

Visitor  
Economy

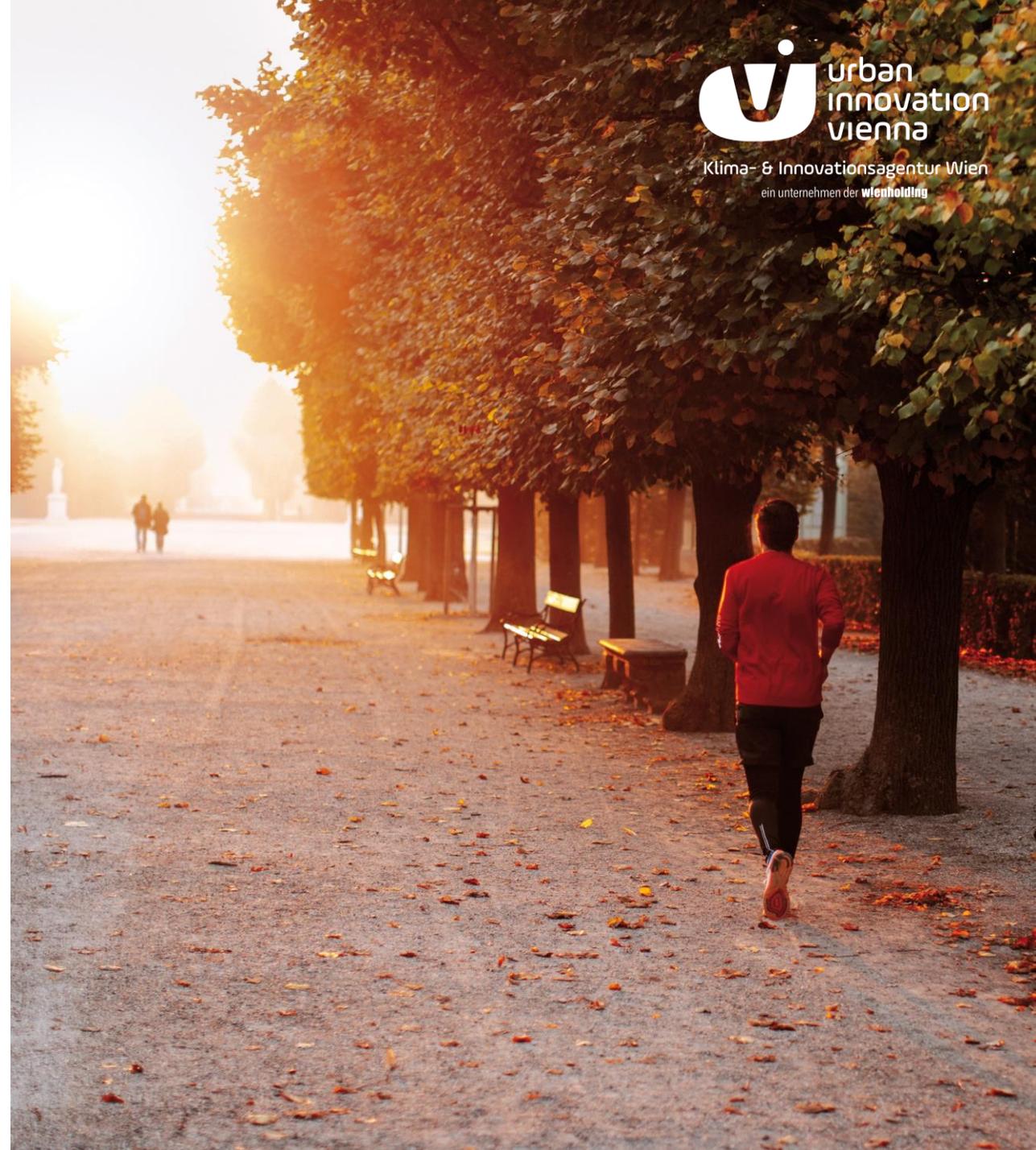


Strategie  
Review

2030+

Norbert Kettner  
Direktor WienTourismus

**WIEN**  
JETZT ♦ FÜR IMMER



A long, covered walkway with a glass railing overlooking a city. The walkway is covered by a modern, light-colored wooden ceiling with dark horizontal beams. The railing is made of dark metal bars. In the background, a large, ornate cathedral with a prominent green dome and white facade is visible. The sky is overcast.

Wo stehen wir?

