

Studie Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt

Endbericht

Stand 24/02/2026

Alle Grafiken CC-BY-SA-NC 4.0 Zentrum für Aktive Mobilität, Stadt Graz, WKO Steiermark

Studie

2025

PROJEKTDESCHEIBUNG	4
PROJEKTABLAUF UND FELDFORSCHUNG	7
STICHPROBE UND DEMOGRAFIE	8
VERKEHRSMITTELWAHL	14
INNENSTADT	17
EINKAUF	28
AUSGABEN	32
FAZIT UND DISKUSSION DER ERGEBNISSE	38
VERGLEICH MIT INTERNATIONALEN STUDIEN	40
LIMITATIONEN UND AUSBLICK	41
LITERATUR- UND ABBILDUNGSVERZEICHNIS	42

Studie

Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt

Endbericht

Stand 24/02/2026

Alle Grafiken CC-BY-SA-NC 4.0 Zentrum für Aktive Mobilität, Stadt Graz, WKO Steiermark

Studie

2025



Kooperationspartner:innen:
Zentrum für Aktive Mobilität
Stadt Graz, Abteilung der Verkehrsplanung
Wirtschaftskammer Steiermark, Regionalstelle Graz

Laufzeit: 09/2024 - 11/2025

activemobility.uni-graz.at

ZAM
Zentrum für
A k t i v e
M o b i l i t ä t

Projektbeschreibung

Durch die Präsenz und Aktualität des Themas „Mobilität und Einkaufen in der Grazer Innenstadt“ wurde in Kooperation zwischen der Wirtschaftskammer Steiermark, der Stadt Graz und dem universitätsübergreifenden Zentrum für Aktive Mobilität der Universität Graz und der TU Graz die Studie „Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt“ durchgeführt.

Ziel der Studie war es, den Zusammenhang zwischen der Wahl des Verkehrsmittels und dem Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt zu untersuchen. Ergänzend wurden Fragen zur Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt gestellt, um ein umfassenderes Bild der Besuchsmotive und Rahmenbedingungen zu gewinnen.

Dadurch konnten nicht nur Mobilitäts- und Konsumzusammenhänge aufgezeigt, sondern auch Erkenntnisse darüber gewonnen werden, welche Faktoren den Besuch der Innenstadt insgesamt begünstigen oder hemmen. Zudem sollte durch die Erhebungen eine repräsentative und fundierte Datenbasis geschaffen werden, die sowohl den Wirtschaftstreibenden als auch der Verwaltung der Stadt Graz die Möglichkeit bietet, die Daten als Grundlage für weitere Entwicklungen, Entscheidungen und Veränderungen zu verwenden.

UNTERSUCHUNGSDESIGN

Die Studie basiert auf zwei sozialwissenschaftlichen Erhebungen – einer Befragung von Passant:innen und einer Befragung von Gewerbetreibenden in der Grazer Innenstadt – sowie auf der Analyse von Mobilfunkdaten.



PASSANT:INNENFRAGEBOGEN

Das Erhebungsdesign der Passant:innenbefragung umfasste zwei unterschiedliche Erhebungsmethoden (Mixed-Mode-Befragung):

1. Vor-Ort-Befragung: Einerseits wurden Personen vor Ort in der Grazer Innenstadt mit Hilfe von Interviewer:innen (per Tablet) befragt. Diese hatten die Option, den Fragebogen, den sie vor Ort in der Innenstadt gestartet hatten, von zuhause aus online zu vervollständigen (per individuellem Code).
2. Online-Befragung: Andererseits war es zusätzlich möglich, den Fragebogen vollständig von zuhause aus online durchzuführen.

Der Passant:innenfragebogen (siehe Anhang), welcher einerseits geschlossene aber auch offene Fragen beinhaltete, gliederte sich in zwei Teile. Der erste Teil umfasste zentrale Fragen zur Demografie, zum Aufenthalt in der Grazer Innenstadt, zur Verkehrsmittelwahl sowie zum Einkaufsverhalten. Im Anschluss wurden die Teilnehmenden – sowohl vor Ort als auch online – gefragt, ob sie noch einige Minuten Zeit für weitere Fragen hätten. Dieser zweite Teil enthielt vertiefende Fragen zu den genannten Themen sowie zusätzliche Fragen zur Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Grazer Innenstadt. Für die Datenauswertung wurden ausschließlich Personen berücksichtigt, die zumindest den ersten Teil des Fragebogens vollständig ausgefüllt hatten.





Die Online-Befragung diente ergänzend zur Vor-Ort-Erhebung vor allem dem Abgleich mit den vor Ort erhobenen Daten, um mögliche Verzerrungen ("Bias") zu minimieren. Um auf die Online-Befragung aufmerksam zu machen, wurden während des Vor-Ort-Erhebungszeitraums von den Interviewer:innen Handzettel in verschiedenen Innenstadtgeschäften ausgelegt. Zudem wurde die Umfrage über die Sozialen Netzwerke der Stadt Graz und des Zentrums für Aktive Mobilität beworben (z.B. Facebook, Instagram).

In beiden Erhebungen - vor Ort und online - wurde auf eine möglichst hohe Repräsentativität geachtet und versucht, systematische Verzerrungen zu vermeiden. Dies wurde durch wöchentliche Zwischenauswertungen von Personenmerkmalen, wie Alter und Geschlecht, und anschließender Unterweisung der Interviewer:innen, unterrepräsentierte Gruppen verstärkt zu rekrutieren, versucht. Dieser Mixed-Mode-Ansatz ermöglichte es, die Vorteile beider Erhebungsmethoden zu kombinieren:

- Vor-Ort-Befragung: Diese Erhebungsmethode ermöglichte eine direkte Erfassung ortsbezogener Wahrnehmungen und ließ Rückfragen zu. Zudem wurde so eine vollständige und sorgfältige Beantwortung der Fragen sichergestellt.
- Online-Befragung: Diese Erhebungsmethode bot den Teilnehmenden zeitliche Flexibilität und erlaubte, insbesondere bei Freitextfeldern, Antworten ohne Zeitdruck zu formulieren. Ortsbezogene Eindrücke mussten jedoch aus dem Gedächtnis abgerufen werden, wodurch Verzerrungen möglich sind.

GEWERBETREIBENDENFRAGEBOGEN

Beim Erhebungsdesign für Gewerbetreibende wurden Gewerbetreibende mit Standort in der Grazer Innenstadt aus den Sparten "Dienstleistung", "Gastronomie", "Handel" und "Tourismus" online befragt. Der Fragebogen wurde vom Zentrum für Aktive Mobilität in Abstimmung mit den Studienpartnern erstellt. Die Datenerhebung erfolgte durch die Wirtschaftskammer Steiermark.

Im Fragebogen (siehe Anhang) sollten die Gewerbetreibenden vor allem die Perspektive ihrer Kund:innen einnehmen und einschätzen, mit welchen Verkehrsmitteln diese ihren Betrieb erreichen und wie viel sie pro Einkauf ausgeben.

VERGLEICH MIT MOBILFUNKDATENANALYSE

Zur Überprüfung der Repräsentativität der Passant:innenbefragung wurden anonymisierte, aggregierte Mobilfunkdaten von der Firma Invenium - Data Insights GmbH ausgewertet, welche vom Citymanagement der Stadt Graz bereitgestellt wurden. Für den Erhebungszeitraum lagen Informationen zu Geschlecht, Altersverteilung und Herkunft der Besucher:innen der Grazer Innenstadt vor. Der Abgleich mit den Befragungsdaten ermöglichte die Einschätzung, inwieweit die Stichprobe die tatsächliche Besucher:innenstruktur widerspiegelte.

UNTERSUCHUNGSGEBIET

Das Untersuchungsgebiet wurde anhand mehrerer aufeinander abgestimmter Kriterien definiert, um eine sachgerechte und praxisorientierte Abgrenzung des Innenstadtbereichs zu gewährleisten. Als primäres Kriterium dienten die vom Citymanagement der Stadt Graz definierten zusammenhängenden Verkaufsflächen (A- und B-Lagen sowie weitere Bereiche einer regelmäßigen Marktanalyse, wie z.B. Neutorviertel). Darauf aufbauend war die fußläufige Erreichbarkeit innerhalb von zehn Minuten um den Hauptplatz ein weiteres Kriterium. Diese räumliche Festlegung ermöglichte es, den Bereich zu erfassen, der für Passant:innen im Alltag ohne wesentliche zeitliche oder körperliche Einschränkungen zugänglich ist. Diese offizielle Festlegung stellt sicher, dass die Abgrenzung mit bestehenden stadtplanerischen Konzepten und Entwicklungsstrategien übereinstimmt.

Darüber hinaus wurde die Branchenstruktur in die Gebietsauswahl einbezogen. Dabei lag der Fokus auf Standorten mit einer hohen wirtschaftlichen Frequenz, also Orten, an denen sich eine hohe Dichte an Handels- und Dienstleistungsangeboten konzentriert. Diese Bereiche sind von besonderer Bedeutung, da sie sowohl eine erhöhte Kund:innenfrequenz als auch eine starke wirtschaftliche Dynamik aufweisen. Durch die Kombination dieser Kriterien wurde das Untersuchungsgebiet in Abbildung 1 definiert, das sowohl funktional als auch strategisch die relevanten Teile der Innenstadt abbildet.

Zudem bezogen sich die ortsspezifischen Fragen der Umfrage auf die in Abbildung 1 markierten Plätze in der Innenstadt, an denen sich auch die Interviewer:innen für die Vor-Ort-Befragung aufhielten.

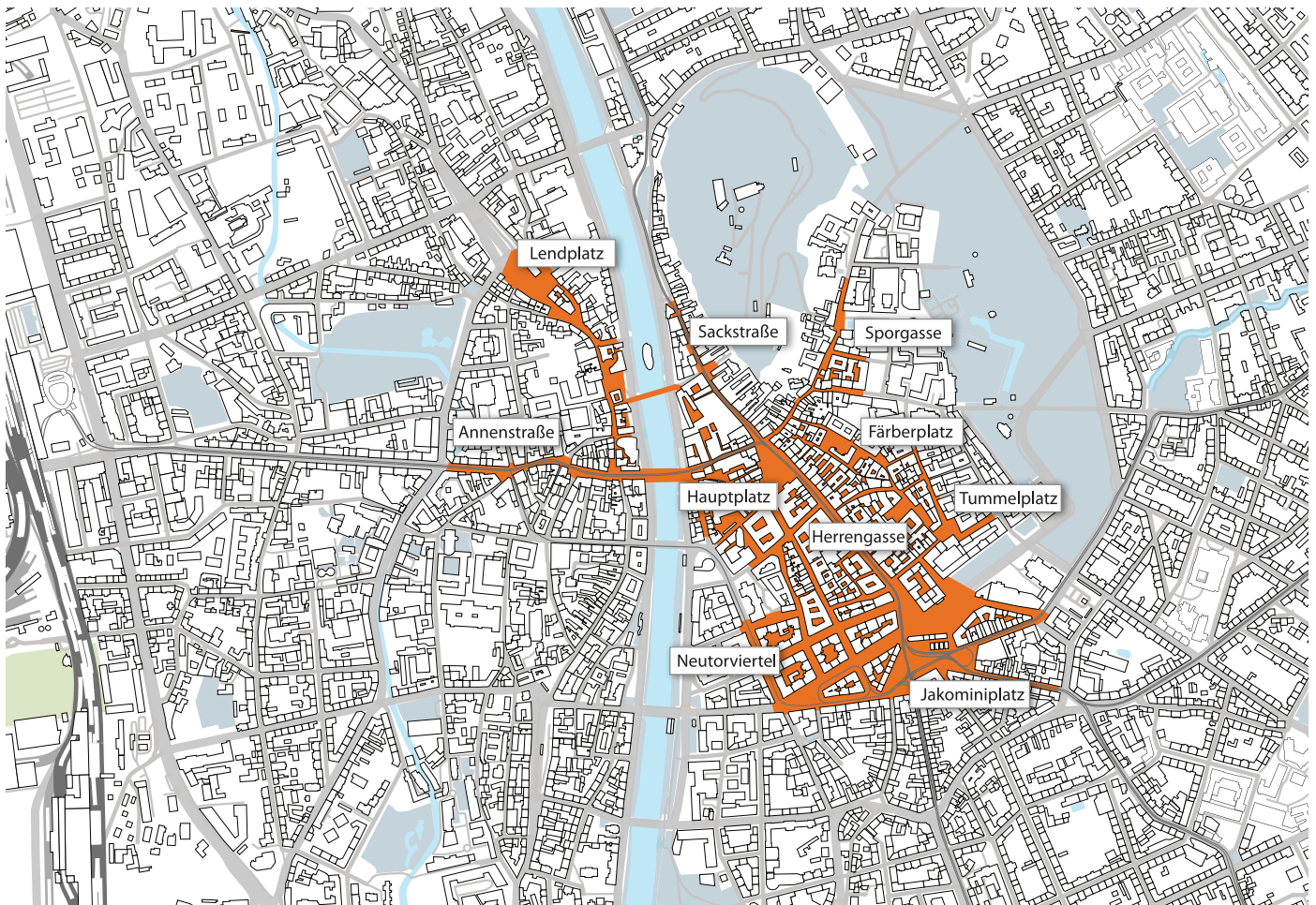


Abb. 1: Untersuchungsgebiet der Vor-Ort-Befragung

Projektablauf & Feldforschung

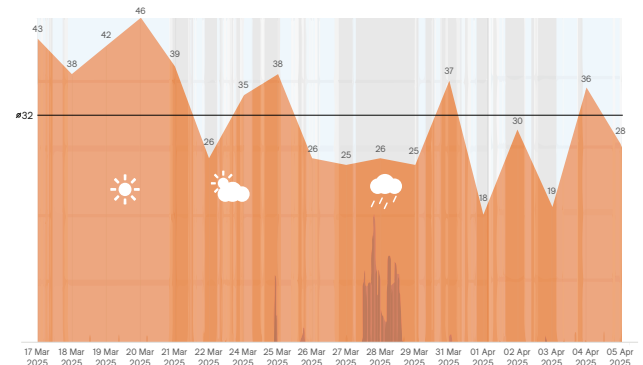
PASSANT:INNENBEFRAGUNG

Die Vor-Ort-Erhebung erstreckte sich über drei Wochen, vom 17. März 2025 bis zum 5. April 2025. Dieser Zeitraum wurde bewusst gewählt, da März und April sowohl hinsichtlich Temperatur als auch Niederschlagsmengen einen repräsentativen Jahresdurchschnitt in Österreich darstellen (Geosphere Austria, 2025). Innerhalb dieses Zeitraums führten jeweils zwei Interviewer:innen von Montag bis Samstag jeweils zwischen 08:00 und 12:00 Uhr sowie zwischen 13:00 und 17:00 Uhr Befragungen durch. Diese fanden an den zehn im Untersuchungsgebiet festgelegten Standorten statt (siehe Abbildung 1). Innerhalb dieses Zeitraums wurden, wie in Abbildung 2 ersichtlich, sowohl sonnige als auch regnerische Tage verzeichnet, wodurch eine Erhebung unter unterschiedlichen Witterungsbedingungen möglich war. Prinzipiell wurden an sonnigen Tagen durchschnittlich mehr Personen für eine Befragung erreicht als an Tagen mit Bewölkung oder Regen. Dennoch konnten täglich zwischen 18 und 46 Personen akquiriert werden (durchschnittlich 32).

Der Erhebungszeitraum der Online-Befragung ohne persönliche Befragung vor Ort erstreckte sich vom 17. März 2025 bis zum 10. April 2025 (also 5 Tage länger).

GEWERBETREIBENDENUMFRAGE

Die Gewerbetreibendenumfrage wurde seitens der Wirtschaftskammer Steiermark im Erhebungszeitraum vom 24. März 2025 bis 10. April 2025 an Gewerbetreibende relevanter Branchen ("Dienstleistung", "Gastronomie", "Handel" und "Tourismus") der Innenstadt ausgesendet (online).



Insgesamt 577 akquirierte Personen für die Befragung im Tagesverlauf von 17.03. - 05.04.2025
Im Hintergrund Bewölkung (grau) und Niederschlag (rot)
Sowohl an sonnigen als auch regnerischen Tagen konnten durchschnittlich 32 Personen befragt werden.

Abb. 2: Wetterdaten und Anzahl der Befragten an den jeweiligen Tagen im Erhebungszeitraum

AUSWERTUNG

Die Auswertung der Daten erfolgte durch das Zentrum für Aktive Mobilität.

Die Auswertungen stützen sich überwiegend auf die Daten der Vor-Ort-Befragung, da diese ein unmittelbares und besonders realitätsnahes Bild des Besuchsverhaltens und der Wahrnehmungen in der Grazer Innenstadt liefern. Für die Freitextfelder wurden zusätzlich die Online-Befragungsdaten berücksichtigt, da die Teilnehmenden diese zu Hause ohne Zeitdruck beantworten und so ausführlichere Antworten liefern konnten. Die Vorstellungen der Teilnehmenden für die Grazer Innenstadt wurden ebenfalls aus beiden Erhebungsformen einbezogen, jedoch getrennt ausgewertet, um ein breiteres Spektrum an Perspektiven abzubilden.

In den folgenden Kapiteln werden diese Ergebnisse detailliert dargestellt. Dabei wurde angestrebt, eine möglichst hohe Repräsentativität der Erhebung zu gewährleisten. Zu diesem Zweck wurden die mittels Fragebögen erhobenen Daten sowohl mit statistischen Kennzahlen der Stadt Graz als auch mit den im Erhebungszeitraum vom Unternehmen Invenium bereitgestellten Mobilfunkdaten abgeglichen. Entsprechende Vergleichspunkte werden im Text jeweils explizit gekennzeichnet.

Stichprobe & Demografie

Nach der Bereinigung der Daten konnten insgesamt 577 Vor-Ort-Fragebögen für die Auswertung herangezogen werden. Davon wurden 301 Fragebögen bis zum Ende des zweiten Teils und 276 Fragebögen teilweise, jedoch zumindest bis zum Ende des ersten Teils, ausgefüllt.

Bei der Online-Erhebung konnten insgesamt 897 Fragebögen für die Auswertungen verwendet werden. Davon wurden 875 Fragebögen bis zum Ende des zweiten Teils und 22 teilweise, aber zumindest bis zum Ende des ersten Teils, ausgefüllt.

Zudem konnten 125 Gewerbetreibende innerhalb der Innenstadt befragt werden.

ALTERSVERTEILUNG

Von den vor Ort befragten Passant:innen war die größte Gruppe 14-29 Jahre alt (37,3 %), gefolgt von den 60-74-Jährigen (20,5 %), 30-44-Jährigen (19,9 %), 45-59-Jährigen (15,3 %) und über 75-Jährigen (7,1 %). Damit zeigt sich eine insgesamt ausgewogene Altersverteilung, wobei die 14-29-Jährigen deutlich hervorstechen.

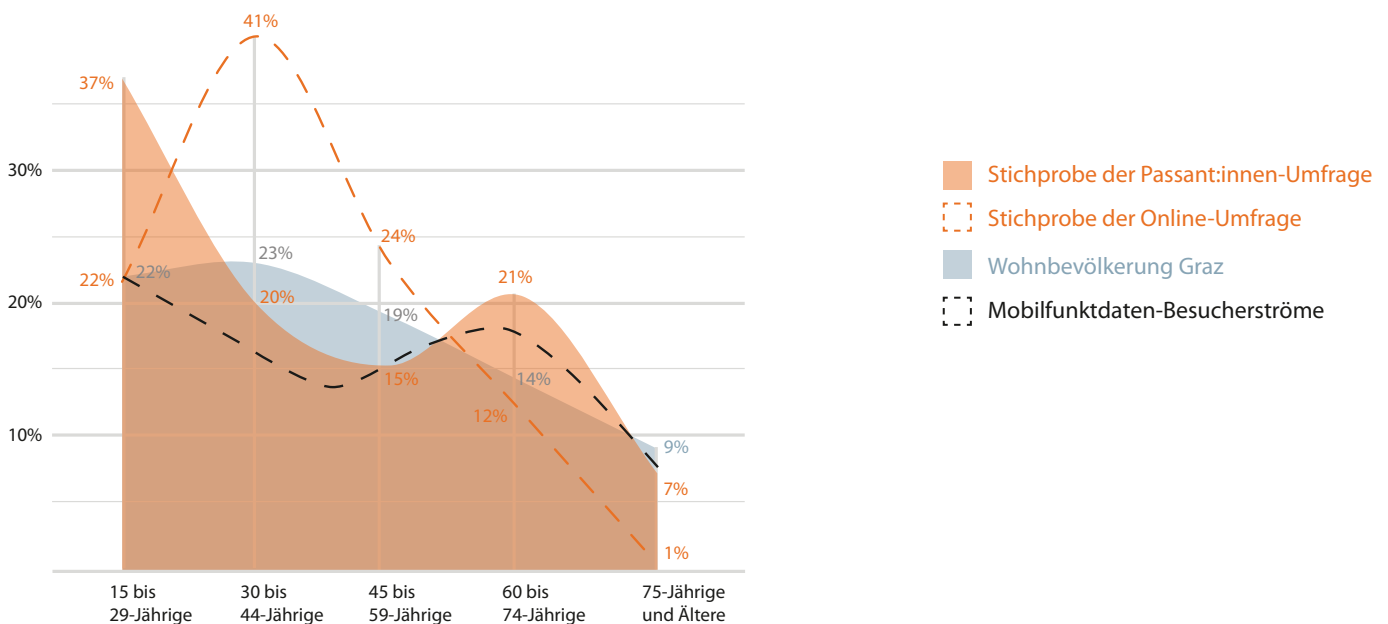
Vergleicht man die Stichprobe mit den Bevölkerungsdaten für Graz für das Jahr 2024 (Statistik Austria, 2025), zeigen sich zwar Abweichungen, diese relativieren sich jedoch etwas im Abgleich mit den Mobilfunkdaten (vgl. Abb. 3).

