

# Wiener Fremdenverkehrsverband

Der Wiener Fremdenverkehr hatte 1985 eine durchwegs dynamische Entwicklung zu verzeichnen: Erfreuliche Zuwächse im Gästeaufkommen, eine erstklassige Platzierung in der internationalen Konkurrenz des Städte- und speziell des Kongreßtourismus, die Fertigstellung neuer Hotels und die Arbeit an einigen weiteren Projekten zur Vergrößerung des Bettenangebotes. Wien konnte 1985 auch ein überaus dichtes kulturelles Angebot präsentieren, das in der von über 600.000 Kunstfreunden besuchten Ausstellung „Traum und Wirklichkeit“ gipfelte.

Der Erfolg des Wiener Fremdenverkehrs im Jahre 1985 hat die Erwartungen hoch gespannt. Partner in aller Welt erwarten, daß der Wiener Fremdenverkehrsverband parallel zur dynamischen Entwicklung im Wien-Tourismus auch eine dynamische Kooperation bei Werbe- und Marketingprojekten aller Art bietet. Die Gäste erwarten weltstadtgerechten Service in den Informationsstellen. Und die Wiener Hotels und Reisebüros erwarten, daß die Zusammenarbeit auch dann reibungslos funktioniert, wenn gestiegene Anforderungen zu Engpässen führen. Um alle diese Wünsche zu erfüllen, reichen allerdings die derzeit dem Verband zur Verfügung stehenden Ressourcen an Arbeitskraft und Geld nicht mehr aus. Die Geschäftsführung hat daher im Herbst 1985 den Präsidenten gebeten, Verhandlungen über eine Erhöhung der Ortstaxe einzuleiten. Im Zuge dieser Erhöhung wurde auch das Bemessungssystem, bisher auf Preisstufen aufgebaut, zugunsten einer von der Hotellerie immer wieder geforderten Prozentregelung geändert. (Die im Herbst 1986 beschlossene Neuregelung tritt per 1. Jänner 1987 in Kraft.)

Das Fremdenverkehrsjahr 1984/85 brachte mit 5,55 Millionen Nächtigungen (+6,86%) das beste Ergebnis aller Zeiten. Der stärkste Zuwachs in absoluten Zahlen war wieder aus den USA zu verzeichnen. Mit zusätzlichen 75.000 Nächtigungen (+10,55%) wurden insgesamt 787.000 Übernachtungen von US-Bürgern in Wien registriert. Aus der Bundesrepublik Deutschland, nach wie vor Spitzenreiter der Herkunftsländer, kamen knapp 364.000 Besucher mit einer Million Nächtigungen (+5,2%). Dieser Zuwachs ist deswegen besonders erfreulich, weil, gesamtösterreichisch gesehen, die Ankünfte und Nächtigungen der deutschen Gäste rückläufig sind. Mit einem Plus von 24,8 Prozent (absolut +54.000 Nächtigungen) liegt Ungarn im Spitzenfeld und verbesserte seinen Platz von der 6. auf die 5. Position der Herkunftsländer. Erfreulich ist, daß ungarische Gäste nunmehr vermehrt in Hotels der mittleren Kategorie absteigen und auch bei ihrer Einkaufstätigkeit ausgabefreudig und qualitätsbewußt sind. Insgesamt wurden aus Ungarn 273.430 Nächtigungen registriert. Japan (+24,6%) rangiert mit 142.000 Übernachtungen auf Position 9. Die seit Jahren in Japan und im fernöstlichen Raum durchgeführten personal- und kostenintensiven Werbe- und Akquisitionsmaßnahmen des Verbandes und der Wiener Incoming-Branche haben hier voll „gegriffen“. Weitere Zuwächse wurden aus Jugoslawien (+20,6%), Kanada (+14,4%), der Schweiz (+11,5%), Belgien (+7,7%) und Italien (ebenfalls +7,7%) verzeichnet. Italien rutscht damit vom 4. auf den 3. Platz in der Rangordnung der Hauptherkunftsländer nach der Bundesrepublik Deutschland und den USA. Auch das durch regulative Maßnahmen herbeigeführte Tief in Frankreich scheint überwunden (+3,3%). Aus den Niederlanden stiegen die Nächtigungen, ebenfalls entgegen dem gesamtösterreichischen Trend, um 3,6 Prozent. Mit Ausnahme von Großbritannien (-9,9%), das vom 5. auf den 7. Platz zurückfiel, Schweden (-8,4%) und Australien (-8,1%), gab es eklatante prozentuelle Rückgänge nur bei Staaten mit, aus welchen Gründen auch immer, labiler politischer Situation.

