

Fremdenverkehrsverband für Wien

Wien kam 1981/82 mit 1,692.919 Ankünften und 4,623.697 Übernachtungen bis auf 0,6 Prozent an das Ergebnis des Rekordjahres 1980/81 heran. Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang die Tatsache, daß der Rückgang der Zahl an Ankünften und Übernachtungen aus der Bundesrepublik Deutschland, der wie in ganz Österreich auch in Wien zum Tragen kam (-5,9%), durch die seit Jahren aufgebaute und erfolgreich durchgezogene Akquisitionstätigkeit auf Hoffungsmärkten und in Übersee nahezu aufgefangen werden konnte. Aus den USA war 1980/81 nach dem „Oberammergau-Boom“ des Vorjahres ein Rückgang der Übernachtungszahlen von 22 Prozent zu verzeichnen. Im Fremdenverkehrsjahr 1981/82 konnte dieser mit einer Steigerung von 19,9 Prozent wieder nahezu ausgeglichen werden. An sonstigen Überseemärkten haben Kanada mit +12,5 Prozent, Japan mit neuerlich +2,2 Prozent, Südafrika mit +10,6 Prozent, Indien und Pakistan mit +49,6 Prozent und das „übrige Ausland“ mit +11,6 Prozent am augenscheinlichsten zum Auffangen des Rückganges aus Deutschland beigetragen. Bei den europäischen Herkunftsländern haben sich vor allem der skandinavische Markt (Schweden +4,5%, Dänemark +10,9%, Norwegen +25,4%), Großbritannien und Irland (+5,7% bzw. +32,6%) sowie Finnland (+13,2%) wieder erholt. Bei den Nächtigungen von Gästen aus Italien (+14,1%) und Frankreich (+3,2%) wurden erneut Steigerungsraten registriert. Von den Hauptherkunftsländern Wiens waren die Schweiz mit -4,3 Prozent, Belgien mit -14,6 Prozent und die Niederlande mit -5,8 Prozent rückläufig, ebenso die Zahl der Inländernächtigungen mit -3,4 Prozent.

In der Wiener Hotellerie wirkten sich die Verschiebungen im Gästeaufkommen sehr unterschiedlich aus. Wie erwartet, kam die Fünf- und Viersternehotellerie neuerlich zu durchwegs positiven Resultaten (+3,2%) und einer gleichbleibenden Auslastung von über 58 Prozent, während die Dreisternbetriebe (-4,8%) und die einfachen Gasthöfe (-6%) deutliche Rückgänge hinnehmen mußten. Positiv zu vermerken wäre vor allem, daß die Bemühungen, in der Nebensaison mehr Frequenz zu erreichen, Früchte trugen. So konnten im Fremdenverkehrsjahr 1981/82 die Monate November und Dezember 1981 mit je +8,3 Prozent, der März 1982 mit +3,2 Prozent und der August 1982 mit +1,5 Prozent an Nächtigungen notiert werden.

Im Rahmen der vom Wiener Fremdenverkehrsverband im Namen und auf Rechnung der Stadt Wien veranstalteten offiziellen *Wien - Präsentationen* wurde vom 23. Jänner bis 7. Februar die vorher bereits in Paris, Straßburg, Bordeaux, Lissabon und Palma de Mallorca gezeigte Wien-Ausstellung in Lyon präsentiert. Die Ausstellung zeigt Wien in vielen Facetten, als Stadt des Barock und des Jugendstils, der Literatur und der bildenden Kunst, als Musikstadt, als Stadt des sozialen Gewissens ebenso wie als erfolgreiche Kongreßstadt. Landtagspräsident Hubert *Pfösch* eröffnete die Präsentation gemeinsam mit dem Lyoner Bürgermeister Francisque *Colomb*. Sein besonderer Dank galt dabei dem österreichischen Honorarkonsul in Lyon, Dr. Charles *Merieux*, der auf seine Kosten eigens ein Ausstellungszelt auf dem Hauptplatz der Stadt errichten ließ und damit das Wiener Gastspiel erst ermöglichte. Mit in Lyon dabei waren 20 „Hetzendorferinnen“ aus der Modeschule der Stadt Wien, die in mehreren Modeschauen ihre Modelle präsentierten, und Patissier Adolf *Hafenscher* aus der Konditorei Oberlaa, der für das „Wiener Café“ original Wiener Mehlspeisen produzierte. „Vienne à Lyon“ verzeichnete fast 100.000 Besucher.