Die Altersverteilung der Online-Befragung kann diese Lücken teilweise füllen: Hier dominieren die 30-44-Jährigen (40,7 %), gefolgt von den 45-59-Jährigen (23,7 %), den 14-29-Jährigen (22,3 %), den 60-74-Jährigen (12,3 %) und den über 75-Jährigen (1,0 %).

GESCHLECHTERVERTEILUNG

Im Gesamtbild zeigt sich, dass, sowohl bei der Befragung vor Ort als auch bei der reinen Online-Befragung, mehr weibliche (vor Ort: 57,9 %; online: 56,6 %) als männliche (vor Ort: 41,9 %; online: 41,5 %) und diverse Personen (vor Ort: 0,2 %; online: 0,6 %) teilgenommen haben¹. Auch die Mobilfunkdaten zeigen einen höheren Anteil weiblicher Personen in der Grazer Innenstadt, was mit dem leichten Überhang an weiblichen Bewohner:innen laut den statistischen Daten aus 2024 von Statistik Austria (2025) übereinstimmt und die Befragungsergebnisse stützt.

¹ Im reinen Online-Fragebogen haben zudem 1,3 % keine Angabe bzgl. des Geschlechtes vorgenommen.



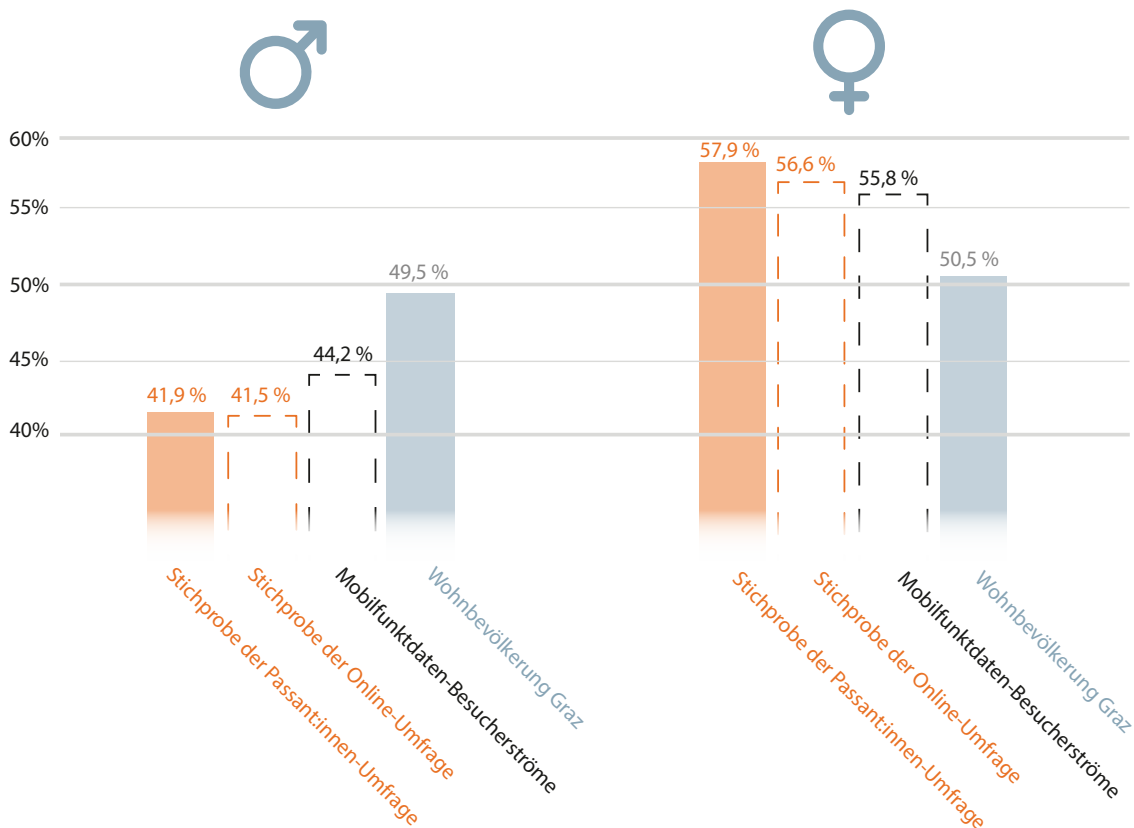
Altersverteilung: Stichprobe der Passant:innen-Befragung (aller Wohnstandorte), n=577

Im Vergleich zur Wohnbevölkerung in Graz 2024 (vgl. Statistik Austria, 2025)

und der Stichprobe aus der Online-Befragung, n=897

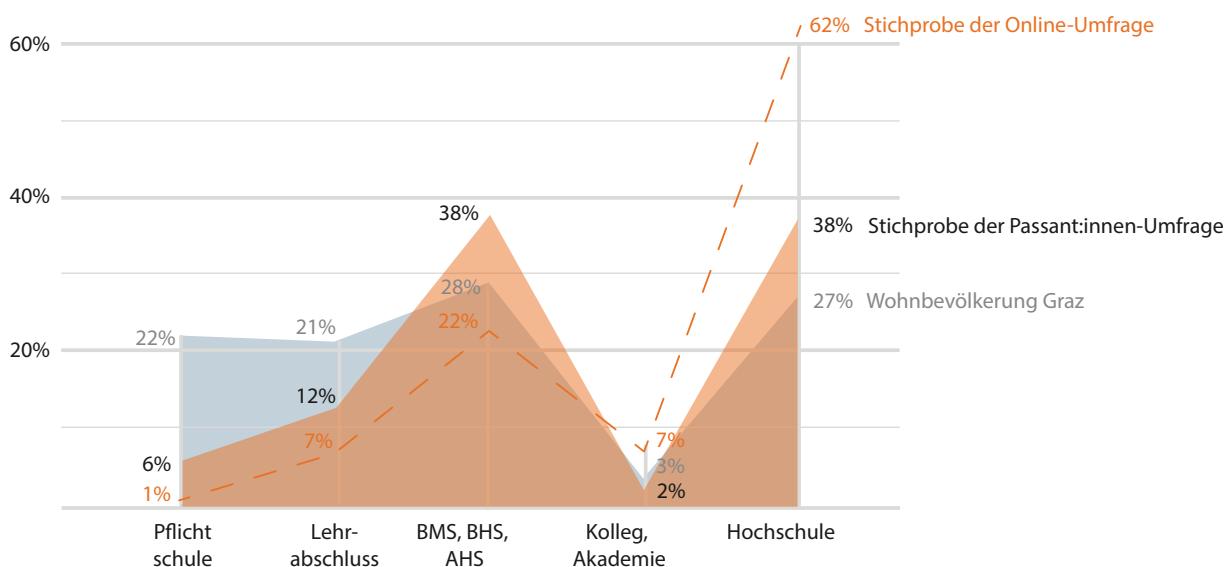
und Mobilfunkdaten-Besucherstromanalyse Innenstadt zentral Graz KW12-KW14/2025, Invenium

Abb. 3: Altersverteilung der Stichproben im Vergleich mit der Besucherstromanalyse und Grazer Wohnbevölkerung



Verteilung der Geschlechter: Stichprobe der Passant:innen-Befragung (aller Wohnstandorte), n=577, 0,2% divers
 Im Vergleich zur Stichprobe aus der Online-Befragung, n=897, 1,9% divers/keine Angabe
 und Mobilfunkdaten-Besucherstromanalyse Innenstadt zentral Graz KW12-KW14/2025, Invenium
 und der Wohnbevölkerung in Graz im Jahr 2024, Statistik Austria, 2025

Abb. 4: Geschlechterverteilung der Stichproben im Vergleich mit der Besucherstromanalyse und Grazer Wohnbevölkerung



Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses: Stichprobe der Passant:innen-Befragung (aller Wohnstandorte), n=577
 Im Vergleich zur Wohnbevölkerung in Graz im Jahr 2024, Statistik Austria, 2025
 und der Stichprobe aus der Online-Befragung, n=897

Abb. 5: Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses im Vergleich mit der Besucherstromanalyse und Grazer Wohnbevölkerung

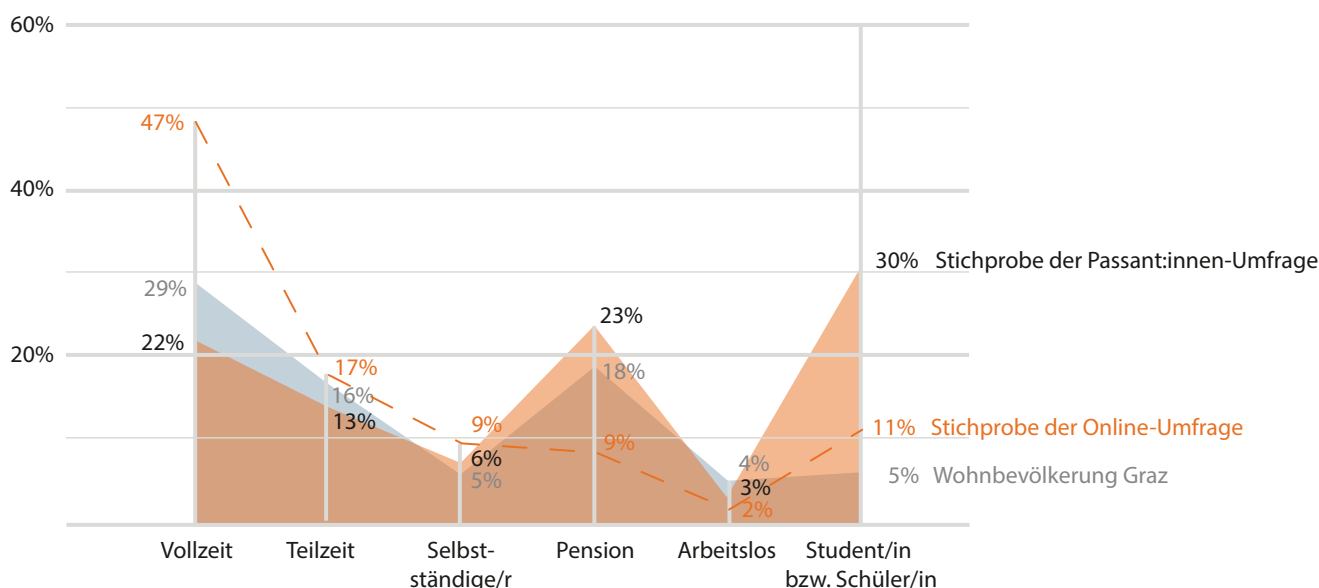
HÖCHSTER BILDUNGSABSCHLUSS & BESCHÄFTIGUNG

Bei der Vor-Ort-Erhebung gaben 301 Personen (n = 301) ihren höchsten Bildungsabschluss und ihre Berufstätigkeit an². Die meisten hatten einen Abschluss einer berufsbildenden mittleren Schule oder Matura (38,5 %), gefolgt von Master- oder höheren Hochschulabschlüssen (22,3 %) und Bachelorabschlüssen (15,9 %). Lehrabschlüsse (12,0 %), Pflichtschule (6,0 %) und kein Abschluss (2,0 %) waren seltener vertreten. Beruflich dominierten Studierende und Schüler:innen (30,2 %) sowie Pensionist:innen (23,3 %), gefolgt von Vollzeitbeschäftigten (21,6 %), Teilzeitbeschäftigten (13,3 %), Selbstständigen (6,3 %), Arbeitssuchenden (3,0 %) und geringfügig Erwerbstätigen (0,3 %). Weitere 2,0 % gaben eine sonstige Tätigkeit an.

In der Online-Erhebung (n = 875) stellten Master- oder höhere Hochschulabschlüsse mit 44,7 % die größte Gruppe, gefolgt von berufsbildender mittlerer Schule/Matura (21,7 %) und Bachelorabschlüssen (17,0 %). Kolleg/Akademie (7,4 %), Lehrabschlüsse (7,1 %), Pflichtschule (0,9 %) und kein Abschluss (0,1 %) waren seltener vertreten.

Beruflich waren vor allem Vollzeitbeschäftigte (47,0 %) sowie Teilzeitbeschäftigte (17,5 %) vertreten, gefolgt von Studierenden/Schüler:innen (11,2 %), Selbstständigen (9,5 %), Pensionist:innen (8,7 %) und geringfügig Erwerbstätigen (1,5 %). Arbeitsuchende (1,8 %) und Personen mit sonstigen Tätigkeiten (2,9 %) machten einen kleineren Anteil aus.

² Diese Frage befand sich im zweiten Teil des Fragebogens, sodass insgesamt weniger Antworten vorliegen.



Verteilung der Erwerbstätigkeit: Stichprobe der Passant:innen-Befragung (aller Wohnstandorte), n=577
Im Vergleich zur Wohnbevölkerung in Graz im Jahr 2024, Statistik Austria, 2025
und der Stichprobe aus der Online-Befragung, n=897

Abb. 6: Verteilung der Erwerbstätigkeit der Stichproben im Vergleich mit der Besucherstromanalyse und Grazer Wohnbevölkerung

WOHNORT

Der Großteil der Vor-Ort-Befragten wohnt in Graz (75,4 %), davon wohnen 54,6 % der Befragten in den Inneren Stadtbezirken (Innere Stadt, St. Leonhard, Geidorf, Lend, Gries, Jakomini) und 20,8 % in den äußeren Grazer Stadtbezirken. Ungefähr ein Viertel (24,6 %) wohnt außerhalb von Graz, davon 35,2 % in Graz-Umgebung, 33,8 % in einem anderen Bezirk in der Steiermark, 16,9 % in einem anderen Bundesland und 14,1 % in einem anderen Land. 0,5 % der Vor-Ort-Befragten machten keine Angabe.

Bei der Online-Befragung lag der Anteil der Grazer:innen noch höher, und zwar bei 86,2 %. Weitere Herkunftsangaben verteilen sich wie folgt: 11,8 % aus einem anderen Bezirk der Steiermark, 1,6 % aus einem anderen (Bundes-) Land, und 0,4 % machten keine Angabe. Wie bei den vorherigen demographischen Daten, wurden auch die erhobenen Werte zur Wohnsituation mit den zur Verfügung gestellten Mobilfunkdaten verglichen. Dabei wurden keine wesentlichen Unterschiede festgestellt werden.

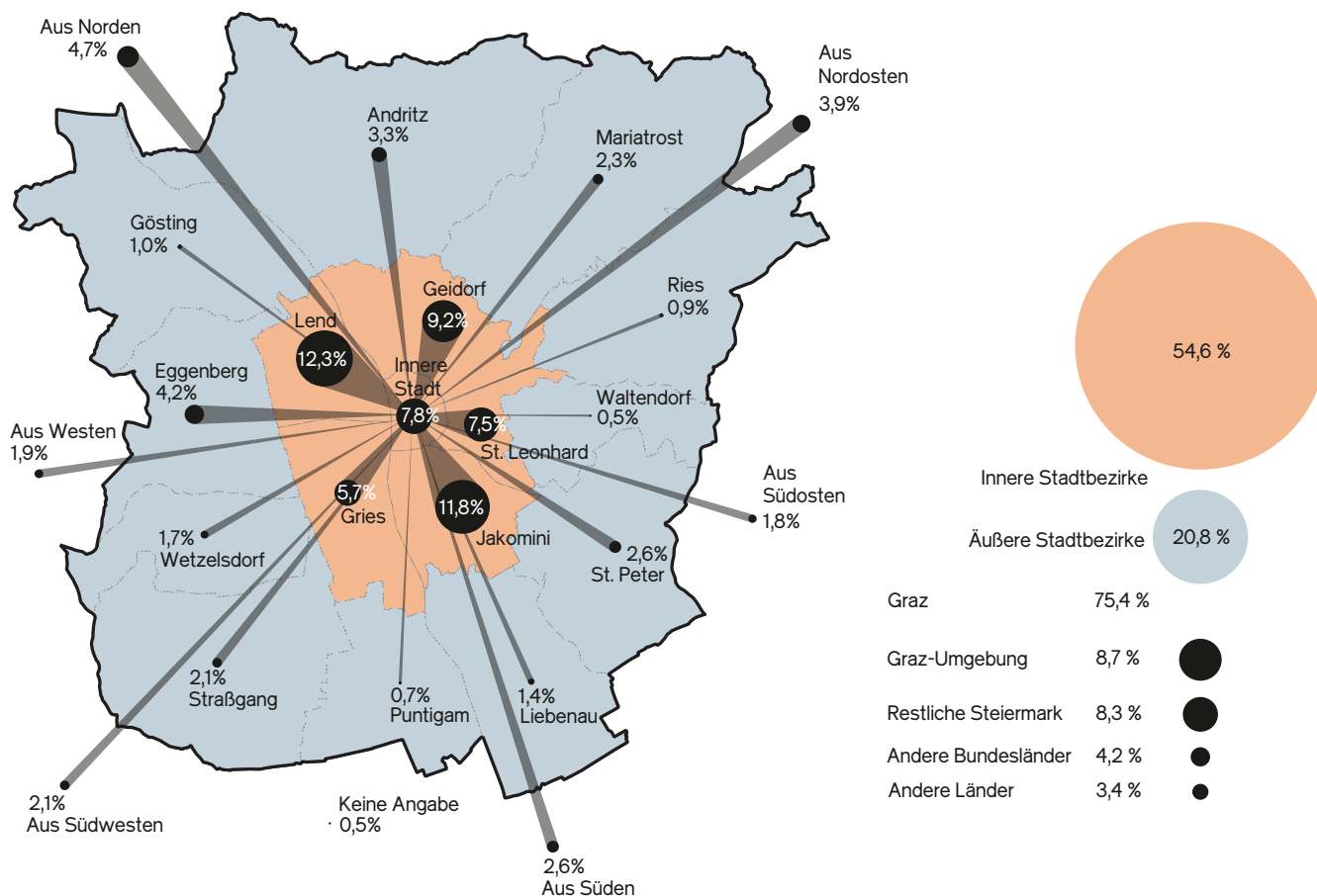


Abb. 7: Verteilung des Wohnortes von Passant:innen in der Innenstadt (bezogen auf die Steiermark), n=577

BRANCHENVERTEILUNG UND BETRIEBSGRÖÖE DER GEWERBETREIBENDEN

Bei den befragten Gewerbebetrieben entfielen 56,8 % auf den Handel, 19,2 % auf die Gastronomie, 18,4 % auf Dienstleistungen und 5,6 % auf den Tourismus.

Die Mehrheit der Betriebe waren Kleinstunternehmen mit 1 bis 9 Beschäftigten (54,4 %), gefolgt von Einpersonenernehmen (32,8 %) und Kleinunternehmen mit 10 bis 49 Beschäftigten (11,2 %). Mittlere Unternehmen (50 bis 249 Beschäftigte) machten 1,6 % aus, Großunternehmen (250 oder mehr Beschäftigte) waren nicht vertreten.

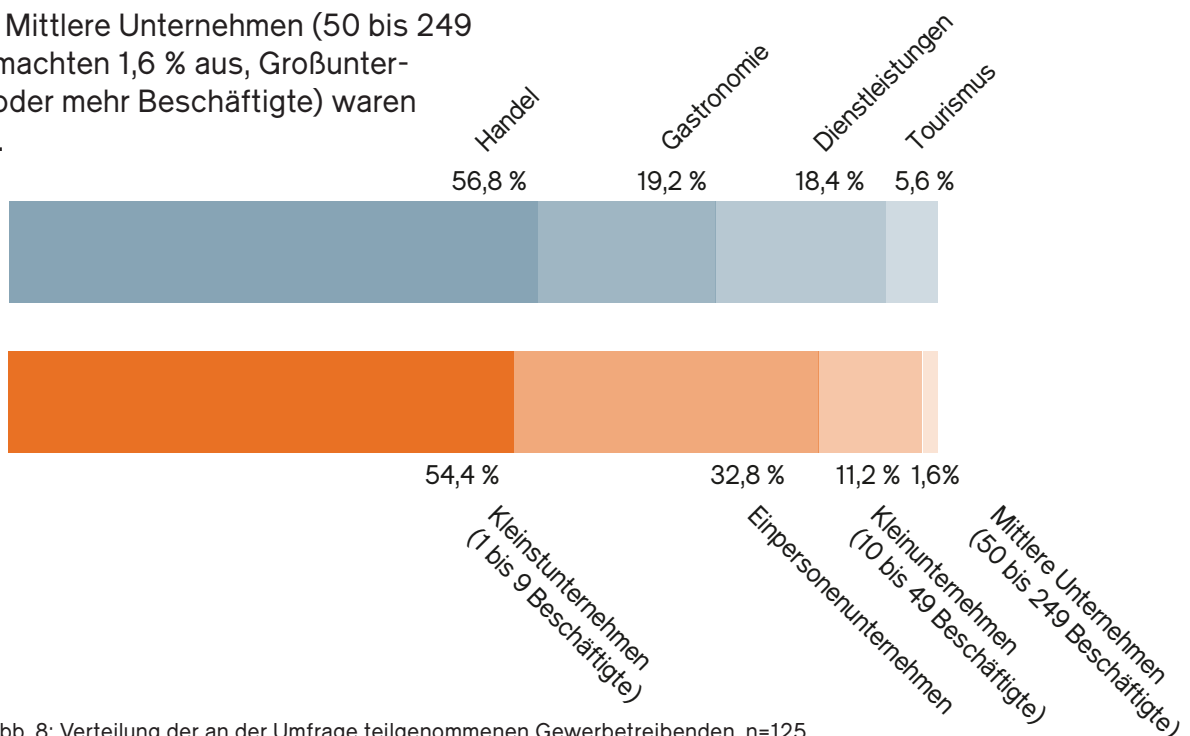


Abb. 8: Verteilung der an der Umfrage teilgenommenen Gewerbetreibenden, n=125

SYNTHESE

- Solide Datenbasis mit 1.400 verwertbaren Fragebögen aus der Passant:innen- und Online-Erhebung
- Ergänzungen zwischen Vor-Ort- und Online-Befragung
- Prägung der Innenstadt durch Kleinst- und Einpersonenernehmen
- Einschätzung der Repräsentativität durch Abgleich mit anonymisierten Mobilfunkdaten, statistischen Bevölkerungsdaten und Wetterdaten des Erhebungszeitraums



Verkehrsmittelwahl

In diesem Kapitel wird die Nutzung unterschiedlicher Verkehrsmittel für den Weg in die Grazer Innenstadt untersucht. Dabei werden sowohl die alleinige Nutzung eines Verkehrsmittels als auch Kombinationen mehrerer Verkehrsmittel betrachtet. Zusätzlich wird die Wahrnehmung der Verkehrsmittelverteilung durch Gewerbetreibende mit den tatsächlichen Befragungsdaten verglichen.