Wien wurde 1985 in den Medien international so positiv dargestellt wie nie zuvor. Der „Spiegel“ schrieb vom „unverwechselbaren Stadtgefühl“, die „Bunte“ empfahl „Wien ist in — nichts wie hin“, die Großausstellung „Traum und Wirklichkeit“ war Thema Dutzender Farbseiten, die attraktive Jugendszene wurde ausführlich dokumentiert. Der Verband trug zu dieser Wien-Welle durch die Betreuung von 600 Medien-Vertretern aus aller Welt bei; darunter befanden sich 14 TV- bzw. Filmteams. Die hohe „Rentabilität“ dieser Medienbetreuung zeigte sich in einer positiven Berichterstattung über die touristischen, kulturellen und gesellschaftlichen Attraktionen Wiens.

Zum Thema „Traum und Wirklichkeit“ fanden 1985 in London, Köln, Frankfurt, Hamburg, Rom und Mailand Pressepräsentationen in repräsentativem Rahmen statt, wobei ein Jugendstil-Experte einen erläuternden Diavortrag hielt und Hetzendorfer Modeschülerinnen Wiener Mode von heute, dem Jugendstil nachempfunden, vorführten. Kulturelle Informationen über wichtige Veranstaltungen der kommenden Saison wurden auf Pressepräsentationen in Triest und Kopenhagen gegeben. Neben dem Thema „Traum und Wirklichkeit“, dem ein bedeutender Teil der Öffentlichkeitsarbeit gewidmet war, warb man speziell für die Sondervorstellungen der Spanischen Reitschule im August 1985. Eine Insertionsserie in zwölf touristischen Fachmedien Europas diente zur Information von Reiseveranstaltern und Reisebüros über die Sommerangebote. In Spanien beteiligte sich der Verband an der groß angelegten Werbekampagne „Ven a Viena“, die von Austrian Airlines, Iberia, dem Reiseveranstalter Turavia und der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (ÖFVW) Madrid mitfinanziert wurde. Erstmals konnte dadurch mit 16-Bogen-Plakaten, einer größeren Inseratenserie, Pultstehern in Reisebüros und einem achtseitigen Katalog für spezielle Wien-Angebote geworben werden.

Für die Zielgruppe Jugend waren trotz Budgetknappheit erste Schritte möglich: So erstellte man den vierseitigen Streuprospunkt „Vienna waits for you“. In Zusammenarbeit mit der Agentur Profil Promotion wurde die Deutschland-Schweiz-Österreich-Tournee von Rainhard Fendrich zur Werbung für Wien genützt. „Aufhänger“ dafür war Fendrichs Lied „Haben Sie Wien schon bei Nacht geseh'n?“, das bei dieser Tournee gesungen wurde. Der



Video-Clip dieses Liedes — eine von Peter Patzak überaus gekonnt produzierte Collage mit Elementen aus dem Film „Der dritte Mann“ — wurde vom Verband bei diversen Präsentationen als auflockerndes Element eingesetzt. Für den nichtdeutschsprachigen Raum wurde eine englische Synchronisation des Video-Clips erstellt.

