

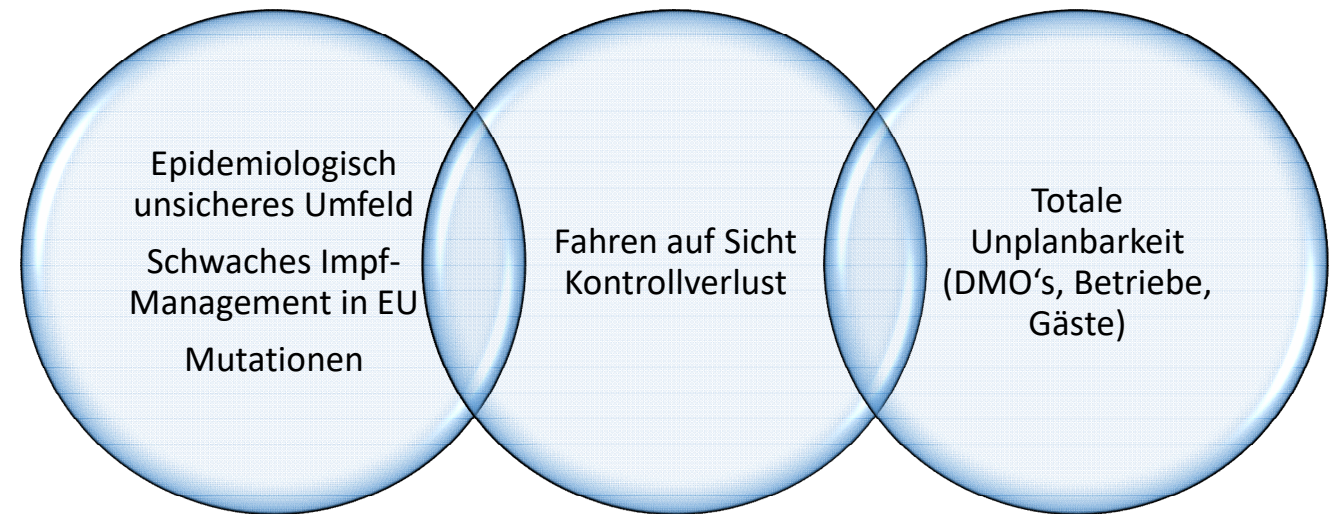
# Trends im Städte-Tourismus



Andreas Reiter



# Freezing



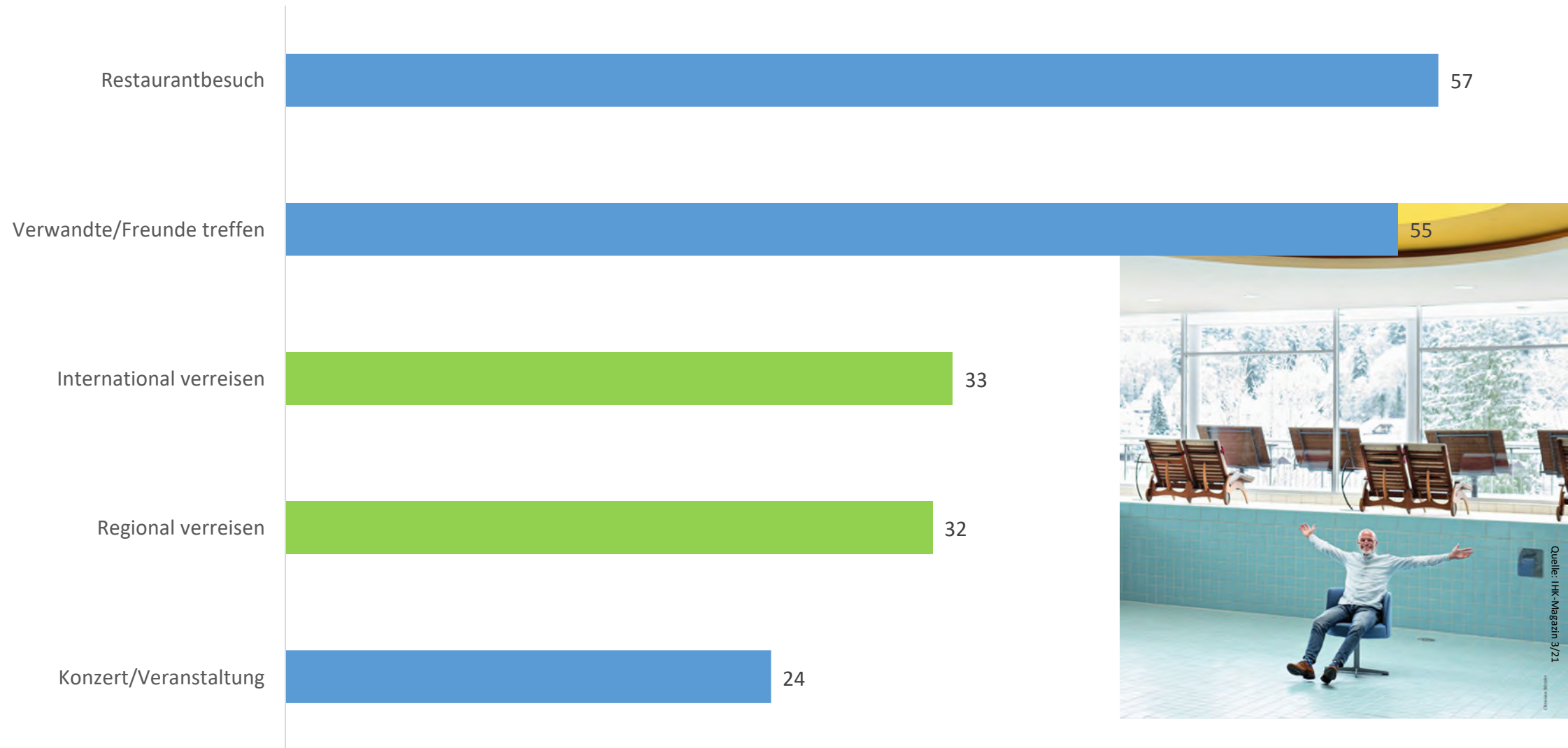


„Intensiviertes  
Empfinden“  
(V. Groebner)

„Steigerung der  
Lebensintensität“  
(T. Garcia)

Traditionelles Urlaubs-  
Versprechen ist ausgesetzt

# Pläne nach der Pandemie



# Revenge Travel

In Pandemie hohe  
Sparquote:

16,3% D (2020;  
10,9% in 2019)

15,7% A (2020)

Abbau des  
Konsumstaus ➔  
Wachstumstreiber  
im Sommer

30% fließen 2021  
in privaten  
Konsum  
(Quelle: DB, Deutschland  
Monitor, 03/2021)

Auswirkung auf  
Tourismus:

Hohe  
Reisefrequenz,  
Upgrading,  
Premium-Urlaub  
u.a.

# Wien Top in Mind im DACH-Raum

Im TOP 10 Ranking der attraktivsten Städtereiseziele während der Corona-Pandemie belegt in der Kategorie „Must-See-Städte“ Wien vor Hamburg und München den Rang 1.

