



**Policy
Lab**

Mobilitätswende jetzt!

Tourismusbilität

Untersuchung in ausgewählten Tiroler Destinationen

Abschlussbericht

Innsbruck, August 2026

Autor*innen

Nils Rabeneick
Markus Mailer
Universität Innsbruck
AB Intelligente Verkehrssysteme

In Zusammenarbeit mit dem Amt
der Tiroler Landesregierung,
Abteilung Mobilitätsplanung

Kontakt

UIV Urban Innovation Vienna GmbH
1040 Wien, Operngasse 17-21
+43 1 4000 842 60
policylab@urbaninnovation.at
www.urbaninnovation.at

Das Policy Lab wird gefördert aus den Mitteln des Programms „Mobilität der Zukunft“ – eine Initiative des Bundesministeriums für Innovation, Mobilität und Infrastruktur.

 Bundesministerium
Innovation, Mobilität
und Infrastruktur



Kurzfassung

Ausgangspunkt des Projekts ist die hohe Nutzung privater Pkw für die touristische Anreise nach Tirol und für die Mobilität während des Aufenthalts. Das am Urlaubsort verfügbare Fahrzeug wird häufig auch für Aktivitäten und Tagesausflüge genutzt und trägt zu Stau, Parkplatzdruck und Belastungen der Alltagsmobilität der ansässigen Bevölkerung bei. Ziel des Vorhabens war daher, die empirischen Grundlagen für Strategien zu verbessern, mit denen die Nutzung des öffentlichen Verkehrs in der touristischen Vor-Ort-Mobilität gefördert und langfristig auch die autofreie Anreise gestärkt werden kann. Ein spezieller Fokus wurde dabei auf Besuche der Landeshauptstadt Innsbruck von Gästen, die im Umfeld von Innsbruck bzw. anderen Tiroler Destinationen ihre Unterkunft haben, gelegt.

Eine Sichtung bestehender Datenbestände zeigte, dass diese die miteinander verknüpften Entscheidungen über Aktivitäten, Ausflugsziele, Verkehrsmittel und Informationssuche nur unzureichend abbilden. Im Projekt wurde deshalb ein digitaler Fragebogen entwickelt und im Sommer 2025 in den Untersuchungsräumen bzw. Tourismusregionen Innsbruck und seine Feriendörfer, Achensee und Ötztal eingesetzt. Die Erhebung kombinierte persönliche Befragungen vor Ort mit einer online zugänglichen Teilnahme. Die Analyse umfasst 703 Befragungen, die gültigen Fallzahlen variieren infolge der Filterführung zwischen den Teilanalysen. Die drei Untersuchungsräume Innsbruck, Achensee und Ötztal werden sowohl über die Unterkunftsregion als auch über die tatsächliche Aktivitätsregion betrachtet.

Die Ergebnisse zeigen eine ausgeprägte Autoorientierung der touristischen Anreise, wobei dies auch von der Destination abhängig ist. Die Mobilität zu den Aktivitäten ist deutlich vielfältiger. Vor Ort stehen Pkw, öffentlicher Verkehr und Fußwege in einem wesentlich ausgeglicheneren Verhältnis. Das Reiseverkehrsmittel wirkt als Pfadabhängigkeit fort, ohne die spätere Wahl vollständig festzulegen. Auch Distanz, Aktivitätsart, Gruppenzusammensetzung und räumlicher Kontext tragen zur beobachteten Verkehrsmittelwahl bei.

Wandern ist die mit Abstand häufigste Hauptaktivität über alle Destinationen. In der Stadt Innsbruck dominiert Sightseeing. Aktivitäten werden vielfach kurzfristig entschieden. Viele Aktivitätsentscheidungen fallen am Vortag oder am Tag der Durchführung. Für die Kommunikation sind daher Karten- und Navigationsdienste, Unterkunft und Gäste-App unmittelbar im Entscheidungsfenster zentral. Die wichtigsten Barrieren des ÖV sind Bequemlichkeit, Flexibilität und Reisezeit, als Motivatoren treten insbesondere Gästekarte, Verfügbarkeit sowie die Vermeidung von Stau und Parkplatzsuche hervor.

Die Räume unterscheiden sich strukturell. Innsbruck ist bereits ÖV- und fußverkehrsstark. Der Achensee verbindet eine stark Pkw-geprägte Anreise mit hoher lokaler Fußmobilität und geringem ÖV-Anteil zur Aktivität. Das Ötztal ist in der Anreise ebenfalls autoorientiert, weist bei den Aktivitätswegen jedoch einen vergleichsweise hohen ÖV- und Fahrradanteil auf. Für Innsbruck-Ausflüge ist die Trennung tatsächlicher, geplanter und hypothetischer Angaben unerlässlich: Unter den bestätigten Besucher:innen ist der ÖV das meistgenutzte Verkehrsmittel.

Die strategische Folgerung aus den detaillierten Analysen lautet, nicht einzelne Informations- oder Angebotsmaßnahmen isoliert umzusetzen, sondern vollständige, konkurrenzfähige und im Planungsmoment sichtbare Angebote für Wegekettten zu gestalten. Prioritär sind verlässliche Takte und Anschlüsse, Rückfahrtsicherheit, digitales ÖV-first-Routing, die routenbezogene Aktivierung der Gästekarte, Unterkunftsberatung sowie gruppen- und ausrüstungsgerechte Komfortinformationen. Die vorgeschlagenen Maßnahmen sind empirisch begründete Interventionshypothesen und sollten relationenspezifisch pilotiert und mit Vorher-Nachher-Daten evaluiert werden.

Inhalt

Kurzfassung	3
Abbildungsverzeichnis.....	7
1 Einleitung	9
1.1 Problemstellung.....	9
1.2 Zielsetzung.....	9
1.3 Durchgeführte Arbeiten	10
2 Datenlage zur Vor-Ort-Mobilität	11
2.1 Analyse.....	11
2.2 Fazit.....	13
2.3 Abgeleitete Fragestellungen.....	13
3 Grundlagen und Methodik der Befragung.....	14
3.1 Projektvorbereitung und Fragebogenentwicklung	14
3.2 Erhebungsdesign	14
3.3 Räumliche Perspektiven	15
3.4 Bildung der Urlaubsgruppenprofile.....	15
3.5 Statistische Verfahren	15
3.6 Datenqualität und Grenzen	15
4 Allgemeine Ergebnisse	16
4.1 Stichprobe und Reisegruppen	16
4.2 Die Anreise.....	17
4.2.1 Verkehrsmittelwahl.....	17
4.2.2 Informationsverhalten	20
4.3 Vor-Ort-Mobilität.....	20
4.3.1 Informationsverhalten	20
4.3.2 Verkehrsmittelwahl.....	21
4.3.3 Gründe für und gegen den öffentlichen Verkehr.....	26
4.4 Aktivitäten	27
4.4.1 Gründe der Wahl.....	34
4.5 Innsbruckbesuche.....	38
4.5.1 Innsbruck-Besuchsinteresse.....	38
4.5.2 Verkehrsmittelwahl.....	40

4.5.3	Gründe für und gegen ÖV bei Innsbruck-Fahrten.....	43
4.5.4	Warum Innsbruck und warum nicht?	45
5	Steckbriefe	48
5.1	Innsbruck	48
5.2	Innsbruck und seine Feriendörfer (ohne Innsbruck)	49
5.3	Achensee	50
5.4	Ötztal	51
6	Zielgruppenübergreifende Lösungsbausteine	52
7	Schlussfolgerungen	54
8	Literaturverzeichnis	55
9	Anhang	57

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Altersstruktur der befragten Personen und ihrer Urlaubsbegleitung.....	16
Abbildung 2: Zusammensetzung der Reisegruppenprofile.....	17
Abbildung 3: Anreiseverkehrsmittel der Befragten	18
Abbildung 4: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Urlaubsgruppe	18
Abbildung 5: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Altersgruppe	19
Abbildung 6: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Tourismusverband der Unterkunft	19
Abbildung 7: Informationsquellen vor der Reise	20
Abbildung 8: Informationsquellen während des Urlaubs	21
Abbildung 9: Verkehrsmittel zur Hauptaktivität	22
Abbildung 10: Zusammenhang zwischen Anreise- und Vor-Ort-Verkehrsmittel	22
Abbildung 11: Verkehrsmittelwahl zur Aktivität nach Altersklasse	23
Abbildung 12: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Gruppenprofi	23
Abbildung 13: Verkehrsmittel zur Aktivität nach Tourismusverband der Aktivität.....	24
Abbildung 14: Distanz zwischen vorherigem Aufenthaltsort und Aktivität nach Verkehrsmittel	25
Abbildung 15: Gründe gegen die Nutzung des öffentlichen Verkehrs bei Auto-Nutzenden... ..	26
Abbildung 16: Gründe für die Nutzung des öffentlichen Verkehrs	27
Abbildung 17: Verteilung der von den Befragten genannten Hauptaktivitäten.....	28
Abbildung 18: Gewählte und alternative Aktivitäten	29
Abbildung 19: Hauptaktivität nach Tourismusverband, in dem die Aktivität stattfand.....	30
Abbildung 20: Verkehrsmittel zur Aktivität nach Art der Hauptaktivität	31
Abbildung 21: Dominantes Verkehrsmittel zur Aktivität für Kombinationen aus Gruppenzusammensetzung und Hauptaktivität	32
Abbildung 22: Tourismusverband der Aktivität und Tourismusverband der Unterkunft	33
Abbildung 23: Zeitpunkt der Aktivitätsentscheidung	34
Abbildung 24: Priorisierte Kriterien für die Wahl der Hauptaktivität.....	35
Abbildung 25: Gewichtete Gründe gegen erwogene alternative Aktivitäten	36
Abbildung 26: Gewichtete Gründe für das Ausflugsziel	37
Abbildung 27: Gewichtete Gründe gegen das alternative Ausflugsziel.....	38
Abbildung 28: Wiederholungsbesuche und Innsbruck-Besuchsinteresse	39
Abbildung 29: Innsbruck-Besuchsinteresse nach Unterkunftsregion.....	39
Abbildung 30: Innsbruck-Besuchsinteresse nach Gruppenprofil.....	40
Abbildung 31: Verkehrsmittel nach Innsbruck nach Innsbruck-Besuchsinteresse	41
Abbildung 32: Verkehrsmittel nach Innsbruck für ausgewählte Kombinationen aus Unterkunftsregion und Innsbruck-Besuchsinteresse	41
Abbildung 33: Verkehrsmittel nach Innsbruck nach Gruppenprofil der Urlaubsgruppe.....	42
Abbildung 34: Verkehrsmittel nach Innsbruck nach Anreiseverkehrsmittel	43
Abbildung 35: Gründe gegen den öffentlichen Verkehr bei Innsbruck-Fahrten	44
Abbildung 36: Priorisierte Gründe, bei der Fahrt nach Innsbruck den öffentlichen Verkehr zu wählen	45
Abbildung 37: Priorisierte Gründe, Innsbruck nicht zu besuchen	46
Abbildung 38: Priorisierte Gründe für einen Besuch Innsbrucks	47

Abbildung 39: Verkehrsmittel zur Aktivität - Innsbruck.....	48
Abbildung 40: Alter der Urlaubspersonen - Innsbruck	48
Abbildung 41: Verkehrsmittel zur Aktivität - Innsbrucks Feriendörfer.....	49
Abbildung 42: Alter der Urlaubspersonen - Innsbrucks Feriendörfer	49
Abbildung 43: Innsbruck Potenzial - Innsbrucks Feriendörfer	49
Abbildung 44: Verkehrsmittel zur Aktivität - Achensee	50
Abbildung 45: Alter der Urlaubspersonen - Achensee.....	50
Abbildung 46: Innsbruck Potenzial - Achensee	50
Abbildung 47: Innsbruck Potenzial - Ötztal	51
Abbildung 48: Verkehrsmittel zur Aktivität - Ötztal.....	51
Abbildung 49: Alter der Urlaubspersonen - Ötztal.....	51

1 Einleitung

1.1 Problemstellung

Trotz verschiedener Initiativen zur Förderung der autofreien Anreise von Touristen:innen mit der Bahn, überwiegt der Anteil der Gäste, die mit dem eigenen Auto zu Urlaubsdestinationen in Tirol anreisen immer noch deutlich. Das mitgebrachte Fahrzeug wird trotz attraktiver Angebote im ÖV, dann auch meist für Urlaubsaktivitäten und Tagesausflüge verwendet. Das ist zunehmend problematisch, wenn es zu Stauungen und Überlastungen auf den Strecken zu den regionalen Zentren und in den größeren Orten und Städten kommt, die sich zudem auch auf die Lebensqualität und Alltagsmobilität der ansässigen Bevölkerung negativ auswirken.

Für die Entwicklung wirksamer, zielgruppen- und destinationsspezifischer Strategien zur Förderung des öffentlichen Verkehrs reicht die Kenntnis aggregierter Angaben zur Anreise- und Verkehrsmittelwahl nicht aus. Erforderlich ist ein integriertes Verständnis davon, wie Übernachtungs- und Tagesgäste Informationen suchen, Aktivitäten und Aktivitätsorte auswählen und Verkehrsmittel wählen. Ebenso ist zu klären, wie diese Entscheidungen miteinander zusammenhängen und welche Bedeutung dabei Merkmale der Reisegruppe, insbesondere Gruppengröße, Altersstruktur und Reisen mit Kindern, sowie die Verfügbarkeit unterschiedlicher Verkehrsmittel haben. Für die touristische Vor-Ort-Mobilität in Tirol liegen hierzu bislang nur begrenzte räumlich differenzierte Daten vor, die diese Entscheidungsebenen gemeinsam abbilden. Diese Evidenzlücke erschwert die Ableitung wirksamer Maßnahmen zur Förderung der ÖV-Nutzung bei Aktivitäten und Tagesausflügen, insbesondere bei Wegen in regionale Zentren. Nach der Wirkungslogik des Vorhabens soll eine verlässlich nutzbare Mobilität ohne eigenen Pkw am Urlaubsort zugleich die Voraussetzungen dafür verbessern, mittel- bis langfristig auch die Bahnreise zu stärken.

1.2 Zielsetzung

Ziel des gegenständlichen Vorhabens war es, die Grundlagen zu verbessern, um die Nutzung des Öffentlichen Verkehrs in der Vor-Ort-Mobilität der Gäste zu fördern, um die beschriebenen Probleme zu vermindern und langfristig auch die Anreise mit der Bahn zu fördern.

Für die Entwicklung einer entsprechenden Strategie zur touristischen Lenkung und wirksamer Maßnahmen ist es allerdings notwendig, typische Verhaltens- und Entscheidungsmuster bezüglich der Informationssuche und Auswahl von Reisezielen und Verkehrsmitteln auch in Abhängigkeit von Gruppenzusammensetzung (Anzahl, Alter, Kinder, etc.), Verkehrsmittelverfügbarkeit für Tagesausflüge der Gäste in den Destinationen und Tagestourist:innen zu kennen. Es war davon auszugehen, dass es gerade im Bereich der vor- Ort-Mobilität dazu allerdings kaum Daten gibt. Ebenso wenig gibt es Planungswerkzeuge, die mit diesen Daten dann eine Optimierung von Informations- und Verkehrsangebot für tageszeitlich differenzierte Nachfragespitzen im Sommer zu verschiedenen

Reisezielen ermöglichen. In diesem Vorhaben sollen durch Gästebefragungen im Sommer 2025 die notwendigen Daten erhoben und analysiert werden.

1.3 Durchgeführte Arbeiten

Folgende Arbeiten wurden für das gegenständliche Vorhaben durchgeführt:

- Sichtung bestehender Daten zu Gästemobilität in Tirol und Analyse deren Eignung zur Entwicklung von Maßnahmen zur Förderung der ÖV-Nutzung in der Vor-Ort- Mobilität von Gästen
- Erhebung von Daten, die als Grundlage für die Entwicklung einer entsprechenden Strategie und wirksamer Maßnahmen geeignet sind, wie typische Verhaltens- und Entscheidungsmuster bezüglich der Informationssuche und Auswahl von Reisezielen und Verkehrsmitteln auch in Abhängigkeit von Gruppenzusammensetzung (Anzahl, Alter, Kinder, etc.):
 - Entwicklung und Testung eines digitalen Fragebogens in Abstimmung mit dem Land Tirol, der Tirol Werbung und dem Verkehrsverbund Tirol
 - Auswahl der Befragungsgebiete in Abstimmung mit dem Auftraggeber unter Berücksichtigung der möglichen Stichprobe
 - Erhebung in Form von Face-to-Face Befragungen mit Tablets und parallel online-Befragungen (Unterstützung durch TVBs für die Verbreitung notwendig) im Sommer 2025
 - Auswertung und Analyse der Befragungsergebnisse
 - Ableitung von Ansatzpunkten für wirksame Strategien und Maßnahmen zur Förderung der ÖV-Nutzung für Tagesausfälle insbesondere in die regionalen Zentren
 - Analyse von vorhandenen Datengrundlagen in Tirol hinsichtlich der Eignung für die Entwicklung und Anwendung eines GIS-Planungswerkzeuges / Planungsstrategie für die Weiterentwicklung des Umweltverbundes. Hierzu wird ein Querbezug zu einem Konzept für ein GIS-basiertes Planungswerkzeuge zur Optimierung der ÖV-Angebote und Informationen hergestellt, das zu diesem Thema parallel in Salzburg konzipiert wird.

2 Datenlage zur Vor-Ort-Mobilität

2.1 Analyse

Wie eingangs festgehalten ist es für die Entwicklung einer entsprechenden Strategie zur touristischen Lenkung und wirksamer Maßnahmen notwendig, typische Verhaltens- und Entscheidungsmuster bezüglich der Informationssuche und Auswahl von Reisezielen und Verkehrsmitteln auch in Abhängigkeit von Gruppenzusammensetzung (Anzahl, Alter, Kinder, etc.) und Verkehrsmittelverfügbarkeit zu kennen. Die Analyse vorhandener Datenquellen zeigt, dass es gerade im Bereich der Vor-Ort-Mobilität dazu allerdings kaum Daten gibt.

Weder Auswertungen der Nächtigungsstatistik (vgl. Tirol Werbung GmbH, 2025a) noch der T-Mona-Daten (vgl. Tirol Werbung GmbH, 2025b) ermöglichen entsprechende Analysen. Die Datensätze enthalten keine spezifischen Informationen, die erlauben würden, die touristische Entscheidungsfindung in der Vor-Ort-Mobilität zu analysieren, und sind somit vor dem beschriebenen Hintergrund der Fragestellung nicht hinreichend geeignet. Spezifische Daten liegen nur aus verschiedenen lokal begrenzten Projekten oder Untersuchungen vor. Diese sind nur bedingt verfügbar. Die für die Thematik am ehesten relevanten und auch zugänglichen Daten der Erhebungen von Bursa in Zillertal, Ötztal und der Region Hohe Salve (Bursa, 2021) ermöglichten zwar eine Analyse zu Einflussfaktoren der Verkehrsmittelwahl. Doch selbst diese komplex erhobenen Daten erlauben es nicht ausreichend, das touristische Entscheidungsverhalten in der Vor-Ort-Mobilität im Zusammenspiel von Aktivitäten- und Verkehrsmittelwahl zu analysieren, um entsprechende Handlungsansätze ableiten zu können.

Auch eine Recherche der relevanten wissenschaftlichen Literatur zeigt die bestehenden Defizite in diesem Bereich auf. Die folgende Literaturübersicht umfasst wissenschaftliche Publikationen, die sich mit Determinanten der Verkehrsmittelwahl beschäftigen. Das Reiseverhalten von Touristen:innen vor Ort und die damit verbundenen Entscheidungsprozesse sind bereits Gegenstand mehrerer Studien (Bursa et al., 2022). Das wissenschaftliche Interesse an diesem Thema erstreckt sich über diverse Disziplinen, darunter Verkehrswissenschaften (Bursa, 2021), angewandte Statistik (Masini et al., 2025) und Geographie (Ding et al., 2024).

Wie Zhou et al. (2025) in einem urbanen Kontext aufzeigen, können die bei den Bewohnenden beobachteten Freizeitmobilitätsmuster nicht einfach auf Touristen:innen übertragen werden, da die zugrunde liegenden Entscheidungsprozesse unterschiedlich sind und die Determinanten unterschiedlich gewichtet werden.

Bursa et al. (2022a, S. 1470-1471) bieten eine Literaturübersicht zu den Determinanten, die die Wahl des Verkehrsmittels für die Vor-Ort-Mobilität beeinflussen. Gross und Grimm (2018, S. 404-405) unterscheiden sie zwischen subjektiven und objektiven Determinanten. Subjektive Determinanten umfassen den Zeitpunkt der Entscheidungen, Reisemotivation und Reisetyp, während objektive Determinanten die Qualität der Transportdienstleistungen, Zielmerkmale, soziodemographische

Faktoren und reisebezogene Aspekte umfassen. Es gibt viele verschiedene Klassifikationen, Harz und Sommer (2022, S. 2) teilen die Determinanten in soziodemographische, reisebezogene, motivations- und informationsbezogene sowie trip- oder verkehrsmittelbezogene Determinanten ein. Während Maltese et al. (2025, S. 2) sie nach Reise wie Art und Dauer, persönlichen Merkmalen wie Demographie, sowie physischen Elementen wie Transportinfrastruktur und Lage der Einrichtungen am Zielort gruppieren. Trotz der Unterschiede zwischen den Klassifikationen können gemeinsame Merkmale identifiziert und in den folgenden Abschnitten weiter untersucht werden.

Innerhalb der persönlichen Dimension identifizieren Gross und Grimm (2018, S. 404-405) Alter, Haushaltszusammensetzung, Einkommen und Beschäftigungsstatus als Schlüsselfaktoren, die die Nutzung des öffentlichen Nahverkehrs beeinflussen. Maltese et al. (2025, S. 8-9), stellten jedoch fest, dass nur Alter, Ausbildung, Beruf und Einkommen signifikant sind, wobei Touristen:innen unter 30 Jahren und solche mit höherem Bildungsstand eine größere Bereitschaft zu multimodalem Reisen zeigen, während Berufstätige und Personen mit höherem Einkommen eine geringere Neigung zu solcher Mobilität zeigen. Im Gegensatz dazu berichten Harz und Sommer (2022, S. 6), dass unter den städtischen Touristen:innen nur das Geschlecht signifikant ist, wobei Frauen tendenziell weniger zu Fuß gingen als Männer. Bausch et al. (2024, S. 10) identifizieren für Südtirol signifikante Unterschiede im Mobilitätsverhalten vor Ort zwischen den Herkunftsländern, wobei Personen aus Italien seltener öffentliche Verkehrsmittel nutzen als Deutsche. Zamparini und Vergori (2021) betonen die zentrale Rolle des gewohnheitsmäßigen Mobilitätsverhaltens bei der Gestaltung der touristischen Vor-Ort-Mobilität. Zusammen zeigen diese Ergebnisse, dass die Korrelationen zwischen soziodemographischen Faktoren und Mobilitätsverhalten weiterhin unklar sind.

Auf der Ebene der Destinationseigenschaften zeigen Paulino et al. (2025) einen Zusammenhang zwischen Verkehrsinfrastruktur und dem Vor-Ort-Mobilitätsverhalten auf. Die Verkehrspolitik beeinflusst die Servicequalität (Zamparini & Vergori, 2021). Faktoren wie die Einführung nachhaltiger Mobilitätsdienste und die Einführung von Parkgebühren (Curtale et al., 2021), sowie die Häufigkeit der Abfahrten im öffentlichen Nahverkehr (Harz & Sommer, 2022, S. 6) beeinflussen die Verkehrsmittelwahl.