Für den Einsatz in Übersee wurde eine völlig neue Ausstellung konzipiert. Sie trägt den Titel „Wien — Tradition und Übergang“ („Vienna — Tradition and Transition“). Der erste Abschnitt umfaßt die Geschichte Wiens von den Uranfängen bis 1858. Den Hauptteil der Ausstellung bildet die Zeit zwischen 1858 und 1938 mit einer umfassenden Dokumentation der Stadtgeschichte und der Entwicklung von Kunst und Kultur, Literatur, Geisteswissenschaften, Musik, Medizin, Technik usw. Als Ausklang wird die Zeit von 1945 bis heute mit Exponaten aus der Wirtschaftsproduktion in Wien dargestellt. Diese neue Ausstellung hatte vom 6. März bis 4. April in Mexiko City, im Hotel de Mexico, Premiere. Eine große Multivisions-Schau über Wien und das bereits vielfach eingesetzte Stadtmodell waren Bestandteil der Präsentation, angeschlossen war ein Wiener Café, in dem Wiener Patisserie serviert wurde. Die Eröffnung nahm Amtsführender Stadtrat für Wohnen und Stadterneuerung, Johann *Hatzl*, mit einer Wiener Delegation und mit dem „Regenten“ der mexikanischen Hauptstadt, Hank *Gonzalez*, vor.

Beim „Viennese Sommerfest“, das vom 27. Juli bis 14. August in Minneapolis veranstaltet wurde und sowohl beim Publikum als auch bei den Medien sehr gute Resonanz fand, organisierte der Fremdenverkehrsverband gemeinsam mit der Handelskammer ein „Wiener Café“ mit Wiener Patisserie im Kaufhaus Dayton's, in dem auch die Multivisions-Schau über Wien gezeigt wurde. In der Orchestra Hall wurden Schauvitriolen mit Produkten des Wiener Kunsthandwerks ausgestellt.

Vom 21. bis 31. Oktober wurde im Convention Center von Los Angeles die von der Bundeswirtschaftskammer organisierte Ausstellung „Austria salutes California“ veranstaltet. Besondere Attraktion dabei war die vom Wiener Fremdenverkehrsverband beigestellte Schau „Vienna — Tradition and Transition“. Sprach die Wien-Ausstellung auch intellektuelleres Publikum verstärkt an, so waren die von der Wiener Handelskammer beigestellte Bäckerei und die Emailwerkstätte ganz auf „Show“ ausgerichtet. Es gab erfreulich viel Interesse an Wien;

Interviews und Berichte der Massenmedien rundeten den Auftritt der Bundeshauptstadt in Kalifornien, der von Bürgermeister Leopold *Gratz* eingeleitet worden war, ab. Bei „Austria salutes California“ wurden insgesamt 500.000 Besucher registriert.

In enger Zusammenarbeit mit der Wiener Fremdenverkehrswirtschaft beteiligte sich der Wiener Fremdenverkehrsverband weiters an einer Reihe von *Fach- und Publikumsveranstaltungen*, die vom Fachbeirat für Ausstellungsbeteiligungen empfohlen wurden. Der Fremdenverkehrsverband war bei diesen Veranstaltungen durch Informationskräfte bzw. Marktbetreuer vertreten. Zum World Travel Market London wurde ein Beobachter entsandt, in Turin war während der Messe ein Wiener Kaffeehaus aufgebaut und bewirtschaftet. Anlässlich der ASTA-Tagung in Miami fand im Omni-Hotel ein Empfang für amerikanische Reiseveranstalter und Reisebürorepräsentanten, dessen Hauptattraktion ein 30-Minuten-Konzert der Wiener Sängerknaben war, statt. Agentenworkshops wurden unter anderem anlässlich der ETC-Supermarkets in Toronto und Montreal veranstaltet.

