

# Wien: Nächtigungsumsatz wuchs 2018 doppelt so stark wie Übernachtungen

- 793 Mio. Euro Rekord-Umsatz für Beherbergungsbetriebe von Jänner bis November (+ 11,8 %)
- 16,5 Mio. Gästenächtigungen (+ 6,3 %) neuer Bestwert
- Aktuelle Befragung: 94 % der WienerInnen stehen Tourismus positiv gegenüber
- Austrian Airlines: Neue Flugverbindung nach Montreal, mehr Flüge und Passagierrekord

„2018 hat die Wiener Tourismuswirtschaft nicht nur ihre Bestleistung aus dem Vorjahr übertroffen, sondern mit einem Plus von 6,3 % auf 16.483.000 Nächtigungen erstmals die 16-Millionen-Marke bei den Nächtigungen überschritten. Noch erfreulicher erweist sich der Blick auf die Entwicklung der Netto-Nächtigungsumsätze der Beherbergungsbetriebe: Hier zeichnet sich mit einem Plus von 11,8 % bis November ein Wachstum für das Gesamtjahr 2018 ab, das etwa doppelt so stark ausfallen dürfte wie jenes der Übernachtungen. Den AkteurInnen in Wiens Tourismus sei für ihren Einsatz, der diesen Erfolg möglich gemacht hat, aufs Allerherzlichste gedankt“, gratuliert der Stadtrat für Finanzen, Wirtschaft, Digitalisierung und Internationales Peter Hanke den Betrieben zum 9. Bestwert in Folge. Die Ankünfte erhöhten sich 2018 um 6,2 % auf 7.540.000. „Das ist ein durchschlagender Erfolg für Wiens Tourismuswirtschaft, die für rund 90.000 Beschäftigungsverhältnisse sorgt und als Branche eine vor allem im Inland wirksame Wertschöpfung erzielt. Dass zu diesen Werten noch eine konstant hohe Zustimmung der Bevölkerung zum Tourismus in ihrer Stadt kommt, freut mich als Präsident des WienTourismus besonders“, so Hanke.

## Beherbergungsumsatz auf Rekordkurs

Aktuell stehen die Umsätze für die Monate Jänner bis November fest. „Sie sind – auf ein starkes Jahr 2017 aufbauend – im Zeitraum Jänner bis November 2018 mit 793 Millionen Euro und einem Plus von 11,8 % doppelt so stark gewachsen wie die Nächtigungen“, verweist Hanke auf die erfreuliche Entwicklung: „1.630.000 Dezember-Nächtigungen und damit ein Plus von 15,8 % lassen auf einen starken Dezember-Umsatz hoffen. Ende Februar wissen wir es genau, doch schon heute steht fest: 2018 wird auch mit einem historischen Umsatzrekord abschließen.“ In Wien wird die Ortstaxe als fixer Prozentsatz des Nächtigungspreises (3,2 %, exkl. Umsatzsteuer, Frühstück und 11 % Pauschalabzug) abgerechnet. „Damit kann Wien als einziges Bundesland in Österreich die Netto-Nächtigungsumsätze seiner Beherbergungsbetriebe sowie weitere Kennzahlen wie den RevPar, also den Erlös pro verfügbarem Zimmer, exakt auswerten. Das Wiener Modell kann damit als Vorbild für den Bund dienen, wo im Rahmen des Masterplans Tourismus derzeit die Notwendigkeit aussagekräftiger Kennzahlen für die Tourismusbranche diskutiert wird“, regt Hanke an.

