

Wiener Fremdenverkehrsverband

Die Strategie der Risikostreuung hatte 1986 ihre Bewährungsprobe zu bestehen und hat sie auch bestanden. Das gewaltige „Loch“ von rund 400.000 Nächtigungen an USA-Touristen konnte teilweise durch eine größere Anzahl an Touristen aus anderen Ländern kompensiert werden — sicher nicht immer dem Umsatz nach, aber zumindest bei den Nächtigungen. Ein Minus von „nur“ 6,5 Prozent (FV-Jahr '85/86) bzw. 5,4 Prozent (1986) war das Resultat der Nächtigungsbilanz; in den Bilanzen der Beherbergungsbetriebe sah es sicher nicht ganz so gut aus. Erschwerend für die einzelnen Hotels war, daß zur gleichen Zeit die Konkurrenz in Wien größer wurde. Aufgrund des Trends bis 1985 haben optimistische Unternehmen in Erwartung einer weiteren Zunahme der Gästefrequenz Wiens eine Reihe neuer Hotels gebaut bzw. zu bauen begonnen — erfreulich für die Stadtverwaltung, der viel an einem optimistischen Wirtschaftsklima liegt, sicher weniger erfreulich für die gestreifte Hotellerie. Optimismus ist allerdings keineswegs realitätsfern, vielmehr trotz 1986 durchaus angebracht. Abgesehen vom Gästeaufkommen aus den USA war der Wien-Tourismus 1986 praktisch genauso gut wie im Rekordjahr 1985. Märkte wie Italien, Frankreich oder Spanien haben sich für Wien dynamisch weiterentwickelt, Spitzenreiter wie Deutschland oder Österreich nicht nur ihre Position gehalten, sondern sie sogar weiter verbessert. Das Winterhalbjahr 1986/87 brachte ein Nächtigungsplus von 3 Prozent. Mittelfristig wäre für Wien „noch einiges drin“, sollten die hervorragenden Rahmenbedingungen im Wiener Fremdenverkehr einen weiteren Positionsgewinn bringen.

Der Voranschlag für das Jahr 1986 des Wiener Fremdenverkehrsverbandes (einschließlich Kongreßbüros und Auskunftsdienstes) sah Einnahmen von insgesamt 76,718.000 S vor. Basis dieses Budgets sind die Einnahmen aus der Ortstaxe: Veranschlagt waren 45 Millionen Schilling, tatsächlich konnten von der Stadt Wien jedoch nur 42,827.433 S eingehoben werden. Die Wiener Fremdenverkehrskommission hat im Juni 1986 dennoch beschlossen, auf der Ausgabenseite keine Einschränkungen vorzunehmen. Sie hat darüber hinaus auch noch zusätzlich Mittel für Sonderprojekte (wie z. B. in Japan) genehmigt. Diese programmierten Überschreitungen waren durch Rücklagen gedeckt. Für das Kongreßbüro, den Auskunftsdienst, die Durchführung der offiziellen Auslandsveranstaltungen, anteilige Personalkosten und die Miete des Hauses in der Kinderspitalgasse stellte die Stadt Wien 15,418.000 S zur Verfügung. Sechs Millionen Schilling, die eine wesentlich stärkere Destinationswerbung für Wien als Kongreßstadt ermöglichten, steuerte die Internationale Amtssitz- und Konferenzzentrum-AG (IAKW-AG) bei. Die Wiener Handelskammer stellte einen Förderungsbeitrag von 2,75 Millionen Schilling für das Kongreßbüro zur Verfügung, übernahm anteilige Kosten des Auskunftsdienstes von 0,8 Millionen Schilling und trug — wie auch in den Vorjahren — die Hälfte der Kosten für die Broschüren „Restaurants Wien“ und „Hotels in Wien“. Aus der Vermittlungstätigkeit in den Außenstellen des Verbandes wurden Einnahmen von rund 3,3 Millionen Schilling, aus Zinsen, Bartervereinbarungen, Inseraten, Schutzgebühren (Publikationen „Wien von A bis Z“, „Rendezvous Wien“) usw. 3,450.000 S erwartet. Auf der Ausgabenseite sah der Voranschlag für den Bereich Verkaufsförderung 7 Millionen Schilling, für Presse, PR und Werbung 19,850 Millionen Schilling, für die offiziellen Auslandsveranstaltungen 6,768.000 S, für Förderungsmaßnahmen und Subventionen 6,057.000 S, für Personal (einschließlich des personalaufwendigen Auskunftsdienstes) 23,525.000 S und für den Sachaufwand (einschließlich Reisekosten, Werbegeschenke, „Wien, eine Stadt stellt sich vor“, Hausdruckerei) 13,518.000 S vor. Für die Realisierung der vom Wiener Fremdenverkehrsverband (WFVV) vorgeschlagenen USA-Sonderaktion 1986/87 hat die Stadt Wien Mitte des Jahres 1986 neben dem Voranschlag zusätzlich 20 Millionen Schilling zur Verfügung gestellt. An dieser Aktion beteiligen sich auch die Städte Innsbruck und Salzburg mit je 3 Millionen Schilling sowie der Flughafen Wien mit 1,5 Millionen Schilling.

Der WFVV hatte 1986 insgesamt 59 ständige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Davon waren 12 Bedienstete sowie in der Hauptsaison zusätzlich noch monatlich 19 Hostessen in den vom Referat Administration geführten Informationsstellen im Einsatz. 566.093 Besucher konnten 1986 in den Informationsstellen betreut werden.

Der arabische Raum wird vom WFVV seit 1983 systematisch betreut. 1986 wurde gemeinsam mit der österreichischen Niederlassung des arabischen Verlages „Tihama“ eine Wien-Broschüre zur Verteilung in den arabischen Staaten mit einer Auflage von 10.000 Stück produziert. Der WFVV beteiligte sich an Präsentations- und Verkaufsförderungen der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (ÖFVW) nach Jeddah und Kuwait vom 7. bis 18. April. Eine Wien-Präsentation in Riyadh fand anlässlich des AUA-Erstfluges in diese Stadt statt (26. bis 31. Oktober).