Ziel ist es, ein umfassendes Bild über die Mobilitätsgewohnheiten der Besucher:innen der Innenstadt sowie über Abweichungen zwischen subjektiver Einschätzung und realer Nutzung zu erhalten.

HÄUFIGKEIT DER VERKEHRSMITTELNUTZUNG

Am Befragungstag gaben 283 Personen (= 49,0 %) an, ausschließlich ein Verkehrsmittel für ihre Fahrt in die Grazer Innenstadt genutzt zu haben (siehe Abbildung 9). Davon waren 161 Personen zu Fuß unterwegs, 66 nutzten nur den öffentlichen Verkehr, 33 ausschließlich das Kfz und 23 ausschließlich das Fahrrad³ hierher: Somit gaben mehr als 85 % der Befragten vor Ort an, die Grazer Innenstadt am jeweiligen Erhebungstag mit öffentlichen Verkehrsmitteln oder aktiv mobil erreicht zu haben.

274 Personen (= 47,5 %) gaben hingegen an, am Befragungstag eine Kombination aus zwei verschiedenen Verkehrsmitteln für ihre Fahrt in die Grazer Innenstadt genutzt zu haben. Am häufigsten wurde die Verbindung von öffentlichem Verkehr und Zufußgehen genannt (n = 161), gefolgt von Rad und Zufußgehen (n = 37), Kfz und Zufußgehen (n = 34), Kfz und öffentlichem Verkehr (n = 27) sowie Rad und öffentlichem Verkehr (n = 11).

17 Personen (= 2,9 %) gaben am jeweiligen Befragungstag zudem eine Kombination aus 3 Verkehrsmitteln und 3 Personen (= 0,6 %) eine Kombination aus 4 Verkehrsmitteln für ihre Fahrt in die Grazer Innenstadt an.

Im Vergleich zum Modal-Split der Stadt Graz (Stadt Graz, 2024) zeigt die Befragung eine deutlich stärkere Nutzung des öffentlichen Verkehrs. Ebenso ist der Anteil der Fußgänger:innen höher, während Radfahrende unterrepräsentiert sind. Auch die Bedeutung des Kfz-Verkehrs fällt in der Innenstadt geringer aus als in den gesamtstädtischen Modal-Split-Daten.

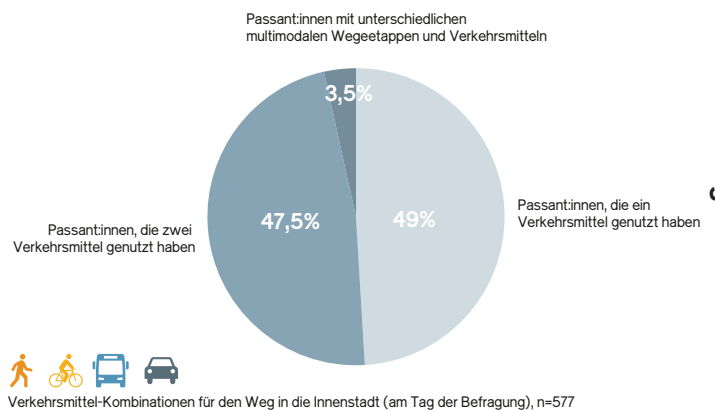


Abb. 9: Verkehrsmittel-Kombinationen für den Weg in die Innenstadt (am Tag der Befragung), die Piktogramme stellen die möglichen Verkehrsmittel dar, n=577

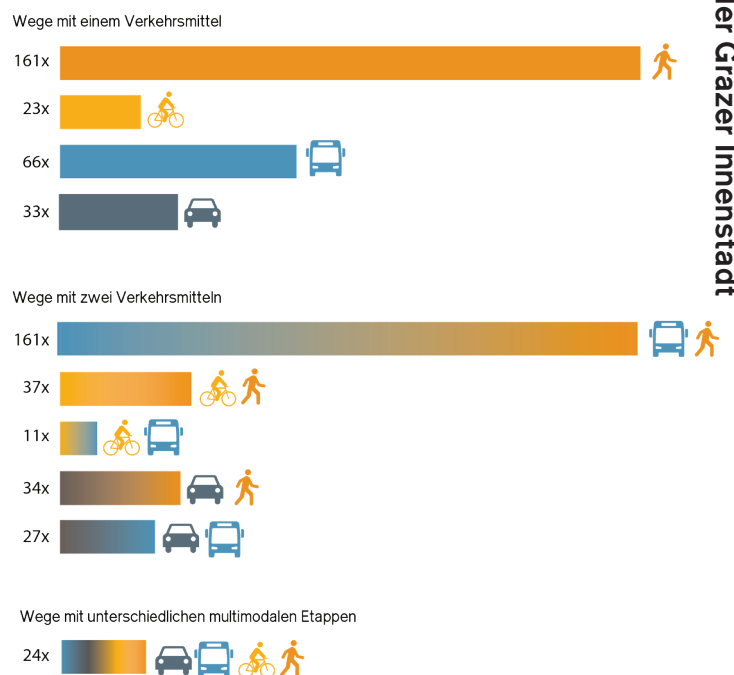
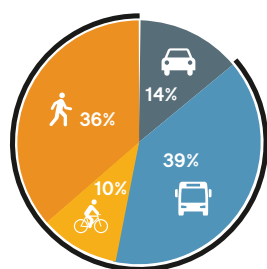


Abb. 10: Details zur Verkehrsmittel-Kombination für den Weg in die Innenstadt, n=577

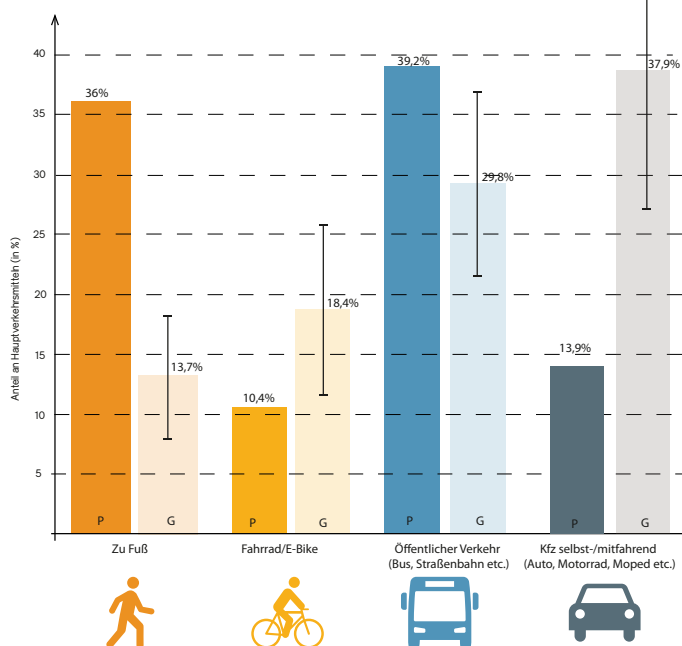
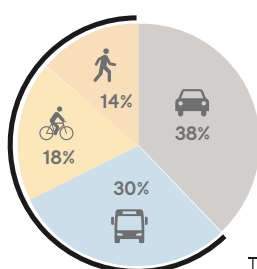
3 In der folgenden Studie umfasst der Begriff „Kfz“ Auto, Motorrad und Moped – jeweils als Selbstlenkende:r oder als Mitfahrende:r. Beim Begriff „Fahrrad“ sind ebenfalls E-Bikes eingeschlossen.

Die Gewerbetreibenden wurden gebeten, die prozentuale Verteilung der Verkehrsmittel der Besucher:innen für deren Weg in die Innenstadt abzuschätzen. Die Summe ihrer geschätzten Werte sollte dabei 100 % ergeben. In einzelnen Fällen wurde diese Vorgabe nicht exakt eingehalten. Um die Vergleichbarkeit sicherzustellen, wurden die angegebenen Werte deshalb proportional angepasst, sodass sich insgesamt stets 100 % ergaben. Auf dieser Grundlage ergab sich folgende Einschätzung: 13,7 % zu Fuß, 18,5 % Fahrrad/E-Bike, 29,8 % öffentlicher Verkehr sowie 37,9 % PKW. Daraus resultiert ein geschätzter Anteil des Umweltverbundes von 62 %.

Antworten aus Passantinnen-Befragung
85% Umweltverbund



Einschätzung der Gewerbetreibenden
62% Umweltverbund



Verteilung der Hauptverkehrsmittel in % für den Weg in die Innenstadt.
G: Einschätzung der Gewerbetreibenden n=83, inkl. Angabe der Standardabweichung
ÖV: 15,6; Kfz: 22,9; Fahrrad: 14,8; zu Fuß: 10,6
P: Antworten aus Passantinnen-Befragung (am Tag der Befragung) n=577
+0,5% „Sonstiges“

Der Vergleich mit den erhobenen Mobilitätsdaten zeigt deutliche Abweichungen:

Der Anteil der Kfz-Nutzung wird von Gewerbetreibenden deutlich überschätzt, während Fußgänger:innen unterschätzt werden.

Der Radverkehr wird tendenziell höher eingeschätzt, als er tatsächlich ausfällt. Die Werte für den öffentlichen Verkehr wurden ebenfalls leicht unterschätzt.

Insgesamt verdeutlicht dies eine gewisse Diskrepanz zwischen der Wahrnehmung der Gewerbetreibenden und der tatsächlichen Verkehrsmittelnutzung der Besucher:innen der Grazer Innenstadt.

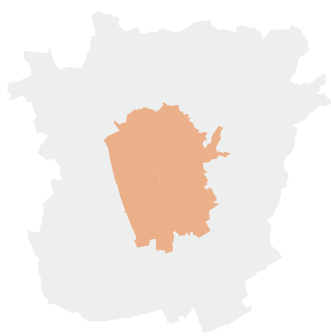
VERKEHRSMITTELWAHL NACH WOHNORT, ALTER UND GESCHLECHT

Die Verkehrsmittelwahl wurde zudem im Zusammenhang mit Wohnort, Alter und Geschlecht untersucht⁴. Dabei zeigte sich, dass der Wohnort der befragten Personen vor Ort einen statistisch hochsignifikanten Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl hat ($p < 0,001$). Personen, die in den sechs zentralen Stadtbezirken wohnen, erreichen die Innenstadt überwiegend zu Fuß (55 %) oder nutzen öffentliche Verkehrsmittel (32 %). Bei den Bewohner:innen der äußeren Stadtbezirke verwendet mehr als die Hälfte öffentliche Verkehrsmittel (57 %) für den Weg in die Innenstadt. Personen, die außerhalb von Graz wohnen, gelangen größtenteils mit öffentlichen Verkehrsmitteln (49 %) oder mit dem privaten Kfz (43 %) in die Innenstadt.

Es lässt sich ein klarer Trend erkennen: Mit zunehmender Entfernung des Wohnorts von der Innenstadt steigt der Anteil der Kfz-Nutzung deutlich an. Die Effekte sind dabei sehr ausgeprägt: Personen aus den inneren Bezirken nutzen öffentliche Verkehrsmittel 4,7-mal und das Fahrrad 27-mal häufiger, um in die Innenstadt zu kommen, als Personen von außerhalb von Graz. Bewohner:innen der äußeren Bezirke nutzen öffentliche Verkehrsmittel 2,8-mal und das Fahrrad 15-mal häufiger als Personen, die

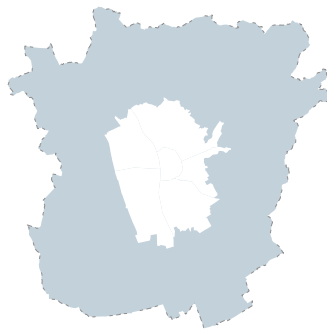
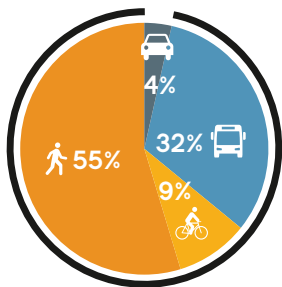
Abb. 11: Vergleich der Passant:innen- und Gewerbetreibenden-Befragung zur Verteilung der Hauptverkehrsmittel in % für den Weg in die Innenstadt.

⁴ Der Zusammenhang wurde mittels multinomialer logistischer Regression analysiert.



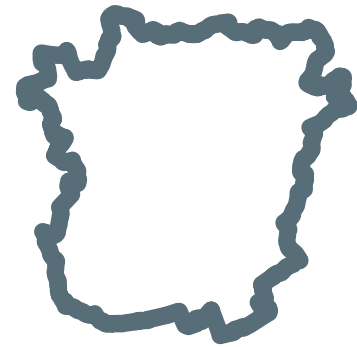
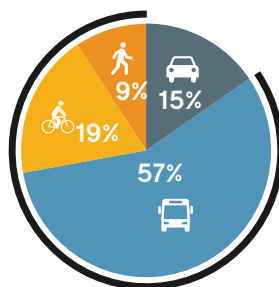
Innere Bezirke

96% Umweltverbund



Äußere Bezirke

85% Umweltverbund



Außerhalb von Graz

54% Umweltverbund

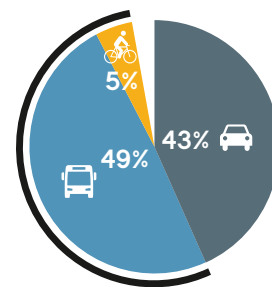


Abb. 12: Modal Split nach Wohnort der Vor-Ort-Befragten

außerhalb von Graz wohnen. Für Zufußgehende ist der Effekt bei inneren Bezirken besonders stark: Personen aus diesen Bezirken gehen 36-mal wahrscheinlicher zu Fuß in die Innenstadt als jene außerhalb von Graz.

Das Alter hat ebenfalls einen stark signifikanten Einfluss auf die Verkehrsmittelwahl ($p < 0,001$): Jüngere Personen nutzen häufiger das Fahrrad oder gehen zu Fuß. Beim Geschlecht konnte zwar kein statistisch signifikanter Unterschied festgestellt werden, jedoch deutet sich ein Trend an, dass Frauen etwas häufiger aktive Verkehrsmittel wählen.

SYNTHESE

- Kurze Wege und gute Anbindungen an den öffentlichen Verkehr begünstigen das Zufußgehen
- Die Verkehrsmittelwahl variiert mit der Entfernung des Wohnorts zur Innenstadt
- Bewohner:innen in der Innenstadt gehen überwiegend zu Fuß oder nutzen den öffentlichen Verkehr
- Personen aus den äußeren Bezirken und dem Umland nutzen häufig das Kfz
- Multimodale Wege in die Innenstadt werden am häufigsten mit einer Kombination aus Zufußgehen und öffentlichem Verkehr zurückgelegt
- Jüngere Personen sind am häufigsten aktiv mobil in die Innenstadt unterwegs
- Gewerbetreibende unterschätzen bei der Passant:innenmobilität den Anteil der Zufußgehenden und ÖV-Nutzenden und überschätzen hingegen den Rad- und Kfz-Anteil

Innenstadt

Das vorliegende Kapitel untersucht die Motive, aus denen Personen die Innenstadt aufsuchen. Dabei werden unterschiedliche Anlässe wie Einkäufe, gastronomische Besuche, Freizeitaktivitäten oder Behördenwege betrachtet. Zudem wird untersucht, wie sich die Gründe für den Innenstadtbesuch zwischen verschiedenen Altersgruppen unterscheiden und inwiefern sie mit der Wahl des Verkehrsmittels zusammenhängen.

Ziel ist es, ein umfassendes Bild der Nutzungsmuster der Innenstadt zu erhalten und die Verbindung zwischen Besuchszweck, Aufenthaltsdauer und Verkehrsmittelwahl darzustellen.

GRÜNDE FÜR DEN BESUCH IN DER INNENSTADT

Im Rahmen der Befragung wurden sowohl das Hauptmotiv des Innenstadtbesuchs am Befragungstag als auch weitere übliche oder generelle Gründe als Mehrfachantwort erfasst.

Werden die üblichen Besuchsründe analysiert, zeigt die Befragung vor Ort, dass der wichtigste Anlass für einen Innenstadtbesuch das Einkufen ist: 323 der 577 Befragten (56,0 %) gaben an, für den Erwerb eines bestimmten Produkts in die Innenstadt gekommen zu sein. Einen Besuch der Gastronomie nannten 303 Personen (52,5 %) als üblichen Grund. Darauf folgen Bummeln (252 Personen also 43,7 %) und Freizeit

(231 Personen also 40,0 %). Touristische Zwecke sowie Behördengänge stellen die geringsten üblichen Gründe für einen Innenstadtbesuch dar. Werden die üblichen Besuchsmotive mit dem Alter der Befragten vor Ort in Verbindung gesetzt, zeigen sich nur geringe Unterschiede je Altersgruppe. Auffällig ist ausschließlich der Besuch von Freund:innen und Familie: Jüngere Personen geben diesen Grund deutlich häufiger an als ältere ($p = 0,025$)⁵.

⁵ Der Zusammenhang wurde mittels multivariater logistischer Regression analysiert.

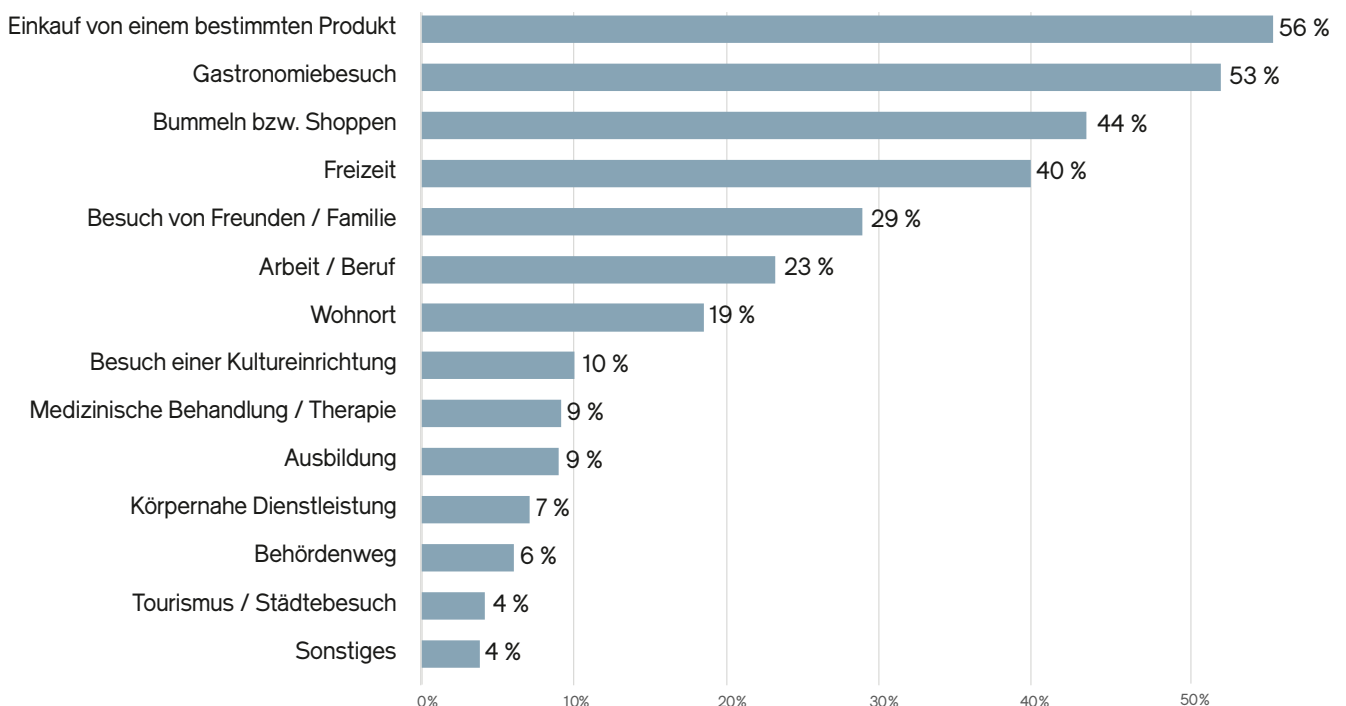


Abb. 13: Verteilung der Gründe von Passant:innen für den üblichen Besuch in der Innenstadt, Mehrfachangaben, n=577

Auch in Bezug auf den Wohnort zeigen sich lediglich geringe Unterschiede bei den üblichen Besuchsmotiven für die Grazer Innenstadt. So geben etwa gleich viele Personen aus den inneren Grazer Stadtbezirken (58,5 %) wie aus den äußeren Stadtbezirken (58,8 %) an, dass sie die Innenstadt hauptsächlich für den Kauf eines bestimmten Produkts aufsuchen. Bei Personen, die außerhalb von Graz wohnen, fällt dieser Anteil jedoch etwas geringer aus (48,2 %). Das Bummeln oder Shopping wird hingegen von geringfügig mehr Personen außerhalb von Graz (46,1 %) als von Personen innerhalb der Stadt (43,1 %) als Grund für den Besuch genannt. Freizeitaktivitäten werden von 41,7 % der Befragten vor Ort innerhalb von Graz und nur von 34,8 % derjenigen außerhalb von Graz als Besuchsmotiv angegeben.

