

Argumente, Fakten & Kommunikationsleitfaden für Städte zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Die **Umgestaltung öffentlicher Räume** und ein **zeitgemäßes Parkraummanagement** sind zentrale Bausteine für **lebenswerte, sichere und zukunftsfähige Städte**. **Innovative Ansätze** eröffnen dabei neue Möglichkeiten, bestehende Strukturen weiterzuentwickeln.

Veränderungen im öffentlichen Raum, etwa die Neuverteilung von Flächen zugunsten des Fuß- und Radverkehrs, Begrünungsmaßnahmen oder die Einführung beziehungsweise Weiterentwicklung der Parkraumbewirtschaftung, stoßen jedoch häufig auf Bedenken und kontroverse Diskussionen. Viele dieser Einwände beruhen auf nachvollziehbaren Sorgen. Gleichzeitig zeigen Erfahrungen aus zahlreichen Städten sowie wissenschaftliche Erkenntnisse, dass sich viele Befürchtungen nicht bestätigen oder durch geeignete Maßnahmen aufgefangen werden können.

Von Städten für Städte

Die Argumente und Fakten wurden auf Basis von Inputs der Pionierstädte sowie einer ergänzenden Literaturrecherche und Analyse von Praxisbeispielen erarbeitet. Häufig geäußerte Argumente werden dabei aus unterschiedlichen Perspektiven betrachtet und anhand von Fakten, Forschungsergebnissen und Erfahrungen aus der Praxis eingeordnet. Die **Argumente und Fakten** sind nach möglichen Perspektiven von **lokaler Wirtschaft, Politik, Anrainer:innen, Stadtbevölkerung sowie Pendler:innen und Anliefernden** gegliedert.

Ergänzend zeigen **Good-Practice-Beispiele**, wie Städte mit ähnlichen Herausforderungen umgehen und welche Ansätze sich in der Praxis bewährt haben. **Leitfäden und weiterführende Literatur** bieten die Möglichkeit, einzelne Themen und Fragestellungen bei Bedarf zu vertiefen.

Ziel ist es, Städte bei der **Kommunikation und Begleitung von Maßnahmen zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement** zu unterstützen. Die Inhalte bieten eine fundierte Grundlage, um häufige Fragen und Einwände aufzugreifen, Missverständnisse auszuräumen und eine sachliche Diskussion zu fördern. Sie richten sich insbesondere an jene, die in Städten für die Planung, Umsetzung und Kommunikation entsprechender Maßnahmen verantwortlich sind.

Aufbauend auf den Argumenten und Fakten enthält das Dokument einen **Kommunikationsleitfaden am Beispiel Parkraummanagement**. Er zeigt, wie innerhalb von Verwaltung und Politik sowie gegenüber der Öffentlichkeit frühzeitig Verständnis, Rückhalt und Akzeptanz für entsprechende Maßnahmen geschaffen werden können. Ein **separates** Word-Dokument enthält zudem **Textbausteine für die praktische Kommunikation**.

Den Abschluss bildet ein **Literaturverzeichnis**, in dem die für die Argumente und Fakten herangezogenen Quellen zusammengestellt sind.

Kontakt:

*Konzept &
Argumente, Fakten*

austriatech
Mobilität in Bewegung

**AustriaTech – Gesellschaft des
Bundes für technologiepolitische
Maßnahmen GmbH**
Raimundgasse 1/6
1020 Wien, Österreich
T +43 1 26 33 444
office@austriatech.at

*Kommunikationsleitfaden &
Textbausteine*

message

**message Marketing- &
Communications GmbH**
Meidlinger Hauptstraße 73/3
1120 Wien
T +43 (1) 893 03 73
message@message.at
message.at

Weitere Informationen zur Mission „Klimaneutrale Stadt“ und zu den Pionierstädten finden sich auf der Website [Klimaneutrale Stadt](http://Klimaneutrale.Stadt) sowie auf der Plattform [Orte von Morgen](http://Orte.von.Morgen).

Wien, 14.09.2026

Argumente und Fakten

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Lokale Wirtschaft könnte einwenden...

„Die autofahrenden Kund:innen sind diejenigen, die viel Geld ausgeben.“

- In österreichischen Innenstädten zeigt sich: **Ein Großteil der Einnahmen kommt durch Nutzer:innen des Umweltverbunds** (Fuß, Rad, Öffi) zustande. In Innsbruck sind es zwei Drittel.¹ In Graz geben vor allem die Fußgänger:innen viel Geld in der Innenstadt aus.²
- Häufig geben die Nutzer:innen des Umweltverbundes pro Einkauf weniger aus, **besuchen Einkaufszonen und Geschäfte jedoch häufiger** und steuern dabei mehr Geschäfte an.^{3,4,5}

„Weniger Parkplätze schaden dem Wirtschaftsstandort.“

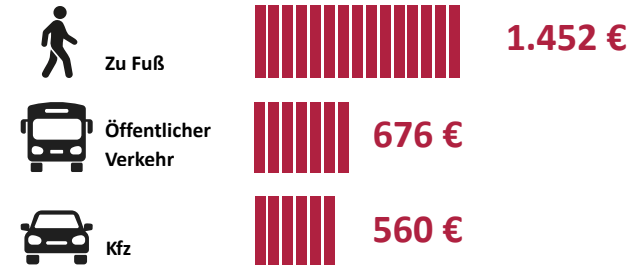
- **Umgestaltete Straßenräume** und aktive Mobilität **erhöhen** in vielen Städten **Umsatz, Kund:innenfrequenz und Standortattraktivität** von Handel und Gastronomie.^{6,7,8}
- Oft wird der **Anteil der mit dem Auto kommenden Kund:innen überschätzt**: In Graz erwarteten Einzelhändler:innen, dass 58 % der Kund:innen mit dem Auto kommen, tatsächlich sind es 32 %.² Dieses Phänomen zeigt sich auch in anderen Städten.⁹

„Betriebe brauchen kostenlose Parkplätze für ihre Kund:innen.“

- **Reguliertes Parken** erhöht die Chance, dass **Kund:innen tatsächlich einen Parkplatz vor dem Geschäft finden**. Denn ohne Parkraummanagement werden diese Stellplätze häufig von Langzeitparkenden belegt.¹⁰
- Freiwerdende Parkplätze können als Schanigärten, zur Begrünung und für andere Zwecke verwendet werden und zu **lebhafteren Geschäftsstraßen** führen.¹¹

Fußgänger:innen geben in Graz am meisten Geld aus

Ausgaben pro Verkehrsmittel pro Jahr



Aus: Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt²

Durch Regulierung kann die **Auslastung** von Parkplätzen in Geschäftsstraßen um

32%

sinken und Kund:innen so **leichter Parkplätze finden**.

Aus: VCÖ-Factsheet: Mit Parkplatzmanagement Verkehr nachhaltig steuern¹⁰

69-85%

der Kund:innen kommen in **Graz und Innsbruck nicht** mit dem Auto, sondern zu Fuß, mit dem Rad oder mit öffentlichen Verkehrsmitteln.