Im 10-Jahres-Überblick zeigt sich, daß aus Belgien und Luxemburg die meisten Touristen im Jahre 1981 in Wien waren, danach kam es zu einem Rückgang, 1985 und 1986 nahm die Zahl der Gäste wieder zu. 22 Journalisten waren bei einer Pressereise in Wien, die vom Vlaamse Toeristenbond veranstaltet und vom WFVV unterstützt wurde. Sechs Vertreter der Medien hatte der WFVV 1986 selbst nach Wien eingeladen. Unter den erschienenen Berichten ist der 11seitige, farbige Artikel „In Tune with Vienna“ in „Sphere“, dem Inflight-Magazin der Sabena, hervorzuheben. Bei der größten belgischen Ferienmesse, dem Salon des Vacances in Brüssel, die vom 15. bis 23. März stattfand, war der WFVV durch eine Hostess im Österreich-Stand vertreten. An der einzigen belgischen Fachmesse,

der Belgium Travel Fair (BTF) in Brüssel, nahm der WFVV mit einem eigenen Stand teil, den 12 Wiener Anbieter für ihre Kontakte nützten (20. bis 22. November).

Michael Satke, Besitzer des „Reiss-Champagnertreffs“ und des „Roten Engels“, kreierte 1986 einen neuen Wiener Ball: den Champagnerball, der am 14. November stattfand und mit dem die Ballsaison Europas 1986/87 eröffnet wurde. Über 2.000 Besucher füllten das von Christian Ludwig Attersee künstlerisch ausgestaltete Konzerthaus, zwölf französische Champagnerhäuser waren vertreten und hatten Charles Aznavour als Stargast gesponsert. Der WFVV unterstützte diesen neuen Akzent für die Wintersaison aus seinen Mitteln zur Förderung innovativer Angebote und durch Zusammenarbeit mit dem Veranstalter im Bereich Werbung und PR. Von der ÖFVV Paris wurde der Champagnerball in Frankreich präsentiert sowie eine Journalistengruppe zum Ball selbst eingeladen. Der WFVV nahm an der Pressepräsentation des Balls in Wien teil und inserierte über dieses Thema in Fachmedien.

Die Bundesrepublik Deutschland ist nach wie vor Wiens wichtigstes touristisches Herkunftsland. 1985 wurde ein Plus von 2 Prozent an Nächtigungen registriert, 1986 gab es wiederum eine Steigerung um 4 Prozent. Wien rangiert bei den Deutschen hinter London und Paris auf Platz 3 der meistbesuchten europäischen Destinationen. Besonders positiv wurde Wien 1986 in Berichten des „Spiegels“ und im Artikel von „Cosmopolitan“ „Wien macht wieder eine Szene“ beurteilt. Unter zahlreichen anderen Medien stellten die vielgelesenen Zeitschriften „Für Sie“, „Quick“, „Stern“, „Brigitte“, „Bella“, das Modemagazin „Gala“ und die Tageszeitung „Welt am Sonntag“ Wien als attraktives Reiseziel oder — wie etwa das „Handelsblatt“, eine der größten Wirtschaftszeitungen, — als „Kongreßzentrum Europas“ vor. In Wien betreut wurden 1986 Vertreter von 108 Medien, darunter 25 Journalisten, die einzeln angereist waren. Weiters 80 Vertreter von Medien wurden in Gruppen gemeinsam mit der ÖFVV, dem Reisebüro Mondial, der DB und dem DER Frankfurt betreut. An TV-Produktionen betreute der WFVV ein Wien-Portrait des ZDF und eines von RTL Plus sowie eine Sendung von American Forces Network, dem Sender der US-Streitkräfte in Deutschland. Zwei Inseratenserien wurden mit kommerziellen Anbietern geschaltet. Hamburg war die Stadt für die neue, im Herbst allerdings vorübergehend wieder aufgegebene Zwischenlandung des PANAM-Fluges New York—Wien („Nur 95 Minuten von Hamburg nach Wien“), wodurch erstmals eine Direktverbindung der beiden Städte entstand. In Nordrhein-Westfalen wurde eine ähnliche Serie zur Bewerbung der Mondial-Städteflüge unter dem Motto „Servus Wien“ geschaltet, und zwar im Oktober/November 1986 (Partner: WFVV, Mondial, AUA). 33.000 deutschen Clubs und Vereinen wurde gemeinsam mit dem Reisebüro Mondial die Einladung „Zur Jahresfahrt nach Wien“ zugesandt. Die Wanderausstellung „Wiener Impressionen“, die 1985 gemeinsam mit der Commerzbank begonnen wurde, konnte vom Referat Auslandsveranstaltungen in Kassel (8. bis 21. April) sowie in Mannheim (13. bis 27. Oktober) fortgesetzt bzw. abgeschlossen werden. Bei der größten touristischen Publikumsmesse, der CMT in Stuttgart (11. bis 19. Jänner), wurde in Zusammenarbeit mit dem ADAC Baden-Württemberg und der Firma Wigast im Obergeschoß des ADAC-Standes das Wiener „Café Schwarzenberg“ installiert. Bei den Messen „Reisen '86“ in Hamburg (15. bis 23. Februar) und „Camping + Touristik“ in Essen (15. bis 23. März) gab es Wien-Stände. Der Österreichische Kongreßverband (ÖKV) veranstaltete am 4. Dezember in Düsseldorf eine Präsentation österreichischer Kongreßstädte, an der der WFVV teilnahm.