WIEN



VISITOR ECONOMY STRATEGIE 2025

# SHAPING VIENNA

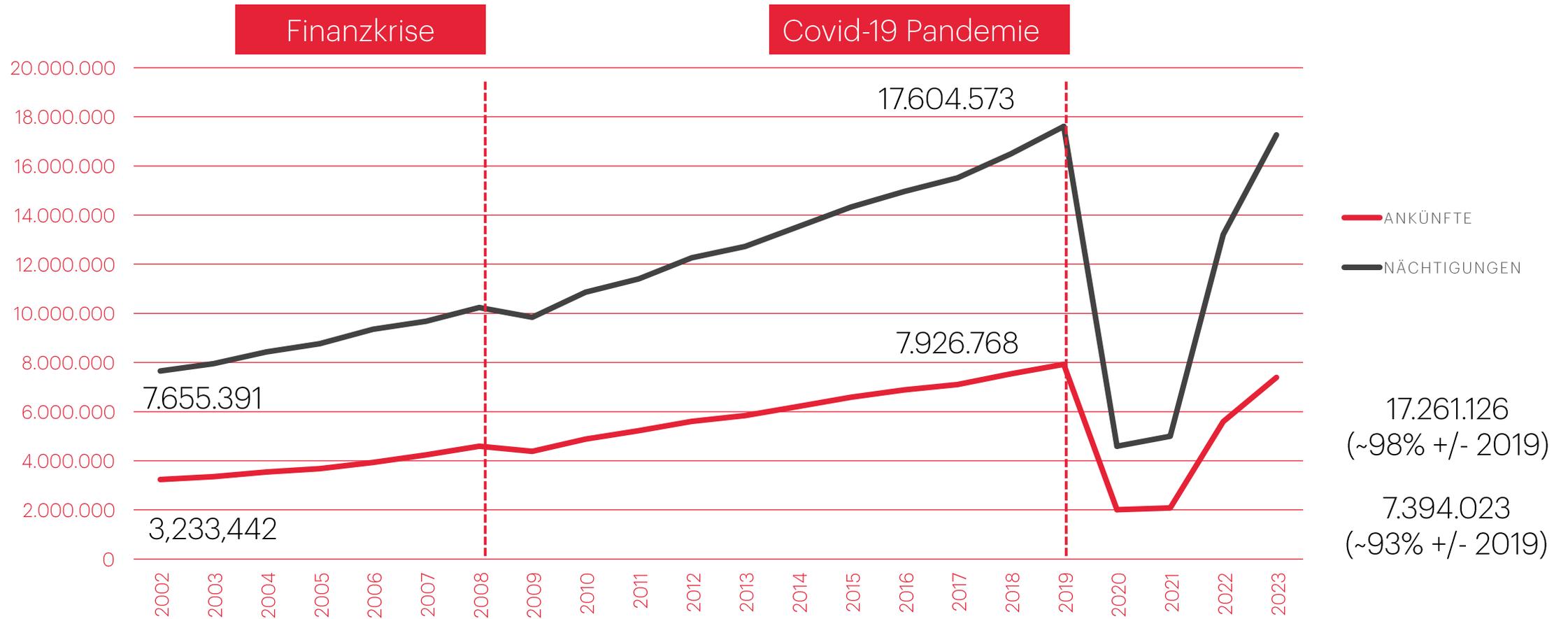
WIEN

„Frage nicht, was deine Stadt für den Tourismus tun kann,  
sondern was Tourismus für deine Stadt tun kann!“

Der Kern der Visitor Economy Strategie  
fokussiert auf die nachhaltige Entwicklung Wiens  
zum Wohle der Wienerinnen und Wiener.

# Tourismusentwicklung in Wien

2002-2023



QUELLE: MA 23

WIEN

# Tourismusentwicklung in Wien

JÄNNER – MÄRZ 2024

+ 3,6%

Nächtigungsentwicklung  
im Vergleich: 2019 vs. 2024

Im Vergleich zum Basisjahr der Visitor Economy Strategie 2025, liegen wir bereits bei + 16%.  
(Jänner-März 2024 vs. 2018)

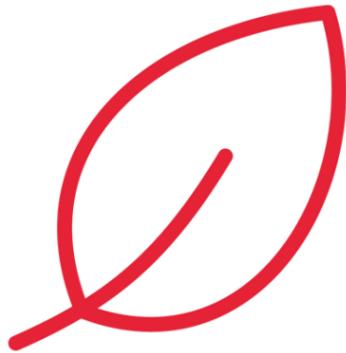


2024 wird das nachfragestärkste  
Jahr seit Beginn der  
Aufzeichnungen

PROGNOSE



**WIEN**



Die Visitor Economy Strategie  
erweist sich als relevanter denn je.

Grundstein & Perspektive  
sind die kontinuierliche Entwicklung  
Wiens als Qualitätsdestination.

