

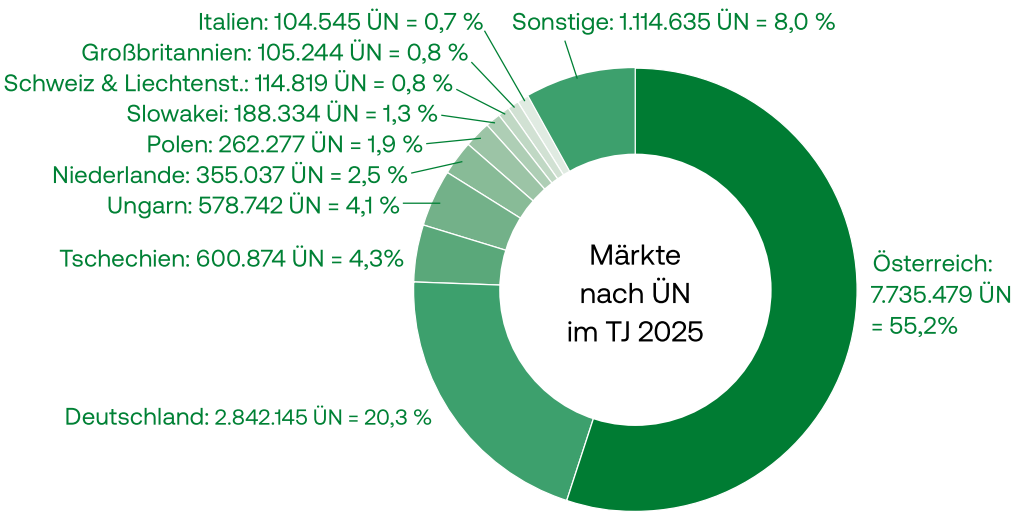
Zahlen, bitte

Tourismusjahr 2025 mit 14 Millionen

Die Steiermark verzeichnete im Tourismusjahr (November 2024 bis Oktober 2025) einen neuen Rekord. Mit einem Plus von 2,0 % bei den Ankünften und 0,9 % bei den Nächtigungen im Tourismusjahr behauptete sich die Steiermark als eines der beständigen Ganzjahresreiseziele Österreichs. UND: Erstmals wurde bei den Nächtigungen im Tourismusjahr die 14-Millionen-Marke überschritten!

Der Inlandsmarkt bleibt die stärkste Stütze, die CEE-Staaten sorgen für deutliche Impulse, und Deutschland bleibt trotz leichter Abschwächung der wichtigste Auslandsmarkt. Gleichzeitig gewinnen Camping, Ferienhäuser und andere alternative Unterkünfte weiter an Bedeutung, während die 4-/5-Stern-Hotellerie stabil bleibt bzw. leicht zulegt – ein klares Zeichen dafür, dass die Qualitätsstrategie der Steiermark greift und das Grüne Herz auch künftig gut aufgestellt ist.

- Gesamt:**
Ankünfte: 4.564.044 Gäste (+90.375 Gäste; +2,0 %)
Nächtigungen: 14.002.131 (+129.452 Nächtigungen; +0,9 %).
Aufenthaltsdauer: 3,1 Nächte
- Inland:**
Ankünfte: 2.734.740 Gäste (+40.384 Gäste; +1,5 %)
Nächtigungen: 7.735.479 (+80.592 Nächtigungen; +1,1 %).
- International:** Ankünfte: 1.829.304 Gäste (+49.991 Gäste; +2,8 %).
Nächtigungen: 6.266.652 Gäste (+48.860 Gäste; +0,8 %).



Sommer 2025

Steiermark verzeichnete einen neuen Rekord im Sommer

Die Steiermark setzte ihren Wachstumskurs im Sommerhalbjahr (Mai bis Oktober 2025) fort. Mit 2,72 Mio. Gästeankünften (+1,7 %) und 8,06 Mio. Nächtigungen (+1,3 %) wurde erstmals die Marke von 8 Mio. Nächtigungen überschritten.