## Starke Zugpferde und Umsatzbringer: Wiener Moderne und Tagungen

Über 30 Ausstellungen und viele Sonderführungen griffen 2018 Wiens Schwerpunkt zur Wiener Moderne auf. Der „National Geographic Traveler“ (USA) und der britische „Sunday Telegraph“ machten Wien zur „Must see“-Destination. „Rund 500 belegte Medienbeiträge und 27 internationale Preise samt Auszeichnung zum „Kunden des Jahres“ durch den Creativ Club Austria für den WienTourismus und seine Agenturen komplettieren die Erfolgsbilanz 2018“, so Tourismusdirektor Norbert Kettner. Die starken Zuwächse beim Netto-Nächtigungsumsatz wurden insbesondere von einem enormen Plus in der Höhe von 21,1 % im September, von 22,3 % im Oktober und sogar von 33,8 % im November getragen – eine Entwicklung, mit denen Wien es auch in die Schlagzeilen internationaler Fachmedien gebracht hat. „Die starke Performance ist auch auf das florierende Kongresswesen und eine Nachfragesteigerung aufgrund der EU-Ratspräsidentschaft zurückzuführen“, so Kettner.

## 82 % internationale Nächtigungen

Rund 82 % der Wiener Gästenächtigungen 2018 waren internationale Nächtigungen. „Jene Märkte, die der WienTourismus aktiv bearbeitet hat, erbrachten in Summe rund 80 % der Nächtigungen bzw. der bis dato ausgewerteten Umsätze“, fasst Kettner zusammen. Innerhalb Wiens nächtigungsstärkster zehn Herkunftsmärkte gab es 2018 keinen Rückgang: Deutschland, Österreich, die USA, Frankreich, Russland und die Schweiz brachten einstellige Zuwächse, bei Großbritannien, Italien, Spanien und China fielen sie zweistellig aus. Außerhalb der Top 10 sticht vor allem das Aufkommen aus Japan (294.000 Nächtigungen, + 12 %), Israel (207.000, + 21 %), der Ukraine (174.000, + 42 %), Taiwan (141.000, + 29 %) und Saudi-Arabien (85.000, + 19 %) hervor, nennenswerte Rückgänge sind aus Brasilien (133.000, - 5 %) und – bereits das dritte Jahr in Folge – aus der Türkei (127.000, - 8 %) zu vermelden. „Die gute Entwicklung wurde durch den derzeit besonders hart geführten Wettbewerb unter den Low Cost Carriern gestützt, wenngleich viele Luftfahrt-ExpertInnen in diesem Segment von einer bevorstehenden Marktbereinigung ausgehen“, erklärt Kettner.

## Höchste Auslastung aller Bundesländer, im Dezember sogar Europa-Sieger

Ein Blick auf die Nächtigungsentwicklung der vergangenen zehn Jahre zeigt, dass asiatische Gäste nun vermehrt in gehobenen Hotel-Kategorien nächtigen – kehrten 2009 rund 62 % aller ChinesInnen und 74 % aller JapanerInnen in einem 4- oder 5-Stern-Hotel ein, so erhöhte sich deren Anteil 2018 auf 78 % bzw. 84 %. Insgesamt stieg die durchschnittliche Bettenauslastung der Wiener Beherbergungsbetriebe 2018 auf 60,2 % (2017: 58,9 %), die Zimmerauslastung auf rund 78 % (2017: rund 76 %). Die Beherbergungskapazität erhöhte sich von Dezember 2017 auf Dezember 2018 um rund 500 (+ 0,8 %) auf 65.600 Hotelbetten. Wien weist übers Jahr die höchste Auslastung aller österreichischen Bundesländer auf. „Im Dezember ließ Wien mit einer Zimmerauslastung von über 85 % sogar sämtliche Benchmark-Städte in Europa hinter sich“, verweist Kettner auf Wiens 1. Platz in der europaweiten Erhebung von STR Global für den letzten Jahresmonat (Quelle: „STR Hotel Review Report“ 12/2018).

## Weltwirtschaftslage und Brexit: Zünglein an der Waage

Wien will bis 2020 18 Millionen Nächtigungen und 1 Milliarde Euro Nächtigungsumsatz erreichen. Kettner: „Wir sind auf Kurs, müssen aber berücksichtigen, dass sich die internationale Konjunktur zusehends abschwächt, was die Reiselust dämpfen kann. Eine mit dem Brexit verbundene Abschwächung des Pfundes, Kaufkraftrückgang oder Einschränkungen beim Flugverkehr würden ebenso Wirkung zeigen. Schaffen die Betriebe ähnliches Nächtigungswachstum wie 2018 und setzen sie eine Preissteigerung im Rahmen der erwarteten Inflation von ca. 2 % durch, liegen beide Meilensteine in Reichweite“, ergänzt Kettner.

