

Neue Bestwerte im 1. Halbjahr: Nächtigungs- & Umsatz-Plus für Wien

- Wien übertrifft Vorjahr mit + 4,1 %: 7,2 Mio. Gästenächtigungen von Jänner bis Juni 2018
- Netto-Nächtigungsumsatz der Beherbergungsbetriebe (Jänner bis Mai): + 4,9 %
- Marketing-Budget des WienTourismus 2. Halbjahr 2018: 10 Mio. Euro für 20 Märkte
- Luxusreisende, LGBT-Zielgruppe und Begegnungsmomente als Marketingschwerpunkte

„Im ersten Halbjahr 2018 hat Wiens Tourismuswirtschaft mit 7.223.000 Nächtigungen und einem Plus von 4,1 % zum Vergleichszeitraum des Vorjahres einen neuen Bestwert geschafft“, gratuliert Tourismusdirektor Norbert Kettner bei der Pressekonferenz des WienTourismus am 26. Juli. „Von den 30 aufkommensstärksten Märkten brachten 22 ein Plus, fünf davon im zweistelligen Prozentbereich. Sechs Märkte erreichten ihr Vorjahresergebnis nicht, bei zwei entsprach es dem Wert aus 2017“, zieht Kettner Bilanz. Der Juni trug mit 1,5 Mio. Nächtigungen (+ 2 %) zum Ergebnis des ersten Halbjahres bei.

Nachhaltiges Nächtigungswachstum

Etwa 80 % der Nächtigungen von Jänner bis Juni waren internationale Nächtigungen. Aus Wiens Top 10 Märkten wuchsen Österreich, Deutschland, die USA, Großbritannien und Russland einstellig, China brachte neuerlich zweistellige Zuwachsraten. Italien, die Schweiz, Frankreich und Spanien erreichten ihr Ergebnis aus dem ersten Halbjahr 2017 nicht. Außerhalb der Top 10 stachen die Ukraine (73.000 Nächtigungen, + 31 %), Taiwan (59.000, + 29 %) sowie Saudi-Arabien (20.000, + 24 %) mit besonders hohen Zuwachsraten hervor. „In Summe zeichnet sich – wie schon in den vergangenen Jahren – auch im bisherigen Verlauf 2018 ein konstantes Nächtigungswachstum für Wien ab, was als Zeichen einer nachhaltigen Tourismusentwicklung zu werten ist“, so Kettner.

Umsätze wuchsen etwas stärker

„Derzeit stehen die Netto-Nächtigungsumsätze der Beherbergungsbetriebe für die Monate Jänner bis Mai fest, die mit 291 Millionen Euro ein Plus von 4,9 % bringen“, so Kettner. Die Nächtigungen im Zeitraum Jänner bis Mai wuchsen um 4,6 %. Bis 2020 will Wien laut Tourismusstrategie auf 18 Millionen Nächtigungen und 1 Milliarde Euro Umsatz kommen.

Auslastung etwa auf Vorjahresniveau

Die durchschnittliche Bettenauslastung der Wiener Beherbergungsbetriebe im ersten Halbjahr stieg auf 54,4 % (1-6/2017: 54,1 %), die Zimmerauslastung lag bei rund 70 %, was in etwa dem Vorjahr entspricht. Die Beherbergungskapazität erhöhte sich von Juni 2017 auf Juni 2018 um rund 800 (+ 1,2 %) auf 64.700 Hotelbetten.

