

Innenstadt Graz unter der Lupe: „Gründe für rückläufige Frequenz aus Sicht unterschiedlicher Zielgruppen“

Bevölkerungsbefragung Oktober 2025
Graz + ausgewählte GU-Gemeinden



Ergebnisse
Präsentation, 26.01.2026

Studiendesign

Ziel der Untersuchung ist es, die Gründe für das veränderte Konsum- und Besuchsverhalten in der Grazer Innenstadt zu identifizieren. Erhebung der Nutzungsfrequenz und Wahrnehmung der Innenstadt Graz aus Sicht definierter Zielregionen, Analyse von Barrieren, Motivationen und Alternativen zum Besuch der Innenstadt, Ableitung von potenziellen Interventionsfeldern (z. B. Angebotsstruktur, Erreichbarkeit, Aufenthaltsqualität), Differenzierte Betrachtung nach soziodemografischen Merkmalen und Wohnort

Methodik

CATI

(Computer Assisted Telephone Interview)



CAWI

(Computer Assisted Web Interview)

+



Zeitraum: 03. - 30. Oktober 2025

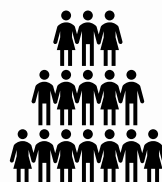
Geschlecht



49,5 50,1 0,4

Angaben in %

Stichprobengröße

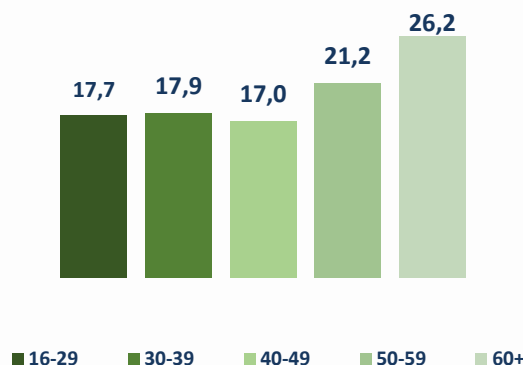


n=1.000

Online n=516
CATI n=484

Schwankungsbreite: +/- 3,16 %-Punkte bei n=1.000

Altersgruppen

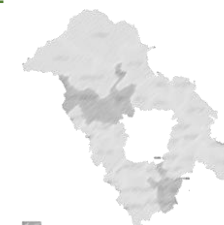


Region



Graz

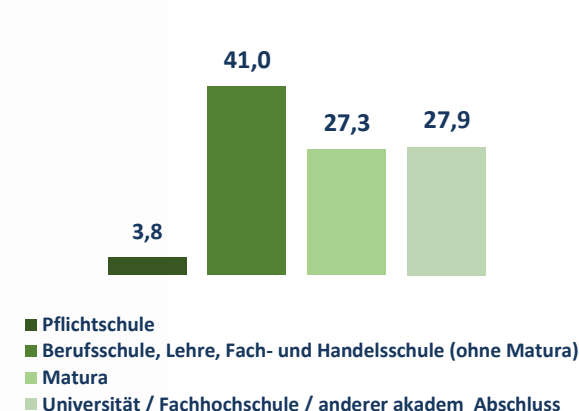
n=500



GU-Gemeinden

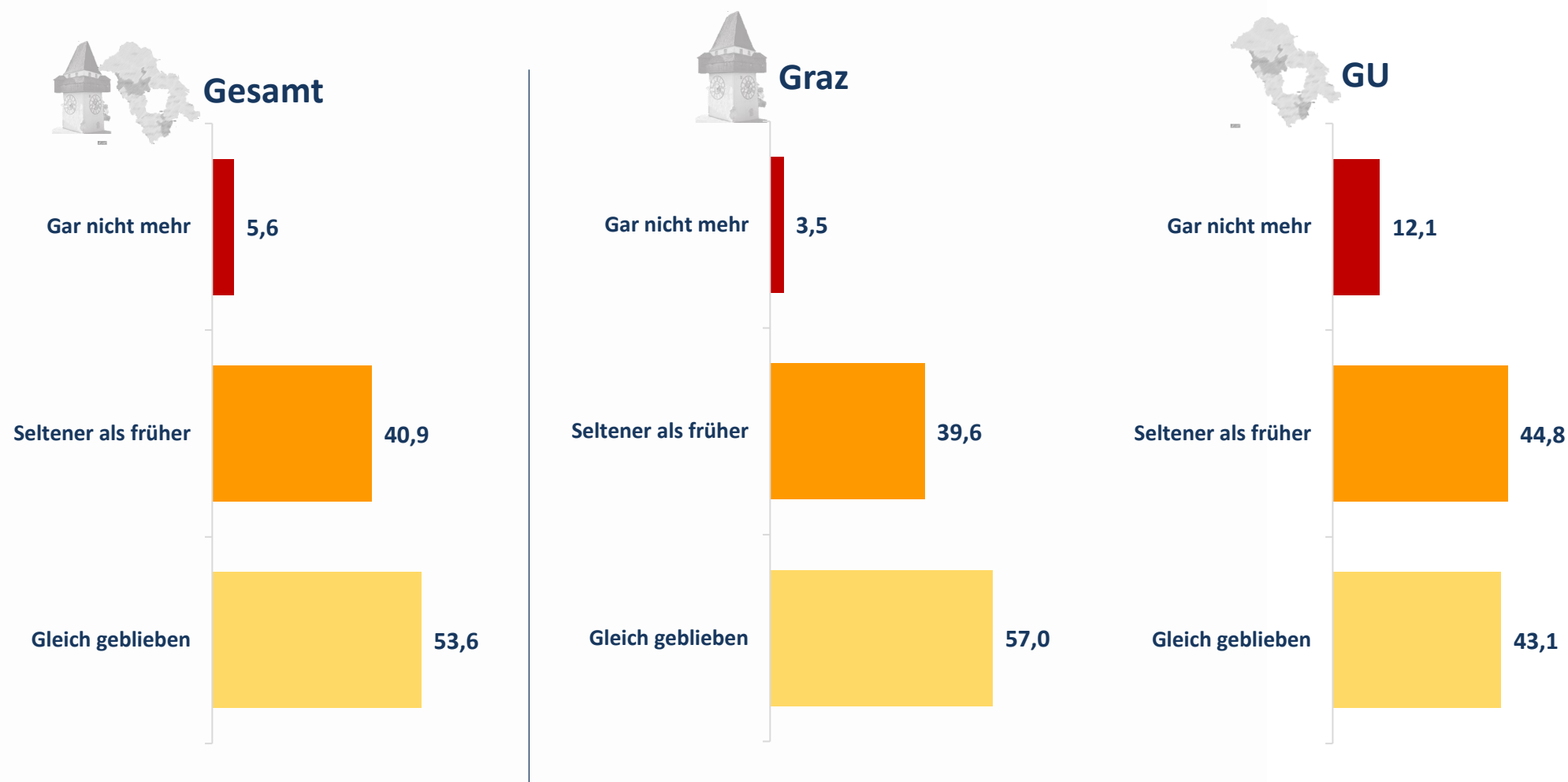
n=500

Bildung



Veränderte Innenstadtbesuchshäufigkeit: Grazer:innen stabiler, GU-Bewohner:innen mit deutlich stärkerem Rückgang

Grazer:innen weisen höhere Stabilität der Besuchshäufigkeit auf (~57% unverändert), während in GU seltener bzw. gar nicht mehr Besuche überwiegen (~57%). Auffällig sind der stark erhöhte Anteil „gar nicht mehr“ in GU (~12%) sowie die ausgeprägten Unterschiede nach Geschlecht: Männer bleiben deutlich konstanter, Frauen berichten häufiger über Rückgänge.



S2: Wie hat sich Ihre Besuchshäufigkeit der Grazer Innenstadt innerhalb der letzten 2-3 Jahre verändert?