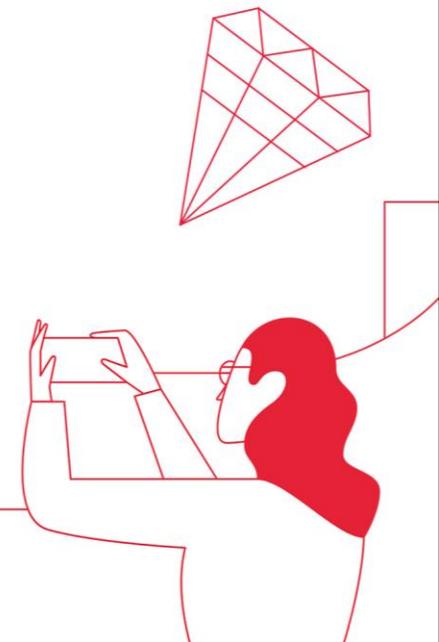
**WIEN**

Der Weg zum Ziel

WIEN

# GEMEINSAME AGENDA

PLACE MAKING & PLACE MARKETING  
MEETING DESTINATION  
SMART SOLUTIONS



WIEN

## SMART SOLUTIONS

### Innovative Lösungen für eine nachhaltige Entwicklung

**RAIL SERVICE DEVELOPMENT:** Die Anreise macht einen hohen Anteil des ökologischen Fußabdrucks der Visitor Economy aus. Durch die Lage im Zentrum Europas hat Wien die Chance, sich als das europäische Drehkreuz für Bahn und insbesondere Nachtzugverbindungen („Night Jet Hub“) zu positionieren und damit speziell für Gäste aus Nahmärkten eine nachhaltige und gleichzeitig komfortable Alternative zu Kurzstreckenflügen anzubieten – entsprechende Verbindungen und Servicequalität vorausgesetzt.

**BUSMANAGEMENT 4.0:** Digitale Technologien erlauben eine smarte Steuerung von Reise und Shuttlebussen in der Stadt, um Überlastungen in Spitzenzeiten zu vermeiden und Busse möglichst effizient zur bestgeeigneten Ausstiegsstelle, zu Terminals und Parkmöglichkeiten zu leiten. Für (Kurz)Transfers, etwa von Kreuzfahrtpassagieren, sollen künftig vermehrt ökologisch verträgliche Verkehrsmittel eingesetzt werden.

**SMARTER GENUSS:** Die Wiener Landwirtschaft und Nahrungsmittelindustrie erzeugt Produkte in hoher Qualität. Diese sollen künftig noch stärker für die Visitor Economy genutzt werden, als ein Beitrag zu einer ökologischen Nahversorgung und zur Stärkung der regionalen Wirtschaft. Durch eine aktive Inszenierung und Vermarktung der regionalen Qualitätsprodukte werden diese für BewohnerInnen wie auch BesucherInnen besser erlebbar – eine wichtige Grundlage für ein nachhaltiges Konsumbewusstsein.

#### TAXI UND MIETWAGEN – SERVICEQUALITÄT UND NACHHALTIGKEIT:

Die regelmäßige Qualitätskontrolle und Schulung für Taxi- und MietwagenfahrerInnen bleibt zentrale Anforderung, um Wiens Premiumanspruch auch im Bereich des Personenbeförderungsgewerbes mit PKW erfüllen zu können. Im Sinne der ökologischen Verantwortung sind Taxileerfahrten (z. B. zum/Vom Flughafen) zu vermeiden. Darüber hinaus gilt es nachhaltige Mobilitätsformen zu fördern, etwa im Bereich der E-Mobilität oder im Schienenverkehr.

#### QUALITÄTSOFFENSIVE SMART VISITOR SERVICES & FAST TRACK SERVICE FÜR TALENTE:

Sicherstellung gut qualifizierter, motivierter Arbeitskräfte in allen Bereichen des Ökosystems; Empowerment von MitarbeiterInnen der Visitor Economy als BotschafterInnen der Wiener Premiumqualitäten durch den Vienna Expert Club. Insbesondere gilt es, die behördlichen Bewilligungsverfahren für die Integration von Schlüsselarbeitskräften und Talenten, für Expats wie Studierende, deutlich zu verbessern (rasche, unbürokratische kundenorientierte Erledigung und Unterstützung).

#### ABGESTIMMTE FORSCHUNGSAGENDA – WISSENSTRANSFER ZWISCHEN WISSENSCHAFT & WIRTSCHAFT:

Enge Zusammenarbeit mit Universitäten, Privatuniversitäten und Fachhochschulen. Die Wiener Hochschulen stellen mit ihren Forschungskompetenzen eine enorme Bereicherung für die Destination Wien dar; umgekehrt ist Wien als Standort für die Hochschulen von zentraler Bedeutung. Um gemeinsam an innovativen, „smarten“ Lösungen für Wien zu arbeiten und fundierte Entscheidungsgrundlagen für die Politik zu schaffen, hat die Stadt Wien Anfang 2019 mit mehr als 20 Wiener Universitäten, Privatuniversitäten und Fachhochschulen ein Kooperationsabkommen abgeschlossen. Der WienTourismus und die AkteurInnen der Wiener Visitor Economy unterstützen die darin vereinbarte Zusammenarbeit und wollen ihrerseits das Knowhow der wissenschaftlichen Einrichtungen aktiv nutzen, um konkrete Fragestellungen für eine nachhaltige Entwicklung der Destination zu beantworten.