Die Literatur zeigt auch Uneinigkeit in Bezug auf reisebezogene Determinanten. Während Gross und Grimm (2018, S. 415) keine Korrelation zwischen Aufenthaltsdauer und Verkehrsmittelwahl feststellen, finden andere Studien einen signifikanten Zusammenhang. Bausch et al. (2024, S. 8), Miravet et al. (2021, S. 15) weisen darauf hin, dass längere Aufenthalte mit einer stärkeren Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel verbunden sind. Eng verbunden mit der Aufenthaltsdauer ist eine Gästekarte, die kostenlosen öffentlichen Nahverkehr bietet und laut Bausch et al. (2024, S. 9), den stärksten Einfluss auf die Wahl des Verkehrsmittels hat. Die Informationsbereitstellung (Maltese et al., 2025, S. 11-12) und das daraus resultierende Vorwissen beeinflussen auch die Wahl des Transportmittels (Bursa, 2021, S. 108). Laut Miravet et al. (2021, S. 14) erhöht eine längere Entfernung zwischen Ausgangsort und Zielort die Wahrscheinlichkeit, dass Touristen:innen öffentliche Verkehrsmittel nutzen. Sie stellten außerdem fest, dass höhere Urlaubsausgaben mit einer verstärkten Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel korrelieren. Reisegruppenmerkmale, wie die Gruppengröße und

insbesondere die Anwesenheit von Kindern unter sechs Jahren, erhöhen die Wahrscheinlichkeit, das Auto als Fortbewegungsmittel zu wählen, erheblich (Bursa, 2021, S. 134). Harz und Sommer (2022, S. 6) stellen fest, dass sowohl der Gesamtzweck der Reise als auch die spezifischen Aktivitäten während des Aufenthalts die Wahl der Vor-Ort-Mobilität beeinflussen. Aktivitäten wie Sightseeing, Einkaufen oder Besorgungen wirken sich negativ auf das Autofahren aus. Bursa (2021, S. 103) stellt fest, dass soziale Aktivitäten wie Restaurantbesuche das Gehen als bevorzugte Fortbewegungsart begünstigen, während die Teilnahme an Sommersportaktivitäten die Neigung zum Gehen verringert. Bursa (2021, S. 137) spekuliert, dass mögliche Gründe schlechte Zugänglichkeit oder der Bedarf an sperriger Ausrüstung sein könnten.

2.2 Fazit

Resümierend zeigt die Literatur zu den beeinflussenden Determinanten der Verkehrsmittelwahl in der touristischen Vor-Ort-Mobilität, dass die Studienergebnisse heterogen sind. Einerseits lassen sich Determinanten identifizieren, die außerhalb des Wirkungsbereichs der beteiligten Stakeholder liegen. Zudem ist die Studienlage diskrepant. Was in einer Studie als signifikanter Faktor erscheint, erweist sich in einer anderen als irrelevant. Andererseits erfolgen die meisten Untersuchungen nicht unter Bedingungen, die mit denen in Tirol vergleichbar sind, sodass eine vollständige Übertragbarkeit fraglich ist. Folglich ist weitere Forschungsarbeit zur touristischen Vor-Ort-Mobilität erforderlich, um die lokalen Zusammenhänge zwischen Aktivitäten, Zielwahl und Verkehrsmittelwahl besser zu verstehen und daraus umsetzbare Ansätze für die Maßnahmenentwicklung abzuleiten.

2.3 Abgeleitete Fragestellungen

Ausgehend von dieser Analyse und dem Ziel des gegenständlichen Vorhabens

- die empirischen Grundlagen für die Entwicklung wirksamer Strategien und Maßnahmen zur Förderung des öffentlichen Verkehrs in der Vor-Ort-Mobilität von Gästen in Tirol zu verbessern und
- dadurch ein Beitrag zur Verringerung verkehrsbedingter Belastungen in den Tourismusdestinationen und regionalen Zentren zu leisten sowie mittel- bis langfristig auch die Anreise mit der Bahn zu unterstützen

stehen typische Informations-, Verhaltens- und Entscheidungsmuster bei der Wahl von Aktivitäten, Aktivitätsorten und Verkehrsmitteln im Mittelpunkt der Untersuchung. Der besondere räumlicher Schwerpunkt liegt dabei auf Innsbruck in seiner Funktion als regionales Zentrum. Die Untersuchung beschränkt sich jedoch nicht auf Besuche Innsbrucks, sondern bezieht ein breites Spektrum touristischer Aktivitäten und Aktivitätsorte ein, um die Zusammenhänge zwischen der Wahl von Aktivität, Aktivitätsort und Verkehrsmittel differenziert zu analysieren. Darüber hinaus wird untersucht, in welchem Zusammenhang diese Entscheidungen mit Merkmalen der Reisegruppe,

insbesondere Gruppengröße, Alter und Reisen mit Kindern, sowie mit der Verfügbarkeit öffentlicher Verkehrsangebote stehen. Die hierfür erforderlichen Daten werden im Sommer 2025 im Rahmen einer Gästebefragung erhoben und anschließend ausgewertet.

Dementsprechend ergeben sich für die Befragung folgende übergeordnete Fragestellungen:

- Welche Faktoren beeinflussen die Wahl der Aktivitäten, der Aktivitätsorte und der Verkehrsmittel von Touristen:innen, und wie interagieren diese Entscheidungen miteinander?
- Warum besuchen Touristen:innen Innsbruck, welches Verkehrsmittel wählen sie dafür und worauf basiert die Entscheidung?

3 Grundlagen und Methodik der Befragung

3.1 Projektvorbereitung und Fragebogenentwicklung

Zur Vorbereitung der quantitativen Gästebefragung wurde bereits im Sommer 2024 zunächst eine qualitative Voruntersuchung durchgeführt. Sie diente der explorativen Erschließung der touristischen Vor-Ort-Mobilität und der Präzisierung der für die quantitative Erhebung relevanten Themenfelder. In mehreren Abstimmungsrunden mit dem Land Tirol, dem Verkehrsverbund Tirol (VVT) und der Tirol Werbung wurde das Untersuchungskonzept weiter konkretisiert und die Regionen Innsbruck und seine Feriendörfer, Achensee und Ötztal als Untersuchungsräume festgelegt. Auf dieser Grundlage wurde der standardisierte digitale Fragebogen in einem iterativen Entwicklungsprozess durch das Projektteam erarbeitet. Die inhaltliche Ausgestaltung erfolgte dabei unter Einbezug der Rückmeldungen aus den Abstimmungsprozessen.

3.2 Erhebungsdesign

Die Datenerhebung erfolgte in der Sommersaison 2025 mittels eines standardisierten Online-Fragebogens. Teilnehmende wurden über QR-Codes und Plakate sowie durch ein Befragungsteam vor Ort rekrutiert. Bei persönlichen Kontakten wurden computergestützte Interviews durchgeführt. Die Erhebung konzentrierte sich auf die Untersuchungsräume Achensee, Ötztal und Innsbruck, räumliche Zuordnungen erfolgten in der Auswertung auf Ebene der Tourismusverbände.

Ausgangspunkt sind 703 Befragungen. Fragebogenverzweigungen, Filter und Abbrüche führen zu unterschiedlichen gültigen Fallzahlen. Deshalb wird die jeweilig Stichprobengröße (n) konsequent auf Ebene der Teilanalyse ausgewiesen.

3.3 Räumliche Perspektiven

Die regionale Analyse unterscheidet zwei Bezugsgrößen. Die Unterkunftsregion beschreibt den Ausgangsraum der Aktivität und ist insbesondere für Anreise, Tagesplanung und Innsbruck-Ausflüge relevant. Die Aktivitätsregion bezeichnet den Tourismusverband, in dem die berichtete Hauptaktivität tatsächlich stattfand, und ist damit die geeignete Ebene für lokale Verkehrsmittel- und Aktivitätsprofile. Die Stadt Innsbruck und die Region Innsbruck und seine Feriendörfer werden als getrennte Kategorien geführt.

3.4 Bildung der Urlaubsgruppenprofile

Die Urlaubsgruppe umfasst die befragte Person und alle Begleitpersonen. Die Kategorien werden nach einer festgelegten Prioritätsregel gebildet und sind wechselseitig ausschließend. Alleinreisende, Gruppen mit Kleinkindern von 0 bis 5 Jahren, Gruppen mit Kindern von 6 bis 14 Jahren, Gruppen mit Jugendlichen von 15 bis 17 Jahren, Gruppen mit mindestens einer Person ab 65 Jahren, anschließend reine Zwei-Personen-, Drei- bis Vier-Personen- und Gruppen ab fünf Personen. Eine Familie mit Kind und insgesamt vier Personen wird daher der Kinderklasse und nicht zusätzlich der Größenklasse 3-4 Personen zugerechnet.

3.5 Statistische Verfahren

Kategoriale Zusammenhänge wurden bei ausreichenden erwarteten Häufigkeiten mit Pearson- χ^2 -Tests, bei dünn besetzten Tabellen mit exakten oder Monte-Carlo-basierten Verfahren geprüft. Als Effektmaß dient Cramér's V. Für numerische oder ordinale Gruppenvergleiche wurden Mann-Whitney-U- beziehungsweise Kruskal-Wallis-Tests eingesetzt, als Effektmaß wird die absolute rangbiseriale Korrelation beziehungsweise Epsilon-Quadrat (ϵ^2) berichtet. Explorative p-Werte wurden nach Benjamini und Hochberg korrigiert, im Bericht wird der q-Wert priorisiert.

Rangfragen werden über Borda-Punkte und Nennungshäufigkeiten ausgewertet. Die Punkte bilden die relative Priorität innerhalb der jeweiligen Rangfrage ab, nicht den Anteil der Befragten. Explorative logistische und multinomiale Modelle dienen ausschließlich der Robustheitsprüfung ausgewählter Muster. Statistische Signifikanz wird nur gemeinsam mit Effektstärke, Fallzahl und praktischer Relevanz interpretiert.

3.6 Datenqualität und Grenzen

Die Stichprobe ist nicht probabilistisch gezogen. Prozentwerte beschreiben die erreichten Befragten und sind ohne Gewichtung nicht als exakte Anteile aller Tirol-Gäste beziehungsweise der Gäste in den untersuchten Regionen zu interpretieren. Das Querschnittsdesign und die Selbstangaben erlauben

Assoziations-, aber keine Kausalaussagen. Berichtete Absichten sind nicht mit tatsächlichem Verhalten gleichzusetzen. Filterführung und fehlende Werte führen zu variierenden Basen, kleine regionale Zellen werden ausdrücklich gekennzeichnet und nicht überinterpretiert. Bei der Innsbruck-Verkehrsmittelfrage werden tatsächliche, geplante und hypothetische Angaben erfasst. Für tatsächliche Modal-Splits wird ausschließlich die bestätigte Besuchergruppe verwendet.

4 Allgemeine Ergebnisse

4.1 Stichprobe und Reisegruppen

Die Anzahl gültiger Antworten variiert je nach Frage und Filterführung. Die höchsten gültigen Fallzahlen liegen für Aufenthaltstyp ($n = 691$) und Anreiseverkehrsmittel ($n = 558$) vor. Für komplexere, gefilterte Auswertungen, etwa die tatsächliche Verkehrsmittelwahl bestätigter Innsbruck-Besucher:innen, ist die Basis kleiner ($n = 141$).

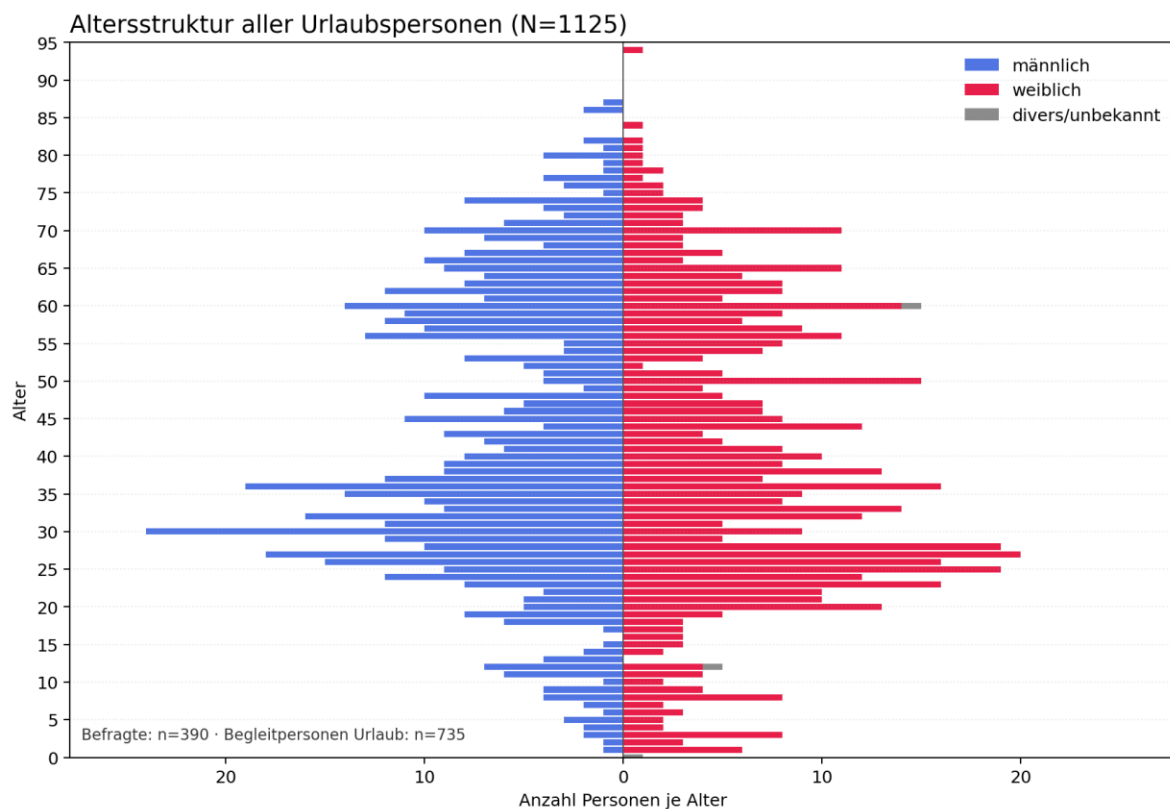


Abbildung 1: Altersstruktur der befragten Personen und ihrer Urlaubsbegleitung

Die Stichprobe bildet ein breites Altersspektrum ab (Abbildung 1). Das Durchschnittsalter, der 390 unmittelbar Befragte und 735 mitreisende Personen, beträgt 41 Jahre, der Median 38 Jahre, die Spannweite reicht von 0 bis 94 Jahren. Die Altersverteilung ist in Abbildung 1 dargestellt. Mit 40 % bildet die Altersgruppe 25 bis 44 Jahre den größten Anteil, gefolgt von 45 bis 64 Jahren mit 27 %. Personen ab 65 Jahren machen 14 %, 18- bis 24-Jährige 10 % und Kinder 9 % aus. Die Geschlechterverteilung ist nahezu ausgeglichen.

Wie Abbildung 2 zeigt, dominieren kleine Reisegruppen. Zwei-Personen-Gruppen stellen 41 % der Urlaubsgruppen (n = 510), Alleinreisende 17 % und Drei- bis Vier-Personen-Gruppen 15 %. Gruppen mit mindestens einer Person ab 65 Jahren machen 12 % aus. Gruppen mit Kindern von 6 bis 14 Jahren erreichen 7 %, Gruppen mit Kleinkindern 5 %. Diese Zusammensetzung ist für die Mobilität wesentlich. Eine Maßnahme, die nur auf Familien zielt, verfehlt die größte absolute Gruppe, eine ausschließlich auf Paare ausgerichtete Lösung übersieht dagegen besondere Komfort- und Komplexitätsbarrieren.

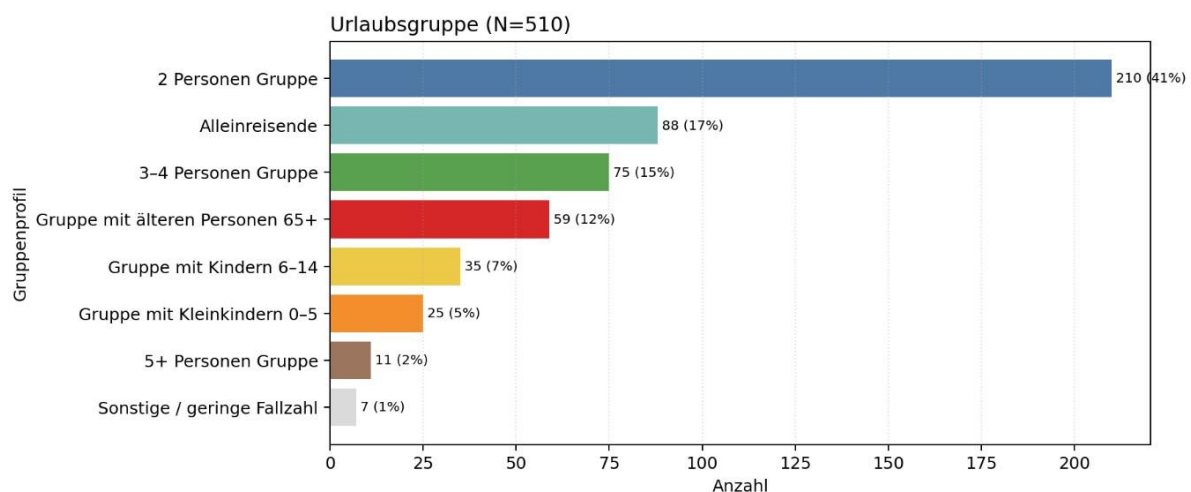


Abbildung 2: Zusammensetzung der Reisegruppenprofile

4.2 Die Anreise

4.2.1 Verkehrsmittelwahl

Die touristische Anreise, ist in der erreichten Stichprobe klar autoorientiert (siehe Abbildung 3). Von den 558 gültigen Angaben entfallen 329 auf den Pkw (59 %) und 135 auf den öffentlichen Verkehr (24 %). Wohnmobil (5 %), Flugzeug (4 %), Reisebus (3 %), Anreise zu Fuß (3 %) und weitere Modi machen lediglich kleinere Anteile aus. Verglichen mit bekannten Anteilen für Tirol ist der Pkw-Anteil allerdings geringer, was vor allem auf Gäste zurückzuführen ist, die in Innsbruck wohnen (siehe auch Abbildung 6). Der hohe Pkw-Anteil bei der Anreise führt dazu, dass das Auto am Urlaubsort für einen großen Teil der Befragten grundsätzlich verfügbar ist.

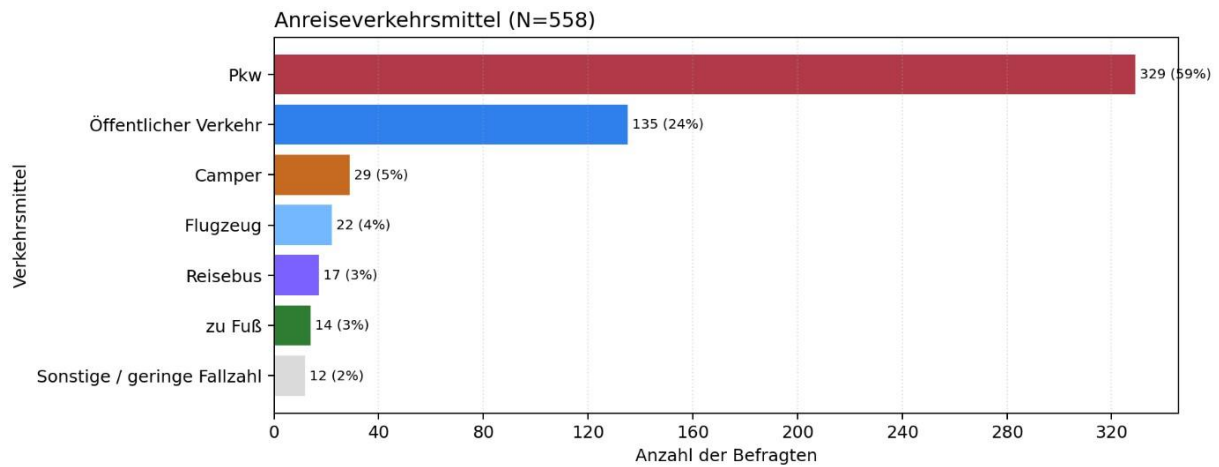


Abbildung 3: Anreiseverkehrsmittel der Befragten

Die Gruppenunterschiede in Abbildung 4 sind ausgeprägt. Alleinreisende unterscheiden sich deutlich von den übrigen Gruppen. 47 % reisen öffentlich und 36 % mit dem Pkw an. Bei Zwei- Personen-Gruppen liegt der Pkw-Anteil bei 60 %, bei Drei- bis Vier-Personen-Gruppen bei 68 %. Gruppen mit Kindern, Kleinkindern oder mindestens fünf Personen erreichen Pkw- Anteile zwischen 71 % und 73 %. Bei den Gruppen ab fünf Personen ist die Fallzahl mit n=11 besonders gering. Mit zunehmender Gruppengröße und bei Reisen mit Kindern steigt die Autoorientierung.

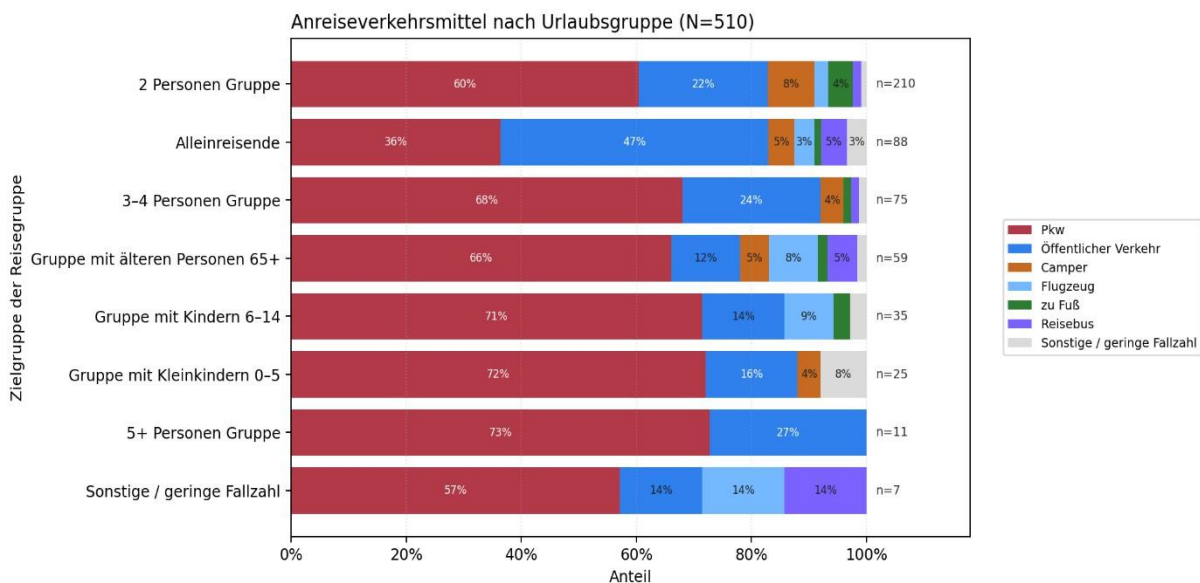


Abbildung 4: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Urlaubsgruppe

Auch das Alter differenziert die Anreise (Abbildung 5). Bei den unter 25-Jährigen ist der öffentliche Verkehr mit 46 % häufiger als der Pkw mit 38 %. Danach steigt die Pkw-Nutzung deutlich an: Sie beträgt 58 % bei den 25- bis 34-Jährigen, 60 % bei den 35- bis 44-Jährigen und erreicht bei den 45- bis 54-Jährigen 77 %. In der Gruppe 55 bis 64 Jahre liegt sie bei 69 %, bei den ab 65-Jährigen bei 55 %. Die

stärkste ÖV-Affinität zeigt sich bei den jüngsten Gästen, während besonders die mittleren Altersgruppen autoorientiert anreisen. Bei älteren Gästen ist das Muster heterogener, dort spielen zudem sonstige Verkehrsmittel und organisierte Reiseformen eine größere Rolle

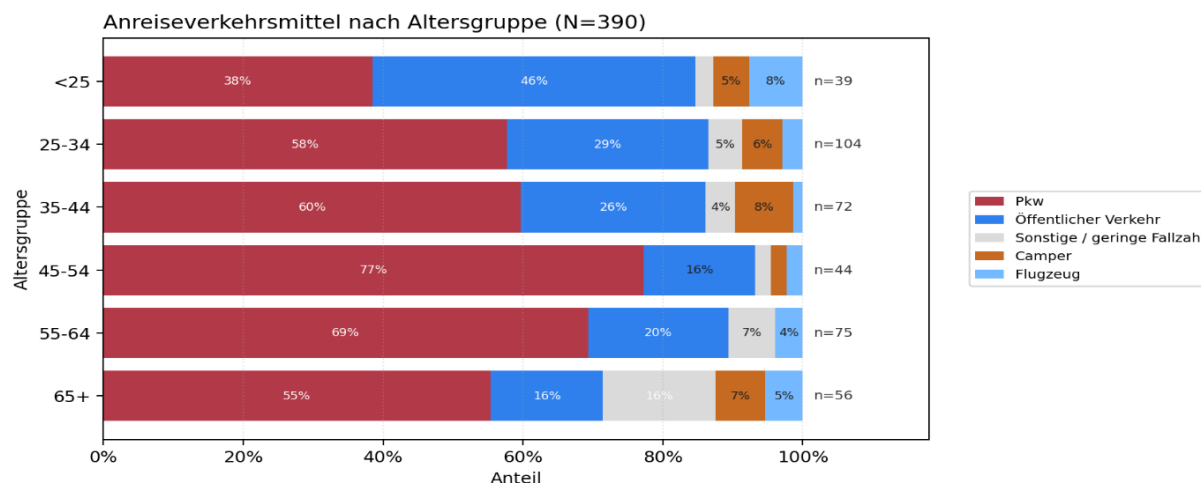


Abbildung 5: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Altersgruppe

Ebenfalls prägt die Unterkunftsdestination die Anreise (Abbildung 6). Die regionalen Unterschiede sind ausgeprägt. In Ötztal und Achensee reisen jeweils 75 % der Gäste mit dem Pkw an, während der ÖV dort nur 11 % beziehungsweise 12 % erreicht. In Innsbruck ist das Verhältnis umgekehrt. 59 % reisen öffentlich und 30 % mit dem Pkw an. In Innsbruck und seinen Feriendörfern entfallen 47 % auf den Pkw und 19 % auf den ÖV, zugleich treten Camper- und Fluganteile stärker hervor.