Auch an *Seminaren und Veranstaltungen*, die in Österreich stattfinden, wie an der Austrian Travel Business (ATB), dem Österreichischen Fremdenverkehrswerbung-Verkaufsförderer-Seminar in Saalfelden und der Donauraumbörse, nahm der Wiener Fremdenverkehrsverband teil. Die Arge Städtetourismus (eine Kooperation der österreichischen Landeshauptstädte und der Bundeshauptstadt unter dem Vorsitz des Wiener Fremdenverkehrsdirektors) produzierte eine gemeinsame Diashow, die erstmals anlässlich eines Reisebüroworkshops in Köln im September 1982 zum Einsatz kam. In Wien fanden 1982 drei Schulungen von Reisebüroexpedienten mit je 150 Teilnehmern des deutschen Reiseveranstalters Ameropa statt, außerdem konnten Delegationen von vier Landesverbänden des Bundes deutscher Omnibusunternehmer und eine 120 Personen umfassende Studiengruppe der DB betreut werden. Der italienische Reisebüroverband FIAVET tagte mit 700 Mitgliedern in Wien. 70 Generaldirektoren der französischen Handelskammern wurde das Wien-Angebot vorgestellt. In Zusammenarbeit mit der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (ÖFVW), den Austrian Airlines und anderen Fluggesellschaften konnten insgesamt 45 Agentenstudienreisen mit einer Gesamtteilnehmerzahl von 870 Personen nach Wien eingeladen und hier betreut werden.

Als Arbeitsbehelf für Reiseveranstalter, Reisebüros, Busunternehmer, Fluglinien, Firmenreisestellen usw. wurde ein *Wien-Handbuch* (80 Seiten) entwickelt. Das Handbuch ist in einer Auflage von 5.000 deutschen und 10.000 englischen Exemplaren erschienen und wurde weltweit an Interessenten abgegeben. Eine großangelegte Anzeigenkampagne — „Gewinnen Sie Wien“ — in touristischen Fachmedien Europas brachte insgesamt 3.600 Einsendungen. Mit ÖFVW und ALIA wurde auf der 5th Avenue in New York die Destination Wien mit Biedermeiermädchen und Wiener Werkelmann beworben.

Mit einem auf Initiative von Finanzstadtrat Hans *Mayr* zur Verfügung gestellten Sonderbudget konnte der Wiener Fremdenverkehrsverband 1982 beginnen, den *japanischen Markt* intensiv zu bearbeiten. Zur Vorbereitung von für 1983 gemeinsam mit der Wiener Handelskammer geplanten großen Publikumsaktionen wurden im Frühjahr 1982 die Europavertreter großer japanischer Reiseveranstalter in London, Amsterdam und Paris besucht und nach Wien und Salzburg eingeladen. Eine in Japanisch produzierte Diashow über Wien wurde videoverfilmt und in 300 Kopien an japanische Reisebüros zur Schulung ihres Verkaufspersonals vergeben. In einer fünfwöchigen Akquisitionsreise besuchte der neu angestellte Japan-Marktbetreuer über 60 wichtige Reisebüros in Tokio, Osaka, Nagoya und Fukuoka und unternahm diverse Medienkontakte.