Gründe für das Ergebnis

- Starker Inlandsmarkt:** Österreich bleibt mit über 4,5 Mio. Nächtigungen das Rückgrat des Tourismus und legte nochmals leicht zu (+0,5 %). Besonders erfreulich entwickelten sich Niederösterreich (+2,9 %) sowie die Steiermark selbst (+2,3 %).
- Stabiler deutscher Markt:** Deutschland behauptete sich mit knapp 1,8 Mio. Nächtigungen (+0,3 %) als wichtigster Auslandsmarkt, 525.322 davon aus Bayern (+1,9 %).
- Dynamisches Wachstum aus CEE-Märkten:** Besonders Tschechien (+11,7 %), Polen (+7,9 %), Kroatien (+17,4 %) und Rumänien (+5,1 %) sorgten für zusätzliche Impulse.
- Positive Entwicklung aus dem Vereinigten Königreich:** Die Nächtigungen stiegen bereits vor der vollen Wirkung des neuen Direktflugs London-Graz (seit November 2025) um +6,2 %.
- Attraktive Natur- und Outdoorangebote:** Die hohe Nachfrage aus den Kern- und Wachstumsmärkten unterstreicht die Attraktivität der Steiermark als Natur- und Aktivdestination. Diese Entwicklung ist ein klares Zeichen für die Bedeutung gut erreichbarer Natur- und Outdoordestinationen.

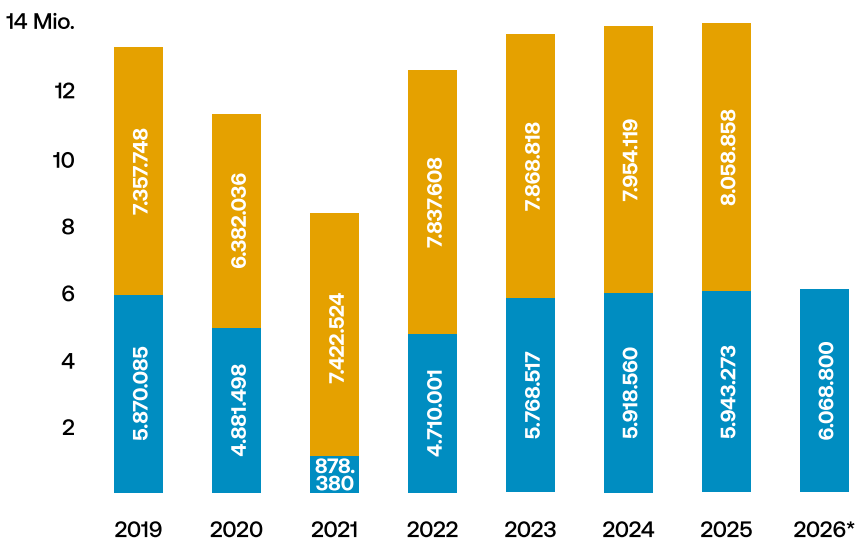
56:44

56 % der Nächtigungen entfallen auf den Heimmarkt Österreich, 44 % auf die internationalen Märkte.

10-Jahres-Entwicklung im Tourismusjahr 2015 – 2025

Die Steiermark verzeichnet seit mehr als 20 Jahren eine konstante Aufwärtsentwicklung – einzige Ausnahme bildet hier Covid. Seit 2015 konnten zusätzlich rund 850.000 Gästeankünfte, das entspricht einem Plus von 22,5 %, und knapp 2,3 Millionen Nächtigungen mehr beziehungsweise +19,4 % erzielt werden.

Nächtigungen im Sommer und Winter



Winter 2024/25 mit kleinem Plus

Das hohe Niveau konnte gehalten werden, es ging sich sogar ein kleines Plus aus. 1.843.352 Gästeankünfte (+2,5 %) sorgten für 5.943.273 Nächtigungen (+0,4 %). Treiber für die positive Entwicklung war der Inlandsmarkt Österreich (1.121.041 AK, +2,8 % | 3.217.410 ÜN, +1,8 %), der gut zulegen konnte. Auf den internationalen Märkten haben sich vor allem Tschechien (+30.644 ÜN, +10,6 %), die Slowakei (+8.704 ÜN, +7,4 %) und Bayern (+6.499 ÜN, +2,3 %) positiv hervorgetan.

Winter 2025/26*

Steirischer Wintertourismus auf stabilem Wachstumskurs

Die Wintersaison 2025/26 brachte der Steiermark erstmals mehr als 6 Mio. Nächtigungen. Von November 2025 bis April 2026 wurden laut Hochrechnung 1,89 Mio. Ankünfte (+2,4 %) und 6,07 Mio. Nächtigungen (+2,1 %) erzielt. Vor allem internationale Gäste trugen zum Wachstum bei.