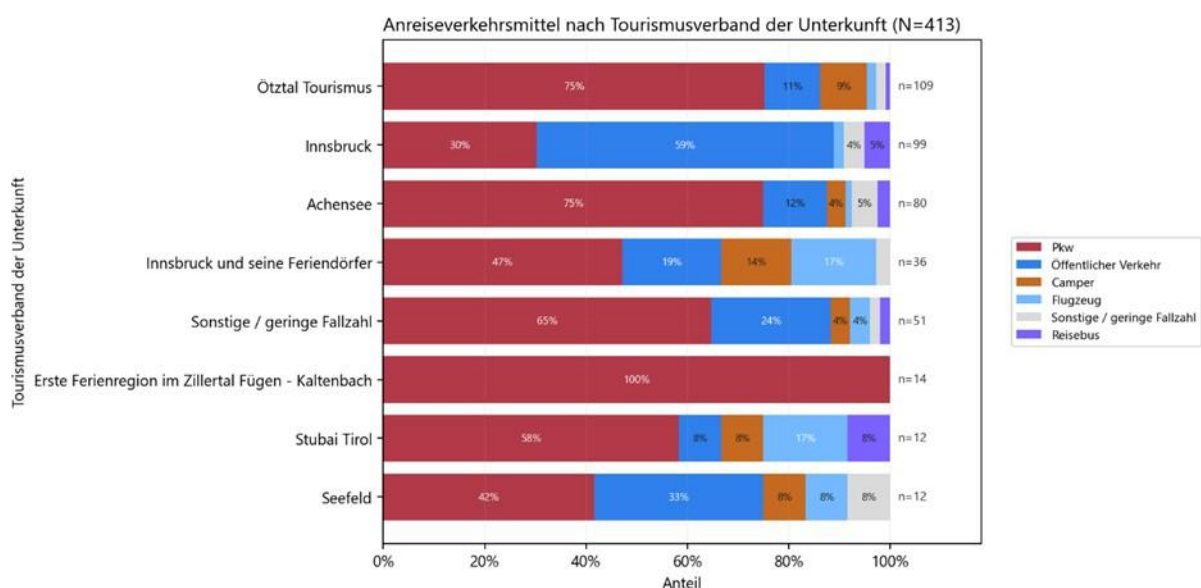


Abbildung 6: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Tourismusverband der Unterkunft

4.2.2 Informationsverhalten

Vor der Reise dominieren Karten- und Navigationsdienste als Informationsquelle (Abbildung 7). Sie erreichen im Borda-Ranking 753 Punkte bei 198 Nennungen. An zweiter Stelle steht bereits keine aktive Suche mit 452 Punkten und 113 Nennungen, ÖV-Dienste folgen mit 310 Punkten und 83 Nennungen. Während des Aufenthalts bleibt das Muster ähnlich. Karten und Navigation liegen mit 844 Punkten und 218 Nennungen vorne, gefolgt von keiner aktiven Suche und ÖV-Diensten.

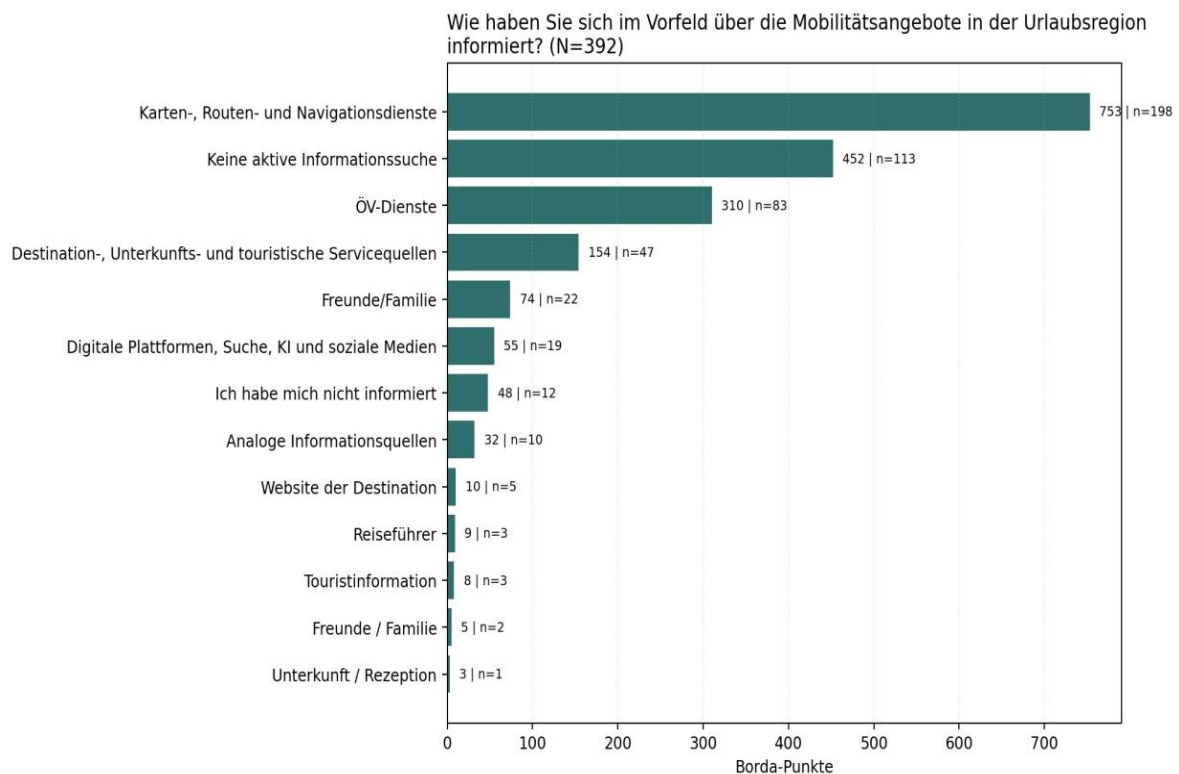


Abbildung 7: Informationsquellen vor der Reise

4.3 Vor-Ort-Mobilität

4.3.1 Informationsverhalten

Auch vor Ort stehen Karten-, Routen- und Navigationsdienste mit 844 Borda-Punkten und 218 Nennungen klar an erster Stelle unter den Informationsquellen zu Mobilitätsangeboten (Abbildung 8). Keine aktive Informationssuche folgt mit 324 Punkten, ÖV-Dienste erreichen 267 Punkte und touristische Servicequellen 166 Punkte. Analoge Informationsquellen sind mit 108 Punkten relevanter als vor der Reise, bleiben aber deutlich hinter den digitalen Routendiensten.

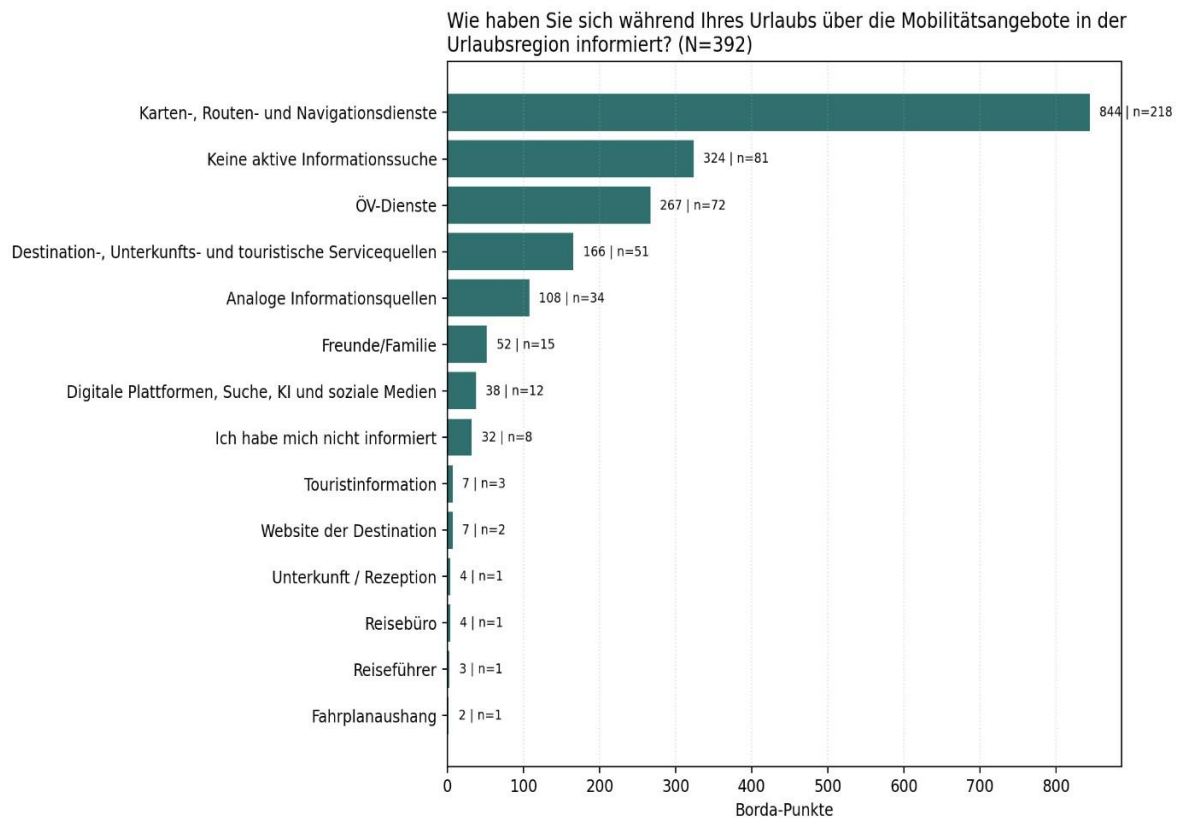


Abbildung 8: Informationsquellen während des Urlaubs

4.3.2 Verkehrsmittelwahl

Bei dem Weg zur Hauptaktivität ist die Verteilung der Verkehrsmittelwahl wesentlich ausgeglichener als bei der Anreise (Abbildung 9). Pkw 28 %, zu Fuß 27 %, ÖV 25 % und Fahrrad 10 % (n = 411). Das ist ein zentraler Befund. Obwohl viele Gäste ein Auto vor Ort haben, ist seine Nutzung für Aktivitäten keineswegs alternativlos. Welche Option gewählt wird, hängt davon ab, wie der Gast angereist ist, wie weit das Ziel entfernt liegt, welche Aktivität geplant wird, wie die Gruppe zusammengesetzt ist.

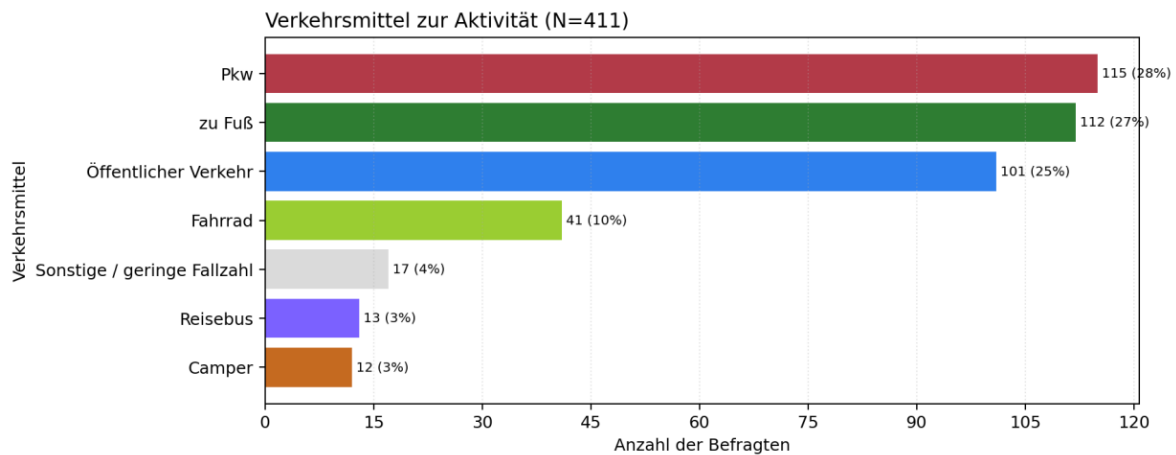


Abbildung 9: Verkehrsmittel zur Hauptaktivität

Das Anreiseverkehrsmittel erzeugt eine deutliche Pfadabhängigkeit (siehe Abbildung 10). Bei Pkw-Angereisten werden 43 % der Aktivitätswege erneut mit dem Pkw zurückgelegt, 25 % erfolgen zu Fuß, 13 % öffentlich und 12 % mit dem Fahrrad. ÖV-Angereiste nutzen für die Aktivität zu 49 % erneut den ÖV und zu 34 % den Fußweg, nur 6 % greifen auf den Pkw zurück. Der Zusammenhang ist hochsignifikant und von mittlerer Stärke (Monte-Carlo- $\chi^2=255,14$, $df=30$, $p=0,001$, $q=0,004$, Cramérs $V=0,352$).

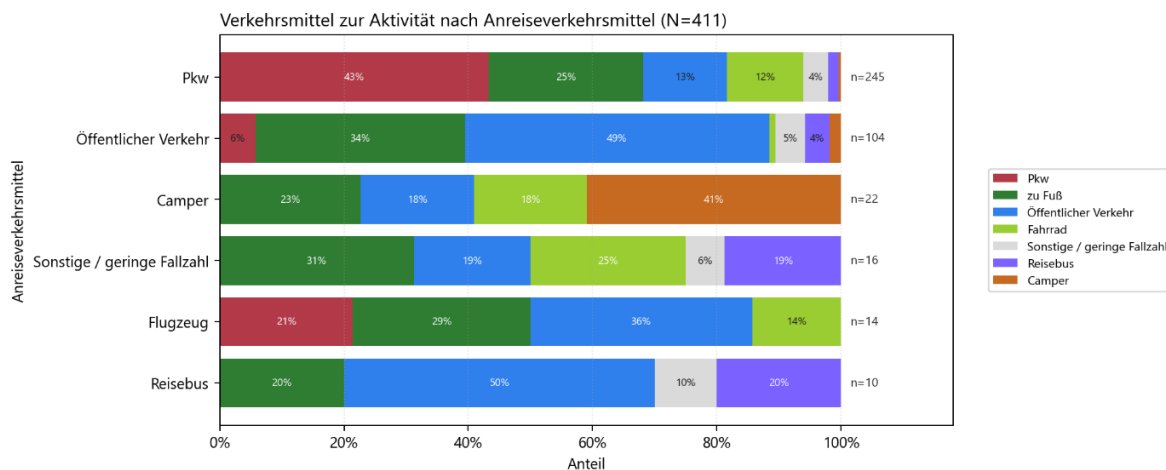


Abbildung 10: Zusammenhang zwischen Anreise- und Vor-Ort-Verkehrsmittel

Die Verkehrsmittelwahl zur Aktivität unterscheidet sich deskriptiv zwischen den Altersgruppen (Abbildung 11). Unter 25-Jährige nutzen besonders häufig den öffentlichen Verkehr (38 %) oder gehen zu Fuß (36 %), während der Pkw-Anteil lediglich 15 % beträgt. Den höchsten Pkw-Anteil weist die Altersgruppe der 45- bis 54-Jährigen mit 43 % auf. Bei den 55- bis 64-Jährigen dominiert dagegen das Zufußgehen mit 36 %. Insgesamt deutet sich ein altersabhängiges Mobilitätsmuster an, der Zusammenhang ist jedoch statistisch nicht eindeutig abgesichert.

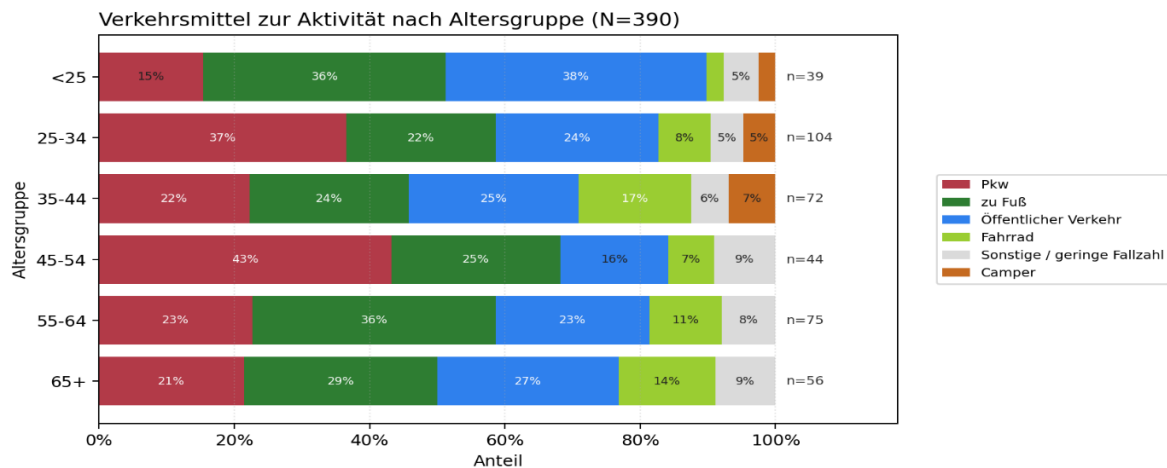


Abbildung 11: Verkehrsmittelwahl zur Aktivität nach Altersklasse

Auch die Reisegruppenprofile unterscheiden sich bei der Verkehrsmittelwahl zur Aktivität (Abbildung 12). Alleinreisende sind besonders ÖV-affin. Zwei-Personen-Gruppen verteilen sich stark auf Pkw und Fußweg, während Drei- bis Vier-Personen-Gruppen sowie Kindergruppen häufiger zum Pkw tendieren. Der Zusammenhang ist klein, aber im vollständigen Test statistisch abgesichert ($n=411$, $q=0,007$, Cramérs $V=0,164$).

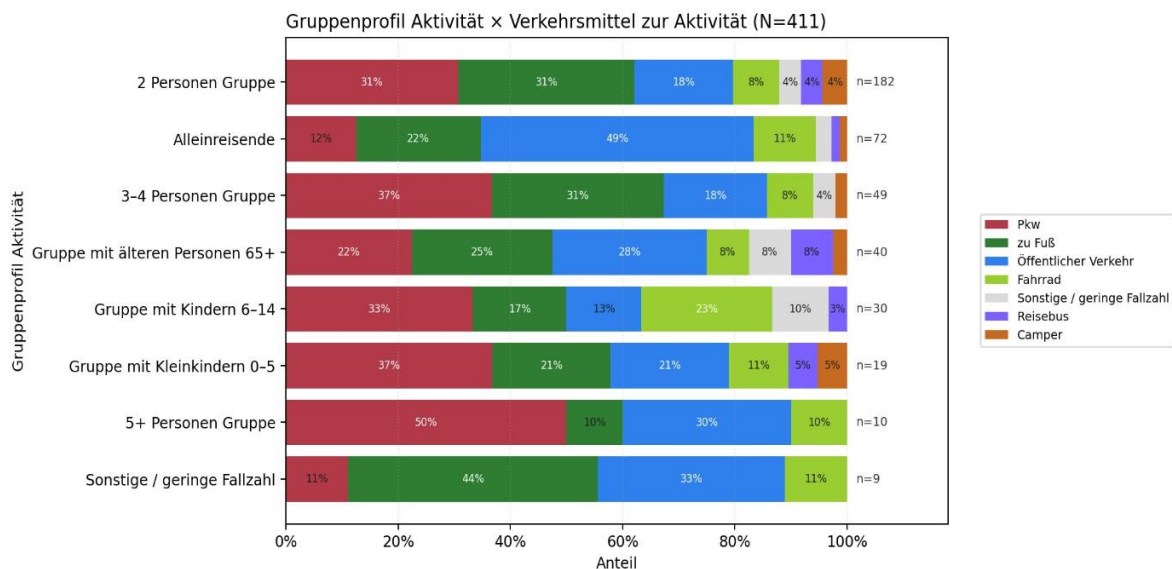


Abbildung 12: Anreiseverkehrsmittel der Befragten nach Gruppenprofi

Wie Abbildung 13 zeigt, beeinflusst der räumliche Kontext, welche Optionen tatsächlich genutzt werden. In Innsbruck werden Aktivitäten vor allem mit dem ÖV (38 %) oder zu Fuß (33 %) erreicht, der Pkw-Anteil liegt bei 13 %. Am Achensee dominiert der Fußweg mit 39 %, gefolgt vom Pkw mit 33 %, während der ÖV 7 % erreicht. Im Ötztal ist das Muster breiter. 33 % ÖV, 23 % Pkw, 21 % zu Fuß und 16 % Fahrrad. Kleinere Regionen weisen zum Teil hohe Pkw- oder Fußanteile auf, beruhen aber auf

niedrigen Fallzahlen. Die Unterschiede sind statistisch robust (Monte-Carlo- $\chi^2=96,07$, $df=42$, $p=0,001$, $q=0,004$, Cramér's $V=0,204$). Der Effekt ist klein bis mittel.



Abbildung 13: Verkehrsmittel zur Aktivität nach Tourismusverband der Aktivität

Die Modi erfüllen unterschiedliche Distanzfunktionen. Die modellierten Routendistanzen vom vorherigen Aufenthaltsort zum Startpunkt der Aktivität weisen je nach genutztem Verkehrsmittel unterschiedliche, jedoch überlappende Distanzprofile auf. Wege zu Fuß und mit dem Fahrrad konzentrieren sich deutlich auf kurze Distanzen, die Medianwerte liegen bei etwa 1 km beziehungsweise 2 km ($n = 64$ bzw. $n = 22$). Beim öffentlichen Verkehr und beim Reisebus beträgt der Median jeweils rund 10 km ($n = 81$ bzw. $n = 11$), während er beim Pkw und beim Camper bei etwa 18 beziehungsweise 19 km liegt ($n = 78$ bzw. $n = 11$). Insbesondere beim öffentlichen Verkehr, beim Pkw und beim Camper liegen die Mittelwerte mit rund 20 km, 28 km beziehungsweise 34 km deutlich über den Medianen (Abbildung 14).