## Die Ergebnisse im Detail

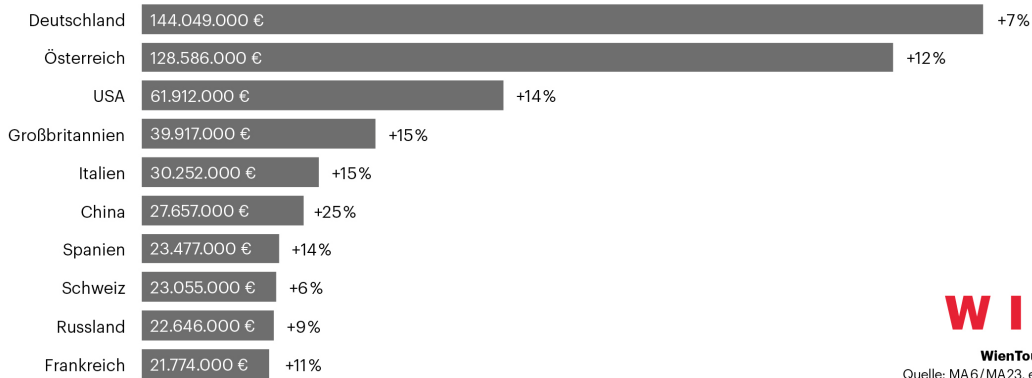
| Herkunftsland   | Nächtigungen <sup>1)</sup> |         | Nächtigungen  |          | Nächtigungsumsatz netto <sup>2)</sup>                        |                    |
|---|----------------------------|---------|---------------|----------|--|--------------------|
|   | Jänner-Dezember 2018       |         | Dezember 2018 |          | Jänner-November 2018   |                    |
| Deutschland   | 3.158.000                  | + 1 %   | 251.000       | + 10 %   | 144.049.000 €  | + 7 %              |
| Österreich  | 2.997.000                  | + 6 %   | 253.000       | + 3 %    | 128.586.000 €  | + 12 %             |
| USA   | 960.000                    | + 7 %   | 85.000        | + 20 %   | 61.912.000 €   | + 14 %             |
| Großbritannien  | 759.000                    | + 10 %  | 96.000        | + 22 %   | 39.917.000 €   | + 15 %             |
| Italien   | 743.000                    | + 12 %  | 112.000       | + 22 %   | 30.252.000 €   | + 15 %             |
| Spanien   | 520.000                    | + 11 %  | 65.000        | + 73 %   | 23.477.000 €   | + 14 %             |
| China   | 507.000                    | + 15 %  | 29.000        | + 20 %   | 27.657.000 €   | + 25 %             |
| Frankreich  | 465.000                    | + 7 %   | 57.000        | + 21 %   | 21.774.000 €   | + 11 %             |
| Russland  | 454.000                    | + 4 %   | 49.000        | + 4 %    | 22.646.000 €   | + 9 %              |
| Schweiz   | 441.000                    | + 1 %   | 43.000        | + 9 %    | 23.055.000 €   | + 6 %              |
| Übrige  | 5.479.000                  |         | 590.000       |          | 269.852.000 €  |                    |
| Alle Herkunftsmärkte  | 16.483.000                 | + 6,3 % | 1.630.000     | + 15,8 % | 793.177.000 €  | + 11,8 %           |
| 1) Nächtigungen sind nicht Gäste, sondern die von diesen absolvierten Übernachtungen.<br>2) Ohne Frühstück und Umsatzsteuer, Wert wird aus den monatlichen Erträgen der Ortstaxe hochgerechnet.<br>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.<br><b>Datenquellen:</b> MA 23 – Dezernat Statistik und MA 6 – Rechnungs- und Abgabenwesen |                            |         |               |          | RevPAR <sup>3)</sup><br>11/2018: 71,7 €<br>1-11/2018: 65,6 € |                    |
|   |                            |         |               |          |  | + 34,1%<br>+ 10,3% |