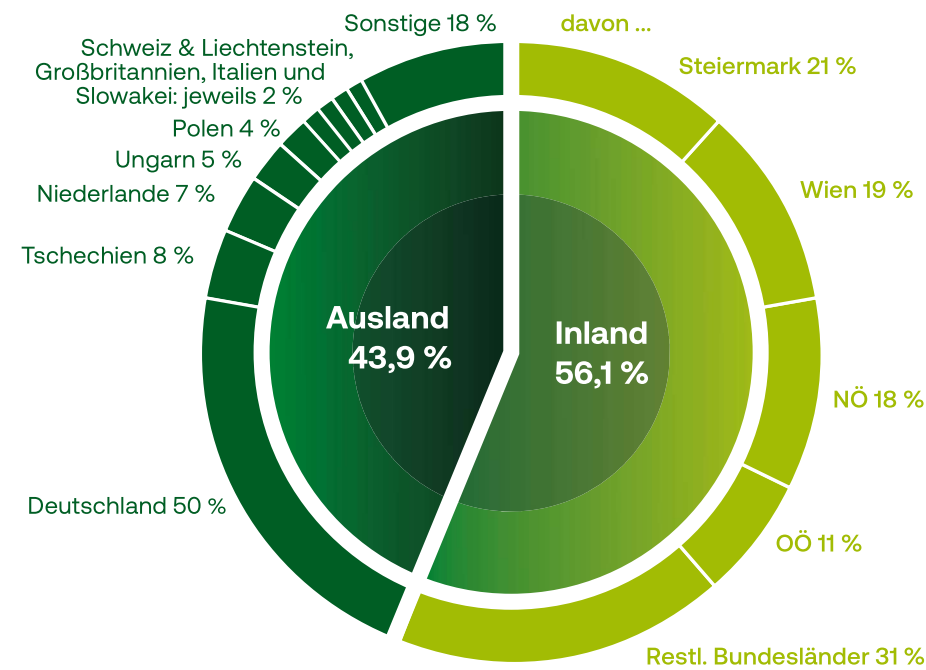
Gründe für das Ergebnis

- Starke Veranstaltungen:** Das Schladming-Dachstein-Opening mit den Backstreet Boys, das Nightrace, die ATSX Ice Cross World Championship und der Skiflug-Weltcup am Kulm sorgten für hohe Aufmerksamkeit.
- Internationale Nachfrage als Wachstumstreiber:** Besonders Gäste aus Bayern und anderen Auslandsmärkten entwickelten sich positiv.
- Günstige Rahmenbedingungen:** Gut gelegene Weihnachtsferien sowie gute Wintersportbedingungen in wichtigen Saisonphasen unterstützten die Nachfrage.
- Investitionen in Infrastruktur:** Projekte wie die Koralmbahn, Modernisierungen bei Seilbahnen und Investitionen in den Gesundheitstourismus stärkten die Wettbewerbsfähigkeit.
- Digitale Weiterentwicklung:** Der Relaunch von steiermark.com mit neuer Buchungsplattform sowie SEO- und KI-Optimierung verbesserte die digitale Sichtbarkeit und Buchbarkeit.

Am Weg zu 50:50

53 % der Nächtigungen entfallen auf den Heimmarkt Österreich, 47 % auf die internationalen Märkte.