Aus: Stadt Innsbruck Mobilität und Kaufkraft¹; Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt²

Argumente und Fakten

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Politiker:innen könnten einwenden...

„Ich bin besorgt, wie die Bevölkerung darauf reagieren wird.“

- Studien und Umfragen aus Graz, Wien und Innsbruck zeigen: Die Bevölkerung wünscht sich vor allem **mehr Grünflächen, Bäume, Aufenthaltsqualität, Platz für Fußgänger:innen und Verkehrsberuhigung**. Parkplätze oder Stellflächen spielen hingegen nur eine **untergeordnete Rolle**.^{1,2,3}
- Vor der Einführung von Parkraumbewirtschaftung ist der Widerstand meist höher, **nach der Umsetzung steigt die Akzeptanz**. In einer Wiener Vorher-Nachher-Studie stieg die Zustimmung bei Wiener:innen von 46 % auf 67 %, bei Nicht-Wiener:innen von 16 % auf 40 %.⁴

„Umgestaltungen kosten zu viel Geld.“

- Parkplätze** kosten ebenfalls **viel Geld**: Ein Parkplatz im öffentlichen Raum kostet in der Errichtung rund. **8.000 €**, hinzu kommen 86 € Betriebskosten pro Stellplatz pro Jahr.^{5,6}
- Umgestaltungen führen zu **Wertschöpfung** und **Umsatzsteigerungen** für den lokalen Handel und die Gastronomie^{7,8,9} und können auch zu direkten **Einnahmen für Gemeinden** führen.¹⁰ Temporäre Umgestaltungen können zudem **schnell** und **kostengünstig** umgesetzt werden.

„Der Verkehr wird sich nur verlagern und an anderer Stelle zu Stau und Parkplatzsuchverkehr führen.“

- Beim Rückbau von Straßen und Parkflächen **findet** ein Teil des Autoverkehrs **nicht mehr statt** und verlagert sich auch nicht automatisch auf andere Straßen.^{11,12}
- Der **Parkplatzsuchverkehr** kann durch Anrainer:innenparken sogar reduziert werden. In Wien reduzierte die flächendeckende Einführung des Parkpickerls die Auslastung in zwei Bezirken um 12 % bis 20 %.¹³

Die Stadtbevölkerung will mehr Grün

Parkplätze sind der Mehrheit nicht so wichtig



Mehr
Bäume &
Grünflächen



Aus: Market im Auftrag von DER STANDARD¹⁴



Mehr
Parkplätze



Aus: Stadt Innsbruck Mobilität und Kaufkraft²

Kosten für 10 Parkplätze = ca. 100.000 €



Kosten für 5 Bäume = ca. 100.000 €



Aus: Policy Lab - Erhebung zu Stellplatzkosten⁵

Nach Einführung der flächendeckenden
Parkraumbewirtschaftung in Wien stieg die Akzeptanz
um

21-24%

verglichen zu vor der Umsetzung.

Aus: COST 342, 2005⁴

Argumente und Fakten

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Anrainer:innen könnten einwenden...

„Parkgebühren sind Abzocke.“

- Die Gebühren für das Abstellen privater Pkws auf öffentlichen Flächen sind **in Österreich** im internationalen Vergleich **niedrig**. Während eine Stunde Parken in Amsterdam 7,80 € und in Stuttgart 5,50 € kostet, beträgt die Gebühr in Wien lediglich 3,40 €. ^{1,2,3}
- Manche Städte verwenden Einnahmen aus Parkgebühren, um lokale nachhaltige Mobilitätsangebote und die Aufwertung öffentlicher Räume mitzufinanzieren. ^{5,6}

„Jetzt weichen bestimmt alle auf Nebenstraßen aus.“

- Eine aliquote **Verlagerung des Verkehrs** in Nebenstraßen **bestätigt sich in der Regel nicht**. Das zeigen Beispiele aus verschiedenen Städten. ⁷

„Parkgebühren sind sozial ungerecht.“

- Im untersten Einkommensquartil besitzen **44 % der Haushalte kein Auto**. Höhere Parkgebühren treffen daher eher Haushalte in höheren Einkommensquartilen mit zwei oder mehr Autos. Zugleich sind Menschen mit niedrigerem Einkommen stärker von Verkehrseffekten wie Luftverschmutzung und Lärm betroffen. ⁸
- Durch Parkraumbewirtschaftung **finden Anrainer:innen und Personen**, die tatsächlich auf ihr Auto angewiesen sind, **leichter einen Parkplatz**. ⁴
- Ein Privatauto dient in österreichischen Städten bis zu **95 Prozent dem Parken** und nicht dem Fahren. ⁹

Durch flächendeckende Parkraumbewirtschaftung kann die durchschnittliche

Parksuchdauer von

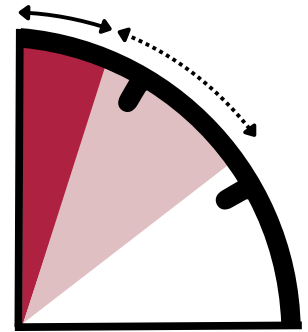
9 Minuten

auf

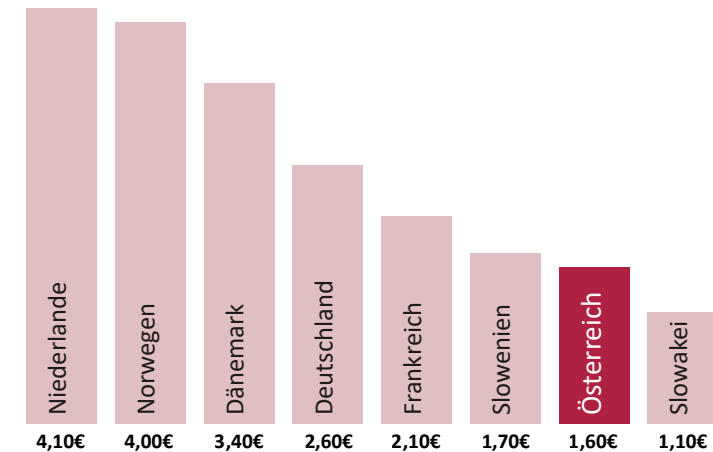
3 Minuten

sinken.

Aus: Parkraumbewirtschaftung Nutzen und Effekte. ⁴



Die **Parkbepreisung in Österreich** ist im internationalen Vergleich **niedrig**



Durchschnittliche Kosten/Stunde

Aus: EasyPark: Cheapest countries to park in. Parking Network ¹⁰

Argumente und Fakten

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Stadtbevölkerung könnte einwenden...