Im internationalen *Kongressgeschäft* konnte Wien seine Stellung ebenso wie im allgemeinen Fremdenverkehr behaupten. 1982 wurden in Wien rund 500 Kongresse, Symposien, Tagungen, Messen und Ausstellungen gezählt. 70 Kongresse fanden unter internationaler Beteiligung statt. Besonders ist zu vermerken, daß für die touristischen Neben- und Zwischensaisonen eine große Anzahl von Veranstaltungen registriert werden konnte. So wurden z. B. in den Monaten Jänner bis März 40, im Juli und August 35 bzw. im November und Dezember 50 Veranstaltungen abgehalten. Mehr als die Hälfte der Veranstaltungen wurde, dem internationalen Trend entsprechend, von bis zu 500 Teilnehmern besucht. In der Größenordnung 1.000 bis 2.000 Personen gab es rund 20 Kongressveranstaltungen, darunter den Europäischen Urologenkongress (der Weltkongress konnte für 1985 in Wien fixiert werden), den Weltkongress für Sportmedizin, den UN-Kongress über Probleme des Alterns, Kongresse über Individualpsychologie und Massenspektrometrie, die UN-Weltraumkonferenz und die Internationale Konferenz über Erfahrungen mit Kernkraft. Die größten internationalen Tagungen, die 1982 in Wien stattfanden, waren der Geodätentag mit 4.000 und der Zahnärztekongress mit 7.000 Teilnehmern. Zur Dokumentation des Angebotes an Kongresssälen aller Größen sowie diverser Rahmenprogramme wurde eine neue Broschüre, „Kongress in Wien“, mit 32 Seiten in Vierfarbdruck in einer Auflage von 5.000 Stück herausgebracht. Sie enthält unter anderem eine Tabelle mit genauen Angaben über Maße, Kapazitäten, technische Einrichtungen usw. aller Kongresshäuser; außerdem wurden auch die Kongresshotels mit einer Kurzbeschreibung, die in drei Sprachen abgefaßt ist, vorgestellt.

Das Kongressbüro des Wiener Fremdenverkehrsverbandes nahm im März 1982 am erstmals stattfindenden Conference Mart der Internationalen Tourismus-Börse (ITB) in Berlin teil; 100 ausgewählten Kongressveranstaltern, größtenteils aus Übersee, konnte dort das Wiener Angebot nähergebracht werden. Sehr erfolgreich waren

auch Verkaufsbemühungen, die gemeinsam mit dem Verein „Vienna Med Congress“ angestellt wurden und durch die 29 Kongresse zu erwarten sind. Präsentationen in Übersee sowie die Teilnahme an der Joint Conference on Medical Conventions (JCMC) wurden gemeinsam geplant und finanziert. Eine Gruppe von Entscheidungsträgern aus US-Ärztekreisen wurde in Wien gemeinsam betreut. An die 50 Kongreß- und Incentivereiseveranstalter (Einzelreisende) aus diversen Ländern wurden zu „Inspection Trips“ nach Wien eingeladen und betreut. In Australien wurde ein Incentiveworkshop in Zusammenarbeit mit Swissair und ÖFVW durchgeführt.

Einladungen von Reisejournalisten zählen seit vielen Jahren zu den wichtigsten Public-Relations-Aufgaben im Wiener Fremdenverkehrsverband. 1982 wurden 317 Journalisten in Wien betreut; ferner beteiligte sich der Fremdenverkehrsverband an der Aufenthaltsgestaltung für weitere rund 200 Medienvertreter in Zusammenarbeit mit der ÖFVW, dem Bundespressedienst, den Austrian Airlines sowie Reisebüros und Hotels. Zur Berichterstattung über die Ballsaison Wiens wurde eine Pressegruppe zum Philharmonikerball eingeladen, eine weitere Gruppe wurde generell mit dem Winterangebot der Stadt vertraut gemacht. Das Haydn-Gedenkjahr, die Wiener Küche, das Gastspiel der Spanischen Reitschule in den USA und Werbeaktionen in Japan waren weitere Anlässe, Journalistengruppen nach Wien einzuladen. Das Resultat der intensiven Betreuung der Reisepublizistik war wiederum eine große Anzahl an Berichten über Wien. Zum größten PR-Einzelprodukt des Jahres 1982 wurde die Kooperation mit der japanischen Filmproduktionsfirma Toho Eiga, die im September 1982 mehrere Wochen hindurch Dreharbeiten für einen Spielfilm in Wien durchführte. Durch Beistellung von umfangreichen Sachleistungen wurde Wien als Drehort (gegenüber konkurrierenden Städten) gesichert. Hauptdarsteller des mit dem Untertitel „Wiener Geschichten“ laufenden Films, den bisher in Japan mehr als 2,3 Millionen Kinobesucher gesehen haben, sind drei junge japanische Popstars mit dem Teamnamen „Tanokin“. Der Aufenthalt dieser Künstler in Wien zog eine beträchtliche Reihe von japanischen Reportern, Photographen und TV-Leuten nach Wien. In Japan wurde für den Film, in dem Wien als Schauplatz für jugendgemäße „action“, Abenteuer, Liebesromanzen und Komik fungiert, wochenlang intensive Medienwerbung betrieben. Dieser Film wurde in der Folge von mehreren Millionen Kinobesuchern gesehen. Eine weitere Kooperation für Japan ergab sich beim Volksooper-Gastspiel im Juni 1982. Auf Grund einer Vereinbarung mit Bundestheater-Generalsekretär Robert Jungbluth konnte ein gemeinsamer PR-Betreuer eingesetzt werden. Die mediale Aufmerksamkeit, die die Volksooper in Japan genoß, wurde genutzt, Wien auch als touristische Destination zu präsentieren.