**QUO VADIS, VISITOR? – BIG-DATA-BEWEGUNGSSTROMANALYSE:** Wie nutzen WienerInnen und Expats, Freizeit, Business und Tagesgäste die Stadt? Wo bewegen sie sich und welche Angebote nutzen sie? Im Rahmen eines Gemeinschaftsprojektes zwischen Stadt Wien und WienTourismus kann eine Analyse digitaler Daten neue Erkenntnisse bringen. Wo herkömmliche Befragungsmethoden zu kurz greifen, schafft sie ein gemeinsames Bild und ein besseres Verständnis, wie die Stadt „funktionierte“ und liefert Ansatzpunkte für eine behutsame Steuerung von BewohnerInnen und Visitor Strömen.

#### REGIONALITÄT IST DIE PFLICHT – KULINARISCHE VIelfALT BESTIMMT DIE METROPOLE:

Wien ist die einzige Stadt der Welt, nach der ein eigener kulinarischer Stil benannt ist. Regionalität bedeutet den Einsatz hochwertiger, nachhaltig produzierter, regionaler Produkte und sollte in der „Wiener Küche“ Standard sein. Eine städtische Gastronomie versteht sich aber auch immer als ein kulinarisches Schaufenster der Welt. Die Verfügbarkeit internationaler Produkte, ein vielfältiges gastronomisches Angebot und Raum für Ideenreichtum und avantgardistische Experimente – darin muss der Anspruch einer Metropole wie Wien bestehen.

#### PILOTPROJEKT „DIGITAL CONCIERGE“ FÜR STADTENTDECKERINNEN:

Im Sinne eines gelebten digitalen Humanismus kuratiert eine „Digital Concierge“-Lösung individuelle Reiseempfehlungen, dient als virtuelle Begleitung und Beratung vor Ort und hilft durch maßgeschneiderte, benutzerInnenfreundlichen Service dabei, den Wien Aufenthalt zu einem unvergesslichen Erlebnis zu machen. Unternehmen der Visitor Economy präsentieren Angebote, Geschichten und Wissenswertes rund um den Standort. Gäste stellen ihre individuellen Routen zusammen und teilen sie über soziale Medien; und auch WienerInnen entdecken ihre Stadt neu

#### OFF-SEASON KULTUR- UND EVENTANGEBOTE RUND UMS JAHR:

Nicht nur räumlich können Angebote besser gestreut werden; durch eine engere Abstimmung zwischen Kunst und Kultureinrichtungen sowie der Visitor Economy wird das ganze Jahr zur Hochsaison für Events und Kulturangebote, saisonale Überlastungen in touristischen „Stoßzeiten“ werden reduziert. Online-Formate können virtuelle Erlebnisräume und damit einen niederschweligen Zugang zu Hochkultur schaffen.

#### NACHHALTIGKEIT MIT GÜTESIEGEL:

Die Klassifizierung von Hotels soll künftig auch verstärkt anhand von Nachhaltigkeitskriterien durchgeführt werden. Wichtig ist, dass Betriebe ihre Anstrengungen für Nachhaltigkeit weiterverfolgen und Klimaschutz durch Zertifizierungen sichtbar machen. Die wichtigsten: das Österreichische und das Europäische Umweltzeichen, das im gemeinsamen europäischen Markt als einheitliche Kennzeichnung für umweltfreundliche Produkte und Dienstleistungen dient. Stadt und Bund, WienTourismus, Wirtschaftskammer und Hoteliervereinigung unterstützen die dabei, bieten Beratung und Fortbildung an und holen Vorzeigeunternehmen vor den Vorhang.

#### GREEN MEETINGS & EVENTS:

Die internationale Nachfrage nach zertifizierten „Green Meetings“ ist stark gestiegen. Dieser Trend unterstützt die Entwicklung eines nachhaltigen Wirtschaftsstandorts, und wird vermehrt zur Frage der Wettbewerbsfähigkeit. Green Meetings zeichnen sich durch Energieeffizienz, Abfallvermeidung und eine möglichst umweltschonende An- und Abreise der Gäste aus. Zentrale Aspekte sind auch regionale Wertschöpfung und soziale Verantwortung. Der WienTourismus setzt auch bei eigenen Veranstaltungen auf Nachhaltigkeit; das Vienna Convention Bureau fungiert als Lizenzierungsstelle für Eventveranstalter.

## PLACE MAKING & PLACE MARKETING

### Neue Erlebnisräume schaffen

**INTERNATIONALE STANDARDS BEI LADENÖFFNUNGSZEITEN UND ZAHLUNGSMÖGLICHKEITEN:** International geht der Trend in Richtung flexible Ladenöffnungszeiten. Wien darf hier nicht zurückbleiben. Gemeinsam mit den Sozialpartnern müssen daher adäquate Rahmenbedingungen für neue, flexibel gestaltete Öffnungszeiten geschaffen werden. Auch die Möglichkeit, bargeldlos zu bezahlen, ist längst internationaler Standard, der vorausgesetzt werden darf – im Handel, aber auch in der Gastronomie.

