



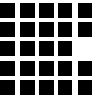
# Erste Ergebnisse der Studie zur Innenstadtmobilität und -attraktivität in Erlangen

**10.03.2026 - UVPA**

Statistik und Stadtforschung (13-4)

Stadt  
Erlangen

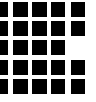
# Hintergrund der Studie



- Antrag der SPD-Fraktion zur Erstellung einer Studie zum Einfluss von Parkmöglichkeiten für die Attraktivität des Einzelhandels in Erlangen (Nr. 387/2021).
- Antrag wurde am 27.04.2022 im HFPA einstimmig angenommen.
- Vorstellung des Studiendesigns im UVPA am 13.05.2025.
- 2025/26: Erfolgte Umsetzung durch SG Statistik und Stadtforschung in Kooperation mit AGFK Bayern und Institut für Soziologie der FAU
- Ausblick: Durchführung der an Bürger\*innen gerichteten Befragung durch AGFK-Bayern in weiteren AGFK-Mitgliedskommunen



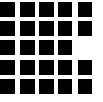
# Erkenntnisinteresse der Studie



- Anliegen vieler Kommunen: Wie kann der innenstädtische MIV reduziert werden ohne den Einzelhandel zu beeinträchtigen? Wie kann die Attraktivität der Innenstadt erhöht werden?
- **Zentrale Forschungsfragen der Studie:**
  - Welche Fortbewegungsmittel nutzen Erlanger\*innen bei ihren Wegen in der Innenstadt?
  - Fragen zu Aufenthaltsqualität, Aufenthaltszweck, Konsumverhalten in der Innenstadt
  - Fragen zur Parkplatzsituation in der Innenstadt

(Definition Innenstadt: zentraler Versorgungsbereich, entsprechend des Einzelhandelskonzepts)

# Studiendesign und Rücklauf der Onlinebefragungen



Innenstadtmobilität und  
-attraktivität

I) Onlinebefragung mit Zufallsstichprobe: 4.000 angeschriebene Erlanger\*innen, Durchführung: 25.09.–19.11.2025, Realisierung: 1.437 Befragte (Rücklauf: 36,8 %)

II) Selbstselektive Onlinebefragung:  
Durchführung: 25.11.2025–11.01.2026,  
Realisierung: 2.986 Befragte (1.812 aus Erlangen)

III) Onlinebefragung innenstädtischer Gewerbetreibender:  
Durchführung: 09.02.–03.03.2026,  
Realisierung: 96 Betriebe

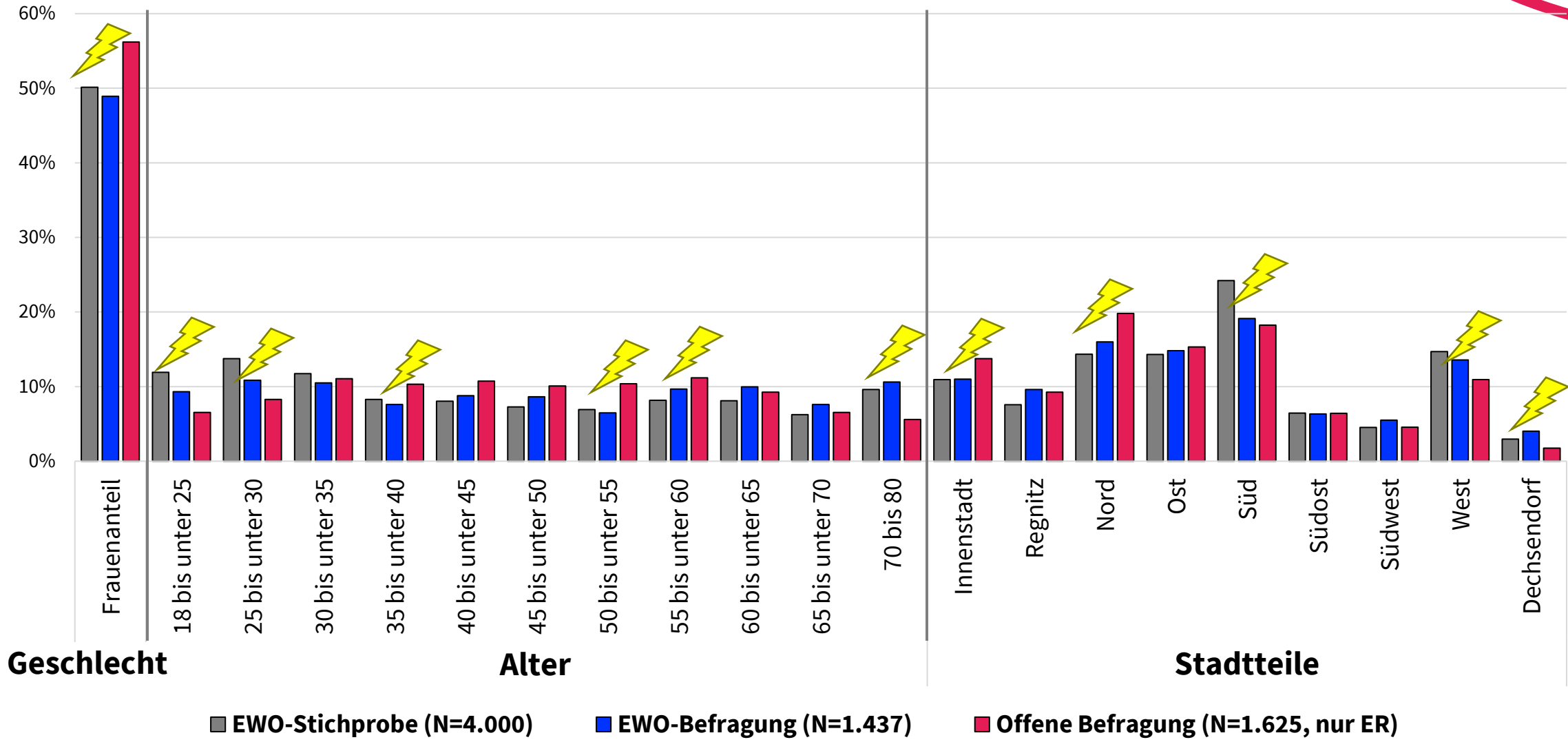
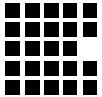
EWO-  
Befragung

Offene  
Befragung

Vorläufige  
Ergebnisse

Kombi-  
Datensatz,  
nur  
Erlanger\*  
innen

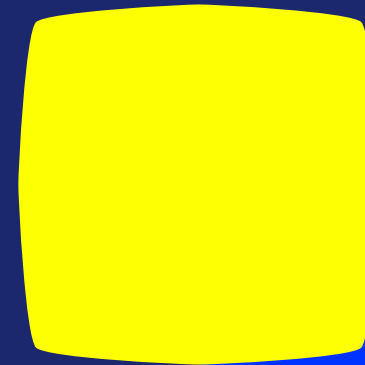
# Repräsentativität – Stichprobenvergleich