Die Ergebnisse im Detail

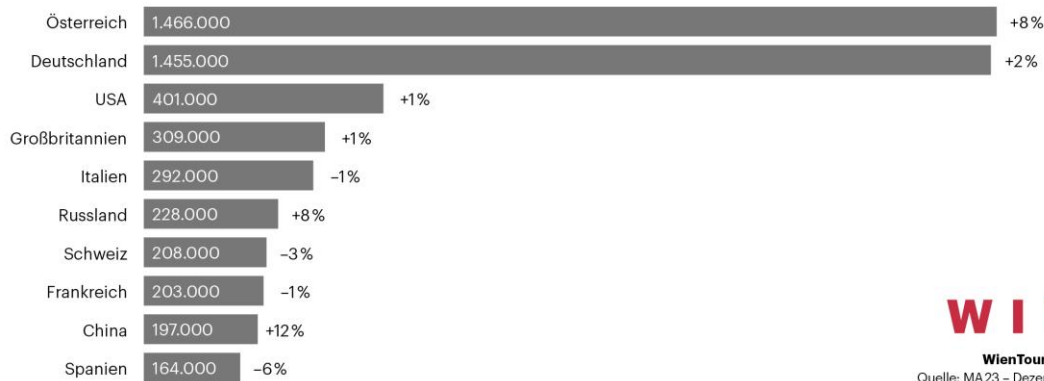
Herkunftsland	Nächtigungen ¹⁾ Jänner-Juni 2018		Nächtigungen Juni 2018		Nächtigungsumsatz netto ²⁾ Jänner-Mai 2018	
Österreich	1.466.000	+ 8 %	306.000	+ 10 %	50.967.000 €	+ 6 %
Deutschland	1.455.000	+ 2 %	276.000	- 7 %	56.062.000 €	+ 3 %
USA	401.000	+ 1 %	118.000	- 4 %	18.667.000 €	+ 5 %
Großbritannien	309.000	+ 1 %	64.000	+ 3 %	14.352.000 €	+ 3 %
Italien	292.000	- 1 %	38.000	- 14 %	11.736.000 €	+ 3 %
Russland	228.000	+ 8 %	31.000	- 4 %	10.614.000 €	+ 11 %
Schweiz	208.000	- 3 %	37.000	- 2 %	9.397.000 €	- 3 %
Frankreich	203.000	- 1 %	37.000	+ 4 %	8.565.000 €	- 1 %
China	197.000	+ 12 %	53.000	+ 27 %	7.896.000 €	+ 9 %
Spanien	164.000	- 6 %	34.000	- 17 %	6.651.000 €	- 2 %
Übrige	2.300.000		465.000		96.037.000 €	
Alle Herkunftsmärkte	7.223.000	+ 4,1 %	1.459.000	+ 2,0 %	290.944.000 €	+ 4,9 %
1) Nächtigungen sind nicht Gäste, sondern die von diesen absolvierten Übernachtungen. 2) Ohne Frühstück und Umsatzsteuer, Wert wird aus den monatlichen Erträgen der Ortstaxe hochgerechnet. 3) RevPAR (revenue per available room) ist der Erlös pro verfügbarem Zimmer in Hotels & Pensionen, ein Nettowert, der die Kennzahlen „durchschnittliche Zimmerbelegung“ und „durchschnittlicher Zimmerpreis“ vereint. Nicht zu verwechseln mit dem weit darüber liegenden Zimmerpreis. Datenquellen: MA 23 – Dezernat Statistik und MA 6 – Rechnungs- und Abgabenwesen					RevPAR³⁾ 5/2018: 69,3 € 1 - 5/2018: 53,9 €	- 5,7% + 2,1%

Saudi-Arabien: Zwei Direktflüge und dreistelliges Plus im Juni

Im Fall von Saudi-Arabien ist die positive Entwicklung im ersten Halbjahr deutlich auf die beiden neuen Direktflugverbindungen zurückzuführen: Der Low-Cost-Carrier Flynas sowie Saudi Arabian Airlines, kurz Saudia, fliegen Wien seit 9. bzw. 16. Juni drei bzw. vier Mal die Woche an. War von Jänner bis Mai 2018 noch ein Nächtigungsminus zu verzeichnen, so katapultierten die neuen Flüge die Juni-Nächtigungen aus Saudi-Arabien (7.000) um 175 % nach oben; das erste Halbjahr bilanzierte mit 20.000 Nächtigungen (+ 24 %) positiv.

DIE NÄCHTIGUNGEN IN WIEN (TOP 10) 1-6 / 2018

Herkunftsmärkte nach Nächtigungen, Vergleich zu 1-6/2017 (alle Unterkünfte)