## Attraktive Städtereiseziele während der Corona-Pandemie – Ranking der TOP 10 „Must-See-Städte“

① **WIEN** 🏆

② **HAMBURG** 🏆

③ **MÜNCHEN** 🏆

④ Berlin

⑤ Amsterdam

⑥ Kopenhagen

⑦ Salzburg

⑧ Zürich

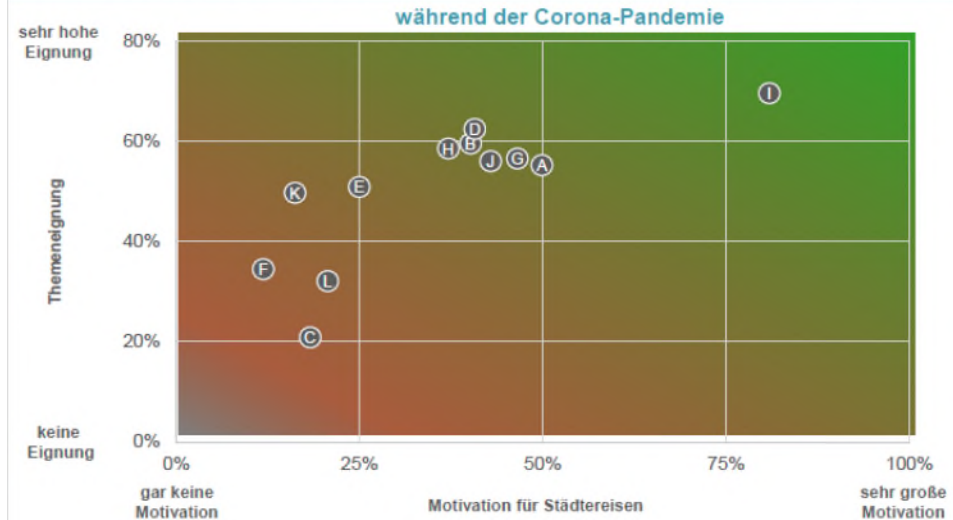
⑨ Prag

⑩ Helsinki

Frage: Sagen Sie mir nun bitte für jede der folgenden Aussagen, auf welche der Ihnen bekannten Städte diese Aussage Ihrer Meinung nach besonders zutrifft.  
Basis: Städtereisen-Affine, Must-See-Stadt jeweils bekannt

Bei der Themeneignung während der Corona-Pandemie liegt Wien im Vergleich zu den Must-See-Städten bei vier von insgesamt 12 Themen auf dem ersten Platz.

## Marktattraktivitäts-Geschäftsfeldstärken-Portfolio: Motivation für Städtereisen & Themeneignung



● Maximum Must-See-Städte

A	urbanes Flair, in Stadtkultur eintauchen
B	Kunst, Museen, Ausstellungen
C	Wellness/Gesundheit
D	Architektur/Baukultur
E	Besuch Musik-/Kulturevents
F	Besuch Sportereignissen
G	Kulinarisches Angebot, Genuss
H	Shopping
I	Besuch Sehenswürdigkeiten
J	Besuch Parks, Zoos etc.
K	Szene, Clubs, Bars besuchen
L	Outdoor-Angebote nutzen

Frage: Aus welchen Gründen unternehmen Sie in erster Linie private Städtereisen? (Mehrfachnennungen möglich), Basis: Städtereisen-Affine (n=5.173); Frage: Daher möchten wir nun von Ihnen gerne wissen, welche der Ihnen bekanntesten Städte aus Ihrer Sicht jetzt während der Corona-Pandemie besonders für die folgenden Themen geeignet sind, unabhängig von Ihrem persönlichen Interesse, und wie geeignet sind die Städte für die verschiedenen Themen nach der Corona-Pandemie?; Basis: Städtereisen-Affine, Must-See-Stadt jeweils bekannt

# Ab Q3/21: **Tourismus** nimmt wieder Fahrt auf



2021 noch vorwiegend Nahmärkte bzw. innereuropäisch (Grüner Pass)

Konzentration - Redimensionierung - strategisches Austarieren Business-Leisure

- Business Travel schrumpft nachhaltig (ca. 20-30%)
- MICE erholt sich ab 2022, Formate werden kleinteiliger (Hybrid=Brückenphase, Zukunft = Hologramme)

Fernmärkte: USA, China kommen als erste (China: Ziel Herden-Immunität bis 2022)

2022 ff: Individualisierter Massen-Tourismus (smart, mit Künstlicher Intelligenz gelenkt)

# Interkontinentaler Reiseverkehr in Europa: frühestens 2023 (spätestens 2025) Niveau von 2019

(Tourism Economics, UNWTO)

Asynchronizität  
der Märkte  
(Impfung etc.)










# Was nehmen wir mit für die Recovery-Phase?



SEIT 1350





 DIGITALE GÄSTEINFO  BLAUE GANS

*Liebe Gäste,  
es freut uns sehr, Sie in der Blauen Gans zu begrüßen.  
Mit unseren QR-Codes bekommen Sie diverse Gäste-  
informationen digital. Scannen Sie die Codes einfach mit  
Ihrer Kamera oder mit einer QR-Code-App.  
Wir wünschen Ihnen einen schönen Aufenthalt bei uns.*

GÄSTE A-Z FRÜHSTÜCKSKARTE COVID-19 LEITLINIE

FÜR EIN SICHERES MITEINANDER

 Abstand halten  Händewaschen  Kontaktloses Zahlen  Niesen/Husten in Armbeuge



## Access Economy

Limitierung, Time Slots, First Come, First Serve u.a.