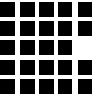


**Ergebnisse**

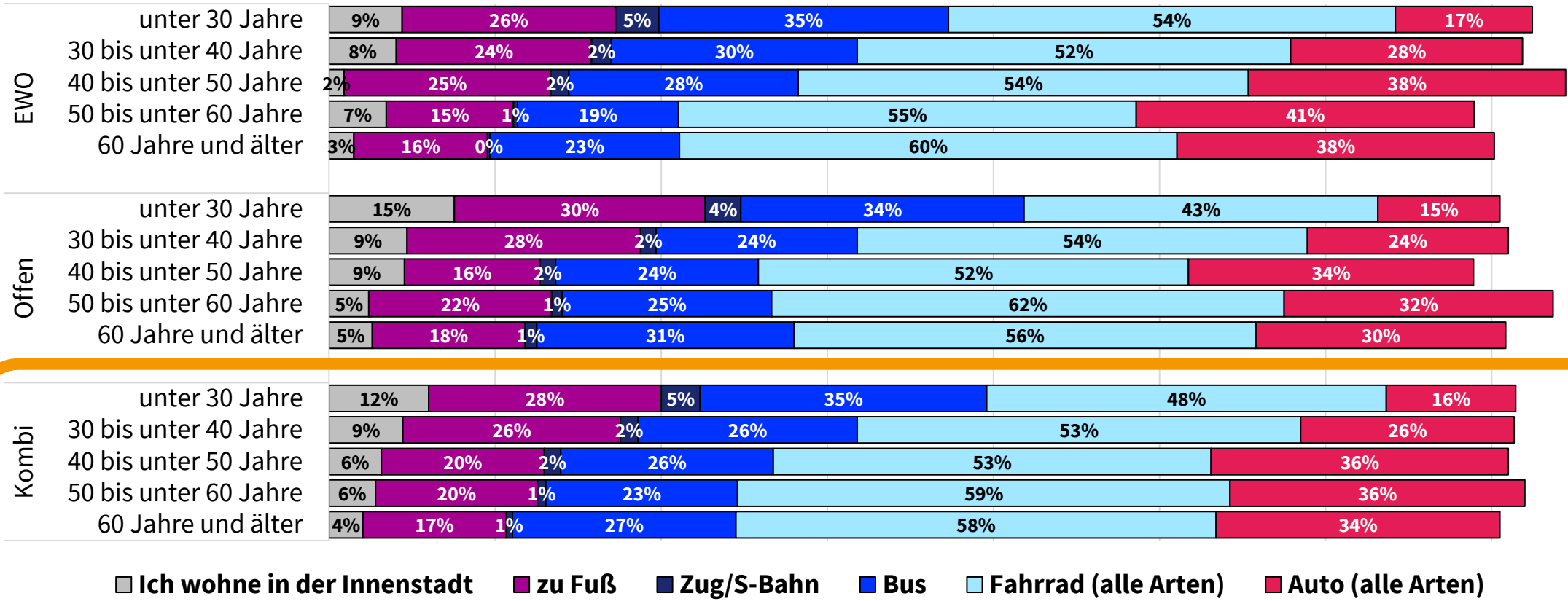
**Mobilität**



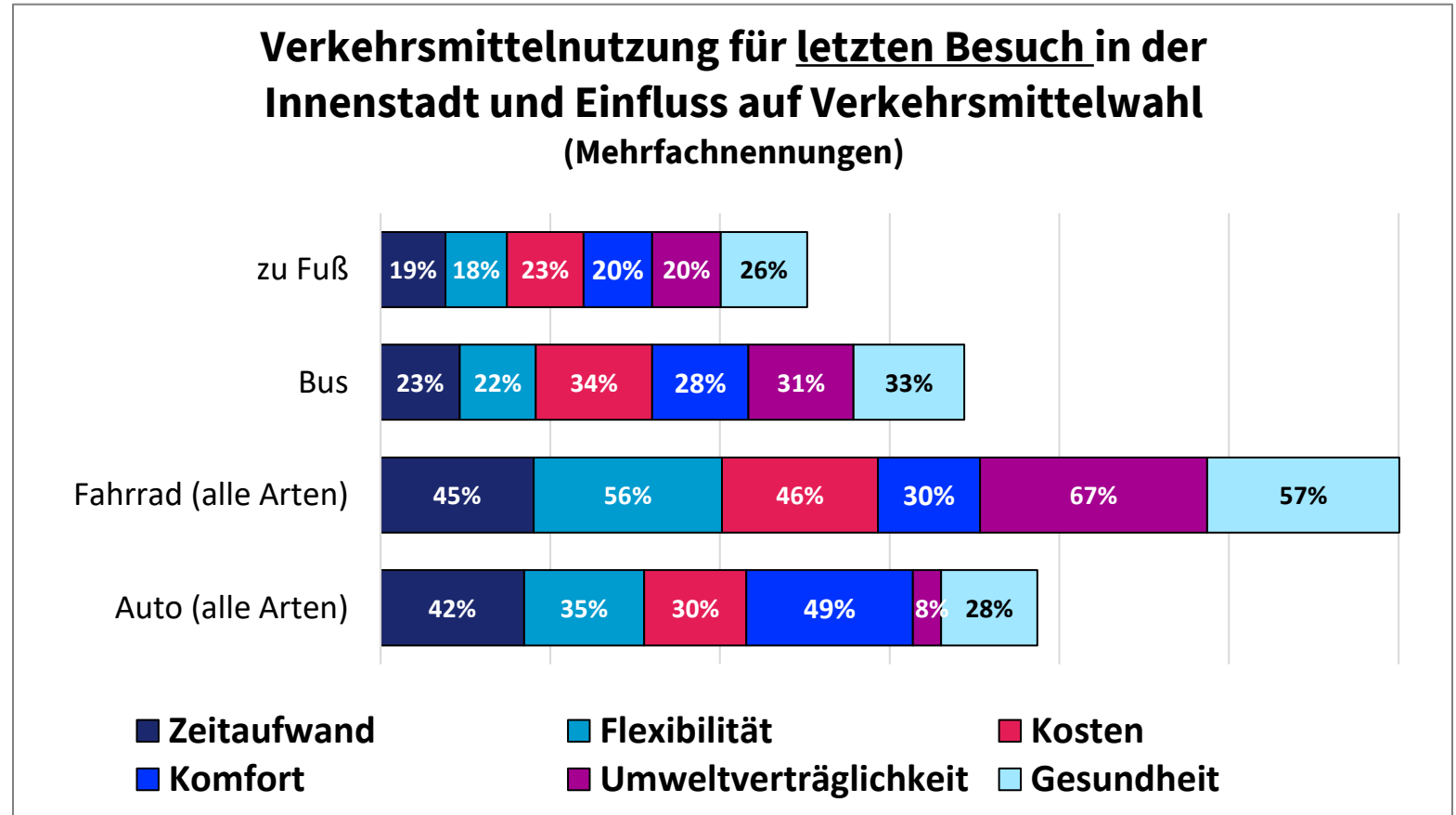
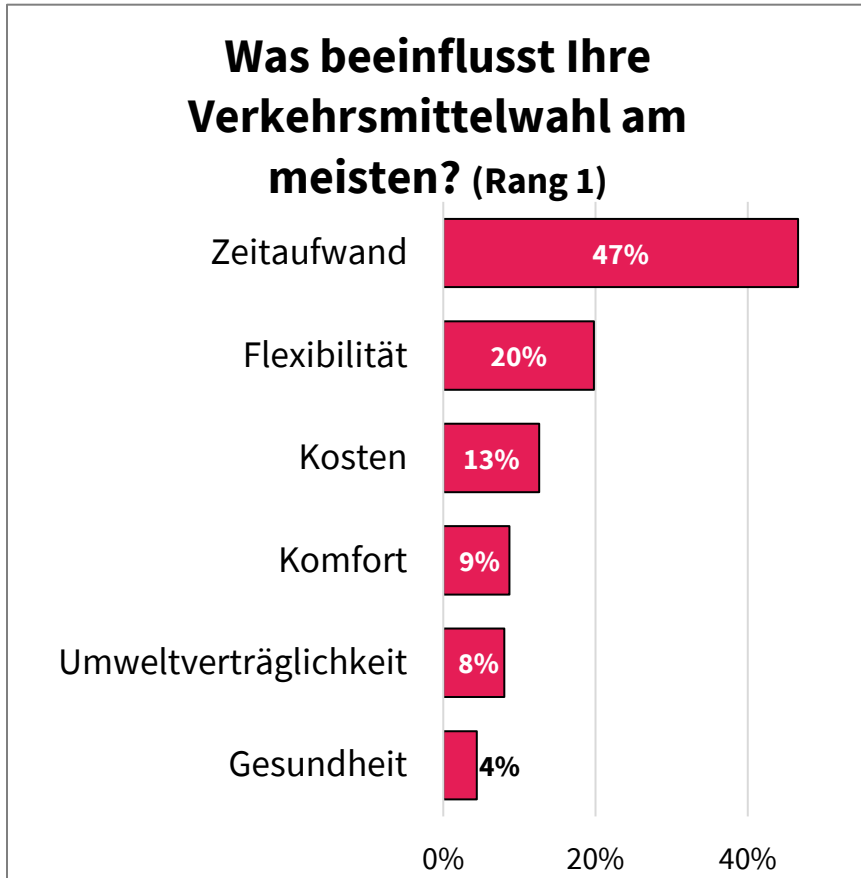
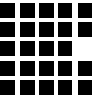
# Verkehrsmittelwahl nach Alter im Datensatzvergleich



Welche Verkehrsmittel haben Sie bei Ihrem letzten Besuch genutzt, um von Ihrem Wohnort in die Erlanger Innenstadt zu gelangen? (Mehrfachnennungen)

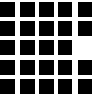


# Gründe für Verkehrsmittelwahl



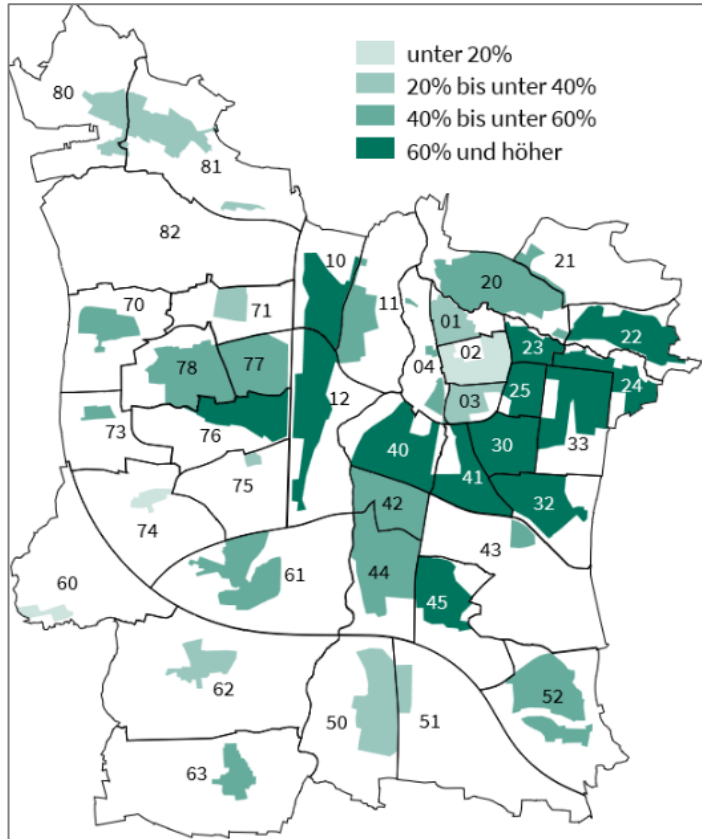
Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen. Grafik rechts: Kategorie: „Ich wohne in der Innenstadt“ und „Zug/S-Bahn“ ausgeblendet.