„Wie soll ich jetzt Einkäufe und große Gegenstände transportieren?“

- Parkraumbewirtschaftung bedeutet **kein Parkverbot**, sondern klare Regelungen wie zeitliche Begrenzungen oder Gebühren. Der Transport von Einkäufen und großen Gegenständen kann nach wie vor erfolgen.
- **Sperrige Transporte** stellen im Alltag **die Ausnahme** dar. Es ist daher ineffizient, den öffentlichen Raum vor allem an diese Ausnahmefälle auszurichten.¹

„Ich bin mobilitäts-eingeschränkt und bin auf mein Auto angewiesen.“

- Für Menschen mit Mobilitätseinschränkungen stehen Ausnahmeregelungen und **speziell reservierte Parkplätze** zur Verfügung.²
- Infolge von Parkraumbewirtschaftung werden Stellplätze für mobilitätseingeschränkte Personen **leichter zugänglich und besser nutzbar**.³

„Ich fahre seit 30 Jahren mit dem Auto in der Stadt und will keine Schikane.“

- In der Vergangenheit wurde stark in Autoverkehr investiert. Heute rücken **nachhaltigere Mobilitätsformen** stärker in den Fokus, weil sie der Lebensrealität vieler Bürger:innen entsprechen.⁴
- Durch Einführung einer flächendeckenden Parkraumbewirtschaftung können **schneller Parkplätze gefunden werden**.³
- Parken muss nicht ausschließlich im öffentlichen Raum stattfinden, **private Parkgaragen** sind ebenfalls Teil des Angebots.

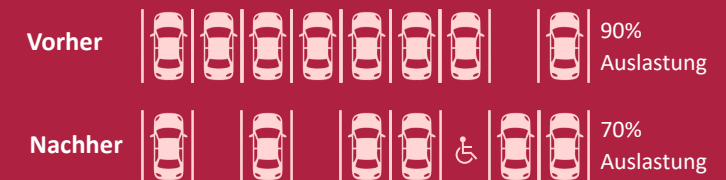
Immer weniger Wege werden in der Stadt mit dem PKW zurückgelegt.



Aus: Wiener Stadtwerke- Modal Split 2024 ⁷

Diese geänderte Realität spiegelt sich durch Maßnahmen im öffentlichen Raum wieder.

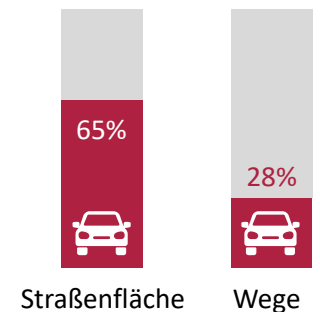
Parkraumbewirtschaftung reduziert die Auslastung von Parkplätzen. So können **Alle**, die einen Parkplatz brauchen, leichter einen finden.



Aus: Ausweitung der Parkraumbewirtschaftung in Wien ⁶

Über **65%** der Straßenfläche in Wien werden für den **Autoverkehr** oder das **Parken** benutzt, obwohl nur **28%** der Wege mit dem Auto zurückgelegt werden.

Aus: STEP 2025: Stadtentwicklungsplan Wien ⁵



Argumente und Fakten

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Pendler:innen

könnten einwenden...

„Wo soll ich jetzt parken, wenn meine Arbeit hier ist?“

- Parkraummanagement wird idealerweise gemeinsam mit **Betrieblichem Mobilitätsmanagement** umgesetzt. Arbeitgeber:innen unterstützen ihre Beschäftigten bei der Wahl nachhaltiger Verkehrsmittel beispielsweise durch Jobtickets, Jobrad, Mobilitätsbudgets, Fahrgemeinschaften oder Shuttle-Angebote.²
- Mobilitätsformen wie Fahrrad, E-Bike, Öffis oder die **Kombination des Autos mit anderen Mobilitätsformen** werden oft unterschätzt und nicht ausreichend geprüft, obwohl sie in vielen Fällen gute Alternativen darstellen.³
- Der **öffentliche Raum reicht nicht aus**, um überall und für Alle kostenlose Parkplätze direkt am Arbeitsplatz bereitzustellen.

Arbeitswege können auch in Kombination mit anderen Verkehrsmitteln zurückgelegt werden



50% aller großen Arbeitsplatzstandorte in Österreich haben eine gute bis sehr gute ÖV-Anbindung



95% aller großen Arbeitsplatzstandorte in Österreich haben eine Basiserschließung durch den ÖV

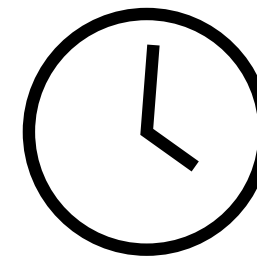
Aus: ÖV-Erreichbarkeit großer Arbeitsplatzstandorte in Österreich¹

Anliefernde

könnten einwenden...

„Anlieferungen werden komplizierter, länger und daher kostenintensiver.“

- Eine faire Neuaufteilung des öffentlichen Raums kann dem **Anlieferverkehr mehr Platz** geben. Suchverkehr von Anliefernden lässt sich reduzieren, etwa durch digitale Tools, spezielle Berechtigungen oder zusätzliche Ladezonen auf neu gewonnenen Flächen.^{3,4,5}
- Lieferzonen können mit Ladeinfrastruktur für Elektrofahrzeuge kombiniert werden. Dadurch können Be- und Entladevorgänge mit dem Aufladen des E-Fahrzeuges verbunden und Unternehmen beim **Umstieg auf elektrische Lieferfahrzeuge** unterstützt werden.⁶



Lieferant:innen verbringen heutzutage bereits bis zu einer Stunde pro Tag mit der Suche nach freien Ladezonen.

Mehr gewidmete Ladezonen erleichtern das Finden von Plätzen zum Be- und Entladen.

Aus: Delivery vehicles waste a lot of time searching for parking. Cities can fix that⁵

Good Practice Beispiele

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Masterplan Innenstadt Dornbirn

Die Innenstadt von Dornbirn wird im Rahmen des „Masterplan für die Innenstadt“ schrittweise umgestaltet. Öffentliche Räume werden aufgewertet und die Aufenthaltsqualität verbessert. Ziel ist es, die **Innenstadt als Einkaufs-, Arbeits- und Aufenthaltsort attraktiver** zu machen.

Das Beispiel verdeutlicht, wie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen Raums dazu beitragen kann, die **Besucher:innenfrequenz und Verweildauer zu erhöhen** und damit den lokalen Einzelhandel zu stärken.

Quelle: Stadt Dornbirn (Hrsg.) (2026): Unser Masterplan für die Innenstadt. Dornbirn. https://innenstadt.dornbirn.at/fileadmin-newsportal/user_upload/Masterplan_Broschuere_druck_Opt.pdf

Umgestaltung Promenadenring in St. Pölten

Der Promenadenring in St. Pölten wird schrittweise neugestaltet und verkehrlich neu organisiert. Durch die Reduktion des Durchzugsverkehrs im Stadtzentrum wird das **Verkehrsaufkommen gezielt verringert**, wodurch Busse verlässlicher verkehren und die Erreichbarkeit verbessert wird.

Das Beispiel zeigt, dass eine Neuorganisation des Verkehrs nicht zwangsläufig zu mehr Stau an anderer Stelle führt, sondern insgesamt die **Erreichbarkeit verbessern** und den Umstieg auf **öffentliche Verkehrsmittel fördern** kann.