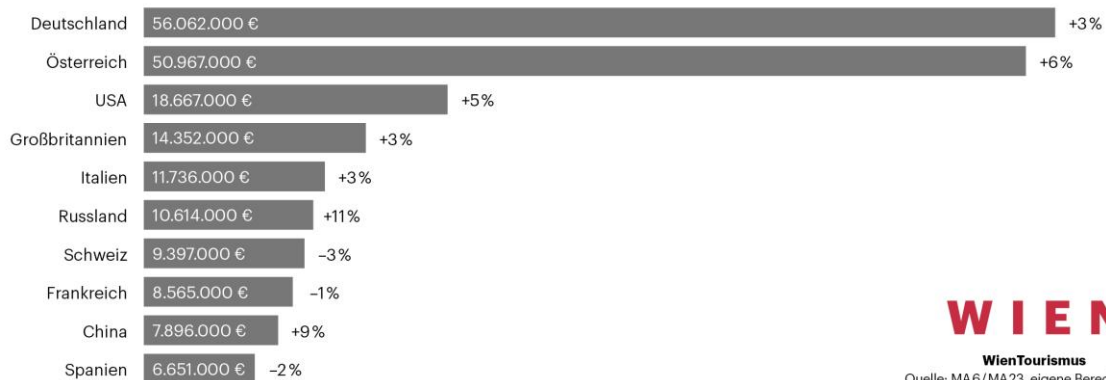
WIEN

WienTourismus

Quelle: MA23 - Dezernat Statistik Wien

DIE 10 UMSATZSTÄRKSTEN MÄRKTE 1-5 / 2018

Herkunftsmärkte nach Netto-Nächtigungsumsätzen, Vergleich zu 1-5/2017 (alle Unterkünfte)



WIEN

WienTourismus

Quelle: MA6/MA23, eigene Berechnungen

Japan: Zurück zu alter Stärke?

Positiv bemerkbar macht sich auch die Wiederaufnahme des Austrian Airlines Direktfluges aus Tokio mit 15. Mai. Der Juni brachte Wien ein 22-prozentiges Plus auf 28.000 Nächtigungen aus Japan, von Jänner bis Juni zählte Wien somit 130.000 japanische Nächtigungen (+ 9 %). Russland – insgesamt wieder auf Wachstumskurs und im ersten Halbjahr sogar doppelt so stark wie der Durchschnitt gestiegen – verzeichnete im Juni mit 31.000 Nächtigungen ein Minus von 4 %, was der Fußballweltmeisterschaft geschuldet sein dürfte.

Kapazitätsschub aus Italien und Indien

„Neue Verbindungen auf der Langstrecke und die Dynamik im Low-Cost-Bereich stärken Wien als internationalen Hub“, so Kettner. Insgesamt gibt es im aktuellen Sommerflugplan ein Plus von rund 6 % bei den Sitzplätzen und auch bei den Frequenzen nach Wien. „Die Sitzplatzkapazität aus Italien und Indien steigt sogar um je ein Drittel und wird sich positiv auf das Gästeaufkommen auswirken“, ist Kettner zuversichtlich. Austrian Airlines wollen ab Herbst die Verbindungen aus Peking, Shanghai sowie der US-Ostküste und somit Wiens wichtigstem Fernmarkt stärken, Hongkong dafür auflassen. „Eine Entwicklung, die uns bei den USA als stärkstem Fernmarkt hilft; bei Hongkong hoffen wir mittelfristig auf Ersatz“, so Kettner. 23 Kooperationen mit Airlines führt der WienTourismus heuer noch durch.

Risiko Handelskonflikt

Ökonomen warnen: Sollte sich der Handelskonflikt zwischen den USA und anderen Ländern weiter zuspitzen, könnte dies zu einer globalen Wirtschaftskrise führen. „Die Tourismuskonsumnachfrage in Europa wird maßgeblich von drei Faktoren bestimmt: der globalen Konjunkturentwicklung, der Anzahl wirtschaftlicher oder politischer Unruhen samt begleitender Sanktionen sowie der Abhängigkeit der Städte von ‚Connectivity‘, also der Anbindung an Verkehrswege. Eine so genannte ‚Beggar-thy-Neighbor‘-Politik, wie wir sie beispielsweise aus der Weltwirtschaftskrise der 30er-Jahre kennen, würde mit nur wenigen Monaten Verzögerung Tourismus und Geschäftsreisen bremsen“, hofft Kettner darauf, dass wirtschaftspolitische Fehler aus der Vergangenheit keine Wiederholung finden.

2. Halbjahr 2018: Marketing um 10 Millionen Euro in 20 Ländern

„Dem WienTourismus steht im zweiten Halbjahr 2018 ein Marketing-Budget von rund zehn Millionen Euro zur Verfügung. Wir investieren es in jene 20 Herkunftsmärkte weltweit, die im Vorjahr vier Fünftel der Nächtigungen erbracht haben“, so Kettner. „Unser strategischer Partner Austrian Airlines verstärkt heuer unseren Einsatz in 15 dieser Länder.“ Erst im Mai zeichnete der Creativ Club Austria (CCA) den WienTourismus als „Kunde des Jahres“ aus: Zusammen mit seinen Agenturen erhielt er fünfmal Gold, fünfmal Silber sowie sechsmal Bronze – mit sieben Werbe-Venus-Statuetten räumte die Kampagne #ToArtsFreedom rund um Aktdarstellungen von Egon Schiele am stärksten ab.