In Zusammenarbeit mit der Niederösterreichischen Kulturabteilung und der Niederösterreichischen Fremdenverkehrswerbung produzierte der Wiener Fremdenverkehrsverband ein Plakat und ein Informationsblatt zum „Prinz-Eugen-Jahr 1986“ und griff das Thema auch in seiner Öffentlichkeitsarbeit auf.

Da ein entsprechendes Budget fehlte, konnte 1985 (und kann auch 1986) kein völlig neuer Werbefilm produziert werden. Es gelang jedoch — wie schon 1979 —, die Bayer AG Leverkusen als Sponsor zu gewinnen und mit deren Filmgestalter Werner Kneise den bisher eingesetzten Film „Wien — ein Erlebnis“ in wesentlichen Teilen neu zu drehen und unter dem Titel „Rendezvous Wien“ im Frühjahr 1985 neu herauszubringen. Werner Kneise wurde aus diesem Anlaß von Vizebürgermeister Hans Mayr mit dem Silbernen Rathausmann ausgezeichnet. Bei den Filmfestspielen „Ferien '85“ in Wien erhielt dieser Film den 4. Preis der Jurywertung und damit den Ehrenpreis des Bundespressedienstes. Die geringen Produktionskosten, die der Verband zu tragen hatte, ermöglichten erstmals seit vielen Jahren, sämtliche hauptamtlichen Zweigstellen der ÖFVW und Handelsdelegationen mit Tourismusfachkraft mit Filmkopien und Videokassetten des in fünf Sprachen synchronisierten Films zu versorgen. Insgesamt wurden bis jetzt 85 Kopien verteilt.

Für die Wintersaison 1985/86 wurden wie in den Vorjahren Inserate in Publikumsmedien wichtiger Herkunftsländer gestaltet („Brigitte“, „Stern“, „art“/Deutschland; „Oggi“/Italien; „Woman's Journal“/Großbritannien). Da aber im Vergleich zu anderen österreichischen Bundesländern das Insertionsbudget des Wiener Fremdenverkehrsverbandes relativ bescheiden ist, ist es derzeit nicht möglich, entsprechend der Bedeutung Wiens als Städtetourismusdestination systematisch in der klassischen Werbung aufzutreten. Eine erfreuliche Bestätigung des Qualitätsstandards der Wien-Werbung ergab sich kurz vor Jahresende: Bei der International Tourism Poster of the Year Competition 1985 des World Travel Market in London wurde das Plakat „Kleines Café“ als zweitbestes Destinationsplakat der Welt ausgezeichnet. Prinzessin Diana überreichte den „Silver Award“.

Die weltweite Marktbetreuung des Verbandes wird für das Kongreß-, Incentive- und allgemeine touristische Geschäft eingesetzt. Diese Kombination hat sich seit langem bewährt. Im Bereich Allgointourismus fällt eine Vielzahl von Kontakten an, die für den Kongreßtourismus nutzbringend zu verwerten sind. Die Aktivitäten reichen von reinen Akquisitionsreisen über Werbeveranstaltungen aller Art, Beteiligungen an oder Ausrichtungen von kulturellen Veranstaltungen bis zum Besuch von Publikumsmessen, Fachmessen und Kongreßfachmessen. In nahezu allen Fällen sind die Wiener Leistungsträger in diese Aktionen eingebunden. Der Verband stellt seine Infrastruktur als Basis für alle Wien-Anbieter zur Verfügung, erledigt die Vorbereitungsarbeiten und sorgt für die Durchführung der Aktionen.

Im März 1985 wurden Workshops und Akquisitionsreisen zusammen mit 24 Wiener Anbietern in Tokio, Osaka, Taipei und Seoul durchgeführt. Im April veranstaltete der Verband eine Wien-Fair in Singapur, und zwar anlässlich der Eröffnung des Singapore-Airlines-Direktfluges nach Wien. Im April/Mai liefen „Wien-Fairs“ in Japan und Korea, im Juli und August ein Wien-Fest der Tokai University in Tokio. Während der gesamten, mehrmonatigen Dauer der EXPO 86 in Tsukuba war Wien mit einem Informationsstand vertreten. Sehr gut aufgenommen wurden das 1985 erstmals in japanischer Sprache publizierte Manual für Reisebüroagenten und die in die japanische Sprache übersetzte und für diesen Markt speziell aufbereitete Kongreßbroschüre. Die 1. Auflage war innerhalb kürzester Zeit vergriffen.

