

# WIEN

## Wiens Tourismus schafft Trendumkehr: 13,2 Mio. Nächtigungen im Jahr 2022

- **Wien erreicht 2022 mit 13,2 Mio. Nächtigungen (+164%) drei Viertel des Niveaus 2019**
- **Beherbergungsumsatz wächst stärker als Nächtigungen**
- **Umsatzbringer USA als 1. Fernmarkt in voller Stärke zurück**
- **Strategischer Fokus: Qualität, Nachhaltigkeit, Preisdurchsetzung, öffentlicher Raum**
- **Bahn-Boom: ÖBB positionieren Wien als Nightjet-Hub**
- **Austrian Airlines: Nordatlantik-Verkehr im Höhenflug**

„Nach zwei von der Pandemie gekennzeichneten Jahren stand 2022 im Zeichen des Aufbruchs. Wiens Städtetourismus fand in seine gewohnte Rolle zurück, legte im Jahresverlauf ein beeindruckendes Wachstum hin und hat die Trendumkehr geschafft!“, zieht Wiens Wirtschaftsstadtrat und Präsident des WienTourismus Peter Hanke positive Bilanz zur Tourismuswirtschaft. Die Stadt verzeichnete im Vorjahr 5.597.000 Ankünfte, was im Vergleich zu 2021 ein rechnerisches Plus von 170% bzw. rund 71% des Aufkommens 2019 ausmacht, sowie 13.205.000 Gästenächtigungen und damit +164% zu 2021 und drei Viertel (75%) des Aufkommens 2019. Die Netto-Nächtigungsumsätze der Beherbergungsbetriebe liegen derzeit für Jänner bis November 2022 vor: 758.874.000 Euro (+172% zu 2021) ergeben 84% ihres Vergleichswerts 2019. „Den Akteur:innen in Wiens Visitor Economy danke ich für ihren Einsatz, der diesen Erfolg trotz fordernder Rahmenbedingungen möglich gemacht hat, aufs Herzlichste“, so Hanke.

### Hotelumsatz seit Oktober über Vor-Pandemie-Niveau

Stellt man die Entwicklung des Beherbergungsumsatzes den Nächtigungen gegenüber, zeigt sich, dass der Umsatz in den bereits ausgewerteten Monaten Jänner bis November mit +172% stärker gestiegen ist als die Nächtigungen mit +148%. Im Oktober und November lag er bereits um 4% bzw. 11% über seinem im Jahr 2019 gemessenen All-Time-High. „Unser Festhalten am Qualitätstourismus, die gezielte Ansprache eines kulturinteressierten und kaufkräftigen Publikums, das lückenlose Bearbeiten der wichtigsten Herkunftsmärkte – auch der Fernmärkte – selbst während der Lockdowns und Reisebeschränkungen sowie die globale Positionierung Wiens als Meeting Destination waren wesentliche Grundlage dafür, Wiens Tourismus für die Zeit nach der Pandemie eine Pole Position zu verschaffen“, erklärt Hanke. „Auch in Zeiten der Krise versteht sich die Stadt als Partner der Tourismusunternehmer:innen und ihrer Mitarbeiter:innen. Mit der Bereitstellung von Mitteln – exemplarisch genannt seien der Vienna Meeting Fund, Marketing-Sonderbudgets für den Fernmarkt USA, aber auch sämtliche Maßnahmen zur Unterstützung des Kulturbetriebs und der Gastronomie –

haben wir dazu beigetragen Arbeitsplätze, kulturelle Vielfalt und Flair der Stadt zu erhalten. Damit konnte das erfolgreiche Durchstarten gelingen.“

## Dezember bei 90% des Niveaus 2019

Der Dezember 2022 trug mit 1.537.000 Nächtigungen (+413 %) zum Gesamtergebnis bei und steht damit bei 90% der Nächtigungen im Vergleich zum Jahr vor der Pandemie. Die Bettenauslastung lag im Dezember bei 61,4% (2021: 14,4%), jene der Zimmer bei rund 79% (2021: rund 19%). Auch im Gesamtjahr 2022 erhöhte sich die Auslastung – jene der Betten lag bei 46,5% (1-12 2021: 24%), jene der Zimmer bei rund 60% (1-12 2021: 31%).