Auffällig sind die Unterschiede bei Arbeit/Beruf und Ausbildung: Personen aus Graz besuchen die Innenstadt häufiger wegen ihrer Arbeit oder ihres Berufs (25,7 %) als Personen außerhalb von Graz (16,3 %), während der Grund der Ausbildung seltener von Personen die in Graz wohnen (7,9 %) und etwas häufiger von Personen die außerhalb von Graz wohnen (12,1 %) angegeben wird.

Darüber hinaus wurde das Besuchsmotiv des Befragungstages mit dem genutzten Hauptverkehrsmittel dieses Tages in Beziehung gesetzt. Hier zeigt sich, dass sowohl für die Besuche der Innenstadt mit dem Zweck einen bestimmten Einkauf zu erledigen oder zum Bummeln, als auch für Freizeitaktivitäten und Gastronomiebesuche vor allem Zu Fuß gegangen wird.

42,3 % der Personen, die für einen bestimmten Einkauf in die Grazer Innenstadt kamen, waren demnach zu Fuß unterwegs, 35,9 % nutzten die öffentlichen Verkehrsmittel, 11,3 % fuhren mit dem Fahrrad oder E-Bike und lediglich 9,9 % wählten das Kfz⁶. Zum Bummeln kamen 44,7 % mit den öffentlichen Verkehrsmitteln in die Grazer Innenstadt, 36,5 % gingen zu Fuß und jeweils 9,4 % fuhren mit dem Fahrrad oder dem Kfz. Freizeit- und Gastronomiebesuche weisen ebenfalls einen hohen Fußgänger:innenanteil auf (43,0 % bzw. 42,1 %).

Für den Arbeits- und Ausbildungsweg dominiert der öffentliche Verkehr mit 40,4 % bzw. 56,3 %, während das Zufußgehen mit 35,6 % bzw. 21,9 % deutlich geringer ausfällt.

Auffällig ist schließlich, dass bei medizinischen Behandlungen mit 23,7 % und Besuch von Kultureinrichtungen mit 33,3 % der Anteil der Kfz-Fahrten deutlich höher liegt als bei den anderen Motiven.

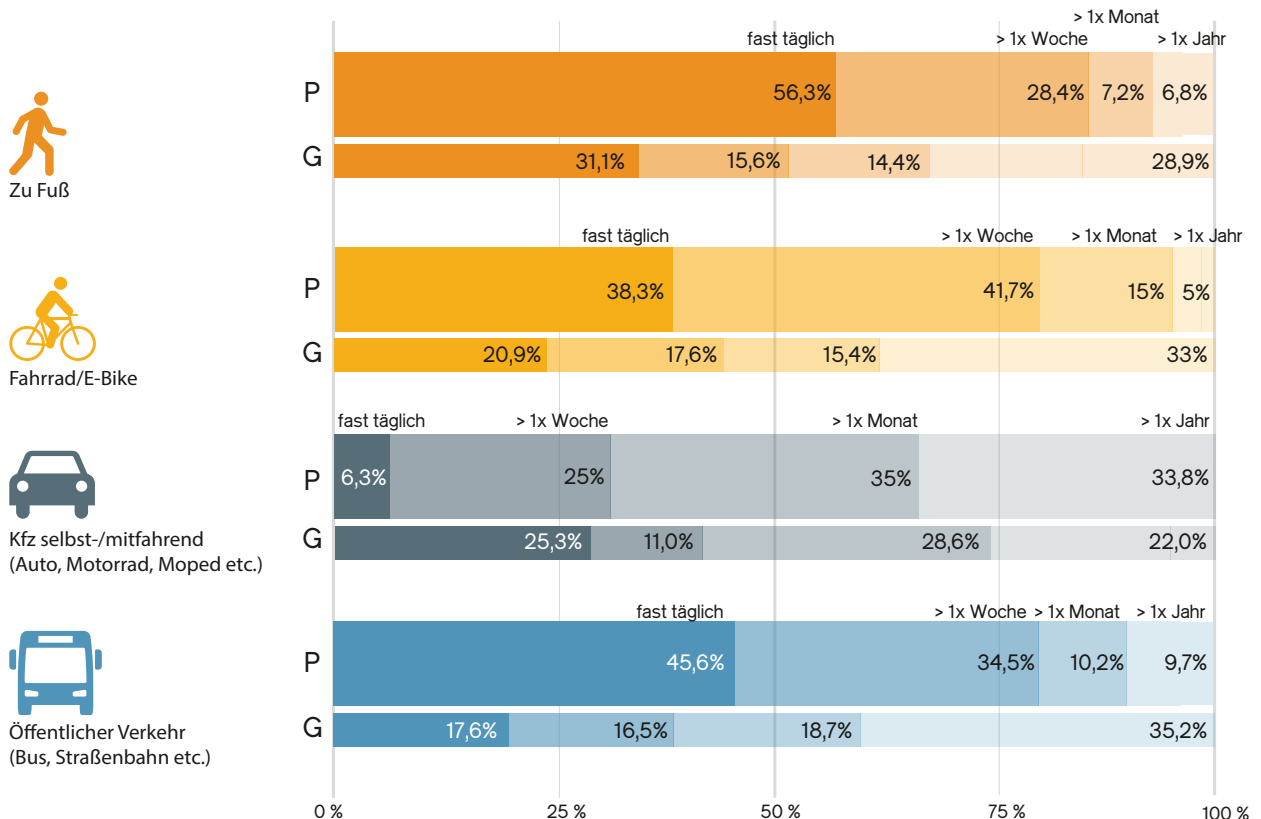
6 Der Zusammenhang wurde mittels multivariater logistischer Regression analysiert.

HÄUFIGKEIT DES BESUCHES

Insgesamt gaben 48,7 % der Vor-Ort-Befragten an, (fast) täglich die Grazer Innenstadt zu besuchen. Die meisten von ihnen wohnen in den inneren Stadtbezirken (73,6 %), während 17,9 % aus den äußeren Bezirken und 8,6 % von außerhalb von Graz stammen. Weitere 29,3 % besuchen die Innenstadt mindestens einmal pro Woche. In dieser Gruppe wohnen 52,7 % in den inneren Bezirken, 30,5 % in den äußeren und 16,8 % außerhalb von Graz. Bei jenen, die die Innenstadt nur etwa einmal im Monat aufsuchen (11,4 %), verschiebt sich das Bild deutlich: Nur noch 27,7 % kommen aus den inneren Stadtbezirken, 24,6 % aus den äußeren – fast die Hälfte (47,7 %) jedoch von außerhalb von Graz. 10,1 % haben

angegeben die Innenstadt noch seltener oder nie zu besuchen⁷.

Die Häufigkeit des Innenstadtbesuchs hängt deutlich vom genutzten Verkehrsmittel ab: Personen, die mit dem Kfz in die Innenstadt gekommen sind, besuchen sie seltener: Hier kommen die meisten Personen (35,0 %) mindestens einmal monatlich in die Innenstadt. Öfter besuchen die Innenstadt 31,3 % und weniger oft 33,8 % der Befragten. Besucher:innen, die aktiv mobil anreisen, sind dagegen regelmäßiger vor Ort: Über 80 % besuchen die Innenstadt einmal wöchentlich oder öfter (84,7 % zu Fuß, 80,0 % mit dem Fahrrad), während nur ein kleiner Teil selten in die Innenstadt kommt.



Häufigkeit des Innenstadtbesuchs nach Verkehrsmittel P: Passant:innen, n (gesamt)=576, n (zu Fuß)=208, n (Fahrrad)=60, n (Kfz)=80, n (ÖV)=226, Einschätzung der Häufigkeit durch G: Gewerbetreibende, n=91 (keine Angabe/weiß nicht: durchschnittlich 12 %, nicht dargestellt)

Abb. 14: Häufigkeit des Innenstadtbesuchs nach Verkehrsmittelwahl

⁷ 0,2 % gaben an, nur durch die Innenstadt zu fahren/gehen und 0,3 % gaben "Keine Angabe/Weiß nicht" an.

Wer mit dem öffentlichen Verkehr in die Innenstadt unterwegs ist, zeigt ein ähnliches Muster wie aktiv mobile Personen: Hier besuchen 84,6 % die Innenstadt einmal wöchentlich oder öfter. Insgesamt wird verdeutlicht, dass der öffentliche Verkehr, das Fahrrad und das Zufußgehen vor allem von regelmäßigen Innenstadtbesucher:innen genutzt werden, während das Kfz tendenziell eher von Gelegenheitsbesucher:innen gewählt wird. In der Abbildung 14 zeigen die Balken die Häufigkeit der Besuche in der Innenstadt je nach Verkehrsmittel.

Im Vergleich mit den Einschätzungen der Gewerbetreibenden wurde deutlich, dass die regelmäßigen Besuche der Grazer Innenstadt durch Passant:innen (mindestens einmal wöchentlich oder öfter) mit öffentlichen Verkehrsmitteln (34,1 %), dem Fahrrad (38,5 %) und Zufußgehen (46,7 %) eher unterschätzt, während die Besuche mit dem Kfz (36,3 %) überschätzt wurden.

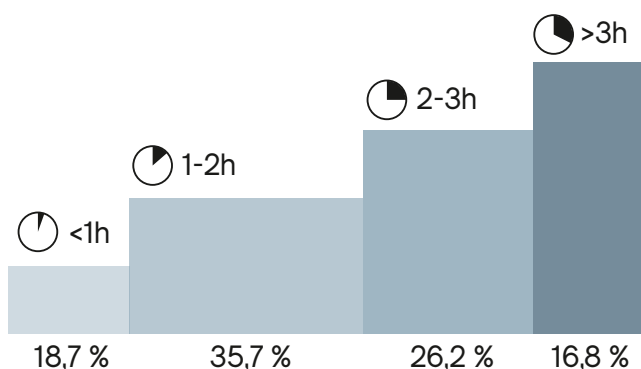


Abb. 15: Aufenthaltsdauer der Passant:innen, die horizontale Achse gibt die Anzahl der zustimmenden Befragten in % an, n=577

PARKVERHALTEN

Personen, die mit dem Kfz anreisen, parken vor allem auf öffentlichen Parkplätzen (43,7 %), wobei sich Unterschiede hinsichtlich des Wohnortes der Passant:innen erkennen lassen:

Personen aus den äußeren Grazer Stadtbezirken parken am häufigsten in nahegelegenen Tiefgaragen (50,0%), Personen aus den inneren Grazer Stadtbezirken auf öffentlichen Parkplätzen (55,0%) und Personen außerhalb von Graz zu

gleichen Teilen (jeweils 40,5%) in nahegelegenen Tiefgaragen und öffentlichen Parkplätzen

Insgesamt gaben zudem 53,5 % der Kfz-Lenker:innen oder Mitfahrer:innen (die Parkplatzzuchenden) an, dass sie die Parkplatzzuche als aufwändig und stressig empfinden. Die Fragen nach dem Parkverhalten wurde ausschließlich den Kfz-Nutzer:innen gestellt, um die Meinung der direkten Betroffenen zu erheben. Bezogen auf Fahrradabstellmöglichkeiten beurteilen 41% der Radfahrer:innen beurteilen die Fahrradabstellmöglichkeiten in der Grazer Innenstadt als ausreichend und 44,3% als unzureichend. Nur 28,7% der befragten Radfahrer:innen geben an, dass Fahrradabstellmöglichkeiten gut erreichbar sind und fast jede zweite Person, die das Fahrrad nutzt, empfindet es als akzeptabel, wenn sie es an einem sicheren Abstellplatz anschließen kann, auch wenn dieser weiter vom eigentlichen Ziel entfernt ist.

VERWEILDAUER

Der größte Teil der Befragten vor Ort verbringt 1-2 Stunden in der Grazer Innenstadt (35,7 %). An zweiter Stelle liegen jene, die sich 2-3 Stunden dort aufhalten (26,2 %). Kürzere Aufenthalte von weniger als einer Stunde gaben 18,7 % an, während 16,8 % länger als drei Stunden in der Innenstadt verweilen⁸.

Die Personen, die am längsten in der Innenstadt verweilen, sind jene, die mit dem Kfz anreisen: 38,8 % bleiben über drei Stunden. Dagegen verbringen jeweils etwas über 60 % der Besucher:innen, die mit dem öffentlichen Verkehr (64,6 %), dem Fahrrad (61,7 %) oder zu Fuß (63,9 %) kommen, 1-3 Stunden in der Innenstadt.

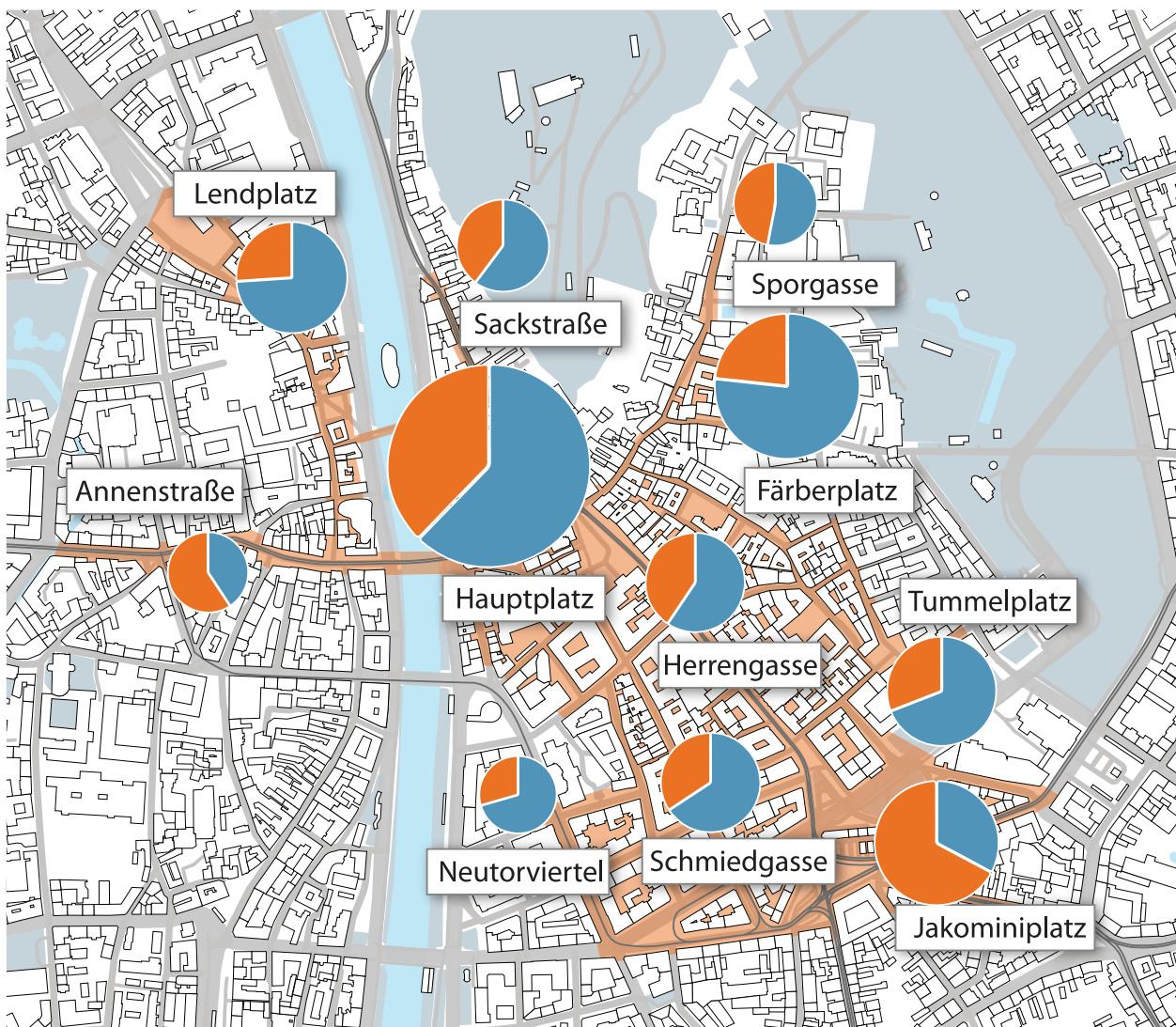
Am längsten verweilen die Personen am Färberplatz, in der Sporgasse und in der Herrengasse. Am wenigsten lange in der Annenstraße und am Jakominiplatz. Zudem kann gesagt werden, dass die befragten Personen in der Innenstadt vor allem samstags und mittwochs am längsten und montags am kürzesten verweilen. Dafür wurde die Verweildauer mit dem Wochentag der Befragung verschnitten.

⁸ 2,6% gaben "Keine Angabe/Weiß nicht" an.

ATTRAKTIVITÄT DES ÖFFENTLICHEN RAUMS

Wie in Abbildung 16 dargestellt, variiert die subjektiv wahrgenommene Attraktivität des öffentlichen Raums je nach Straßenzug oder Platz. Ein Standort wurde dabei als attraktiv kodiert, wenn die Befragten vor Ort angaben, sich dort gerne aufzuhalten und den Ort nicht nur zur Durchquerung zu nutzen, sondern sie die Umgebung gerne beobachten.

An Standorten wie dem Lendplatz, Neutorviertel und Färberplatz verweilen die meisten Passant:innen gerne, genießen die Umgebung und treffen sich dort mit Freundinnen/Familie. Im Gegensatz dazu werden Orte wie die Annenstraße, der Jakominiplatz und die Sporgasse überwiegend als Durchgangsbereiche genutzt, an denen sich Personen lediglich von A nach B bewegen und keine längeren Aufenthalte einplanen.



Durchschnittliche Einschätzung zur Aufenthaltsqualität der Passant:innen
 Die Größe des Kreises entspricht der Stichprobe: n = 95-175
 Jeweils mit den Anteilen für **Zustimmung** und **Ablehnung**.

Abb. 16: Durchschnittliche Einschätzung zur Aufenthaltsqualität der Passant:innen

EMPFINDUNGEN ZUR INNENSTADT

Die Erhebungen zu den Empfindungen in Bezug auf die Innenstadt zeigen Einschätzungen und Meinungen von 301 Personen, die vor Ort befragt wurden. Je weiter rechts sich die Punkte in der Abbildung 17 befinden, desto höher ist die Zustimmung zur entsprechenden Aussage. Die Verteilung der Antworten weist eine hohe Varianz auf, wobei sowohl extreme Ablehnung als auch starke Zustimmung zu den Einschätzungen gezeigt wurden.

Sowohl die Einschätzung, dass die Innenstadt ohne Auto gut erreichbar sein sollte, als auch die allgemeine Zufriedenheit mit der Erreichbarkeit wurden von den Befragten vor Ort überwiegend positiv bewertet. Auch die Aussage, dass alle wesentlichen Einkaufsmöglichkeiten in der Nähe erreichbar sein sollten, findet überdurchschnittliche Zustimmung.

Die Aussage, die das Wohlbefinden von Personen unterschiedlichen Alters abfragte, erhielt geringere Zustimmung.

