

Mit diesen Maßnahmen will Graz Touristen aus dem Ausland anlocken

Graz und die Steiermark setzen mit einer neuen Offensive vor allem auf Gäste, die direkt mit dem Flugzeug anreisen können – zum Beispiel aus London oder Hamburg.

7. November 2025,
10:12 Uhr



© Jürgen Fuchs

Am 21. November öffnen in Graz wieder die Adventmärkte. Das wurde bereits in Zusammenarbeit mit den British Airways auch in London beworben

Graz und die Steiermark setzen mit einer neuen Offensive vor allem auf Gäste, die direkt mit dem Flugzeug anreisen können – zum Beispiel aus London oder Hamburg.

Graz ist bei internationalen Touristen ein Geheimtipp. Das soll ein neues Maßnahmenpaket ändern. Denn trotz eines Nächtigungsrekords im Jahr 2024 sinkt durch neue Hotelkapazitäten die Bettenauslastung. Zudem steigt der Wettbewerb. Deshalb wollen die Erlebnisregion Graz und die Steirische Tourismus- und Standortmarketing GmbH (STG) ihre Kräfte bündeln, um sich stärker international zu positionieren.

„Wer punkten will, muss liefern. Wir müssen alle unsere Hausaufgaben machen“, sagt Landeshauptmann Mario Kunasek im Zuge der Präsentation. Deshalb stehen insgesamt eine Million Euro zusätzlich zur Verfügung – 500.000 Euro davon fördert das Land Steiermark, die andere Hälfte kommt vom Tourismusverband Region Graz. Vor allem im Jänner und Februar 2026 sowie in der darauffolgenden Frühjahrssaison soll damit ein umfangreiches Marketingkonzept umgesetzt werden – zusätzlich zu bestehenden Maßnahmen.

Im Fokus stehen dabei die direkten Flugverbindungen von Graz nach Hamburg, Berlin, Düsseldorf, Zürich und ab 21. November London. Durch Kooperationen mit Eurowings Holidays und British Airways soll auf Graz aufmerksam gemacht werden. Was schon geschehen ist? Graz war bereits Teil der „Gatwick Collection“, einer Pop-up-Galerie am Flughafen Gatwick. Am 21. November eröffnen die Grazer Adventmärkte – bereits beworben wurden diese gemeinsam mit British Airways, wie Susanne Haubenhof (Geschäftsführerin der Erlebnisregion Graz) verrät.

Ein Eurowings-Flieger hebt mit einem Steiermark-Herz am Rumpf ab, in Klagenfurt wird im Zuge der Koralmbahn-Eröffnung ein Jahr lang ein Bus mit Steiermark-Branding unterwegs sein, eine Lok mit Graz-Branding wird in Oberitalien auf Schiene sein, ebenso wie eine

Straßenbahn in Wien. „Wir setzen stark auf die Sichtbarkeit im öffentlichen Raum, auf Überraschendes und auf Kreatives“, sagt Sylvia Loidolt (Vorsitzende der Erlebnisregion Graz).

Geplant sind auch Kampagnen in Skigebieten in Tirol und Salzburg sowie ein Gastspiel des Kulinarik-Festivals „Vollmund“ in Hamburg und Norditalien. In Hamburg wird Spitzenkoch Johann Lafer auf einer Barkasse ein Dinner kredenzen, mit dabei sind auch Vertreter der erfolgreichen Handballer vom THW Kiel. In der Koralmbahn wird es ein „Flying Vollmund Dinner“ unter dem Motto „Graz trifft Italien“ geben. Auf den Zielmärkten soll der Fokus auf Online- und Social-Media-Kampagnen gelegt werden. Dafür arbeitet man unter anderem mit dem erfolgreichen Influencer Manuel Bechter (1,6 Millionen Follower) zusammen. Sein „Uhrturn-Video“ hat bereits mehrere Millionen Aufrufe.

Warum der Fokus auf die Flugdestinationen? Michael Feiertag (Geschäftsführer der STG) beschreibt es so: „Es kommen noch immer zu wenige Urlaubsgäste per Flugzeug in die Steiermark.“ Die brauche es aber: Im Österreich-Vergleich gebe der Fluggast um 37 Prozent mehr aus als der Auto-Anreisende.

Haubenhofer unterstreicht auch die Wichtigkeit von Veranstaltungen. Wenn Gäste nach Graz kommen, sollte ja auch was los sein. Deshalb unterstütze die Erlebnisregion Sport- und Kulturveranstaltungen wie die Diagonale oder das Silvesterspektakel. Neu geplant sei auch eine „Jedermann“-Inszenierung auf den Kasematten. 2026 soll erstmals auch die Austrian Darts Open in der Stadthalle stattfinden. Auch das soll für die Bewerbung am britischen Markt genutzt werden.

Michael Feiertag (GF STG), Susanne Haubenhofer (GF Erlebnisregion Graz),
Landeshauptmann Mario Kunasek, Helmut Marko (Hotelier und
Motorsportlegende), Sylvia Loidolt (Vorsitzende Erlebnisregion Graz) und
Alexander Gerlach (Hotelier) © Steiermark Tourismus / Jaden Gynes

Alexander Gerlach (Hotel Gollner) begrüßt die Maßnahmen. Durch
eine „massive Steigerung“ der Bettenkapazitäten gebe es einen
Verdrängungswettbewerb in der Stadt und in Graz-Umgebung:
Allein seit 2022 gebe es um 1690 Betten mehr. „Deshalb begrüßen
wir als Familienbetrieb jede Maßnahme, die uns hilft, vor allem die
ersten drei Monate im Jahr in der Stadt zu beleben“, so Gerlach.

Präsentiert wurde das Maßnahmenpaket im Schlossberghotel.
Hausherr ist Rennlegende, Red-Bull-Motorsportchef und Hotelier
Helmut Marko. „Eine Stadt profiliert sich durch Wirtschaft, Sport
und Kultur“, sagt er und kritisierte etwa, dass ein Verein wie der SK
Sturm Graz für Champions-League-Spiele nach Klagenfurt
ausweichen muss. Auch die Kulinarik sei wichtig. Er habe zuletzt an
einem Sonntag in der Stadt aber nichts gefunden. „Wer Tourismus
will, muss auch schauen, dass die Gastro gerüstet ist“, sagt er. Nicht
vertreten war bei der Präsentation Graz Tourismus. Das erkläre sich

aus der Aufgabenteilung. Graz Tourismus fokussiere sich auf Geschäfts- und Businessgäste.

Zahlen und Fakten

Zur Erlebnisregion Graz gehören die Bezirke Graz, Graz-Umgebung und Voitsberg. Im Jahr 2024 verzeichnete die Erlebnisregion einen Rekord von rund 2,155 Millionen Nächtigungen. Die Durchschnittliche Aufenthaltsdauer betrug 2,1 Nächte.

In der Stadt Graz gibt es 249 Betriebe mit 9.596 Betten. Das sind um 1690 mehr seit dem Jahr 2022.

Die beliebtesten Sehenswürdigkeiten waren 2024: Der Schlossberg (1,08 Millionen Besucher), gefolgt von Murinsel, Schloss Eggenberg und Winterwelt.

Mehr zum Thema