# Verkehrsmittelwahl nach Entfernung und Häufigkeit

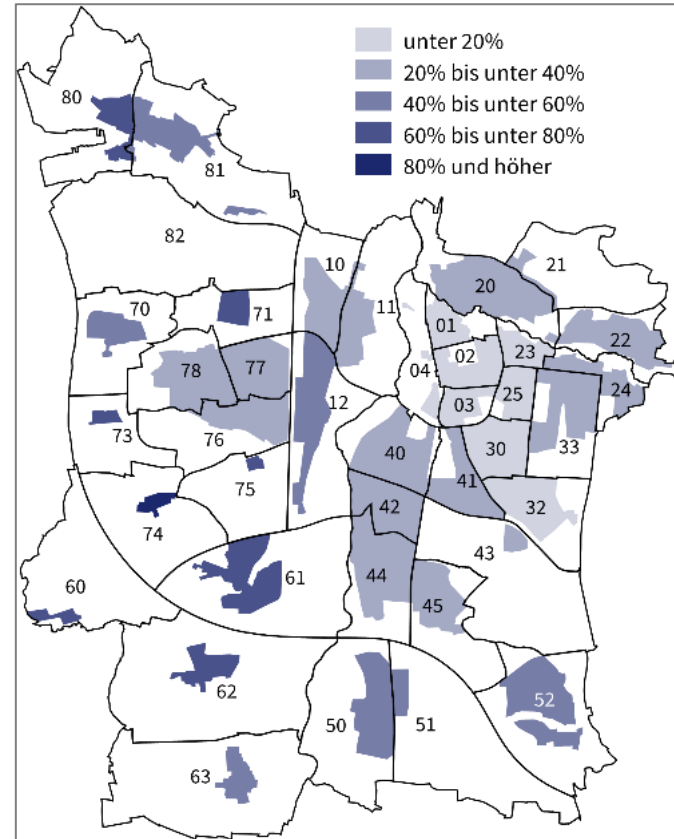


## Verkehrsmittelnutzung für letzten Besuch in der Innenstadt:

### Fahrrad (alle Arten)

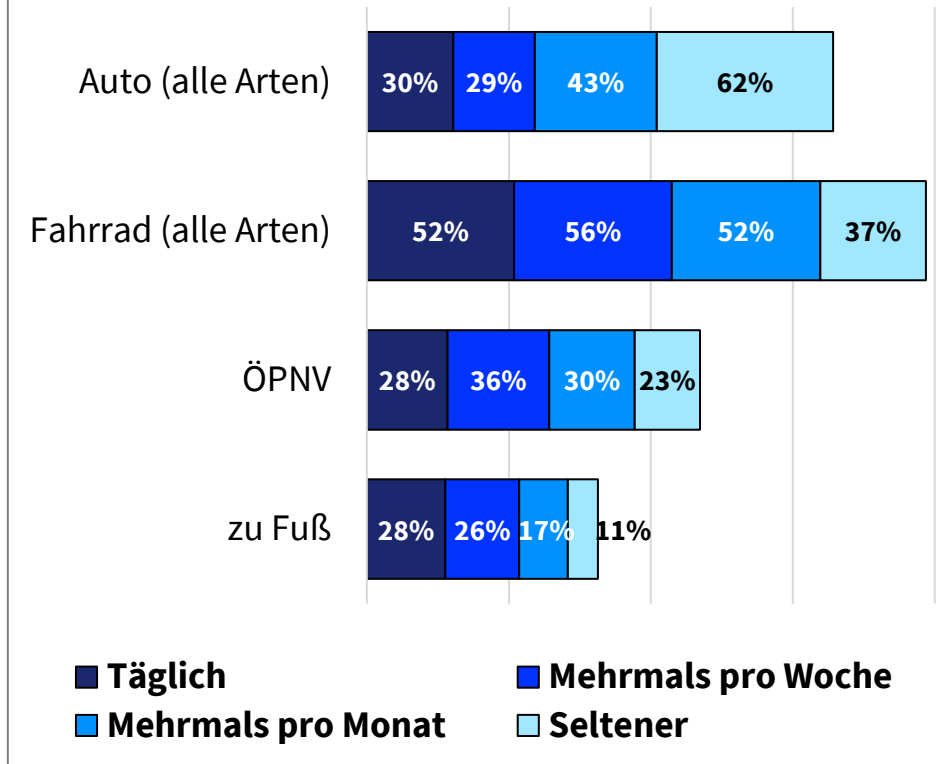


### Auto (alle Arten)

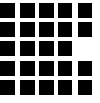


Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

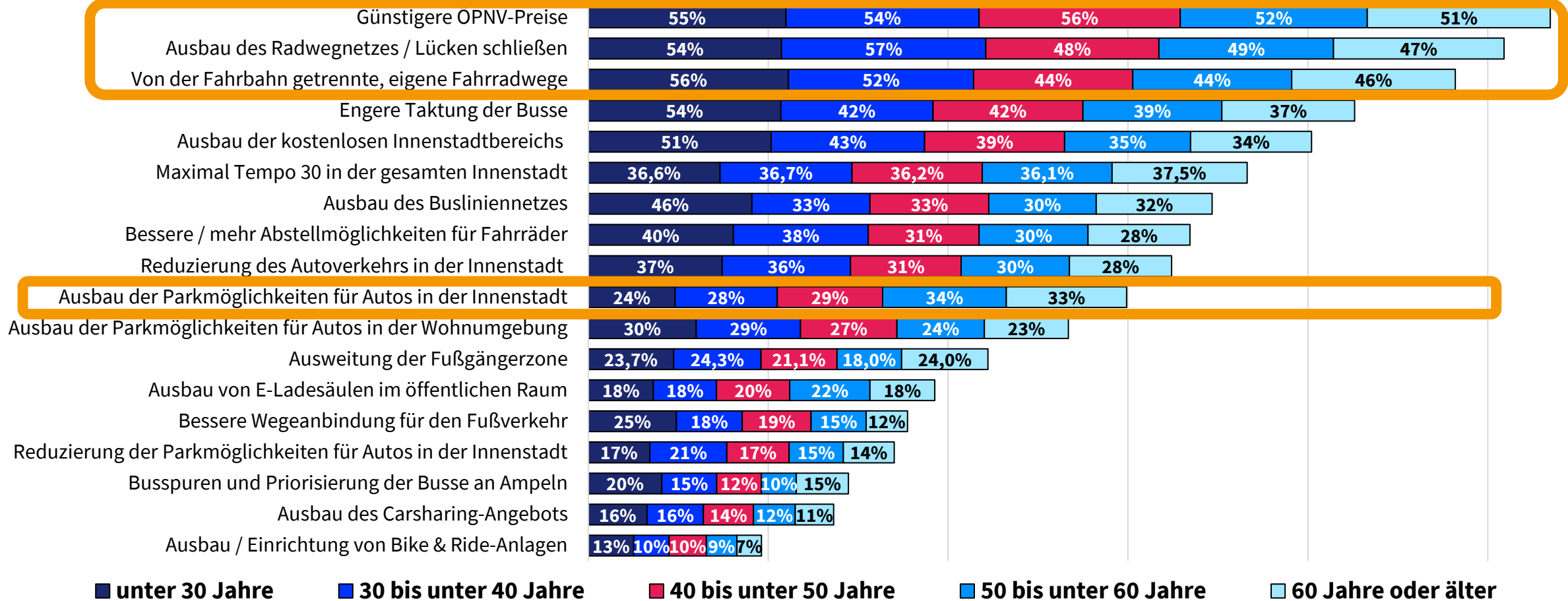
## Wie oft sind Sie in der Erlanger Innenstadt? (Mehrfachnennungen)



# Verbesserungswünsche für Mobilität nach Alter



## Welche Maßnahmen zur Verbesserung der Mobilität in Erlangen würden Sie sich wünschen? (Mehrfachnennungen)

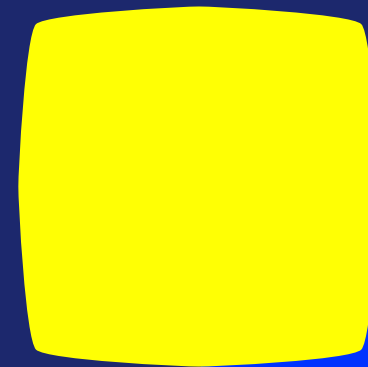


Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

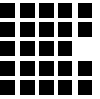


# Ergebnisse

## Innenstadtattraktivität

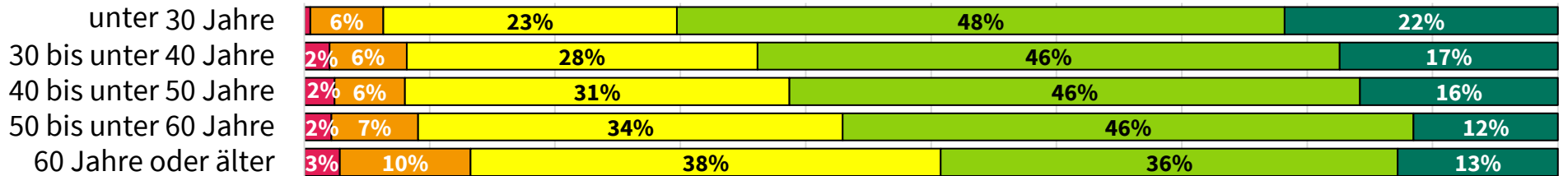


# Innenstadtattraktivität nach Alter I

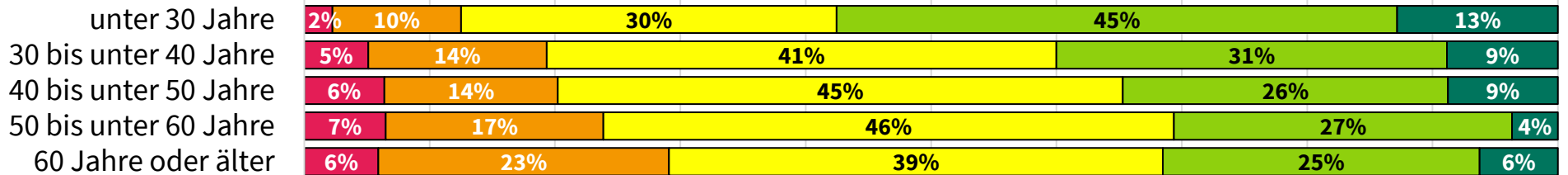


## Wie attraktiv finden Sie die folgenden Aspekte in der Innenstadt?

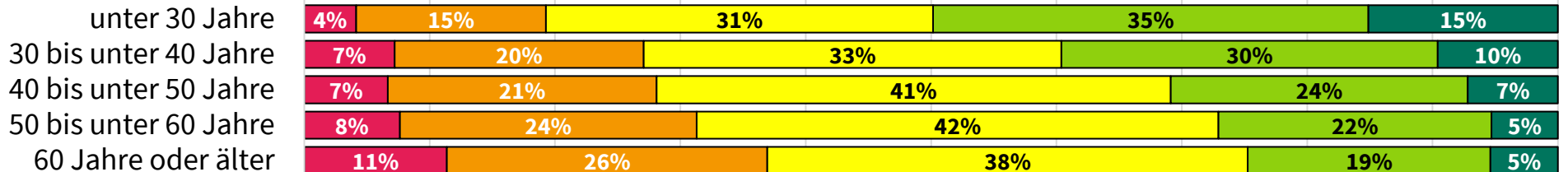
### Gastronomisches Angebot



### Einkaufsmöglichkeiten



### Stadtgestaltung und Verweilorte (z.B. Bänke, Plätze, Grünflächen)

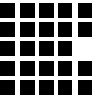


0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

■ **Sehr unattraktiv**
■ **eher unattraktiv**
■ **Teils/teils**
■ **eher attraktiv**
■ **Sehr attraktiv**