Im Verlauf der letzten zehn Jahre kamen aus Frankreich immer mehr Touristen: 1986 wurde das bisherige Maximum an Nächtigungen verzeichnet. Der Anteil an den gewerblichen Nächtigungen betrug 4,1 Prozent, womit die Franzosen den Rang 7 in der Nationenwertung einnehmen.

Die Ausstellung „Vienne 1880—1938“ im Centre Pompidou (12. März—25. Mai 1986) war eine hervorragende Werbung für Wien und führte zu einem wesentlich verstärkten Interesse der Medien an Wien. 74 Medienvertreter wurden 1986 vom WFVV betreut, darunter waren 16 Einzelreportagen sowie Journalistengruppen, die in Zusammenarbeit mit SNCF, Austrian Airlines anlässlich der neuen Direktflüge nach Lyon und von der ÖFVV Paris beim Champagnerball unterstützt wurden. Mit der Radiostation RTL veranstaltete fünf aktuelle Wien-Sendungen wurden zum Anlaß genommen, Hörer Wien-Reisen gewinnen zu lassen. Bei der Wien-Ausstellung im Centre Pompidou betreute der WFVV einen Informationsstand. Im Hotel Meurice fand eine Wien-Woche vom 23. bis 31. Jänner statt, zu deren Eröffnungsgala alle wichtigen französischen Reisebüros eingeladen wurden. Weitere Publikumsveranstaltungen, an denen sich der WFVV beteiligte, waren der Salon Mondiale du Tourisme in Paris (7. bis 16. Februar 1986) — für die rund 400.000 Besucher hatte der WFVV einen eigenen Info-Stand —, die Foire de Marseille (14. bis 24. März), bei der Wien zum ersten Mal vertreten war, die Foire de Lyon (5. bis 14. April) und die Foire de Strasbourg (4. bis 15. September). Als eigene Veranstaltung zeigte der WFVV seine Wanderausstellung „Wiener Impressionen“ 1986 in sechs Städten der Region Périgord, in fünf weiteren Städten sowie bei zwei Pariser Anlässen.

Vom 4. bis 17. Mai gingen Wiener Anbieter mit Unterstützung des WFVV auf eine Verkaufsreise nach Straßburg, Lyon, Marseille, Toulouse, Bordeaux, Nantes, Rouen und Lille. In Lyon und Dijon wurden außerdem Wien-Workshops des WFVV mit 15 Anbietern (12./13. November) durchgeführt. Am 4. Dezember konnte anlässlich der Ausweitung des AUA-Direktfluges auf das ganze Jahr eine Wien-Präsentation in Nizza veranstaltet werden.

Nach einer relativ stabilen Aufwärtsentwicklung der Nächtigungszahlen seit 1976 mit einem Höchststand im Jahre 1984 weist der Markt Großbritannien in den letzten beiden Jahren Rückgänge auf. Mit einem Gesamtnächtigungsanteil von 3,7 Prozent stand er 1986 auf Rang 8 der Nationenwertung. Vom WFVV wurden 21 britische Medienvertreter betreut; darunter waren zwei BBC-Radioproduktionen und zwei TV-Sendungen, die bereits ausge-

strahlt worden waren. Zur Betreuung der Reisebranche fand am 18. März eine Vienna Workshop in London mit 16 Wiener Anbietern statt. Gute Wien-Flugreisen-Verkäufer erhielten im Herbst vom WFVV und der AUA-London Falco-LPs, die besten gewannen einen Wien-Besuch mit dem Falco-Konzert im Oktober.

Der World Travel Market (WTM) in London, die zweitwichtigste Reisefachmesse in Europa, wird vom WFVV ständig besucht. Vom 25. bis 29. November waren 16 Wiener Anbieter am WFVV-Stand vertreten.

Seit 1975/76 hat sich die Zahl der Touristen aus Italien mehr als verdreifacht. Der Markt mit den für Wien ertragreichsten Steigerungen brachte nach dem Rekordergebnis (1985) 1986 nochmals eine Zunahme von 26 Prozent und steht nunmehr auf Rang 2 der Nationenwertung mit einem Anteil von rund 13 Prozent an den gewerblichen Nächtigungen. Insgesamt 48 italienische Journalisten wurden betreut, davon kamen 15 einzeln nach Wien, die anderen im Rahmen einer Gruppe aus Rom, einer ÖFVW-Pressefahrt zum Thema „Barockes Österreich“ und einer Casino-Pressefahrt. Neben einer Präsentation bei der BIT, der großen Publikums- und Fachmesse in Mailand, fand am 10. Juni ein Pressegespräch in Florenz mit Niederösterreich und der Steiermark statt, organisiert von der ÖFVW Mailand, am 29. August eines in Triest und am 3. September eines in Rom. Bei der Ferienmesse in Triest (17. bis 29. Juni) war der WFVV mit einem Info-Stand und einer Hostess vertreten. Bei der großen Maximilian-Ausstellung im Schloß Miramare, die von Juli bis September stattfand, war mit Unterstützung des WFVV in einem Nebengebäude des Schlosses ein Wiener Kaffeehaus eingerichtet. Der BIT (Borsa internazionale del Turismo) ermöglichte 14 Wiener Anbietern ein erfolgreiches Auftreten beim Wien-Stand (19. bis 23. Februar). Zur Intensivierung der Kontakte mit Reiseveranstaltern und Reisebüros wurden vom WFVV vom 7. bis 10. April Workshops in Neapel, Rom und Mailand veranstaltet, wobei 18 Wiener Anbieter vertreten waren. Mit 12 Anbietern nahm der WFVV an der Süditalien-Workshoptournee der ÖFVW Rom (29. September bis 2. Oktober) teil; die Wiener Delegation stellte ein Viertel aller Teilnehmer. Die Aktion, teilweise als Fortsetzung der eigenen Veranstaltungen im Frühjahr, war in Rom, Bari, Neapel und Palermo sehr erfolgreich und durch ein sehr starkes Interesse am Wien-Angebot charakterisiert.