Basis (gewichtet): 1.001 geschlossene Fragestellung

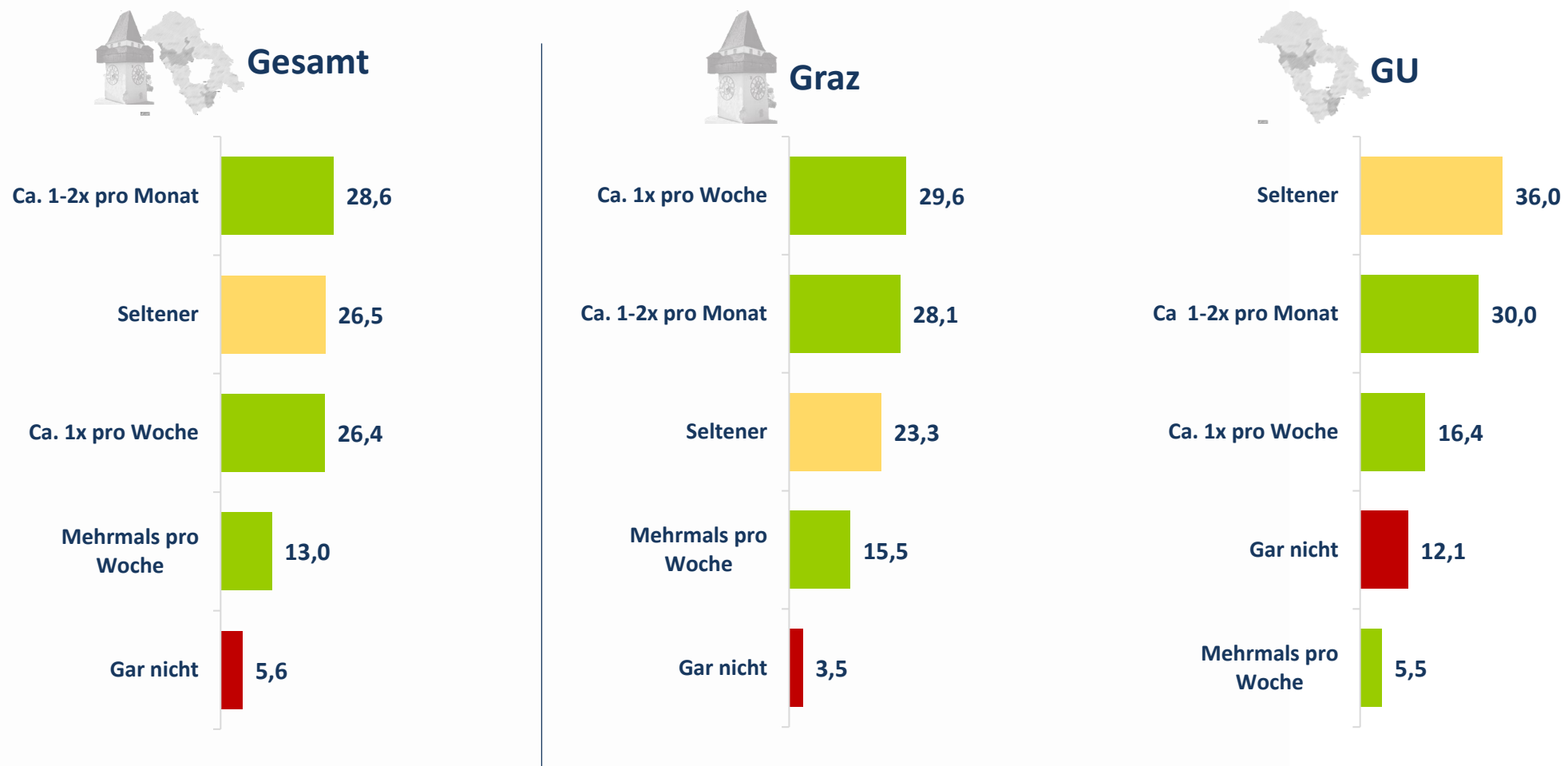
Angaben in %

Innenstadtbesuche: Grazer:innen deutlich häufiger in der Innenstadt – GU-Bewohner:innen klar seltener und häufiger völliger

Ausstieg

Fast die Hälfte der Grazer:innen besucht die Innenstadt wöchentlich oder öfter (~45%), während bei GU-Bewohner:innen seltene Besuche überwiegen (~36%) und der Anteil der Nicht-Besucher:innen deutlich höher liegt (~12%). Besonders aktiv sind Jüngere. Ältere Gruppen sowie GU-Bewohner:innen zeigen die geringste Besuchsfrequenz.

Je deutlicher der Rückgang im Zeitvergleich, desto häufiger verschieben sich die Besuche in seltenere Intervalle bzw. fallen ganz weg – besonders ausgeprägt bei GU-Bewohner:innen, die bei „seltener“ und „gar nicht mehr“ deutlich über Graz liegen.



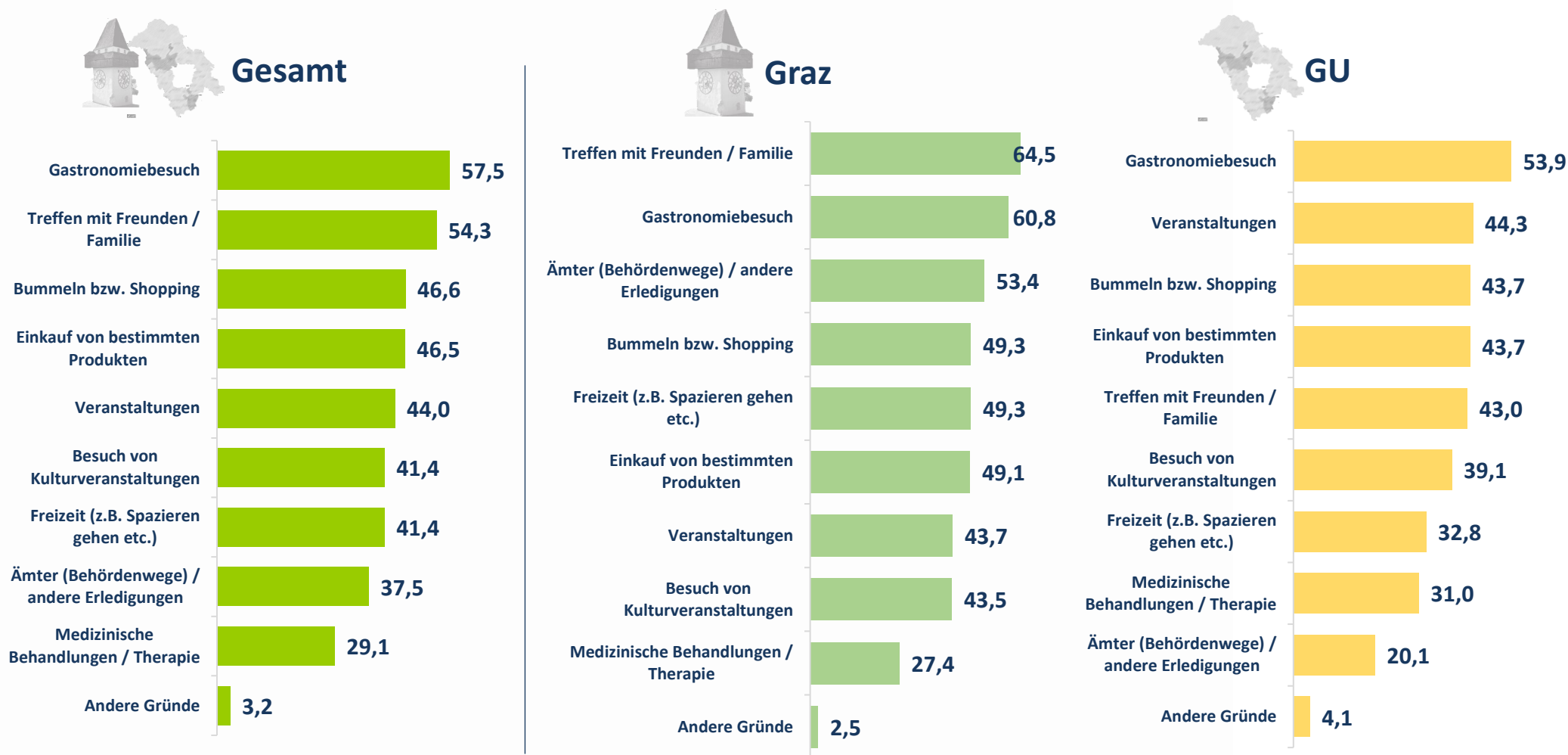
Frage 2: Wie häufig besuchen Sie die Grazer Innenstadt rein aus privaten Gründen im Durchschnitt?

Basis (gewichtet): 1.001, geschlossene Fragestellung

Angaben in %

Innenstadtbesuche vor allem für Gastronomie, Treffen und Shopping

Von den Grazer:innen wird Graz deutlich stärker als Freizeit-, Begegnungs- und Behördenstandort genutzt (Gastronomie, Freunde/Familie, Freizeit, Ämter), während GU-Bewohner:innen etwas seltener und eher anlassbezogen in die Innenstadt kommen.



Frage 1: Aus welchen Gründen besuchen Sie die Grazer Innenstadt PRIVAT typischerweise?