Quelle: St. Pölten (Hrsg.) (2023): Der neue Promenadenring – Projektzeitung, Ausgabe 1. St. Pölten. https://www.st-poelten.at/images/230214_PROM_Projektzeitung1_low.pdf

Neugestaltung des Bozner Platzes in Innsbruck

Der Bozner Platz in Innsbruck wurde neugestaltet und als attraktiver öffentlicher Aufenthaltsraum aufgewertet. Durch neue Sitzmöglichkeiten, eine hochwertige Gestaltung und mehr Platz zum Verweilen entstand ein **lebendiger Treffpunkt für die Stadtbevölkerung**.

Das Beispiel zeigt, wie die Umgestaltung öffentlicher Räume die **Aufenthaltsqualität erhöhen** und einen Platz zu einem beliebten Ort für **Begegnungen** im Alltag machen kann.

Quelle: Innsbruck (2026): Neugestaltung Bozner Platz. <https://presse.innsbruck.gv.at/news-bozner-platz-wird-zur-piazza?id=234374&menuid=0&l=deutsch>

Begleitprozess Parkraumkonzept Mödling

Mit dem neuen Parkraumkonzept schafft die Stadt Mödling einheitliche Parkregelungen, um den Parkdruck in der Innenstadt zu reduzieren. Mehr als **500 Rückmeldungen** von Bürger:innen sind in die Planung eingeflossen und das Konzept wurde laufend evaluiert.

Zu den zentralen Maßnahmen zählen einheitliche, **gebührenpflichtige Kurzparkzonen** mit maximaler Parkdauer von drei Stunden, **Ausnahmebewilligungen für Anrainer:innen**, der Erhalt der gebührenfreien Mittagspause sowie 15 Minuten kostenfreies Halten.

Quelle: Stadtgemeinde Mödling. (2026). Parkraumkonzept Mödling: Bürger:inneninformation – 14.1.2026. Stadtgemeinde Mödling. <https://www.moedling.at/system/web/GetDocument.ashx?cts=1768393628&fileId=3604498&nCd=1>

Regional abgestimmtes Parkraummanagement

In mehreren Vorarlberger Gemeinden wurde ein regional abgestimmtes Parkraummanagement eingeführt, bei dem der öffentliche Parkraum systematisch bewirtschaftet wird. Ziel ist es, Stellflächen effizient zu nutzen, Dauerparkende auf geeignete Standorte zu lenken und den öffentlichen Verkehr, Radverkehr sowie Carsharing-Angebote zu stärken.

Das Beispiel zeigt, dass **konsequentes Parkraummanagement** die **Verfügbarkeit von Parkplätzen verbessert**, den **Parksuchverkehr reduziert** und den Umstieg auf **umweltfreundliche Mobilitätsformen fördern** kann.

Quelle: Bundesministerium für Innovation, Mobilität und Infrastruktur (BMIMI) (o. J.): Regionales Parkraummanagement. <https://www.bmimi.gv.at/themen/mobilitaet/mobilitaetsmanagement/staedte/parkraum.html>

Parkraumbewirtschaftung Salzburg 2026–2036

Mit dem Parkraumkonzept 2026–2036 setzt die Stadt Salzburg auf ein gezieltes Parkraummanagement, um die Verfügbarkeit von **Stellflächen** unter anderem für **gewerbliche Nutzungen zu verbessern**. Durch die Reduktion von Dauerparkenden und Parksuchverkehr werden öffentliche Flächen effizienter genutzt und flexibler für unterschiedliche Anforderungen wie den Wirtschaftsverkehr bereitgestellt.

Das Beispiel zeigt, dass eine **strategische Steuerung des Parkraums** den **Wirtschaftsverkehr unterstützen**, Nutzungskonflikte im öffentlichen Raum verringern und die Aufenthaltsqualität im Stadtgebiet erhöhen kann.

Quelle: Salzburg (2026): Parkraumkonzept der Stadt Salzburg. Presseaussendung vom 28. April 2026. <https://www.stadt-salzburg.at/presseaussendungen-2026/parkraumkonzept-der-stadt-salzburg>

Leitfäden zum Weiterlesen

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



Praxishandbuch Transformation öffentlicher Mobilitätsräume

Das „Praxishandbuch Transformation öffentlicher Mobilitätsräume“ bündelt Erkenntnisse aus Forschung und Praxis zur Umgestaltung von Straßen- und Mobilitätsräumen im österreichischen Kontext. Es begleitet Kommunen und Planende durch alle Phasen eines Transformationsprozesses, von der Ideenfindung über Planung und Umsetzung bis hin zur Evaluierung. Dabei behandelt das Handbuch rechtliche Rahmenbedingungen, Beteiligungsprozesse, Methoden und Instrumente sowie nationale und internationale Praxisbeispiele. Ziel ist es, öffentliche Räume klimaresilienter, sicherer und lebenswerter zu gestalten und nachhaltige Mobilitätsformen zu fördern.

Quelle: Trans|formator:in. (2025). *Praxishandbuch Transformation öffentlicher Mobilitätsräume*. Österreich. https://cdn.unipress-graz.com/open-access/978-3-903484-10-8/Fetka-Berger_2023_Praxishandbuch-Transformation-oeffentlicher-Mobilitaetsraeume.pdf



Parkraumbewirtschaftung – Nutzen und Effekte

Die Broschüre „Parkraumbewirtschaftung – Nutzen und Effekte“ des Deutschen Institut für Urbanistik zeigt auf, wie Parkraumbewirtschaftung zur Steuerung des Verkehrs und zur Umgestaltung öffentlicher Räume beitragen kann. Sie erläutert die Auswirkungen auf Verkehrssicherheit, Aufenthaltsqualität, Klimaschutz, Einzelhandel und kommunale Finanzen und gibt Hinweise zur Planung und Umsetzung entsprechender Maßnahmen. Besonderes Augenmerk liegt auf den Potenzialen für Klein- und Mittelstädte. Die Publikation richtet sich insbesondere an Kommunalverwaltungen und politische Entscheidungsträger:innen.

Quelle: Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH (difu) (2016). *Parkraumbewirtschaftung – Nutzen und Effekte*. Berlin. <https://repository.difu.de/server/api/core/bitstreams/a030f657-30e6-47d9-aa01-fd8fedd4f182/content>



Parkraummanagement erfolgreich kommunizieren

Der Kommunikationsleitfaden „Parkraummanagement erfolgreich kommunizieren“ unterstützt Kommunen dabei, Maßnahmen des Parkraummanagements verständlich, transparent und zielgruppengerecht zu vermitteln. Er zeigt auf, wie Verwaltungen Kommunikationsstrategien entwickeln, relevante Akteursgruppen einbinden und typische Konflikte konstruktiv begleiten können. Im Mittelpunkt stehen praxisnahe Empfehlungen für eine frühzeitige Beteiligung, eine verständliche Darstellung von Zielen und Nutzen sowie eine wirksame Öffentlichkeitsarbeit. Ziel des Leitfadens ist es, die Akzeptanz für Parkraummanagement zu erhöhen und Veränderungsprozesse erfolgreich zu gestalten.