Die Aussagen, dass die Fußgängerzone in der Innenstadt ausgeweitet werden sollte, dass die Innenstadt mehr Einkaufsmöglichkeiten oder ein vielfältiges Angebot bieten sollte und dass sie sich in den letzten Jahren gut entwickelt hat, erhielten geringere Zustimmung. Für sie zeigte sich somit keine eindeutige Tendenz zur (Un-)Zufriedenheit

Lediglich der Punkt "Wenn es mehr Aufenthaltsflächen statt Parkplätze gäbe, würde ich öfter in die Innenstadt kommen bzw. länger dortbleiben" erhielt ebensoviel Zustimmung wie Ablehnung. Differenziert man die Zustimmungen oder Ablehnungen dieser Aussage hinsichtlich der

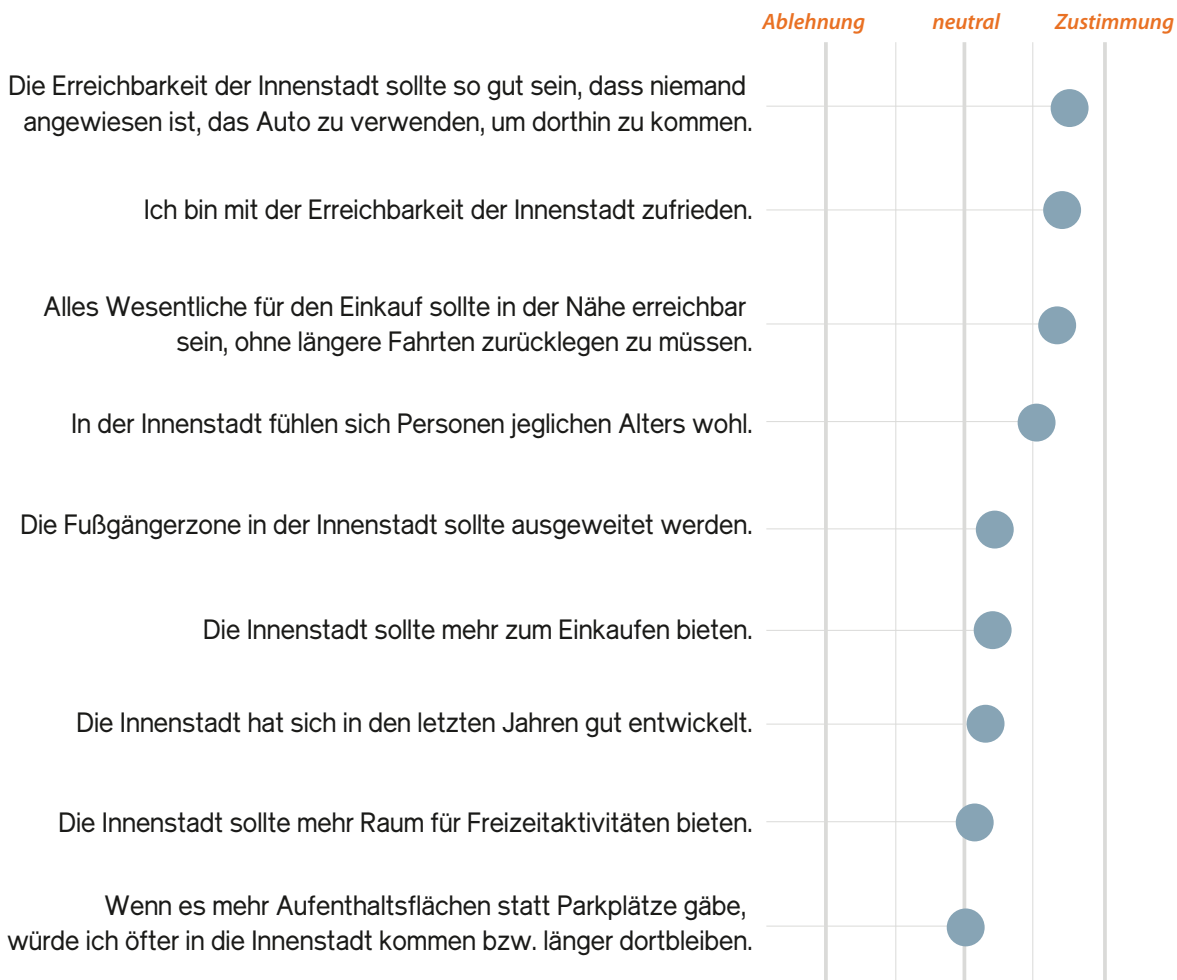


Abb. 17: Empfindungen zur Innenstadt, n=301

verwendeten Verkehrsmittel, konnte ein signifikanter Zusammenhang⁹ gefunden werden ($p = 0,014$).

Personen die dieser Aussage mit 1 oder 2 (1 = stimme voll und ganz zu; 2 = stimme zu) zustimmen, verwenden 8,5-mal wahrscheinlicher öffentliche Verkehrsmittel als ein Kfz ($p = 0,002$) und 7,3-mal wahrscheinlicher das Fahrrad als ein Kfz ($p = 0,012$).

Folgende Aussagen wurden zudem in Bezug auf Alter, Geschlecht und Wohnort untersucht. Während für Geschlecht und Wohnort keine signifikanten Effekte gefunden wurden, ergaben sich in Bezug auf das Alter folgende signifikante Zusammenhänge¹⁰ :

- Die Aussage „Die Innenstadt sollte mehr Raum für Freizeitaktivitäten bieten“ wird von jüngeren Personen (15-29 Jahre, $p = 0,006$; 30-44 Jahre, $p = 0,038$) signifikant positiver bewertet ($p < 0,001$).
- Die Aussage „Die Fußgängerzone in der Innenstadt sollte ausgeweitet werden“ wird von jüngeren Personen (15-29 Jahre, $p = 0,032$; 30-44 Jahre, $p = 0,003$) signifikant positiver bewertet ($p = 0,002$).
- Die Aussage „Wenn es mehr Aufenthaltsflächen statt Parkplätze gäbe, würde ich öfter in die Innenstadt kommen bzw. länger dortbleiben“ wird von allen Altersgruppen unter 75 Jahren (15-29 Jahre: $p = 0,002$; 30-44 Jahre: $p = 0,001$; 45-59 Jahre: $p = 0,007$; 60-74 Jahre: $p = 0,021$) signifikant positiver bewertet als von den über 75-Jährigen ($p < 0,001$).

⁹ Der Zusammenhang wurde mittels multinomialer logistischer Regression analysiert.

¹⁰ Der Zusammenhang wurde mittels ordinaler logistischer Regression analysiert. Während der erste Punkt eine mäßige Anpassungsgüte aufweist (Pearson-Test $p = 0,864$; Cox & Snell $R^2 = 0,141$), zeigen die weiteren Zusammenhänge trotz signifikanter Gesamtanpassung eine geringe Anpassungsgüte, sodass die durch die Prädiktoren erklärte Varianz hier relativ klein ist.

WÜNSCHE FÜR DIE INNENSTADT

Die befragten Personen vor Ort und online äußerten unterschiedliche Wünsche für die jeweiligen Standorte der Befragung und die Grazer Innenstadt insgesamt. Im Folgenden werden zunächst die Wünsche für die gesamte Innenstadt und anschließend jene für die einzelnen Standorte dargestellt. In die Auswertung für die gesamte Innenstadt flossen zudem auch die Angaben aus den Freitextfeldern ein, wodurch weitere Wünsche sichtbar wurden.

WÜNSCHE FÜR DIE INNENSTADT INSGESAMT

Beim Fragebogen vor Ort haben 303 Personen die Frage nach ihren Wünschen für die Grazer Innenstadt beantwortet. Insgesamt zeigt sich, dass sich die Mehrheit in der Innenstadt vor allem mehr Bäume (48,5 %), mehr Grünflächen (47,5 %) und mehr Sitzgelegenheiten ohne Konsumzwang (35,6 %) wünscht. Am seltensten wurden mehr oberirdische Parkplätze (4,3 %), mehr Hundekotsackerl (5,0 %), mehr Beleuchtung (6,3 %) und mehr unterirdische Parkplätze (6,9 %) bei den Befragungen vor Ort genannt. Zudem haben sich nur 6,3 % mehr Barrierefreiheit in der Grazer Innenstadt gewünscht¹¹.

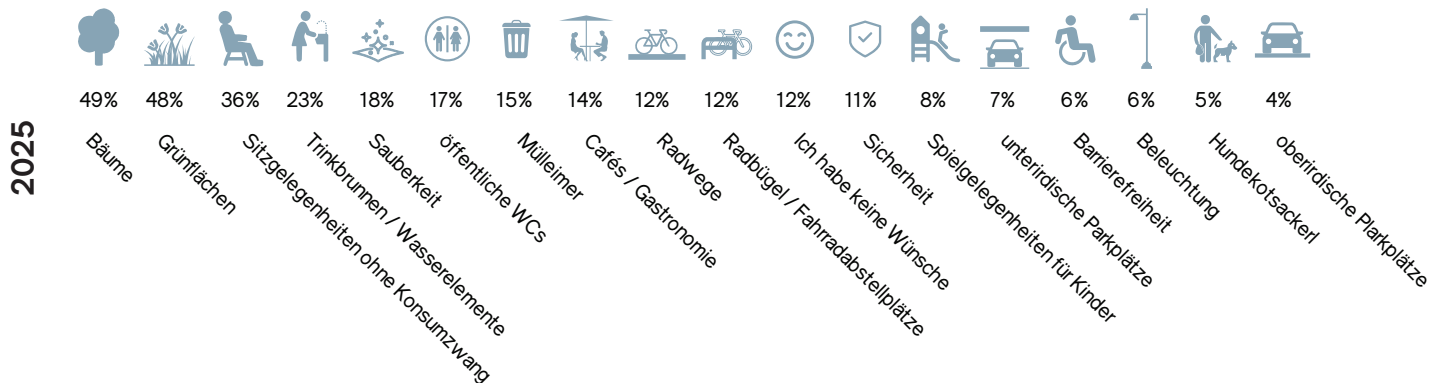


Abb. 18: Wünsche für die Innenstadt nach Kategorien geordnet, Angabe der zustimmenden Passant:innen in %

NACH VERKEHRSMITTEL

Bei der Analyse der häufigsten Wünsche zeigen sich geringfügige Unterschiede zwischen den Gruppen, die am Befragungstag unterschiedliche Hauptverkehrsmittel nutzten. Grüne Infrastruktur wird von Personen, die den Umweltverbund nutzen, stärker nachgefragt als von Kfz-Nutzenden. So gaben 51,1 % der Umweltverbund-Nutzenden an, sich Bäume zu wünschen, und 50,4 % Grünflächen, während sich unter Kfz-Nutzenden lediglich 32,4 % Bäume und 27,0 % Grünflächen wünschten.

Geringere Unterschiede zeigen sich bei Sitzgelegenheiten ohne Konsumzwang (Umweltverbund: 36,7 %; Kfz: 27,0 %), Trinkbrunnen bzw. Wasserelementen (Umweltverbund: 23,5 %; Kfz: 16,2 %), sowie Mülleimern (Umweltverbund: 15,5 %; Kfz: 5,4 %).

Bei den Parkplatzwünschen zeigen sich nur geringe Unterschiede nach Hauptverkehrsmittel: Umweltverbund-Nutzende präferieren häufiger unterirdische Parkplätze (7,2 % gegenüber 5,4 %), während sich Kfz-Nutzende überwiegend oberirdische Parkplätze wünschen (8,1 % gegenüber 3,8 %). Kfz-Fahrende wünschen sich zudem vergleichsweise mehr Cafés und Gastronomie (Umweltverbund: 12,9 %; Kfz: 18,9 %).

Darüber hinaus wurde am häufigsten von Kfz-Nutzenden angegeben, keine spezifischen Wünsche für die Innenstadt zu haben (18,9 %).

¹¹ Die vergleichsweise geringe Nachfrage nach Barrierefreiheit dürfte darauf zurückzuführen sein, dass die Stichprobe wahrscheinlich nur wenige Personen umfasst, für die Barrierefreiheit im Alltag relevant ist (z. B. Menschen mit körperlichen Einschränkungen oder Mobilitätseinschränkungen).

WEITERE ALLGEMEINE WÜNSCHE

Neben den vorgegebenen Antwortmöglichkeiten enthielt der Fragebogen ein Freitextfeld, in dem zusätzliche Wünsche angegeben werden konnten. Insgesamt wurden 169 weitere Wünsche aus den vor Ort ausgefüllten Fragebögen sowie 505 aus der Online-Befragung kodiert¹².

Die meisten zusätzlichen Wünsche beziehen sich auf die Kategorien Mobilität und Verkehr (vor Ort: 38,5 %, online: 43,6 %), Nutzungsvielfalt und Angebote in der Innenstadt (vor Ort: 22,5 %, online: 19,2 %) sowie Gestaltung und Aufenthaltsqualität (vor Ort: 17,8 %, online: 23,0 %). Weitere Nennungen betreffen insbesondere den Bereich Sicherheit und Ordnung (vor Ort: 13,6 %, online: 11,7 %)¹³. Im Folgenden werden einige dieser kategorisierten Wünsche präsentiert, wobei die jeweiligen Prozentzahlen sich immer auf die jeweils übergeordnete Kategorie beziehen.

Aufgrund der zahlreichen Nennungen im Bereich Mobilität und Verkehr wurden die Wünsche hier nach einzelnen Verkehrsmodi differenziert betrachtet:



30,77 % bezogen sich auf den motorisierten Individualverkehr. Dabei äußerten die Personen vor Ort insbesondere den Wunsch nach weniger bzw. keinen Autos in der Innenstadt (30,0 %) sowie nach einer Reduktion der (öffentlichen) Parkplätze (25 %). Gleichzeitig forderten jedoch ebenso viele Befragte mehr bzw. günstigere Parkmöglichkeiten (25 %).



26,15 % der Wünsche richteten sich auf den öffentlichen Verkehr. Hier wünschten sich die Personen zu jeweils gleichen Anteilen (29,4 %) eine bessere Anbindung bzw. dichtere Taktung, eine günstigere bzw. kostenlose Nutzung sowie ein insgesamt erweitertes Angebot, etwa auch in den Nachtstunden.



Weitere 24,6 % entfielen auf den Radverkehr. Genannt wurden hier vor allem mehr bzw. bessere Radwege (37,5 %), zusätzliche sichere und praktische Fahrradabstellplätze (18,8 %), weniger Radfahrer:innen in der Innenstadt (18,8 %) sowie eine verbesserte Radführung durch die Innenstadt (12,5 %).



Lediglich 9,2 % der Wünsche betrafen den Fußverkehr. Hier standen insbesondere der Ausbau von Fußgängerzonen sowie (besser sichtbare) Zebrastreifen und Übergänge im Vordergrund (83,3 %).



In Bezug auf die Nutzungsvielfalt und die Angebote in der Innenstadt nannten 52,6 % der Befragten vor Ort den Wunsch nach mehr bzw. „besseren“ Geschäften. Von diesen Personen wünschten sich insbesondere 55,0 % mehr kleine, lokale Geschäfte statt großer Ketten sowie 25,0 % ein besseres 24/7-Angebot bzw. längere Öffnungszeiten. Weitere Wünsche hinsichtlich der Nutzungsvielfalt und der Angebote in der Innenstadt waren mehr Belebung bzw. weniger Leerstand (15,8 %) und mehr (leistbare) Gastronomie (13,7 %).



Hinsichtlich der Gestaltung und Aufenthaltsqualität wünschten sich die Vor-Ort-Befragten vor allem weniger Versiegelung (30,0 %), mehr Möglichkeiten zum Verweilen und Erholen (26,7 %) sowie mehr Abkühlungs- bzw. Beschattungsmöglichkeiten (10,0 %).



In der Kategorie Sicherheit und Ordnung wurden insbesondere mehr Sauberkeit und Mülleimer (43,5 %), eine stärkere Polizeipräsenz (34,8 %) sowie weniger Randgruppen in der Innenstadt (21,7 %) genannt.

¹² Analyse der qualitativen Daten mittels MAXQDA24.

¹³ Die übrigen Wünsche wurden entweder nur vereinzelt geäußert oder erwiesen sich als nicht kontextrelevant.

WÜNSCHE JE NACH STANDORT

Werden die Wünsche je nach Standort betrachtet, so können unterschiedliche Trends erkannt werden (siehe Abbildung 19).

Am häufigsten äußerten die Befragten vor Ort am Lendplatz und am Jakominiplatz den Wunsch nach mehr Bäumen und Grünflächen (über 60 %). Auch in der Annenstraße, der Sackstraße, am Hauptplatz, in der Herrengasse sowie am Tummelplatz wurde dieser Bedarf an grüner Infrastruktur deutlich (40-60 %).

Blaue Infrastruktur, wie Trinkbrunnen und Wasserelemente sind laut den Befragten vor Ort vor allem am Tummelplatz wünschenswert (40-60 %).

Sitzgelegenheiten ohne Konsumzwang wurden vor allem in der Sackstraße, dem Hauptplatz und am Tummelplatz genannt (40-60 %).

Zudem konnte erkannt werden, dass sich die Befragten vor Ort vor allem am Jakominiplatz mehr Sicherheit (20-40 %) wünschen, was womöglich auf das erhöhte Verkehrsaufkommen zurückzuführen ist.

2025

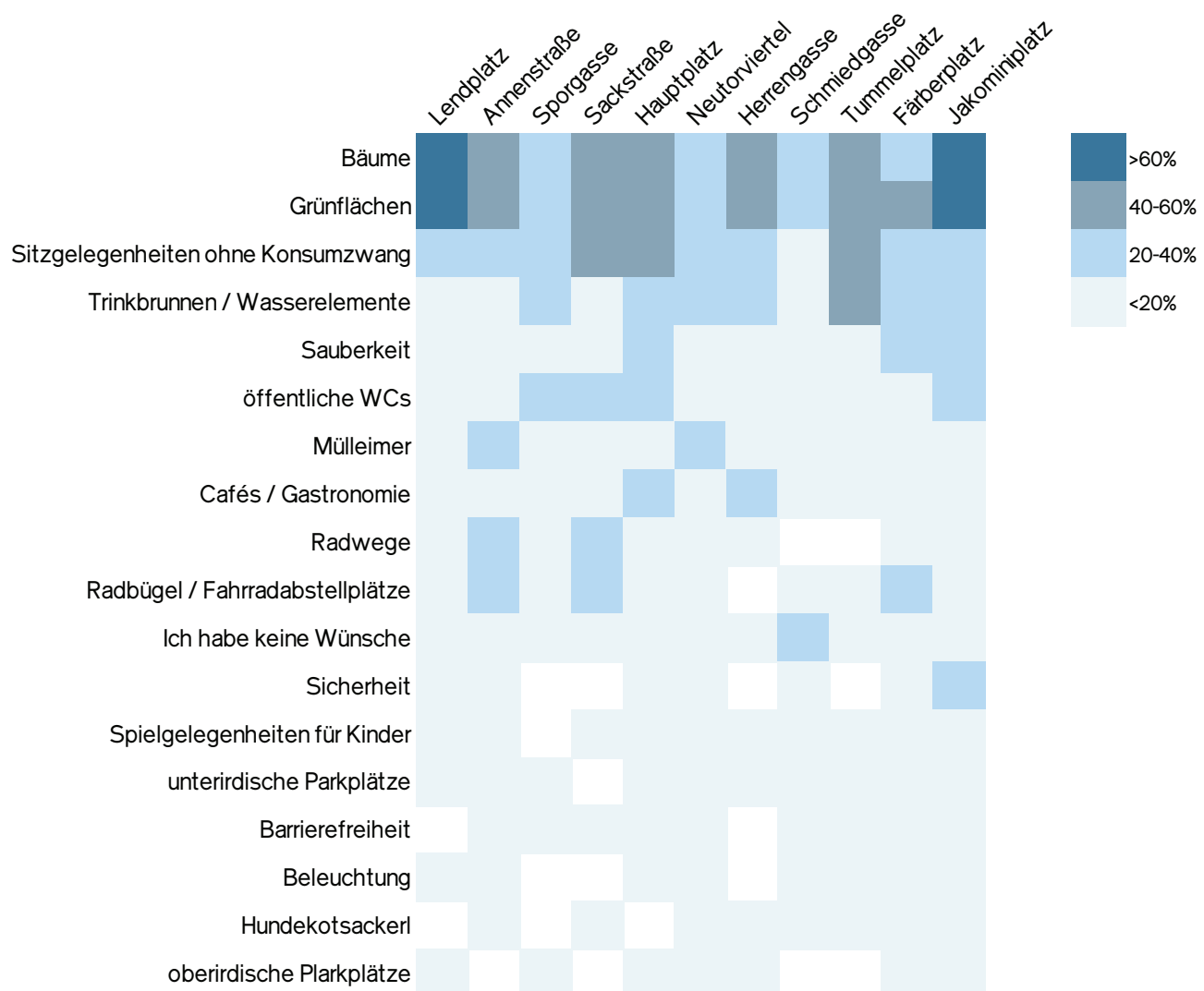


Abb. 19: Wünsche für die Innenstadt nach Kategorien und nach Plätzen geordnet, bezogen auf die Anzahl der Befragten in %, n = 303

SYNTHESE

- Grazer Innenstadt ist von vielfältiger Nutzung geprägt: Einkaufen (56%), Gastronomie (52,5%), Freizeitaktivitäten (40%) und Bummeln (43,7%)
- Unterschiede der Aktivitäten je Altersgruppe sind gering
- Zusammenhang zwischen Besuchsgründen und Verkehrsmittelwahl: Nutzer:innen aktiver oder öffentlicher Mobilitätsformen kommen am häufigsten zum Einkaufen und Bummeln, für Freizeitaktivitäten und Gastronomiebesuche, Kfz-Fahrende nennen vor allem die Gründe "medizinische Behandlungen" und "Besuch von Kultureinrichtungen" häufiger
- Personen aus den inneren Bezirken sind überproportional häufig präsent
- Aufenthaltsdauer variiert nach Verkehrsmittel: Fußgänger:innen, Radfahrer:innen und Nutzer:innen des öffentlichen Verkehrs bleiben kürzer, aber kommen häufiger - Kfz-Fahrende bleiben länger (3 Stunden) aber besuchen die Innenstadt seltener
- Die wahrgenommene Attraktivität des öffentlichen Raums variiert je Platz oder Straßenzug
- Die Befragten sind mehrheitlich mit der Erreichbarkeit der Innenstadt zufrieden und fühlen sich dort wohl
- Jüngere Passant:innen würden ein gesteigertes Freizeitangebot und mehr Fußgängerzonen befürworten
- Ältere und aus den äußeren Bezirken stammende Personen lehnen Parkplatzreduktion zu gunsten von Aufenthaltsflächen ab
- Der größte Teil der Befragten wünschen sich mehr Grün und konsumfreie Aufenthaltszonen in der Innenstadt

Einkauf

Dieses Kapitel beleuchtet, wie häufig und warum Personen die Innenstadt besuchen und wie Shoppingcenter und Online-Shopping als Konkurrenz wirken.