**DIE NEUE VIENNA CITY CARD:** Mit der Integration des Flughafentransfers bietet Wiens offizielle City Card noch mehr Vorteile. Nächster Schritt: Die Angebote der City Card werden in digitale Anwendungen (wie den „Digital Concierge“ – siehe nachfolgend) integriert und im Dialog mit NutzerInnen laufend erweitert und verbessert.

**WIENER 360° KONGRESSTICKET:** Entwicklung eines umfassenden Spezialangebots zur Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel für Kongress, Messe und MeetingGäste – vom Flughafenstransfer bis zu Fahrten in der Stadt.

**SMARTER GENUSS:** Die Wiener Landwirtschaft und Nahrungsmittelindustrie erzeugt Produkte in hoher Qualität. Diese sollen künftig noch stärker für die Visitor Economy genutzt werden, als ein Beitrag zu einer ökologischen Nahversorgung und zur Stärkung der regionalen Wirtschaft. Durch eine aktive Inszenierung und Vermarktung der regionalen Qualitätsprodukte werden diese für BewohnerInnen wie auch BesucherInnen besser erlebbar – eine wichtige Grundlage für ein nachhaltiges Konsumbewusstsein

#### FAIRE SHARING ECONOMY – SERVICES FÜR WIENERINNEN UND VISITORS:

Teilen statt Besitzen, das Prinzip der Sharing Economy, bietet zahlreiche Anwendungsfälle, die zu einer nachhaltigen Visitor Economy beitragen können. Voraussetzung für eine faire Sharing Economy, sei es im Beherbergungswesen, im Transport oder allen weiteren künftigen Anwendungsfällen: klare Spielregeln, gleiche Vorschriften und Auflagen für alle, die ähnliche Leistungen erbringen, sorgen für einen fairen Wettbewerb und werden auch konsequent durchgesetzt.

#### GLOBAL DESTINATION SUSTAINABILITY INDEX:

Die Destination Wien tauscht sich seit vielen Jahren mit anderen Städten aus, um voneinander zu lernen – sei es im Rahmen der Welttourismusorganisation (UNWTO), der World Tourism Cities Federation (WTCF) oder dem Verband Europäischer Städtetourismusorganisationen (European Cities Marketing – ECM). Mit dem Global Destination Sustainability Index 29 stellt sich Wien nun zusätzlich einem thematischen Benchmark Vergleich mit mehr als 50 Städten, um die eigene Performance in Sachen Nachhaltigkeit besser einschätzen zu können und schrittweise zu verbessern.

#### WALK THE TALK – SCHRITT FÜR SCHRITT:

Die vorliegende Visitor Economy Strategie verfolgt die ambitionierte Vision einer nachhaltigen Visitor Economy. Erfolgskritisch ist, dass alle AkteurInnen auch insbesondere in ihrem eigenen Wirkungsbereich aktiv werden. So wird auch der WienTourismus als Organisation seine ökologische Verantwortung wahrnehmen und klare Zeichen und Aktivitäten setzen. Ab 2020 werden als erster Baustein beispielsweise die CO<sub>2</sub>Emissionen der Dienstreisen per Flugzeug, die nicht vermeidbar sind, durch Spenden für den Klimaschutz kompensiert. Bei gleitend dazu schaffen zeitgemäße Dienstreisereisichtlinien Anreize für die Nutzung öffentlicher Verkehrsmittel.

# WIEN

## MEETING DESTINATION VIENNA

### Kongresse und Business Events als Hebel zur Standortentwicklung

#### MEETING DESTINATION VIENNA – POTENZIALANALYSE UND STRATEGISCHE FOKUSSIERUNG:

Im Rahmen einer Allianz mit Wiener Standortpolitik und Wirtschaftsförderung werden erstmals die strategische Verknüpfung der Wiener Meeting Industry mit spezifischen Schlüsselbranchen des Standorts Wien definiert und in der neuen Standortstrategie „Wien 2030 – Wirtschaft und Innovation“ festgeschrieben. Eine Weiterentwicklung des Instrumentariums zur Intensivierung von Kongressen & Veranstaltungen im Bereich der definierten „Wiener Spitzenthemen“ mit USPPotenzial trägt zur Umsetzung der Standortstrategie bei.

#### SIGNATURE EVENTS AM STANDORT WIEN:

Gemeinsam mit AkteurInnen der Stadt werden Schlüsslevents in den ansivierten Branchen identifiziert und akquiriert bzw. eigenständige neue Events mit hoher Sichtbarkeit (Kongresse, Leitmesse etc.) in Wien etabliert. Wichtig hierbei: eine fundierte Analyse der internationalen Nachfrage im Hinblick auf Programmelemente, Anforderungen an Räumlichkeiten, Zimmerkontingente, technische Ausstattung oder Imagefaktoren.