Auf der CMT Stuttgart, der mit 200.000 Besuchern größten touristischen Publikumsmesse in der Bundesrepublik Deutschland, war der Verband mit einem neuen Konzept vertreten. Zusammen mit dem ADAC wurde ein Wiener Kaffeehaus im Obergeschoß des ADAC-Centers aufgebaut. Auf einer Lichtbildwand leitete ein Moderator ein touristisches Gewinnspiel. Ein Mädchen im Biedermeierkleid verteilte Informationsmaterial.

Publikumsecho und Presseresponse waren enorm. Die Aktion wird in den nächsten drei Jahren fortgesetzt und erweitert. Erstmals war der Verband am norddeutschen Markt präsent. „Reisen Hamburg“, die größte Touristikmesse in Norddeutschland, wird in Zukunft einen Fixpunkt im Messebesuchsprogramm des Verbandes darstellen.

Der Verband nahm insgesamt an 11 Publikumsmessen, 9 Fach- und Publikumsveranstaltungen und 10 rein touristischen Fachveranstaltungen weltweit teil. In Bahrain, Qatar, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Kuwait und Ägypten nahm der zuständige Marktbetreuer an Österreich-Präsentationen von Reisebüros teil; im Verband der ARGE Städtetourismus wurden Workshops in London, Manchester und Birmingham veranstaltet. Generell wurden jeweils rund um die Beteiligung an Fachmessen Besuche bei Touroperatoren absolviert und /oder Reisebüroworkshops organisiert. Kongreßfachveranstaltungen wurden 1985 in London, Bad Hofgastein, New York, Chicago, Toronto, Saloniki und Brüssel besucht. Im April 1985 wurde ein Vertrag zwischen der IAKW-AG und dem Verband über das internationale Marketing für das neue AUSTRIA CENTER VIENNA abgeschlossen. Basis für diesen Vertrag war das im Frühjahr 1985 ausgearbeitete mittelfristige Konzept „Kongreßmarketing für Wien 1985—1988“. Der Schwerpunkt der Kongreßinsertionskampagne lag 1985 in den USA. Es wurden im Meeting- und Incentivebereich die wesentlichsten Zeitschriften in den Schaltplan aufgenommen.



1985 wurden in Wien 647 Kongresse, Ausstellungen, Tagungen, Seminare und Symposien gezählt. Seit 1946 ist dies die größte Zahl an gemeldeten Veranstaltungen. 118 dieser Veranstaltungen erfolgten mit internationaler Beteiligung. Knapp 300.000 Kongreß- und Tagungsteilnehmer wurden registriert. Dazu kommt noch die nicht erfaßte Anzahl von Messe- und Ausstellungsbesuchern. Der überaus hohe Anstieg von 536 Veranstaltungen (1984) auf 647 (1985) ist sicherlich auch auf die verbesserte „Meldemoral“ der Wiener Tagungsstätten und der Kongreßhotellerie zurückzuführen. In Kooperation mit der ÖFWV, Austrian Airlines und anderen Fluggesellschaften sowie auch in Eigenregie konnten dank des großen Entgegenkommens der Wiener Incomingbranche bei der Beistellung von kostenlosen Leistungen 85 Agentenstudiengruppen mit durchschnittlich 18 Teilnehmern und über hundert einzelreisende Touristikveranstalter oder Kongreßentscheidungsträger aus aller Welt zu Inspektionsbesuchen nach Wien eingeladen werden.