Ziel ist es, die zentralen Faktoren des Einkaufsverhaltens zu identifizieren und daraus Implikationen für die Attraktivität der Innenstadt abzuleiten.

HÄUFIGKEIT DES BESUCHES DER INNENSTADT ZUM EINKAUFEN

Betrachtet man die Besuchshäufigkeiten zum Einkaufen, ergibt sich ein leicht verändertes Bild im Vergleich zu den generellen Besuchshäufigkeiten der Grazer Innenstadt. Unterschiede lassen sich sowohl in Abhängigkeit vom Wohnort als auch vom genutzten Verkehrsmittel erkennen.

Die Mehrheit der Personen vor Ort besucht die Innenstadt mindestens einmal wöchentlich zum Einkaufen (35,4 %), während 12,8 % sogar (fast) täglich einkaufen. 25,5 % der Personen gab an, mindestens einmal monatlich die Innenstadt zum Einkaufen zu besuchen, 12,7 % nur wenige Male im Jahr und 12,1 % sehr selten oder nie¹⁴.

Personen, die (fast) täglich in der Grazer Innenstadt einkaufen, kommen überwiegend aus den inneren Stadtbezirken (86,5 %)¹⁵. Bei jenen, die mindestens einmal pro Woche einkaufen, liegt der Anteil aus den inneren Bezirken noch bei 73,9 %. Wer mindestens einmal im Monat einkauft, kommt zu 44,2 % aus den inneren Bezirken, zu 34,7 % aus den äußeren Stadtbezirken und zu 21,1 % von außerhalb Graz. Gelegentliche Einkäufe, also wenige Male im Jahr, werden vor allem von Personen außerhalb Graz getätigt (54,8 %). Ein ähnliches Muster zeigt sich bei sehr seltenen Einkäufen (63,6 % außerhalb Graz) sowie bei der Angabe „nie“ (60 %).

14 1,6% gaben "Keine Angabe / Weiß nicht" an.

15 Also 11,9 % mehr als der Anteil der (fast) täglichen Besucher:innen, nimmt man alle Besuchsgründe zusammen., vgl. Seite 19

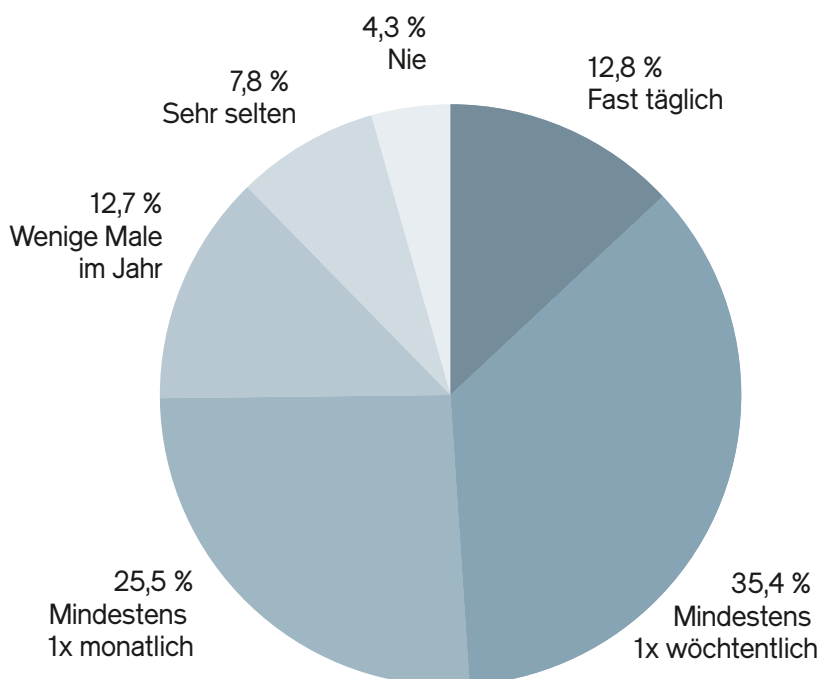


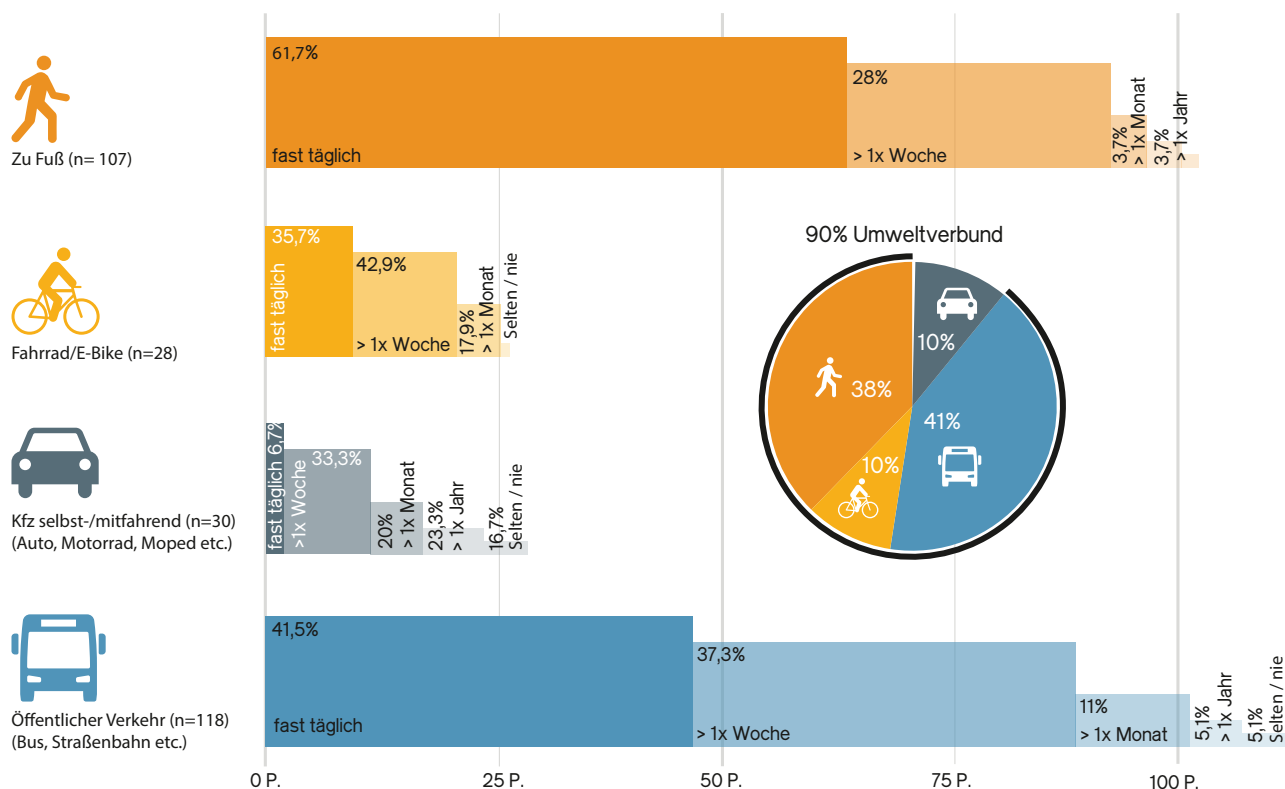
Abb. 20: Häufigkeit des Innenstadtbesuches zum Zweck des Einkaufens, n=577

VERKEHRSMITTELNUTZUNG ZUM EINKAUFEN

Von jenen Personen in der Vor-Ort-Befragung, die am Befragungstag in der Innenstadt Einkäufe tätigten, nutzten 41,5 % den öffentlichen Verkehr und 37,7 % kamen zu Fuß. Dagegen reisten lediglich 10,6 % mit dem Kfz und 9,9 % mit dem Fahrrad an. Zum konkreten Zweck des Einkaufs liegt der Anteil des Umweltverbundes bei Besucher:innen der Grazer Innenstadt damit bei rund 90 %.

Werden die Verkehrsmittel in Abhängigkeit mit der Verwendungshäufigkeit untersucht, ergibt sich folgendes Bild: Von den Personen, die am

Befragungstag zu Fuß in die Innenstadt zum Einkaufen gekommen sind, nutzten 89,7 % dieselbe Mobilitätsform mindestens einmal pro Woche oder häufiger. Unter den Nutzer:innen des öffentlichen Verkehrs liegt dieser Anteil bei 78,8 %, beim Fahrrad bei 78,6 %. Deutlich niedriger ist er beim Kfz: Nur 40,0 % der Personen, die an diesem Tag mit dem Kfz in die Innenstadt gefahren sind, kommen mindestens einmal wöchentlich oder öfter mit dem Kfz zum Einkaufen in die Innenstadt.



Häufigkeit des Innenstadtbesuchs zum Zweck des Einkaufens nach Verkehrsmittel
 ((Fast) täglich; Mindestens 1x wöchentlich; Mindestens 1x monatlich; Wenige Male im Jahr; sehr selten / nie)
 Die horizontale Länge der Balken ergibt sich durch die Stichprobengröße des jeweiligen Verkehrsmittels.

Abb. 21: Häufigkeit des Innenstadtbesuchs zum Zweck des Einkaufens nach Verkehrsmittelwahl

MOTIVE UND WARENARTEN

Von den insgesamt 577 Vor-Ort-Befragten gaben über 200 Personen (37,5 %) bei einer Mehrfachwahlfrage zu den Motiven an, dass sie die Innenstadt zum Einkaufen aufsuchen, da diese in der Nähe ihres Wohn-, Ausbildungs- oder Arbeitsortes liegt. Darüber hinaus verbindet ein großer Teil der Vor-Ort-Befragten (36,6 %) den Einkauf in der Innenstadt mit weiteren Tätigkeiten, wie dem Besuch des Arbeitsplatzes oder die Inanspruchnahme von Dienstleistungen.

30,4 % nannten als Motiv für den Einkauf in der Innenstadt die attraktive Umgebung bzw. die attraktive Einkaufsatmosphäre und 29,3 % gaben die Vielfalt an Geschäften bzw. die große Auswahl als Grund für den Einkauf in der Innenstadt an.

Es ist zu beachten, dass Personen, die ihren Wohnsitz in der Innenstadt haben, naturgemäß bereits dort präsent sind und die Innenstadt als Einkaufsort regelmäßig nutzen. Hinsichtlich der Altersgruppen zeigen die Daten keine deutlichen Unterschiede im Einkaufsverhalten.

Die Gewerbetreibenden schätzten die Verbindung mit weiteren Tätigkeiten (51,2 %) als den Hauptgrund des Einkaufes ihrer Kund:innen in der Innenstadt ein. Weiters wurden die Fachgeschäfte mit bestimmten Produkten (45,6 %), die Nähe zum Wohn-, Arbeits-, und Ausbildungsort (37,6 %) und die attraktive Umgebung bzw. Einkaufsatmosphäre (37,6 %) als wichtiges Motiv genannt.

Die Stichprobe vor Ort ergab zudem, dass beim Einkauf in der Innenstadt, vor allem Bekleidung (68,5 %) sowie Lebensmittel und Getränke (65 %) gekauft werden. Weitere häufig angegebene Artikel waren Kosmetikprodukte mit 37,1 %, Bücher und Medien mit 30,1 % und Medikamente mit 15,9 %.

Während Personen, die zu Fuß, mit dem Fahrrad oder dem öffentlichen Verkehr unterwegs sind, überwiegend Lebensmittel und Getränke kaufen (zu Fuß 78,8 %, Fahrrad/E-Bike 66,7 %, öffentlicher Verkehr 60,5 %), fällt der Anteil bei Kfz-Nutzenden geringer aus (40,5 %). Umgekehrt werden Bekleidungseinkäufe besonders häufig von Kfz-Nutzenden getätigt (87,8 %), während der Anteil bei Nutzenden des öffentlichen Verkehrs mit 67,4 %, bei Fahrrad / E-Bike-Nutzenden mit 64,9 % und bei Zufußgehenden mit 63,5 % immer noch hoch liegt. Auch Kosmetikprodukte und Medikamente werden vor allem von Personen, die mit dem Umweltverbund unterwegs sind, gekauft. Bücher, Medien sowie Bastel- und Bürobbedarf werden von allen Verkehrsmittelgruppen in ähnlichem Maß gekauft, wobei Fahrrad- und E-Bike-Nutzende bei Bastel- und Bürobbedarf leicht höhere Anteile aufweisen (19,3 % im Vergleich zu rund 8–10 %). Beim Sport- und Freizeitbedarf zeigen Fahrrad- und E-Bike-Nutzende mit 15,8 % ebenfalls höhere Anteile als die übrigen Gruppen (rund 7–10 %). Elektronik sowie Wohnungseinrichtung spielen für alle Gruppen nur eine untergeordnete Rolle, (zwischen 3 % und 10 %).

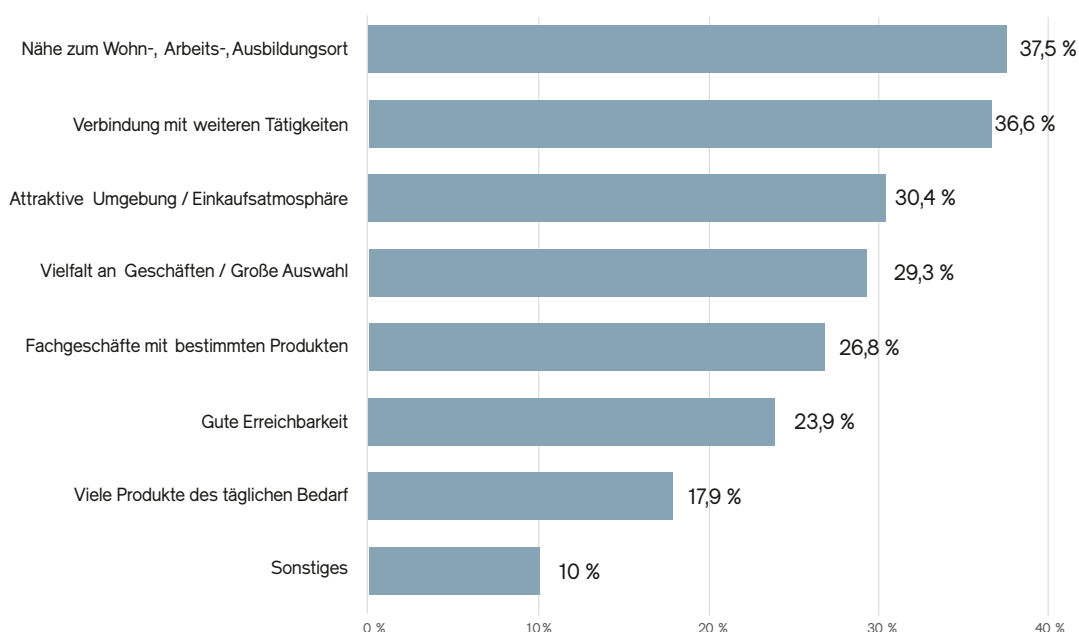


Abb. 22: Gründe für das Einkaufen in der Innenstadt, bezogen auf die Anzahl der Befragten in %, n=577

Im Folgenden werden die Ergebnisse zu Shoppingcentern und Online-Shopping als Konkurrenz zur Grazer Innenstadt vorgestellt.

EINKAUFSZENTREN

72,0 % der befragten Personen vor Ort gaben an, auch in Einkaufszentren einzukaufen, wobei die meisten davon (35,2 %) wenige Male im Jahr ein Einkaufszentrum besuchen. 29,2 % besuchen mindestens einmal wöchentlich, 15,6 % mindestens einmal monatlich oder öfter und 20,1 % sehr selten ein Einkaufszentrum.

Personen aus den inneren Grazer Stadtbezirken besuchen Einkaufszentren überwiegend nur wenige Male im Jahr (32,8 %), während Personen aus den äußeren Bezirken¹⁶ diese meist mindestens einmal pro Monat aufsuchen (34,6 %). Dabei werden Murpark, Citypark und die Shopping City Seiersberg vor allem von Bewohner:innen der inneren Bezirke frequentiert, während das Shopping Nord stärker von Personen aus den äußeren Bezirken genutzt wird.

Die vor Ort Befragten gaben in einer Mehrfachwahlfrage an, Einkaufszentren vor allem aufgrund der großen Vielfalt an Geschäften und der breiten Auswahl zu besuchen (54,8 %). Auch das Angebot an Fachgeschäften für bestimmte Produkte spielt eine wichtige Rolle (37,4 %). Als weitere zentrale Faktoren wurden die gute Erreichbarkeit (28,8 %) sowie ausreichende Parkmöglichkeiten (19,6 %) genannt. Weniger häufig wurden der tägliche Bedarf (17,8 %), eine attraktive Umgebung bzw. Einkaufsatmosphäre (15,1 %) sowie die Nähe zum Arbeits- oder Wohnort (14,2 %) als Gründe angegeben.

Zudem wurde gezeigt, dass Einkaufszentren vor allem mit dem Kfz besucht werden (50,7 %). An zweiter Stelle stehen die öffentlichen Verkehrsmittel mit 34,2 %, gefolgt von Fußgänger:innen (7,8 %) und Fahrradfahrenden (5,9 %). Die gute Erreichbarkeit wurde hierbei vor allem beim Einkaufszentrum Shopping Nord genannt.

ONLINE EINKAUF

Ähnlich wie im vorherigen Abschnitt gaben 74 % der Vor-Ort-Befragten an, auch online einzukaufen. Die meisten davon (51,1 %) kaufen mindestens einmal monatlich online ein, wobei jedoch 33,3 % seltener und nur 15,6 % häufiger online einkaufen.

Der Online-Einkauf wird von den Vor-Ort-Befragten vor allem aufgrund der großen Produktauswahl (56,0 %) und der besseren Preise und Angebote (47,1 %) genutzt. Des Weiteren wurde in der Mehrfachwahlfrage die Bequemlichkeit zu 40,9 % als Grund angegeben. Weitere Motive sind die Zeitersparnis (24,9 %), die schnelle Verfügbarkeit (23,1 %) und die Vergleichsmöglichkeiten (22,7 %). Der Grund "Keine Öffnungszeiten" wurde nur von 14,7 % der Vor-Ort-Befragten angegeben.

SYNTHESE

- Mehrheit der Vor-Ort-Befragten besucht die Innenstadt einmal wöchentlich oder öfter zum Einkaufen
- Regelmäßigen Einkäufer:innen gehen mehrheitlich zu Fuß und nutzen öffentliche Verkehrsmittel
- Kfz-Nutzende kommen seltener zum Einkaufen in die Innenstadt
- Der Anteil des Umweltverbundes zum Zweck des Einkaufens liegt bei rund 90 %
- Die Nähe zum Wohn-, Arbeits- und Ausbildungsort, die Verbindung mit weiteren Tätigkeiten, die Vielfalt an Geschäften sowie die attraktive Einkaufsatmosphäre sind zentrale Motive für den Einkauf in der Innenstadt
- Am häufigsten werden Bekleidung, Lebensmittel und Kosmetikprodukte gekauft
- Einkaufszentren sind durch große Produktvielfalt und dem Angebot an Fachgeschäften eine Konkurrenz zur Innenstadt und werden häufiger von Bewohner:innen der äußeren Stadtbezirke besucht
- Online-Shopping wird wegen der großen Produktauswahl, besseren Preisen und der Bequemlichkeit genutzt

16 Diese Gruppe weist einen deutlich höheren Kfz-Anteil beim Besuch der Grazer Innenstadt auf; 15 % im Vergleich zu 4 % bei Bewohner:innen der inneren Stadtbezirke., vgl. Seite 14

Ausgaben

Im folgenden Kapitel werden die Ausgaben der Passant:innen in der Grazer Innenstadt analysiert, insbesondere in Bezug auf Altersgruppen, Verkehrsmittel und Aufenthaltsdauer.

Ziel ist es, Zusammenhänge zwischen Mobilität, Aufenthaltszeit und Konsum zu erkennen und daraus Schlüsse für die Attraktivität der Innenstadt zu ziehen.

AUSGABEN JE EINKAUF

Von den insgesamt 577 Befragten gaben rund die Hälfte (49,6 %) an, in den vergangenen sechs bis zwölf Monaten ungefähr gleich viel Geld in der Grazer Innenstadt ausgegeben zu haben wie zuvor. Etwa ein Viertel (25,1 %) berichtete, dass sich die Ausgaben in der Innenstadt erhöht haben, während 15,1 % weniger ausgibt. 10,2 % machten keine Angabe. Unter den Personen, die höhere Ausgaben berichten (n = 145), war die Inflation mit 53,1 % der häufigste Grund. Weitere Gründe waren insbesondere veränderte Freizeitgewohnheiten (20,0 %), während alle anderen Gründe nur geringe Anteile ausmachten. Bei den Personen, die weniger ausgaben (n = 87), wurde die Inflation ebenfalls am häufigsten genannt (41,4 %), hier jedoch im Sinne von Sparverhalten aufgrund gestiegener Preise. Alle übrigen Gründe machten auch in dieser Gruppe nur geringe Anteile aus.