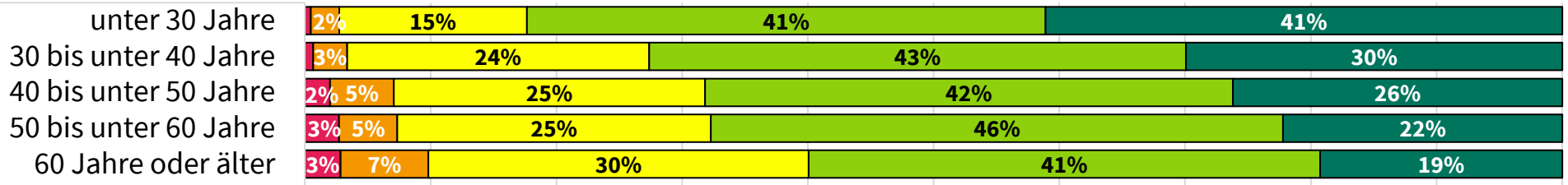
Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

# Innenstadtattraktivität nach Alter II

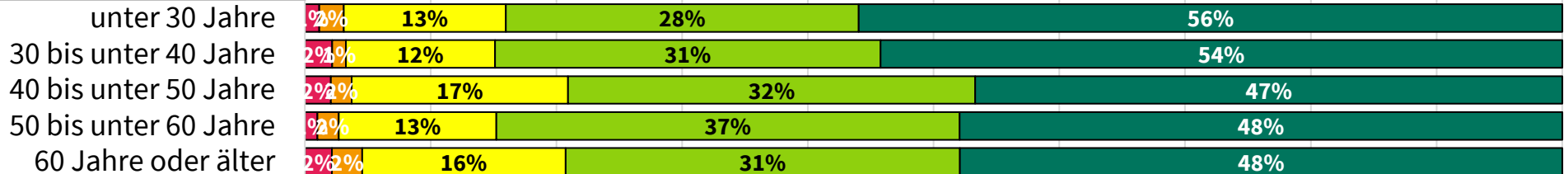


## Wie attraktiv finden Sie die folgenden Aspekte in der Innenstadt?

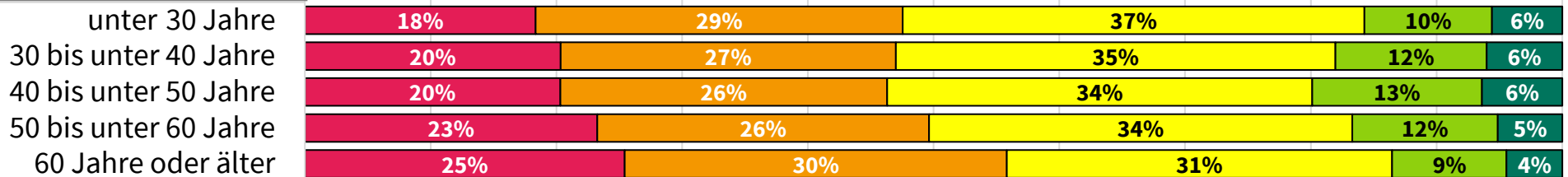
### Fußläufige Erreichbarkeit der verschiedenen Angebote



### Erreichbarkeit mit dem Fahrrad



### Erreichbarkeit mit dem Auto

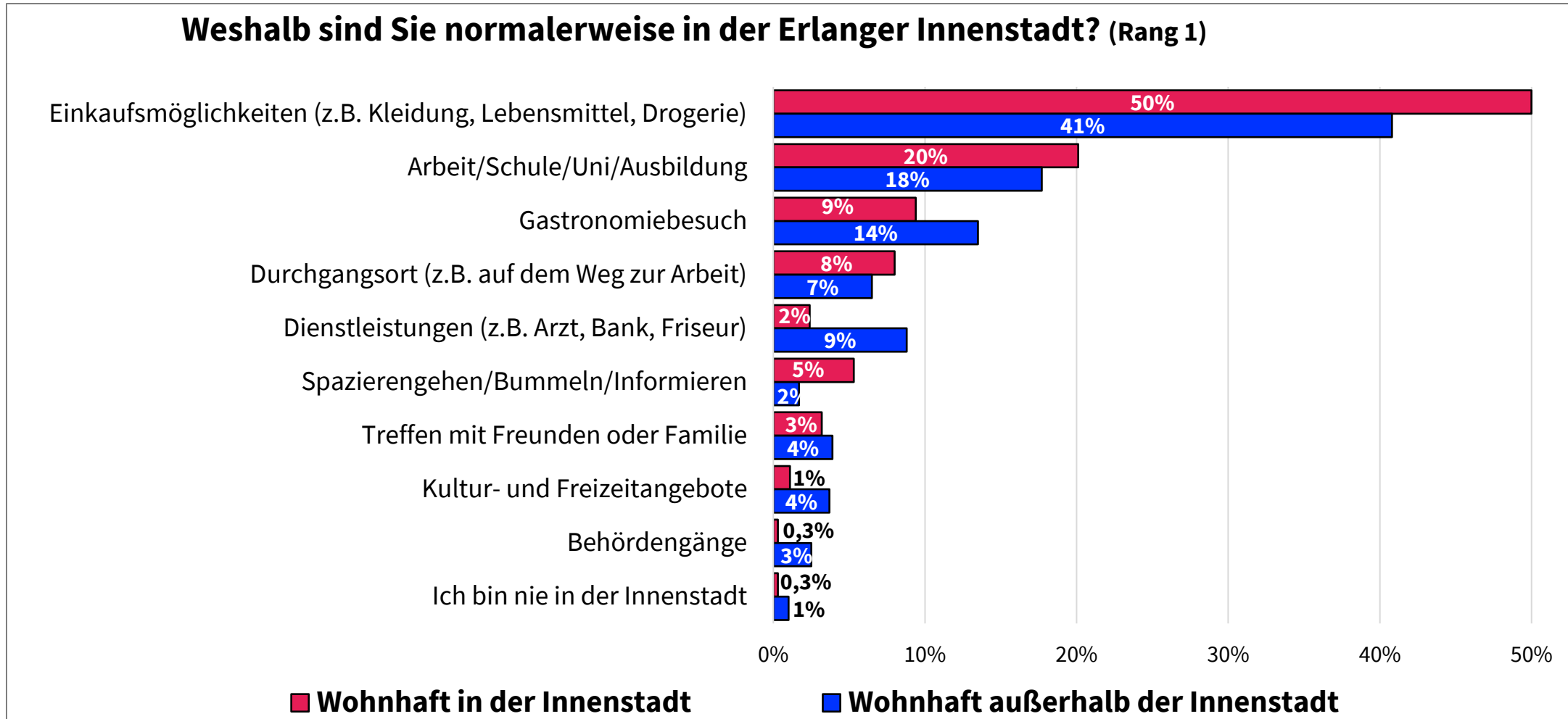
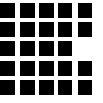


0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%

■ **Sehr unattraktiv**
■ **eher unattraktiv**
■ **Teils/teils**
■ **eher attraktiv**
■ **Sehr attraktiv**

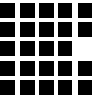
Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