## USA: Rückkehr mit Paukenschlag

Rund 79% der Gästenächtigungen 2022 waren Auslandsnächtigungen (2019: 83%). „Wiens Tourismus nähert sich in puncto Internationalisierung seinem früheren Wert an, auch wenn 2022 europäische Nahmärkte bestimmender Faktor waren“, erklärt Wiens Tourismusdirektor Norbert Kettner. „Wiens aufkommensstärkster Fernmarkt USA hat sich jedoch mit einem Paukenschlag zurückgemeldet, im November und Dezember sein Niveau 2019 sogar schon übertroffen. Nach Österreich und Deutschland sind die USA nun wieder Wiens drittstärkster Herkunftsmarkt. Bei den Umsätzen im 5-Stern-Bereich liegen sie an 1. Stelle“ analysiert Kettner. Etwa zwei Drittel (65,8%) aller US-Nächtigungen fanden 2022 im 4- und 5-Stern-Bereich statt. „Die Hälfte aller US-Nächtigungen im Land konzentriert sich auf Wien, das als authentische Kultur- und Meeting-Destination punktet. Stabile Flugverbindungen und ein starker Dollar trugen ebenso zur raschen Erholung bei.“

## Europa dominiert Gästemix, Asien lässt hoffen

Italien, Großbritannien, Spanien, Frankreich, Rumänien, Israel und Polen komplettieren die Top-10 der nächtigungsstärksten Länder 2022. Besonders stark fiel das Wachstum aus Großbritannien aus, das 2022 neben den USA als einziger Markt in den Top-10 Nächtigungszuwächse jenseits der 400%-Marke brachte. China – 2019 mit über einer halben Million Übernachtungen an 7. Stelle – erholte sich kaum: Mit 56.000 Nächtigungen wurde knapp ein Zehntel des früheren Aufkommens gemessen. „Die Lockerung der Reisebeschränkungen birgt Potenzial für Wien, das nach Paris und London das drittbekannteste Städteziel chinesischer Reisender in Europa ist“, so Kettner. Außerhalb der Top-10 stechen die arabischen Herkunftsmärkte ins Auge, vor allem die Vereinigten Arabischen Emirate, die mit 104.000 Nächtigungen schon rund 99% ihres Niveaus 2019 erreicht haben.

## Hotellerie: Qualitätsupgrade samt innovativer Konzepte

Wiens Beherbergungsangebot ist nach Rückgängen 2021 im Vorjahr wieder gewachsen: In Summe zählt die Stadt 36.710 Zimmer mit 71.345 Betten in 398 Hotelbetrieben. Die Zahl der Zimmer liegt um

7%, jene der Betten um 5% über 2019. Die Anzahl der Hotels erreicht ihren Wert 2019 (422) durch geplante Projekte etwa 2025. 59% des Betten-Angebots sind dem 4- bzw. 5-Stern-Bereich zuzuordnen. „Das Vertrauen in den Standort ist ungebrochen, umfangreiche Investitionen in Erneuerung bestehender sowie Errichtung neuer Hotels zeugen davon, dass Wien mit einem qualitativ verbesserten Angebot und einer Fülle an innovativen Konzepten aus der Pandemie hervorgeht“, erklärt Kettner. 2019 verfügte Wien über 22 Luxushotels, nun sind es 23. „Ein Asset für die Ansprache kaufkräftiger Zielgruppen, wovon die gesamte Wiener Visitor Economy profitiert“, so Kettner.

### Kettner: „Zeit für selbstbewusste Preisgestaltung“

Kettner dankt den Hoteliers, die selbst in den herausforderndsten Monaten den Zimmerpreis nicht verfallen ließen: „Die Preisdurchsetzung im europäischen Städtetourismus litt teils stark, mit Ausnahme kleinerer Schwankungen in Einzelmonaten blieb sie in Wien aber durchgehend stabil. Angesichts des Qualitätssprungs im Angebot, aber auch der Inflation geschuldeter wirtschaftlicher Erfordernisse, bietet sich gerade jetzt in der Wachstumsphase Gelegenheit zu selbstbewusster Preisgestaltung. Nach den Pandemie-Jahren ist es nun wieder einfacher, globale und diversifizierte Gästeschichten anzusprechen – Wiens Publikum ist an Qualität interessiert und auch bereit, diese zu bezahlen“, ist Kettner überzeugt.