Basis: 927, semi-geschlossene Fragestellung, Mehrfachantworten möglich - nur jene, welche Graz zumindest besuchen

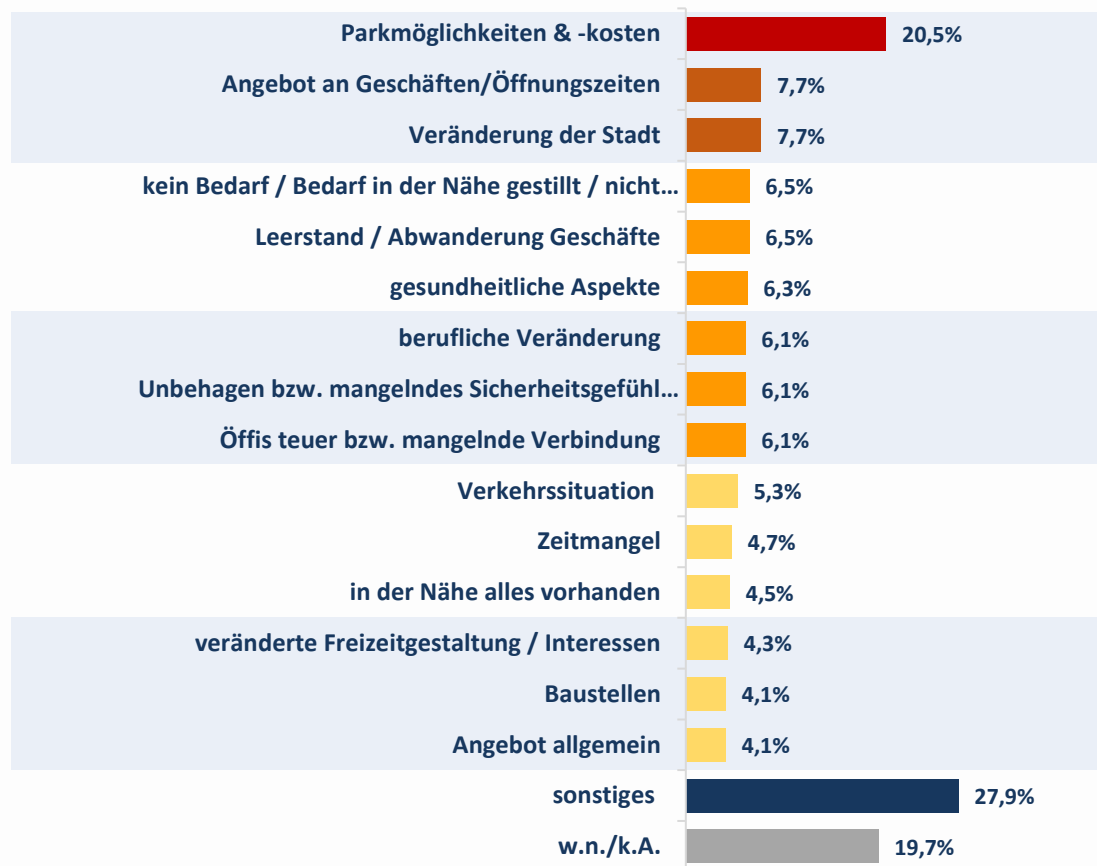
Angaben in %

Offen genannte Hauptgründe für rückläufige Innenstadtbesuche: Parken, Angebot und allgemeine Veränderungen dominieren

An erster Stelle werden Probleme beim Parken und hohe Parkkosten (~21%), gefolgt von allgemeinen Angebots- und Strukturveränderungen in der Innenstadt (Geschäfte, Leerstand, Öffnungszeiten) genannt. Nennungen verweisen zudem auf subjektive Verschlechterungen des Stadtbildes, mangelnde Sicherheit, erschwerte Mobilität sowie veränderte persönliche Lebensumstände, welche ein breites Bündel struktureller und persönlicher Gründe verdeutlichen.



Gesamt



Immer weniger Parkmöglichkeiten, Tiefgaragen werden umgekehrt immer teurer. Mittlerweile ist es stressfreier und einfacher nach Leibnitz, statt Graz zu fahren.

Geschäfte werden geschlossen, es gibt nicht mehr viel Einkaufswahl

Als Frau alleine abends in der Stadt fühle ich mich unwohl beim Warten z.B. am Jakominiplatz.

Die Öffis sind zu teuer.

Außerdem schließen die Geschäfte leider zu früh, sodass man im Alltag oft keine Zeit mehr hat dort hinzugehen.

Innenstadt hat weniger zu bieten als früher.

Innenstadt stirbt aus - kein Bedarf in die Innenstadt zu fahren.

Verkehrsführung / Verkehrsverhinderung

generell wurde eine Stadt für Fußgänger und Radfahrer ohne Rücksicht auf ältere oder gebrechlichere Menschen gemacht!

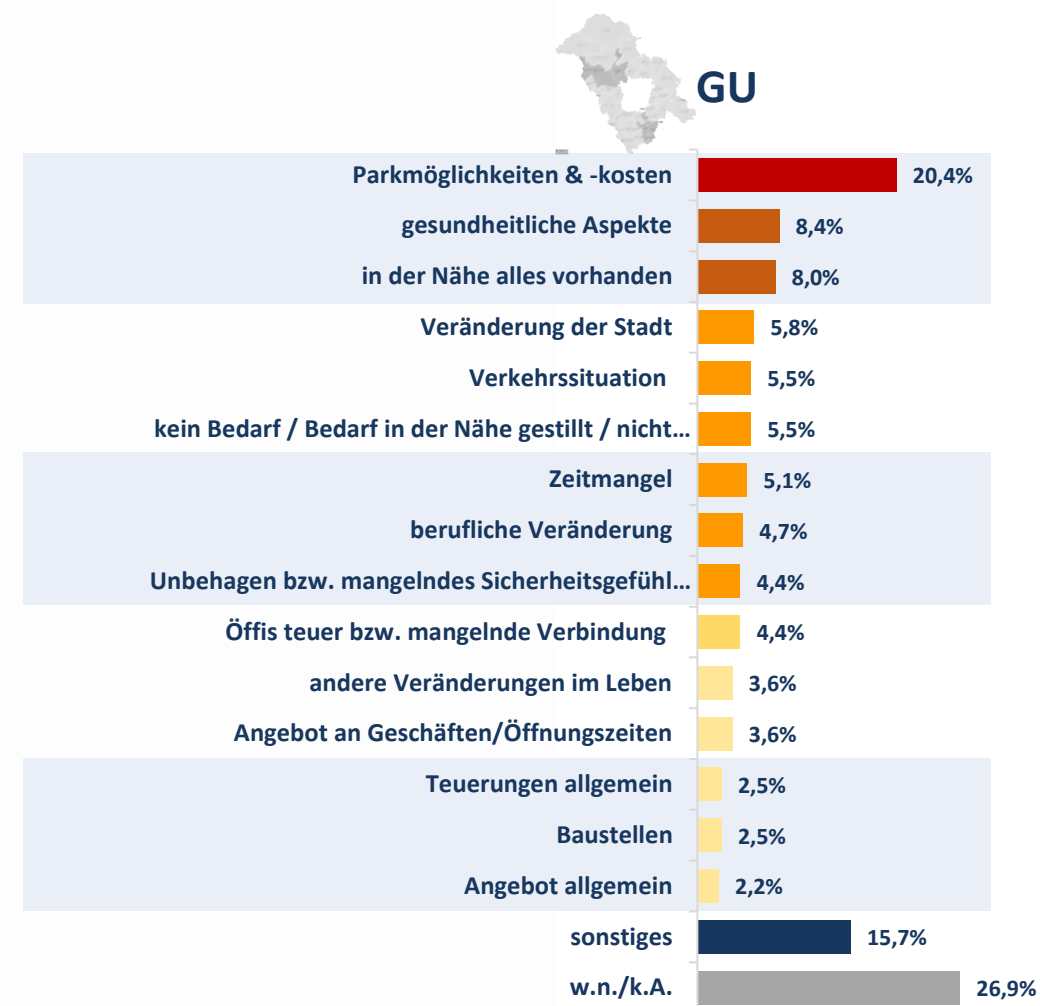
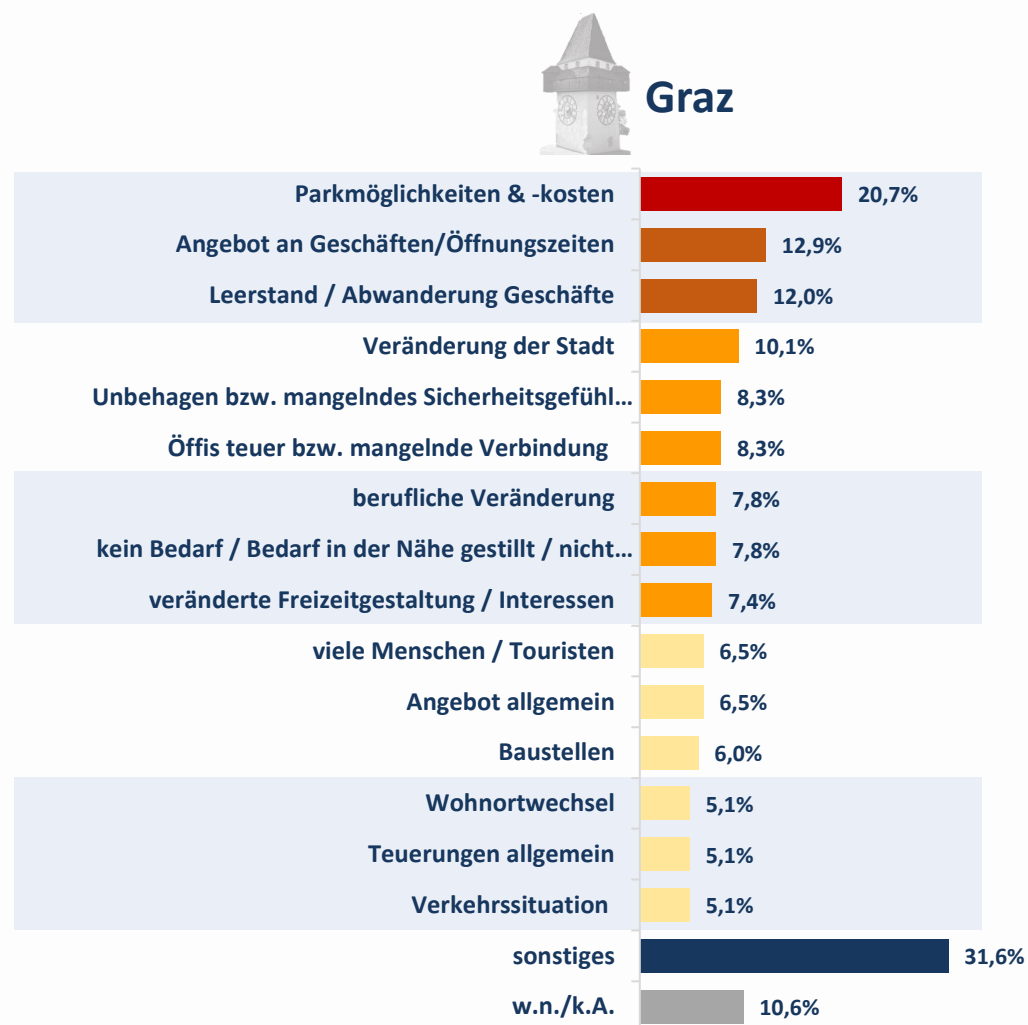
Es ist nicht mehr attraktiv, ein Schaufensterbummel? in diesen Billigläden? Die wirklich schönen und guten Geschäfte gibt es nicht mehr. Am Sonntag ist alles ausgestorben und die meisten haben geschlossen.

