beschlussempfehlung zur 11. Änderung des Regionalisierungsgesetzes einen deutlichen Appell an die Bundesregierung gerichtet.

In den aktuell geltenden Tarifbestimmungen zum Deutschlandticket ist unter 5. die Regelung zum Deutschlandjobticket wie folgt festgelegt:

„Der Fahrpreis für das Deutschlandticket als Jobticket ist der Fahrpreis nach Abschnitt 4 abzüglich 5% Rabatt. Voraussetzung für den Rabatt ist, dass der Arbeitgeber einen Zuschuss zum Jobticket leistet, der mindestens 25% des Fahrpreises gemäß Abschnitt 4 beträgt.“

Die Rabattierung richtet sich dabei immer nach dem aktuell gültigen Preis des Deutschlandtickets (Abschnitt 4 der Tarifbestimmungen zum Deutschlandticket).

Eine zeitliche Begrenzung der Rabattierung beim Deutschlandjobticket (bis zum 31.12.2025) ist in Abschnitt VI a der „Festlegungen zu den Tarifbestimmungen für das Deutschlandticket“¹ festgehalten. Es wird darauf hingewiesen, dass der Charakter der o. g. Festlegungen bislang nicht geklärt ist. Es kann nicht ausgeschlossen werden, dass eine Ablehnung dieser Beschlussvorlage zu einer Tarifzersplitterung führt, soweit die Festlegungen nur als eine Art unverbindliche Absichtserklärung zur Ausgestaltung der Tarifbestimmungen zum Deutschlandticket betrachtet werden.

¹ [13 grundlegende festlegungen tarifbestimmungen deutschlandticket aktualisiert.pdf](#)