Arthur Arbesser X Vienna: Finale in Wien

Im Zuge seiner Kampagne zur Wiener Moderne rückte der WienTourismus in Kooperation mit Modedesigner und „Fay“-Kreativchef Arthur Arbesser sowie der Textilmanufaktur Backhausen auch das Modeschaffen der Wiener Moderne ins Rampenlicht. Eine Capsule Collection des Designers, in Szene gesetzt von Fotografin Elfie Semotan und den Top-Models Cordula Reyer und Helena Severin, sowie Original-Modedesigner der Wiener Werkstätte von Madame d’Ora standen im Februar im Mittelpunkt der Kampagne des WienTourismus rund um die Fashion Weeks in Mailand und Paris. „Sowohl Capsule

Collection als auch Fotostrecke wird es im Oktober auch vor Ort in Wien für Einheimische und Gäste zu sehen geben – im Leopold Museum, anlässlich der Ausstellung ‚Machen Sie mich schön, Madame D’Ora!‘, kündigt Kettner an.

Wien-Premiere bei Art Basel Miami Beach

Von 6. bis 9. Dezember wird Wien erstmals bei der Art Basel Miami Beach auftreten. „Dort nehmen wir vor kunstinteressiertem Publikum Bezug auf die Ausstellung ‚Spitzmaus Mummy in a Coffin and Other Treasures from the Kunsthistorisches Museum – Wes Anderson and Juman Malouf‘ – jener vom Künstlerpaar kuratierten Schau, die von 6. November bis 28. April Objekte aus allen 14 Sammlungen des KHM zeigt“, so Kettner.

Kunsthandel als Triebfeder für Tourismus

Weltweit wurden laut des von UBS und Art Basel veröffentlichten „Art Market Report 2018“ im Jahr 2017 etwa 28,5 Milliarden US-Dollar bei Kunstauktionen umgesetzt – der Marktanteil Österreichs daran betrug 1 %. „Das ist gleich viel wie jener von Deutschland, Italien oder der Schweiz. Wien ist nicht nur ein internationales Kompetenzzentrum für Kunst, sondern auch für den Kunsthandel. Eine Speerspitze bildet das 1707 gegründete Dorotheum als bedeutendstes Auktionshaus im deutschsprachigen Raum. Unsere Auftritte bei der Art Basel bieten optimale Gelegenheit, Wiens Relevanz in der Kunstwelt einem hochkarätigen, internationalen Publikum deutlich zu machen und es zu einem Wien-Besuch zu inspirieren“, so Kettner.

Luxusreisen: Wertschöpfungsturbo für Städte

Die International Luxury Hotel Association (ILHA) prognostiziert bis 2022 ein Anwachsen des Luxusreisemarkts auf 1,154 Milliarden Dollar. Der Anteil der Luxusreisen am „Reisekuchen“ insgesamt lag 2017 laut Auswertung des „ITB World Travel Trends Report“ bei etwa 7 %, doch sind sie für ca. 20 % der globalen Reiseausgaben verantwortlich. „Statistisch gesehen geben Luxusreisende sechsmal mehr aus und reisen fast doppelt so oft wie der Durchschnitt. Städtetrips sind mit einem Anteil von 29 % die beliebteste Art der Luxusreisen“, weiß Kettner.

Toröffner zu den Superreichen

Der WienTourismus spricht gezielt Gatekeeper an: jene Personen, die als persönliche Assistenz, Private Wealth Manager, im Concierge Service oder als Luxury Travel Designer tätig sind, außerdem Kreditkartenunternehmen oder Family Offices mit direktem Zugang zu zahlungskräftigen Reisenden. Deren Speerspitze bilden die so genannten Ultra High Net Worth Individuals (UHNWI), Menschen mit investierbarem Vermögen von über 30 Millionen US-Dollar. „Im Rahmen einer exklusiven Partnerschaft mit dem Forum Club London und über eigene Formate für Luxusanbieter erreichen wir jene Zielgruppe, die uns bei breit angelegten Marketingaktionen durch das Netz schlüpft“, so Kettner. Wien zeigt zudem

auf einschlägigen Messen wie der Virtuoso Travel Week in Las Vegas oder beim International Luxury Travel Market (ILTM) North America, Cannes bzw. China Präsenz. Kettner: „Wir schaffen Positionierungsmöglichkeiten für Wiens Tourismusbranche im Luxussegment und wollen die Chancen der gehobenen Hotellerie auf Preisdurchsetzung verbessern, mit Sogwirkung nach oben für alle Kategorien.“