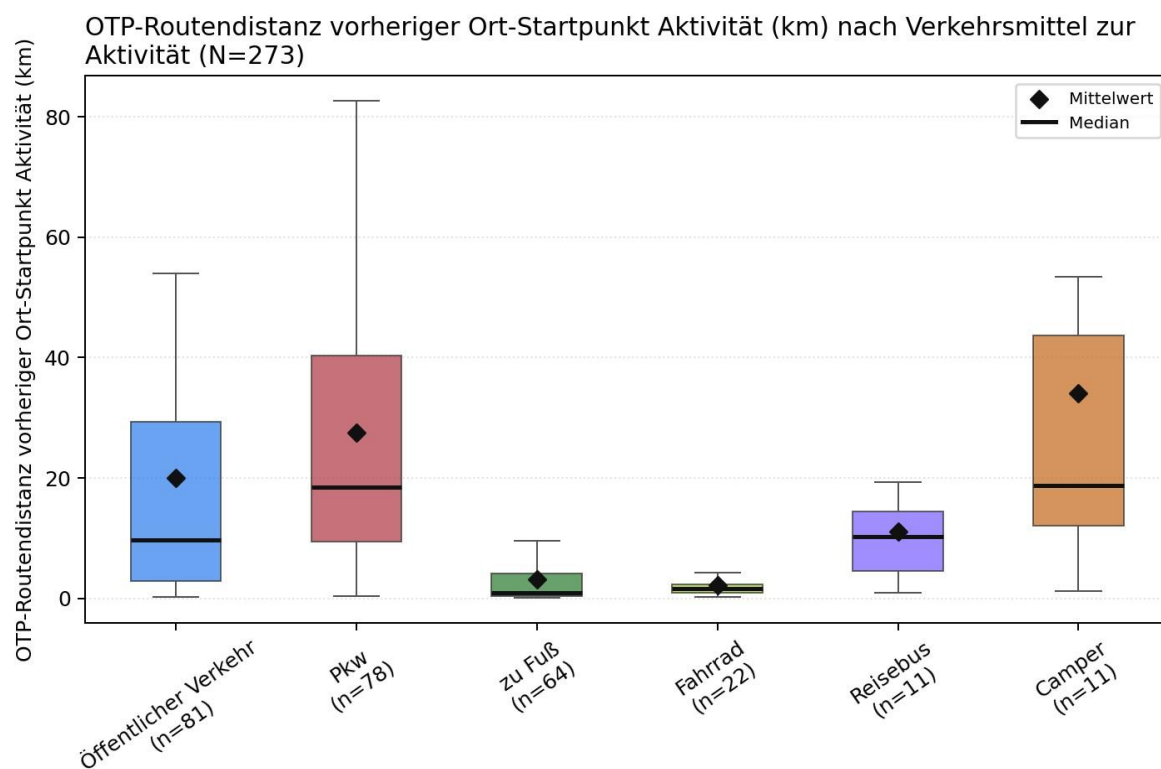


Abbildung 14: Distanz zwischen vorherigem Aufenthaltsort und Aktivität nach Verkehrsmittel

4.3.3 Gründe für und gegen den öffentlichen Verkehr

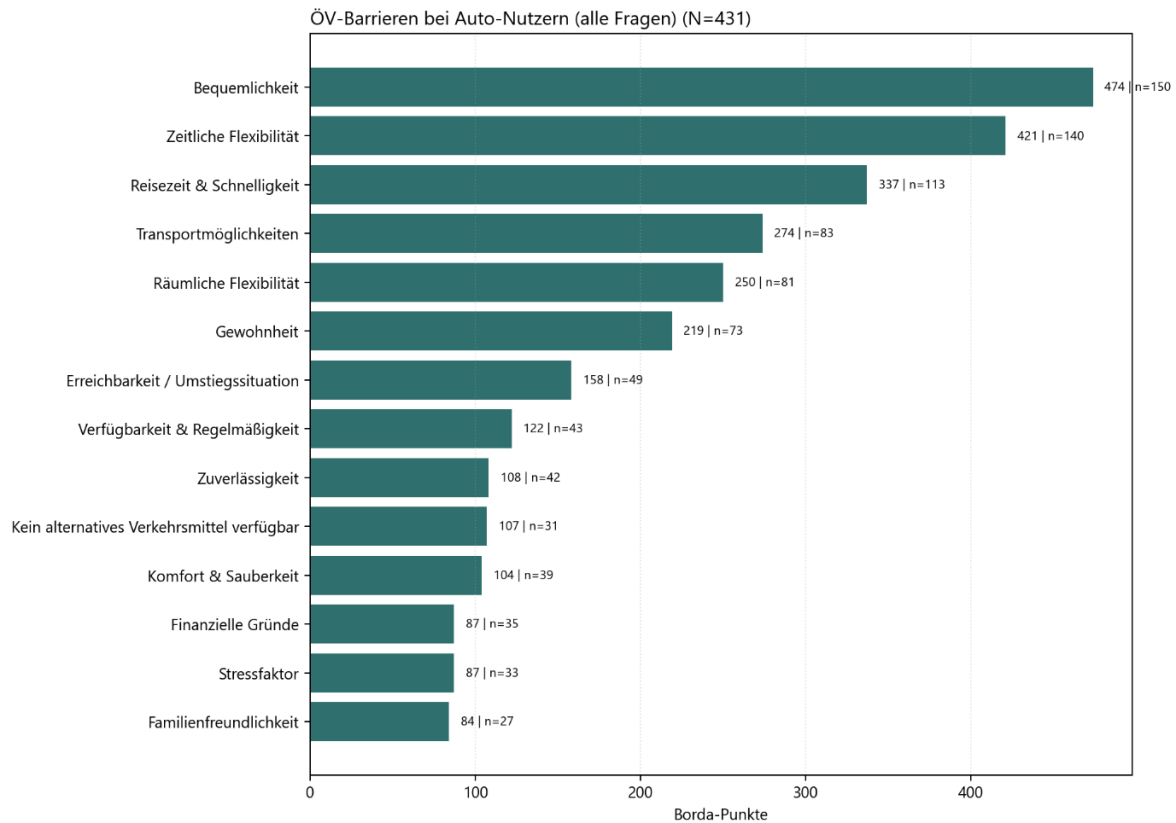


Abbildung 15: Gründe gegen die Nutzung des öffentlichen Verkehrs bei Auto-Nutzenden

Bei den Autonutzenden steht Bequemlichkeit mit 474 Borda-Punkten und 150 Nennungen an erster Stelle unter den Gründen gegen die Nutzung des öffentlichen Verkehrs (Abbildung 15). Es folgen zeitliche Flexibilität mit 421 Punkten, Reisezeit und Schnelligkeit mit 337 Punkten, Transportmöglichkeiten mit 274 Punkten sowie räumliche Flexibilität mit 250 Punkten. Gewohnheit, Erreichbarkeit, Verfügbarkeit, Zuverlässigkeit und Komfort werden ebenfalls genannt, liegen aber deutlich darunter.

Unter den Motivatoren für die Nutzung des öffentlichen Verkehrs nimmt die Gästekarte mit 365 Borda-Punkten und 103 Nennungen deutlich den ersten Rang ein. Es folgen die Verfügbarkeit und Regelmäßigkeit des Angebots mit 266 Punkten sowie das Fehlen eines alternativen Verkehrsmittels mit 245 Punkten. Im mittleren Bereich liegen finanzielle Gründe (182 Punkte), die Vermeidung von Stau und Parkplatzsuche (161 Punkte), Bequemlichkeit (138 Punkte) und Umweltverträglichkeit (133 Punkte). Reisezeit und Schnelligkeit erreichen 113 Punkte, die Erreichbarkeit beziehungsweise Umstiegssituation 102 Punkte (Abbildung 16).

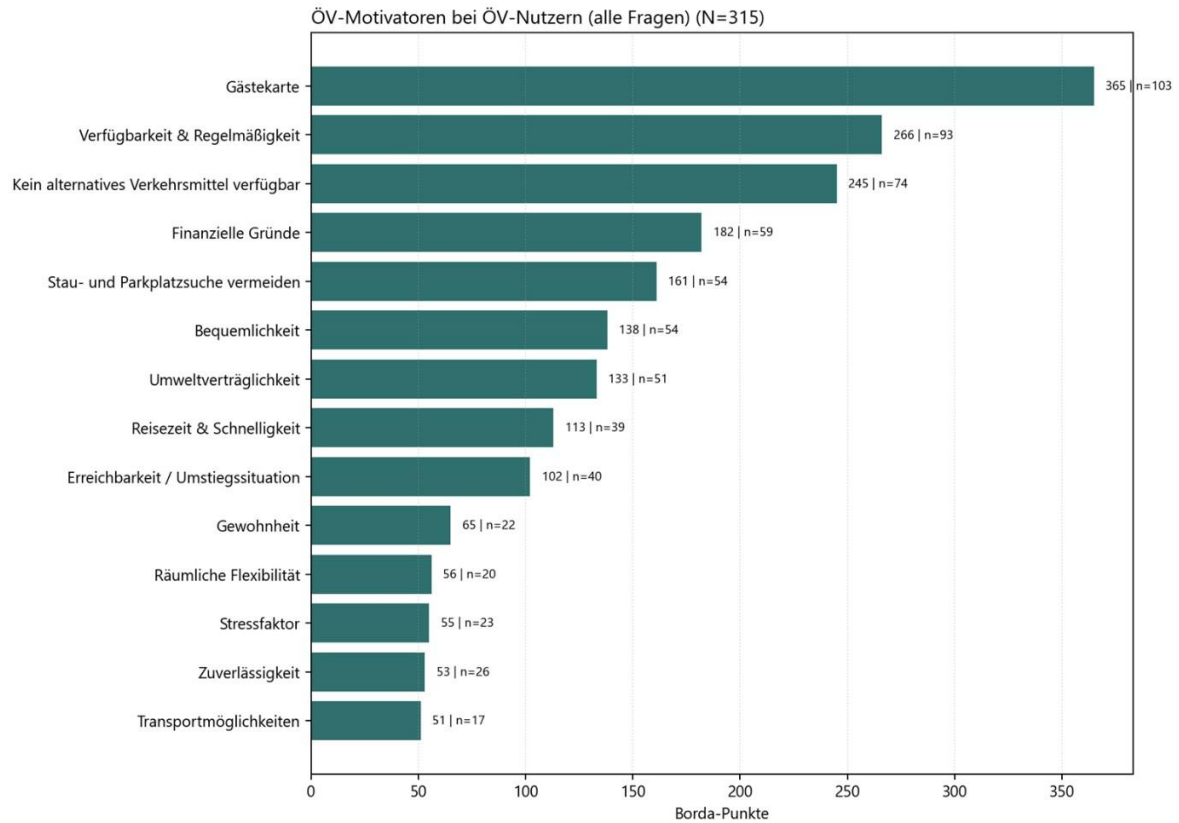


Abbildung 16: Gründe für die Nutzung des öffentlichen Verkehrs

4.4 Aktivitäten

Die Hauptaktivitäten, dargestellt in Abbildung 17, der befragten Urlaubsgäste sind überwiegend natur- und bewegungsorientiert. Mit 257 Nennungen (53 %) ist Wandern die mit Abstand häufigste Hauptaktivität. Es folgen Sightseeing mit 14 % und Radfahren mit 10 %. Klettern erreicht 5 %, Spazieren 5 %, sonstige Sport- und Freizeitaktivitäten 3 % und Wellness 2 %.

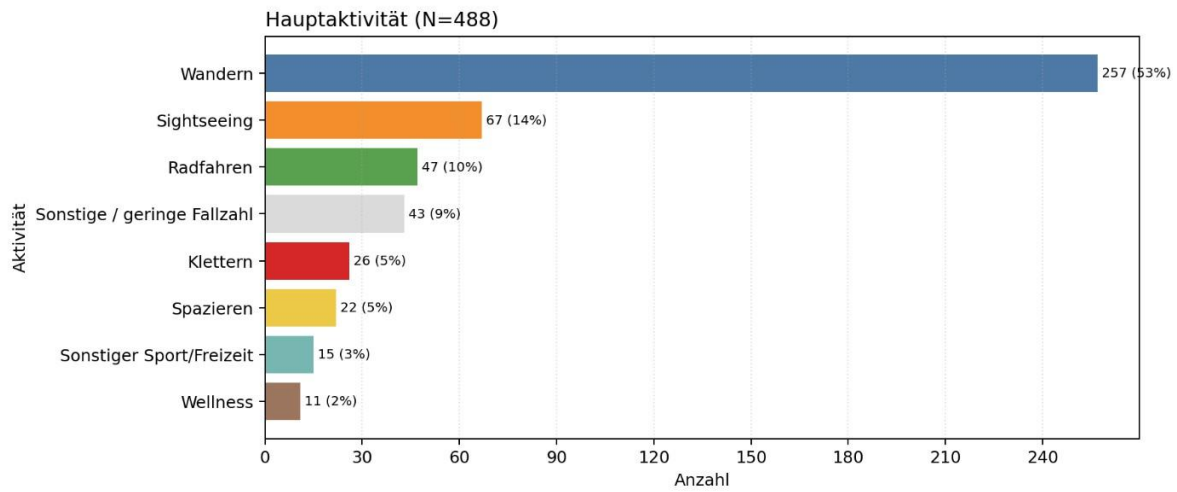


Abbildung 17: Verteilung der von den Befragten genannten Hauptaktivitäten

Die Matrix aus gewählter und erwogener Aktivität (Abbildung 18) zeigt erwartungsgemäß besonders häufig Alternativen zum Wandern. Als Alternativen werden besonders Sightseeing (33 Nennungen), Schwimmen (31), keine Alternative (28), Museum (27) und Wellness (25) genannt. Bei gewähltem Sightseeing ist Wandern mit 15 Nennungen die häufigste Alternative. Insgesamt erscheint Sightseeing über mehrere Ausgangsaktivitäten hinweg als häufige Ausweichoption.

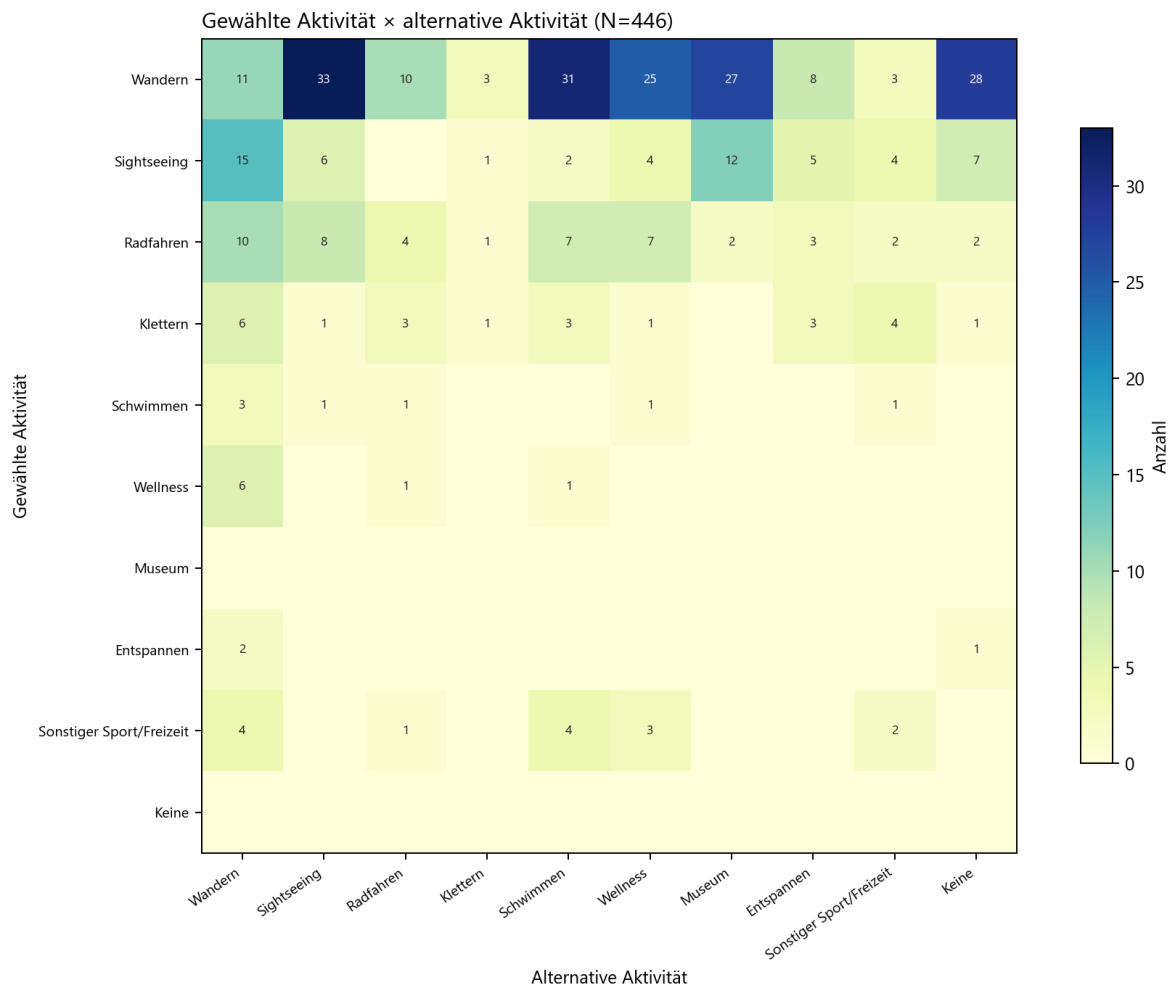


Abbildung 18: Gewählte und alternative Aktivitäten

Abbildung 19 zeigt die Hauptaktivitäten aufgeschlüsselt nach Tourismusverbänden. Wandern ist in nahezu allen Regionen die häufigste Hauptaktivität. Der Anteil beträgt 53 % im Ötztal, 48 % am Achensee, 79 % in Innsbruck und seinen Feriendörfern, 64 % im Stubai, 67 % in Seefeld und 93 % in der Silberregion Karwendel. Eine deutliche Ausnahme bildet Innsbruck: Dort ist Sightseeing mit 47 % häufiger vertreten als Wandern mit 33 %. Radfahren spielt insbesondere im Ötztal mit 18 % und am Achensee mit 11 % eine größere Rolle. Die Ergebnisse für das Stubaital, die Silberregion Karwendel und Seefeld sind aufgrund der geringen Fallzahlen jedoch mit Vorsicht zu interpretieren.

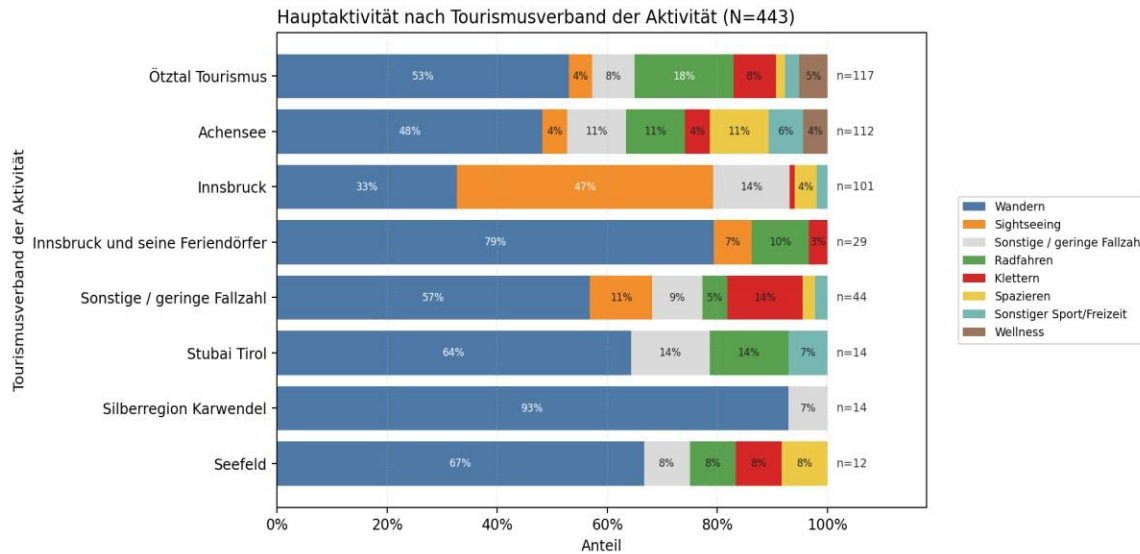


Abbildung 19: Hauptaktivität nach Tourismusverband, in dem die Aktivität stattfand

Abbildung 20 zeigt, dass sich die Verkehrsmittelwahl auf dem Weg zur Hauptaktivität deutlich nach der Art der Aktivität unterscheidet. Beim Wandern verteilen sich die Wege relativ gleichmäßig auf den Pkw (33 %), das Zufußgehen (28 %) und den öffentlichen Verkehr (28 %), ein eindeutig dominierendes Verkehrsmittel ist somit nicht erkennbar. Beim Sightseeing ist der öffentliche Verkehr mit 38 % das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel, gefolgt vom Zufußgehen mit 28 % und dem Pkw mit 20 %. Die Hauptaktivität Radfahren wird erwartungsgemäß überwiegend mit dem Fahrrad erreicht (73 %). Beim Klettern entfällt der größte Anteil auf den Pkw (45 %), weitere 23 % der Wege werden mit dem Camper zurückgelegt. Beim Spazieren ist das Zufußgehen mit 45 % am häufigsten. Insgesamt zeigen sich damit deutlich aktivitätsspezifische Verkehrsmittelprofile. Die Ergebnisse für Klettern, Spazieren sowie Wellness sind aufgrund der geringen Fallzahlen jedoch mit Vorsicht zu interpretieren.

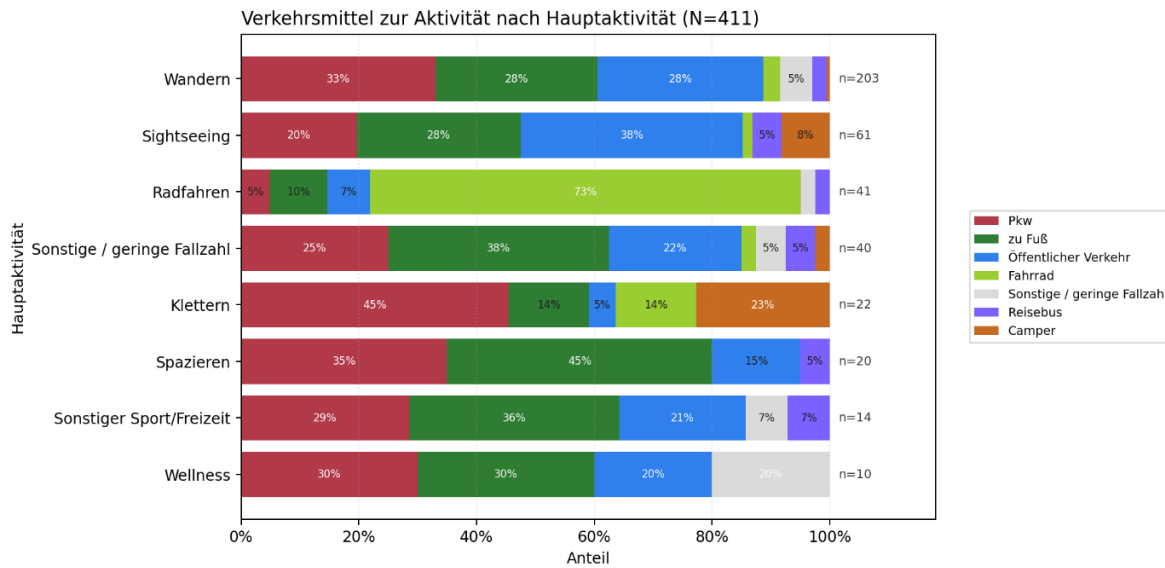


Abbildung 20: Verkehrsmittel zur Aktivität nach Art der Hauptaktivität

Die gemeinsame Betrachtung von Hauptaktivität und Gruppenprofil in Abbildung 21 verdeutlicht, dass das jeweils dominante Verkehrsmittel je nach Gruppenkonstellation variiert. Beim Wandern dominiert in Zwei-Personen-Gruppen das Zufußgehen mit 38 %, bei Alleinreisenden der öffentliche Verkehr mit 65 % und bei Drei- bis Vier-Personen-Gruppen der Pkw mit 44 %. In Gruppen mit älteren Personen ab 65 Jahren weist ebenfalls der öffentliche Verkehr den höchsten Anteil auf (35 %). Bei Gruppen mit Kindern im Alter von 6 bis 14 Jahren sowie bei Gruppen mit Kleinkindern dominiert dagegen der Pkw mit 62 % beziehungsweise 45 %. Beim Sightseeing steht in Zwei-Personen-Gruppen das Zufußgehen an erster Stelle (36 %), während bei Alleinreisenden (40 %), Drei- bis Vier-Personen-Gruppen (43 %) und Gruppen mit älteren Personen ab 65 Jahren (33 %) der öffentliche Verkehr dominiert. Beim Radfahren ist in allen ausgewiesenen Gruppen das Fahrrad das häufigste Verkehrsmittel. Die Ergebnisse einzelner Kombinationen beruhen jedoch auf kleinen Fallzahlen und sind daher vorsichtig zu interpretieren. Leere Felder kennzeichnen Kombinationen, für die aufgrund fehlender oder zu geringer Fallzahlen kein dominantes Verkehrsmittel ausgewiesen wird.