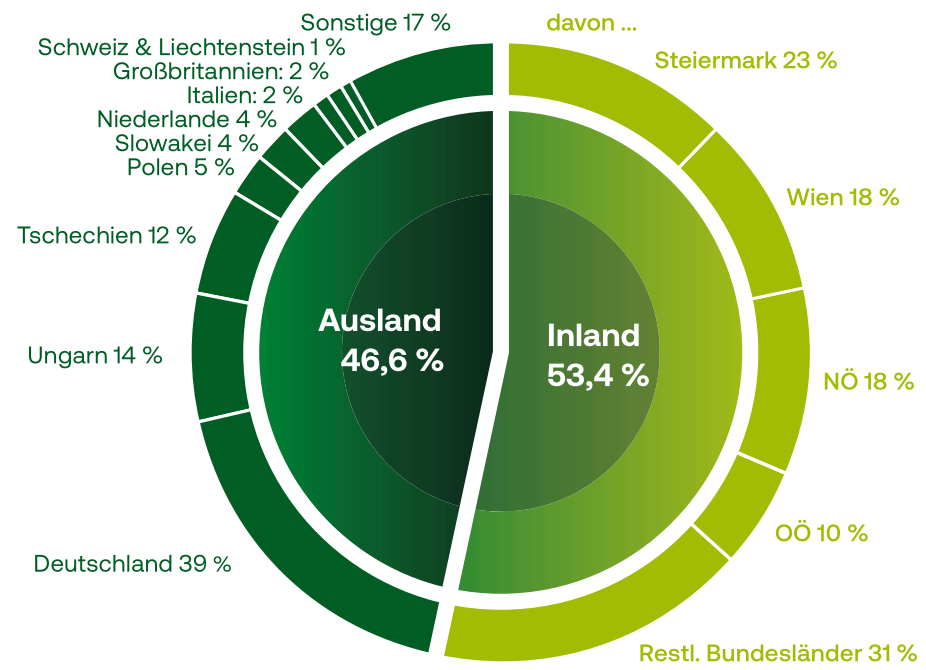
Sommer 2025 nach Nächtigungen



Betrachtet man den Heimmarkt Österreich, so zeigt sich, dass die Steirer selbst ihre Heimat besonders zu schätzen wissen: Jede 5. Nächtigung aus dem Inland fällt auf einen steirischen Gast, dicht gefolgt von Wien und Niederösterreich als nächstgelegene Bundesländer.

Ein Blick auf die internationalen Nächtigungen lohnt: Jede zweite Nacht aus dem Ausland kommt aus dem wichtigsten internationalen Markt Deutschland, gefolgt von Tschechien, den Niederlanden und Ungarn.

Winter 2025/26* nach Nächtigungen



Ein Blick auf den Heimmarkt Österreich zeigt, der Steirer ist sich selbst der beste Gast: Fast jede 4. Winter-Nächtigung aus dem Inland fällt auf einen steirischen Gast, dicht gefolgt von Wien und Niederösterreich als nächstgelegene Bundesländer.

Ein Blick über die Landesgrenzen zeigt klar, 4 von 10 internationalen Gästen kommen aus dem wichtigsten Nahmarkt Deutschland, gefolgt von Ungarn (14 %) und Tschechien (12 %).

Trends, bitte

Sommerpotenzial 2026: Reiseabsichten hoch

Die Sommerpotenzial-Analyse der Österreich Werbung zeigt: Trotz geopolitischer Unsicherheiten bleibt die Reiselust in Europas wichtigsten Herkunftsmärkten stabil. **Zwischen 69 % und 83 % der Befragten planen im Sommer 2026 sicher zu verreisen** – in vielen Märkten sogar stärker als im Vorjahr.

Für Österreich sind das positive Signale: Besonders in Deutschland, der Schweiz, Polen, Tschechien und Ungarn steigt das Interesse weiter an. Österreich punktet dabei vor allem als sichere, gut erreichbare und qualitativ hochwertige Urlaubsdestination. Das touristische Kernpotenzial liegt laut Studie bei rund 24 Millionen Personen.

Im Buchungsverhalten zeigen sich gleichzeitig Veränderungen: Reisen werden kurzfristiger geplant, fast die Hälfte der potenziellen Gäste bucht erst innerhalb der letzten vier Wochen vor Reiseantritt. Auch die Preissensibilität steigt – trotz höherer geplanter Urlaubsbudgets vergleichen viele Reisende intensiv Preise und Angebote.

Gefragt bleiben vor allem Natur, Berge, Wasser, Wandern und Städte. Ergänzend spielen Kulinarik, Wellness sowie kulturelle Angebote eine wichtige Rolle. Kultur und Musik gewinnen zusätzlich an Bedeutung: Für 16 % der Befragten sind sie sogar ein eigenständiger Reiseanlass. Der Eurovision Song Contest sorgt dabei laut Studie für zusätzliche Aufmerksamkeit und ein neues bzw. erneuertes Interesse an Österreich.

Die Rahmenbedingungen bleiben jedoch volatil. Entwicklungen wie steigende Energiepreise oder geopolitische Eskalationen könnten die Reiseströme kurzfristig beeinflussen.

Die Studie wurde von der Österreich Werbung gemeinsam mit dem NIT (Institut für Tourismus- und Bäderforschung in Nordeuropa) in zehn europäischen Märkten durchgeführt.