# Gründe für Besuch der Innenstadt

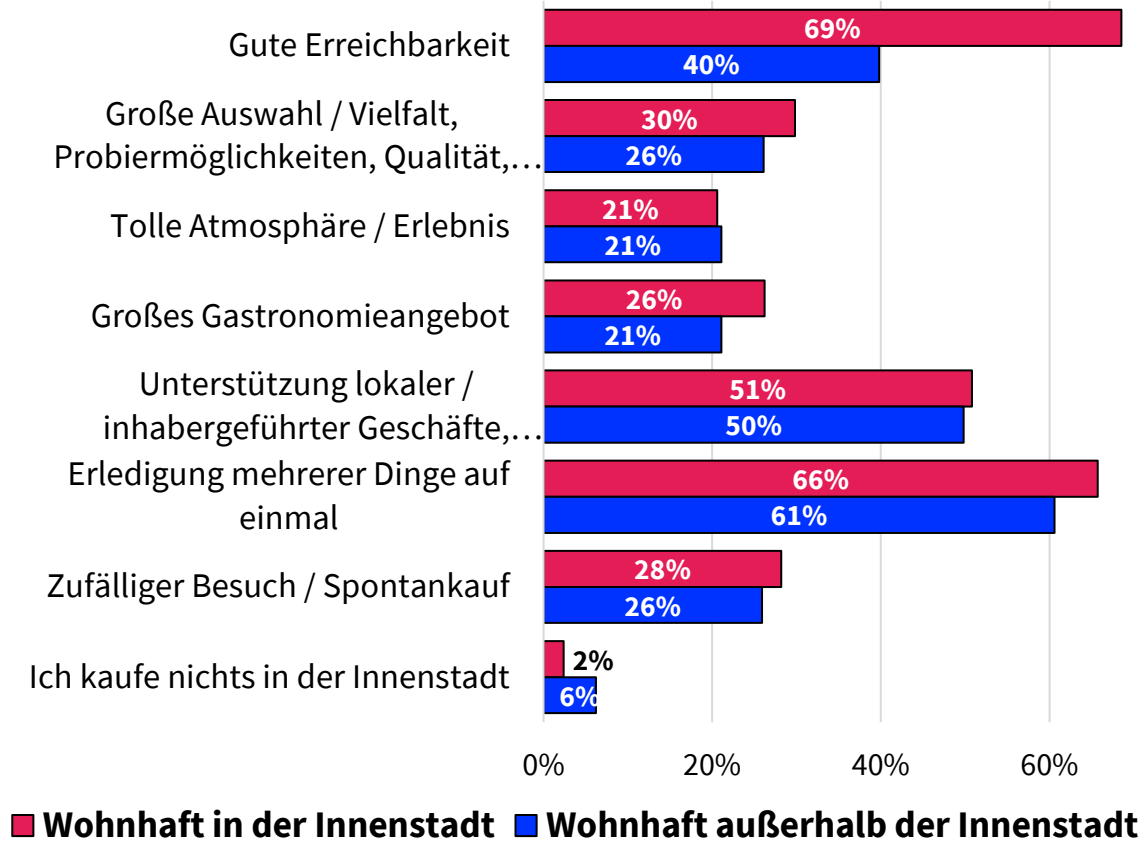


Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

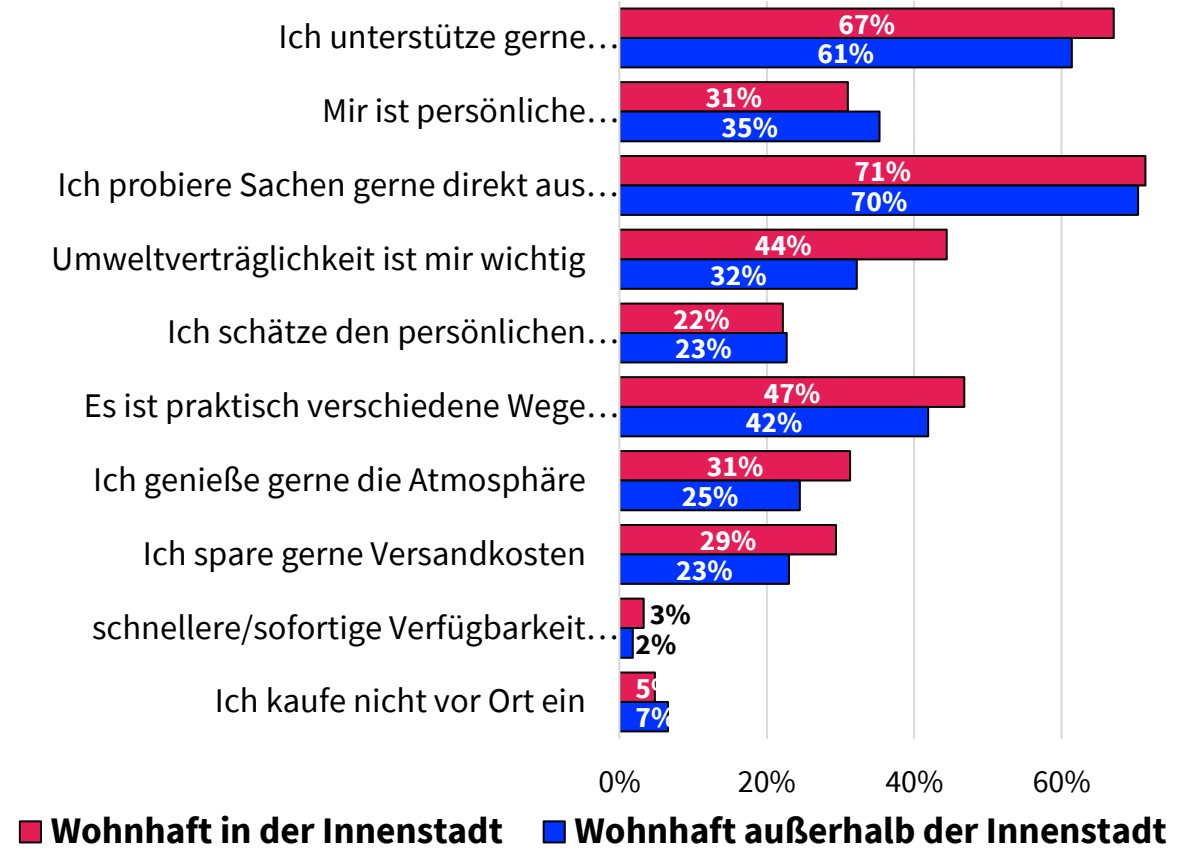
# Einkaufsmotivation



## Was motiviert Sie, in der Erlanger Innenstadt etwas zu kaufen? (Mehrfachnennungen)

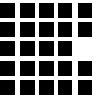


## Was spricht aus Ihrer Sicht für Einkäufen vor Ort im Gegensatz zum Onlinekauf? (Mehrfachn.)

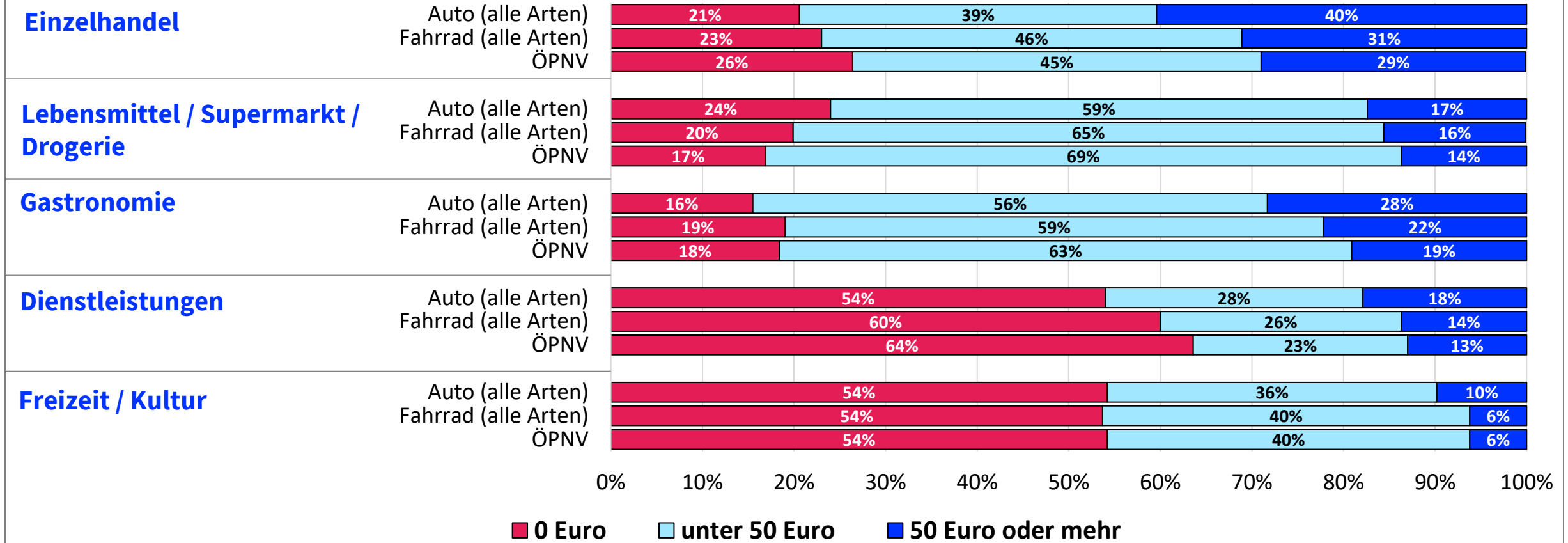


Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

# Konsumausgaben und Verkehrsmittelnutzung

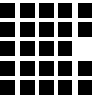


Wie viel Geld haben Sie bei Ihrem letzten Besuch der Erlanger Innenstadt in folgenden Bereichen ungefähr ausgegeben?

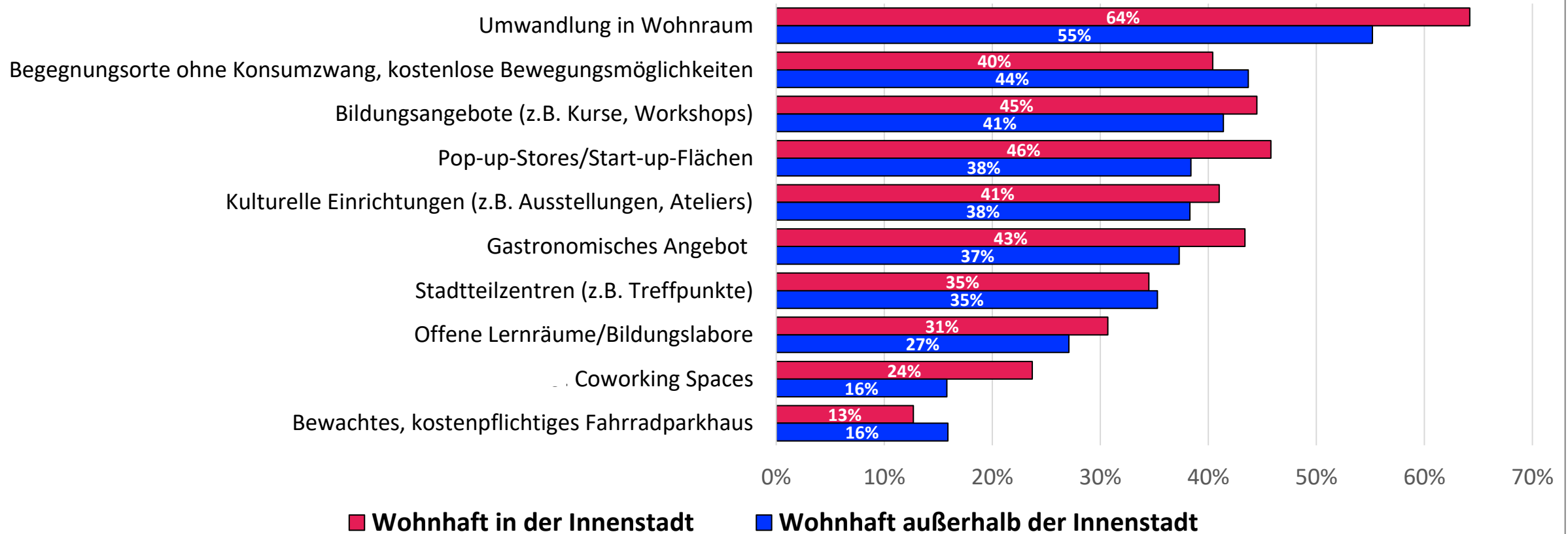


Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

# Wunschnutzung des Leerstands in der Innenstadt

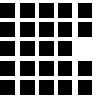


Wenn Sie es zu entscheiden hätten, welche Nutzung würden Sie sich für Leerstände in der Erlanger Innenstadt wünschen? (Mehrfachnennungen)