#### KONZEPTION & STRATEGISCHE POSITIONIERUNG DER BRAND „MEETING DESTINATION VIENNA“:

Entwicklung einer neu akzentuierten Destinationsmarke für die Business Events Industry unter dem Dach der übergeordneten Wiener Markenstrategie. Die wichtigsten Schritte hierzu umfassen: die Evaluierung der internationalen Wahrnehmung der Meeting Destination Wien, die Positionierung der Brand „Meeting Destination Vienna“, die Erstellung einer Toolbox für akkordiertes Storytelling aller Beteiligten sowie eine ausgewogene Weiterentwicklung von internationaler Netzwerkarbeit, Messepräsenz und des Auftritts der „Meeting Destination Vienna“ auf Online-Plattformen.

#### MEETING HOST VIENNA – PREMIUM-SERVICEQUALITÄT FÜR VERANSTALTER:

Wien gilt als MeetingDestination mit hoher Verlässlichkeit und Servicequalität – ein Asset, das allerdings laufend optimiert werden muss: Das betrifft etwa die durchgängige persönliche Betreuung von Veranstaltern bei der Vorbereitung und Durchführung der Meetings, die Unterstützung internationaler KundInnen bei der Bewältigung von bürokratischen Hürden durch eine zentrale Servicestelle oder die Gestaltung von Schnittstellen zur lokalen Wirtschaft und Bevölkerung (z. B. durch die Vereinfachung von Verfahren zur Realisierung von Outreach Aktivitäten und eine bessere Sichtbarkeit von Kongressen und Events in der Stadt).

#### PLACE BRANDING & MARKETING – EIN REGIONENKONZEPT FÜR WIEN:

Entwicklung eines Branding und Marketingkonzepts für zentrale und dezentrale Stadtteile mit jeweils unterschiedlichem Profil. Das Konzept definiert thematische Schwerpunktzonen inklusive Landmarks, Knotenpunkten und Bewegungsachsen, um „neue Destinationen in der Destination“ erkennbar und erlebbar zu machen und zueinander in Beziehung zu setzen.

#### CHANCE ZUR NACHNUTZUNG WIENER STADTHALLE:

Die anstehende neue Nutzungskonzeption für die Wiener Stadthalle bietet sich an, dieses denkmalgeschützte Bauwerk als Ausgangspunkt für die Entwicklung eines neuen urbanen Hotspots in Wien zu nutzen.

#### PLACE MAKING & MANAGEMENT:

Schaffung von attraktiven Erlebnisräumen mit hoher Aufenthaltsqualität für BewohnerInnen und BesucherInnen: durch Aufwertung öffentlicher Räume, durch ansprechend gestaltete Flaniermeilen und Begegnungszonen, Verbesserung der Nutzbarkeit der Uferbereiche von Donau und Donaukanal, attraktive Ausgestaltung neuer Stadtentwicklungsgebiete und dezentraler Grünzelle – und in Partnerschaft mit der Wiener Stadtplanung und den Bezirken.

#### VORRANG FÜR FUSSGÄNGERINNEN UND ÖFFENTLICHEN VERKEHR:

Die autogerechte Stadt war gestern. Verkehrsberuhigte oder autofreie Plätze, FußgängerInnen und Begegnungszonen zeigen, wie es besser geht – mit wesentlich mehr Aufenthaltsqualität für alle, an ansprechendem Design, gegenseitiger Rücksichtnahme, weniger Stress und Unfällen. Der Anteil des privaten Autoverkehrs, der in Wien bereits vergleichsweise gering ist, soll weiter zurückgehen.

#### SCHUTZ DES ÖFFENTLICHEN RAUMS:

Der öffentliche Raum – Straßen, Plätze und Parks – ist ein wertvolles, begrenztes und entsprechend umkämpftes Gut, das es zu schützen und sinnvoll zu nutzen gilt. Das erfordert die Gestaltung attraktiver Verweilbereiche, aber auch klare Regeln für diverse Beförderungen und Mobilitätsangebote (E Scooter, Segways etc.) und eine Regulierung des überbordenden Straßenverkaufs.

#### URBANE HOTSPOTS EVENTHALLE & BÜSTERMINAL:

Mit der neuen Eventhalle im Stadtteil NeuMarx und dem beim ErnstHappel Stadion geplanten internationalen Bus Terminal stehen in den kommenden Jahren zwei große Investitionsprojekte mit hoher Bedeutung für die Wiener Visitor Economy an. Eine einmalige Gelegenheit, moderne Infrastruktur zum Ausgangspunkt einer attraktiven urbanen Quartiersentwicklung zu machen, und damit zu neuen Hotspots der Destination Wien.

#### DIGITALE LANDKARTE DER WIENER VISITOR ECONOMY:

Basierend auf dem Regionenkonzept rückt eine neue digitale Landkarte über Bezirksgrenzen hinweg die Wiener Stadtteile und ihre Eigenheiten, neue Attraktionen und Insider Tipps auch außerhalb des Stadtzentrums in den Fokus. WienTourismus lässt dabei kreative Ideen wie auch Vorhaben aus den Bezirken, von lokalen Initiativen, Unternehmen der Visitor Economy und von ExpertInnen aus Stadtplanung, Architektur, Kultur, Design und Kommunikation einfließen.