### Die Ergebnisse im Detail

Herkunftsland	Nächtigungsumsatz netto <sup>1)</sup>		November 2022	
	Jänner- November 2022			
Österreich	150.226.000	+ 100 %	17.475.000	+ 101 %
Deutschland	145.040.000	+ 127 %	13.391.000	+ 76 %
USA	58.975.000	+ 416 %	6.459.000	+ 324 %
Großbritannien, Nordirland	31.607.000	+ 457 %	4.770.000	+ 279 %
Italien	30.076.000	+ 235 %	3.672.000	+ 113 %
Spanien	22.636.000	+ 221 %	2.744.000	+ 104 %
Israel	20.782.000	+ 105 %	2.711.000	+ 90 %
Frankreich, Monaco	20.670.000	+ 191 %	2.479.000	+ 71 %
Schweiz, Liechtenstein	19.319.000	+ 148 %	2.018.000	+ 112 %
Rumänien	17.486.000	+ 140 %	2.816.000	+ 227 %
Übrige	242.057.000		27.786.000	
Gesamtergebnis	758.874.000	+ 172 %	86.321.000	+ 128 %
RevPAR <sup>2)</sup> in €	<b>61,8</b>	<b>+ 102 %</b>	<b>74,7</b>	<b>+ 106 %</b>

1) ohne Frühstück und Umsatzsteuer, Wert wird aus den monatlichen Erträgen der Ortstaxe hochgerechnet  
 2) 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. Die Kennzahlen zum Nächtigungsumsatz stehen jeweils einen Monat nach den Nächtigungsergebnissen zur Verfügung.

Herkunftsland	Nächtigungen <sup>3)</sup>		Dezember 2022	
	Jänner-Dezember 2022			
Österreich	2.736.000	+ 96 %	259.000	+ 275 %
Deutschland	2.614.000	+ 119 %	215.000	+ 331 %
USA	764.000	+ 381 %	99.000	+ 538 %
Italien	618.000	+ 258 %	99.000	+ 853 %
Großbritannien, Nordirland	498.000	+ 496 %	75.000	+ 1099 %
Spanien	436.000	+ 229 %	64.000	+ 667 %
Frankreich, Monaco	374.000	+ 177 %	56.000	+ 244 %
Rumänien	357.000	+ 151 %	69.000	+ 461 %
Israel	349.000	+ 120 %	57.000	+ 659 %
Polen	302.000	+ 125 %	24.000	+ 479 %
Übrige	4.157.000		520.000	
Gesamtergebnis	13.205.000	+ 164 %	1.537.000	+ 413 %

3) Nächtigungen sind nicht Gäste, sondern die von diesen absolvierten Übernachtungen.  
**Datenquelle:** MA 23 – Dezernat Statistik

Die aktuellen Kennzahlen in vollem Umfang für sämtliche erhobene Herkunftsmärkte erhalten Sie unter: <https://b2b.wien.info/de/statistik/daten/statistik-aktuell>

## 16,25 Mio. Euro für Marketing, Meeting Fund und Film Incentive

„2023 arbeiten wir mit einem Marketing-Budget von 11,22 Millionen Euro, das 1,15 Millionen Euro aus dem Sonderbudget der Stadt Wien zur intensiven Bearbeitung des Fernmarkts USA beinhaltet. Darüber hinaus stehen im Vienna Meeting Fund in Summe noch 3,25 Mio. Euro zur Verfügung, die in den Jahren 2023 und 2024 zum Einsatz kommen bzw. für neue Einreichungen vorgesehen sind. Aus dem 2022 präsentierten Vienna Film Incentive, mit dem wir internationale Dreharbeiten nach Wien holen, können wir 2023 1,78 Millionen Euro einsetzen. Wir gehen also mit 16,25 Millionen Euro ins Rennen – in einer zusätzlichen Rolle: Ergänzend zu unseren Marketingaufgaben agieren wir mit Meeting Fund und Film Incentive auch als Förderagentur“, erklärt Kettner.

## 2023 auf 13 Herkunftsmärkten aktiv – Fernmärkte wieder stärker im Fokus

2023 bearbeitet der WienTourismus 13 Herkunftsmärkte aktiv – Aspekte wie Erreichbarkeit, Kaufkraft, Markenkonformität und Relevanz für die Meeting-Industrie bilden bei der Auswahl die größten Einflussfaktoren. Neben Deutschland, Österreich, der Schweiz, Großbritannien, Spanien, Frankreich und Italien rücken – zusätzlich zu den USA – auch Kanada, die arabischen Länder, China, Japan und Südkorea in den Fokus. „Der Schwerpunkt der Fernmarkt-Aktivitäten liegt auf den USA als aufkommens- wie umsatzstärksten Überseemarkt Wiens. Wir bleiben flexibel – eine unterjährige Adaptierung ist möglich – und agieren im Marketing noch zugespitzter und agiler“, so Kettner.