Gutes Angebot im Großraum Graz in Bezug auf Kultur und Gastro

Es ist unkomplizierter in Shoppingzentren einzukaufen

Rückgangsgründe unterscheiden sich zwischen Grazer:innen und GU-Bewohner:innen

Während in beiden Regionen Parken und Kosten zentral sind, nennen Grazer:innen häufiger Angebots- und Stadtbildveränderungen, GU-Bewohner:innen hingegen verstärkt fehlenden Bedarf, schlechte Erreichbarkeit und gesundheitliche bzw. infrastrukturelle Hürden; zudem ist der Anteil unspezifischer Antworten („k.A.“) in GU deutlich höher.



Frage 3: Sie haben eingangs angegeben, dass Sie die Grazer Innenstadt „seltener / gar nicht mehr“ besuchen. Warum besuchen Sie die Grazer Innenstadt nicht öfter?
 Was sind die Hauptgründe, dafür? Hat sich etwas verändert? Basis: 492, offene Fragestellung, Mehrfachantworten möglich – NUR jene, die die Innenstadt min. seltener besuchen

Parkplatzsuche und Verkehrssituation als zentrale Hürden – mit deutlich unterschiedlichen Barriere-Profilen in Graz und GU

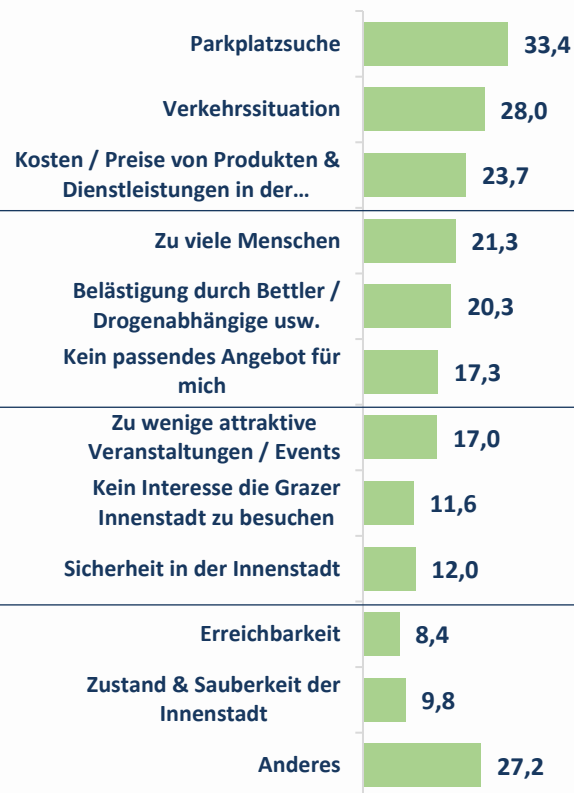
Rund ein Drittel der Befragten nennt gesamt die Parkplatzsuche und den Verkehr als Hauptbarrieren, bei GU-Bewohner:innen noch stärker ausgeprägt. Bei Grazer:innen treten zusätzlich Preise, Menschenandrang, Sicherheitsaspekte und Belästigung in den Vordergrund, während sich zeigt, dass insbesondere Auto-Nutzer:innen sowie Jüngere, die preis- und eventaffine Gruppen eher sind, über Barrieren der Innenstadt stolpern.



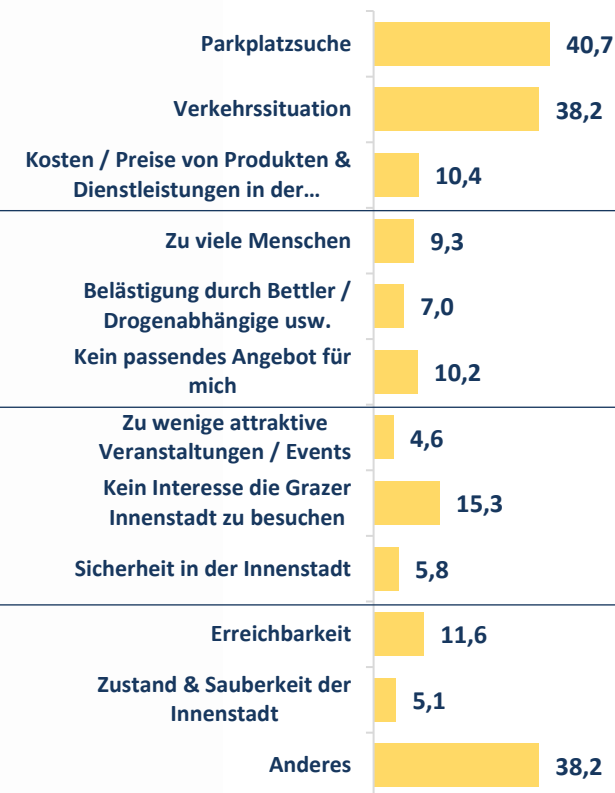
Gesamt



Graz



GU



Frage 9: Was hält Sie davon ab, die Grazer Innenstadt öfter zu besuchen?

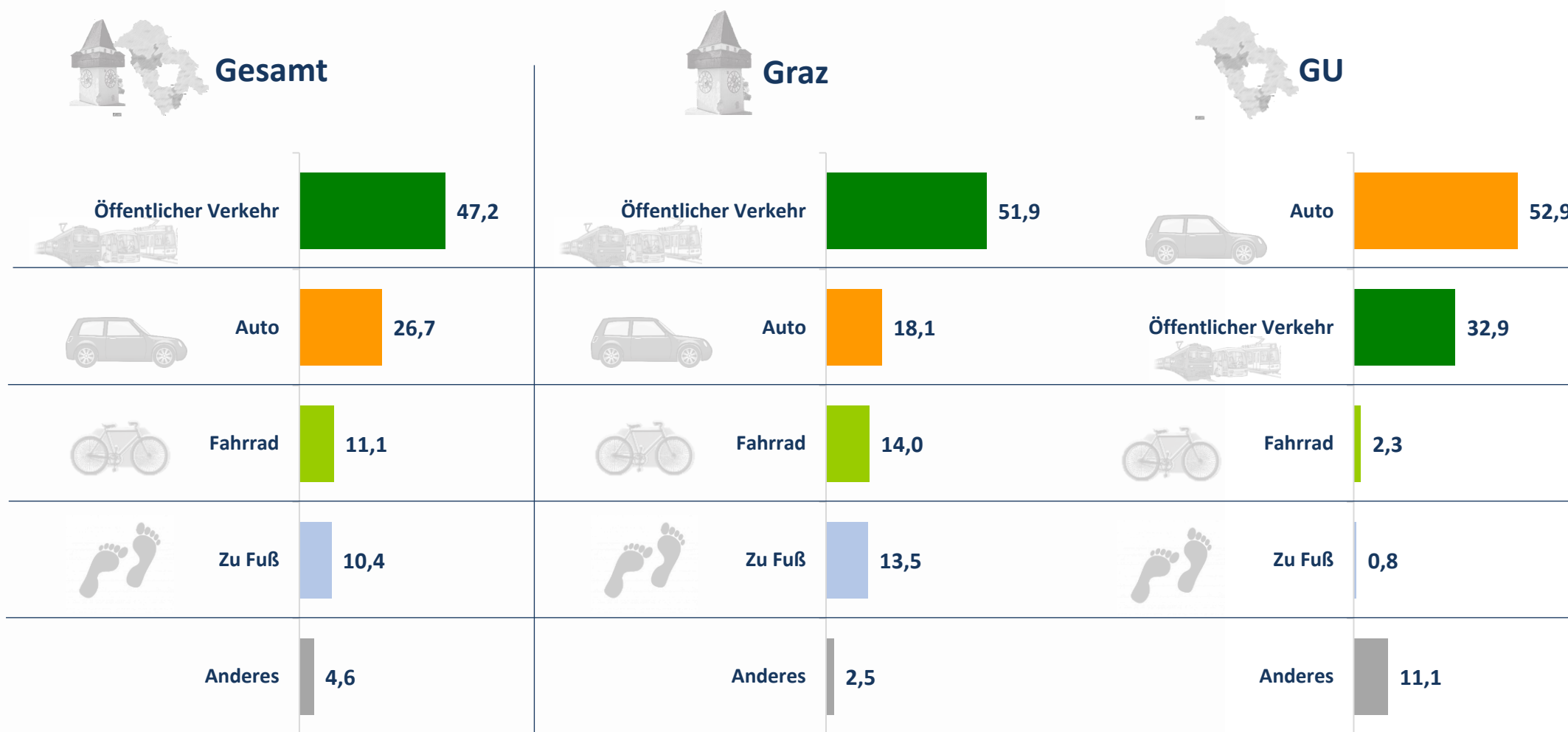
Basis (gewichtet): 1.001, semi-geschlossene Fragestellung, Mehrfachantworten möglich