Reisen wird wieder kostbarer & teurer

## Berührungslose Exzellenz

(z.B. Bargeldloses Zahlen, Speisekarte-App, Sensoren als Türöffner)

## Smarte „Customer Journey“

- Predictive Services
- Besucherlenkung via KI, Sensoren etc.

# Reisen wird wieder kostbarer & teurer



Selektiver

Längere  
Dauer

Leisure &  
Business

# Highspeed-Züge in Europa statt Kurzstrecke

Grüner Umbau  
EU  
Ökologische  
Besteuerung  
Kurzflüge

EU-weiter Ausbau  
Highspeed-Netz  
Nachtzüge



# Learnings aus der Pandemie: **Draußen** ist das neue Drinnen

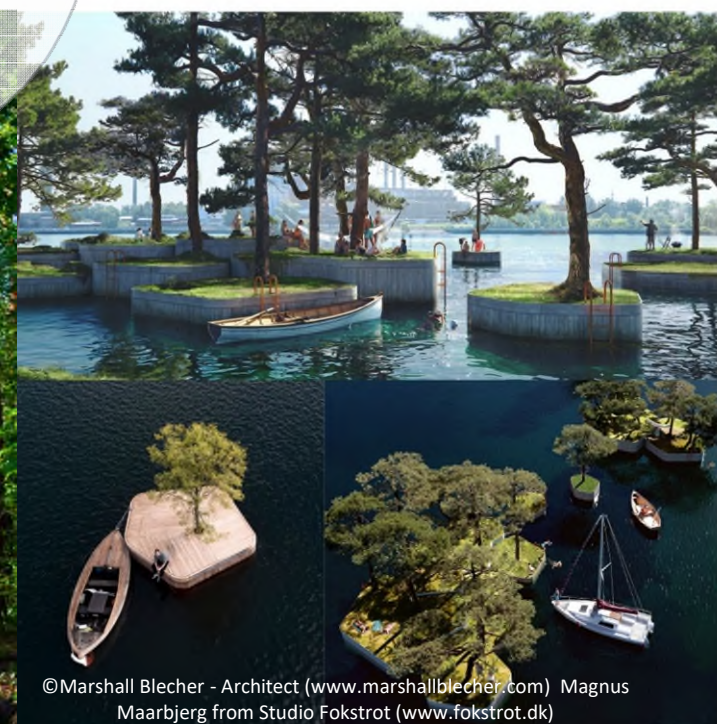
Hyperlokal

Dritte Natur  
(#Dichtestress)