Mit 1. September 1982 wurden die gesamten werblichen Agenden, insbesondere die Konzeption und Produktion von Werbe- und Informationsmaterial, vom PR-Referat übernommen. Die graphische Gestaltung der Druckwerke wurde den Wünschen angepaßt, um einerseits die Internationalität Wiens noch stärker zu betonen und andererseits den Aspekt der Direktansprache des Adressaten in seiner Muttersprache zu berücksichtigen. Daraus ergaben sich als Grundelement der sechssprachige „Wien-Balken“ in roter Farbe (zu den im bisherigen Logo verwendeten Sprachen kam der Wien-Schriftzug in Japanisch dazu) und der verstärkte Einsatz des seit längerem benutzten Slogans „Wien hat mehr. Nehmen Sie sich Zeit!“ in mehreren Sprachmutationen.

Im neuen Layout wurden sechs neue sowie drei weiterverwendete Plakatsujets gedruckt und eine Serie von fünf Kunstpostern begonnen, die Wiener Gemälde vom Mittelalter bis zur Gegenwart dokumentiert und damit für Wien als Stadt der großen Kunstschatze werben wird. Zur Vorbereitung der Jubiläumsaktionen „300 Jahre Wiener Kaffeehaus“ wurden alle hauptamtlich tätigen Zweigstellen der ÖFVW mit Präsentationsmappen versorgt, die als Behelf zur Planung eigener Aktionen dienen. Weiters wurde eines der neuen Plakatsujets diesem Thema gewidmet und die Herausgabe eines Faltprospekts — gemeinsam mit der Wiener Handelskammer — in Großauflage vorbereitet. Als Sonderprospekt für die Aktionen in Japan 1983 wurde im Herbst 1982 ein achtseitiges, vierfarbiges Heft mit dem Titel „Wien ist wie eine Sinfonie“ in japanischer Sprache in einer Auflage von zwei Millionen Stück gestaltet.

Im Bereich Insertion wurden für die Wintersaison 1982/83 Anzeigenserien in „Stern“ und „Bunte“, „Oggi“ (Mailand) und „New Yorker“ (USA) zu den Themen Kultur, Musik, Fasching, Frühling und Kaffeehaus realisiert. An den Einschaltungen in den deutschen Medien beteiligten sich Wiener Hotelgruppen bzw. Reiseveranstalter.

Wie seit langem wurden auch 1982 die Pressedienste „Wien informiert“, „Vienna calling“ und „Ici Vienne“ zur Information von Reisedredaktionen und freien Reisejournalisten produziert; in Zusammenarbeit mit der ÖFVW Madrid (Dir. Oscar A. Dignoes) erscheint der Pressedienst „Aqui Viena“ für Spanien und Lateinamerika. Im Auftrag des Verbandes erschien weiters der Pressedienst „wiener scene“ für Kulturredaktionen im deutschsprachigen Raum. Wie bisher oblag dem PR-Referat auch die Redaktion der Vierteljahreszeitschrift für Freunde Wiens in aller Welt „rendezvous wien“.