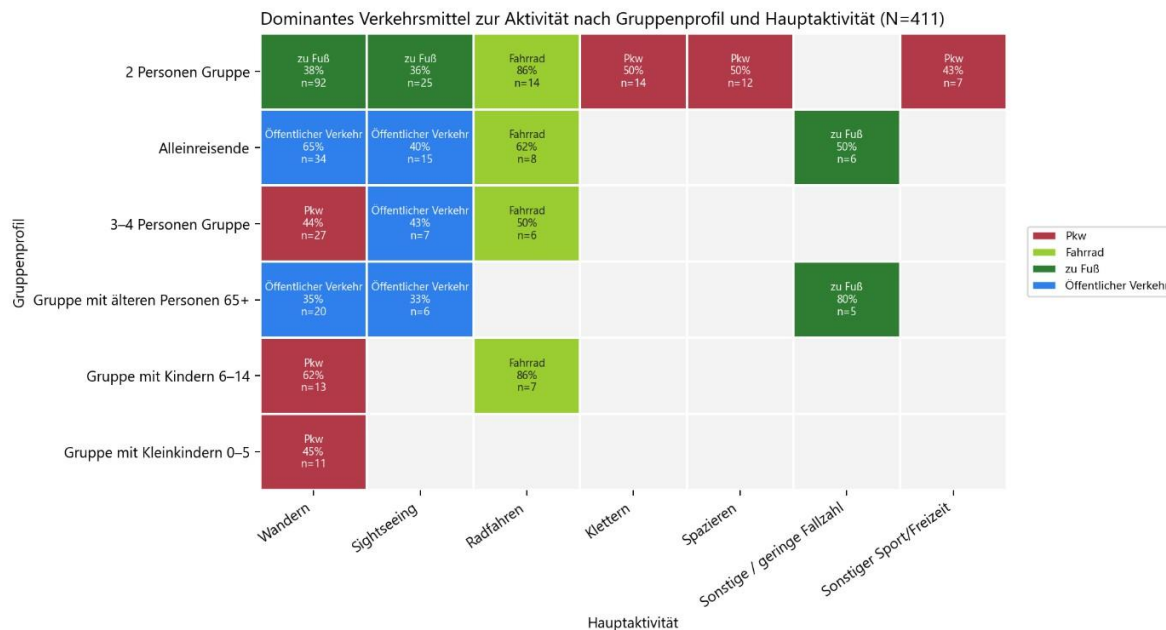


Abbildung 21: Dominantes Verkehrsmittel zur Aktivität für Kombinationen aus Gruppenzusammensetzung und Hauptaktivität

Wie Abbildung 22 zeigt, findet ein großer Teil der erfassten Aktivitäten innerhalb desselben Tourismusverbands statt, in dem sich auch die Unterkunft befindet. Besonders ausgeprägt ist diese räumliche Bindung im Ötztal und am Achensee mit jeweils 91 %, im Stubai mit 82 % sowie in Innsbruck und Seefeld mit jeweils 70 %. Bei Gästen mit Unterkunft im Tourismusverband Innsbruck und seine Feriendörfer ist das räumliche Muster stärker verteilt: 29 % der Aktivitäten finden in Innsbruck und 25 % im eigenen Verbandsgebiet statt, jeweils 18 % entfallen auf das Ötztal beziehungsweise auf sonstige Regionen mit geringen Fallzahlen. Insgesamt deutet die Heatmap darauf hin, dass die Vor-Ort-Mobilität überwiegend eine regionale Planungsaufgabe darstellt. Zugleich sind einzelne verbandsübergreifende Ausflugsbeziehungen erkennbar, wobei Innsbruck als Ziel vergleichsweise häufig auftritt. Ergebnisse für Tourismusverbände mit kleinen Fallzahlen sind jedoch mit Vorsicht zu interpretieren.

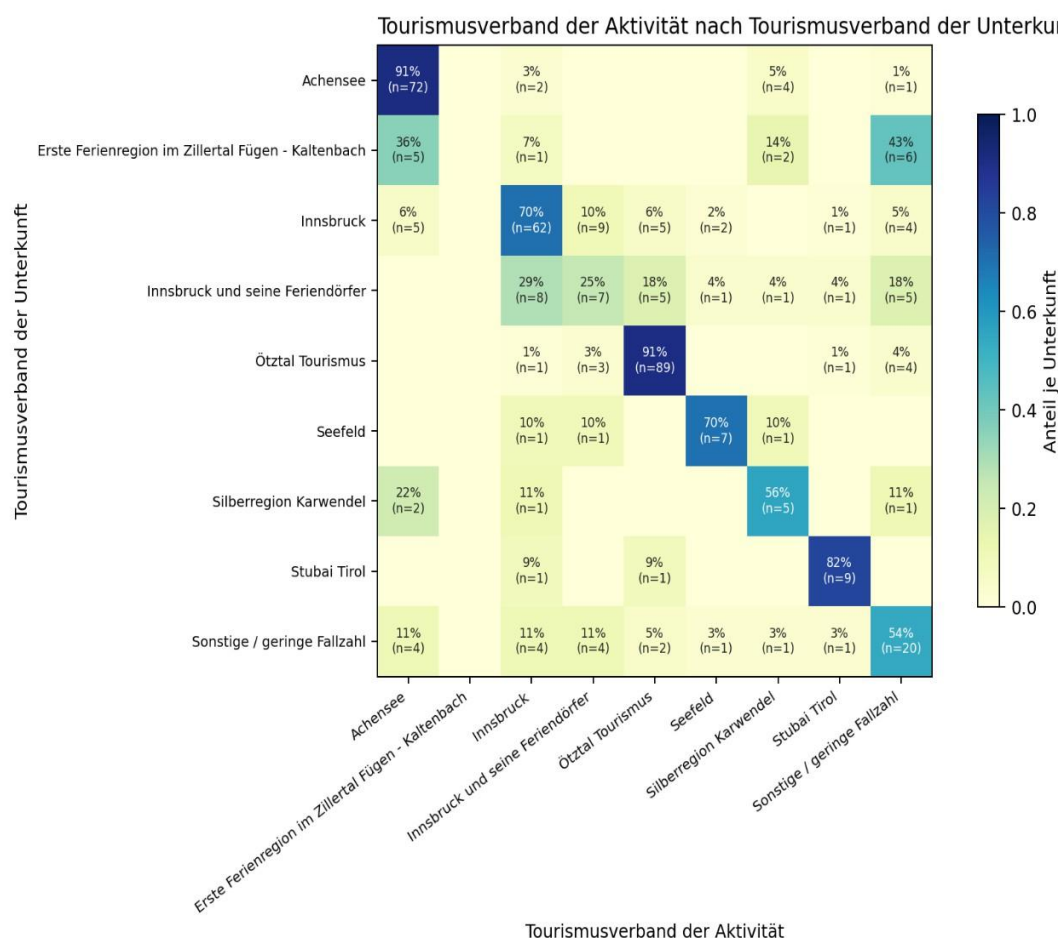


Abbildung 22: Tourismusverband der Aktivität und Tourismusverband der Unterkunft

Die Entscheidung über die konkrete Urlaubsaktivität fällt überwiegend kurzfristig (Abbildung 23). Von 443 gültigen Angaben entschieden sich 38 % am Vortag und weitere 24 % erst am selben Tag. Damit werden 62 % der Aktivitäten, am Vortag oder am Tag der Durchführung festgelegt. Einschließlich jener Personen, die sich innerhalb der vorangegangenen Woche entschieden, liegen 73 % aller Aktivitätsentscheidungen höchstens eine Woche vor der Durchführung. Demgegenüber wurden 18 % der Aktivitäten bereits mehr als einen Monat zuvor festgelegt, 10 % entfielen auf die letzte Woche, 7 % auf den letzten Monat und 3 % auf die letzten 14 Tage.

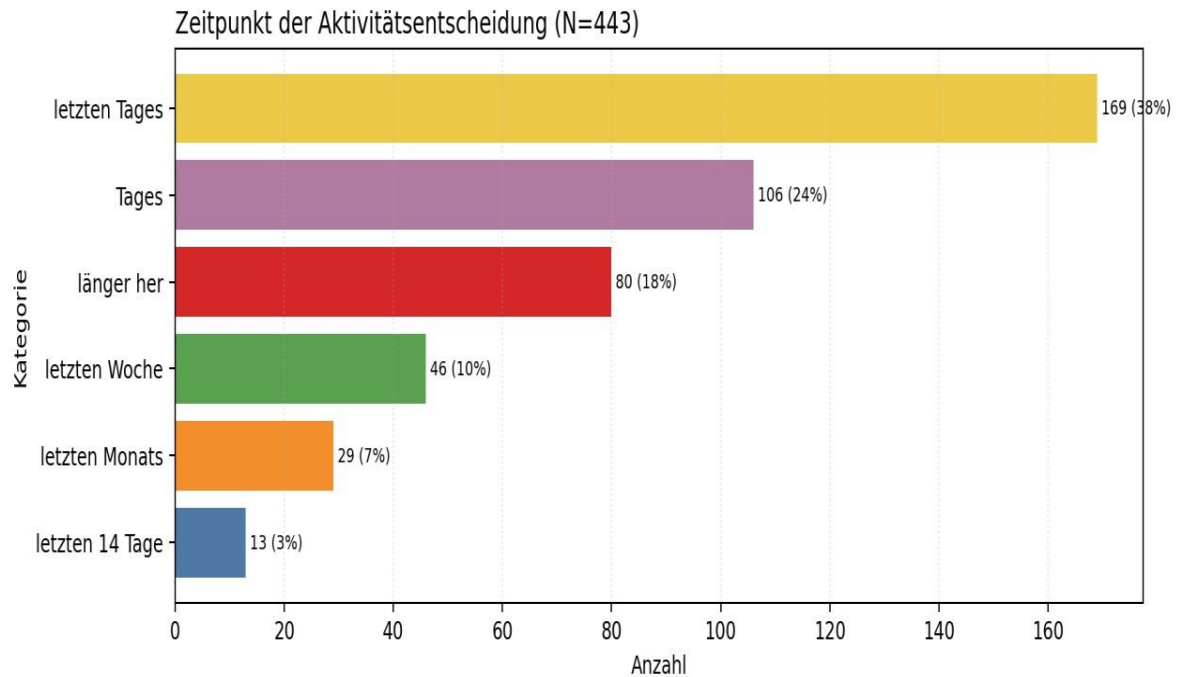


Abbildung 23: Zeitpunkt der Aktivitätsentscheidung

4.4.1 Gründe der Wahl

Abbildung 24 zeigt, dass für die Wahl der Hauptaktivität vor allem bewegungs-, ästhetik-, wetter- und erholungsbezogene Kriterien relevant sind. Körperliche Betätigung steht mit 731 Borda-Punkten und 233 Nennungen an erster Stelle. Es folgen Ästhetik beziehungsweise visueller Reiz mit 662 Punkten und 213 Nennungen, das Wetter mit 633 Punkten und 205 Nennungen sowie Entspannung beziehungsweise Erholungseffekt mit 521 Punkten und 188 Nennungen. Mit deutlichem Abstand folgt die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln mit 173 Punkten und 59 Nennungen. Kinder- und Familienfreundlichkeit, Zeitaufwand und soziale Faktoren bilden mit 126 bis 133 Borda-Punkten eine weitere, deutlich niedriger bewertete Gruppe.

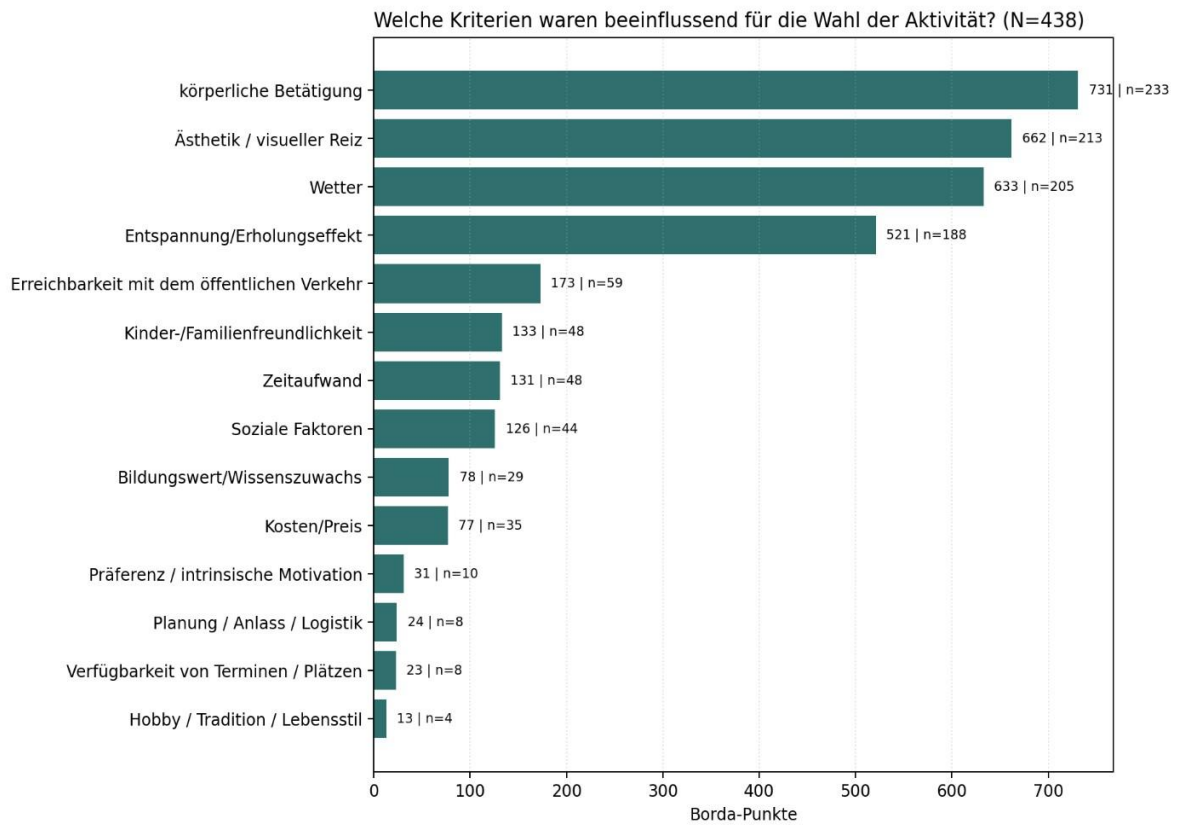


Abbildung 24: Priorisierte Kriterien für die Wahl der Hauptaktivität

Abbildung 25 zeigt die priorisierten Gründe gegen die Wahl zuvor erwogener alternativer Aktivitäten. Das Wetter steht mit 870 Borda-Punkten und 310 Nennungen mit deutlichem Abstand an erster Stelle. Es folgt der Zeitaufwand mit 166 Punkten und 63 Nennungen. Soziale Faktoren (67 Punkte), Aspekte der Planung, des Anlasses oder der Logistik (59 Punkte) sowie finanzielle Gründe (43 Punkte) sind demgegenüber von wesentlich geringerer Bedeutung. Alle weiteren Gründe erreichen höchstens 36 Borda-Punkte.

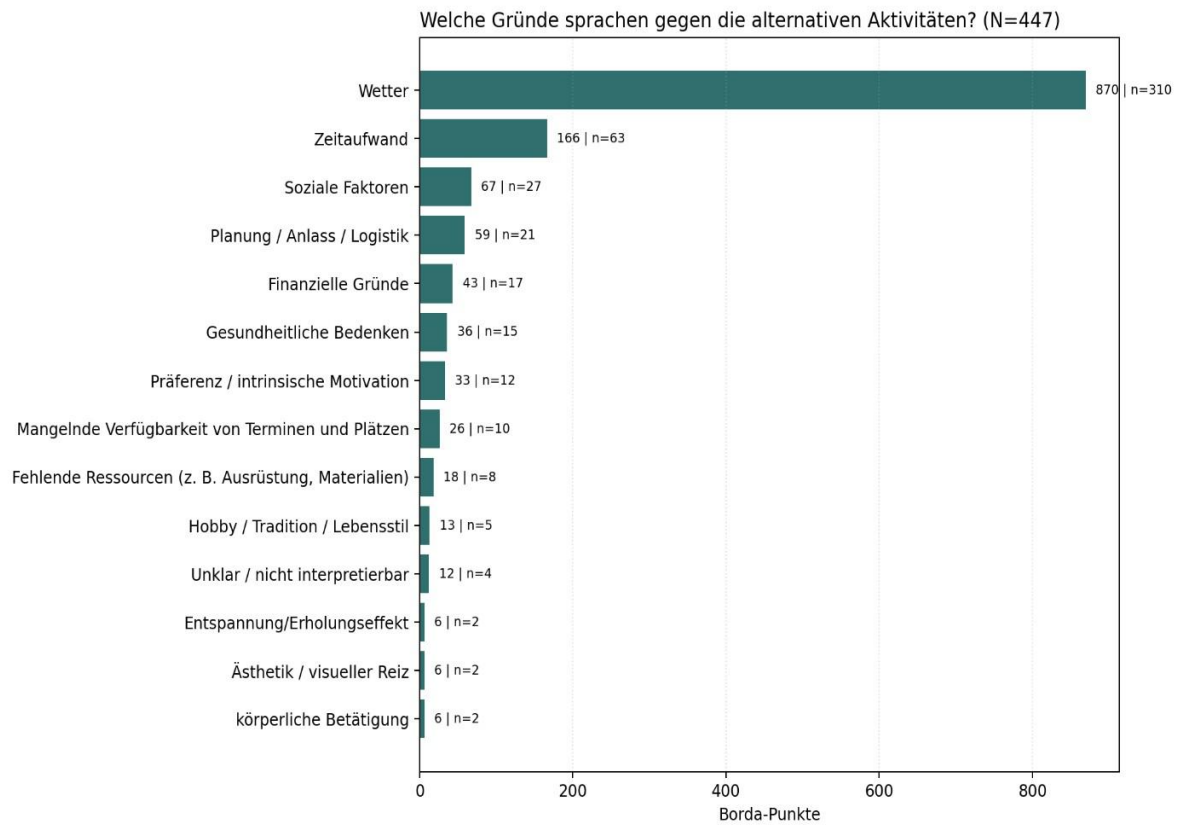


Abbildung 25: Gewichtete Gründe gegen erwogene alternative Aktivitäten

Abbildung 26 zeigt, dass die Wahl des Ausflugsziels primär durch destinationsbezogene Erlebnismerkmale geprägt ist. Die Attraktivität des Ziels erreicht mit 748 Borda-Punkten und 241 Nennungen den höchsten Wert, gefolgt vom ästhetischen beziehungsweise visuellen Reiz mit 663 Punkten und 205 Nennungen. Mit deutlichem Abstand folgen das Wetter (339 Punkte, n = 124) sowie Abenteuer und Herausforderung (335 Punkte, n = 114). Bewertungen und Empfehlungen bilden mit 210 Punkten und 75 Nennungen eine weitere relevante Einflussgröße. Verkehrsbezogene Kriterien rangieren dagegen im Mittelfeld: Die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln erreicht 149 Punkte (n = 62), die Reisezeit 148 Punkte (n = 53). Infrastruktur vor Ort, Angebotsvielfalt, soziale Faktoren sowie Kinder- und Familienfreundlichkeit weisen eine geringere, aber weiterhin erkennbare Bedeutung auf. Gästekarte, Parkplatzverfügbarkeit und finanzielle Gründe bilden das Ende der Rangfolge.

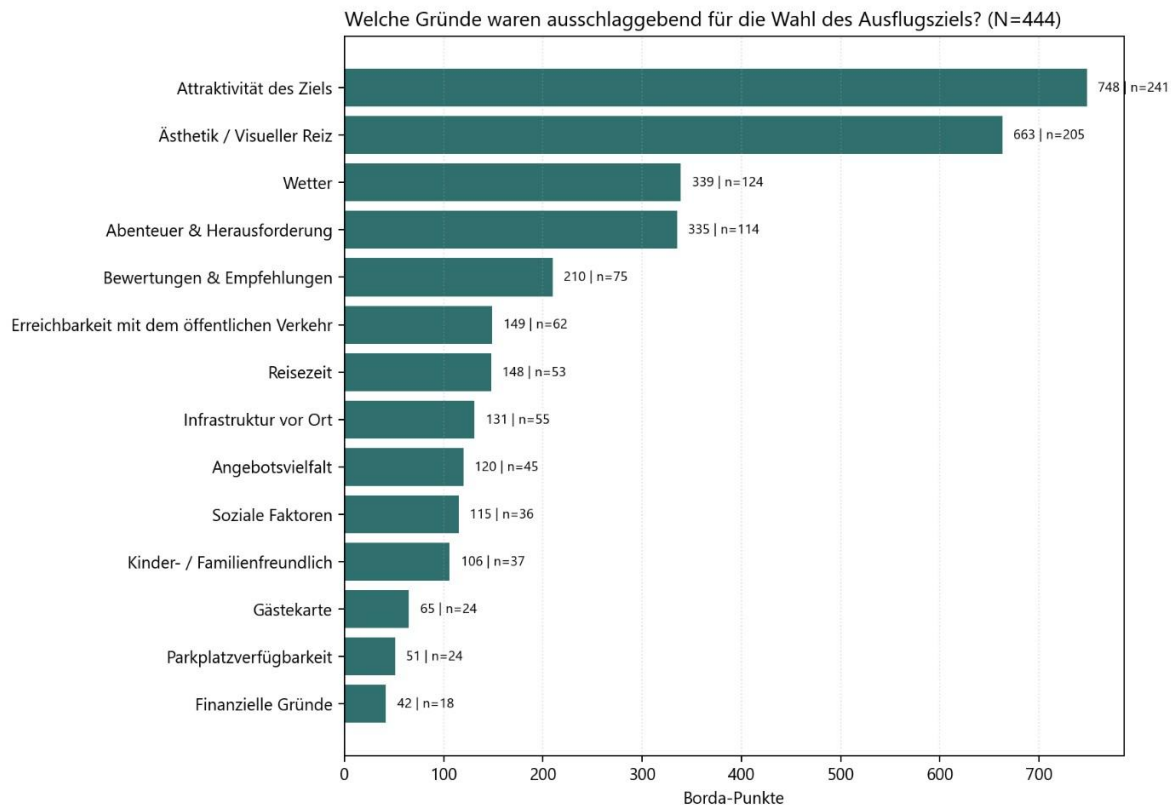


Abbildung 26: Gewichtete Gründe für das Ausflugsziel

Bei der Nichtwahl zuvor erwogener alternativer Ausflugsziele (Abbildung 27) steht das Wetter mit 583 Borda-Punkten und 160 Nennungen deutlich an erster Stelle. Es folgen die Attraktivität des Ziels mit 357 Punkten und 114 Nennungen sowie die Reisezeit mit 356 Punkten und 102 Nennungen, beide Kriterien sind damit nahezu gleich gewichtet. Der ästhetische beziehungsweise visuelle Reiz erreicht 268 Punkte und 89 Nennungen, während Abenteuer und Herausforderung, Angebotsvielfalt sowie Bewertungen und Empfehlungen eine mittlere Position einnehmen. Die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln rangiert mit 90 Punkten und 33 Nennungen erst im unteren Mittelfeld. Finanzielle, organisatorische und parkraumbezogene Aspekte sowie die Kinder- und Familienfreundlichkeit werden vergleichsweise selten priorisiert. Insgesamt wird die Nichtwahl alternativer Ausflugsziele somit vor allem durch Wetterbedingungen, die wahrgenommene Zielattraktivität und den erforderlichen Reiseaufwand bestimmt.