Quelle: Kompetenznetz Klima Mobil (2025): *Parkraummanagement erfolgreich kommunizieren. Ein Kommunikationsleitfaden*. https://www.klimaschutz-bewegt.de/wp-content/uploads/KKM_Kommunikationsleitfaden_2025.pdf



Parkraummanagement lohnt sich!

Leitfaden für Kommunikation und Verwaltungspraxis

Der Leitfaden „Parkraummanagement lohnt sich!“ zeigt auf, wie Kommunen den ruhenden Verkehr gezielt steuern und öffentlichen Raum neu verteilen können. Im Mittelpunkt stehen Instrumente der Parkraumbewirtschaftung, die Reduzierung des Parksuchverkehrs sowie die Umwidmung von Flächen zugunsten von Fußverkehr, Radverkehr und öffentlichem Verkehr. Darüber hinaus bietet die Publikation praxisnahe Hinweise zu Kommunikation, Beteiligungsprozessen und verwaltungsinternen Abläufen, um die Einführung von Parkraummanagementmaßnahmen erfolgreich zu gestalten.

Quelle: Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH (difu) (2019). *Parkraummanagement lohnt sich! Leitfaden für Kommunikation und Verwaltungspraxis*. Berlin. https://www.agora-verkehrswende.de/fileadmin/Projekte/2017/Parkraummanagement/Parkraummanagement-lohnt-sich_Agora-Verkehrswende_web.pdf

Kommunikationsleitfaden zum Parkraummanagement



1 Planung & Zieldefinition

Kommunikationsaufgabe:

- Frühzeitig transparent machen, warum die Stadt den ruhenden Verkehr neu ordnet: Aufenthaltsqualität, Verkehrssicherheit, Klimaziele und faire Raumverteilung
- Vermitteln, dass Parkraumbewirtschaftung kein Parkverbot ist, sondern eine geregelte, faire Neuverteilung des öffentlichen Raums
- Zeithorizonte und Wirkungszeiträume realistisch einordnen
- Sichtbar machen, dass die politische Spitze hinter der Maßnahme steht – wichtig, weil Parkraumthemen erfahrungsgemäß schnell zu emotional aufgeladenen Symbolthemen mit hoher medialer Aufmerksamkeit werden.

Zu klären / beachten:

- Ist die Datengrundlage (Parkraumauslastung, Kosten pro Stellplatz, Modal Split, Zufriedenheitswerte) erhoben und für die Kommunikation aufbereitet? Können wir Daten aus vergleichbaren Städten/anderen Stadtvierteln glaubhaft verwenden?
- Ist eine erste Stakeholder- und Konfliktkarte erstellt: Wer ist wie stark betroffen, wer ist die lauteste Stimme, wer die stille Mehrheit?
- Ist klar, wie stark der Bezug zum Klimafahrplan bzw. zu den Zielen der Stadt dokumentiert und kommuniziert werden soll?

Primäre Zielgruppen:

- Politik (Bürgermeister:in, zuständige Stadträt:innen, Gemeinderat als Auftraggeber:innen der Strategie)
- Magistrats- bzw. Geschäftsdirektion / Verwaltungsleitung sowie Fachabteilungen Verkehrsplanung, Stadtplanung und Parkraumüberwachung
- Lokale Wirtschaft, Handel und Gastronomie (früh das Gespräch suchen, um Sorgen vor Umsatzeinbußen sachlich zu begegnen, da hier erfahrungsgemäß der stärkste Widerstand entsteht)
- Anrainer:innen und Bezirks- bzw. Grätzlervertretungen (erste Sensibilisierung)
- Stadtkommunikation / Pressestelle (interne Sprachregelung)

Geeignete Formate:

- Kompaktes Faktenpapier für die politische Spitze (Kosten pro Stellplatz, Auslastungszahlen, Vergleichsstädte)
- Interne Auftaktrunde mit den Fachabteilungen
- Ausgangsanalyse als Diskussionsgrundlage (z. B. Parkraumerhebung, Befragung zum Mobilitätsverhalten)
- Erste Sensibilisierungskommunikation über bestehende Kanäle (Bezirkszeitung, Website, Newsletter), ohne konkrete Maßnahmen vorwegzunehmen
- Frühzeitiger, moderierter Dialog mit Wirtschaftsvertretungen (Wirtschaftskammer, City-Marketing)

Typischer Call-to-Action an Zielgruppen:

„Bringen Sie Ihre Erfahrungen und Anliegen frühzeitig ein – wir hören zu, bevor wir planen.“

Kommunikationsleitfaden

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



2 Konzeptentwicklung & Beschlussfassung

Kommunikationsaufgabe:

- Konzept, Zonen, Gebührenmodell und Zeitplan nachvollziehbar erklären
- Nutzen für unterschiedliche Zielgruppen konkret machen (nicht nur das Klimaargument, sondern auch: leichter einen Parkplatz finden, mehr Aufenthaltsqualität, faire Verteilung des öffentlichen Raums)
- Verbreitete Mythen aktiv entkräften, mit Fakten statt Behauptungen
- Beteiligung sichtbar machen, bevor der Beschluss fällt

Zu klären / beachten:

- Wie werden Zonenabgrenzung, Gebührenhöhe und Ausnahmeregelungen festgelegt / begründet und kommuniziert?
- Ist die Datenlage zu Kosten und Nutzen die aktuellste und so aufbereitet, dass Vergleiche möglich sind, etwa zu alternativen Investitionen wie Begrünung (z.B. Baumpflanzungen und Pflege)?
- Gleiches gilt für Zahlen zu Auslastung und Parksuchverkehr, die durch Regulierung sinken.
- Ist ein Beteiligungsformat für Anrainer:innen und Handel vorgesehen, das auch sichtbar angekündigt und im Anschluss dokumentiert wird?
- Wie wird mit erwartbarem Widerstand vor der Umsetzung umgegangen – wissend, dass die Akzeptanz erfahrungsgemäß erst nach der Einführung steigt? Welche Positiv-Beispiele und Erfolgsmodelle lassen sich gut auf die aktuelle Situation umlegen?