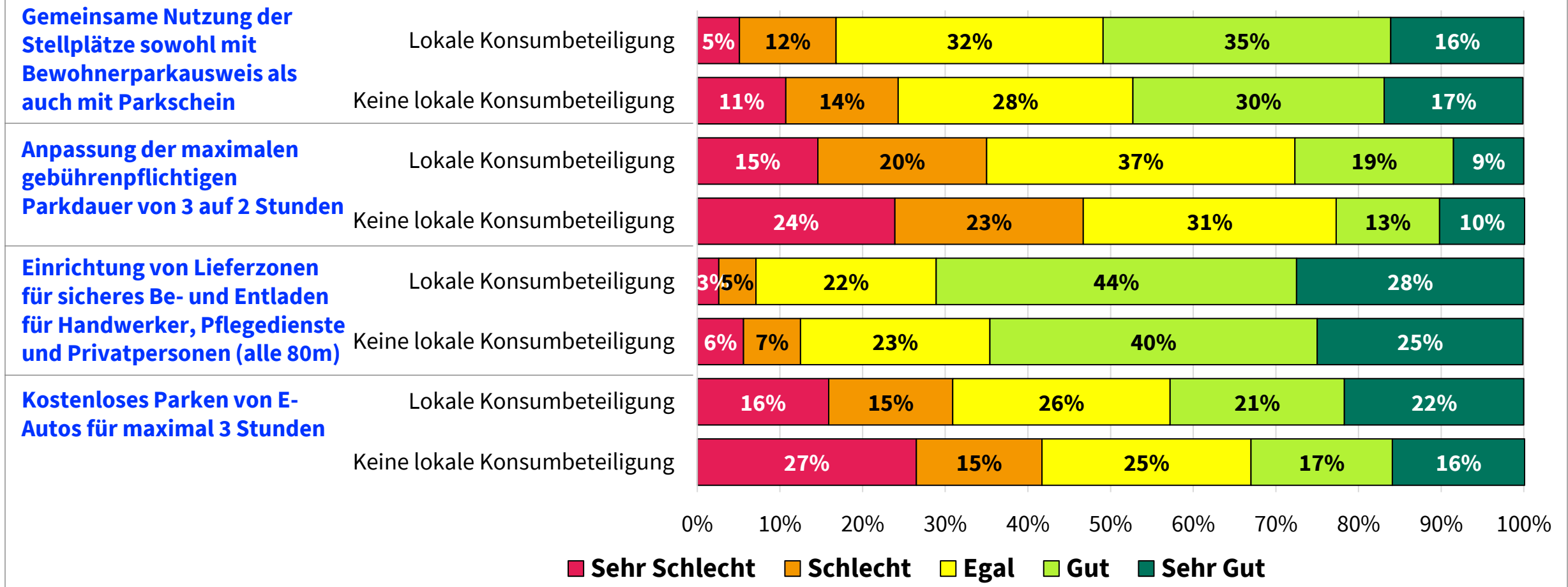


Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

# Parkplatzneuregelungen (am Bohlenplatz) und Konsumausgaben



## Wie finden Sie die folgenden Regelungen?

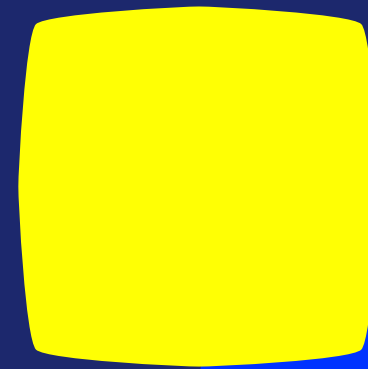


Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen.

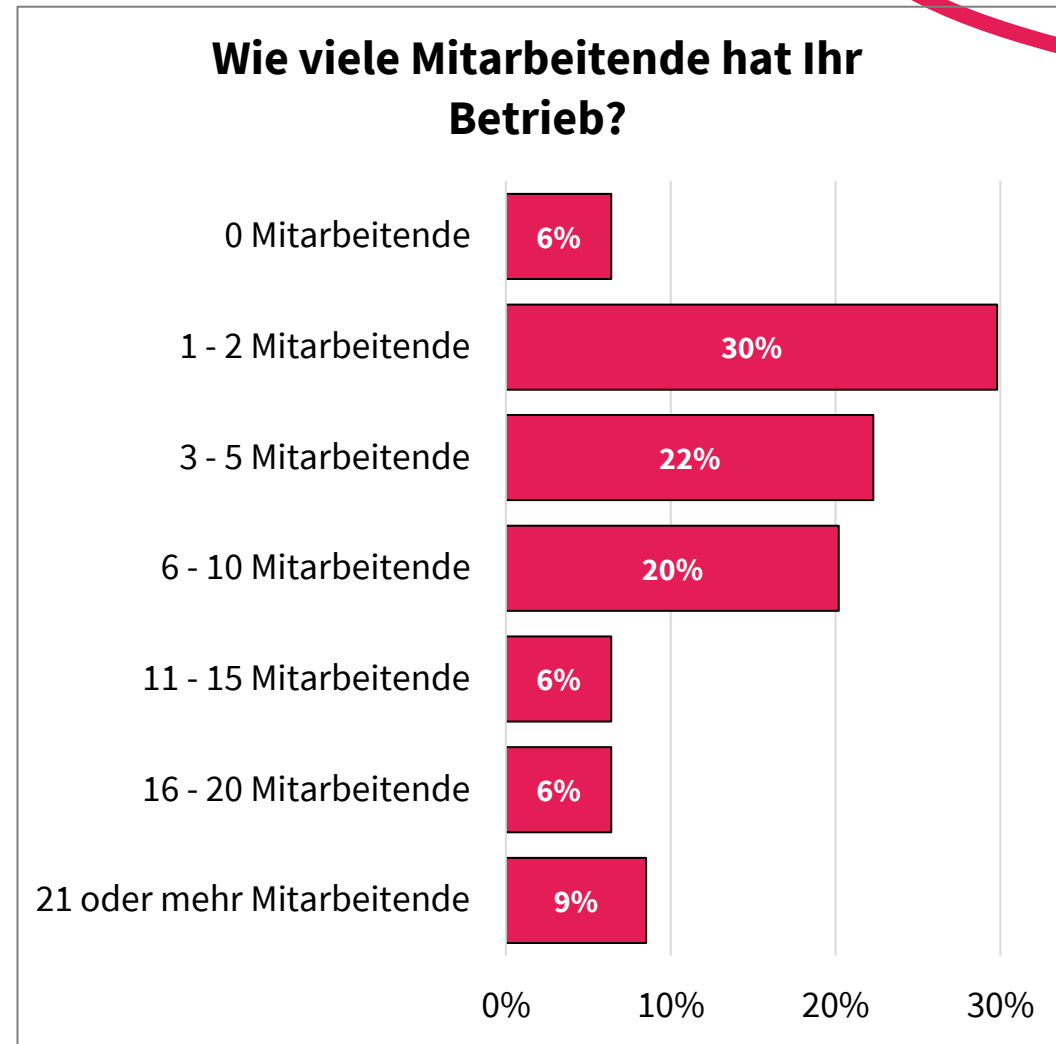
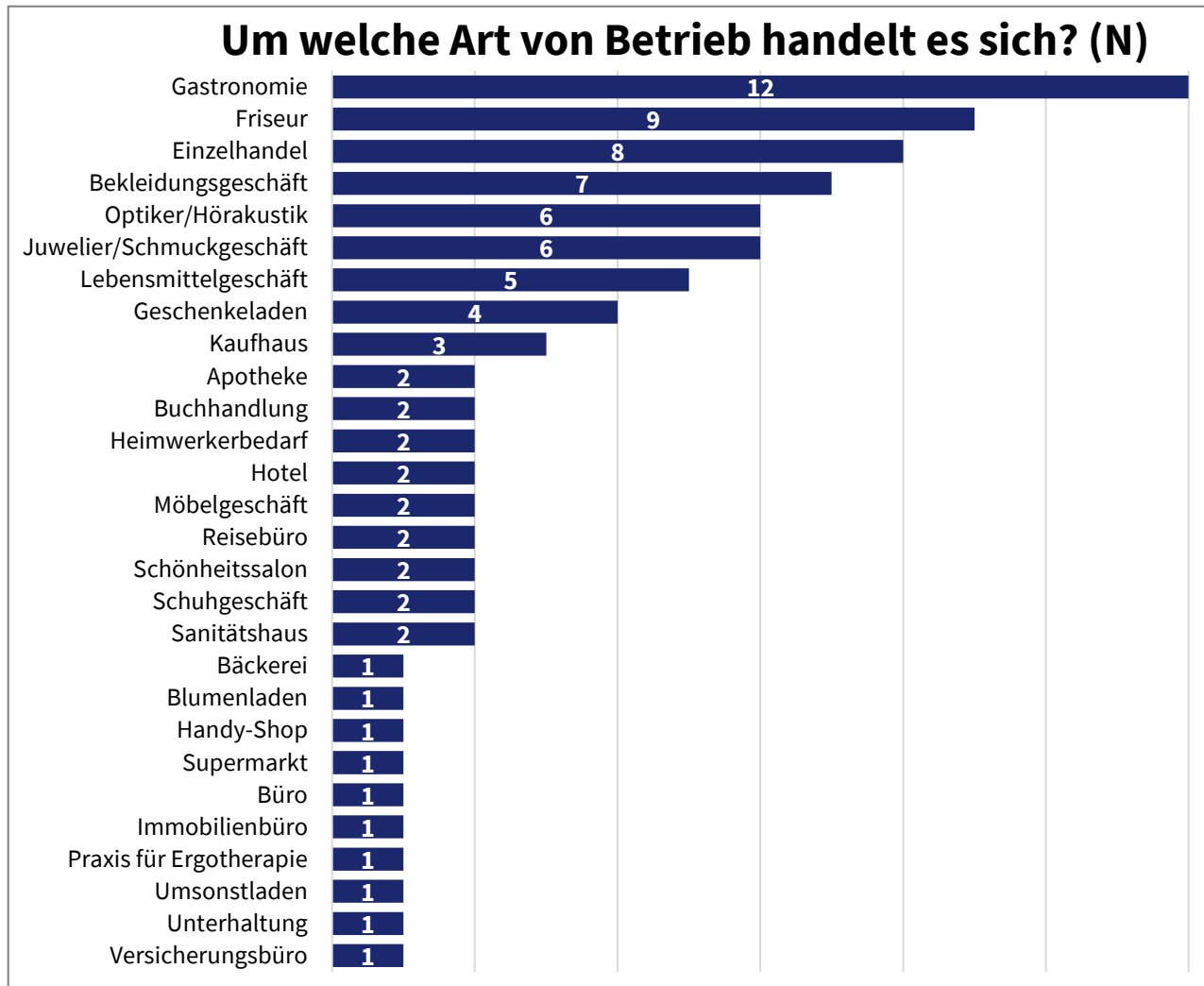
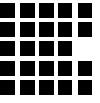