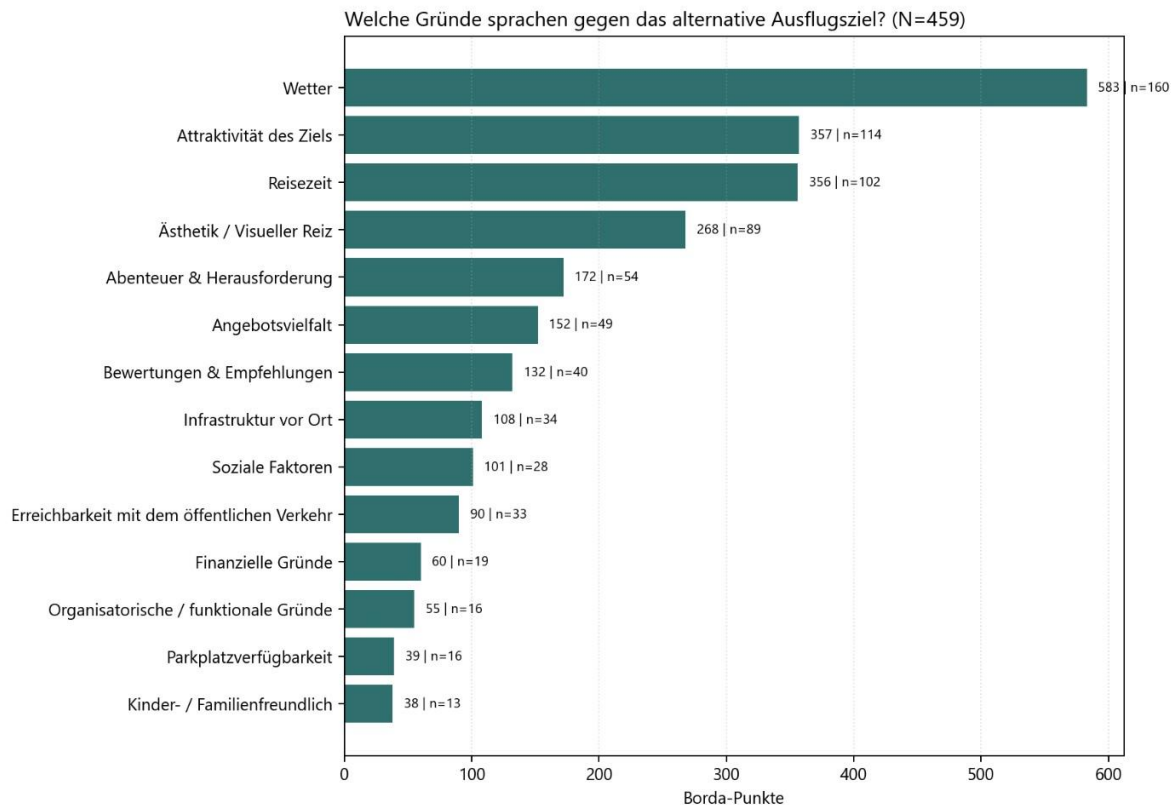


Abbildung 27: Gewichtete Gründe gegen das alternative Ausflugsziel

4.5 Innsbruckbesuche

4.5.1 Innsbruck-Besuchsinteresse

Mit zunehmender Zahl früherer Urlaubsaufenthalte sinkt der Anteil der Gäste, die Innsbruck sicher besucht haben. Unter den Erstbesuchenden geben 58 % an, Innsbruck sicher besucht zu haben, 27 % haben keinen Besuch geplant und 16 % planen einen Besuch. Bei Gästen mit ein bis zwei früheren Aufenthalten sinkt der Anteil sicherer Besuche auf 48 %. In den Gruppen mit drei bis vier beziehungsweise fünf bis 19 früheren Aufenthalten liegt er jeweils bei 39 %. Unter Stammgästen mit mindestens 20 Aufenthalten beträgt dieser Anteil nur noch 19 %. Gleichzeitig ist in dieser Gruppe der Anteil ohne geplanten Innsbruck-Besuch mit 53 % am höchsten, während 28 % einen Besuch planen. Insgesamt deutet sich damit an, dass der Anteil sicherer Innsbruck-Besuche mit zunehmender Urlaubserfahrung abnimmt (Abbildung 28).

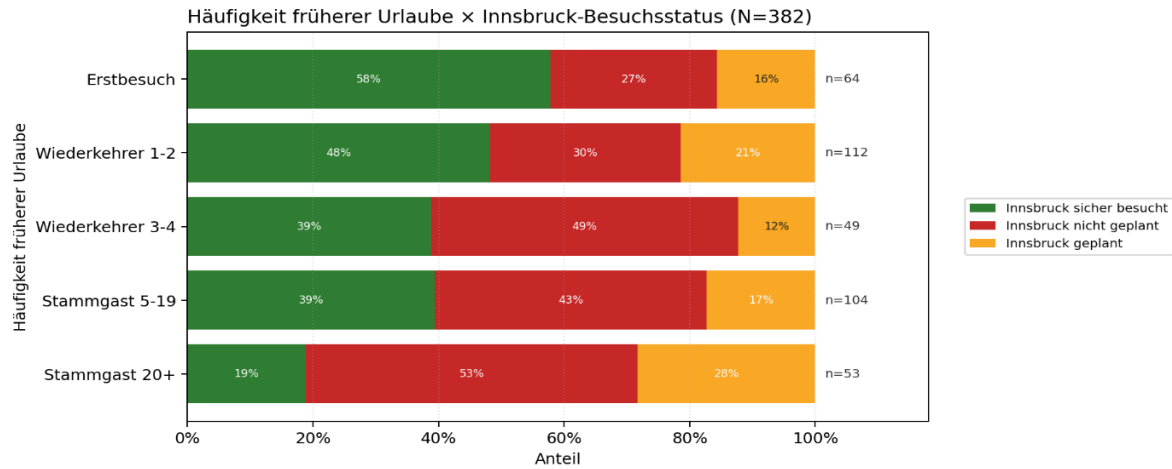


Abbildung 28: Wiederholungsbesuche und Innsbruck-Besuchsinteresse

Der Innsbruck-Besuchsstatus variiert stark mit dem Tourismusverband der Unterkunft (Abbildung 29). Unter den Gästen mit Unterkunft im Ötztal beziehungsweise am Achensee haben jeweils 70 % keinen Innsbruck-Besuch geplant, 28 % beziehungsweise 25 % planen einen Besuch. Ein gegensätzliches Muster zeigt sich bei Gästen aus Innsbruck und seinen Feriendörfern. 67 % haben Innsbruck sicher besucht, weitere 26 % planen einen Besuch. Auch in Seefeld und im Stubai ist der Anteil sicherer Besuche mit 60 % beziehungsweise 56 % vergleichsweise hoch. Diese Ergebnisse sind aufgrund der geringen Fallzahlen von zehn beziehungsweise neun Personen jedoch mit Vorsicht zu interpretieren. Insgesamt weist die Abbildung auf einen deutlichen Zusammenhang zwischen der Unterkunftsregion und dem Innsbruck-Besuchsstatus hin.

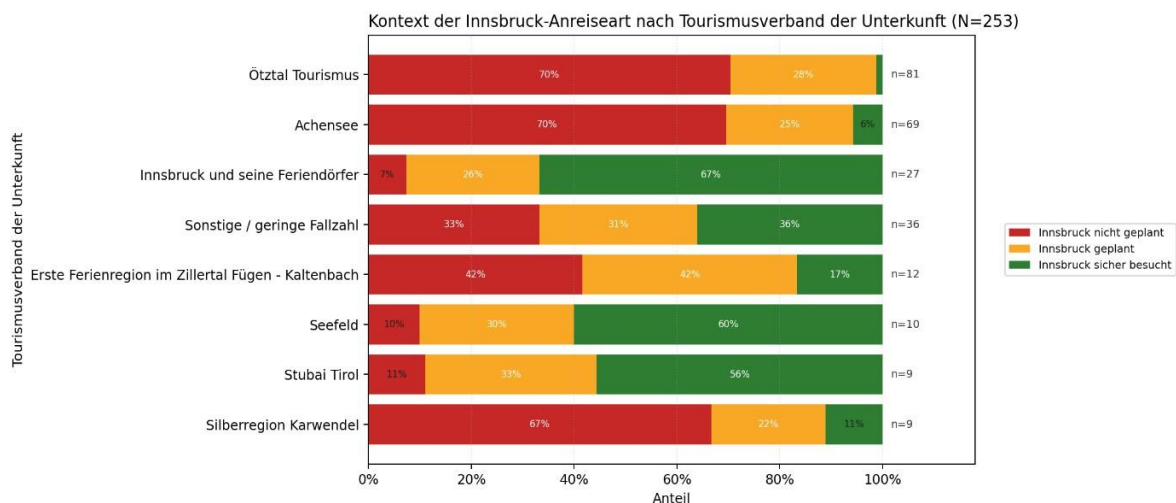


Abbildung 29: Innsbruck-Besuchsinteresse nach Unterkunftsregion

Abbildung 30 zeigt deutliche Unterschiede im Innsbruck-Besuchsstatus nach dem Gruppenprofil. Bei Zwei-Personen-Gruppen verteilen sich die Angaben nahezu gleichmäßig auf einen sicheren Besuch (42 %) und keinen geplanten Besuch (40 %), weitere 18 % planen einen Besuch. Besonders hohe Anteile bereits sicherer Besuche weisen Alleinreisende mit 62 % sowie Drei- bis Vier-Personen-Gruppen mit

56 % auf. Bei Gruppen mit älteren Personen ab 65 Jahren ist die Verteilung ausgeglichener: 30 % haben Innsbruck sicher besucht, 41 % planen keinen Besuch und 30 % planen einen Besuch. In Gruppen mit Kindern im Alter von 6 bis 14 Jahren sowie mit Kleinkindern dominiert dagegen die Kategorie „Innsbruck nicht geplant“ mit 52 % beziehungsweise 63 %. Aufgrund der vergleichsweise kleinen Fallzahlen dieser Gruppen sind die Ergebnisse jedoch mit Vorsicht zu interpretieren.

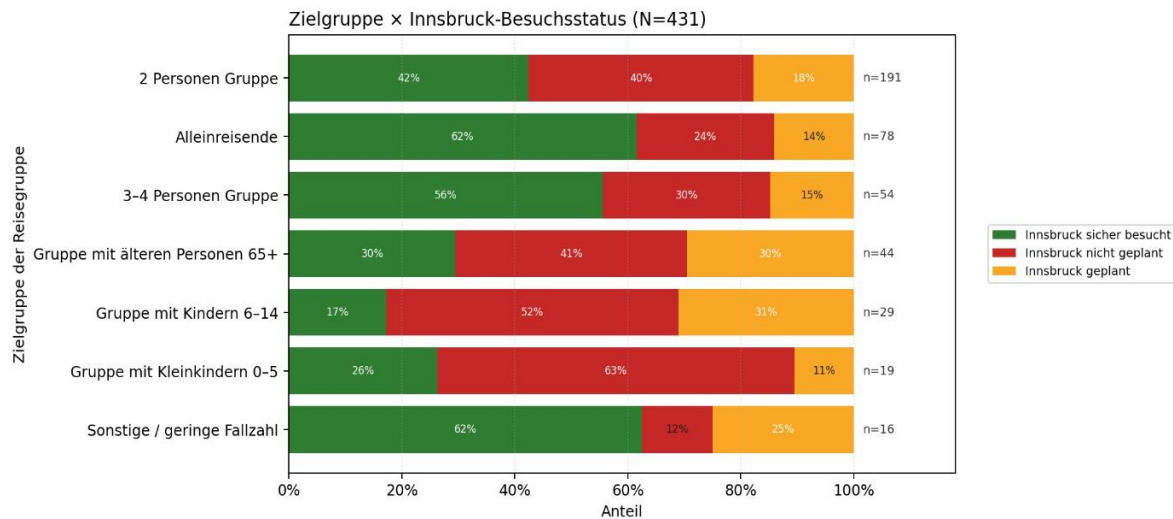


Abbildung 30: Innsbruck-Besuchsinteresse nach Gruppenprofil

4.5.2 Verkehrsmittelwahl

Bereits realisierte Innsbruck-Besuche weisen ein deutlich anderes Verkehrsmittelprofil auf als geplante oder nicht geplante Besuche. Unter den Personen, die Innsbruck sicher besucht haben, ist der öffentliche Verkehr mit 44 % das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel, 26 % nutzen den Pkw und 14 % gehen zu Fuß. Bei Personen ohne geplanten Innsbruck-Besuch dominiert dagegen der Pkw mit 69 %, während der öffentliche Verkehr einen Anteil von 25 % erreicht. Auch bei geplanten, aber noch nicht realisierten Besuchen liegt der Pkw mit 56 % deutlich vor dem öffentlichen Verkehr mit 30 %. Ein bereits erfolgter Innsbruck-Besuch ist somit mit einem geringeren Pkw-Anteil und höheren Anteilen des öffentlichen Verkehrs und des Zufußgehens verbunden (Abbildung 31).

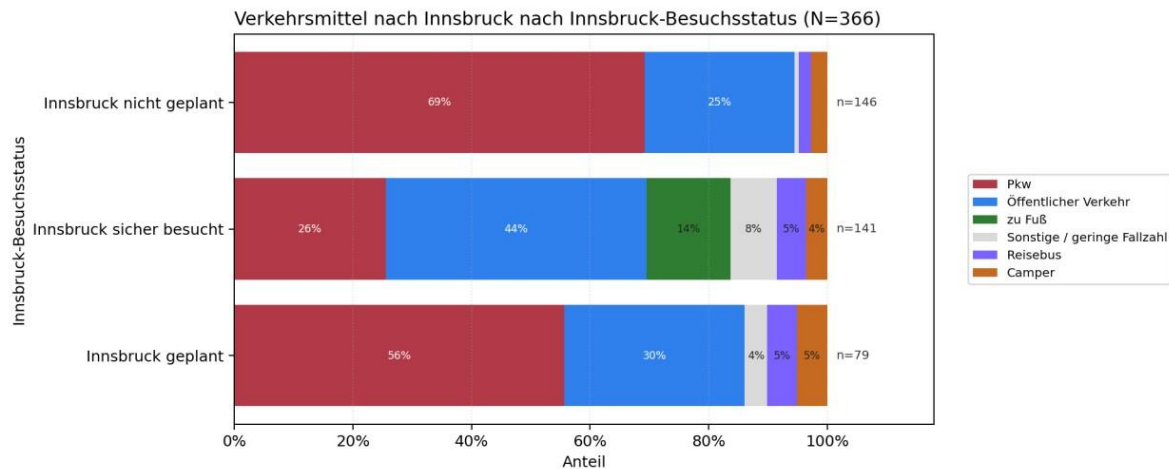


Abbildung 31: Verkehrsmittel nach Innsbruck nach Innsbruck-Besuchsinteresse

Die Verkehrsmittelwahl unterscheidet sich nach Unterkunftsregion und Innsbruck- Besuchsstatus (Abbildung 32). Unter Gästen aus dem Ötztal und vom Achensee dominiert der Pkw insbesondere dann, wenn kein Besuch in Innsbruck geplant ist: Der Pkw-Anteil beträgt 65 % beziehungsweise 76 %. Auch bei einem geplanten Innsbruck-Besuch bleibt der Pkw das am häufigsten genutzte Verkehrsmittel (57 % beziehungsweise 65 %), während der öffentliche Verkehr Anteile von 30 % beziehungsweise 24 % erreicht. Demgegenüber weisen Gäste mit Unterkunft in Innsbruck und seinen Feriendörfern deutlich höhere ÖV-Anteile von 46 % beziehungsweise 56 % auf. Aufgrund der teilweise kleinen Gruppengrößen sind diese Unterschiede deskriptiv zu interpretieren.

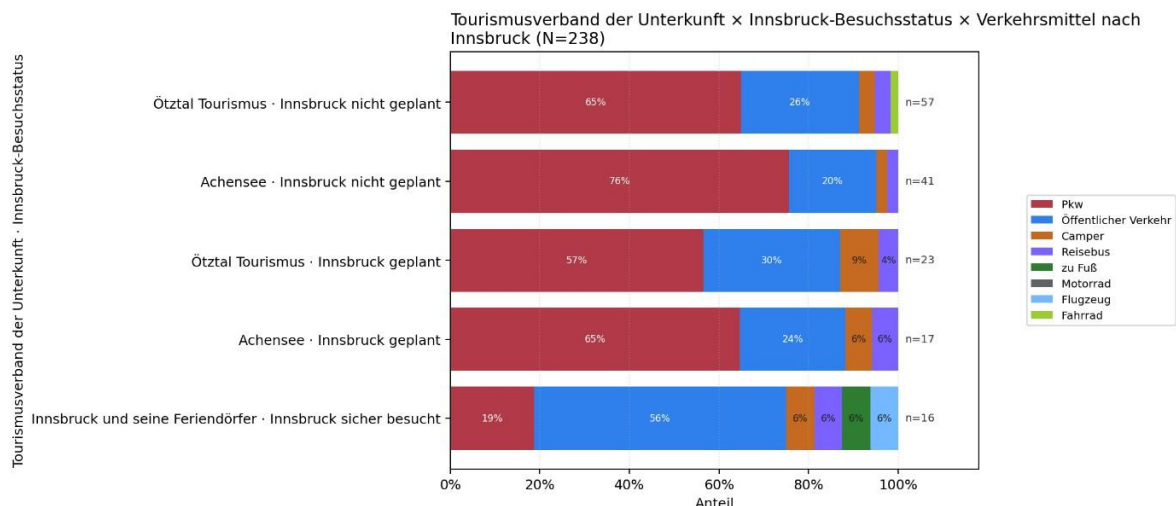


Abbildung 32: Verkehrsmittel nach Innsbruck für ausgewählte Kombinationen aus Unterkunftsregion und Innsbruck-Besuchsinteresse

Abbildung 33 zeigt für Fahrten nach Innsbruck ein ähnliches gruppenbezogenes Muster wie bei der Urlaubsreise. Zwischen Gruppenprofil und Verkehrsmittelwahl besteht ein statistisch signifikanter, jedoch schwacher Zusammenhang ($\text{Monte-Carlo-}\chi^2(30) = 54,55$, $p = 0,006$, $q = 0,019$, Cramérs $V = 0,173$). Alleinreisende nutzen am häufigsten den öffentlichen Verkehr: Der ÖV-Anteil beträgt 50 %, während der Pkw-Anteil bei 30 % liegt.

während 22 % mit dem Pkw fahren. Bei Zwei-Personen-Gruppen dominiert dagegen der Pkw mit 49 % gegenüber dem ÖV mit 36 %. Noch höher ist der Pkw- Anteil bei Drei- bis Vier-Personen-Gruppen (65 %) und bei Familiengruppen. Den höchsten Wert weisen Gruppen mit Kindern im Alter von 6 bis 14 Jahren mit 71 % auf, bei Gruppen mit Kleinkindern beträgt der Pkw-Anteil 61 %. Insgesamt nutzen Alleinreisende somit überdurchschnittlich häufig den ÖV, während größere Gruppen und Familienkonstellationen stärker auf den Pkw ausgerichtet sind. Aufgrund der teilweise kleinen Gruppengrößen sind die Unterschiede zwischen einzelnen Profilen vorsichtig zu interpretieren.

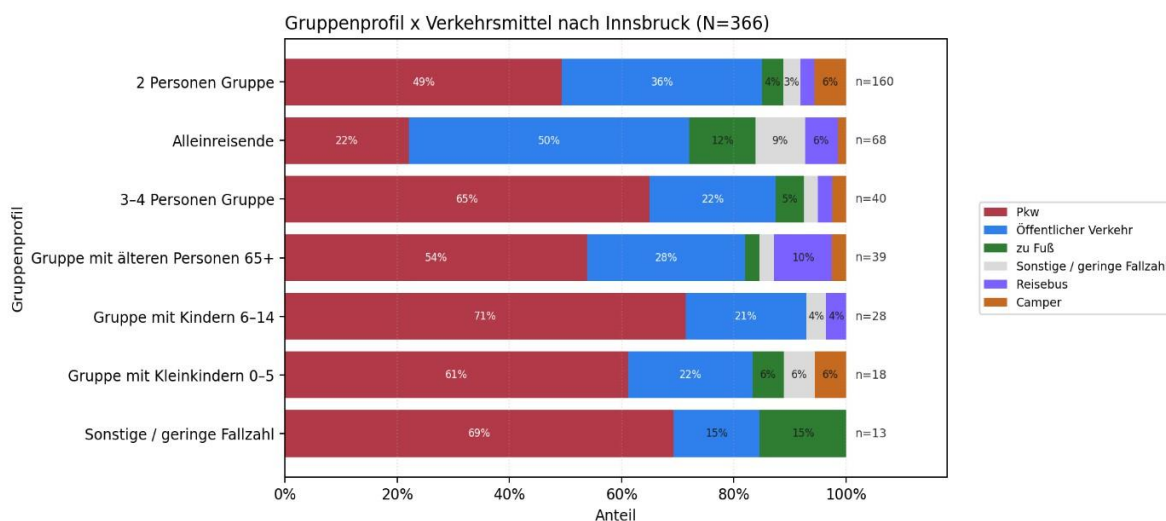


Abbildung 33: Verkehrsmittel nach Innsbruck nach Gruppenprofil der Urlaubsgruppe

Das Anreiseverkehrsmittel steht in engem Zusammenhang mit der Verkehrsmittelwahl für Wege nach Innsbruck (Abbildung 34). Der Zusammenhang ist statistisch signifikant und stark ausgeprägt (Monte-Carlo- $\chi^2(20) = 395,12$, $p = 0,001$, $q = 0,004$, Cramérs $V = 0,520$). Von den mit dem Pkw angereisten Gästen nutzen 78 % auch für den Weg nach Innsbruck den Pkw, 15 % wechseln auf den öffentlichen Verkehr. Bei den mit öffentlichen Verkehrsmitteln Angereisten zeigt sich ein deutlich anderes Muster: 75 % nutzen auch für den Weg nach Innsbruck den ÖV, weitere 16 % gehen zu Fuß. Unter den Flugreisenden erreicht der öffentliche Verkehr ebenfalls einen hohen Anteil von 57 %. Von den mit dem Camper Angereisten nutzen 58 % den Camper auch für den Weg nach Innsbruck, während 26 % auf den ÖV entfallen. Diese Ergebnisse weisen auf eine ausgeprägte Kontinuität zwischen dem Verkehrsmittel der Urlaubsanreise und jenem für Wege nach Innsbruck hin. Die Angaben umfassen allerdings tatsächliche, geplante und hypothetische Wege, insbesondere die Ergebnisse für Camper- und Flugreisende sind aufgrund der kleinen Fallzahlen vorsichtig zu interpretieren.

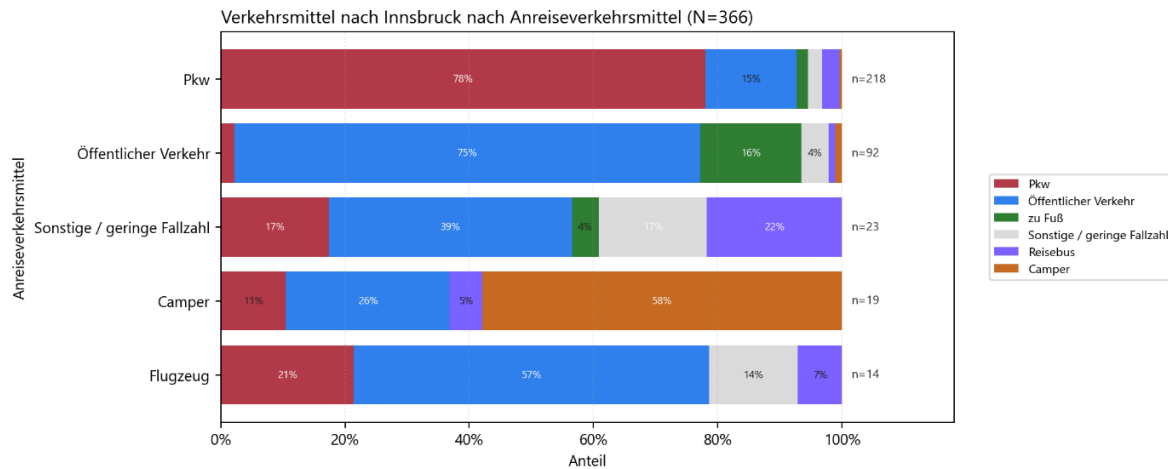


Abbildung 34: Verkehrsmittel nach Innsbruck nach Anreiseverkehrsmittel

4.5.3 Gründe für und gegen ÖV bei Innsbruck-Fahrten

Die Gründe gegen die Nutzung des öffentlichen Verkehrs für Wege nach Innsbruck sind vor allem praktisch-organisatorischer Natur (Abbildung 35). An erster Stelle steht die Bequemlichkeit mit 251 Borda-Punkten und 84 Nennungen. Es folgen die zeitliche Flexibilität (203 Punkte, n = 68), Reisezeit und Schnelligkeit (179 Punkte, n = 59), Gewohnheit (172 Punkte, n = 52) sowie die räumliche Flexibilität (165 Punkte, n = 51). Diese Rangfolge deutet darauf hin, dass insbesondere die individuelle Kontrolle über Zeitpunkt, Route und Reiseablauf für die Verkehrsmittelwahl relevant ist. Angebotsbezogene Aspekte wie Transportmöglichkeiten, Erreichbarkeit beziehungsweise Umstiegssituation und Zuverlässigkeit werden ebenfalls genannt, erreichen jedoch deutlich niedrigere Borda-Werte. Finanzielle Gründe und Familienfreundlichkeit spielen in der Rangfolge eine untergeordnete Rolle.