## Breite Kooperation auf Luftweg und Schiene

Verstärkt wird das Budget auf Nah- und Fernmärkten mit Schwerpunkt USA von Austrian Airlines – der gemeinsame Aufwand beträgt zwei Millionen Euro – sowie den Österreichischen Bundesbahnen, großteils zur Bewerbung der Nightjet-Anreise aus Deutschland und Italien. Hierfür investieren ÖBB und WienTourismus zusammen 140.000 Euro. Jeder Partner trägt jeweils zur Hälfte zur Kooperation bei. Eingesetzt werden die Mittel bei Kampagnen, im Digitalmarketing oder bei Kooperationen mit Buchungs- und Reiseportalen. „Ich danke unseren Partnern für die intensive Zusammenarbeit, die eine wesentliche Säule unseres strategischen Air- bzw. Rail Service Development darstellt. Ebenso danke ich dem Flughafen Wien, 2022 von Airports Council International zum Best European Airport gekürt, für dessen vorausschauende Planung und Bereitschaft Arbeitsplätze durch die Pandemie bestmöglich zu halten. Das verschafft Wien jetzt einen Startvorteil. Die Stärkung der Hub-Funktion Wiens stellt eine zentrale Grundlage für den touristischen, wohlgerneht aber auch den gesamtwirtschaftlichen Erfolg Wiens dar“, unterstreicht Kettner.

## ÖBB: Bahn-Boom hält an – 33 neue Nightjets für klimafreundliche Anreise

Österreich erlebt zurzeit einen Bahn-Boom. Noch nie waren so viele Menschen mit den Österreichischen Bundesbahnen im Fernverkehr unterwegs, im vergangenen Sommer über 17% mehr als im bisherigen Rekordjahr 2019. Klaus Garstenauer, Vorstand der ÖBB Personenverkehrs AG, führt aus: „Auch die gemeinsame Kampagne aus dem Vorjahr ‚United Cities of Tourism‘ zusammen mit dem WienTourismus hat dazu beigetragen, dass immer mehr Tourist:innen aus Deutschland, Schweiz, Italien und Frankreich die Reise nach Wien umweltfreundlich mit der Bahn antreten.“ Die Nachfrage wird weiter anhalten: „Die ÖBB investieren daher über 4,1 Milliarden Euro in neue, moderne Züge. So werden wir insgesamt 33 neue Nightjets in Betrieb nehmen und Wien als internationalen Nightjet-Hub weiter stärken“ so Klaus Garstenauer.

## Austrian Airlines: Schrittweise Erholung mit Sommerhöhenflug

„Nach zwei krisengebeutelten Jahren hat Austrian Airlines 2022 einen hervorragenden Sommer verzeichnet. Obwohl die Sommermonate in der europäischen Luftfahrt von vielen Herausforderungen geprägt waren, zählte Austrian Airlines das ganze Jahr über zu den pünktlichsten Airlines Europas. Im Hochsommer hat eine durchschnittliche Auslastung unserer Flugzeuge von fast 90% den großen Nachholeffekt vor allem für touristische Reisen unter Beweis gestellt“, resümiert Michael Trestl, Vorstandsmitglied und CCO von Austrian Airlines. Vor allem der Nordatlantik-Verkehr hat sich im vergangenen Jahr überaus positiv entwickelt: „Die Nachfrage für Flüge zwischen den USA bzw. Kanada und Österreich war enorm – und der Trend zieht sich fort. Los Angeles wird auch 2023 wieder fester Bestandteil unseres Flugplans sein.“ 2023 blickt man zudem positiv auf die Erholung des Asien-Verkehrs nach den lange erwarteten Lockerungen der Einreisebestimmungen vielerorts. Austrian Airlines fliegt ganzjährig zweimal wöchentlich direkt von Wien nach Shanghai und im Sommerflugplan wieder direkt nach Tokio.