Seit 1982 beschäftigt der WFVV einen eigenen Marktbetreuer für Japan und andere Länder im Fernen Osten. Seit dieser Zeit sind die Ankünfte japanischer Gäste um 58 Prozent, die Übernachtungen um 49 Prozent gestiegen. Trotz der Meldungen über die Strahlengefahr in Europa nach dem Tschernobyl-Unfall konnte 1986 das gleiche Spitzenergebnis wie 1985 erreicht werden, womit die Japaner in der Wiener Nationenwertung Rang 9 belegen und rund 3 Prozent zum Gesamtaufkommen beitragen. 1986 wurden 11 Journalisten (u. a. von „Asahi Shinbun“, „Mainichi Shinbun“ sowie von angesehenen Frauenmagazinen) und 10 TV-Teams für meist halbstündige oder längere Wien-Reportagen vom WFVV betreut. Gastspiele der Staatsoper, großer Wiener Orchester und der Wiener Sängerknaben sind seit längerem die größten „Werbeaktionen“ für Wien. Außerdem wirbt der WFVV mit eigenen Veranstaltungen und erreicht damit ein Publikum, daß eher an der leichten Muse und an der Wiener Küche interessiert ist. Diese Werbeaktionen — meist mit Unterstützung von Fluglinien und Hotels — werden ebenso wie Reisebüro-Workshops und dgl. nach Möglichkeit auch in Korea, Taiwan (Republic of China), Hongkong und Singapur veranstaltet.

Bei einem Wien-Fest im Members' Club der Tokai-Universität in Tokio (15. Juni 16. Juli) wurde einen Monat lang wienerisch gekocht. Wiener Musik und Wiener Küche wurden bei der „Wien-Fair“ im Hilton-Hotel in Taipei (Taiwan, 3. bis 16. September) präsentiert, die von Vizebürgermeister Hans Mayr eröffnet wurde. Laut einem Bericht des KLM-Büros Taipei haben alle taiwanesischen Medien (Presse, Radio und TV) eingehend über die „Wien-Fair“ berichtet. Zu diesem Anlaß erschien auch der erste Streuprospunkt über Wien in Chinesisch. In Osaka (Japan) fand eine ähnliche „Wien-Fair“ vom 17. bis 29. September im Hotel Royal statt. Unter der Leitung von Bürgermeister Dr. Helmut Zilk beteiligte sich eine Wiener Delegation am 28. September an der jährlich stattfindenden Midosuji-Parade, einer Art riesigen Blumenkorsos, zu der 1 Million Zuschauer kamen. Mit den Präsidenten der Sponsorfirmer, Saito (MBS) und Shimomura (Daimaru), fuhren der Bürgermeister und seine Gattin im Wiener Fiaker im Festzug mit, gefolgt von einem geschmückten Plateauwagen („Floating Boat“) mit einer Strauß-Statue und einem Orchester. Wien errang damit den 1. Preis für die beste Darbietung. Die Delegation eröffnete anschließend eine weitere „Wien-Fair“ im Hotel ANA in Tokio (30. September bis 9. Oktober). Andere „Wien-Fairs“ wurden im Hotel Goodwood Park in Singapur (28. Oktober bis 10. November) und im Takashimaya-Einkaufszentrum in Tokio (1. bis 31. November) durchgeführt. Vom 10. bis 20. März wurden ferner Fachpräsentationen mit Wiener Anbietern in Tokio, Osaka, Taipei und Hongkong veranstaltet.

Das Kongreßbüro des WFVV betreibt seit rund 15 Jahren die systematische Akquisition von Kongressen; finanziell wird die Kongreßarbeit von der Stadt Wien, der Wiener Handelskammer und seit zwei Jahren auch von der IAKW-AG (Internationale Amtssitz- und Konferenzzentrum Wien AG) getragen. Diese drei Institutionen bilden auch den Fachausschuß für Kongreßförderung, der 1986 über insgesamt 58 Förderungsansuchen zu beraten hatte. Durch Bemühung des Wiener ICCA-Komitees (International Congress and Convention Association) gelang es, die IT & ME Europe (International Travel & Meeting Executives Show) als europäisches Gegenstück zur traditionellen IT & ME Chicago in Wien ins Leben zu rufen. Die Veranstaltung fand erstmals vom 21. bis 24. April statt und soll nun jedes Jahr durchgeführt werden. Das Kongreßbüro betreute die ausländischen Kunden — rund 300 Incentive-Entscheidungsträger aus der ganzen Welt.

Wie 1985 war auch im Budget 1986 des Kongreßbüros eine breitgefächerte Insertionskampagne vorgesehen. Der Schwerpunkt lag wie 1985 auf dem amerikanischen Fachmediensektor. In die Publikationen wie „Corporate Meetings & Conventions“, „Successful Meetings“, „AM Best's Insurance Guide“, „Incentive Travel Manager“ und „Medical Meetings“ wurden Inserate eingeschaltet. Am europäischen Markt wurden die Zeitschriften „Conferences & Exhibitions“, „Tagungswirtschaft“, „Meeting i Congressi“ und „Touristik Management“ berücksichtigt. Gemeinsam mit der ÖFVW USA wurde eine Beilage zu „Corporate Meetings & Incentives“ produziert: „Austria, the place to meet“. Die Gestaltung der Inserate oblag dem Referat Werbung.

Neben den Mitgliedschaften wie im Österreichischen Kongreßverband (ÖKV) — das Kongreßbüro stellt den Generalsekretär —, in Vienna Med Congress, der Europäischen Vereinigung der Kongreßstädte (EFCT) — das Kongreßbüro ist im Vorstand vertreten und stellt den Schatzmeister —, in der International Congress and Convention Association (ICCA) — das Kongreßbüro arbeitet aktiv in der Wiener Gruppierung mit — und in der Union of International Associations (UIA) wurde das Kongreßbüro Mitglied bei Meeting Planners International (MPI), der Society of Incentive Travel Executives (SITE) und der International Association of Convention and Visitor Bureaus (IACVB).