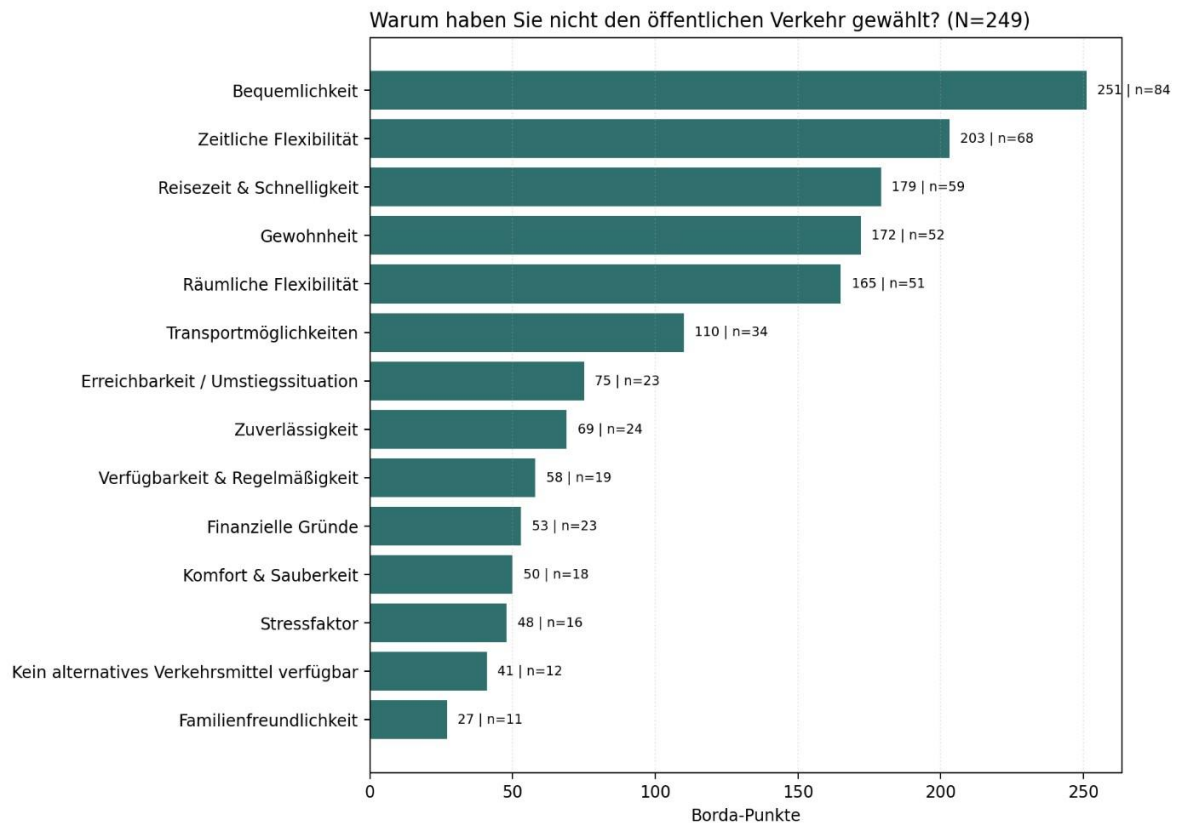


Abbildung 35: Gründe gegen den öffentlichen Verkehr bei Innsbruck-Fahrten

Für die Nutzung des öffentlichen Verkehrs auf Wegen nach Innsbruck sprechen vor allem dessen Verfügbarkeit und Regelmäßigkeit (98 Borda-Punkte, $n = 34$), das Fehlen eines alternativen Verkehrsmittels (91 Punkte, $n = 27$) sowie die Vermeidung von Stau und Parkplatzsuche (88 Punkte, $n = 28$). Auch die Umweltverträglichkeit hat mit 77 Punkten und 27 Nennungen eine vergleichsweise hohe Bedeutung. Reisezeit und Schnelligkeit, finanzielle Gründe sowie Bequemlichkeit erreichen jeweils rund 60 Borda-Punkte. Die Gästekarte liegt mit 47 Punkten und 14 Nennungen im unteren Mittelfeld. Damit spielt sie für die Verkehrsmittelwahl nach Innsbruck eine geringere Rolle als im allgemeinen Ranking der Gründe für die ÖV-Nutzung, in dem sie als wichtigster Beweggrund ausgewiesen wird (Abbildung 36).

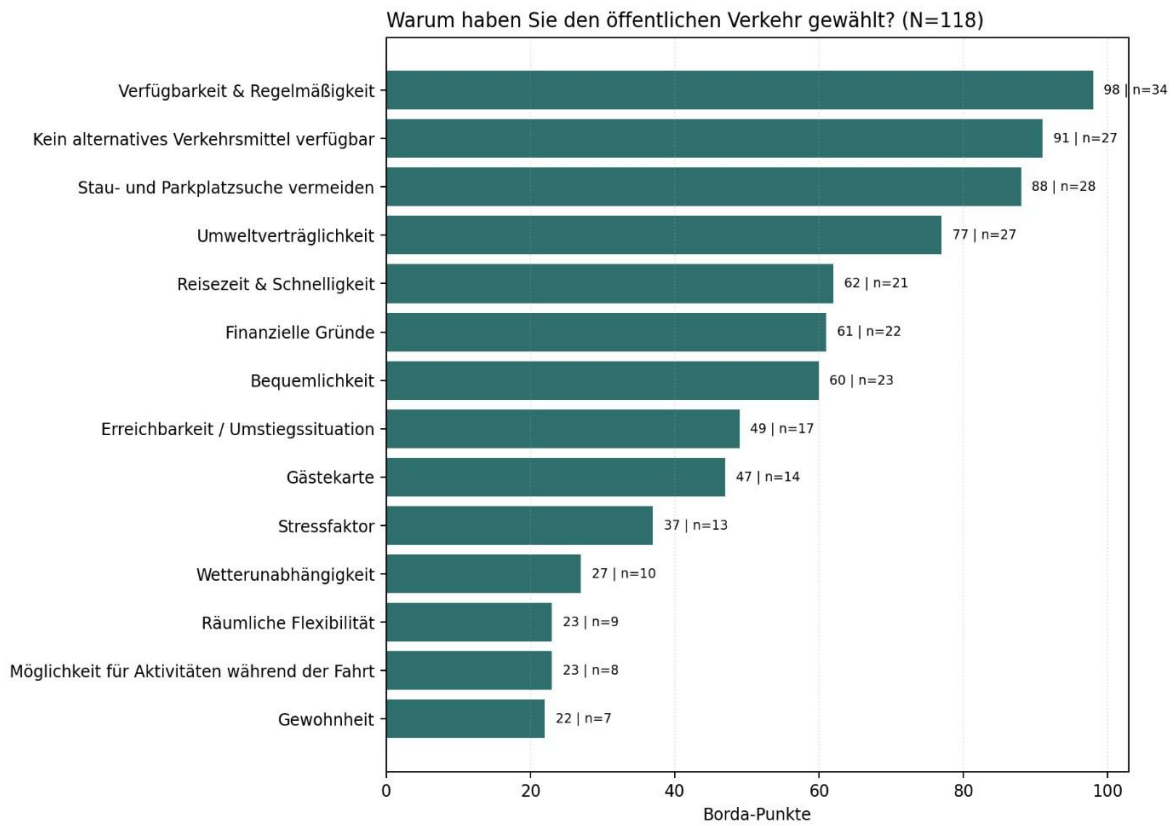


Abbildung 36: Priorisierte Gründe, bei der Fahrt nach Innsbruck den öffentlichen Verkehr zu wählen

4.5.4 Warum Innsbruck und warum nicht?

Abbildung 37 zeigt die priorisierten Gründe für den Verzicht auf einen Besuch in Innsbruck. Mit deutlichem Abstand an erster Stelle steht die Präferenz für Natur- und Bergregionen (202 Borda-Punkte, n = 73). Es folgen eine geringe subjektive Attraktivität der Stadt (107 Punkte, n = 40), bereits häufige frühere Besuche (102 Punkte, n = 36) sowie Reisedistanz beziehungsweise Reisezeit (68 Punkte, n = 25). Verkehrs- und erreichbarkeitsbezogene Gründe spielen demgegenüber eine vergleichsweise geringe Rolle. Die Ergebnisse deuten daher darauf hin, dass mobilitätsbezogene Verbesserungen nur einen Teil der Gründe für den Verzicht auf einen Innsbruck-Besuch adressieren können.

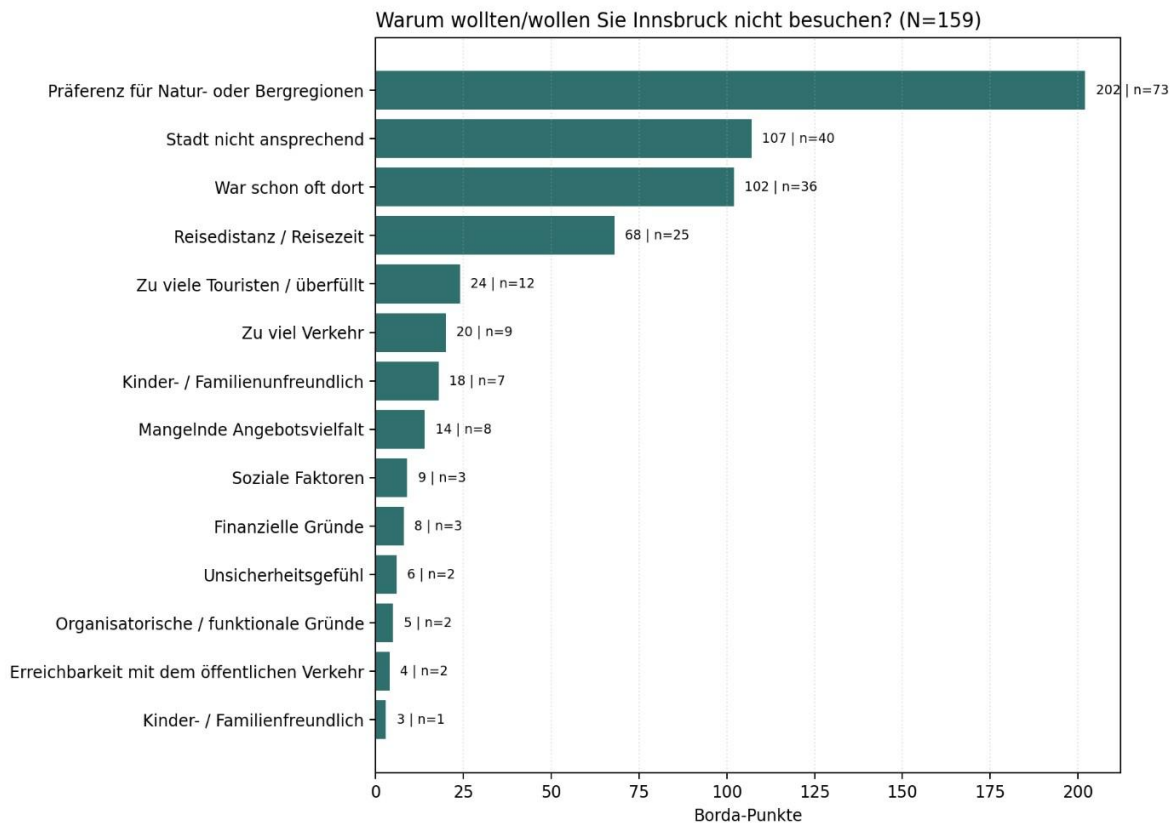


Abbildung 37: Priorisierte Gründe, Innsbruck nicht zu besuchen

Der Wunsch, Innsbruck zu besuchen (Abbildung 38), wird vor allem durch städtische und kulturelle Erlebnismotive geprägt. Mit 569 Borda-Punkten und 170 Nennungen nimmt das Motiv „Stadt erleben“ mit deutlichem Abstand den ersten Rang ein. Es folgen der ästhetische beziehungsweise visuelle Reiz der Stadt (262 Punkte, n = 92) und das kulturelle Angebot (211 Punkte, n = 71). Soziale Faktoren erreichen 153 Punkte bei 46 Nennungen. Einkaufsmöglichkeiten (104 Punkte, n = 37), die Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln (102 Punkte, n = 35), Entspannung und Erholung (102 Punkte, n = 38) sowie Bildungs- und Wissensmotive (98 Punkte, n = 35) bilden eine weitere, relativ eng beieinanderliegende Gruppe. Organisatorische Gründe, Veranstaltungen und Wetterbedingungen spielen demgegenüber nur eine untergeordnete Rolle.

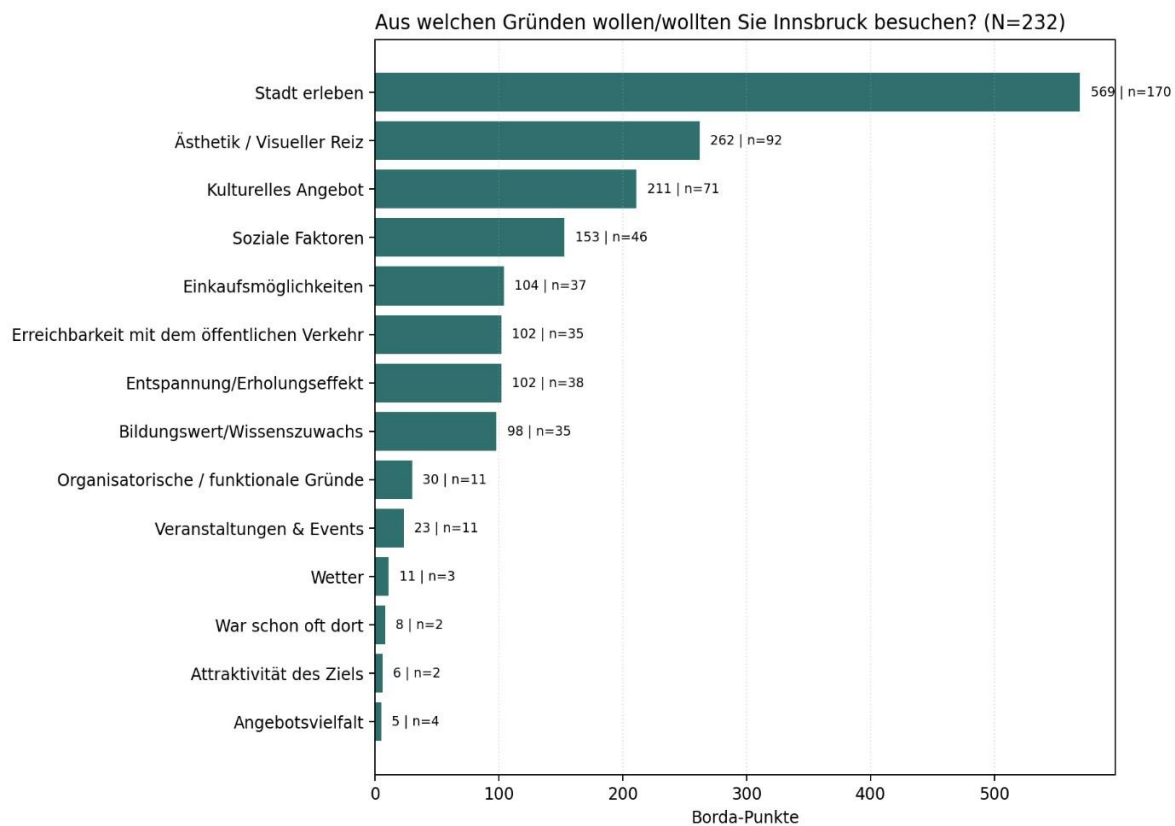


Abbildung 38: Priorisierte Gründe für einen Besuch Innsbrucks

5 Steckbriefe

5.1 Innsbruck

30 % 59 % 70 %
Pkw-Anreise ÖV-Anreise lokale Aktivitäten

Innsbruck ist der Einzige der vier Räume mit einer klar ÖV-geprägten Anreise: 59 % der Befragten reisten öffentlich und 30 % mit dem Pkw an. Auch auf dem Weg zur Aktivität dominierten ÖV (38 %) und Fußwege (33 %), der Pkw erreichten lediglich 13 % (n = 90).

Verkehrsmittel zur Aktivität - Innsbruck (N=90)

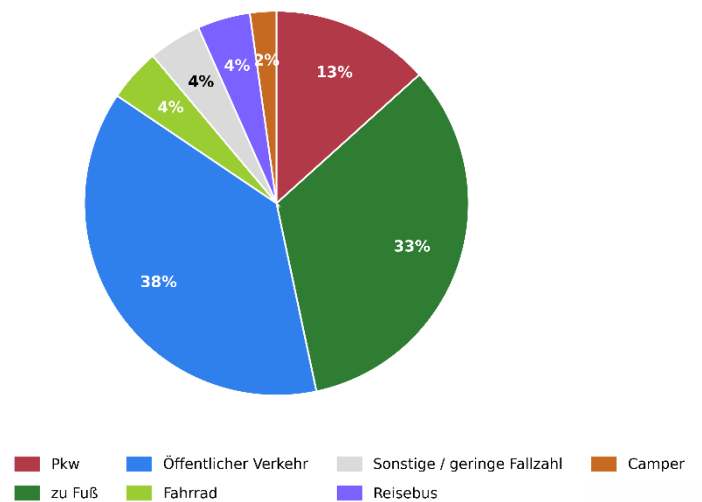


Abbildung 39: Verkehrsmittel zur Aktivität - Innsbruck

Top 3 Aktivitäten:

- Sightseeing (47 %)
- Wandern (33 %)
- Kultur/Veranstaltung & Spazieren (4 %)

Median früherer Aufenthalte: 1

Die Aufenthalte waren kürzer und die Gäste besuchten die Stadt wesentlich häufiger erstmals oder erst zum wiederholten Mal. Alleinreisende erreichten mit 29,3 % den mit Abstand höchsten Anteil der vier Räume, gleichzeitig waren 3-4-Personen-Gruppen relativ häufig. Aufgrund des geringen Stichprobenumfangs sind die Ergebnisse deskriptiv interpretierbar.

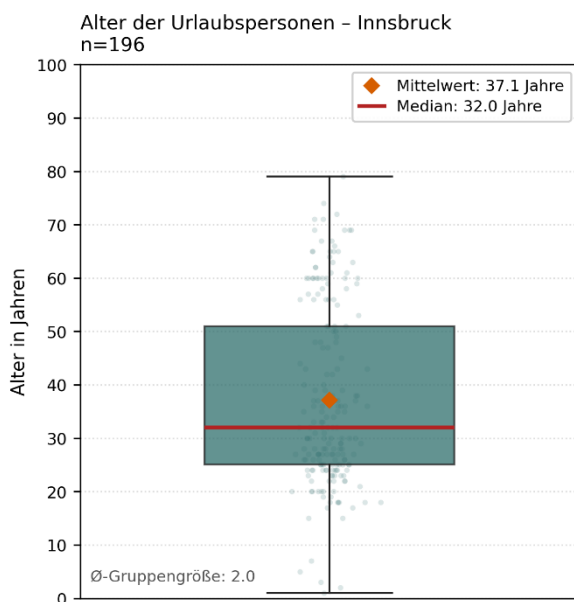


Abbildung 40: Alter der Urlaubspersonen - Innsbruck

5.2 Innsbruck und seine Feriendörfer (ohne Innsbruck)

47 % 19 % 25 %*
Pkw-Anreise ÖV-Anreise lokale Aktivitäten

* + 29 % der Aktivitäten in Innsbruck

Nur 54 % der Aktivitäten der Befragten fanden in Innsbruck und seinen Feriendörfern statt.

Verkehrsmittel zur Aktivität - Innsbruck und seine Feriendörfer (ohne Innsbruck) (N=22)

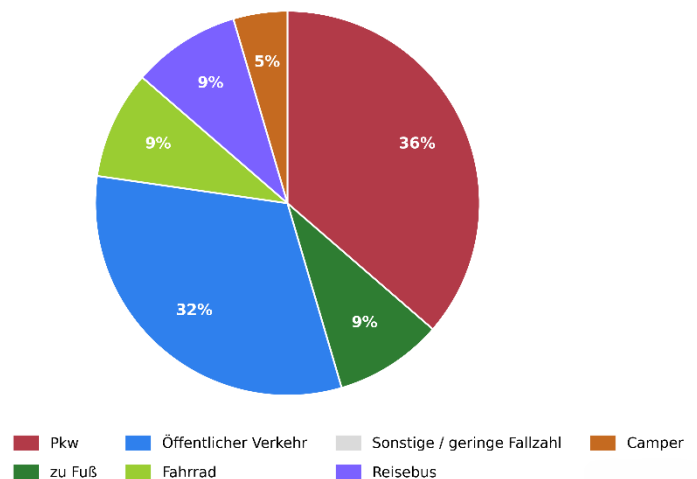


Abbildung 41: Verkehrsmittel zur Aktivität - Innsbrucks Feriendörfer

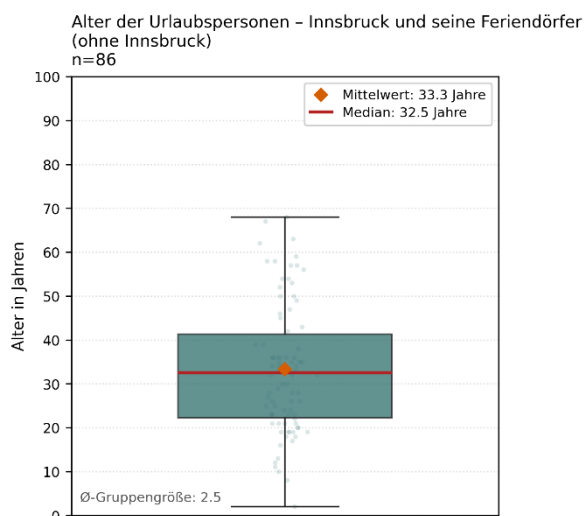


Abbildung 42: Alter der Urlaubspersonen - Innsbrucks Feriendörfer

Top 3 Aktivitäten:

- Wandern (79 %)
- Radfahren (10 %)
- Sightseeing (7 %)

Median früherer Aufenthalte: 2

Zwei-Personen-Gruppen dominierten, gefolgt von 3-4-Personen-Gruppen. Die Aufenthaltsdauer lag zwischen Innsbruck und den beiden periphereren Räumen. Aufgrund des geringen Stichprobenumfangs sind die Ergebnisse deskriptiv interpretierbar.

Lediglich 7 % der Befragten zogen nicht in Erwägung Innsbruck zu besuchen.

Innsbruck Potenzial - Innsbruck und seine Feriendörfer (ohne Innsbruck) (N=27)

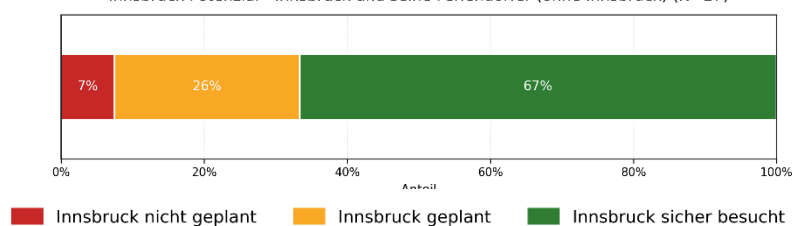


Abbildung 43: Innsbruck Potenzial - Innsbrucks Feriendörfer

5.3 Achensee

75 % 12 % 91 %
Pkw-Anreise ÖV-Anreise lokale Aktivitäten

Drei Viertel der befragten Achensee-Gäste waren mit dem Pkw angereist, zugleich ist beim Weg zur Aktivität der Fußweg mit 39 % der häufigste Modus, Pkw 33 %, Fahrrad 10 % und ÖV 7 %. 91 % der erfassten Aktivitäten fanden im eigenen Tourismusverband statt. Damit dominieren lokale Wege.