Die Mehrheit der vor Ort befragten Personen gab am Befragungstag bis zu 20,00 € aus (54,8 %). Knapp ein Viertel (24,2 %) tätigte Ausgaben zwischen 21 € und 50 €, während 8,9 % zwischen 51 € und 100 € ausgaben. Weitere 5,6 % der Angaben lagen im Bereich von 101 € - 200 €, und 6,4 % der Befragten gaben mehr als 200 € aus. Es konnte zudem ein signifikanter Zusammenhang zwischen Personenmerkmalen wie Geschlecht, Alter und Wohnort und den Ausgaben pro Tag festgestellt werden ($p < 0,001$).

Zur Bestimmung des durchschnittlichen täglichen Ausgabewerts in der Grazer Innenstadt wurden 248 befragte Personen herangezogen, die diese Frage beantwortet haben. Um eine statistisch valide und repräsentative Basis zu gewährleisten, wurden die Daten nach wissenschaftlichen Standards von Ausreißern bereinigt, da diese das Gesamtbild verzerren könnten¹⁷. Konkret wurden 29 Extremwerte ausgeschlossen, die von Personen stammen, die am Befragungstag überdurchschnittlich hohe Ausgaben tätigten. Diese Personen mit überdurchschnittlich hohen Ausgaben am Befragungstag wiesen einen mittleren Ausgabenwert von 413,62€ und einen Maximalwert von 3.000€ pro Tag auf. Auf Basis der bereinigten Stichprobe von 219 Personen ergab sich ein durchschnittlicher täglicher Ausgabewert von 24,38€ pro Besucher:in in der Grazer Innenstadt.

Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt

2025

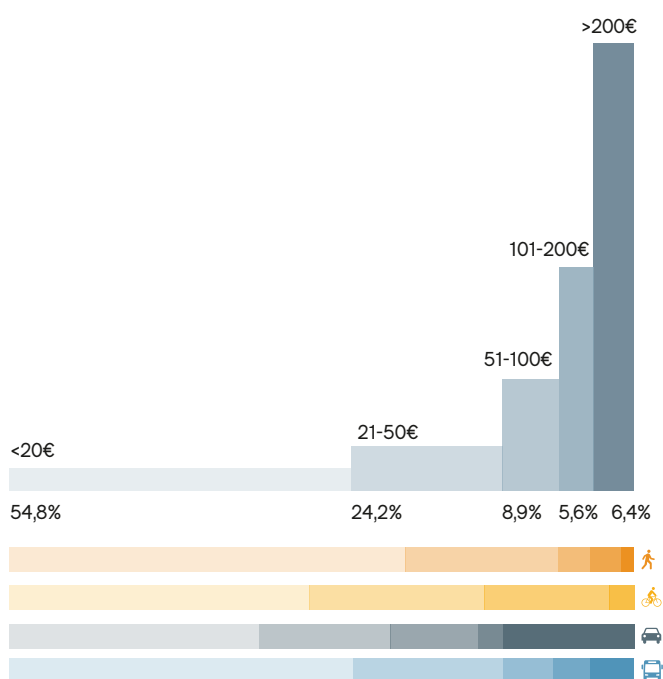


Abb. 23: Ausgaben in der Innenstadt je Person am Befragungstag, n=248

¹⁷ Die Identifikation der Extremwertgrenzen erfolgte mittels Stamm-Blatt-Diagramm und Interquartilabständen. Um eine statistisch valide und aussagekräftige Grundlage für die Analyse zu schaffen, ist die Bereinigung von extremwerten notwendig. Die Entfernung dieser Extremwerte ist eine Standardprozedur in der empirischen Sozialforschung, um sicherzustellen, dass die Ergebnisse nicht durch einzelne, atypisch hohe Werte am Befragungstag verzerrt werden.

Werden die bereinigten Ausgabenwerte in Beziehung zum Alter gesetzt, zeigt sich bei den Vor-Ort-Befragten, dass Personen zwischen 45 und 59 Jahren mit durchschnittlichen Ausgaben von 31,39 € sowie jene zwischen 60 und 74 Jahren mit 32,02 € am meisten ausgeben. Es folgen Personen ab 75 Jahren mit durchschnittlichen Ausgaben von 21,54 €. Jüngere Befragte geben insgesamt weniger aus, mit Durchschnittswerten von 20,74 € in der Altersgruppe 15 bis 29 Jahre sowie 20,64 € in der Altersgruppe 30 bis 44 Jahre. Mittels Varianzanalyse¹⁸ konnte zudem ein signifikant positiver Zusammenhang zwischen Alter und den logarithmierten Ausgaben pro Tag¹⁹ festgestellt werden, was bedeutet, dass die Ausgaben pro Tag mit zunehmendem Alter steigen ($p < 0,001$).

Hinsichtlich des Geschlechts zeigen sich folgende Unterschiede: Männer gaben am Befragungstag im Durchschnitt 23,17 €, Frauen 25,18 € aus. Der Median liegt bei Männern bei 13 €, bei Frauen bei 20 €, was zeigt, dass bei den meisten Frauen die Ausgaben am Befragungstag höher waren als bei den meisten Männern. Beide Gruppen weisen eine hohe Streuung und rechtsschiefe Verteilung auf, was zeigt, dass wenige Personen sehr viel ausgaben. Jedoch ergab auch die Varianzanalyse hier keinen signifikanten Effekt wodurch gesagt werden kann, dass sich Männer und Frauen bei ihren Ausgaben nicht signifikant unterscheiden.

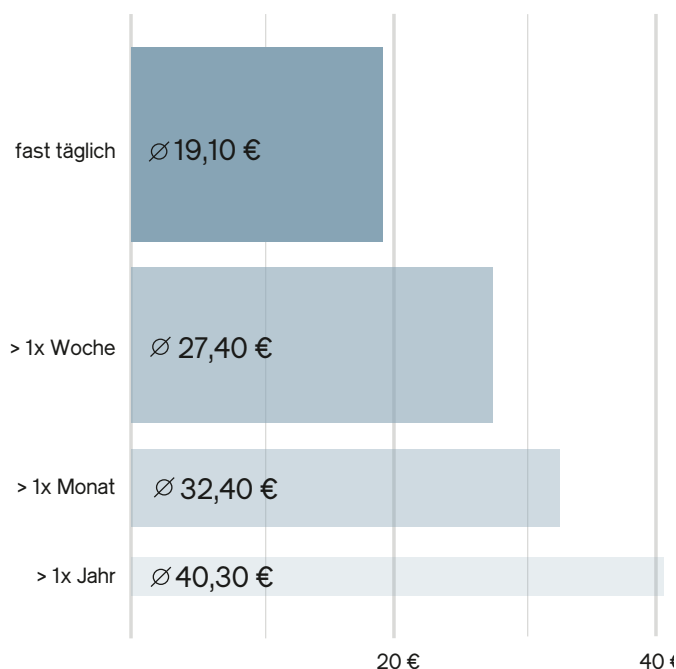


Betrachtet man die Gruppen innerer und äußerer Grazer Stadtteile sowie Wohnorte außerhalb von Graz, zeigt sich ein weiterer signifikanter Zusammenhang mit den durchschnittlichen logarithmierten Ausgaben pro Tag: Personen, die weiter entfernt wohnen, geben im Durchschnitt weniger pro Tag in der Innenstadt aus ($p < 0,001$).

ABHÄNGIGKEIT DER AUSGABEN VON BESUCHSHÄUFIGKEIT UND AUFENTHALTS-DAUER

Die durchschnittlich täglichen Ausgaben nehmen mit zunehmender Häufigkeit der Besuche der Grazer Innenstadt ab: Personen vor Ort, die die Innenstadt nur wenige Male im Jahr besuchen, geben im Durchschnitt noch 40,31 € pro Tag aus, während der Wert bei monatlichen Besucher:innen auf 32,40 € sinkt. Bei wöchentlichen Besucher:innen liegt der Durchschnitt bereits bei 27,41 €, und wer (fast) täglich kommt, gibt im Schnitt nur noch 19,10 € aus.

Zudem liegen die durchschnittlichen Ausgaben samstags mit 28,84 € höher als an einem durchschnittlichen Wochentag (23,29 €). Betrachtet man die einzelnen Wochentage, waren bei den Befragungen vor Ort Dienstage mit 28,36 € die durchschnittlich ausgabenstärksten und Freitage mit 19,54 € die durchschnittlich ausgabenschwächsten Tage.



Durchschnittliche Ausgaben nach Besuchshäufigkeit, n=244
 ((Fast) täglich; Mindestens 1x wöchentlich;
 Mindestens 1x monatlich; Wenige Male im Jahr; sehr selten / nie)

Abb. 24: Durchschnittliche Ausgaben nach Besuchshäufigkeit, n=244

¹⁸ Einfaktorielle ANOVA.

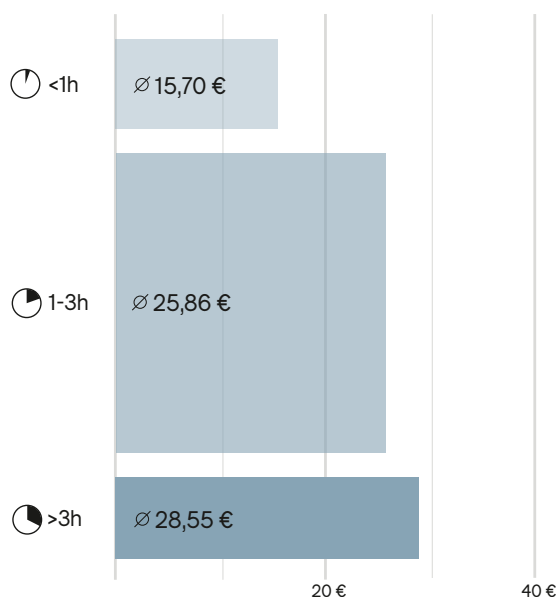
¹⁹ Es wurden die logarithmierten Ausgaben pro Tag verwendet, um die starke Rechtsschiefheit der Verteilung zu reduzieren und die Voraussetzungen der Varianzanalyse (Normalverteilung der Residuen) besser zu erfüllen.

Ein ähnliches Bild ergibt sich bei der Aufenthaltsdauer und den bereinigten Ausgaben:

Je länger Personen in der Grazer Innenstadt verweilen, desto mehr geben sie im Durchschnitt aus: Personen die über 3 Stunden in der Innenstadt verweilen, geben im Durchschnitt 28,55 € aus, während Personen die zwischen 1 Stunde und 3 Stunden verweilen 25,86 € ausgeben und Personen die unter 1 Stunde verweilen nur 15,70 € im Durchschnitt ausgeben.

Insgesamt zeigt sich also, dass die durchschnittlichen Ausgaben pro Tag mit zunehmender Besuchshäufigkeit abnehmen, während sie mit längerer Aufenthaltsdauer und geringerer Besuchshäufigkeit steigen. Dieser Zusammenhang wurde weiter untersucht, indem die jährlichen Aufenthaltsstunden berechnet wurden. Dies geschah mit der Formel: Besuchshäufigkeit pro Jahr x Aufenthaltsdauer pro Besuch = jährliche Aufenthaltsstunden. Für unterschiedliche Aufenthaltsdauern wurden dafür folgende feste Werte angenommen: unter 30 Minuten = 15 Minuten, 30 bis 60 Minuten = 45 Minuten, 1 bis 2 Stunden = 90 Minuten, 2 bis 3 Stunden = 150 Minuten, 3 bis 4 Stunden = 210 Minuten und über 4 Stunden = 270 Minuten. Für die Besuchshäufigkeit wurden folgende Werte gesetzt: (fast) täglich = 260 Tage, mindestens einmal wöchentlich = 52 Tage, mindestens einmal monatlich = 12 Tage, wenige Male im Jahr = 4 Tage, sehr selten = 1 Tag und nie = 0 Tage.

Auf Basis dieser Annahmen konnten die jährlichen Aufenthaltsstunden berechnet und in vier Perzentilgruppen eingeteilt werden. Die Analyse



Durchschnittliche Ausgaben nach Aufenthaltsdauer, n=244
(<1h 18,7 %; 1-3h 61,9 %; >3h 16,8 %);

Abb. 25: Durchschnittliche Ausgaben nach Aufenthaltsdauer, n=244

bestätigt, wie in Abbildung 26 dargestellt, den zuvor beschriebenen Zusammenhang: Personen, die sich bis zu 18 Stunden pro Jahr in der Innenstadt aufhalten, geben im Durchschnitt 248,06 € pro Jahr aus, während jene mit 18 bis 42 Stunden im Mittel bereits 484,00 € ausgeben. Bei 42 bis 130 Stunden steigen die jährlichen mittleren Ausgaben auf 1.292,24 €, und Personen mit mehr als 130 Stunden Aufenthaltsdauer erreichen durchschnittlich 4.465,18 € Ausgaben pro Jahr.

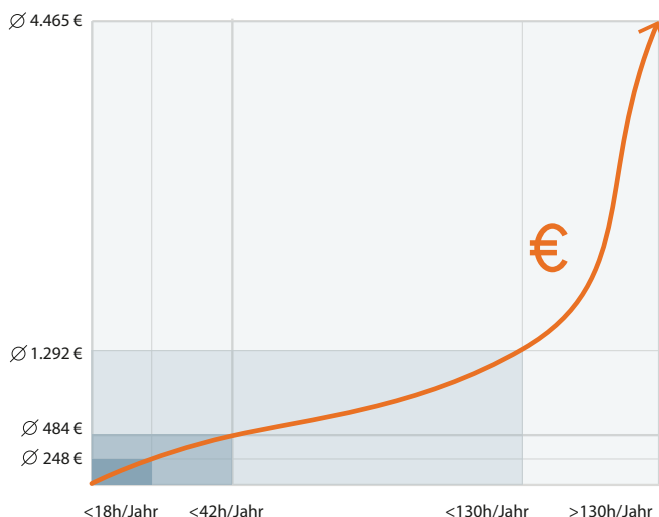


Abb. 26: Ausgaben nach jährlicher Aufenthaltsdauer in der Grazer Innenstadt, n=244

ABHÄNGIGKEIT DER AUSGABEN VON VERKEHRSMITTELN

Obwohl bei allen Hauptverkehrsmitteln die meisten Personen am jeweiligen Befragungstag weniger als 20,00 € ausgaben (zwischen 39,3 % und 61,7 %), lassen sich bei höheren Ausgabenkategorien deutliche Unterschiede erkennen. Personen, die mit dem Fahrrad oder E-Bike unterwegs waren, gaben im Vergleich zu anderen Verkehrsmitteln am häufigsten zwischen 51,00 € und 100,00 € aus. Kfz-Nutzende hingegen gaben deutlich häufiger zwischen 201,00 € und 500,00 € aus (17,9 %) – bei den anderen Verkehrsmitteln liegt dieser Anteil nur zwischen 0,0 % und 5,0 %.

Diese am Befragungstag angegebenen Ausgaben wurden mithilfe der Besuchshäufigkeit der Grazer Innenstadt zum Einkaufen²⁰ auf die geschätzten Ausgaben pro Jahr je Verkehrsmittel hochgerechnet. Zusätzlich erfolgte eine Auswertung der durchschnittlichen täglichen Ausgaben je Verkehrsmittel. Vor der späteren Bereinigung von Extremwerten (n = 244) konnten hier folgende

20 (Fast) täglich = 260 Tage, mindestens einmal wöchentlich = 52 Tage, mindestens einmal monatlich = 12 Tage, wenige Male im Jahr = 4 Tage, sehr selten = 1 Tag und nie = 0 Tage.

Durchschnittliche Ausgaben pro Jahr und Nutzer:in des jeweiligen Verkehrsmittels (Hochgerechnet; Extremwerte ausgeschlossen)
 Aufgrund der Besuchshäufigkeit ((fast) täglich: 260x p.a., basierend auf 5 Tage pro Woche / mindestens 1x wöchentlich: 52x p.a. / mindestens 1x monatlich: 12x p.a. / wenige Male im Jahr: 4x p.a. / sehr selten: 1x p.a.),
 n=219 (ÖV 89, Fahrrad 21, Kfz 26, zu Fuß 83)



Zu Fuß (n=208)

1.452 €



Fahrrad/E-Bike (n=60)

541 €



Kfz selbst-/mitfahrend (n=80)
 (Auto, Motorrad, Moped etc.)

560 €



Öffentlicher Verkehr (n=226)
 (Bus, Straßenbahn etc.)

676 €

Abb. 27: Durchschnittliche Ausgaben pro Jahr und Verkehrsmittel

durchschnittliche Ausgaben je Verkehrsmittel festgestellt werden:

Personen, die die Innenstadt zu Fuß besuchen, gaben durchschnittlich 4.204,32€ pro Jahr beziehungsweise 11,52€ pro Tag aus. Personen, die öffentliche Verkehrsmittel (Bus, Straßenbahn etc.) nutzten, gaben im Durchschnitt 1.852,52€ pro Jahr beziehungsweise 5,08€ pro Tag aus. Mit dem Fahrrad oder E-Bike beliefen sich die Ausgaben auf 1.390,52€ jährlich oder 3,81€ täglich. Nutzer:innen von Kfz (selbst- oder mitfahrend) gaben jährlich 812,46€ oder 2,23€ täglich aus.

Diese Werte beziehen sich auf die Werte vor der Bereinigung der Stichprobe von Extremwerten (n=244).

Die anschließende Extremwertbereinigung²¹ exkludierte insgesamt 25 Extremwerte: 9 bei den Zufußgehenden ($\geq 7.800,00$ € jährlich), 4 bei Fahrrad/E-Bike ($\geq 3.640,00$ € jährlich), 2 beim Kfz ($\geq 3.000,00$ € jährlich) und 10 bei den öffentlichen Verkehrsmitteln ($\geq 3.120,00$ € jährlich). Dadurch wurde die Zahl der zu berücksichtigende Fälle auf 219 reduzierte (n=219).

Nach der Extremwertbereinigung zeigt sich folgendes Bild: Personen, die zu Fuß in die Innenstadt kommen, weisen auch auf Grundlage der bereinigten Daten mit durchschnittlich 1.452,50 € jährlich und 3,98 € täglich die mit Abstand höchsten Ausgaben auf. Darauf folgen Besucher:innen, die öffentliche Verkehrsmittel nutzen, mit 676,39 € jährlich und 1,85 € täglich. Am wenigsten geben jene aus, die mit dem Kfz oder dem Fahrrad/E-Bike unterwegs sind, mit durchschnittlichen Ausgaben von 559,58 € jährlich und 1,53 € täglich bzw. 541,10 € jährlich und 1,48 € täglich.

Dieser Zusammenhang wurde durch eine Varianzanalyse²² der Ausgaben pro Tag²³ und des verwendeten Hauptverkehrsmittels bestätigt: Das Verkehrsmittel übt einen signifikanten Einfluss auf die täglichen Ausgaben aus ($p = 0,005$). Ein Post-Hoc-Test nach Tukey-HSD zeigte, dass Personen, die zu Fuß unterwegs sind, im Mittel signifikant höhere Ausgaben pro Tag haben als jene, die öffentliche Verkehrsmittel nutzen ($p = 0,025$), sowie höhere Ausgaben als Kfz-Nutzer:innen ($p = 0,020$).

21 Die Identifikation der Extremwertgrenzen erfolgte mittels Stamm-Blatt-Diagrammen und Interquartilsabständen. Um eine statistisch valide und aussagekräftige Grundlage für die Analyse zu schaffen, ist die Bereinigung von extremwerten notwendig. Die Entfernung dieser Extremwerte ist eine Standardprozedur in der empirischen Sozialforschung, um sicherzustellen, dass die Ergebnisse nicht durch einzelne, atypisch hohe Werte am Befragungstag verzerrt werden.

22 Einfaktorielle ANOVA.

23 Hierfür wurden die logarithmierten Ausgaben pro Tag verwendet, um die starke Rechtssteilheit der Verteilung zu reduzieren und die Voraussetzungen der Varianzanalyse (Normalverteilung der Residuen) besser zu erfüllen.

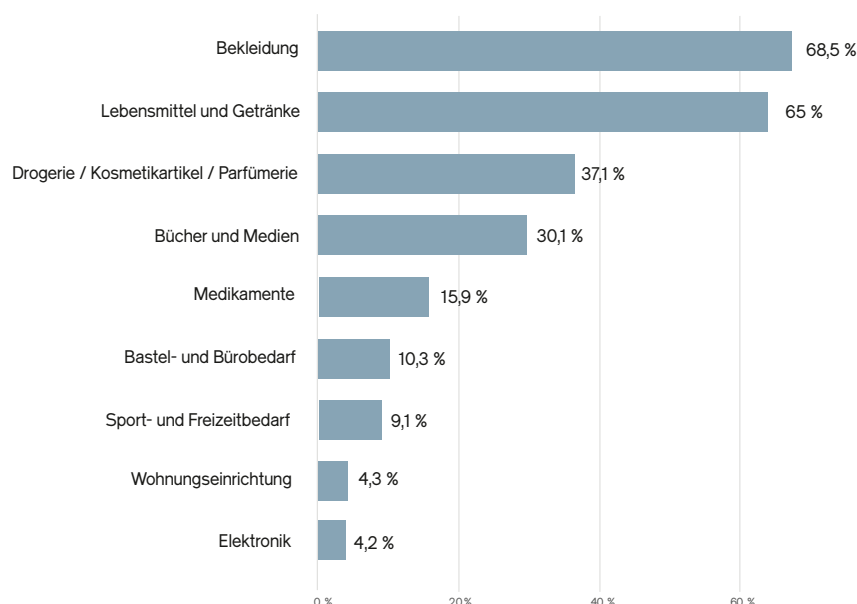


Abb. 28: Häufigkeit der gekauften Produkte in der Innenstadt, n=552

AUSGABEN NACH PRODUKTEN

Betrachtet man die Häufigkeit der gekauften Produkte in der Innenstadt (Abbildung 28) zeigt sich ein deutliches Nutzungsverhalten der Besucher:innen. Von den insgesamt 552 Befragten gaben 68,5 % an, Bekleidung in der Innenstadt zu kaufen. Damit ist der Modehandel ein wichtiger Anziehungspunkt. Dicht dahinter folgen Lebensmittel und Getränke (65%). Dieser Bereich umfasst sowohl den Einkauf des täglichen Bedarfs als auch die Konsumation von Lebensmitteln und Getränken in der Gastronomie. Dies unterstreicht die Relevanz des gastronomischen Angebotes in der Innenstadt.