Angaben in %

Deutliche regionale Unterschiede:

Grazer:innen nutzen Öffis und Fahrrad – GU-Bewohner:innen fahren überwiegend mit dem Auto

Grazer:innen nutzen vor allem Öffis (~52%) und das Fahrrad, um in die Innenstadt zu gelangen, während GU-Bewohner:innen mehrheitlich mit dem Auto fahren (~53%). Jüngere (16-39) greifen deutlich häufiger auf Öffis zurück (~55%), ältere Gruppen hingegen öfter auf das Auto. Die „Anderes“-Nennungen stammen vorwiegend aus GU und umfassen kombinierte Wegekettten.

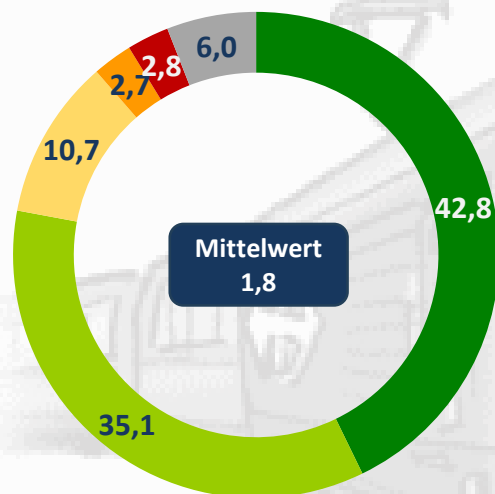


ÖPNV-Anbindung wird insgesamt gut bewertet – deutliche Unterschiede zwischen Grazer:innen und GU-Bewohner:innen

Mehr als drei Viertel vergeben eine gute Bewertung (MW Gesamt: 1,8). Grazer:innen beurteilen die Anbindung klar besser (MW 1,7) als GU-Bewohner:innen (MW 2,0). Aktive Mobilitätsgruppen (zu Fuß, Fahrrad) bewerten deutlich positiver, während Auto-Nutzer:innen die schlechtesten Werte vergeben (MW 2,4). Die Bewertungen sinken zudem spürbar bei Personen mit rückläufigem Besuchsverhalten.



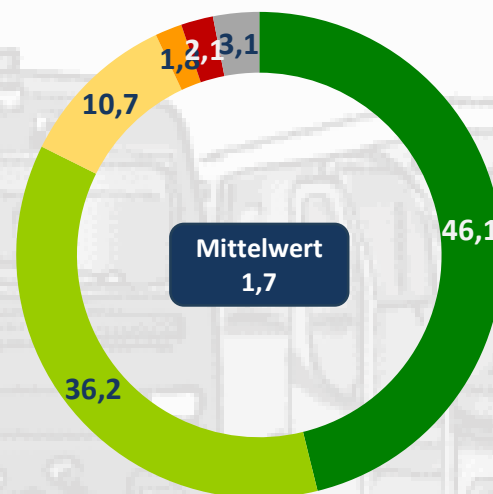
Gesamt



■ Sehr gut (1)
■ Eher gut
■ Teils teils
■ Eher nicht gut
■ Gar nicht gut (5)
■ Weiß nicht / keine Angabe



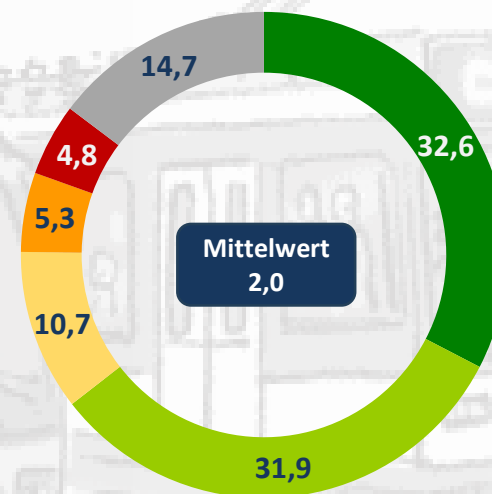
Graz



■ Sehr gut (1)
■ Eher gut
■ Teils teils
■ Eher nicht gut
■ Gar nicht gut (5)
■ Weiß nicht / keine Angabe



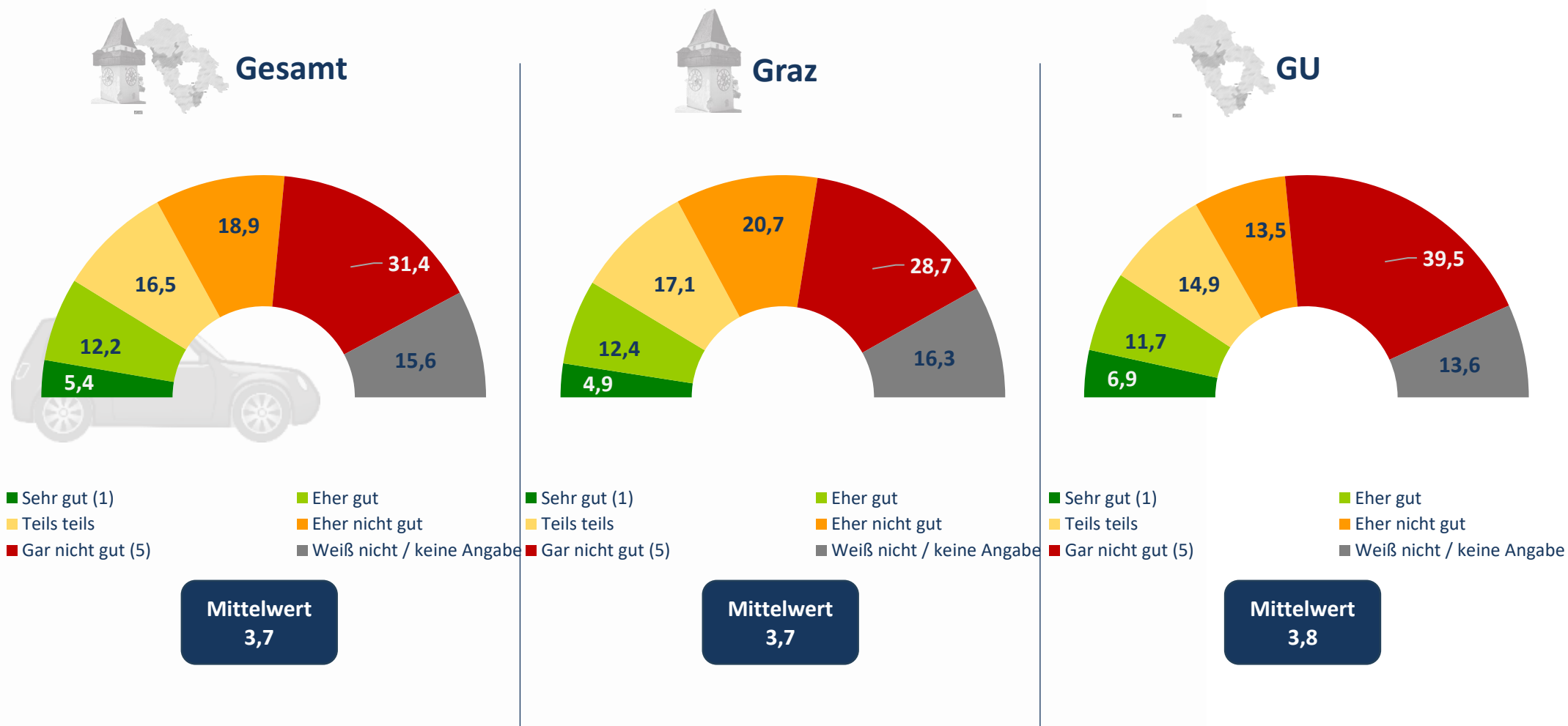
GU



■ Sehr gut (1)
■ Eher gut
■ Teils teils
■ Eher nicht gut
■ Gar nicht gut (5)
■ Weiß nicht / keine Angabe