## Qualität und Nachhaltigkeit bei Austrian im Fokus

„Der Aufwärtstrend hat es ermöglicht, dass wir sogar wieder wachsen können: Vier fabriksneue Flugzeuge des Airbus Typs A320neo erweitern seit Oktober 2022 unsere Mittelstreckenflotte“, so Trestl. Neue Flugzeuge mit moderner Antriebstechnologie sind einer der wichtigsten Hebel zur Reduzierung der CO<sub>2</sub>-Emissionen in der Luftfahrt und zentraler Schritt zur Erreichung der Dekarbonisierungsziele. Trestl: „Bis 2030 wollen wir unsere Netto-CO<sub>2</sub>-Emissionen halbieren, bis 2050 wollen wir gänzlich CO<sub>2</sub>-neutral fliegen.“ Eine weitere essenzielle Maßnahme hierbei ist der Einsatz nachhaltiger Flugkraftstoffe (Sustainable Aviation Fuels, SAF), die die CO<sub>2</sub>-Emissionen gegenüber fossilem Kerosin um 80% reduzieren. „Als erste österreichische Airline haben wir 2022 begonnen, erste verfügbare Mengen an regional produziertem SAF zu tanken. Durch den Zukauf von SAF kann bei uns der einzelne Passagier die CO<sub>2</sub>-Emissionen seiner Flugreise direkt bei Flugbuchung reduzieren“, führt Trestl aus. „Wir betrachten Nachhaltigkeit mit einem 360-Grad-Ansatz. Neben einem wissenschaftlich validiertem CO<sub>2</sub>-Reduktionspfad setzen wir auf Regionalisierung unseres Kulinarikangebotes in den Lounges und an Bord und werden als attraktiver Arbeitgeber weiterhin die rot-weiß-rote Konstante am österreichischen Himmel bleiben“, betont Trestl.

## Motto 2023: „Vision & Aufbruch – 150 Jahre Wiener Weltausstellung“

Bereits im Herbst machte der WienTourismus in einer Veranstaltungsreihe in Paris, Madrid, Mailand, Zürich, München, London, Washington D.C. und Chicago Medien und Reisebranche auf sein Jahresthema 2023 aufmerksam. Kein Großereignis hat die Entwicklung der Stadt zu einer Weltmetropole stärker geprägt als die Weltausstellung 1873. „Wir thematisieren Wiens Geschichte, aber zeigen auch deren Auswirkungen auf die heutige Gesellschaft und den Anspruch der Stadt, das Leben im Hier und Jetzt zu gestalten. Wien hat sich nachhaltiger Stadtentwicklung verschrieben – dies hervorzuheben ist im Stadtmarketing gleichsam bedeutend wie die Vermittlung touristischer Attraktionen“, so Kettner. [www.wien.info/vision](http://www.wien.info/vision)

## Stoßrichtung bleibt: Qualität als Maßgabe

„Bereits in unserer 2019 präsentierten Visitor Economy Strategie haben wir uns davon verabschiedet, touristischen Erfolg mit reinen Nächtigungszuwächsen gleichzusetzen. Umso mehr lautet unser postpandemisches Mission-Statement: Wir wollen durch qualitätsvolles Wachstum Wertschöpfung und Ganzjahresjobs in die Stadt bringen und dabei die lokale Bevölkerung und die Umwelt so wenig wie möglich belasten. Eine gedeihliche Entwicklung des Tourismus in Einklang mit der Bevölkerung, abseits einer Jagd nach Rekorden, bleibt unser vorrangiges Ziel“ stellt Kettner fest: „Auch, wenn wir durch Covid-19 einzelne Zielwerte unserer Indikatoren anpassen mussten, bleibt die strategische Stoßrichtung gleich.“