Der Geschmack der Zukunft

Die Ernährung der Zukunft wird nachhaltiger, regionaler und gleichzeitig technologischer. Trendforscherin Hanni Rützler zeigt als renommierte Forscherin und Gründerin des futurefoodstudios, wie sich gesellschaftliche Werte, Gesundheitsbewusstsein und Innovationen auf unser Essverhalten auswirken – von neuen Proteinquellen bis hin zu bewussterem Konsum.

Die wichtigsten Trends im Überblick:

- **Pflanzliche Ernährung** entwickelt sich von der „Ersatzlösung“ zu einer eigenständigen, hochwertigen Küche mit starkem Fokus auf Geschmack, Qualität und Nachhaltigkeit.
- **Neue Proteinquellen** wie kultiviertes Fleisch, Pilzkulturen (z. B. Koji) und moderne Fermentationstechniken gelten als zentrale Zukunftsfelder der Ernährung.
- Konsumenten wünschen sich zunehmend transparent ausgewiesene Lebensmittel mit kurzen Zutatenlisten, regionaler Herkunft und möglichst **wenig Zusatzstoffen**.
- Der Trend **„Healthy Hedonism“** verbindet Genuss, Gesundheit und Nachhaltigkeit: Heimische Superfoods wie Leinsamen oder Hülsenfrüchte ersetzen importierte Trendprodukte.
- **Alkoholfreie und funktionale Getränke** boomen – etwa alkoholfreies Bier mit Vitaminen oder Mineralstoffen.
- **Nachhaltigkeit** zeigt sich immer stärker im Alltag: Weniger Lebensmittelverschwendung, bewusster Konsum und plastikärmere Verpackungen werden wichtiger.
- Die **„Planetary Health Diet“** beschreibt Ernährung, die sowohl der eigenen Gesundheit als auch der Umwelt zugutekommt.
- **Regionalität** wird radikaler gedacht: Gastronomie und Konsumenten setzen verstärkt auf saisonale, lokale und klimafreundliche Zutaten.
- **Alte Obst- und Gemüsesorten** erleben ein Comeback, weil sie oft robuster, bekömmlicher und vielfältiger sind als standardisierte Massenware.

Insgesamt zeigt sich: Die Food-Trends der Zukunft verbinden Technologie und Innovation mit Rückbesinnung auf Regionalität, Einfachheit und bewussten Genuss.**

Gen Z prägt den Reisemarkt 2026

- **Mehr Reisen, höhere Ausgaben:** Fast jede zweite Person aus Gen Z und Millennials machte 2025 mindestens zwei Urlaube mit mehr als fünf Tagen Dauer. Für 2026 plant die Gen Z mehrheitlich ein höheres Reisebudget.
- **Deutschland führt bei Reiseausgaben:** Mit einem Plus von 2,4 % bei den geplanten Sommerurlaubs-Ausgaben verzeichnet Deutschland europaweit den stärksten Anstieg.
- **Reisen bleibt Priorität trotz Preisdruck:** Höhere Budgets bedeuten nicht automatisch Luxus – knapp ein Drittel der Gen Z und Millennials möchte beim Urlaub trotzdem sparen. Hintergrund: steigende Reisekosten bei gleichzeitig hoher Reisebereitschaft.
- **KI wird zum Reisebegleiter:** 45 % der Gen Z wollen KI-Tools wie ChatGPT für die Reiseplanung nutzen. Ältere Generationen bleiben deutlich skeptischer. Gleichzeitig nennen viele enttäuschende KI-Antworten als Hemmnis.
- **Abkehr vom Massentourismus:** 67 % der Deutschen wollen 2026 bewusst beliebte Hotspots meiden. Gefragt sind ruhigere, günstigere und weniger überlaufene Destinationen.
- **Trend 2026:** Mehr Trips, smartere Planung und der Wunsch nach authentischen, entspannten Reisezielen statt klassischer Trend-Hotspots.***



** Woman, 07. Mai 2026, die wichtigsten Trends laut Food Report von Hanni Rützler (futurefoodstudio)
*** Über die Studie: Die Simon-Kucher Travel-Trend-Studie wurde von im September 2025 von Simon-Kucher in Zusammenarbeit mit dem unabhängigen Marktforschungsinstitut WALR durchgeführt. 1.003 Menschen in aus Deutschland (global 10.179 Personen) wurden zu Reiseplänen, Reisebudget, KI bei der Reiseplanung und Massentourismus befragt. simon-kucher.com