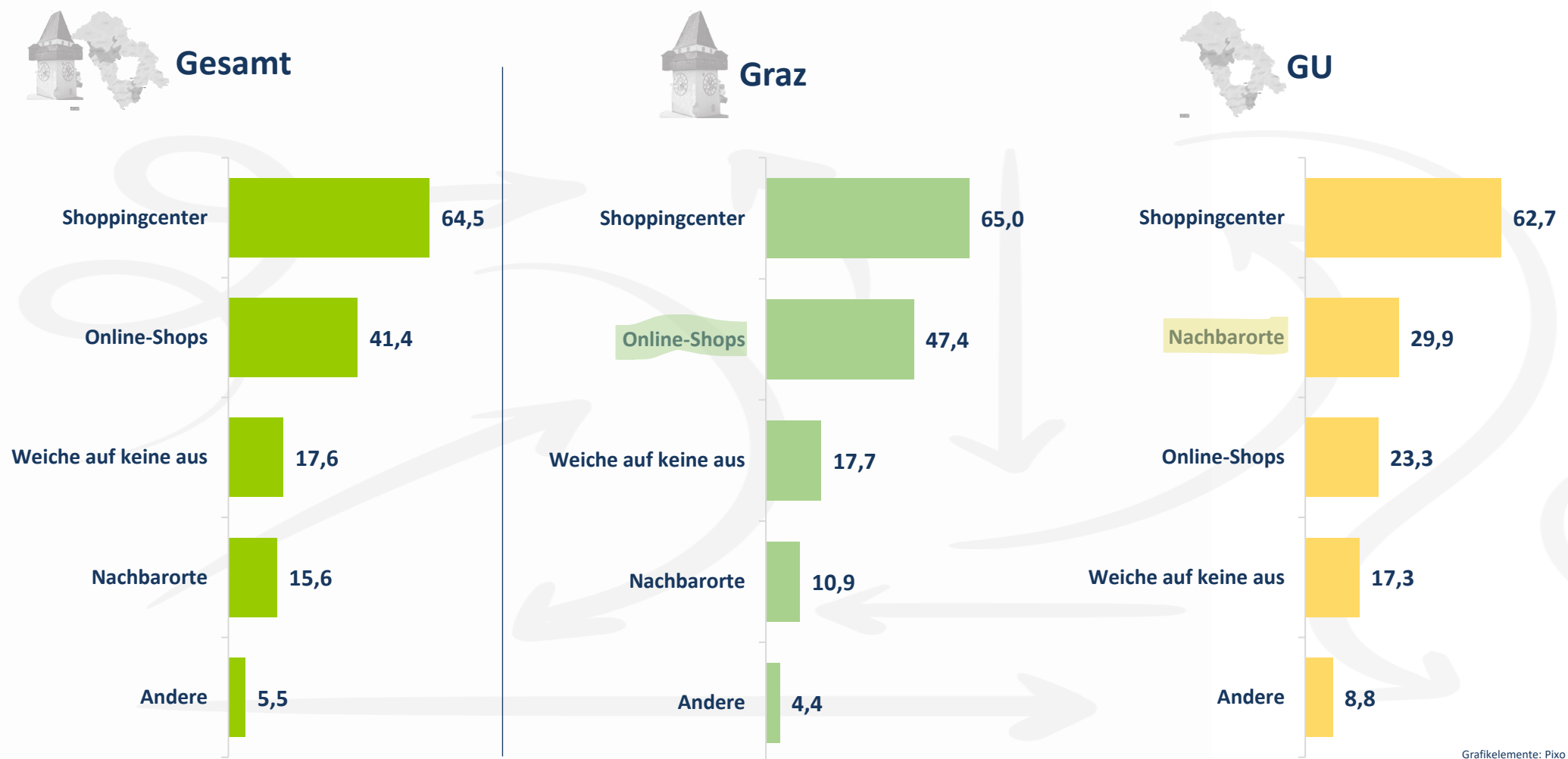
Parkplatzangebot der Grazer Innenstadt fällt klar durch – Grazer:innen und GU-Bewohner:innen beide überwiegend unzufrieden

Rund die Hälfte bewertet das Angebot als „(eher) nicht gut“ (MW gesamt 3,7), mit leicht kritischerer Sicht der GU-Bewohner:innen (MW 3,8). Besonders unzufrieden sind Auto-Nutzer:innen (MW 4,0) sowie Personen mit rückläufigen bzw. eingestellten Innenstadtbesuchen (bis MW 4,5), während Jüngere und häufige Besucher:innen etwas moderater urteilen.



Ausweichorte: Shoppingcenter dominieren – Unterschiede zwischen Grazer:innen und GU-Bewohner:innen

Shoppingcenter sind über alle Gruppen hinweg klarer Hauptausweichort (~65%). Grazer:innen nutzen häufiger Online-Shops (~47%) als GU-Bewohner:innen, während GU-Bewohner:innen stärker auf Nachbarorte ausweichen (~30%). Jüngere greifen verstärkt zu Online-Angeboten, ältere deutlich öfter zu „keiner Alternative“. Mobilitätsmuster verstärken die Unterschiede: Auto-Nutzer:innen wählen besonders häufig Shoppingcenter (~77%).



Grafikelemente: Pixo DE

Frage 10: Auf welche anderen Einkaufs- oder Freizeitorte weichen Sie aus, anstatt die Grazer Innenstadt zu besuchen?

Basis (gewichtet): 1.001, semi-geschlossene Fragestellung, Mehrfachantworten möglich

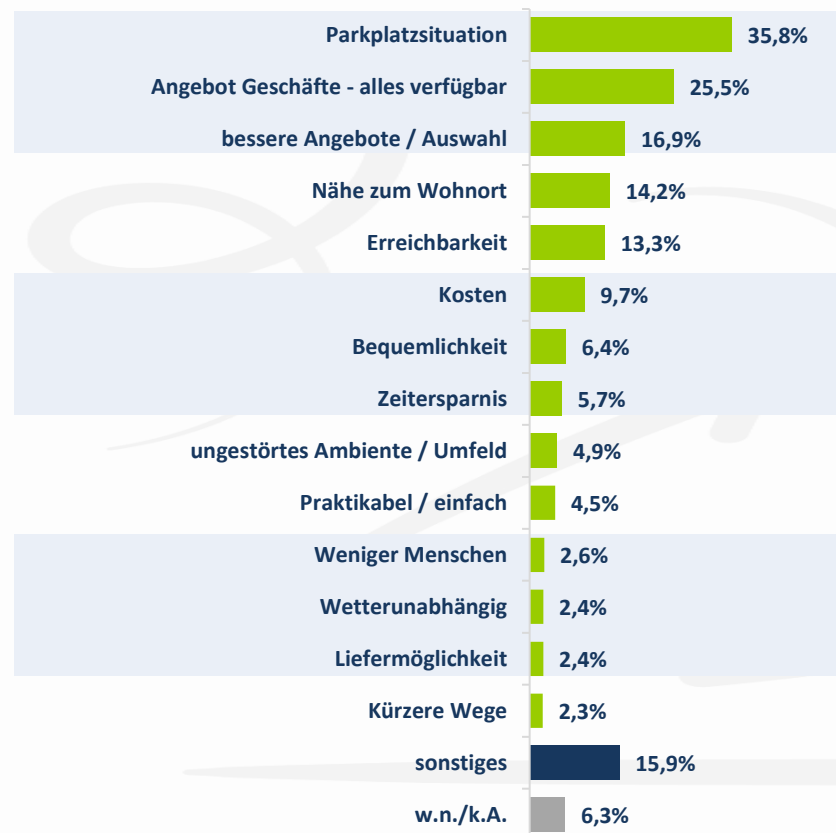
Angaben in %

Zentrale Gründe für die Ausweichorte aus der Grazer Innenstadt

Die offenen Nennungen (n=822) zeigen ein klares Muster: Am häufigsten werden die Parkplatzsituation (~36%), das umfassende Angebot an Geschäften (~26%) und eine bessere Auswahl (~17%) genannt. Zusätzlich verweisen zahlreiche offene Antworten auf praktische Vorteile wie Nähe, Erreichbarkeit, Kosten und ein störungsfreieres Umfeld.



Gesamt



Grafikelemente: Pixo DE

Frage 11: Warum weichen Sie auf die genannten Ausweichorte aus? Welche Vorteile bieten Ihnen diese Alternativen im Vergleich zur Grazer Innenstadt?