Die Aktion „Freundlicher Wiener“ wurde 1982 mit der „Kronen-Zeitung“ fortgesetzt. Durch das Entgegenkommen des Herausgebers, Hans Dichand, war es möglich, am 26. März der gesamten Wiener Teilaufgabe (410.000 Stück) der „Kronen-Zeitung“ einen Aufruf der Präsidentin und den Aufkleber „Ich bin ein freundlicher Wiener“ beizulegen. Damit wurde insgesamt bereits rund eine Million dieser mittlerweile sehr beliebt gewordenen Aufkleber verteilt.

Im März 1982 ist die neue Broschüre „Wien von A bis Z“ erschienen, die alle mit den Tafeln der Aktion

„Wien — eine Stadt stellt sich vor“ versehenen Bauten und Denkmäler und weitere Sehenswürdigkeiten für den Wien-Besucher übersichtlich präsentiert. Die englische Ausgabe, „Vienna from A to Z“, ist im August 1982 erschienen; eine italienische Version wurde vorbereitet. Die Broschüren werden in den Tourist-Informationstellen des Verbandes gegen eine Schutzgebühr abgegeben und in den Buchhandlungen in der Inneren Stadt verkauft.

Zu den PR-Agenden gehört weiters die Redaktion des monatlich erscheinenden Veranstaltungsprogramms sowie der jährlich zweimal produzierten Veranstaltungsvorschauen, in deren Ausgaben 1982 bereits Termine bis Ende 1983 enthalten sind. Im schriftlichen Auskunftsdienst wurden 11.500 Poststücke erledigt. Bis November 1982 wurde für das Studio Wien des ORF der Montag bis Samstag jeweils um 7.45 Uhr gesendete „Tip des Tages für Wien-Besucher“ verfaßt.

Die Arbeiten an der Gewichtung der touristischen Statistik nach dem Umsatz pro Gast (Projekt Gästebewertung) wurden weitergeführt; dazu gehörten zwei von Mitarbeiterinnen des Verbandes abgewickelte Befragungen von rund 1.000 (September/Oktober) bzw. 500 (November/Dezember) nach einer Zufallsstichprobe ermittelten Wien-Besuchern.

Im Beirat für den Wiener Volksprater, der von Stadtverwaltung und Handelskammer zur Förderung der Attraktivität des Praters gegründet wurde (und in dem der Landesfremdenverkehrsdirektor 1982 als stellvertretender Vorsitzender, 1983 als Vorsitzender fungiert), ergab sich eine intensive Zusammenarbeit mit den Praterunternehmern. Alle neuen Werbemittel für den Prater wurden im Wiener Fremdenverkehrsverband konzipiert; auch in der Öffentlichkeitsarbeit leistete der Verband dem „Prater“ im Rahmen des Beirats vielfältige Unterstützung.

Seit mehreren Jahren lädt der Wiener Fremdenverkehrsverband Vertreter der verschiedenen touristischen Branchen, der mit touristischen Belangen befaßten Behörden, Ämter und anderen Institutionen und Fachjournalisten zu „Jour fixe“ genannten Diskussionsveranstaltungen unter dem Vorsitz von Vizebürgermeisterin Gertrude Fröblich-Sandner ein. Der 15. Jour fixe am 16. März in der Gastgewerbefachschule auf dem Judenplatz war dem Thema „Probleme der Wiener Gastronomie“ gewidmet. Nach einem Bericht von SR. Dr. Helmut Krebs über die erfolgreiche touristische Saison 1981 hielt KR. Josef Fröblich ein ausführliches Referat. Beim 16. Jour fixe, der am 26. Mai im Hotel Hilton stattfand, wurde die Bedeutung der Überseemärkte für den Städte-tourismus diskutiert. Als Referenten fungierten Dr. H. P. Schmidhauser, Institut für Fremdenverkehr an der Hochschule St. Gallen, und Dir. Dr. Helmut Zolles (ÖFVW). Das bereits bei einem früheren Jour fixe diskutierte Thema der Probleme und Chancen interkontinentaler Flüge nach Wien stand beim 17. Jour fixe am 1. Dezember im Wappensaal des Rathauses neuerlich zur Debatte, da wesentliche Fragen bis dato ungelöst sind. Als Podiumsdiskussion des sehr kontroversiell betrachteten Themas ergriffen unter dem Vorsitz von Vizebürgermeisterin Gertrude Fröblich-Sandner Flughafendirektor Dipl.-Ing. Otto Engelberger, Finanzstadtrat Hans Mayr, AUA-Vorstandsdirektor Dr. Hubert Papousek, Generaldirektor KR. Otto Scheiner, Ministerialrat Dr. Herbert Vogl von der Obersten Zivilluftfahrtbehörde und SR. Dr. Helmut Krebs das Wort.