## 94 % der WienerInnen sagen: „Tourismus ist positiv für Wien“

Die laufende Untersuchung zur Tourismusgesinnung der Wiener Bevölkerung liefert ein aktuelles Stimmungsbild: 3.650 WienerInnen im Alter von 18 bis 70 hat der WienTourismus in Kooperation mit dem Marktforschungsunternehmen Manova das ganze Jahr 2018 über online befragt: „94 % der Befragten sind dem Tourismus gegenüber positiv eingestellt. Ähnlich hohe Werte konnten wir auch in den vergangenen beiden Jahren messen“, freut sich Kettner über die stabile Zustimmung der WienerInnen zum Tourismus.

### DIE 10 UMSATZSTÄRKSTEN MÄRKTE 1-11/2018

Herkunftsmärkte nach Netto-Nächtigungsumsätzen, Vergleich zu 1-11/2017 (alle Unterkünfte)



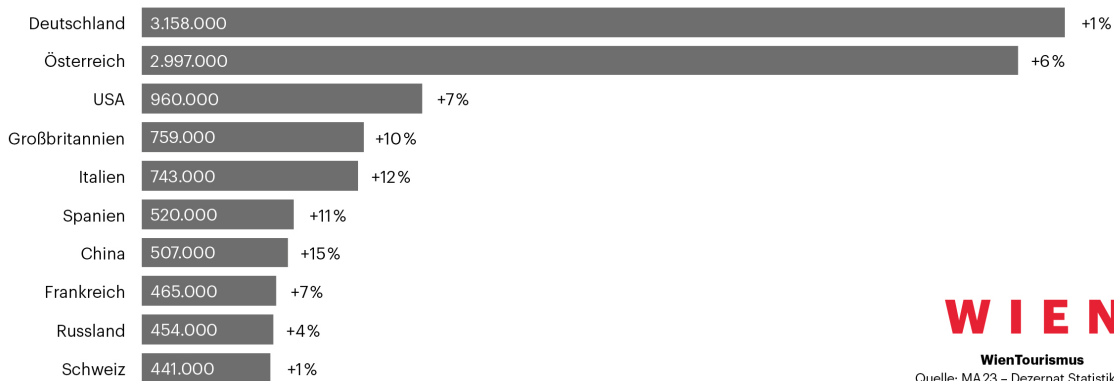
**WIEN**

WienTourismus

Quelle: MA 6/MA 23, eigene Berechnungen

### NÄCHTIGUNGEN IN WIEN (TOP 10) 1-12/2018

Herkunftsmärkte nach Nächtigungen, Vergleich zu 1-12/2017 (alle Unterkünfte)



**WIEN**

WienTourismus

Quelle: MA 23 - Dezernat Statistik Wien

## Zeitalter der „Visitor Economy“

„Der frühere Fremdenverkehr organisierte sich selbst, der heutige Begriff ‚Tourismus‘ orientiert sich fast ausschließlich an den Bedürfnissen der Gäste. Wir stehen neuerlich vor einem Paradigmenwechsel, indem die Anliegen der Gäste, BewohnerInnen und der Destination als Ganzes gleichwertig in den Fokus unserer Arbeit rücken. Tourismus wird zur ‚Visitor Economy‘“, erklärt Kettner. Der Begriff „Visitor Economy“ versteht BesucherInnen als Teil des gesamten Organismus Stadt, die zur Entwicklung und Aufwertung von Stadtteilen beitragen und als Treiber für optimierte Infrastruktur, neue Unternehmen

oder attraktiven öffentlichen Raum fungieren, aber immer in Zusammenhang mit der lokalen Bevölkerung und den Zielen der Destination zu betrachten sind.