Die Entwicklung des Gästeaufkommens aus den Niederlanden läuft dem allgemeinen Trend entgegen: Während die Gesamtfrequenz Wiens steigt, ist die Zahl der Übernachtungen niederländischer Gäste gesunken. Das Ergebnis 1986 ist das schlechteste der letzten zehn Jahre; Spitzenwerte wurden 1980/81 erreicht. Dennoch liegt Wien für die Niederländer nach wie vor auf Rang 4 im europäischen Städtetourismus. In Zusammenarbeit mit der ÖFVW Amsterdam konnten 1986 14 Journalisten nach Wien eingeladen werden. Das Resultat sind mehrere ausführliche, mit Farbfotos ausgestattete Berichte („Elegance“ 10/86, „Magriet“ 6/86, „Libelle“ 3/86) in Illustrierten. An der Publikumsmesse „Vakantie“ in Utrecht nahm der WFVW mit einem eigenen Stand teil (15. bis 19. Jänner). Der Marktbetreuer des WFVW besuchte weiters mit Wiener Anbietern die Fachmesse „Tour“ in Amsterdam (15. bis 17. Dezember).

Die Inlandstouristen, die nach Wien kommen, bringen seit zehn Jahren mit relativ geringen Schwankungen etwas mehr als eine halbe Million Nächtigungen. Nur 1984 und 1985 sackten die Ergebnisse leicht ab. Da sich im gleichen Zeitraum das Gesamtergebnis von 4,3 auf 5,3 Millionen Nächtigungen verbessert hat, reduzierte sich ihr Anteil auf zuletzt 10 Prozent. 1985 wurden mehr Deutsche, Amerikaner und Italiener, 1986 mehr Deutsche und Italiener in Wien registriert als eigene Landsleute, die aus den anderen acht Bundesländern kamen. Die Betonung muß hier allerdings auf „registriert“ liegen, da bei den österreichischen Wien-Besuchern eine enorme „Dunkelziffer“ von Besuchern bei Verwandten oder Freunden, von Nächtigungen in anderen Privatquartieren und auch von Tagesbesuchern, die aufgrund der guten Verkehrsverbindungen in Wien nicht übernachten, anzunehmen ist.

Da die Medien österreichweit sehr intensiv über alles berichten, was im engeren und weiteren Sinn zum touristischen Angebot Wiens gehört, erschöpft sich die Medienbetreuung in regelmäßigen Presseaussendungen und in der Präsentation touristischer Themen in den Pressekonferenzen des Bürgermeisters und des Vizebürgermeisters, der Wirtschaftsstadtrat und Präsident des WFVW ist.

1986 war das „Prinz-Eugen-Jahr“ Anlaß für eine Werbeaktion, die gemeinsam mit Niederösterreich durchgeführt wurde. Im Rahmen dieser Aktion beteiligten sich der WFVW und die NÖFVW mit einem Stand an der 1. Salzburger Freizeitmesse „Tourf“ (14. bis 16. Februar). Weiters nahm der WFVW am 1. Österreichischen Kongreßkolloquium, veranstaltet vom Österreichischen Kongreßverband in Graz am 13. und 14. März, einer Präsentation des Tagungsangebots für potentielle Kongreßveranstalter, teil.

Aus Anlaß des 250. Todestages von Prinz Eugen von Savoyen fanden 1986 in Wien und in der Umgebung Wiens diverse Veranstaltungen zu diesem Thema statt. In Wien wurden Ausstellungen im Prunksaal der Nationalbibliothek, in den Prunkräumen des Finanzministeriums (Prinz Eugens Stadtpalais), im Unteren Belvedere sowie im Heeresgeschichtlichen Museum präsentiert. Vier Sondervorführungen der Spanischen Reitschule (27. bis 30. August) standen im Zeichen Prinz Eugens. Die Turiner „Gruppo Pietro Micca“ veranstaltete am 31. Mai in historischen Uniformen vor dem Oberen Belvedere ein großes „Manöver“ im Stil der Zeit Prinz Eugens. Wiens Fremdenführer boten in der Zeit vom 22. April bis 4. Mai täglich einen Prinz-Eugen-Stadtpaziergang an. Der WFVW, das Kulturamt der NÖ. Landesregierung und die NÖ. Fremdenverkehrswerbung arbeiteten bei der Vermarktung aller Ereignisse im Rahmen des „Prinz-Eugen-Jahres“ eng zusammen. 3.000 Plakate (Auflage 210.000) sowie ein viersprachiger Faltprospekt (Auflage 100.000) wurden gedruckt und die Kosten gemeinsam vom WFVW und der NÖFVW getragen. Zusätzlich wurden vom WFVW und dem Kulturamt der NÖ. Landesregierung acht Werbemonumente finanziert, die an markanten Punkten der Wiener Innenstadt sowie vor Schloßhof und im Hof des Stiftes Melk in mehreren Sprachen auf die Prinz-Eugen-Veranstaltungen hingewiesen haben. An den Auftritten der Turiner „Gruppo Pietro Micca“ beteiligte sich der WFVW mit einem Zuschuß. Der WFVW unterstützte die Werbemaßnahmen zusätzlich mit PR-Arbeit und im Rahmen seiner Pressebetreuung, wobei insbesondere die inländischen und die italienischen Medien dem Thema Prinz Eugen breiten Raum gaben. Zusätzlich wurden Aussendungen und Werbemittel an Presse- und Kulturreferenten militärischer Dienststellen in Österreich, einer Reihe anderer Staaten Europas und an die US-Army in Deutschland gerichtet.