#### QUARTIERS-TREFFPUNKT HOTEL FORCIEREN:

Hotels bzw. neue Form der Beherbergung können weit mehr, als WienBesucherInnen zu beherbergen und zu verköstigen – sie bereichern umliegende Stadtviertel durch spannende Architektur und innovative Gastro Konzepte, durch Coworking Spaces, MeetingRäume und Zusammenarbeit mit lokalen Betrieben, durch Galerien und kulturelle Angebote oder einfach, weil sie gemütliche oder schicke Bars, Cafés, Lounges, Bakeries etc. bieten – und das oft 24 Stunden am Tag, die ganze Woche lang.

#### DREHORT WIEN – BEKANNTES UND UNBEKANNTES IN SZENE SETZEN:

Film und Serienproduktionen für Kino, TV und Internet Streaming machen die Stadt zu einer Bühne mit enormem Werbewert, setzen Schauplätze auch abseits der bekannten Sehenswürdigkeiten geformt in Szene und adressieren ein breites Publikum. Die gezielte Förderung von internationalen Produktionen mit hohem Promotion Faktor für die Destination Wien ist eine gute Investition, um Wien im Sinne der Kulturförderung in immer wieder neuer Form sichtbar zu machen.

# Place-Marketing



**VIENNA**  
strips on OnlyFans

Internationaler Preisregen für WienTourismus-Aktion



So who decides what you like?  
"lawn is a mess"  
VIENNA

WienTourismus-Kampagne zählt zu den besten Europas



Heartbeat Streets, Wiens pulsierende Grätzel



„Vienna Film Incentive“  
Hebel für Visitor Economy und Filmstadt Wien

# Place-Making



WIEN  
**Künftig nur noch sechs Mozart-Verkäufer vor dem Stephansdom erlaubt**  
Maßnahmen für drei Zonen in der Wiener City sollen ab April gelten: Auf dem Stephansplatz, dem Graben und vor der Staatsoper sollen nur noch 18 Verkäufer stehen  
David Krutzler 7. Jänner 2020, 16:46 314 Postings

Straßenverkauf

URLAUB

## Airbnb im Gemeindebau: Stadt Wien pocht weiter auf Klärung durch OGH

Gemeindebauten dürfen nicht auf Kurzzeitvermietungsplattformen angeboten werden. Die Stadt wünscht sich dazu aber ein letztinstanzliches Urteil

14. September 2022, 07:00, 96 Postings



Urlaub im Gemeindebau: Das ist auf Airbnb nicht mehr möglich.  
Foto: APA/HERBERT NEUBAUER

Short Term Rental  
Novelle der Bauordnung

## Mit dem Fahrradtaxi durch Wien: Polizei behält die Lenker gut im Auge

0 KOMMENTARE Von Sarah van den Berg - 25.05.2014 09:13 (Akt. 25.05.2014 09:13)



Georg Bacher und sein Fahrradtaxi am Wiener Heldenplatz. ©Georg Bacher

Rikschas



Buskonzept

## TARIF- UND QUALITÄTSSCHWÄCHE FÜR WIENS TAXIS: FISKALTAXAMETER, FAHRERKARTEN, QR-CODES

von Axel Hühle — 5. Mai 2023 — Lesedauer ca. 4 Minuten.



Taxi Novelle der Betriebsordnung

# Smart Solutions



Wien mit der besten App Österreichs entdecken



Neuer Master Studiengang Urban Tourism & Visitor Economy Management | FH Wien der WKW



Cornelia Dlabaja übernimmt Stiftungsprofessur zu nachhaltigem Städtetourismus



WienTourismus verstärkt internationale Bahn-Kooperation



Vienna City Card neu mit Flughafen-Transfer



Weltweit erste zertifizierte „grüne“ Gästekarte

# Meeting Destination Vienna

## Vienna Meeting Fund 2021-2023

MEETING  
DESTINATION  
VIENNA  
KOM • TOGETHER

Tagungsmetropole Wien  
4 Mio. € Förderschleife für Meetings,  
Start neuer Imagekampagne



City Airport Train: Neues Angebot für Meeting-Industrie

## WIEN 2030 Wirtschaft & Innovation

Spitzenthema  
Stadt der internationalen  
Begegnung



Beratung für internationale  
Fachkräfte in Wien  
Business Immigration Office

## MEETING DESTINATION VIENNA

Entwicklung & Positionierung  
Meeting Destination Vienna  
Brand

# Recovery



Walk n' Win: Gewinnerinnen des Hotellerie-Qualifizierungsprogramms von WienTourismus & Wirtschaftskammer



„Vienna Showcase“: WienTourismus zeigt mit neuer Live-Serie global Präsenz



Wien präsentiert zwei Qualitätssiegel für sicheres Reisen trotz Corona



Vienna City Card „Experience Edition“: Exklusive Erlebnisse für Wiener:innen und Gäste