## Strategie 2025: vereinte Kräfte

Im Herbst 2018 startete der WienTourismus die Vorarbeiten zur Strategie 2025, die unter dem Leitmotiv der „Visitor Economy“ Zielsetzungen und Verständnis von Tourismusmarketing und Destinationsmanagement vereint. „Herausforderungen im Städtetourismus können wir nur mit vereinten Kräften lösen, daher beziehen wir erstmals nicht nur touristische Stakeholder, sondern Bezirke, Handel, Meeting-Industrie, Immobilienentwickler, Initiativgruppen oder Universitäten in den Strategieprozess mit ein“, so Kettner. Ein internationaler Beirat aus FachexpertInnen gewährleistet zusätzlichen Blick über den Tellerrand. „In über zehn Diskussionsformaten legen wir den Grundstein, auch gegensätzliche Interessenslagen unter einen Hut zu bringen und die Entwicklung der Destination Wien bis 2025 aktiv zu gestalten. Ersten Einblick in Stoßrichtungen von Wiens künftiger Destinationsstrategie gewährt die Website [www.strategie2025.wien.info](http://www.strategie2025.wien.info). Präsentiert wird die Strategie im Herbst 2019.

## 2019 Marketing um 16,2 Millionen Euro in 19 Ländern

„Dem WienTourismus steht 2019 ein Marketing-Budget von 16,2 Millionen Euro zur Verfügung, das auf 19 Märkten zum Einsatz kommt. Verstärkt wird es auf 15 Märkten von Austrian Airlines, der gemeinsame Marketing-Aufwand beider Organisationen beträgt rund 3,3 Millionen Euro. „Mit großem Dank sei angemerkt, dass Austrian mit 56 % überproportional am gemeinsamen Budget beitragen“, hält Kettner fest. Eingesetzt wird das gemeinsame Budget in Zusammenhang mit großen, vom WienTourismus initiierten 360°-Kampagnen, im Digitalmarketing sowie bei Kooperationen mit Flugbuchungs- und Reiseportalen.

## Austrian Airlines: Neue Langstrecke, mehr Verbindungen und ein Passagierrekord

„Mit 13,9 Millionen Passagieren ist uns 2018 ein neuer Passagierrekord gelungen. Damit wurde das letzte All-time-high von 2017 um 1 Million oder 8,5 Prozent Passagiere übertroffen. Ebenfalls haben wir 2018 die Anzahl unserer Flüge um 4,8 Prozent auf 150.963 erhöht und für das laufende Jahr planen wir, unser Angebot am Drehkreuz Wien weiter auszubauen“, so Andreas Otto, Vorstandsmitglied und CCO von Austrian Airlines. „2019 freuen wir uns vor allem auf unsere neue Langstreckendestination Montreal. Wir werden unsere kanadischen Gäste nicht nur nach Wien fliegen, sondern auch gemeinsam mit Lufthansa und Eurowings weiter in die ganze Welt. Immerhin bietet sich der Hub Wien hervorragend zum Umsteigen an, vor allem in Bezug auf unser Strecken nach Osteuropa und in den Nahen Osten“, so Otto. „Zusätzlich dazu fliegen wir mit Ende März 2019 sechs Mal wöchentlich von Wien nach Tokio, ab Anfang Mai dann täglich. Mit diesem Schritt reagieren wir auf die anhaltend hohe Nachfrage auf dieser Strecke“, sagt Otto. Der Ausblick ist zudem positiv, denn Österreich ist für japanische Reisende weiterhin besonders attraktiv. „Die Stadt Wien will möglichst viele internationale Gäste für

Nächtigungen gewinnen und wir wollen möglichst viele davon als Fluggäste transportieren. Um dieses gemeinsame Ziel zu erreichen, bündeln wir unsere Kräfte und Aktivitäten auf ausgewählten Auslandsmärkten mittels gemeinsamer Marketingaktivitäten," so CCO Andreas Otto.