Primäre Zielgruppen:

- Politik (Beschlussfassung; braucht belastbare Argumente, Speaker Notes, vorbereitete Antworten auf kritische Fragen)
- Verwaltung: Verkehrsplanung, Rechtsabteilung, Parkraummanagement
- Anrainer:innen und Bezirksvertretungen
- Lokale Wirtschaft, Handel und Gastronomie: die Schlüsselgruppen, deren Umsatzsorgen aktiv zu adressieren sind
- Menschen mit Mobilitätseinschränkungen und deren Vertretungen
- Pendler:innen und Beschäftigte, insbesondere wenn Parkplätze im Arbeitsumfeld betroffen sind
- Medien (Einordnung des politischen Beschlusses – Erklärung der Kriterien, nicht nur des Ergebnisses)

Geeignete Formate:

- Öffentliche Informationsveranstaltungen und Bürger:innendialoge in den betroffenen Grätzeln
- Infografiken und Schaubilder (Zonenpläne, Vorher-Nachher-Vergleiche, Kostenvergleiche)
- Argumentationshilfen bzw. Q&A-Paper gegen typische Einwände (für Politik und Mitarbeitende mit direktem Bürger:innenkontakt wie Parkraumüberwachung, Stadtservice-Hotlines, Infoveranstaltungen etc.)
- Runder Tisch mit Handel, Gastronomie und Wirtschaftskammer
- Pressekonferenz bzw. Hintergrundgespräche im Vorfeld der Beschlussfassung
- Website-Themenseite mit FAQs

Typischer Call-to-Action an Zielgruppen:

„Informieren Sie sich über das Konzept, stellen Sie Ihre Fragen – und gestalten Sie die Umsetzung in Ihrem Grätzel mit.“

Kommunikationsleitfaden

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



3 Pilotierung & Umsetzung

Kommunikationsaufgabe:

- Die Umstellung im Alltag begleiten: Wo gilt was, ab wann, wie funktionieren Bezahlung und Ausnahmen?
- Sicherstellen, dass Betroffene die neuen Regelungen im Alltag auch nutzen können: mit Parkausweisen, Ausnahmegenehmigungen und digitalen Tools
- Sichtbare Verbesserungen kommunizieren, ohne Anlaufschwierigkeiten zu verschweigen
- Externe Gruppen wie Anliefernde, Pendler:innen und Besucher:innen aktiv einbinden

Zu klären / beachten:

- Sind alle „praktischen“ Informationen (Beschilderung, Geltungsbereich, Ausnahmen, Bezahlungsmöglichkeiten) verständlich und barrierefrei verfügbar?
- Gibt es eine niederschwellige Anlaufstelle für Fragen und Beschwerden?
- Ist die Anlieferung mitgedacht (Lade- und Lieferzonen)?
- Wie werden positive Effekte – Auslastung, Parksuchverkehr, Verkehrssicherheit – zeitnah erhoben und kommuniziert?
- Wird mit der Lernphase und mit Übergangsschwierigkeiten offen umgegangen, statt nur Erfolge zu zeigen?

Primäre Zielgruppen:

- Anrainer:innen (operative Nutzung: Parkausweise, Ausnahmeregelungen)
- Lokale Wirtschaft, Handel, Gastronomie und Anliefernde
- Pendler:innen und Beschäftigte
- Menschen mit Mobilitätseinschränkungen
- Parkraumüberwachung (interne Abstimmung, einheitliche Kommunikation nach außen)
- Politik (laufendes Reporting)
- Medien und Stadtbevölkerung allgemein

Geeignete Formate:

- Vor-Ort-Information: Info-Points, Folder, Beschilderung, digitale Parkleitsysteme (z.B. nach dem Beispiel Krems)
- Digitale Services: Online-Antrag für Parkausweise und Ausnahmen, Info-Website, App für Kurzparken
- Lokale Medienarbeit und laufende Updates über Website und Newsletter zu Meilensteinen
- Direkte Ansprache von Handel, Gastronomie und Anliefernden, etwa Infoschreiben zu neuen Ladezonen; parallele Informationen über Interessensvertretungen
- Leicht zugängliche Feedbackkanäle: Hotline, E-Mail-Adresse, Beschwerdemanagement
- Zwischenbilanz nach den ersten Monaten: mit Zahlen, Beispielen und offenen Punkten

Typischer Call-to-Action an Zielgruppen:

„Nutzen Sie die neuen Regelungen und Services – und lassen Sie uns wissen, was gut funktioniert und wo es noch hakt.“

Kommunikationsleitfaden

zur Umgestaltung öffentlicher Räume und zum Parkraummanagement



4 Evaluierung & Verstetigung

Kommunikationsaufgabe:

- Die Wirkung der Parkraumbewirtschaftung nachvollziehbar belegen: Auslastung, Parksuchverkehr, Aufenthaltsqualität, Umsatzentwicklung im Handel
- Anhand der Auslastungs- und Rückmeldedaten prüfen, wo Zonen, Gebühren oder Ausnahmeregelungen nachjustiert werden müssen, und dies öffentlich machen
- Die zunächst oft als Pilotprojekt eingeführte Parkraumbewirtschaftung dauerhaft in Verwaltung und Stadtbild verankern, statt sie als vorübergehende Ausnahme erscheinen zu lassen

Zu klären / beachten:

- Werden Wirkungskennzahlen eingängig dargestellt? Etwa Rückgang der Auslastung, Reduktion der Parksuchdauer in Minuten, Verwendung der Einnahmen für andere Maßnahmen wie Ausbau aktiver Mobilität und Aufenthaltsqualität?
- Gibt es eine Verständigung mit Handel und Gastronomie, wie z.B. Umsatzzahlen kommuniziert werden, ob Einschätzungen und Erwartungen zutreffend waren oder vielleicht übertroffen wurden?
- Wie wird mit notwendigen Nachjustierungen umgegangen?
- Werden die Ergebnisse und Erkenntnisse so aufbereitet, dass andere Stadtteile oder Städte davon lernen können?

Primäre Zielgruppen:

- Politik (Verstetigungsentscheidung, Erfolgsgeschichte für die eigene Erzählung)
- Verwaltungsleitung und Fachabteilungen
- Lokale Wirtschaft, Handel und Gastronomie
- Anrainer:innen und Stadtbevölkerung
- Medien (lokal, ggf. überregional und Fachpresse)
- Andere Pionierstädte, Bundesebene und Fachöffentlichkeit (Wissenstransfer)

Geeignete Formate:

- Wirkungsbericht bzw. Kennzahlen-Dashboard mit Vorher-Nachher-Vergleich (auf Website, aufbereitet für Medien etc.)
- Erfahrungsberichte aus Handel, Anrainer:innenschaft und Verwaltung
- Formate für Social Media und vor Ort, z.B. Postingserie mit Grafiken aus dem Dashboard, Vorher-Nachher-Visualisierungen des öffentlichen Raums, Clips mit O-Tönen von Anrainer:innen oder Handel
- Wissenstransfer und Good-Practice-Austausch mit anderen Städten (Städtehub, Vernetzungstreffen etc.)
- Fachartikel und Vorträge zu Kommunalpraxis und Mobilitätsforschung

Typischer Call-to-Action an Zielgruppen:

„Sehen Sie sich an, was die Neuordnung des öffentlichen Raums bewirkt – und lassen Sie uns wissen, was gut funktioniert und wo noch Verbesserungsbedarf besteht.“