95%

Bestätigter Mehrwert



99,5%

Geplante Wiederteilnahme

Status Quo  
Erfolge feiern

WIEN



## TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG

Direkte und indirekte  
Effekte

2025 = 2018  
Ziel: 4,7 Mrd. € in Wien  
2023: *Update kommt 2024*



## NETTONÄCHTIGUNGS- UMSATZ

Alle Unterkünfte

2025 = 2018  
Ziel: 900 Mio. €  
2023: 1,24 Mrd. €



## NACHHALTIGE BETRIEBE

Erhöhung zertifizierter  
Betriebe der Tourismus- und  
Freizeitwirtschaft

Ziel: 140 Betriebe  
2023: 160 Betriebe



## ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCK SENKEN

Ziel: Bahn > Auto  
2023: Bahn = 31%, Auto = 23%



## BESUCHER:INNEN- ZUFRIEDENHEIT

Gäste würden Wien  
weiterempfehlen

Ziel: 9 von 10  
2023: 9 von 10



## BEWOHNER:INNEN- ZUFRIEDENHEIT

Tourismus ist positiv

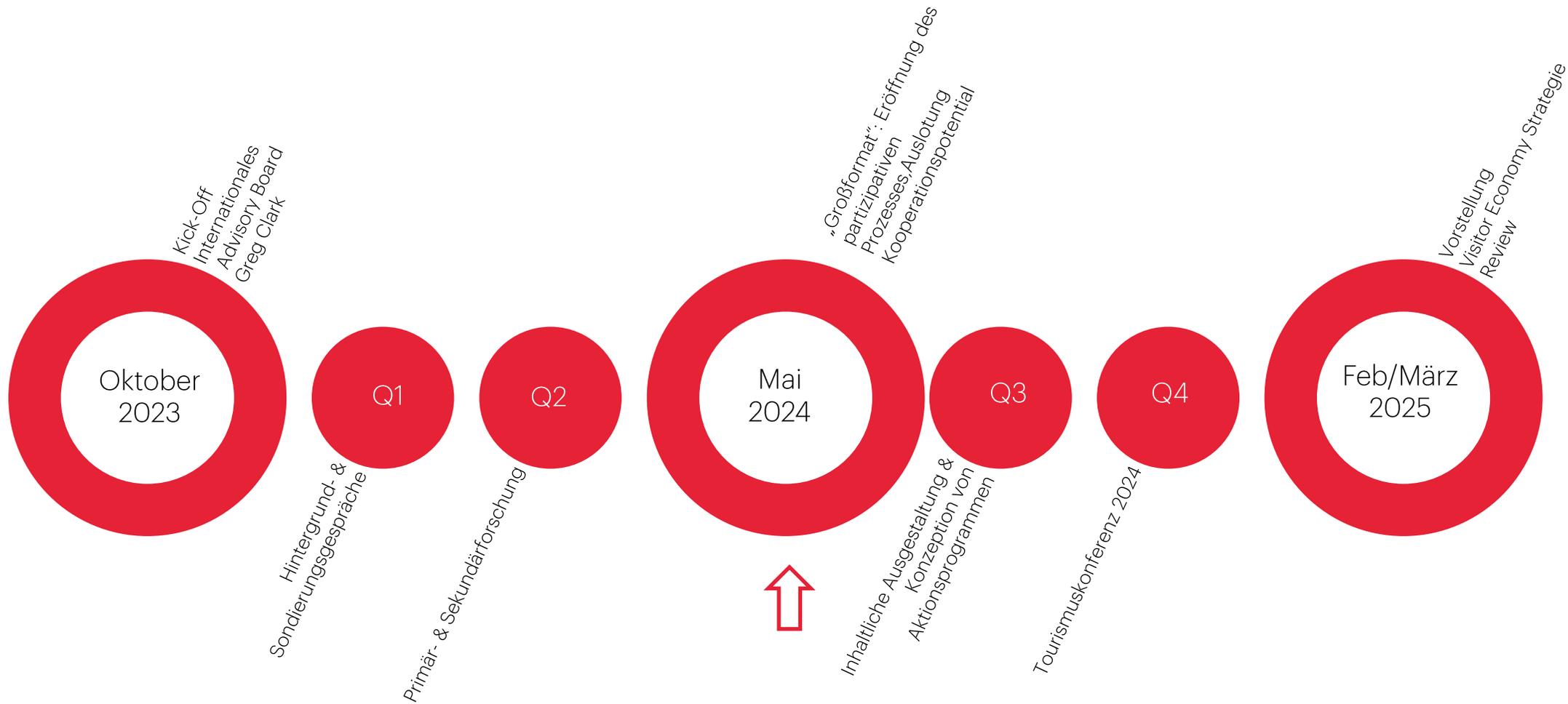
Ziel: 9 von 10  
2023: 9 von 10



Ausblick

WIEN

# Zeitleiste: Visitor Economy Strategie - Review



**WIEN**

# Visitor Economy Strategie Review

Fragen & Anregungen

[strategie2025@wien.info](mailto:strategie2025@wien.info)