Das Nächtigungsaufkommen der Gäste aus der Schweiz und Liechtenstein stieg in den letzten zehn Jahren um mehr als ein Viertel (27%). Nach einer stabilen Entwicklung bis 1980 haben sich die Ergebnisse seit 1982 Jahr für Jahr deutlich verbessert und erreichten 1986 den höchsten Wert. Die Schweiz nimmt mit einem Nächtigungsanteil von 4,9 Prozent Rang 6 in der Wiener Nationenwertung ein. In Zürich wurde vom 20. Oktober bis 9. November die bisher größte Kulturaktion, die jemals zwischen Wien und einer anderen Stadt veranstaltet wurde, vom WFVV (Referat Auslandsveranstaltungen) und der Stadt Zürich betreut. Die Aktion war nur dank des Engagements von Bürgermeister Dr. Helmut Zilk und des Stadtpräsidenten von Zürich, Dr. Thomas Wagner, möglich und umfaßte Ausstellungen, Konzerte, Theateraufführungen, eine Filmwoche, eine Wirtschaftsschau und ein gastronomisches Festival. Zahlreiche Sponsoren beteiligten sich an der Aktion „Wien grüßt Zürich“ mit namhaften Summen; allein das Konzert der Wiener Philharmoniker unter Claudio Abbado am 20. Oktober wurde mit einer Million Schilling unterstützt. Eine große Wien-Ausstellung im Helmhaus vom 21. Oktober bis 2. November (15.000 Besucher) mit einem Informationsstand gab einen allgemeinen Überblick. Das Programm umfaßte eine Ausstellung moderner Wiener Künstler in der Städtischen Galerie Strauhof sowie Verkaufsausstellungen in 12 Züricher Galerien; Konzerte von Falco, Georg Danzer und Rainhard Fendrich; ein Walzerkonzert mit Peter Guth und der Wiener Johann-Strauß-Capelle, in dem Harald Serafin und Milena Rudiferia auftraten, sowie eine Reihe von Platzkonzerten der Wiener Polizeimusik. Die Theatergastspiele wurden vom Serapionstheater mit „Patt“ eröffnet, weiters gab es die szenische Collage mit Texten von und um Sigmund Freud „Vom Lustprinzip zum Todestrieb“, ein Gastspiel von Justus Neumann mit dem Programm „Mir soll ins Herz gestochen werden“. Dies war so erfolgreich, daß Justus Neumann nochmals mit einem anderen Programm eingeladen wurde. Marie-Therese Escribano gastierte mit „Einer Frau auf Reisen“, Georg Kreisler und Barbara Peters präsentierten ihr Programm „Alte Lieder rosten nicht“. Autorenlesungen wurden von Bodo Hell und Ernst Jandl („Jandl's Lyrics and onomatopoeic Music“) sowie von Mitgliedern des Vienna Art Orchestra abgehalten. Einen klassischen Abschluß bot das Theater in der Josefstadt mit drei Schnitzler-Einaktern. Zur selben Zeit lief im Kunsthhaus die große Kokoschka-Ausstellung, das Opernhaus Zürich spielte „Fledermaus“ und „Così fan tutte“, die Bundeswirtschaftskammer präsentierte eine große Konsumgüterchau im Einkaufszentrum Glatt, die Tonhalle Zürich stellte ihr Abonnementkonzert in dieser Zeit auf Wien ein (Gustav Mahler), und das Städtische Filmpodiumkino präsentierte elf Tage lang eine „Hommage für Willi Forst“. In zehn Hotels und Restaurants in Zürich wurden von Küchenchefs und Pâtisseries Spezialitäten aus Wien angeboten. Zu einem glanzvollen gesellschaftlichen Ereignis wurde die Wiener Ballnacht im Grand Hotel Dolder, zu der Norbert Pawlicki mit seinem Orchester angereist kam, bei der Harald Serafin und Milena Rudiferia die Mitternachtseinlage gestalteten sowie die Stadt Wien und der Wiener Fremdenverkehrsverband über 300 Vesna-Tücher im Jugendstil-Design als Damenspenden zur Verfügung stellten.

Neben dieser Großaktion, die vom WFVV im Namen und auf Rechnung der Stadt Wien betreut wurde, ging die systematische Arbeit weiter. Acht Journalisten waren 1986 einzeln zu Gast in Wien, 14 weitere kamen in Gruppen anlässlich der ATB, der Pressefahrt „Junges Wien“, der von Mondial veranstalteten Donau-Nostalgiefahrt und mit Hotelplan nach Wien. Abgesehen von der starken Berichterstattung über „Wien grüßt Zürich“ in den Medien erschienen unter anderem besonders publikumswirksame Wien-Artikel in der „Neuen Züricher Zeitung“, der „Bündner Zeitung“, die über Wien unter dem Titel „Auferstehung einer Stadt“ berichtete, in der sehr auflagestarken „Coop-Zeitung“ und in der Wochenillustrierten „Sonntag“. Die Television Suisse Romande drehte eine Fernsehdocumentation. Der WFVV nahm an der neuern Berner Ferienmesse (15. bis 19. Jänner) mit einem eigenen Stand im Österreich-Areal teil, die als Publikumsmesse einen sehr guten Erfolg hatte. Am WFVV-Stand, der als Kaffeehaus beim besten etablierten Travel Trade Workshop (TTW) in Montreux (28. bis 30. Oktober) geführt wurde, konnten 16 Wiener Anbieter registriert werden, die mit der Nachfrage zufrieden waren.