**Ergebnisse**

**Gewerbetreibende**

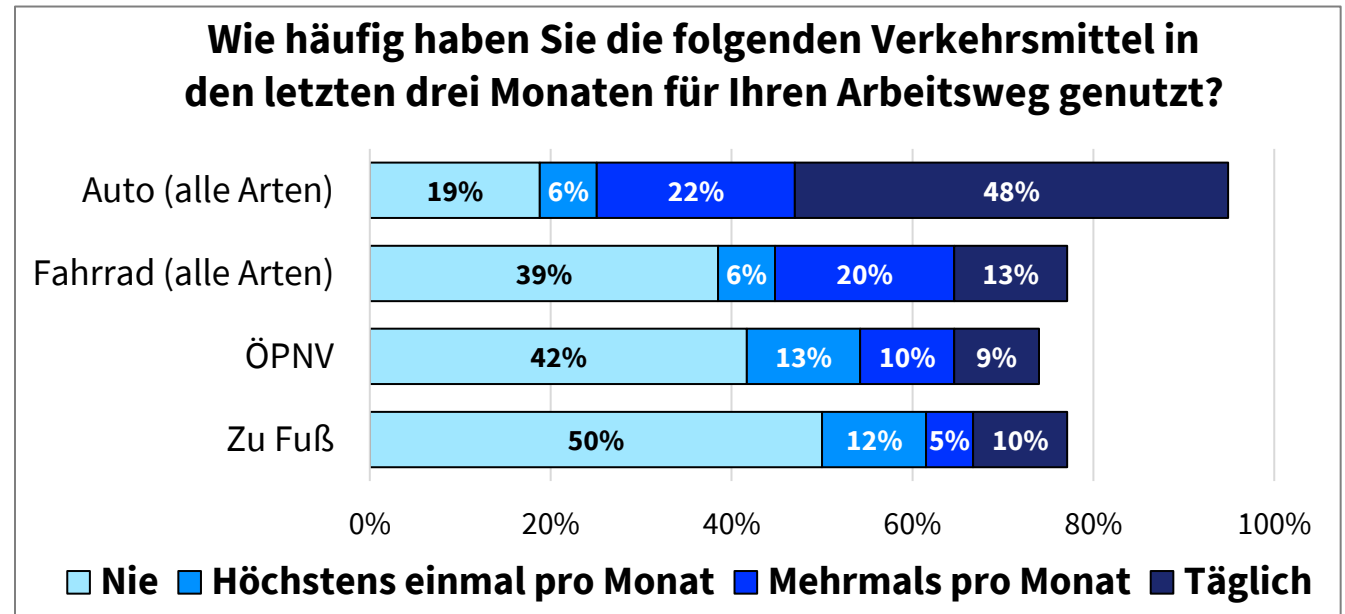
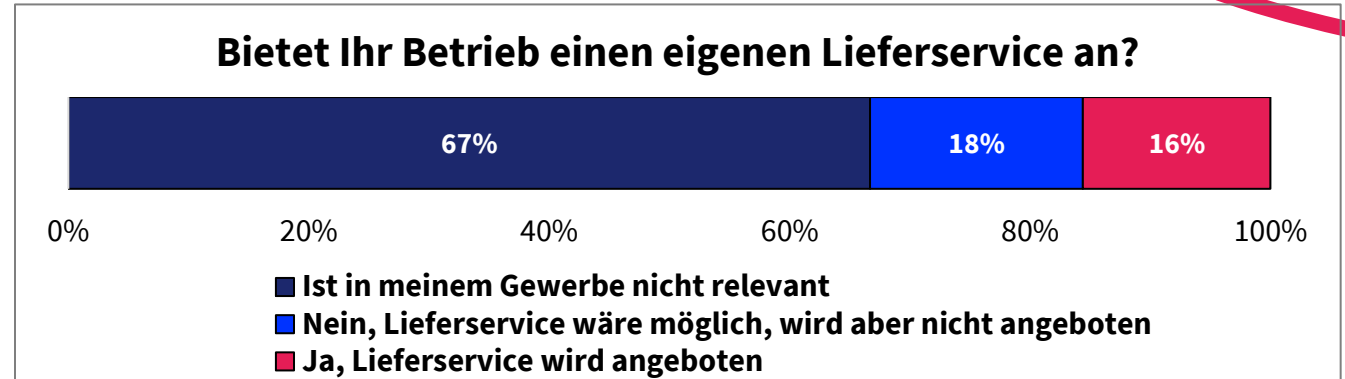
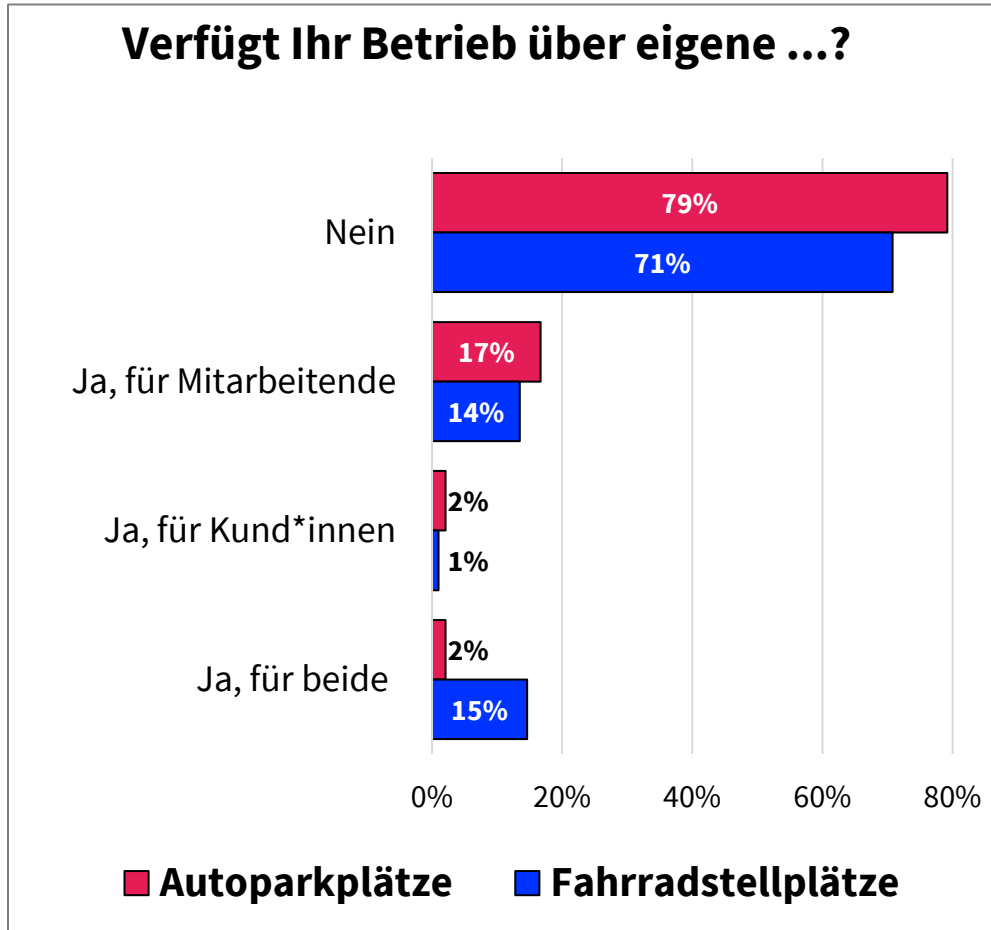
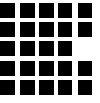


# Übersicht teilnehmende Gewerbe



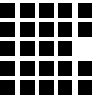
Quelle: Datensatz Gewerbetreibende: vorläufige Ergebnisse.

