

BEAT

Behavioral Economics for Active Transport

Programm / Ausschreibung	Leuchttürme eMobilität, Zero Emission Mobility, Zero Emission Mobility 2025 inkl ZEM, DTM & Rail4Climate	Status	laufend
Projektstart	01.06.2026	Projektende	31.05.2027
Zeitraum	2026 - 2027	Projektlaufzeit	12 Monate
Projektförderung	€ 110.635		
Keywords	Verhaltensökonomische Interventionen; Mobilitätswende (urban, suburban, rural); Multi-Komponenten-Ansatz; Kosten- und Preiswahrnehmung; Mobilitätsroutinen		

Projektbeschreibung

BEAT entwickelt und evaluiert innovative verhaltensökonomische Interventionen (Nudges), um den Umstieg vom motorisierten Individualverkehr auf ÖPNV und aktive Mobilität wirksam zu fördern. Das Projekt adressiert zentrale Herausforderungen der Mobilitätswende (urban, suburban, rural), indem es untersucht, wie niedrighschwellige, kostengünstige und skalierbare Maßnahmen Einstellungen, Entscheidungsprozesse und Mobilitätsroutinen beeinflussen können.

Mobilitätsentscheidungen sind stark durch Routinen, soziale Normen, Kosten- und Preiswahrnehmung und psychologische Barrieren geprägt. Klassische Maßnahmen, wie Angebotsverbesserungen oder reine Informationskampagnen, erzielen oft nur geringe Verhaltensänderungen. BEAT setzt deshalb auf verhaltensökonomische Ansätze, die empirisch überprüft und zielgruppenspezifisch gestaltet werden. Besonders vielversprechend ist die Implementierung verhaltensökonomischer Nudges mit gesundheitsbezogenen Elementen in Kombination mit der Aktivierung von sozialen Normen, Kostenwahrnehmungen oder ökologischen Feedbackinformationen, da sie zugleich intrinsische Motivation (Gesundheit, Wohlbefinden) und Nutzungshürden adressiert. Diese Verknüpfung nutzt eine doppelte Wirkung: gesundheitsrelevante Hinweise erhöhen die persönliche Relevanz und Akzeptanz der Intervention, während weitere verhaltensökonomische Mechanismen wie soziale Normen oder Kostenwahrnehmungen den tatsächlichen Schritt vom Pkw hin zu aktiven und öffentlichen Alternativen erleichtern. BEAT folgt einem dreistufigen, experimentellen Studiendesign:

1) Status-quo-Analyse: Erhebung von Mobilitätsverhalten, Wahrnehmungen, Gewohnheiten und Barrieren unter Beschäftigten der Holding Graz sowie Analyse der bestehenden Mobilitätsangebote. Dies bildet die Grundlage für passgenaue Interventionen und Kommunikationsstrategien.

2) Pilot-Studie: Entwicklung und Test mehrerer Interventionsvarianten, darunter ein Gesundheitsnudge sowie Module zu sozialen Normen, Kosten- und Preiswahrnehmung oder ökologischen Effekten. Die wirksamste Kombination wird anhand

messbarer Auswirkungen auf Einstellungen und Verhaltensabsichten ausgewählt.

2) Feldexperiment: Umsetzung der vielversprechendsten Intervention im realen betrieblichen Umfeld der Holding Graz. Eine Vorher-Nachher-Erhebung wird durch objektive Beobachtungsdaten mittels innovativer Technologie (Streeteye) ergänzt, um robuste Aussagen zur Veränderung des Mobilitätsverhaltens zu ermöglichen.

BEAT schafft eine in Österreich neuartige Verbindung von

- verhaltensökonomischen Ansätzen in der betrieblichen Mobilität,
- multi-Komponenten-Interventionen (Gesundheit und weitere Nudges),
- kombinierter Pilot- und Feldexperimentmethodik sowie
- objektiven Mobilitätsdaten zur Validierung selbstberichteter Angaben.

BEAT liefert wissenschaftlich fundierte, anwendungsorientierte Erkenntnisse, die für Betriebe, Kommunen und politische Entscheidungsträger:innen unmittelbar nutzbar sind. Sie unterstützen wirksame, kosteneffiziente Mobilitätsprogramme sowie Bewusstseinsbildung und Kommunikationsstrategien. Für Mitarbeiter:innen entstehen eine reflektierte Auseinandersetzung mit persönlichen Mobilitätsroutinen und ein Anstoß zum Umstieg auf nachhaltige Alternativen. Gesellschaftlich trägt BEAT zu einer inklusiven, gesundheitsfördernden und ökologisch wirksamen Mobilitätswende bei, indem es evidenzbasierte Handlungsempfehlungen bereitstellt.

Abstract

BEAT develops and evaluates innovative behavioural-economic interventions (nudges) to effectively encourage a shift from motorised private transport to public transport and active mobility. The project addresses key challenges of the mobility transition across urban, suburban and rural contexts by examining how low-threshold, cost-efficient and scalable measures can influence attitudes, decision-making processes and mobility routines.

Mobility decisions are strongly shaped by routines, social norms, perceptions of costs and prices, and psychological barriers. Traditional measures, such as service improvements or purely informational campaigns, often lead to only limited behavioural change. BEAT therefore relies on behavioural-economic approaches that are empirically tested and tailored to specific target groups. Particularly promising is the implementation of behavioural nudges with health-related elements combined with the activation of social norms, cost perceptions or ecological feedback information, as these simultaneously address intrinsic motivation (health, well-being) and barriers to use. This combination creates a dual effect: health-related cues increase personal relevance and acceptance of the intervention, while additional behavioural mechanisms such as social norms or cost perceptions facilitate the actual shift from car use to active and public alternatives. BEAT follows a three-stage experimental study design:

1) Status quo analysis: Survey of mobility behaviour, perceptions, habits and barriers among employees of Holding Graz, alongside an analysis of existing mobility offers. This forms the basis for tailored interventions and communication strategies.

2) Pilot study: Development and testing of several intervention variants, including a health nudge and modules addressing social norms, cost and price perceptions, or ecological impacts. The most effective combination is selected on the basis of

measurable effects on attitudes and behavioural intentions.

3) Field experiment: Implementation of the most promising intervention in the real operational environment of Holding Graz. A before-after survey is complemented by objective observational data using innovative technology (Streeteye) to allow robust conclusions about changes in mobility behaviour.

BEAT creates a novel combination in the Austrian context by integrating:

- behavioural-economic approaches in workplace mobility,
- multi-component interventions (health and additional nudges),
- combined pilot and field-experimental methodology, and
- objective mobility data to validate self-reported information.

BEAT provides scientifically grounded, application-oriented insights that can be directly utilised by companies, municipalities and policymakers. These insights support effective, cost-efficient mobility programmes as well as awareness-raising and communication strategies. For employees, the project fosters reflection on personal mobility routines and encourages a shift towards sustainable alternatives. At a societal level, BEAT contributes to an inclusive, health-promoting and environmentally effective mobility transition by offering evidence-based recommendations for action.

Projektkoordinator

- Grazer Energieagentur Ges.m.b.H.

Projektpartner

- Universität Innsbruck