Im 10-Jahres-Überblick zeigt das Nächtigungsaufkommen aus Skandinavien eine recht instabile Entwicklung. Die höchsten Nächtigungszahlen wurden in den Jahren 1977 (S, SF) und 1979 (DK, N) erreicht, die niedrigsten 1980 bzw. 1981 und 1983 (S). 1986 hatte Schweden mit einem Nächtigungsanteil von 2,2 Prozent den Rang 11 in der Nationenwertung, Dänemark mit 0,8 Prozent den Rang 20, Finnland mit 0,7 Prozent den Rang 22 und Norwegen mit 0,5 Prozent Nächtigungsanteil den Rang 25. Was Skandinavien betrifft, wurden 1986 insgesamt 29 Medienvertreter in Wien betreut (S: 14, DK: 10, N: 2, SF: 3); darunter waren sechs dänische Journalisten, die das Thema Architektur behandelten sowie zwei schwedische TV-Teams mit den Themen „Wien um 1900“ und „ein Getreidespeicher wird das Scandic Crown Hotel“. Zu erwähnen sind der ausführliche Wien-Bericht in „Scanorama“, dem Inflight-Magazin der SAS sowie die ständige Kulturberichterstattung von Paul Patera. In Helsinki wurde in der Halle des Rathauses die Großausstellung „Wien grüßt Helsinki“ vom 18. Jänner bis 9. Februar gezeigt. Nach der feierlichen Eröffnung und einem sehr guten Echo in der Presse wurde die Ausstellung von 35.000 begeisterten Finnen besucht. Im Festsaal des Rathauses wurden Schrammelkonzerte gegeben, die durchwegs bis auf den letzten Platz ausgebucht waren. Etwa 100 m weiter gab es im „Jugendssaal“, einem kleinen Ausstellungsgebäude in nordischem Jugendstil, ein Wiener Kaffeehaus. Trotz Temperaturen von -15° bis -20°C standen die Menschen Schlange, um die von einem Wiener Pâtissier hergestellten Mehlspeisen kosten zu können. Auch die Wien-Multivision, die im „Jugendssaal“ gezeigt wurde, fand großen Anklang. Der WFVV nahm an den Publikums- und Fachmessen Fristende Feriemal in Trondheim, Norwegen (6. bis 9. Februar, Wien-Stand), Rejs in Kopenhagen (13. bis 16. März) sowie TUR in

Göteborg (20. bis 23. März) teil. Kontakte mit Reisebüros wurden bei den Workshops in Kopenhagen am 14. Jänner (mit der ÖFVW) und in Helsinki am 16. Jänner (mit der AUA) gepflegt, die beide sehr gut besucht waren. Nach Kopenhagen und Reykjavik führte vom 7. bis 14. September eine Verkaufsreise. Empfänge bzw. Präsentationen fanden für norwegische RB-Agenten in Oslo am 27. Oktober (mit AUA und Austria-Hotels) zum Auftakt einer kulinarischen Wien-Woche im Sara-Hotel mit zwei von Austria-Hotels zur Verfügung gestellten Köchen sowie für schwedische RB-Agenten beim Gastspiel der Spanischen Reitschule in Göteborg am 30. Oktober statt. Die Teilnehmer an diesem Empfang wurden zu der Vorführung der Lipizzaner eingeladen. Am 27. November fand unter dem Motto „Convention Destination Vienna“ ein Kongreß-/Incentive-Workshop in Stockholm statt, der in Kooperation mit den AUA-Stockholm durchgeführt wurde und an dem 80 Firmenchefs und Vertreter von Kongreßorganisationen teilnahmen.

Von den Touristen aus Spanien wurde 1985 ein substantieller Zuwachs an Nächtigungen (22%) erzielt, 1986 das Resultat noch übertroffen (+8%), wobei das vergangene Jahr das bisher beste Ergebnis brachte. Zwei Journalistinnen von Frauenzeitschriften, eine Journalistengruppe aus Barcelona mit acht Personen sowie ein TV-Team, das eine ausführliche Dokumentation drehte, berichteten 1986 auf Einladung des WFVV aus Wien. Eine Pressekonferenz in Barcelona am 22. März anlässlich der Aufnahme des neuen Wien—Barcelona-Fluges von Austrian Airlines sowie eine weitere Pressekonferenz in Madrid im September wurden gemeinsam mit dem langjährigen, für Wien sehr aktiven ÖFVW-Zweigstellenleiter Oscar A. Dignoes abgehalten. Er wurde anlässlich seiner Pensionierung mit dem Silbernen Ehrenzeichen für Verdienste um das Land Wien ausgezeichnet. Direktor Dignoes war auch Herausgeber des Presstedienstes „Aqui Viena“, der in Kooperation mit dem WFVV erschien. Von den Artikeln, die über Wien erschienen sind, sind jener in „Editor“, einem weitverbreiteten Wochenmagazin, sowie die Artikel in den zwei großen Tageszeitungen „El Pais“ und „La Vanguardia“ besonders zu nennen. Mit der AUA Madrid und dem spanischen Reiseveranstalter Turavia setzte der WFVV die Werbeaktion „Ven a Viena“, die im Herbst 1985 begonnen worden war, fort. Aus einem Gesamtbudget von rund einer halben Million Schilling wurden eine umfangreiche Insertionskampagne mit insgesamt 23 Einschaltungen in 9 Medien sowie ein Faltprospekt mit einer Auflage von 50.000 Stück finanziert. Anlässlich des neuen AUA-Fluges unterstützte der WFVV eine Wien-Woche im Hotel Ritz in Barcelona durch Entsendung der Wiener Walzermädchen sowie durch eine Ausstellung aktuellen Schmuckdesigns, die von der Wiener Galerie V+V zusammengestellt wurde. Bei der Publikums- und Fachmesse FITUR in Madrid (28. Jänner bis 29. Februar) war der WFVV gleichfalls vertreten. Außerdem nahm der Verband zum ersten Mal an der Publikums- und Fachmesse Rodatur in Barcelona teil (9. bis 13. April).