Literaturverzeichnis



Quellen Argumente und Fakten Lokale Wirtschaft

- ¹ Spectra Marktforschungsgesellschaft mbH, & Baumann, C. (2022). *Stadt Innsbruck Mobilität und Kaufkraft*. https://www.innsbruck.gv.at/Resources/Persistent/9e8ca80bf6669fe326af4abf8420c2c8f259ab35/Mobilitaet_Report.pdf
- ² Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt. (2025). In *Zentrum Für Aktive Mobilität, Stadt Graz, WKO Steiermark* [Report]. https://static.uni-graz.at/fileadmin/files/project_sites/activemobility/251117_Mob-Einkaufsverhalten_ExecutiveSummary_final.pdf
- ³ Transport for London (TfL) (2018): *Walking & Cycling: The economic benefits*. <https://content.tfl.gov.uk/walking-cycling-economic-benefits-summary-pack.pdf>
- ⁴ Tolley, R. (2011): *Good for Business: The benefits of making streets more walking and cycling friendly*. Discussion Paper. https://www.parliament.act.gov.au/data/assets/pdf_file/0011/373655/Exhibit_01.pdf
- ⁵ Lawlor, E., Tasker, M. (2018): *The Pedestrian Pound. The business case for better streets and places*. <https://www.livingstreets.org.uk/media/2t0hvczm/pedestrian-pound-2018.pdf>
- ⁶ Hass-Klau, C. (1993). A review of the evidence from Germany and the UK. *Transport Policy*, 1(1), 21–31. [https://doi.org/10.1016/0967-070x\(93\)90004-7](https://doi.org/10.1016/0967-070x(93)90004-7)
- ⁷ Whitehead, T., Simmonds, D., & Preston, J. (2006). The effect of urban quality improvements on economic activity. *Journal of Environmental Management*, 80(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2005.01.029>
- ⁸ Förster, A. et al. (2017). Verkehrsversuch Fußgängerzone Sendlinger Straße – Koordinierung, Evaluierung und Dokumentation des Verkehrsversuchs sowie Begleitung der Öffentlichkeitsarbeit. <https://risi.muenchen.de/risi/dokument/v/4656516>
- ⁹ von Schneidmesser, D. (2022). 3.3.9.5 Einkauf und Verkehr – tatsächliche Verkehrsmittelwahl der Besucher:innen von Einkaufsstrassen im Vergleich zu Einschätzungen von Einzelhändler:innen. In J. Gies, F. Huber, O. Mietzsch, C. Nobis, U. Reutter, R. Ringwald, K. Saary, & O. Schwedes (Hrsg.), *Handbuch der kommunalen Verkehrsplanung – Strategien, Konzepte, Maßnahmen für eine integrierte und nachhaltige Mobilität* (03/2022, S. 1–23). VDE Verlag. https://publications.rifs-potsdam.de/rest/items/item_6001855_4/component/file_6001871/content
- ¹⁰ VCO-Factsheet: Mit Parkplatzmanagement Verkehr nachhaltig steuern. (2016). vcöe.at. <https://vcöe.at/publikationen/vcöe-factsheets/detail/vcöe-factsheet-mit-parkplatzmanagement-verkehr-nachhaltig-steuern>
- ¹¹ Magistrat der Stadt Wien, Magistratsabteilung 18 – Stadtentwicklung und Stadtplanung. (2014). STEP 2025: Stadtentwicklungsplan Wien: Mut zur Stadt.

Quellen Argumente und Fakten Politik

- ¹ Mobilitätsbezogenes Einkaufsverhalten in der Grazer Innenstadt. (2025). In *Zentrum Für Aktive Mobilität, Stadt Graz, WKO Steiermark* [Report]. https://static.uni-graz.at/fileadmin/files/project_sites/activemobility/251117_Mob-Einkaufsverhalten_ExecutiveSummary_final.pdf
- ² Spectra Marktforschungsgesellschaft mbH, & Baumann, C. (2022). *Stadt Innsbruck Mobilität und Kaufkraft*. https://www.innsbruck.gv.at/Resources/Persistent/9e8ca80bf6669fe326af4abf8420c2c8f259ab35/Mobilitaet_Report.pdf
- ³ Mobilitätsagentur Wien. (2022). *Befragung Argentinierstraße neu*. https://www.mobilitaetsagentur.at/wp-content/uploads/2022/05/Auswertung_Argentinierstrasse-Neugestaltung_20220520_Mobilitaetsagentur-Wien.pdf
- ⁴ de Wit, T. (2005). *Parking Policies and the Effects on Economy and Mobility-Report on COST Action 342*. European Cooperation in the Field of Scientific and Technical Research.
- ⁵ Hackl, R., & Simhandl, J. (2025). Erhebung zu Stellplatzkosten: Betriebs- und volkswirtschaftliche Kostenkomponenten. In UIV Urban Innovation Vienna GmbH, Amt Der Tiroler Landesregierung [Report]. https://www.tirol.gv.at/fileadmin/themen/verkehr/verkehrsplanung/Aktuelles/Publikationen_MP/Studien/PolicyLab_Tirol_Erhebung_Stellplatzkosten.pdf
- ⁶ Policy Lab. (2026). *Berechnungstool zur Recherche zu Stellplatzkosten in Tirol [Excel-Tool]*. <https://policylab.at/wp-content/uploads/2026/02/Berechnungstool.xlsx>
- ⁷ Lawlor, E., Tasker, M. (2018): *The Pedestrian Pound. The business case for better streets and places*. <https://www.livingstreets.org.uk/media/2t0hvczm/pedestrian-pound-2018.pdf>
- ⁸ Hass-Klau, C. (1993). A review of the evidence from Germany and the UK. *Transport Policy*, 1(1), 21–31. [https://doi.org/10.1016/0967-070x\(93\)90004-7](https://doi.org/10.1016/0967-070x(93)90004-7)
- ⁹ Whitehead, T., Simmonds, D., & Preston, J. (2006). The effect of urban quality improvements on economic activity. *Journal of Environmental Management*, 80(1), 1–12. <https://doi.org/10.1016/j.jenvman.2005.01.029>
- ¹⁰ Der Wien-Plan. (n.d.). Stadt Wien <https://www.wien.gv.at/spezial/wien-plan/stadtentwicklung-steuern-und-gestalten/offentlicher-raum/>
- ¹¹ Cairns S, Atkins S, Goodwin P (2002), "Disappearing traffic? The story so far". *Proceedings of the Institution of Civil Engineers - Municipal Engineer*, Vol. 151 No. 1 pp. 13–22, doi: <https://doi.org/10.1680/muen.2002.151.1.13>
- ¹² Nello-Deakin, S. (2022). Exploring traffic evaporation: Findings from tactical urbanism interventions in Barcelona. *Case Studies on Transport Policy*, 10(4), 2430–2442. <https://doi.org/10.1016/j.cstp.2022.11.003>
- ¹³ Magistratsabteilung 18 – Stadtentwicklung und Stadtplanung. (2019). *Ausweitung der Parkraumbewirtschaftung in Wien - Nachher-Untersuchung der Ausweitung der Parkraumbewirtschaftung auf den 10. Bezirk (Favoriten) und 18. Bezirk (Währing)*. Stadt Wien. Erstellt von ZIS+P Verkehrsplanung Sammer & Partner ZT GmbH.
- ¹⁴ Kroisleitner, O. (2026, 15. August). Knappe Mehrheit sieht Klimaschutz als wichtigstes Thema der Regierung. *Der Standard*. <https://www.derstandard.at/story/3000000335162/knappe-mehrheit-sieht-klimaschutz-als-wichtigstes-thema-der-regierung>