Das Ausstellungsprogramm 1985 wurde mit der Eröffnung der beiden Tournen der Ausstellung „Wiener Impressionen“ durch Frankreich und die Bundesrepublik Deutschland eingeleitet. In Frankreich gab Albi (22. bis 31. März) den Auftakt. Im Rahmen eines Wiener-Musik-Festivals mit zahlreichen, gut besuchten Konzerten wurde die Ausstellung im Foyer des Stadttheaters von Albi gezeigt. Die nächsten Stationen der Tournee waren Cordes (3. bis 17. April) und Brives (7. bis 29. Juni), wo die Ausstellung in Verbindung mit einer österreichischen Filmwoche gezeigt wurde. In Lérans (6. Juli bis 15. Oktober) fand die Ausstellung der „Wiener Impressionen“ ihren bisher effektivsten Präsentationsort: Das Chateau de Lérans, ein zum Kulturzentrum umfunktioniertes Renaissance-schloß. Als Abschluß wurde ein Galadiner mit Wiener Musik — fast schon ein Ball, an dem als Gäste die bedeutendsten Persönlichkeiten aus Kultur und Politik dieser Region teilnahmen — veranstaltet. Vom 6. bis 23. November wurde die Ausstellung in Toulouse in der „Maison de l'Europe“ präsentiert, wo sie ebenfalls begeisterten Anklang fand. Die letzten beiden Stationen dieser „Impressionen“-Tournee durch Frankreich waren Vic Fesensac (27. November bis 13. Dezember) und Saint Astier (18. Dezember 1985 bis 10. Jänner 1986). Der Erfolg dieser Tournee war enorm. In einer bisher nur wenig berücksichtigten Region wurden Wiener Kultur und Wiener Flair der Bevölkerung nähergebracht. Die deutsche Version der „Wiener Impressionen“ startete ihre Tournee — Stationen waren die wichtigsten Filialen der Commerzbank AG — am 25. März 1985 in der Bundeshauptstadt Bonn. Der Vizebürgermeister und Präsident des Wiener Fremdenverkehrsverbandes, Hans Mayr, eröffnete im Beisein des Oberbürgermeisters von Bonn, Dr. Hans Daniels, und des Botschafters Dr. Willibald Pahr die Ausstellung, eine Darstellung der Geschichte und Kultur Wiens. Großes Interesse weckten die den Ausstellungsprospekten beigelegten Wiener Mehlspeisenrezepte und ein Quiz mit schönen „wienerischen“ Preisen. Die „Wiener Impressionen“ wurden nach ihrem Start in der deutschen Bundeshauptstadt, in Bochum, Bocholt, Wesel, Emmerich, Lüdenscheid, Düsseldorf, Wiesbaden, Köln, Dortmund und Wetzlar präsentiert und vom Publikum mit Interesse und großer Begeisterung aufgenommen.

Schwerpunkt des Jahres 1985 war die Präsentation der 1984 konzipierten neuen Großausstellung „Wien grüßt ...“. Über 200 Fotowände und Vitrinen mit Objekten und Modellen erzählen von Geschichte, Kultur und Lebensweise Wiens, beginnend bei der urgeschichtlichen „Venus von Willendorf“, über Barock, Ringstraßenzeit und Jugendstil bis zum modernen Wien als drittem UNO-Hauptquartier. Im Warschauer Kulturpalast lief die am 14. Juni eröffnete Ausstellung „Wien grüßt Warschau“ bis 7. Juli 1985. 170.000 begeisterte Besucher sahen die Ausstellung, die auf einer Fläche von 900 m<sup>2</sup> aufgebaut worden war. Sie umfaßte u. a. ein 24 m<sup>2</sup> großes Modell der Wiener Innenstadt und eine 17minütige Multivisionsshow. Auch für kulinarische Freuden war gesorgt: original Wiener Mehlspeisen, an Ort und Stelle im Wiener Kaffeehaus genossen, rundeten den Eindruck positiv ab. Klavier-, Orgel-, Schrammelkonzerte und eine Lesung bildeten das Rahmenprogramm. Einen besonderen Höhepunkt erreichte die Ausstellung durch den Besuch von Bürgermeister Dr. Helmut Zilk am 5. Juli 1985. In Stockholm (5. November bis 1. Dezember 1985) zog die zwei Meter große Aufschrift „Wien hälsar Stockholm“, angebracht an der Fassade des Kulturhauses, 30.000 Besucher an. Stadtmodell und Multivision waren wie immer in die Ausstellung integriert. Im 5. Stock des Kulturhauses wurden im Café Panorama Wiener Mehlspeisen angeboten. Ein Orgelkonzert in der Deutschen Kirche veranschaulichte den Bezug Wiens zur Musik.