## Kettner: „Nachhaltigkeit oberste Maxime der Strategie“

„Bei der Entwicklung des Wiener Tourismus ist Nachhaltigkeit oberste Maxime und zieht sich durch sämtliche Ziele unserer Visitor Economy Strategie – in ökologischer, wirtschaftlicher und sozialer Dimension“, so Kettner. Die Strategie schreibt sechs Ziele fest, die bis 2025 erreicht werden sollen. Die direkten und indirekten Wertschöpfungseffekte, die der Tourismus in Wien und für Österreich auslöst, sollen bis 2025 wieder das Niveau 2018 erreichen: 5,6 Milliarden Euro für Österreich, davon 4,7 Milliarden Euro für Wien **(1. Ziel)**. Der Nettonächtigungsumsatz in der Beherbergung als Kernbranche der Visitor Economy soll bis 2025 zumindest das Vorkrisenniveau von rund 900 Millionen Euro (2018) erreichen **(2. Ziel)**. Die Top-Werte zur Erlebnisqualität der Gäste (9 von 10 würden Wien weiterempfehlen) und zur Einstellung der Wiener:innen zum Tourismus (9 von 10 urteilen, dass Tourismus positiv für Wien ist) sollen gehalten werden **(3. und 4. Ziel)**. „Auch den ökologischen Fußabdruck des Tourismus wollen wir stärker beeinflussen“, erklärt Kettner.

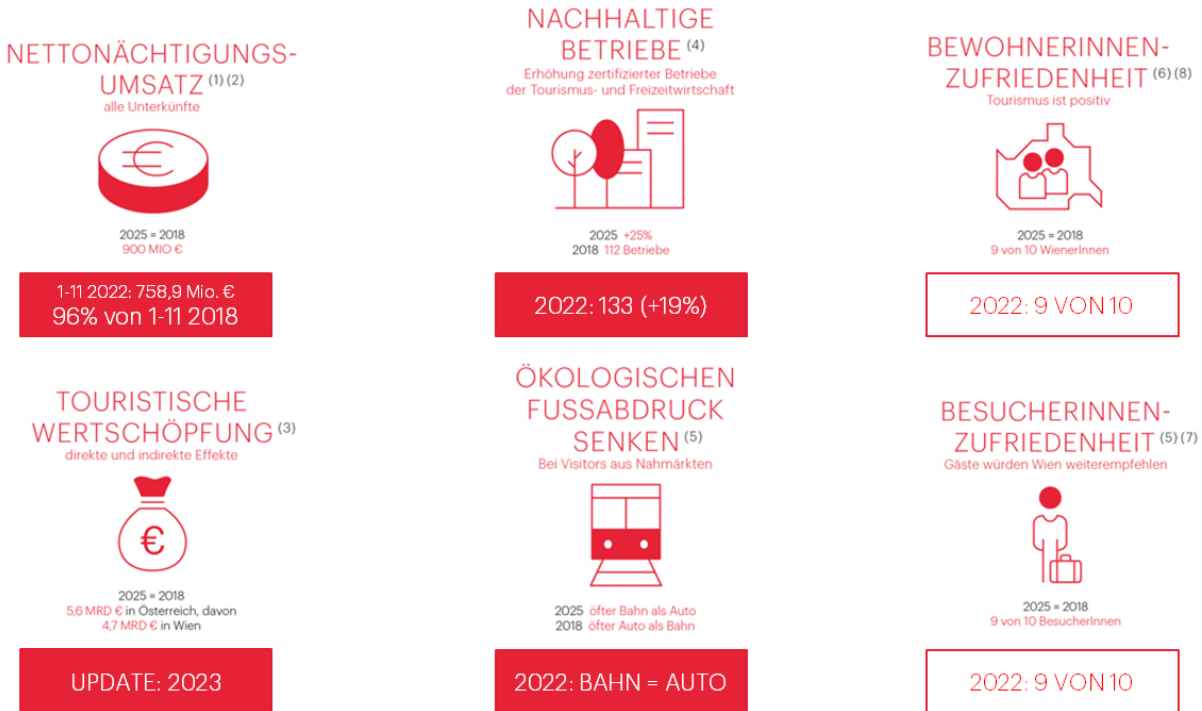
## Umwelt-Zertifizierung für Wiens Visitor Economy

Rund ein Fünftel der mit dem Österreichischen Umweltzeichen zertifizierten Beherbergungsbetriebe Österreichs befindet sich in Wien – Wien zählte Ende 2022 rund 40% aller zertifizierten Betten im Land. „Bis 2025 wollen wir die Zahl von Hotels und weiteren touristischen Institutionen von Museen bis hin zur Gastronomie, die mit dem Umweltzeichen oder einem international anerkannten Umweltzertifikat beglaubigt sind, um 25% auf 140 erhöhen“, erklärt Kettner – ausgehend von 112 im Jahr 2018, wobei es Ende 2022 bereits 133 zertifizierte Betriebe in Wien gab **(5. Ziel)**. Der WienTourismus holt verstärkt Anbieter vor den Vorhang, die ein nachhaltiges Reiseerlebnis unterstützen, und setzt selbst Initiativen. „Für die umweltfreundlichen Mobilitätsangebote hat unsere Vienna City Card soeben das Österreichische Umweltzeichen erlangt. Künftig können ausschließlich jene Beherbergungsbetriebe Kartenpartner werden, die ihrerseits ein Umweltzertifikat aufweisen“, kündigt Kettner an.