Der Wiener Fremdenverkehrsverband hat 1982 33 ständige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt; 29 Hostessen, größtenteils nur während der Sommersaison tätig, betreuten in den fünf Informationsstellen im Jahre 1982 rund 465.000 Gäste aus dem In- und Ausland. Neben den bereits 1981 fertiggestellten Informationsstellen Süd und DDSG konnten 1982 nun auch die Servicestellen West und Flughafen neu errichtet werden. Wie geplant vor Saisonbeginn, wurde am 26. Februar im neuen Informationspavillon auf dem Gelände der Autobahnstation Wien-Auhof der Betrieb aufgenommen. Diese Auskunftsstelle verfügt auf rund 80 m² über einen Informationsschalter, Plakatwände und ein eigenes Gäste-WC. Die nun wesentlich bessere Lage sowie die zusätzliche Beschilderung an der Autobahn hatten bereits positive Auswirkungen. So konnten gegenüber 1981 um rund 3.900 (oder 78%) mehr Zimmervermittlungen vorgenommen werden.

Am 1. Oktober begrüßte Landesfremdenverkehrsdirektor Dr. Krebs den ersten Gast des neuen Informationsschalters des Wiener FVV in der Ankunftshalle des Flughafens. Das bis dahin verwendete provisorische „Welcome Desk“ wurde durch einen attraktiven Stand ersetzt. Ankommende Gäste können nun nicht nur innerhalb, sondern auch außerhalb des „Zollauslandes“ betreut werden. Damit ist das Umbauprogramm der im Rahmen des Auskunftsdienstes verwalteten Informationsstellen abgeschlossen. Die Kosten für die Einrichtung der Information West wurden aus dem Laufenden Budget des Auskunftsdienstes getragen; für die Errichtung des Gebäudes am Auhof und der Koje im Flughafen hat die Stadt Wien Mittel zur Verfügung gestellt.

Im Voranschlag 1982 wurden die Einnahmen aus der Ortstaxe, die die Grundlage des Budgets des Verbandes bilden, mit 32 Millionen Schilling angenommen. Tatsächlich abgeführt wurden jedoch von den Betrieben über 35 Millionen Schilling. Diese Mehreinnahmen und Entnahmen aus der Rücklage, angespart in den „Rekordjahren“, ermöglichten der Fremdenverkehrskommission, zusätzliche, unter Berücksichtigung der Fremdenverkehrsentwicklung erforderliche Werbemaßnahmen (z. B. Insertionskampagne für die Wintersaison, PR-Aktionen, Auflage neuer Druckwerke usw.) zu beschließen. Die offiziellen Auslandsveranstaltungen und die auf Gegenleistung beruhenden Veranstaltungen wurden durch ein von der Stadtverwaltung zur Verfügung gestelltes Sonderbudget ermöglicht. Die Stadt Wien und die Wiener Handelskammer stellten paritätisch Mittel

für den Auskunftsdienst (je 0,8 Millionen Schilling) und für die Kongreßförderung (je 2,5 Millionen Schilling) zur Verfügung. Wie in den vergangenen Jahren hat die Wiener Handelskammer auch 1982 die Hälfte der Kosten für die vom Vorstand herausgegebenen Hotellisten und Gastronomieverzeichnisse übernommen.