Wasser



© Outside Society



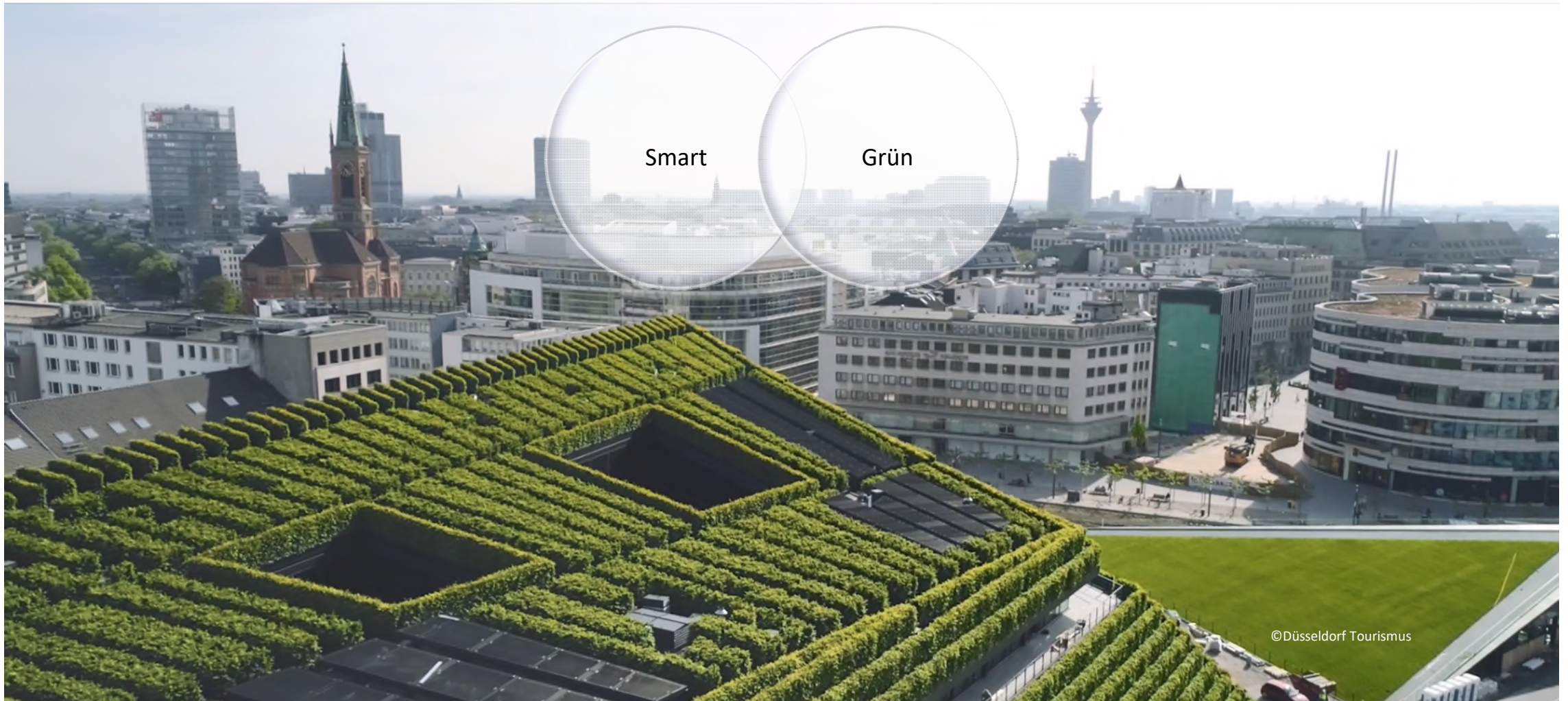
© Marshall Blecher - Architect ([www.marshallblecher.com](http://www.marshallblecher.com)) Magnus Maarbjerg from Studio Fokstrot ([www.fokstrot.dk](http://www.fokstrot.dk))

# Friluftsliv ist das post-pandemische Hygge

Glücksversprechen



# Die lebenswerte **Stadt** von morgen ist...



# Big 3

Transformatives  
Reisen

Balanced  
Tourism

Großes Kino



# Reisen ist Sammeln von künftigen **Erinnerungen**





# Erfahrungen sind wichtiger als Erlebnisse



Flüssige  
Identitäten

Vom  
Erleben  
zum  
Erfahren

„Trans-  
formative  
Qualität“  
(Stephan A.  
Jansen)