## Anreise-Ziel 2025: Zug soll Auto überholen

Speziell aus Nahmärkten soll die Anreise mit umweltfreundlichen Verkehrsmitteln forciert werden. Bis 2025 soll sich das Verhältnis von Personen, die per Auto (2018: 26%) bzw. per Bahn (2018: 21%) kommen, umkehren **(6. Ziel)**. 2022 standen Zug-Anreise mit rund 30% und Auto-Anreise mit rund 29% etwa gleichauf (Schwankungsbreite:  $\pm 2,5\%$ ), wobei diese Werte – dem veränderten Gäste-Mix während der Pandemie geschuldet – verzerrt sind und keine Aussagen für kommende Jahre zulassen. „Mit der exzellenten Anbindung Wiens auf der Schiene bin ich allerdings zuversichtlich, das Ziel zu erreichen. Auf Fernmärkten bleibt das Flugzeug weiterhin unerlässlicher Bestandteil im touristischen Modal Split Wiens“, erklärt Kettner. Seit 2020 kompensiert der WienTourismus die Emissionen eigener Dienstreisen per Flugzeug über Climate Austria.

## Status Quo 2022: Zielwerte der Visitor Economy Strategie



## Öffentlicher Raum weiter im Fokus

„Destinationsmanagement ist unsere Kernkompetenz. Wir erfüllen eine starke Vernetzungs- und Kuratorenrolle, wollen Wien zusammen mit unseren Partnern in der Stadt qualitätsvoll weiterentwickeln und Impulse setzen. In diesem Sinne betrachten wir das ‚Wiederhochfahren‘ des Tourismus nach Covid-19 ausschließlich durch die ‚Qualitätsbrille‘. Wir treten gegen schnelles Geschäftemachen auf Kosten des öffentlichen Raums oder der hier lebenden Menschen auf“, erklärt Kettner und hebt zugleich Projekte mit touristischer Strahlkraft hervor: „Die Umgestaltung von Neuem Markt oder Petersplatz setzten wertvolle innerstädtische Akzente. Pläne zur innerstädtischen Verkehrsberuhigung stellen aus Sicht der Destinationsentwicklung einen Meilenstein dar, dessen Umsetzung wir mit Freude entgegenblicken. Wir werden Wien damit umso stärker als ‚walkable city‘ promoten.“

## 450.000 Downloads: Stadt der kurzen Wege mit „ivie“

Mit der Vienna City Card samt integriertem Öffi-Ticket lässt sich Wien klimaschonend erkunden. Ihre Integration in die City-Guide-App „ivie“ bildet die ideale Ergänzung beim fußläufigen Entdecken der Stadt. 2020 gelauncht umfasst ivie bereits 13 Walks und Guides, die berühmte wie versteckte Orte ins Licht rücken. Via Personalisierungs-Feature entdecken User:innen auf sie zugeschnittene Orte, „ivie-



Events“ schlägt Veranstaltungen vor und informiert zu Vienna City Card-Rabatten. Schönbrunn, Riesenrad und Wiener Staatsoper waren 2022 jene Points of Interest, die die meisten Zugriffe verzeichneten. Der Guide zum Themenschwerpunkt 150 Jahre Wiener Weltausstellung wird 2023 mit Gamification-Elementen angereichert, die User breit durch die Stadt führen. „Mit derzeit 450.000 Downloads konnten wir die Verbreitung der App innerhalb eines Jahres vervierfachen. ivie holt alle Bezirke Wiens vor den Vorhang!“, so Kettner. <https://ivie.wien.info>