# Gewerbe und ihre eigene Parkplatzsituation

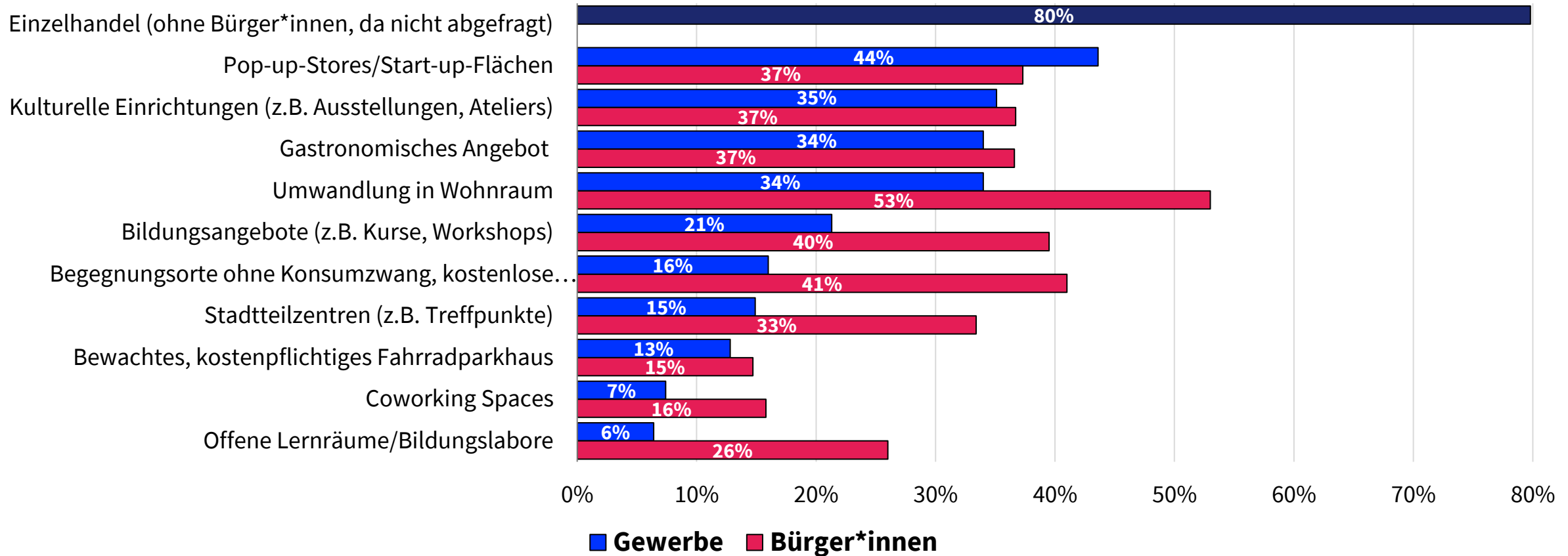


Quelle: Datensatz Gewerbetreibende: vorläufige Ergebnisse.

# Wunschnutzung des Leerstands in der Innenstadt

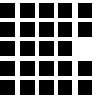


Wenn Sie es zu entscheiden hätten, welche Nutzung würden Sie sich für Leerstände in der Erlanger Innenstadt wünschen? (Mehrfachnennungen)



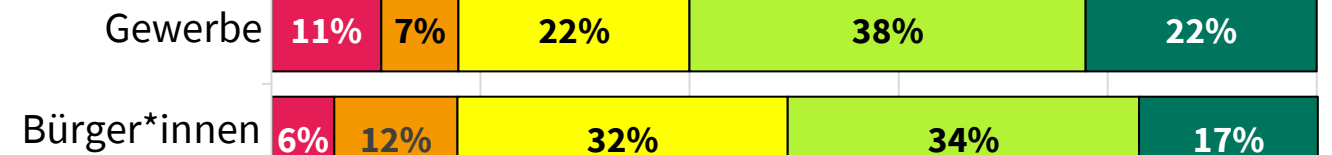
Quelle: Datensatz Gewerbetreibende: vorläufige Ergebnisse.

# Bewertung der Parkplatzneuregelungen am Bohlenplatz

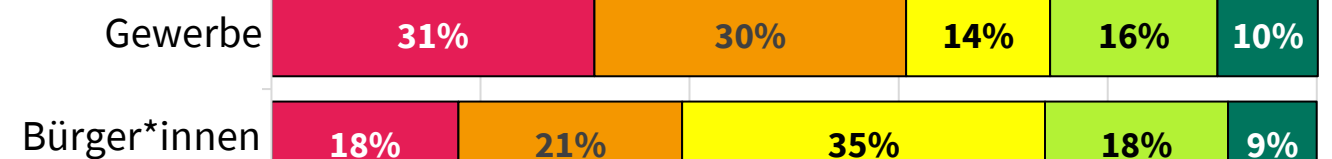


## Wie finden Sie die folgenden Regelungen?

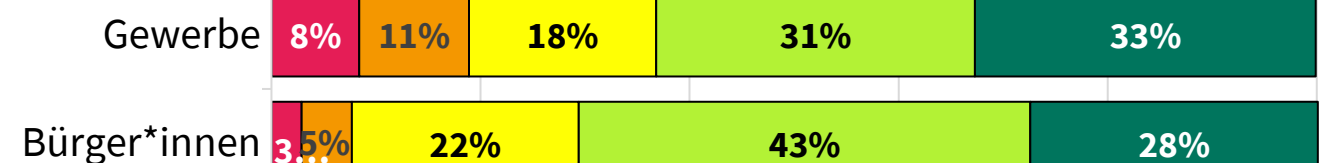
**Gemeinsame Nutzung der Stellplätze sowohl mit Bewohnerparkausweis als auch mit Parkschein**



**Anpassung der maximalen gebührenpflichtigen Parkdauer von 3 auf 2 Stunden**



**Einrichtung von Lieferzonen für sicheres Be- und Entladen für Handwerker, Pflegedienste und Privatpersonen (alle 80m)**



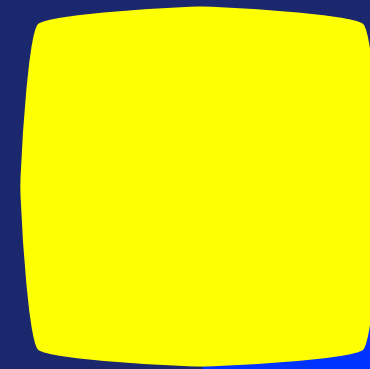
0% 20% 40% 60% 80% 100%

■ Sehr Schlecht ■ Schlecht ■ Egal ■ Gut ■ Sehr Gut

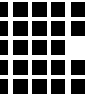
Quelle: Kombidatensatz, nur Erlanger\*innen; Datensatz Gewerbetreibende: vorläufige Ergebnisse.



# Zusammenfassung

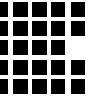


# Zusammenfassung



- Das Fahrrad ist das Verkehrsmittel Nr. 1 in der Erlanger Innenstadt – über alle Altersgruppen hinweg, auch bei Älteren.
- Die Fahrradinfrastruktur wird insgesamt positiv wahrgenommen, die Pkw-Erreichbarkeit der Innenstadt hingegen von vielen eher schlecht.
- Zeitaufwand ist der entscheidende Faktor bei der Verkehrsmittelwahl.
- Autofahrer\*innen geben etwas mehr aus als Radfahrende, sind aber auch im Durchschnitt etwas älter.
- Beim Parken gibt es Konsens bei Lieferzonen – Uneinigkeit bei der Parkzeitbegrenzung.
- Die Wünsche der Bevölkerung richten sich klar auf günstigeren ÖPNV, bessere Radwege und sichere, vom Autoverkehr getrennte Fahrradinfrastruktur – nicht auf mehr Parkplätze.

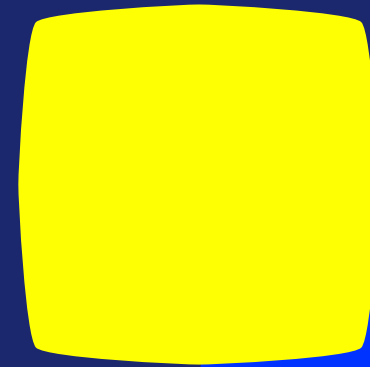
# Zusammenfassung



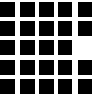
- Die Innenstadt ist vor allem Alltags- und Einkaufsort – aber die Menschen wollen mehr: Atmosphäre, Gastronomie, Begegnungsorte und einen lebendigen Mix aus lokalem Handel und konsumfreien Angeboten.
- Lokaler, inhabergeführter Handel dient als zentrales Kaufmotiv. Das direkte Erleben (Anprobieren, Beratung) ist der klare Vorteil gegenüber dem Onlinehandel.
- Gewerbetreibende und Bürger\*innen sind sich bei Leerständen wenig einig: Während Bürger\*innen Wohnraum und konsumfreie Orte wünschen, setzen Gewerbetreibende klar auf mehr Einzelhandel und Gastronomie.
- **Gesamtbild: Erlangen ist fahrradaffin, innenstadtverbunden und bereit für einen Wandel hin zu mehr Aufenthaltsqualität – vorausgesetzt, der lokale Handel bleibt dabei stark eingebunden.**



# Tiefergehende Ergebnisse der Studierenden



# Übersicht der Poster aus dem Forschungsseminar des Instituts für Soziologie



- **Fahren Studierende in Erlangen mehr Fahrrad als andere Erlanger\*innen?** ([Diana Agorastos](#))
- **Wie beeinflussen Bildungsgrad und Umweltbewusstsein die Wahrscheinlichkeit, ein Radverkehrsmittel für Wege in die Erlanger Innenstadt zu nutzen?** ([Lars Habermann](#))
- **Generationenkonflikt und Verkehrsmittelwahl** ([Alexander Beckstein](#))
- **Wie beeinflusst die wahrgenommene Attraktivität die Besuchshäufigkeit und Ausgaben in der Innenstadt?** ([Saskia Nonnweiler](#))
- **Gibt es Stadtteil- und Erwerbsstatuseffekte in der Wahrnehmung der Erlanger Innenstadt?** ([Hanna Wanke](#))
- **Konsumfreie Leerstandsnutzung als Teilhabechance in der Erlanger Innenstadt** ([Alessa Kolb](#))
- **Kommentare aus den Befragungen** ([Dr. Katrin Drasch](#))

**Danke für die  
Aufmerksamkeit!**



**Stadt Erlangen – Statistik  
und Stadtforschung**

**Dr. Basha Vicari**

(basha.vicari@stadt.erlangen.de)

**Helen Stöhr**

(helen.stoehr@stadt.erlangen.de)

**Gerhard Plietsch**

(gerhard.plietsch@stadt.erlangen.de)

**AGFK Bayern**

**Holger Schmidt**

(holger.schmidt@agfk-bayern.de)

**FAU – Institut für Soziologie**

**Dr. Katrin Drasch**

(katrin.drasch@fau.de)