Basis: 822, offene Fragestellung, Mehrfachantworten möglich- NUR jene, die einen Ausweichort angeben

Unterschiedliche Gründe für Ausweichorte: Parken, Nähe oder Preisvorteil

Für EKZ stehen v. a. kostenlose/leichte Parkplatzsituation und „alles unter einem Dach“ im Vordergrund, Nachbarorte punkten mit Nähe und besserer Erreichbarkeit, während Online-Shops vor allem wegen größerer Auswahl und Preis-/Convenience-Vorteilen genutzt werden.



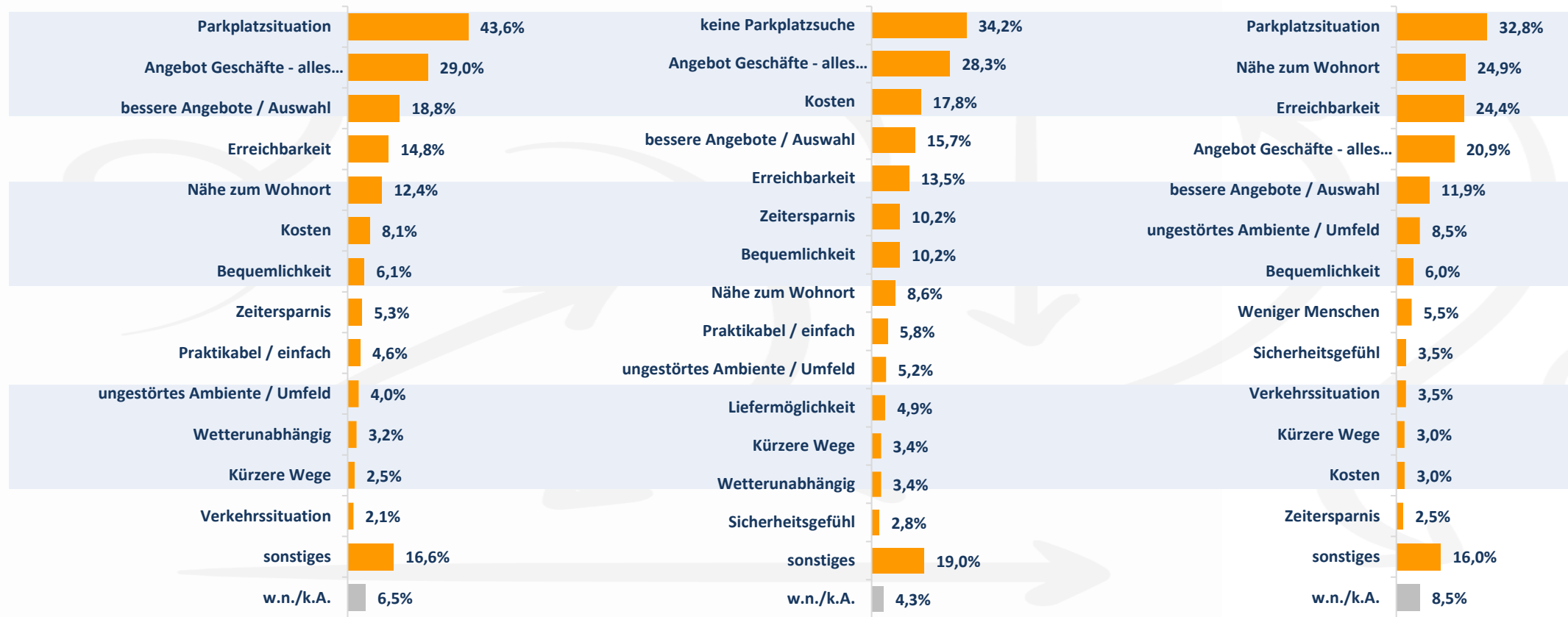
EKZ



Online Shopping



Nachbarort



Grafikelemente: Pixo DE

Frage 11: Warum weichen Sie auf die genannten Ausweichorte aus? Welche Vorteile bieten Ihnen diese Alternativen im Vergleich zur Grazer Innenstadt?

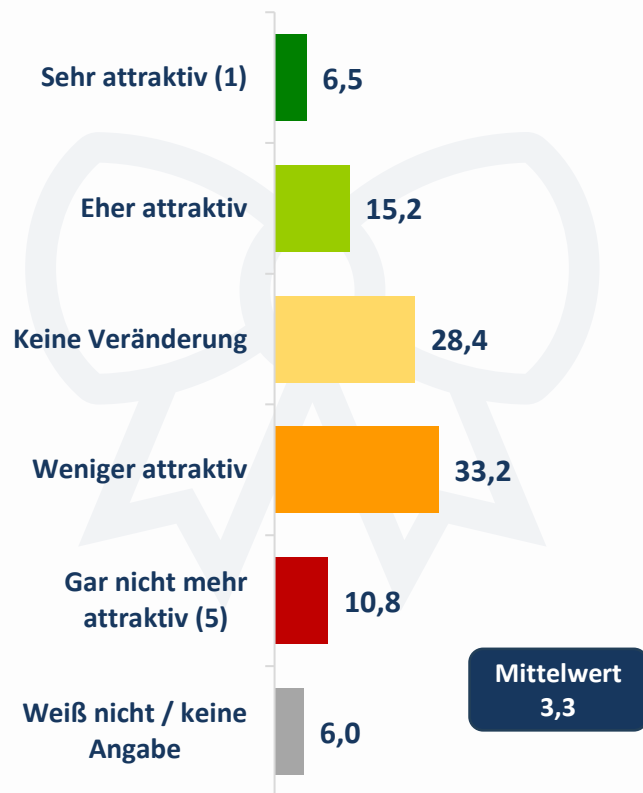
Basis: 822, offene Fragestellung, Mehrfachantworten möglich

Innenstadt hat klar an Attraktivität verloren – in Graz wie im Umland überwiegt die kritische Sicht

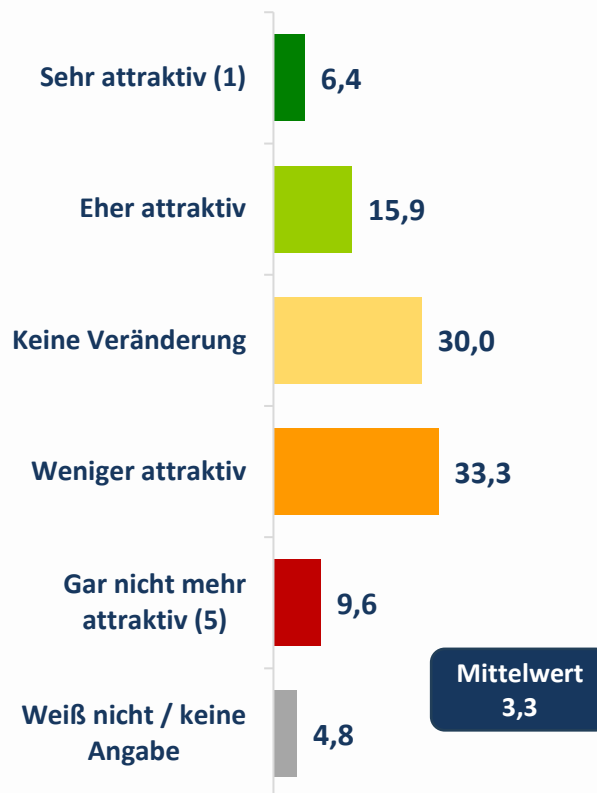
Gesamt stuft rund ~44% die Innenstadt heute als (gar) nicht mehr attraktiv ein, nur ~22% als attraktiv (MW gesamt: 3,3). Bei Grazer:innen liegt der Anteil der Kritischen bei ~43% (attraktiv: ~22%, MW: 3,3), im Umland (GU) noch höher bei ~47% (attraktiv: ~20%, MW: 3,4).