## Meetings: Strategisches Stärkefeld wieder auf Kurs

„Wiens Tagungswirtschaft hat 2022 stark an Momentum gewonnen“, fasst Kettner zusammen. Fanden 2019 70 Großtagungen ab 1.000 Teilnehmer:innen statt, so wurden 2022 bereits wieder 47 dieser Veranstaltungen gezählt. Maßgebliche Organisationen wie ICCA und UIA reihten Wien neuerlich an die Weltspitze der Kongressmetropolen. „Neuakquisen wie soeben die ‚International Conference on Robotics and Automation‘ 2026 zeigen, dass die Zahl an Großveranstaltungen mit mehreren Tausend Teilnehmer:innen verstärkt zurückkommen“, so Kettner. Der „European Congress of Radiology“ (1.-5. März), die „General Assembly of the European Geosciences Union“ (23.-28. April) oder der „Congress of the European Society of Cataract and Refractive Surgeons“ (8.-12. September) erreichen bzw. überschreiten heuer bereits die Marke von 10.000 Teilnehmer:innen. „160 Bewerbungen für Kongresse und Firmentagungen hat unser Convention Bureau derzeit am Laufen, der Vienna Meeting Fund stellt dabei ein gewichtiges Argument in der Akquise-Arbeit dar“, dankt Kettner der Stadt Wien für die Sondermittel. Die neue Mitgliedschaft des Vienna Convention Bureau beim amerikanischen Association Management Institute erweitert das Netzwerk der Tagungsmetropole.

### Wrap-up 2022

- Wien landet unter weltweiten **Top-Reisezielen 2023** (u.a. „Travel + Leisure“, „Condé Nast Traveler“)
- **Kongressmetropole Wien** weltweit auf **Platz 1** gereiht (ICCA-Ranking 2022 zu Performance 2021)
- **56 Werbepreise**, darunter **3 Cannes Lions** für WienTourismus-Kampagnen
- **216.000 Besucher:innen** in den beiden **Tourist-Infos** (Albertinaplatz, Flughafen Wien)
- **77.000 Gäste-Beratungen** per Telefon, Mail, Chat oder Social Media
- **Jeden 3. Tag** irgendwo auf der Welt ein (virtuelles oder analoges) **Wien-B2B-Event**
- **Jeden Tag** durchschnittlich **fünf internationale Wien-Stories** (Earned Media)
- **Gesamtreichweite der Medienarbeit** des WienTourismus: **735 Mio. Kontakte** (Earned Media)
- **6,5 Mio. User:innen** auf **Wien.info** und **20 Mio. Aufrufe** der Website
- **1,3 Mio. Follower** auf den **Social Media** Kanälen des WienTourismus

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

Fotos vom Mediengespräch, Grafiken sowie Videomaterial sind auf [b2b.wien.info](https://b2b.wien.info) (direkter Link: <https://b2b.wien.info/de/presse/unternehmens-presse-info/bilanz2022-441560>) abrufbar.

Auf <https://foto.wien.info> können Sie nach kurzer Registrierung auf über 1.000 Fotos zu Wien für Ihren Bericht zugreifen, Bewegtbild wird unter <https://footage.wien.info> zur Verfügung gestellt.

## #ViennaNow – WienTourismus im Web

wien.info  
b2b.wien.info  
shaping.wien.info  
wien.info/vision  
vienna.convention.at

facebook.com/WienTourismus  
facebook.com/ViennaTouristBoard  
ivie.wien.info  
viennacitycard.at  
WeChat

youtube.com/Vienna  
instagram.com/viennatouristboard  
twitter.com/WienInfob2b  
twitter.com/ViennaInfoB2B  
weibo.com/welcometovienna

## Rückfragen

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

Marie-Therese Tropsch  
Pressesprecherin WienTourismus  
Tel.: +43/1/211 14-117  
[Marie-Therese.Tropsch@wien.info](mailto:Marie-Therese.Tropsch@wien.info)

Roberta „Louis“ Kraft  
Mediensprecherin des Stadtrats für  
Finanzen, Wirtschaft, Arbeit,  
Internationales und Wiener Stadtwerke  
Tel.: +43/1/4000-81211  
[roberta.kraft@wien.gv.at](mailto:roberta.kraft@wien.gv.at)

Bernhard Rieder  
Pressesprecher ÖBB-Holding AG  
Tel.: +43/1/93000 32233  
[bernhard.rieder@oebb.at](mailto:bernhard.rieder@oebb.at)

Anna Pachinger  
Pressesprecherin Austrian Airlines AG  
Tel.: +43/5 1766-11254  
[annakatharina.pachinger@austrian.com](mailto:annakatharina.pachinger@austrian.com)