Quellen Argumente und Fakten Anrainer:innen

- ¹ Jaschinsky, K. (2025). Warum Österreichs Städte eine zeitgemäße Parkraumbewirtschaftung brauchen. VCÖ – Mobilität mit Zukunft. <https://vcöe.at/blog/detail/warum-oesterreichs-staedte-eine-zeitgemaesse-parkraumbewirtschaftung-brauchen>
- ² Ekman, L. (2024). EasyPark: Cheapest countries to park in. *Parking Network*. <https://www.parking.net/parking-news/easypark-group/cheapest-countries-to-park-in-2024>
- ³ Stadt Wien (2026). Parkgebühren in Wien - Parkschein, Parkpickerl und Parkchip. Deutsch. <https://www.wien.gv.at/verkehr/parkgebuehren>
- ⁴ Parkraumbewirtschaftung Nutzen und Effekte. (2016). Difu. <https://difu.de/publikationen/2016/parkraumbewirtschaftung-nutzen-und-effekte>
- ⁵ Mobility Benefit Districts – PlanSinn. (n.d.). <https://www.plansinn.at/portfolio/mobility-benefit-districts/>
- ⁶ Parkometerabgabeverordnung. (n.d.). In *Verordnung Des Wiener Gemeinderats*. https://www.ris.bka.gv.at/Dokumente/Gemeinderecht/GEMRE_WI_90101_F420_040_2022_1.pdf
- ⁷ Bauer, U., Bettge, S., & Stein, T. (2023). Verkehrsberuhigung: Entlastung statt Kollaps! Maßnahmen und ihre Wirkungen in deutschen und europäischen Städten. In *Difu-Repository*. <https://doi.org/10.34744/difu-policy-papers-2023-2>
- ⁸ Statistik Austria & VCÖ. (2017). Mobilitätsarmut in Österreich: Ursachen und Lösungsansätze. *Mobilität Als Soziale Frage*. https://vcöe.at/files/vcöe/uploads/News/VCöe-Factsheets/2018/2018_02%20Mobilitaetsarmut%20nachhaltig%20verringern/VCöe%CC%88-Factsheet%20Mobilita%CC%88%20als%20soziale%20Frage%20.pdf
- ⁹ Stadt Wien (2026). Handlungsfeld "Öffentlicher Raum" - Fachkonzept Mobilität. Deutsch. <https://www.wien.gv.at/stadtplanung/step2025-fachkonzepte-mobilitaet-handlungsfelder-oeffentlicher-raum>
- ¹⁰ Ekman, L. (2024). EasyPark: Cheapest countries to park in. *Parking Network*. <https://www.parking.net/parking-news/easypark-group/cheapest-countries-to-park-in-2024>

Quellen Argumente und Fakten Stadtbevölkerung

- ¹ Bundesministerium für Verkehr, Innovation und Technologie. (2016). Österreich unterwegs 2013/2014. In *Ergebnisbericht Zur Österreichweiten Mobilitätsbefragung*. <https://www.oesterreich-unterwegs.at>
- ² oesterreich.gv.at. (n.d.). Parkausweis für Menschen mit Behinderungen nach § 29b StVO. Bundesministerium für Arbeit, Soziales, Gesundheit, Pflege und Konsumentenschutz. https://www.oesterreich.gv.at/de/themen/menschen_mit_behinderungen/kfz_und_behinderung/Seite.1260200
- ³ VCO-Factsheet: Mit Parkplatzmanagement Verkehr nachhaltig steuern. (2016). vcöe.at. <https://vcöe.at/publikationen/vcöe-factsheets/detail/vcöe-factsheet-mit-parkplatzmanagement-verkehr-nachhaltig-steuern>
- ⁴ Pressestelle KfV (Kuratorium für Verkehrssicherheit). (2022). Österreichische Straßenverkehrsordnung der 60er Jahre trifft auf Zeitgeist von E-Scooter, Fahrradboom & Co. In *Presseinformation [Press-release]*. https://www.kfv.at/wp-content/uploads/2022/11/PA-KfV_Mobilitaetsformen_was-hat-sich-veraendert.pdf
- ⁵ Magistrat der Stadt Wien, Magistratsabteilung 18 – Stadtentwicklung und Stadtplanung. (2014). STEP 2025: Stadtentwicklungsplan Wien: Mut zur Stadt.
- ⁶ Magistratsabteilung 18 – Stadtentwicklung und Stadtplanung. (2019). *Ausweitung der Parkraumbewirtschaftung in Wien - Nachher-Untersuchung der Ausweitung der Parkraumbewirtschaftung auf den 10. Bezirk (Favoriten) und 18. Bezirk (Währing)*. Stadt Wien. Erstellt von ZIS+P Verkehrsplanung Sammer & Partner ZT GmbH.
- ⁷ Wiener Stadtwerke (2025). *Modal Split Wien 2024 » Zunahme von Öffis, Rad & Fußgänger*. <https://positionen.wienerstadtwerke.at/wissenshub/grafiken/modal-split-wien>

Quellen Argumente und Fakten Pendler:innen und Anliefernde

- ¹ ÖIR GmbH. (2023). *ÖV-Erreichbarkeit großer Arbeitsplatzstandorte in Österreich [Workstattgespräch]*. https://www.oir.at/wp-content/uploads/2024/02/WSG-20240228_OEV-Err_APL.pdf
- ² Energie Institut Vorarlberg. (2025). *Pendler*innen-Box: Werkzeuge für Mobilitätsmanagement*. <https://www.energieinstitut.at/unternehmen/mobilitaet/werkzeugkoffer>
- ³ Deutsches Institut für Urbanistik gGmbH (difu) (2019). *Parkraumanagement lohnt sich! Leitfaden für Kommunikation und Verwaltungspraxis*. Berlin. https://www.agora-verkehrswende.de/fileadmin/Projekte/2017/Parkraumanagement/Parkraumanagemet-lohnt-sich_Agora-Verkehrswende_web.pdf
- ⁴ Trans[formator].in. (2025). *Praxishandbuch Transformation öffentlicher Mobilitätsräume*. Österreich. https://cdn.unipress-graz.com/open-access/978-3-903484-10-8/Fetka-Berger_2023_Praxishandbuch-Transformation-oeffentlicher-Mobilitaetsraeume.pdf
- ⁵ Jaffe, E. (2020). *Delivery vehicles waste a lot of time searching for parking. Cities can fix that*. <https://www.citymonitor.ai/analysis/delivery-vehicles-parking-traffic-loading-zone-study-5231/2cf-view>
- ⁶ Wirtschaftsbund Wien (2024). *WK Wien weitet Erfolgsprojekt Elektro-Ladesäulen in Ladezonen aus*. <https://wirtschaftsbund.wien/news/wk-wien-weitet-erfolgsprojekt-elektro-ladesaeulen-in-ladezonen-aus/>