## Meilenstein: 20 neue Direktflüge erreicht

„Das in der Tourismusstrategie 2020 formulierte Wachstumsziel, 20 neue Direktflüge aus Metropolen aufkommensrelevanter Märkte zu bekommen, ist erreicht“, so Kettner. Zu den bereits „aktiven“ 20 Flügen kommen im April 2019 noch Montreal (Austrian, täglich ab 29. April) sowie Bordeaux (Volotea, zweimal pro Woche ab 12. April) dazu. „Japans größte Fluglinie All Nippon Airways steuert zudem Wien ab 17. Februar ganzjährig aus Tokio-Haneda an – zusammen mit der bestehenden Tokio-Verbindung der Austrian wird dies das Aufkommen aus Japan vorantreiben“, ist sich Kettner sicher. Insgesamt gibt es im Winterflugplan 2018/19 ein Plus zum Vorjahr von 14,5 % bei Sitzplätzen nach Wien, die Frequenzen sind um 10,7 % gestiegen.

## Auf Schiene: Wien-Berlin via Nightjet

Seit 9. Dezember des Vorjahres gibt es mit dem ÖBB-Nightjet eine zweite tägliche Direkt-Zugverbindung zwischen Berlin und Wien, Ostern bringt außerdem eine neue Eurocity-Verbindung zwischen Krakau und Wien. SüdtirolerInnen können künftig auf eine direkte Zugverbindung zwischen Bozen und Wien bauen. „Wichtige Bausteine, die die Nachfrage nach Premium-Angeboten auf der Schiene und nachhaltiges Reisen kombinieren“, so Kettner.

## Jeden 2. Tag ein B2B-Event rund um die Welt

Der WienTourismus ist die einzige Organisation der Stadt Wien, die permanent auf 19 Märkten weltweit aktiv ist. Im Durchschnitt präsentiert er seine Stadt an jedem zweiten Tag im Jahr vor der internationalen Reiseindustrie: Rund 100 Auftritte bei B2B-Plattformen für die Branche, 27 Presse-Events und 64 geplante Auftritte des Vienna Convention Bureau (VCB) bei Fachmessen oder Workshops rund um den Globus füllen bis dato den Kalender 2019.

## „Wien das Leben so spielt“: Kampagne mit Perspektivenwechsel

„Ab dem Frühjahr laden wir unser Publikum mit einer Kampagne ein, aus der klassischen touristischen Landkarte auszubrechen“, erklärt Kettner. Eine Microsite wird Tipps abseits ausgetretener Pfade liefern. Kettner: „Kein Erstbesucher wird auf Stephansdom oder Schönbrunn verzichten, doch die Hälfte aller Wien-Gäste sind WiederbesucherInnen. Ihnen wollen wir einen Perspektivenwechsel bieten und zugleich weniger frequentierte Bezirke vom Tourismus profitieren lassen.“ Beworben wird der Launch der Website, die in der Folge sukzessive ausgebaut wird, in Österreich, Deutschland, der Schweiz, Großbritannien, Italien, Frankreich und Spanien sowie im Rahmen einer multinationalen Pressereise mit Influencern.

## Kulturschwerpunkt zu 150 Jahre Japan-Österreich-Beziehungen

Passend zum 150-Jahre-Jubiläum der diplomatischen Beziehungen zwischen Österreich und Japan laden Wien Museum, Belvedere und Kunsthistorisches Museum zu drei Ausstellungen in Tokio. „Das nutzen wir, um Wien beim Publikum als lebendige Wunderkammer europäischer Kultur zu positionieren und laden zudem am 19. April zu einem Wien-Abend in die österreichische Botschaft in Tokio, aktivieren Presse und Reisebranche und beteiligen uns an Aktivitäten der Museen vor Ort“, erklärt Kettner.

## 150 Jahre Opernhaus am Ring: Russland feiert mit

Im Rahmen der Feierlichkeiten zu 150 Jahre Staatsoper lädt der WienTourismus von 23. bis 25. Mai in Russland zur Liveübertragung der Opern „Andrea Chénier“ und „Die Frau ohne Schatten“ sowie zu einer Aufzeichnung des Balletts „Schwanensee“. Im Moskauer Zaryadye-Park wird ein Nachbau der Staatsoper samt Screen errichtet. Musikstadt Wien und Opernjubiläum werden außerdem Thema einer multinationalen Pressegruppe sein, die der WienTourismus parallel dazu in Wien begrüßen wird. Für Deutschland sowie die USA sind im ersten Halbjahr ebenso 360-Grad-Kampagnen in Planung.