Verkehrsmittel zur Aktivität - Achensee (N=99)

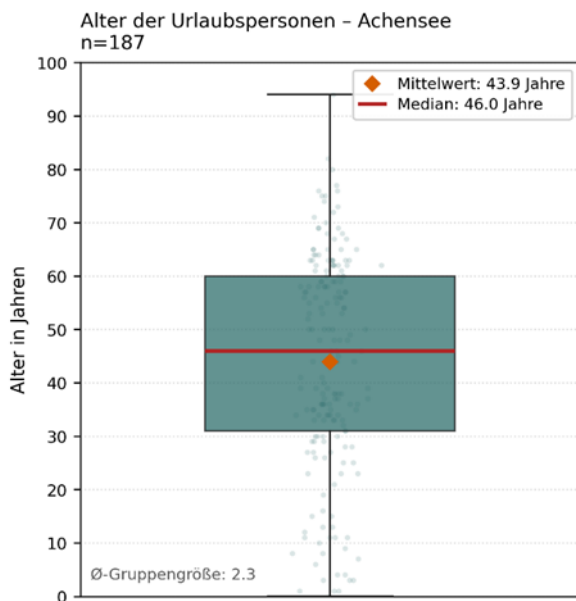
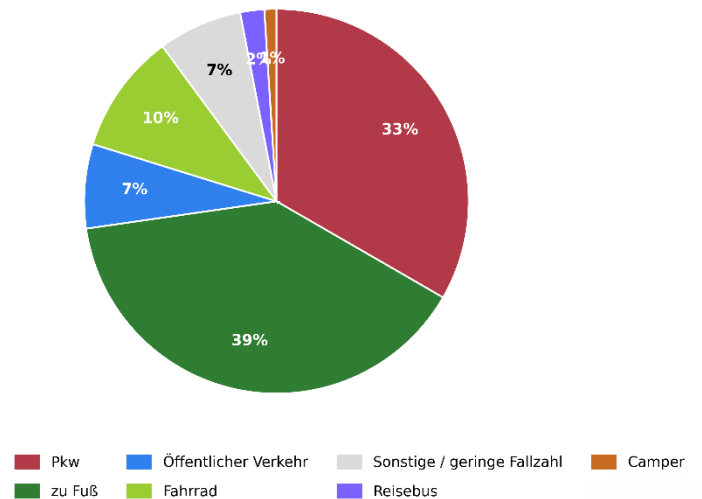


Abbildung 45: Alter der Urlaubspersonen - Achensee

70 % der Urlaubsgäste am Achensee wollten nicht nach Innsbruck.

Abbildung 44: Verkehrsmittel zur Aktivität - Achensee

Top 3 Aktivitäten:

- Wandern (48 %)
- Spazieren (11 %)
- Radfahren (11 %)

Median früherer Aufenthalte: 3

Die Hälfte der Gruppen bestand aus zwei Personen. Familienprofile mit Klein- oder Schulkindern erreichten zusammen 20,0 %, Gruppen mit älteren Personen weitere 12,5 %. Alleinreisende waren mit 7,5 % selten. Aufgrund des geringen Stichprobenumfangs sind die Ergebnisse deskriptiv interpretierbar.

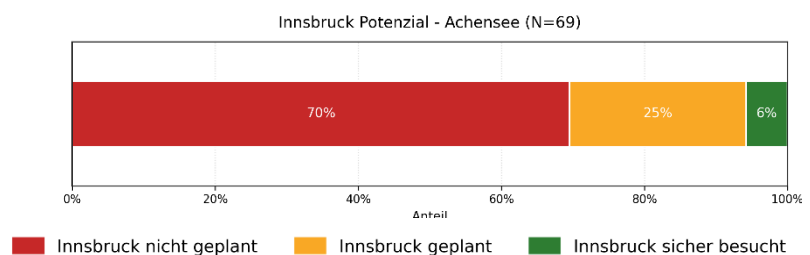


Abbildung 46: Innsbruck Potenzial - Achensee

5.4 Ötztal

75 % 11 % 91 %
Pkw-Anreise ÖV-Anreise lokale Aktivitäten

Das Ötztal war bei der Anreise zu drei Viertel Pkw-geprägt, die Befragten zeigten vor Ort aber ein multimodales Muster, mit einer starken ÖV-Nutzung.

Verkehrsmittel zur Aktivität - Ötztal Tourismus (N=101)

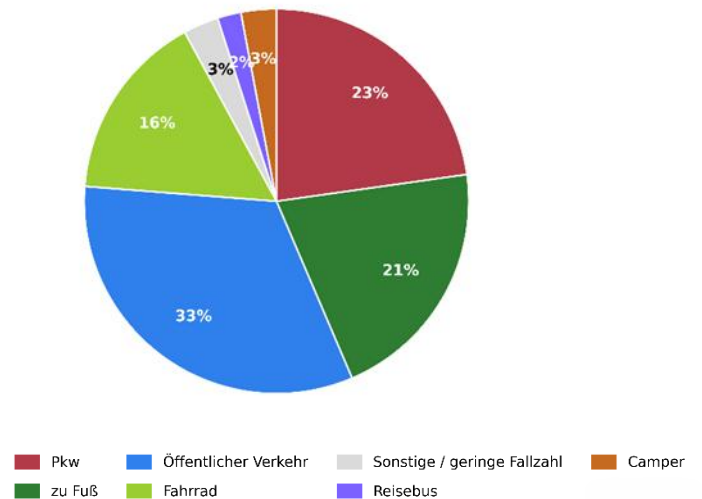


Abbildung 48: Verkehrsmittel zur Aktivität - Ötztal

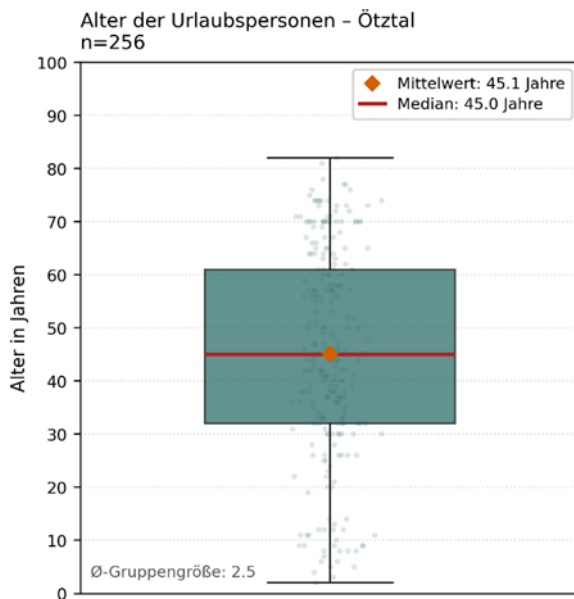


Abbildung 49: Alter der Urlaubspersonen - Ötztal

Top 3 Aktivitäten:

- Wandern (53 %)
- Radfahren (18 %)
- Klettern (8 %)

Median früherer Aufenthalte: 5

Das Stammgastprofil war besonders ausgeprägt. Die Gruppenstruktur war vergleichsweise breit: Zwei-Personen-Gruppen dominieren, gleichzeitig waren Alleinreisende, Familien mit Kindern und ältere Gruppen relevant. Aufgrund des geringen Stichprobenumfangs sind die Ergebnisse deskriptiv interpretierbar.

Aus dem Ötztal war ein Besuch in Innsbruck am wenigsten relevant, lediglich eine Person war in Innsbruck.

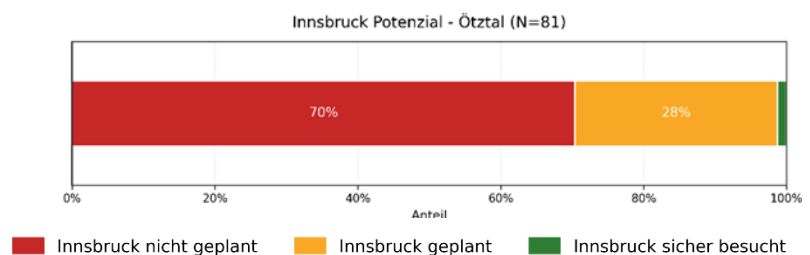


Abbildung 47: Innsbruck Potenzial - Ötztal

6 Zielgruppenübergreifende Lösungsbausteine

Die allgemeinen Ergebnisse und die regionalen Steckbriefe zeigen, dass Maßnahmen zur Förderung des öffentlichen Verkehrs nicht isoliert an einzelnen Zielgruppenmerkmalen oder Kommunikationskanälen ansetzen sollten. Entscheidend ist das Zusammenwirken von Angebotsqualität, verlässlicher Rückfahrt, digitaler Sichtbarkeit, einfacher Zugänglichkeit und aktivitätsspezifischem Komfort. Die folgenden Lösungsbausteine verdichten die empirischen Befunde zu räumeübergreifenden Handlungsansätzen (siehe auch tabellarische Darstellung im Anhang). Da im Rahmen der Untersuchung keine Maßnahmenwirkungen experimentell geprüft wurden, sind sie als empirisch begründete Interventionshypothesen zu verstehen.

Baustein 1: ÖV-Angebotsqualität und konkurrenzfähige Relationen. Die Distanz und der zeitliche Nachteil der besten Nicht-Pkw-Alternative stehen deutlich mit der Verkehrsmittelwahl in Zusammenhang. Da diese Alternative in der Routinganalyse häufig das Fahrrad und nicht der ÖV ist, lässt sich daraus kein spezifischer ÖV-Effekt ableiten. Für nachfragerrelevante Relationen sind daher Reisezeit, Takt, Umstiege und Verlässlichkeit gesondert zu prüfen. Je nach Defizit kommen Taktverdichtungen, Anschlusssicherungen, Expressverbindungen, Shuttles oder Mikro-ÖV-Angebote in Betracht.

Baustein 2: Digitales Routing im unmittelbaren Planungsfenster. Karten-, Routen- und Navigationsdienste erreichen in den Informationsrankings die höchste Priorität; zugleich werden 62,1 % der Aktivitäten am Vortag oder am Tag der Durchführung festgelegt. ÖV-Verbindungen sollten deshalb auf Gäste-Apps, Destinations- und Unterkunftsseiten sowie bei einzelnen Aktivitäten unmittelbar sichtbar und einfach aufrufbar sein. Geeignet sind Deep-Links zu Karten- und Auskunftsdiensten, QR-verknüpfte Routen, aktuelle POI- und Haltestellendaten sowie eine möglichst medienbruchfreie Ticketinformation. Eine tatsächliche Verhaltenswirkung ist in Pilotanwendungen zu überprüfen.

Baustein 3: Flexibilität und Rückwegsicherheit. Bequemlichkeit, zeitliche und räumliche Flexibilität sowie Reisezeit zählen zu den vorrangigen Gründen gegen die ÖV-Nutzung. Echtzeitdaten, klar ausgewiesene letzte Rückfahrten, Abendverbindungen, Anschlussinformationen und belastbare Plan-B-Optionen können die wahrgenommene Unsicherheit verringern. Rückfahrgarantien sind dort zu prüfen, wo das Risiko eines verpassten Anschlusses die Nutzung praktisch ausschließt. Der Baustein richtet sich besonders an autoaffine Gäste und an Aktivitäten mit variablem Endzeitpunkt.

Baustein 4: Gästekarte als Aktivierungsinstrument. Die Gästekarte steht im Ranking der ÖV-Nutzungsmotive an erster Stelle und kann Preis-, Ticket- und Entscheidungshürden reduzieren. Ihr Leistungsumfang sollte klar und frühzeitig kommuniziert werden, insbesondere durch den Hinweis, dass die ÖV-Nutzung bereits inkludiert ist. Sinnvoll ist die Verknüpfung mit konkreten Ausflugs- oder Aktivitätenpaketen. Ausbau und Bewerbung sind auf Relationen zu konzentrieren, auf denen ein tatsächlich praktikables Angebot besteht.

Baustein 5: Autofreie Wander- und Outdoorprodukte. Wandern ist die häufigste Hauptaktivität, zugleich unterscheiden sich die regionalen Mobilitätsmuster deutlich. Statt allgemeiner ÖV-Kommunikation sollten deshalb vollständige Wegeketten für konkrete Touren entwickelt werden. Dazu zählen Wanderbusse, Rund- und Streckentouren mit gelöstem Rückweg, sichtbare letzte Verbindungen, QR-verknüpfte Routen, Kapazitäten für Gepäck oder Ausrüstung und per ÖV erreichbare Wetteralternativen. Unterkunft, Haltestelle, Ausgangspunkt, Aktivität und Rückfahrt sind dabei als ein Produkt zu planen.

Baustein 6: Unterkunft als Mobilitätsschnittstelle. Die Unterkunft ist ein wiederkehrender Kontaktpunkt im kurzfristigen Planungsprozess, ihre gegenüber anderen Kanälen höhere Wirksamkeit wurde jedoch nicht nachgewiesen. Besonders Pkw-angereiste Gäste können beim Check-in auf passende autofreie Tagesvorschläge, Gästekarten, QR-Routen und gesicherte Rückfahrmöglichkeiten hingewiesen werden. Kompakte Beratungsunterlagen und Schulungen für Rezeptionen fördern eine konsistente, relationsbezogene Information.

Baustein 7: Integrierte Parkplatz- und ÖV-Kommunikation. Die Vermeidung von Stau und Parkplatzsuche zählt zu den Motiven für die ÖV-Nutzung und ist für Innsbruck sowie stark belastete Ausflugsziele besonders relevant. Parkraum- und ÖV-Informationen sollten daher gemeinsam angeboten werden, etwa durch Park-and-Ride-/ÖV-Kombinationen, aktuelle Parkplatzinformationen mit direkt verknüpfter ÖV-Alternative, Navigationshinweise auf eine Anreise ohne Parkplatzsuche oder Gästekarten-Gutscheine. Voraussetzung ist eine tatsächlich konkurrenzfähige Verbindung.

Baustein 8: Komfort für Gruppen und Familien. Bestimmte Gruppenkonstellationen stehen mit Unterschieden in der Verkehrsmittelwahl in Zusammenhang; für Reisen mit Kindern ergibt sich nach Mehrfachtestkorrektur jedoch keine robuste eigenständige Evidenz. Maßnahmen sollten deshalb nicht auf pauschalen Alters- oder Familienannahmen beruhen, sondern konkrete Unsicherheiten entlang der Wegekette reduzieren. Dazu gehören verständliche Familien- und Gruppentarife, Angaben zu Sitzplätzen, Kinderwagen-, Gepäck- und Ausrüstungsmitnahme, kurze Umsteigewege, Schritt-für-Schritt-Routen sowie Aufbewahrungsmöglichkeiten am Ziel.

Übergreifend folgt aus den Bausteinen, dass Angebot, Information, Tarif und Komfort nicht isoliert geplant werden sollten. Prioritär sind vollständige Wegeketten auf Relationen, auf denen ein relevantes Nachfragepotenzial, eine grundsätzlich geeignete Verbindung und ein klar identifizierbares Umsetzungsdefizit zusammentreffen.

7 Schlussfolgerungen

Die Gästebefragung liefert eine klare, aber differenzierte Antwort auf die Projektfragen. Die Anreise ist stark autoorientiert, die Vor-Ort-Mobilität ist dagegen offen und multimodal. Genau hier liegt das kurzfristige Handlungspotenzial. Ein bedeutender Teil der Gäste geht bereits zu Fuß oder nutzt den öffentlichen Verkehr, und selbst unter Pkw-Angereisten existiert ein relevantes Wechselverhalten. Dieses Potenzial ist jedoch räumlich, aktivitätsbezogen und zielgruppenspezifisch.

Innsbruck besitzt als Stadt- und Kulturziel eine hohe ÖV-Affinität, insbesondere bei tatsächlich realisierten Besuchen, Alleinreisenden und Gästen aus dem näheren Raum. Aus Achensee und Ötztal dominiert bei Innsbruck-Fahrten der Pkw. Gleichzeitig planen relevante Teilgruppen einen Besuch. Für sie sind konkurrenzfähige Reisezeit, sichere Rückfahrt, Parkstressvorteil und Gruppenkomfort die entscheidenden Hebel.

Der Achensee verlangt eine Strategie, die die autoorientierte Zubringung mit der bereits hohen lokalen Fußmobilität verbindet. Vollständige Wander-, See- und Ortsketten können hier den Pkw am Urlaubsort ersetzen. Das Ötztal verfügt bereits über einen starken ÖV-Anteil vor Ort und sollte diesen Vorteil durch eine leistungsfähige Talachse, verlässliche Zubringer und ausrüstungstaugliche Outdoorprodukte ausbauen.

Der wirksamste Hebel ist nicht „mehr Information“ und auch nicht „mehr Angebot“ isoliert. Wirksam ist eine konkurrenzfähige, vollständige und im Planungsmoment sichtbares Angebot für Wegeketten, das zur konkreten Aktivität, zum Raum und zum Gruppenprofil passt.

8 Literaturverzeichnis

- Bausch, T., Peluso, Alessandro M., Bursa, B., Mailer, M., & Amegah, Mercy L. (2024). Determinants Encouraging Tourists to Use Public Transport in Their Vacation Destination. *International Journal of Tourism Research*, 26(5). <https://doi.org/10.1002/jtr.2791>
- Bursa, B. (2021). Modeling the intra-destination travel behavior of tourists. *Studia Verlag*.
- Bursa, B., Mailer, M., & Axhausen, K. W. (2022a). Intra-destination travel behavior of alpine tourists: a literature review on choice determinants and the survey work. *Transportation*, 49(5), 1465-1516. <https://doi.org/10.1007/s11116-022-10267-y>
- Bursa, B., Mailer, M., & Axhausen, K. W. (2022b). Travel behavior on vacation: transport mode choice of tourists at destinations. *Transportation Research Part A: Policy and Practice*, 166, 234-261. <https://doi.org/10.1016/j.tra.2022.09.018>
- Curtale, R., Sarman, I., & Evler, J. (2021). Traffic Congestion in Rural Tourist Areas and Sustainable Mobility Services. The Case of Ticino (Switzerland) Valleys. *Tourism Planning & Development*, 21(1), 70-94. <https://doi.org/10.1080/21568316.2021.2001034>
- Ding, D., Zheng, Y., Zhang, Y., & Liu, Y. (2024). Understanding attractions' connection patterns based on intra-destination tourist mobility: A network motif approach. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03093-3>
- Gross, S., & Grimm, B. (2018). Sustainable mode of transport choices at the destination - public transport at German destinations. *Tourism Review*, 73(3), 401-420. <https://doi.org/10.1108/tr-11-2017-0177>
- Harz, J., & Sommer, C. (2022). Mode choice of city tourists: Discrete choice modeling based on survey data from a major German city. *Transportation Research Interdisciplinary Perspectives*, 16. <https://doi.org/10.1016/j.trip.2022.100704>
- Maltese, I., Crotti, D., Marcucci, E., Gatta, V., & Scaccia, L. (2025). Multimodality at destination: A focus on domestic tourism. *Research in Transportation Business & Management*, 58. <https://doi.org/10.1016/j.rtbm.2024.101249>
- Masini, S., Bacci, S., Petrucci, A., Francini, C., & Bertaccini, B. (2025). Understanding Intra- Destination Tourist Behaviors as a Tentative Strategy to Mitigate Overtourism in Florence. *Italian Journal of Applied Statistics*. <https://doi.org/10.26398/IJAS.16199>
- Miravet, D., Domènech, A., & Gutiérrez, A. (2021). What prompts tourists to become public transportation users at their destination? The case of a Mediterranean city. *Travel Behaviour and Society*, 24, 10-21. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2021.01.007>
- Paulino, I., Zaragoz, B., Medina-Chavarria, M. E., & Gutiérrez, A. (2025). The role of service and transport infrastructures in shaping tourist visitation patterns in the Ebro Delta. *Applied Mobilities*, 10(2), 130-152. <https://doi.org/10.1080/23800127.2025.2469196>
- Tirol Werbung GmbH. (2025a). Der Tiroler Tourismus - Zahlen, Daten und Fakten 2024. 40. https://www.tirolwerbung.at/_Resources/Persistent/a/1/b/1/a1b1902f09a24a599a2311402d262a657e31bfd0/Tiroler%20Tourismus%20-%20Daten%20und%20Fakten%202024.pdf
- Tirol Werbung GmbH. (2025b). T-MONA DATEN FÜR F.ACT. https://www.fact.tirol/fileadmin/userdaten/Aktivitaeten/T-MONA_Daten_f%C3%BCr_FacT_2023-24.pdf

Zamparini, L., & Vergori, A. S. (2021). Sustainable mobility at tourist destinations: The relevance of habits and the role of policies. *Journal of Transport Geography*, 93. <https://doi.org/10.1016/j.jtrangeo.2021.103088>

Zhou, H., Qiao, J., Shi, K., Sun, Q., Yao, Z., & Norman, R. (2025). Tourists vs. residents: Nested logit analysis of mode choices for environmental sustainability. *Transportation Research Part D: Transport and Environment*, 138. <https://doi.org/10.1016/j.trd.2024.104521>

9 Anhang

Handlungsfeld	Zielgruppe	Ziel	Wirkungslogik	Lösungsbausteine
ÖV-Angebotsqualität	Gäste auf Relationen mit langsamem ÖV	Pkw-Anteil senken	Entscheidend ist nicht ÖV-Verfügbarkeit, sondern Konkurrenzfähigkeit zu Auto: Reisezeit, Takt, Umstieg, Verlässlichkeit	Taktverdichtung, Anschlusssicherung, Expressbus, Shuttle, Mikro-ÖV, Rückfahrgarantie
Digitales Routing als Standard	Alle Gäste, v. a. Alleinreisende & jüngere Gäste	ÖV früh in die Entscheidung bringen und Nutzung stabilisieren	Wer in Maps, Gäste-App, Website und Unterkunft zuerst die ÖV-Route sieht, nutzt sie eher	Google-/Apple-/ÖV-Deep-Links, QR-Routen, Aktivitätsseiten mit „ÖV zuerst“, Ticketintegration, POI-/Haltestellendaten verbessern
Flexibilität & Rückwegsicherheit	Autoaffine Gäste mit hohem Flexibilitätsbedürfnis	Wahrgenommene Inflexibilität des ÖV senken	Auto steht für Kontrolle; ÖV muss spontane Änderungen und sichere Rückfahrt glaubwürdig abdecken	Echtzeitinfo, letzte Rückfahrt sichtbar, Plan-B-Optionen, Abendverbindungen, Rückfahrgarantie
Gästekarte aktivieren	Gäste auf grundsätzlich ÖV-tauglichen Relationen	Erstnutzung des ÖV auslösen	Die Gästekarte senkt Preis-, Ticket- und Entscheidungshürden	Ausbau, Werbung, Hinweis „mit Gästekarte inkludiert“, Gästekarte + Ausflugs paket, Rezeption- Schulung

Handlungsfeld	Zielgruppe	Ziel	Wirkungslogik	Lösungsbausteine
Wandern ohne Auto	Wandernde, v. a. in peripheren Regionen	Pkw-Fahrten zu Startpunkten reduzieren	Wandernde reagieren auf konkrete, sorglose Tourenprodukte stärker als auf allgemeine ÖV-Kommunikation	Wanderbus, Rundtouren ohne Rückwegproblem, QR-Routen, letzte Rückfahrt sichtbar, Wetteralternativen per ÖV
Unterkunft als Mobilitätscoach	Autoangereiste Unterkunftsgäste	Auto vor Ort stehen lassen	Die Unterkunft ist der wirksamste Ort, um Tagesplanung in autofreie Mobilität zu übersetzen.	Check-in-Mobilitätsinfo, Tagesroute ohne Auto, QR-Routen am Zimmer, Gästekartenhinweis, Rezeption als Beratungspunkt
Parkstress als Trigger	Pkw-angereiste Innsbruck- und Hotspot-Besucher	Pkw-Anteil in Innenstadt und an Hotspots senken	Wenn Parkplatzsuche, Kosten und Stress sichtbar werden, steigt die Attraktivität des ÖV	P+R/ÖV-Kombi, Navi-Hinweis „ohne Parkplatzsuche“, Parkplatzinfo mit ÖV-Alternative, ÖV-Gutschein via Gästekarte, Kommunikation „stressfrei ankommen“
Familien- & Gruppenkomfort	Familien, Gruppen, ältere Gäste	Innsbruck- und Ausflüge ohne Pkw ermöglichen	Gruppen meiden ÖV vor allem bei Unsicherheit zu Sitzplatz, Gepäck, Kinderwagen und Umstiegen	Familien-/Gruppenticket, Sitzplatz-, Kinderwagen- und Gepäckinfo, kurze Wege, einfache Schritt-für-Schritt-Routen, Schließfächer