Motto 2019: Wien das Leben so spielt

„2019 machen wir ganz Wien zur Bühne und laden Gäste ein, selbst darauf mitzuspielen, in die Rolle des Wiener zu schlüpfen. Mit versteckten Orten, typisch wienerischen Situationen und stimmungsgeladenen Szenen des Wiener Stadtlebens regen wir Gäste unter dem Leitmotiv ‚The stage is yours‘ an, aus der klassischen touristischen Landkarte auszubrechen. Wien ist eine große Bühne, unsere Gäste spielen auf ihr die Hauptrolle; wir bieten dazu das Drehbuch“, erklärt Kettner den Grundgedanken des Jahresmottos, das „Wien das Leben so spielt“ lauten wird. Institutionen wie das Schwarze Kameel oder die Universität für Musik und darstellende Kunst Wien, das Wiener Kanalsystem als Bühne für den Dritten Mann, hunderte Jahre Geschichte verstaubt im Hochregallager der Bundesmobilenverwaltung oder Expeditionen in die „Wiener Wildnis“ des Zentralfriedhofs: Diese und weitere „Begegnungsmomente“ mit Wiener Orten und Persönlichkeiten vermitteln die Stadt aus neuen Blickwinkeln.

Internationale Medien auf der Vienna Story Stage

Mit dem Format „Vienna Story Stage“ holt der WienTourismus von 11. bis 14. Oktober 70 internationale JournalistInnen aus 20 Ländern nach Wien. In einer Podiumsdiskussion zum Thema „Shaping a Destination – Was macht Wien einzigartig?“, vertiefenden Kamingesprächen mit ProtagonistInnen wie Starkoch Konstantin Filippou oder Kunsthistoriker Jasper Sharp und individuell wählbaren Stadttouren wird den MedienvertreterInnen Wiens DNA vermittelt. 13 Redaktionstouren oder Presse-Events in acht Ländern rund um den Erdball sind zusätzlich geplant. Dazu kommen 52 Workshops, Präsentationen und Messen für die Reiseindustrie in 22 Ländern, weitere 32 an die Tagungsindustrie gerichtete Wien-Auftritte in zwölf Ländern seitens Vienna Convention Bureau. „In Summe veranstaltet der WienTourismus im 2. Halbjahr rund 100 Events rund um den Globus“, fasst Kettner zusammen.

Kongress-Highlights im 2. Halbjahr

Die beiden größten Kongresse des zweiten Halbjahres sind die „United European Gastroenterology (UEG) Week“, zu der heuer nach 2014 und 2016 bereits zum dritten Mal an die 14.000 TeilnehmerInnen im Austria Center Vienna (ACV) zusammentreffen (20.-24. Oktober). Der 36. Kongress der „European Society of Cataract and Refractive Surgeons (ESCRS)“ bringt rund 9.000 TeilnehmerInnen ins Messe Wien Exhibition & Congress Center (22. bis 26. September). Anlässlich der EU-Ratspräsidentschaft wird grob geschätzt mit 35.000 bis 50.000 Nächtigungen in Wien gerechnet. Die knapp 200 Events in Wien, die größtenteils im ACV stattfinden, bestehen nur zu einem Bruchteil aus mehrtägigen Events.