## EuroPride: Wien im Juni Hotspot für LGBT-Gemeinde

Zur EuroPride (1. bis 16. Juni) in Wien werden über eine Million TeilnehmerInnen aus dem In- und Ausland erwartet. Via Kooperationen mit Reiseanbietern, Medien, Influencern und Netzwerken aus der Community sowie auf internationalen LGBT-Events wie etwa der Tokyo Rainbow Pride bewirbt Wien das LGBT-Event des Jahres. „Zielmärkte unserer Vorbereitung sind Österreich, Deutschland, die Schweiz, Großbritannien, Italien, Spanien sowie Brasilien, USA, Kanada, Japan und Australien. Bei der Parade selbst wird Wien ebenso Präsenz zeigen“, erklärt Kettner. Unter [europride2019.wien.info](http://europride2019.wien.info) werden alle Informationen zum Event zu finden sein. Angebote für die Zielgruppe(n) sind zudem im neu überarbeiteten LGBT-Guide zu finden.

## 80 globale EntscheidungsträgerInnen auf Lokalausgang

Der „Forum Club“, ein klassischer Londoner Business-Club mit Mitgliedern aus Wirtschaft, Medien, Kunst oder Design mit Zweigstellen in London, New York, Los Angeles, Singapur und Dubai, kommt mit seinem „European Forum“ von 27. bis 29. März nach Wien. Das Europa-Event findet heuer, in Kooperation mit dem WienTourismus, erstmals außerhalb Londons statt. Kettner: „Die terminliche Überschneidung mit dem vorläufigen Brexit-Datum ist nicht zufällig gewählt, wir werden die 2018 begründete Partnerschaft mit ‚Forum‘ nutzen, Wien bei proeuropäischen, internationalen EntscheidungsträgerInnen zu positionieren.“ Austrian Airlines sind offizieller Partner des Events.

## Wien holt Condé Nast International Luxury Conference

2020 kommt die Condé Nast International Luxury Conference als prestigeträchtiger Treffpunkt für die globale Luxus- und Modeindustrie mit jährlich etwa 500 TeilnehmerInnen auf CEO-Ebene aus über 30 Ländern nach Wien. Kuratiert von Modeikone und Online-Vogue-Herausgeberin Suzy Menkes findet die Konferenz unter Schirmherrschaft des WienTourismus statt. Wien nutzt die heurige Konferenz in Kapstadt zur Vorbereitung und zum Ausloten weiterer Kooperationsmöglichkeiten im Luxussegment. Die Teilnahme an globalen Fachmessen sowie ein „Luxusgast“-Workshop für Sales-DirektorInnen der gehobenen Wiener Hotellerie runden Aktivitäten in diesem Segment ab. Kettner: „Wir schaffen damit Möglichkeiten zur Positionierung für Wiens Institutionen und verbessern die Chancen der Hotellerie auf Preisdurchsetzung.“

## YouTube-Abos verdoppelt, 9 Mio. User auf wien.info

„Neun Millionen Minuten oder umgerechnet 17 Jahre haben User im Jahr 2018 mit unseren Videos auf YouTube verbracht. In etwas mehr als einem Jahr konnten wir die Abos unseres Kanals auf 21.000 verdoppeln“, verweist Kettner auf den anhaltenden Bewegtbild-Boom, dem auch auf Facebook (615.000 Follower) und Instagram (115.000 Follower) Rechnung getragen wird. Die YouTube-Serie VIENNA/NOW gewährt ab Ende Jänner alle zwei Wochen neue Einblicke in Wiener Attraktionen, bietet eine Architektur-Tour und arabischen Gästen einen Wien-Guide. Auf Instagram versieht Fotograf Rich McCor alias @Paperboy im Juni Wiener Wahrzeichen mit Scherenschnittmustern und erzielt damit verblüffende optische Effekte. Rund neun Millionen Unique User waren 2018 auf der B2C-Website [www.wien.info](http://www.wien.info) unterwegs.