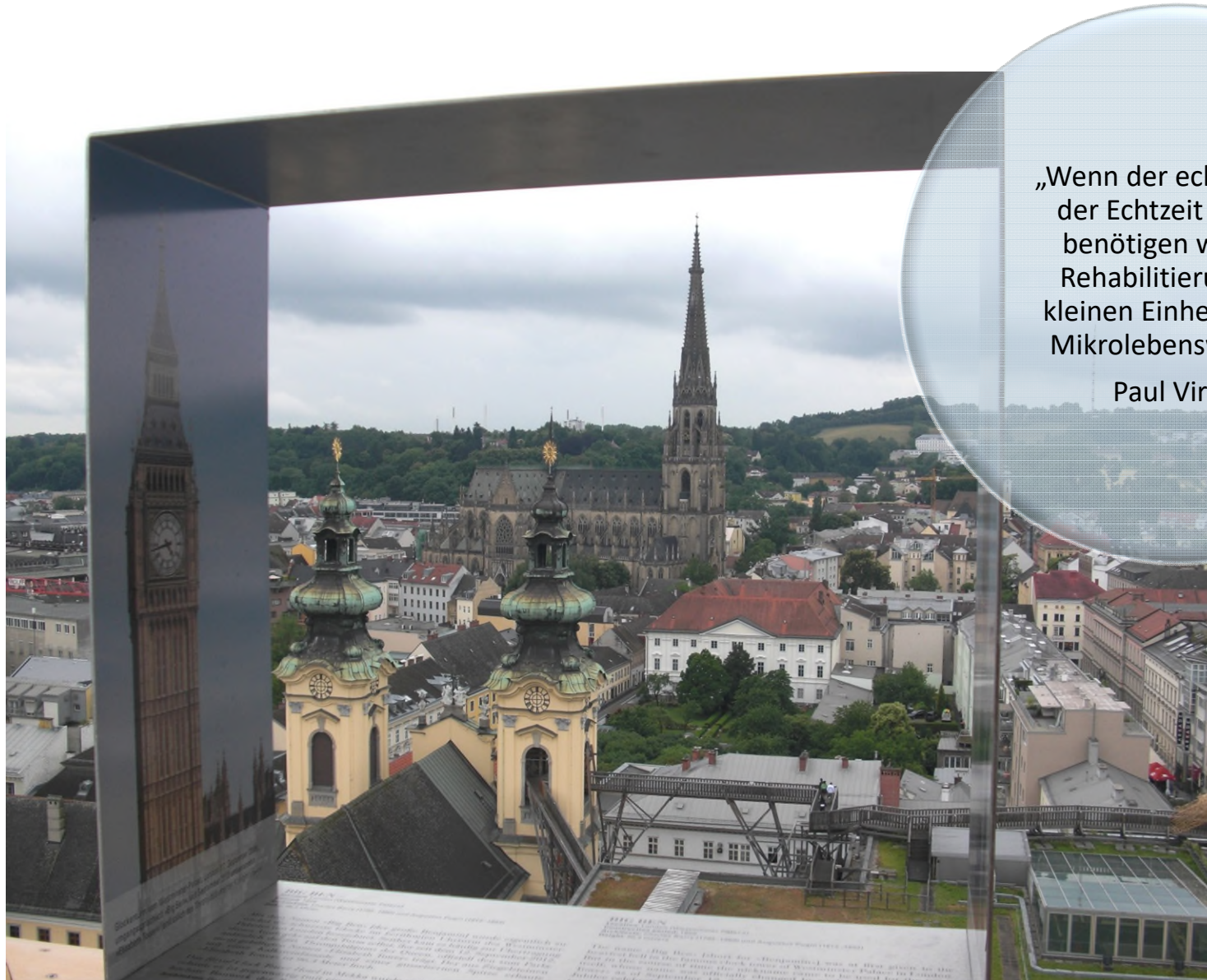
# Life Seeing statt Sight Seeing



# Mikrowelten & die Rache des Analogen



# Achtel statt Viertel



„Wenn der echte Raum  
der Echtzeit weicht,  
benötigen wir eine  
Rehabilitierung der  
kleinen Einheiten, der  
Mikrolebenswelten.“

Paul Virilio

# Living Museum

3 K's

Kultur, Konsum,  
Kommunikation



# Reisen im „kognitiven Kapitalismus“ ist immer auch Erkenntnis-Gewinn



# Blended Experiences



„Van Gogh – The Immersive Experience“ Linz, ©Dominik Gruss

# Alles, was fest war, wird flüssig





# Hybride Welten, flüssige Formate

„Die Digitalmoderne... hat ein Faible für das Hybride... Sie privatisiert das Öffentliche, veröffentlicht das Private, sie verunklart den Ort und die Zeit und die Funktionen.“

(Hanno Rauterberg, Wir sind die Stadt)