Auch Drogerie-, Kosmetik- und Parfümerieprodukte werden von über einem Drittel der Befragten (37,1%) in der Innenstadt erworben. Bücher und Medien folgen mit 30,1%. Medikamente sowie Bastel- und Bürobedarf werden von 15,9% bzw. 10,3% der Befragten gekauft.

Im Vergleich zu Medikamenten sowie Bastel- und Bürobedarf (15,9% bzw. 10,3%) spielen Sport- und Freizeitbedarf (9,1%), Wohnungseinrichtung (4,3%) und Elektronik (4,2%) eine eher untergeordnete Rolle. Letzteres kann insbesondere damit zusammenhängen, dass es in der Grazer Innenstadt kaum Fachgeschäfte für Elektronik gibt.

SYNTHESE

- Ausgaben sind abhängig von persönlichen Merkmalen, Besuchsgewohnheiten, Aufenthaltsdauer und gewählten Verkehrsmitteln
- Ältere Personen geben durchschnittlich mehr aus als jüngere
- Personen, die weiter entfernt wohnen, geben pro Besuchstag weniger aus
- Je länger und öfter sich Passant:innen in der Innenstadt aufhalten, desto mehr geben sie im Jahresschnitt aus
- Seltene Besucher:innen geben am jeweiligen Einkaufstag mehr aus, kommen aber selten und geben deshalb aufs Jahr gerechnet deutlich weniger aus
- Personen, die zu Fuß in die Innenstadt kommen, weisen aufgrund der Häufigkeit mit der sie die Innenstadt besuchen die mit Abstand höchsten durchschnittlichen Ausgaben pro Jahr auf - etwa 2,5x mehr als Personen, die das Auto oder das Fahrrad nutzen
- Kleidung und Lebensmittel sowie Getränke sind die am häufigsten gekauften Produkte in der Innenstadt



Diskussion der Ergebnisse

Die Erhebung mit über 1.400 verwertbaren Passant:innen-Fragebögen und 125 befragten Gewerbetreibenden stellt eine solide Datenbasis dar, die zentrale Bevölkerungsgruppen und Wirtschaftsakteur:innen der Grazer Innenstadt abdeckt. Alters-, Geschlechter- und Wohnortverteilung der Befragten weisen eine hohe Nähe zu den Bevölkerungsdaten von Graz und der Steiermark auf. Zur Einschätzung der Repräsentativität erfolgte ein Abgleich der Stichprobe mit anonymisierten Mobilfunkdaten, statistischen Bevölkerungsdaten sowie den Wetterdaten des Erhebungszeitraums, um mögliche Einflüsse auf Besucheraufkommen und Stichprobengröße zu identifizieren.

Die Ergebnisse verdeutlichen, dass die Grazer Innenstadt von einer vielfältigen Nutzung geprägt ist. Einkaufen, gastronomische Besuche sowie Freizeitaktivitäten und Bummeln stellen die zentralen Besuchsmotive dar. Altersunterschiede im Verhalten sind insgesamt gering, wobei jüngere Personen den sozialen Aspekt (Besuch von Freund:innen und Familie) stärker betonen. Ein deutlicher Zusammenhang besteht zwischen Besuchsründen und Verkehrsmittelwahl: Regelmäßige Innenstadtbesucher:innen nutzen überwiegend aktive oder öffentliche Mobilitätsformen, während Kfz-Fahrende weniger häufig kommen. Auch die Aufenthaltsdauer variiert je nach Verkehrsmittel: Fußgänger:innen, Radfahrende und Nutzer:innen öffentlicher Verkehrsmittel verweilen meist 1–3 Stunden, Kfz-Fahrende häufiger auch über drei Stunden.

Die Wahrnehmung der Attraktivität ist ortsabhängig: Plätze wie Lendplatz oder Färberplatz gelten als attraktive Aufenthaltsräume, während Bereiche wie die Annenstraße primär Durchgangsfunktion besitzen. Die Erreichbarkeit der Innenstadt wird überwiegend positiv bewertet. Bei der Frage, wie sich die Innenstadt in den letzten Jahren entwickelt hat, gab es etwa genau so viele positive wie negative Zustimmungen, daher ergibt sich ein neutraler bis leicht positiver Durchschnitt. Unterschiede in der Bewertung zeigen sich nach Verkehrsmittel, Alter und Wohnort: Jüngere sowie innerstädtische Bewohner:innen befürworten einen Ausbau der Fußgängerzonen, ältere und Personen aus äußeren Bezirken wünschen sich tendenziell mehr Infrastruktur für Kfz. Die formulierten Wünsche betonen vor allem die Relevanz von grüner und blauer Infrastruktur (Bäume, Grünflächen, Trinkbrunnen/Wasserelemente) sowie konsumfreier Sitzgelegenheiten für einen Großteil der Passant:innen. Auch Veränderungen im Bereich Mobilität und Verkehr stellen

zentrale Wünsche dar, wobei gegensätzliche Vorstellungen zur Rolle der Kfz in der Grazer Innenstadt bestehen.

Die Nachfrage nach mehr lokalen Geschäften, zusätzlichen Nutzungen und einer höheren Angebotsvielfalt wird ebenfalls deutlich. Insgesamt lassen die Antworten der Befragten folgende Einschätzung zu: Die Attraktivität der Grazer Innenstadt ist eng mit Mobilität, Aufenthaltsqualität und Angebotsvielfalt verknüpft. Insbesondere im Bereich Mobilität und Verkehr sowie Gestaltung und Nutzungsvielfalt, im Zusammenhang mit grüner und blauer Infrastruktur, bestehen aufgrund der angegebenen Wünsche Entwicklungsbedarf, um die Innenstadt langfristig als attraktiven urbanen Raum zu sichern.

Die Mehrheit der Vor-Ort-Befragten besucht die Innenstadt mindestens einmal wöchentlich oder öfter zum Einkaufen, wobei Personen aus den inneren Grazer Stadtbezirken häufiger präsent sind. Zentrale Motive für den Einkauf in der Innenstadt sind die Nähe zum Wohn-, Arbeits- oder Ausbildungsort, die Verbindung mit weiteren Tätigkeiten, die Vielfalt an Geschäften und die attraktive Einkaufsatmosphäre. Häufig gekauft werden Bekleidung, Lebensmittel und Kosmetikprodukte. Shoppingcenter werden vor allem wegen Produktvielfalt und Fachgeschäften aufgesucht, meist mit dem Kfz. Online-Shopping wird hauptsächlich wegen großer Produktauswahl, besseren Preisen und Bequemlichkeit genutzt.

Die Analysen zeigen zudem, dass die Ausgaben der Passant:innen stark von persönlichen Merkmalen, Besuchsgewohnheiten, Aufenthaltsdauer und dem gewählten Verkehrsmittel abhängen. Ältere Personen geben im Durchschnitt mehr aus während das Geschlecht nicht signifikant wirkt. Ein deutlicher Zusammenhang besteht mit dem Wohnort: Personen, die weiter entfernt wohnen, geben jährlich tendenziell weniger aus. Hinsichtlich Besuchsgewohnheiten nehmen die Ausgaben pro Tag mit zunehmender Besuchshäufigkeit ab, steigen jedoch mit längerer Aufenthaltsdauer an. Besonders auffällig ist der Einfluss des Verkehrsmittels: Zu Fuß kommende Personen geben aufgrund ihrer Besuchshäufigkeit übers Jahr gerechnet deutlich mehr aus als Nutzer:innen von Kfz und Fahrradfahrende. Somit sind Persönlichkeitsmerkmale, regionale Nähe, Aufenthaltsdauer und Mobilitätsverhalten zentrale Faktoren für das Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt.

Vergleich mit (inter-)nationalen Studien

Die Ergebnisse der Untersuchung zur Grazer Innenstadt lassen sich in einen größeren Forschungszusammenhang einordnen. Sowohl internationale als auch nationale Studien haben vergleichbare Fragestellungen zu Mobilität, Aufenthaltsverhalten und Konsummustern im urbanen Raum behandelt und bieten daher wichtige Vergleichspunkte.

Das Deutsche Institut für Urbanistik untersuchte mehrere Studien zur Verkehrsberuhigung und wirtschaftlichen Effekten und präsentiert in seinem Policy Paper die Schlussfolgerung, dass Kund:innen, die mit dem Umweltverbund anreisen, über einen längeren Zeitraum für höhere Umsätze als Autofahrer:innen sorgen. Obwohl Autofahrer:innen pro Besuch oft mehr Geld ausgeben, besuchen Radfahrer:innen und Fußgänger:innen die Innenstadt und die Geschäfte häufiger und regelmäßiger. Dies überschneidet sich mit den Ergebnissen aus der vorliegenden Studie. Zudem berichtet das Deutsche Institut für Urbanistik von einer Studie aus Wien, welche beschreibt, dass nach der Umgestaltung der Mariahilferstraße zu einer Fußgänger- und Begegnungszone der Umsatz pro Passant:in deutlich angestiegen ist. In den Einkaufsstraßen Wiens wurde im Durchschnitt 27 € zusätzlicher Umsatz pro Passant:in generiert, in der Mariahilferstraße sogar 87 € – also etwa das Dreifache (Bauer et al., 2025).

Wie auch in anderen Studien herrscht eine gewisse Diskrepanz zwischen der Gewerbetreibendenwahrnehmung und der Kund:innenrealität. Eine 1991 in Österreich durchgeführte Studie (berichtet von Sustrans, 2006) untersuchte, wie Kund:innen in Graz tatsächlich unterwegs waren und wie Geschäftsinhaber:innen dies wahrnahmen²². Die Ergebnisse zeigten auch hier, dass Geschäftsinhaber:innen den Anteil der

Kund:innen, die zu Fuß gingen, mit dem Fahrrad fuhren oder öffentliche Verkehrsmittel nutzten, unterschätzten.

Das Deutsche Institut für Urbanistik beschreibt weiters, dass die Geschäfte in der Innenstadt unter Druck der Konkurrenz stehen, sei es der Online-Handel oder das Einkaufszentrum im suburbanen Raum. Auch in Graz sind das Online-Shopping und das Einkaufen in Einkaufszentren wichtige Konkurrenten zur Innenstadt. Gründe für die Wahl von Online-Shopping und Einkaufszentren sind die Bequemlichkeit und das große Sortiment (Bauer et al., 2025).

Funktionen der Innenstädte sollen zudem über Einkaufsmöglichkeiten hinausgehen - sie müssen als multifunktionale Orte gestaltet werden, die nicht nur Shopping, sondern auch Gastronomie, Kultur, Sport, Tourismus und Dienstleistungen bieten, um die Lebensqualität für unterschiedliche Zielgruppen zu erhöhen (Ghafouri & Weber, 2020). Dies geht auch mit den Wünschen der vorliegenden Studie einher.

Die Klimaanpassung der Städte durch mehr Grünflächen, Bäume und Sitzmöglichkeiten wird von den Passant:innen überwiegend gewünscht und trägt laut dem Bericht von Fussverkehr Schweiz zur Aufenthaltsqualität bei. Gut gestaltete öffentliche Räume ermöglichen eine Vielzahl von Aktivitäten wie Gehen, Sitzen oder Flanieren. Da sich die Funktionen der Innenstädte zunehmend verändern, muss auch die Qualität der städtischen Räume angepasst werden, um der Bevölkerung attraktive Aufenthaltsmöglichkeiten zu bieten. Diese Erkenntnis spiegelt sich sowohl in den Ergebnissen der vorliegenden Studie als auch im Bericht von Fussverkehr Schweiz wider (Flükiger & Leuba, 2015).

22 Die Studie wird von Sustrans (2006) referenziert. Die Originalquelle konnte nicht aufgefunden werden, weshalb keine weiteren Angaben zur Erhebungsmethodik gemacht werden können.

Limitationen und Ausblick

Trotz der breiten Datenbasis von über 1.400 Vor-Ort- und Online-Befragten und 125 befragten Gewerbetreibenden bestehen gewisse Einschränkungen. Die Befragung bildet zwar zentrale Bevölkerungsgruppen und Wirtschaftsakteur:innen ab, dennoch können bestimmte Gruppen – etwa Personen mit sehr geringem Bezug zur Innenstadt oder spezifische Zielgruppen wie Tourist:innen – unterrepräsentiert sein. Die Online-Umfrage wurde nur in wenigen Auswertungen berücksichtigt, da es sich hierbei um eine reine Online-Erhebung handelt, die nicht als repräsentativ eingestuft werden kann. Online-Befragungen sind grundsätzlich mit methodischen Schwierigkeiten verbunden: Sie unterliegen einer starken Selbstselektion, wodurch vor allem digital-affine und jene Personen teilnehmen, die am Thema interessiert sind, während andere Gruppen, insbesondere ältere Menschen oder Personen mit geringer digitaler Kompetenz, unterrepräsentiert bleiben (Andrade, 2020; Menon & Muraleedharan, 2020). Zudem ist keine Kontrolle der Befragungssituation möglich, sodass Verständnisprobleme nicht ausgeschlossen werden können (Ward & Meade, 2023). Die Vor-Ort-Erhebung bietet hier Vorteile, da eine höhere Repräsentativität im Erhebungsraum erreicht wird, spontane Teilnahmen möglich sind und die Interviewer:innen Verständnisprobleme direkt klären können. Dennoch handelt es sich bei beiden Erhebungswegen um eine Momentaufnahme, die durch äußere Faktoren wie Wetterbedingungen oder dem spezifischen Erhebungszeitraum beeinflusst sein kann. Auch die Angaben zu Ausgaben und Besuchsverhalten beruhen auf Selbstauskünften und können daher Verzerrungen enthalten.

Für zukünftige Untersuchungen erscheint es besonders relevant, auch Personen außerhalb der Innenstadt stärker einzubeziehen. Um zu verstehen, warum bestimmte Gruppen die Grazer

Innenstadt – insbesondere zum Einkaufen – nicht aufsuchen, könnten ergänzende Erhebungen (beispielsweise direkt in Shoppingcentern) durchgeführt werden. Auf diese Weise ließen sich die Motive für die Wahl alternativer Einkaufsorte besser erfassen und mit den Ergebnissen zur Innenstadt vergleichen. Darüber hinaus wäre es sinnvoll, saisonale und witterungsbedingte Effekte systematisch zu berücksichtigen. Längsschnittuntersuchungen über verschiedene Jahreszeiten hinweg könnten aufzeigen, wie sich Besuchsfrequenz, Aufenthaltsdauer und Ausgabeverhalten im Jahresverlauf verändern. Insgesamt könnte so ein differenzierteres Bild entstehen, das sowohl die Perspektive der aktuellen Innenstadtbewohner:innen als auch jener Gruppen berücksichtigt, die die Innenstadt bislang meiden oder nur selten nutzen.

Literatur- und Abbildungsverzeichnis

LITERATURVERZEICHNIS

- Andrade, C. (2020). The Limitations of Online Surveys. *Indian Journal of Psychological Medicine*, 42(6), 575–576. <https://doi.org/10.1177/0253717620957496>
- Bauer, U., Christ, M., Sönksen, L. G., & Pfitzinger, L. G. (2025). Verkehrsberuhigung und Einzelhandel: Dann wird's laut. Deutsches Institut für Urbanistik (Difu). <https://doi.org/10.34744/difu-policy-papers-2025-5>
- Besucherstromanalyse Innenstadt zentral KW12 - KW14, Invenium (2025)
- Flükiger, S., Leuba, J. (2015). Qualität von öffentlichen Räumen. Methoden zur Beurteilung der Aufenthaltsqualität. Fussverkehr Schweiz.
- Geosphere Austria (2025): Klimaüberblick. <https://klimaportal.geosphere.at/klimaueberblick.html>
- Ghafouri, A., & Weber, C. (2020). Multifunctional Urban Spaces a Solution to Increase the Quality of Urban Life in Dense Cities. , 12, 34-45. <https://doi.org/10.22034/MANZAR.2020.214183.2023>
- Menon, V., & Muraleedharan, A. (2020). Internet-based surveys: Relevance, methodological considerations and troubleshooting strategies. *General Psychiatry*, 33(5). <https://doi.org/10.1136/gpsych-2020-100264>
- Statistik Austria (2025): Ein Blick auf die Gemeinde. Graz. Bevölkerung und Soziales - Bevölkerungsstruktur <https://www.statistik.at/atlas/blick/?gemnr=60101#> [21.08.2025].
- Statistik Austria (2025). STATcube - Statistische Datenbank von Statistik Austria. <https://www.statistik.at/datenbanken/statcube-statistische-datenbank>
- Stadt Graz (2024). Mobilitätsverhalten. <https://www.graz.at/cms/beitrag/10192604/8032890/Mobilitaetsverhalten.html#tb3> [21.08.2025]
- Sustrans, 2006, Shoppers and How They Travel. <https://cidadanialxmob.tripod.com/shopper-sandhowtheytravel.pdf>
- Ward, M. K., & Meade, A. W. (2023). Dealing with Careless Responding in Survey Data: Prevention, Identification, and Recommended Best Practices. *Annual Review of Psychology*, 74, 577–596. <https://doi.org/10.1146/annurev-psych-040422-045007>

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1: Untersuchungsgebiet der Vor-Ort-Befragung	6
Abb. 2: Wetterdaten und Stichproben im Erhebungszeitraum	7
Abb. 3: Altersverteilung der Stichprobe	8
Abb. 4: Geschlechterverteilung der Stichprobe	9
Abb. 5: Verteilung der Erwerbstätigkeit: Stichprobe der Passant:innen-Befragung (aller Wohnstandorte), n=577	9
Abb. 6: Verteilung des höchsten Bildungsabschlusses	10
Abb. 7: Verteilung des Wohnortes von Passant:innen in der Innenstadt (bezogen auf die Steiermark), n= 577	11
Abb. 8: Verteilung der an der Umfrage teilnehmenden Gewerbetreibenden, n=125	12
Abb. 9: Verkehrsmittel-Kombinationen für den Weg in die Innenstadt (am Tag der Befragung), n=577	14
Abb. 10: Verkehrsmittelwahl-Kombination für den Weg in die Innenstadt, n=577	14
Abb. 11: Verteilung der Hauptverkehrsmittel in % für den Weg in die Innenstadt	15
Abb. 12: Modal Split nach Wohnort der Befragten	16
Abb. 13: Verteilung der Gründe von Passant:innen für den heutigen Besuch in der Innenstadt, Mehrfachangaben, n=577	17
Abb. 14: Häufigkeit des Innenstadtbesuchs nach Verkehrsmittelwahl	19
Abb. 15: Aufenthaltsdauer der Passant:innen, n=577	20
Abb. 16: Durchschnittliche Einschätzung zur Aufenthaltsqualität der Passant:innen	21
Abb. 17: Empfindungen zur Innenstadt, n=301	22
Abb. 18: Wünsche für die Innenstadt nach Kategorien geordnet	24
Abb. 19: Wünsche für die Innenstadt nach Kategorien und nach Plätzen geordnet, n = 303	26
Abb. 20: Häufigkeit des Innenstadtbesuches zum Zweck des Einkaufens, n=577	28
Abb. 21: Häufigkeit des Innenstadtbesuchs zum Zweck des Einkaufens nach Verkehrsmittelwahl	29
Abb. 22: Gründe für das Einkaufen in der Innenstadt, n=577	30
Abb. 23: Ausgaben in der Innenstadt je Person am Befragungstag, n=248	32
Abb. 24: Durchschnittliche Ausgaben nach Besuchshäufigkeit, n=244	33
Abb. 25: Durchschnittliche Ausgaben nach Aufenthaltsdauer, n=244	34
Abb. 26: Ausgaben nach jährlichen Aufenthaltsdauer in der Grazer Innenstadt, n=244	34
Abb. 27: Durchschnittliche Ausgaben pro Jahr und Verkehrsmittel	35
Abb. 28: Häufigkeit der gekauften Produkte in der Innenstadt, n=552	36

Endbericht der Studie

"Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der
Grazer Innenstadt"

Inhalte CC-BY-SA-NC 4.0 Zentrums für Aktive
Mobilität (TU Graz, Uni Graz), Stadt Graz,
Wirtschaftskammer Steiermark

Februar 2026

ZENTRUM FÜR AKTIVE MOBILITÄT

TU GRAZ

Institut für Städtebau

Rechbauerstraße 12/II

A-8010 Graz

urbanism@tugraz.at

+43 316 873 6286

UNIVERSITÄT GRAZ

Institut für Umweltsystemwissenschaften

Merangasse 18/I

A-8010 Graz

activemobility@uni-graz.at

+43/316 380 3224

AUTOR:INNEN

Aglaée Degros

Nina Hampl

Sabine Bauer

Barbara Holler

Markus Monsberger

Nina Neundorfer

Viktoria Schett

Eva Schwab

DRUCK

Eigendruck, TU Graz