A traditional Viennese love story

Im März setzte sich Wien bei den „Australian LGBTI Awards“ als Sieger gegen neun weitere Destinationen durch – darunter New York City, Los Angeles, Las Vegas, Kanada oder Thailand. „Das unterstützt unsere Bewerbung der EuroPride 2019, zu der wir mehr als eine Million BesucherInnen aus dem In- und Ausland erwarten“, so Kettner. Im Juni holte er Samantha Lauren Price und Amy Elizabeth Laker zum Honeymoon-Trip nach Wien – Australiens erstes gleichgeschlechtliches Ehepaar, das dort nach dem neuen Gesetz getraut wurde. „Mit EuroPride und Ehe für alle in Österreich haben wir 2019 eine tolle Botschaft für die LGBT-Community“, erklärt Kettner. Contentmarketing in Europa, den USA, Kanada und Australien verstärkt diese – unter anderem mit dem Video „A traditional Viennese Love Story“: <https://www.youtube.com/watch?v=6blU7La2Cqg>

Weltpremiere: Wien aus der 360-Grad-Adlerperspektive

Der WienTourismus ließ Adler steigen, die Bewegtbilder der Stadt von oben einfingen. Ab sofort kann das Reisepublikum mittels VR-Brille Wien in 360-Grad-Perspektive aus Sicht der Greifvögel erleben. Eine Weltpremiere: Noch nie zuvor kamen Adler über einer Millionenmetropole mit einer 360-Grad-Kamera zum Einsatz. Eine Produktion von Red Bull Media House im Auftrag des WienTourismus – inkl. Making of zu sehen auf <https://www.youtube.com/vienna>. Zusätzlich starten die „Vienna Foodtrips“ in die zweite Saison. Sie sind die mit Abstand erfolgreichsten Videos auf dem Facebook-Kanal des WienTourismus und wurden zum Teil mehr als eine Million Mal gesehen. Neue Rezepte machen in Kürze Appetit auf Wien, wie auch neue Listicles (u.a. zu den Themen Street-Art-Touren, Jugendstil und Jüdisches Wien) im Rahmen der YouTube-Serie VIENNA/NOW. „Dem jüdischen Wien verleihen wir außerdem mit der Unterstützung des Jewish Welcome Service und der soeben neu aufgelegten Broschüre ‚Jüdisches Wien – Erbe und Auftrag‘ Gewicht“, so Kettner.

Neue Highlights im Grünen

Von 1. bis 5. August positionieren die Beach Volleyball Major Series Wien neuerlich als Sport- und Lifestylemetropole vor internationalem Publikum. Für das Cafe-Restaurant Cobenzl in Wien-Döbling steht der Neustart fest. „Das Siegerprojekt der Berliner Realarchitektur und von mostlikely architecture aus Wien kombiniert das Schloss mit modernen Zubauten und verspricht eine neue Attraktion abseits touristischer Ballungszentren – auch aus strategischer Perspektive ein begrüßenswertes Projekt!“, so Kettner.

Wien-Journal 2019: „In Wien kann ich sein, wer ich bin.“

Das neue Wien-Journal, das im Oktober erscheint, thematisiert neben der 2019 stattfindenden EuroPride auch 150 Jahre Staatsoper und 70 Jahre „Der dritte Mann“. Außerdem bietet es spezielle

Begegnungsmomente mit Wiener Persönlichkeiten – aus Gastronomie, Handwerk, Musik u.v.m. Eine Story widmet sich zudem den exklusivsten Seiten der Stadt.

Tourismuskonferenz 2018

Die Wiener Tourismuskonferenz findet am 23. Oktober 2018 im Gartenpalais Liechtenstein statt. Unter dem Titel „Ethik der Veränderung“ werden unter anderem Fragen der Ethik in der Digitalisierung und Servicegesinnung in einer Welt, in der Digitalisierung oft als Allheilmittel missverstanden wird, diskutiert.

++++ Grafik- und Bildmaterial zum Download +++++

Die in dieser Aussendung verwendeten Grafiken sowie gezeigte Videos sind auf der B2B-Website des WienTourismus unter <https://b2b.wien.info/de/presse/hj-bilanz2018> abrufbar. Auf www.wien-bild.at können Sie nach kurzer Registrierung auf über 1.000 Fotos zu Wien für Ihren Bericht zugreifen.

WienTourismus im Web

www.wien.info
b2b.wien.info

twitter.com/WienInfob2b
twitter.com/ViennaInfoB2B

www.youtube.com/vienna
www.instagram.com/viennatouristboard

www.facebook.com/WienTourismus
www.facebook.com/ViennaTouristBoard

www.facebook.com/LGBTwien
www.facebook.com/LGBTvienna

Rückfragen

Walter Straßer
Pressesprecher WienTourismus
Tel.: +43/1/211 14-111
Walter.Strasser@wien.info

Andrea Zefferer
Stv. Pressesprecherin WienTourismus
Tel.: +43/1/211 14-116
Andrea.Zefferer@wien.info