## Gefüllter Kongresskalender

Der Kongresskalender ist in den kommenden Wochen mit dem Großkongress der Radiologen (27. Februar bis 3. März, 22.000 TeilnehmerInnen), jenem der Europäischen Geowissenschaftlichen Vereinigung (8. bis 12. April, 14.000) oder dem internationalen Leberkongress (10. bis 14. April, 10.000) gut gefüllt. Das Vienna Convention Bureau (VCB) verlängerte seine Zusammenarbeit mit Maritz Global Events, kooperiert mit dem größten Buchungsportal für Firmenmeetings Cvent sowie Helms Briscoe, dem Weltmarktführer im Segment Beschaffung und Standortauswahl für Kongresse. Die Tagung des AC-Forum von 17. bis 19. Jänner versammelte rund 140 GeschäftsführerInnen und Meeting Planner wissenschaftlicher Verbände in Wien. Rund 200 Veranstalter werden im Rahmen von Studiengruppen oder Einzel-Inspektionsreisen in Wien begrüßt. Die vollständige Tagungsbilanz liegt im Frühjahr vor.

## Neuer „Welcome Point“ am Flughafen

Wiens Anspruch als Premium-Destination wird ab Mitte Februar auch die Tourist-Info gerecht, die der WienTourismus direkt in der Ankunftshalle des Flughafens Wien als ersten Kontaktpunkt für



Flugreisende eröffnet. Rund eine Million BesucherInnen nutzten 2018 die Gästeservices des WienTourismus in der Stadt, die meisten davon besuchten die Tourist-Info samt Kartenbüro bei der Albertina. Die beiden mobilen Tourist-Infos berieten an die 10.000 Personen und waren auch als individuelles, mobiles Infoservice für Events und Großveranstaltungen unterwegs, etwa im Rahmen der EU-Ratspräsidentschaft. Dazu kamen rund 27.000 telefonische oder schriftliche Anfragen.

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

Die in dieser Aussendung verwendeten Grafiken, Bildmaterial vom Mediengespräch sowie Videomaterial sind auf <https://b2b.wien.info/de/presse/bilanz2018> abrufbar. Auf [www.wien-bild.at](http://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](http://www.wien.info)  
[b2b.wien.info](http://b2b.wien.info)

[twitter.com/WienInfob2b](https://twitter.com/WienInfob2b)  
[twitter.com/ViennaInfoB2B](https://twitter.com/ViennaInfoB2B)

[www.youtube.com/vienna](http://www.youtube.com/vienna)  
[www.instagram.com/viennatouristboard](http://www.instagram.com/viennatouristboard)

[www.facebook.com/WienTourismus](http://www.facebook.com/WienTourismus)  
[www.facebook.com/ViennaTouristBoard](http://www.facebook.com/ViennaTouristBoard)

[www.facebook.com/lgbtwien](http://www.facebook.com/lgbtwien)  
[www.facebook.com/lgbtvienna](http://www.facebook.com/lgbtvienna)

## Rückfragen

Walter Straßer  
Pressesprecher WienTourismus  
Tel.: +43/1/211 14-111  
[Walter.Strasser@wien.info](mailto:Walter.Strasser@wien.info)

Andrea Zefferer  
Stv. Pressesprecherin WienTourismus  
Tel.: +43/1/211 14-116  
[Andrea.Zefferer@wien.info](mailto:Andrea.Zefferer@wien.info)

Mario Dujakovic  
Mediensprecher des Stadtrats für  
Finanzen, Wirtschaft, Digitalisierung  
und Internationales  
Tel.: +43/1/4000-81218  
[Mario.Dujakovic@wien.gv.at](mailto:Mario.Dujakovic@wien.gv.at)

Sandra Bijelic  
Pressesprecherin Austrian Airlines  
Tel.: +43 5 1766-11237  
[Sandra.Bijelic@austrian.com](mailto:Sandra.Bijelic@austrian.com)