Das „Bologna-Festival“ (9. April bis 23. Juni) stand 1985 ganz im Zeichen Wiens. Die Wiener Symphoniker, chauffiert in einem Wiener City-Bus, gaben an mehreren Plätzen Konzerte. Paul Badura-Skoda und Renate Holm, das Wiener-Symphoniker-Kammerorchester, die Wiener Streichersolisten und — am großen Abschlußabend — Peter Guth mit der Wiener-Strauß-Kapelle gastierten in Bologna. Eine Klimt-Graphik-Ausstellung, Plakat-Aktionen im Palazzo Pepoli Campogrande und eine Wiener kulinarische Woche wurden abgehalten. Im Hof des Palazzo konnten sich die Gäste in einem eigens eingerichteten Wiener Kaffeehaus erfrischen. Am 29. November wurde Dr. Lino Britto, Präsident des „Bologna Festivals“, in Wien die Goldene Johann-Strauß-Medaille für seine hervorragende organisatorische Leistung und seine Verdienste um den Wiener Fremdenverkehr überreicht.

In den Informationsstellen konnten im Jahre 1985 insgesamt 570.232 Besucher betreut werden. Während in den Auskunftsstellen West, Süd und Flughafen die Zahl der Gäste gegenüber 1984 etwa gleich blieb, konnte in der Opernpassage eine große Steigerung (circa 17%) verzeichnet werden. In den Außenstellen wurden 23.160 Zimmervermittlungen durchgeführt. Die Außenstelle West(Auhof) mußte Ende Oktober 1985 geschlossen werden, um



während des Winters dringend notwendige Sanierungsarbeiten (Wärmedämmung, Sanitäranlagen usw.) durchführen zu lassen.

Dem Wiener Fremdenverkehrsverband standen 1985 für die Verbandsarbeit, das Kongreßbüro und den Auskunftsdienst insgesamt rund 76,2 Millionen Schilling zur Verfügung. Für die Verbandsarbeit und die Durchführung der offiziellen Auslandsveranstaltungen der Stadt Wien waren 59,7 Millionen Schilling budgetiert. Basis dieses Budgets ist die Ortstaxe; der Ertrag im Jahre 1985 belief sich auf etwa 46 Millionen Schilling. Die Stadt Wien stellte für die Auslandsveranstaltungen, für anteilige Personalkosten und für die Miete des Hauses in der Kinderspitalgasse einen Betrag von über 11,5 Millionen Schilling zur Verfügung. Die restlichen 2,2 Millionen Schilling stammen aus diversen Einnahmen. Dem Kongreßbüro wurden von der Stadt Wien und der Wiener Handelskammer Förderungsbeiträge von je 2,75 Millionen Schilling gewährt. 6 Millionen Schilling steuerte auf Grund einer Vereinbarung die IAKW-AG bei. Zinsen und diverse Einnahmen mit eingeschlossen, verfügte das Kongreßbüro über ein Budget von 11,8 Millionen Schilling. Die Finanzierung des Auskunftsdienstes ist zum Teil aus eigenen Einnahmen möglich. Zu den Eingängen aus den Vermittlungen (Provisionen und Gebühren) und Zinsen in der Höhe von etwa 3,1 Millionen Schilling kamen noch Kostenbeiträge von der Wiener Handelskammer und der Stadt Wien von je 0,8 Millionen Schilling.