# Hochfrequenzorte # Lebensqualität

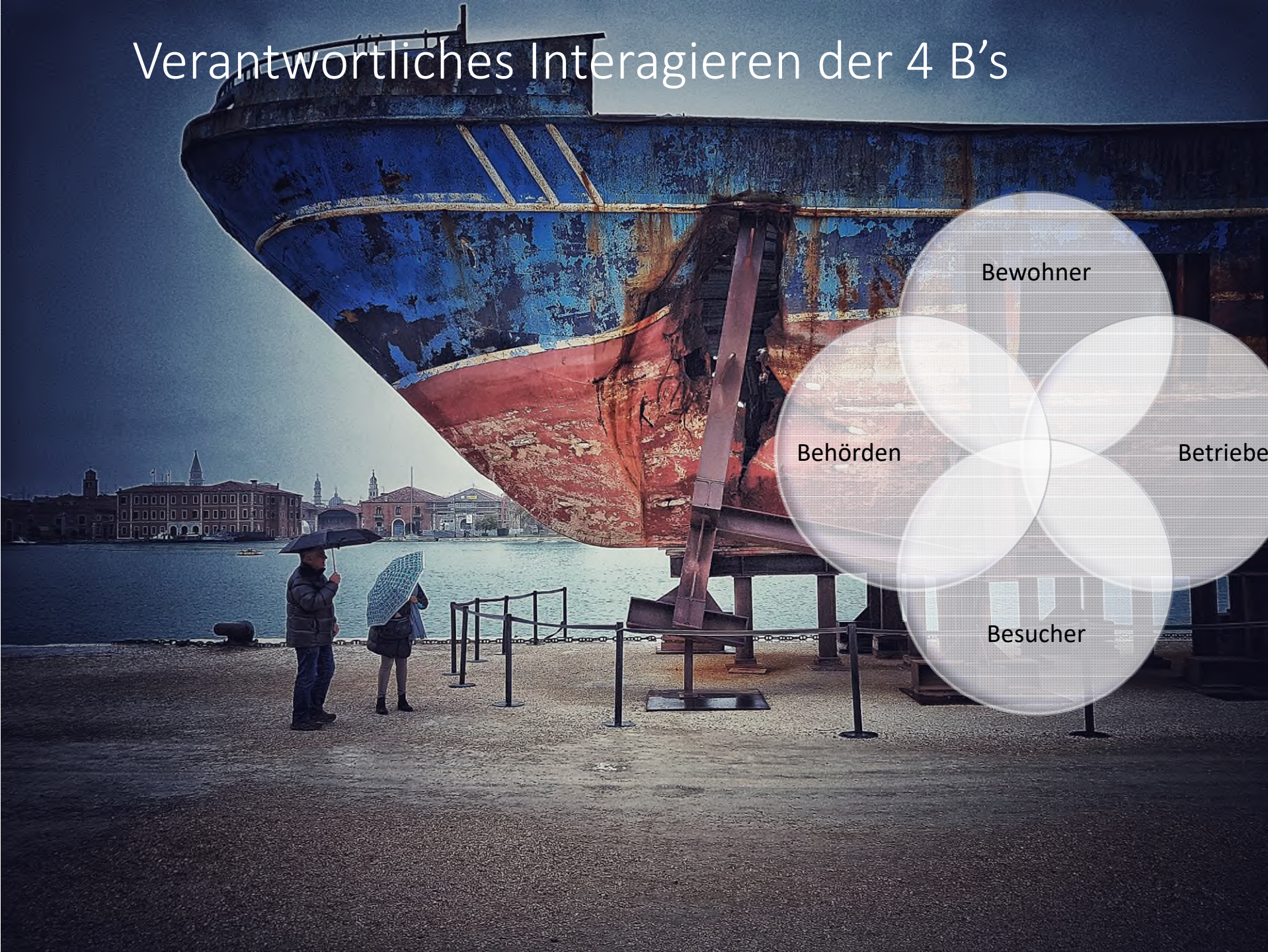
Integrative  
Standort-  
Entwicklung

One Place,  
one Spirit,  
one Sound



©Marie-Charlotte-Pezé / Amsterdam Marketing

# Verantwortliches Interagieren der 4 B's



Bewohner

Behörden

Betriebe

Besucher

# Erfolgsindikatoren (KPI's) in Destinationen weiter denken



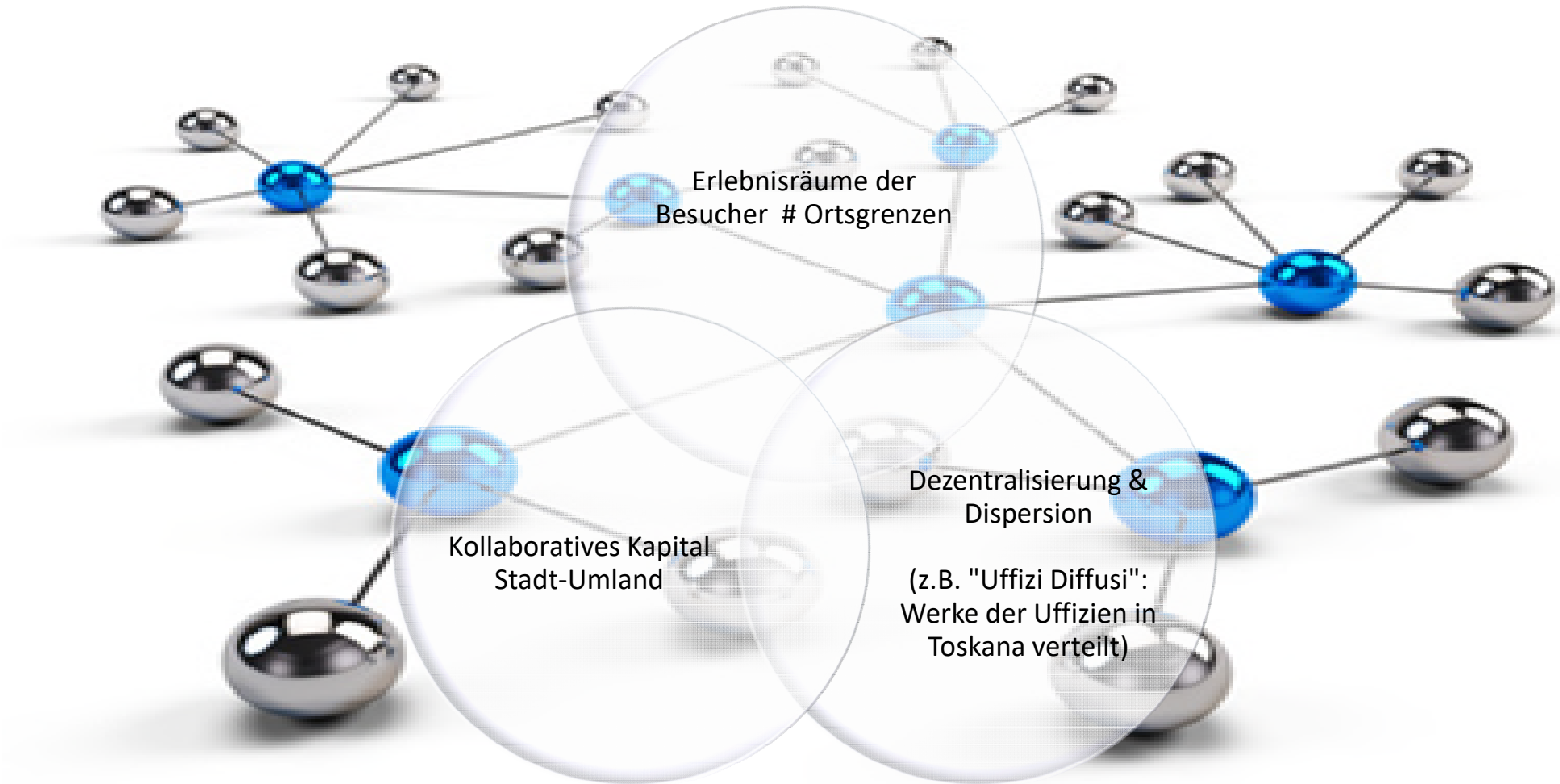
# Visitor Economy



Quelle: Wien Tourismus



# Good Governance



# Nachhaltigkeit & SDG's: Noch **Top-Down**-Thema (DMO, Leitbetriebe, Politik), aber...



# ... verstärkter Veränderungsdruck seitens Generation Greta



© Quadro d.o.o. /Chocolate Village



# Regenerative Travel



©Twycer/Plastic Whale

# Mut zu Experimenten

die  
boys & marie  
RESTAURANT • BAR • CHILLOUT

Die Idee

Das Team

Speisekarte

Kontakt & Reservierung

Sponsoren



# Dritte Orte werden post Covid gestärkt

Soziale Rituale


Festivalisierung



©Time Out Market Lisboa

# Socio Pleasure kommt vor Nature Pleasure





"Ich liebe  
Wiederholungen. Sie  
verwandeln die Zeit  
in einen Ort."

(Karl Ove Knausgård)