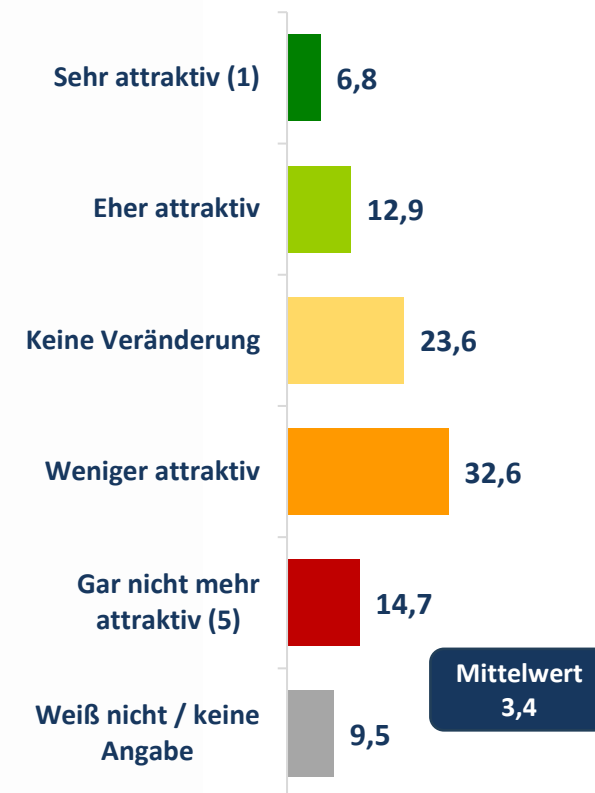
Gesamt



Graz

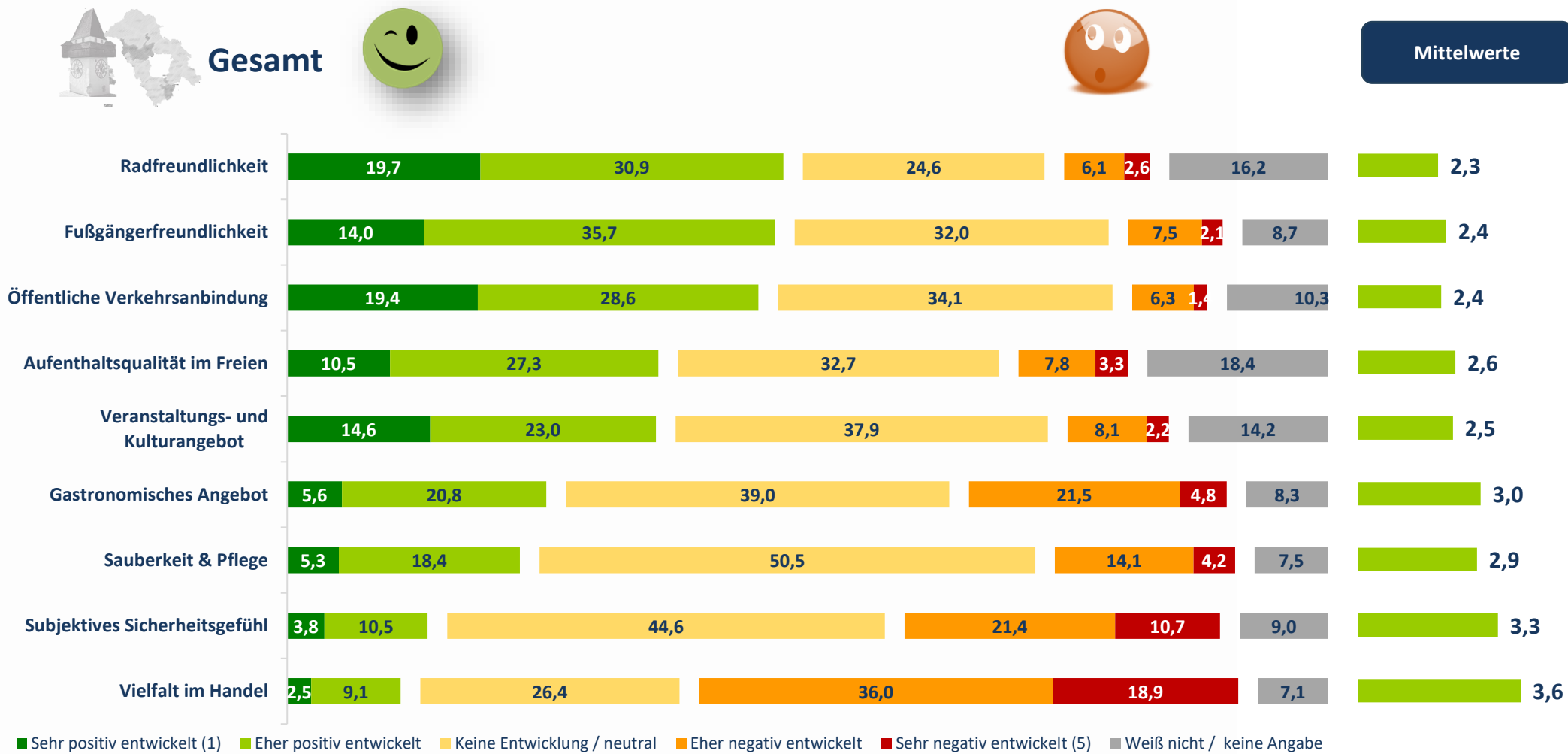


GU



Veränderungen: Positive Impulse bei Mobilität und Kultur – deutliche Defizite im Handel und Sicherheitsgefühl

Gesamt zeigt sich ein zweigeteiltes Bild: Klare Fortschritte werden bei Rad- und Fußgängerfreundlichkeit, ÖV-Anbindung sowie beim Kulturangebot wahrgenommen, während Vielfalt im Handel und subjektive Sicherheit am stärksten negativ bewertet werden. Die offenen Nennungen spiegeln dieses Muster wider: Häufig genannt werden fehlende Geschäftsvielfalt, zunehmende Leerstände, wahrgenommene soziale Problemlagen und ein Rückgang der Aufenthaltsqualität.



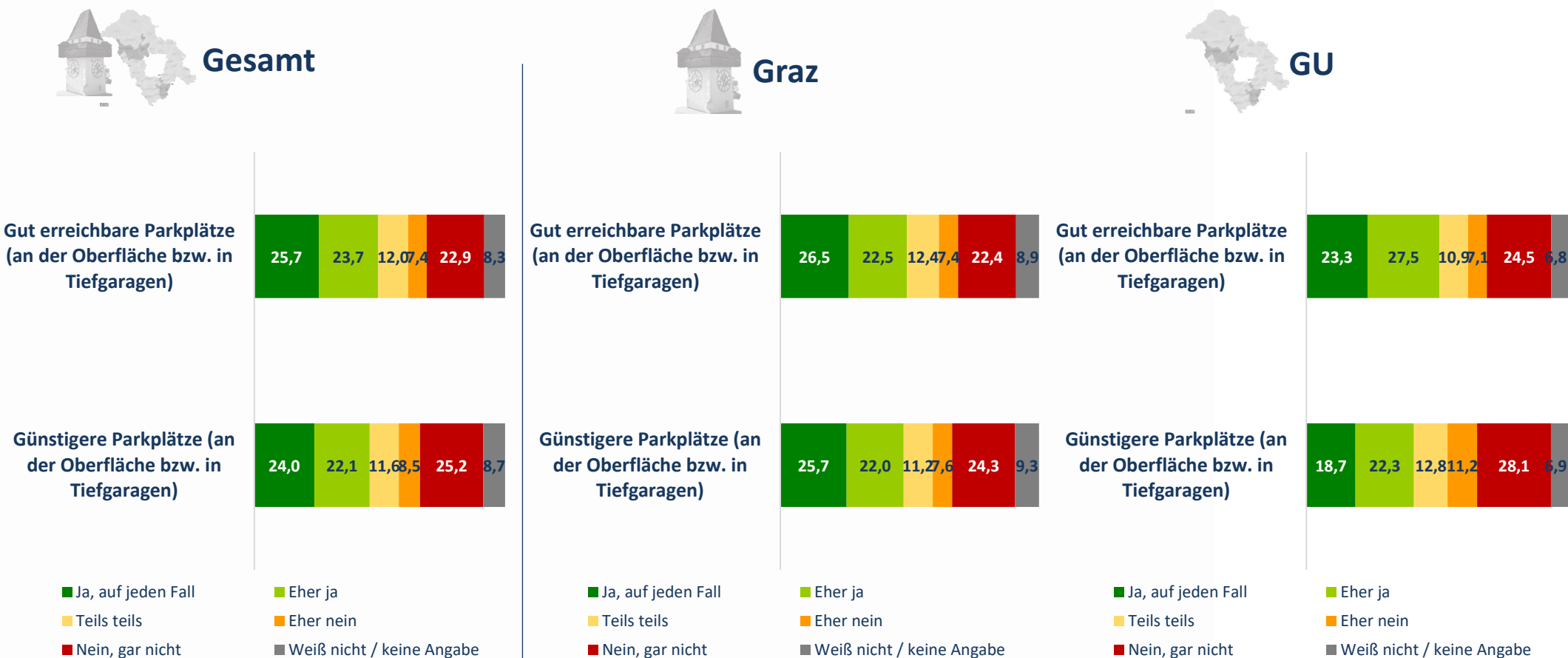
Frage 14: Welche Bereiche haben sich Ihrer Meinung nach positiv und welche negativ in der Grazer Innenstadt entwickelt in den letzten 5 Jahren?

Basis (gewichtet): 1.001, geschlossene Fragestellung

Angaben in %

Parkanreize: Rund die Hälfte sieht in günstigeren bzw. besser erreichbaren Stellplätzen einen zusätzlichen Besuchsanreiz

Gesamt würden ~46% durch günstigere und ~49% durch besser erreichbare Parkplätze häufiger kommen. Grazer:innen reagieren etwas stärker auf Preis, GU-Bewohner:innen etwas stärker auf Lage – besonders relevant für Auto-Nutzer:innen.



Gerne stehen wir für weitere Fragen zur Verfügung.



mResearch Marktforschung Merchandising Consulting GmbH

Marburger Kai 47/1/10, A-8010 Graz

Tel.: 0316-42 60 69, office@mresearch.at, www.mresearch.at

market research | mystery research | merchandising | sales promotion | consulting