Die Nächtigungszahlen der Touristen aus Ungarn sind seit 1978 mit Ausnahme des Jahres 1983 ständig gestiegen und erreichten 1985 ihr Maximum. Dies wurde 1986 nicht erreicht (–9%), somit brachte das Vorjahr das zweitbeste Ergebnis im 10-Jahres-Überblick. Der Rang 5 in der Nationenwertung wurde gehalten, der Anteil an den gewerblichen Nächtigungen betrug 5,3 Prozent. In Zusammenarbeit mit dem Budapester Reisebüro OTP-Penta-Tours, 1983 von der ungarischen Landessparkasse OTP und dem Wiener Reisebüro Penta-Tours gegründet, organisierte der WFVV vom 6. bis 14. März Wien-Präsentationen in Budapest, Pecs, Szeged, Kecskemet und Miskolc-Tapolca. Sie bestanden aus Pressekonferenzen und Galadinnern. Gäste sowie Medien hoben hervor, daß noch kein anderes westliches Land solche Veranstaltungen in ungarischen Provinzstädten ausgerichtet hat. Die Galadinnern — für zahlende Gäste! — waren komplett ausverkauft, es spielte das Wiener Salontrio. Bei der Ferienmesse Utazas in Budapest (14. bis 19. März) war der WFVV durch einen Wien-Tisch, der gemeinsam mit der Donauturm-GesmbH. aufgestellt wurde, im Fachbesucherbereich vertreten. Ebenso nahm die Marktbetreuerin an der 3. Donaubörse in Budapest (9. bis 11. Oktober) teil, zu der 75 Aussteller aus sechs Donauländern gekommen waren.

Die Angst vor Terroranschlägen und die Dollarschwäche führten 1986 in allen europäischen Städten zu einem beträchtlichen Rückgang der Touristen aus den USA. Da das Jahr 1985 besonders gute Ergebnisse gebracht hatte (in Wien kam es mit 809.000 US-Übernachtungen zu einem absoluten Rekord), war die Trendwende umso stärker zu spüren. Wien lag dabei mit –51 Prozent noch „besser“ als Florenz (–58%) und Rom (–59%) und praktisch gleich mit Paris (–47%). In Amsterdam (–34%), Kopenhagen (–28%), Madrid (–41%), München (–33%), Stockholm (–30%) und Zürich (–28%) war der Rückgang geringer als in Wien. Im 10-Jahres-Vergleich sind die starken Schwankungen besonders deutlich zu erkennen. Das schlechteste Jahr war 1979 mit 360.000 US-Übernachtungen, das beste 1985. 1986 liegt mit 404.000 Übernachtungen im unteren Feld. In der Wiener Nationenwertung erreichten die Amerikaner damit den 4. Rang (1985: 2. Rang). Aufgrund der im Frühjahr 1986 bereits zu erkennenden Rezession im Gästeaufkommen aus den USA wurde im Einvernehmen mit der Spitzenhotellerie die USA-Sonderaktion 1986/87 geplant, die von der Stadtverwaltung durch die Bereitstellung von 20 Millionen Schilling ermöglicht wurde. Die Städte Salzburg und Innsbruck und der Wiener Flughafen beteiligten sich zusätzlich mit insgesamt 7,5 Millionen Schilling. Die Sonderaktion bestand aus zwei Teilen. Eine Wien-Salzburg-Innsbruck-Insatenserie in „The New York Times Magazine“, in „Business Week“ (nur in der in den „top ten metro markets“ erscheinenden Teilausgabe) und in „Newsweek“ umfaßte von Oktober 1986 bis März 1987 insgesamt 19 jeweils nur einmal geschaltete Sujets und positionierte Wien gemeinsam mit Salzburg und Innsbruck als exquisites, hochrangiges Reiseziel für den luxusbewußten Amerikaner. Der zweite Teil bestand in der Nutzung einer Tournee der Wiener Sängerknaben bzw. der Wiener Philharmoniker zu Galadinnern für VIPs aus dem Tourismus- und Medienbereich in insgesamt 25 Städten.

Die Organisation hatten The Fontayne Group, Los Angeles, und der WFVV mit Unterstützung der ÖFWV und der Handelsdelegierten in den USA über. Für die Sonderaktion wurden als Sonderausgabe der Verbandzeitschrift „Rendezvous Wien“ ein Wien-Salzburg-Innsbruck-Magazin mit 32 Farbseiten (Redaktion: Gerhard Markus und Wolfgang J. Kraus) sowie 1.000 Videokassetten eines 1985 mit WFVV- und ÖFWV-Unterstützung für American Express gedrehten Wien-Films produziert. Nach einer Erhebung der amerikanischen Fachzeitschrift „Travel Weekly“ waren nach dem Nüchternheitsrückgang von 1986 verstärkte Werbung und Öffentlichkeitsarbeit der primäre Wunsch, den die US-Reiseindustrie an die europäischen Destinationen richtete. Dieser Wunsch wird durch die USA-Sonderaktion '86/87 der Städte Wien, Salzburg und Innsbruck erfüllt. Für alle drei Städte ist es das erste Mal, daß sie mit einem in Relation zu ihrem Normalbudget großen Einsatz an Geld, aber auch an Zeit auf dem amerikanischen Markt auftreten. Die drei Städte leisten damit auch Werbung für ganz Österreich, zumal aus finanziellen Gründen bisher eine gesamtösterreichische Werbekampagne noch nicht realisiert werden konnte.

Als Glücksfall im schwierigen Jahr 1986 erwies sich die große Jugendstil-Ausstellung im New Yorker Museum of Modern Art mit dem Titel „Vienna 1900“ (3. Juli bis 21. Oktober 1986). Die Ausstellung verhalf Wien zu einer weiteren Verbesserung des Image. Der WFVV trat in diesem Zusammenhang als einer der Sponsoren des TV-Filmes „Vienna 1900“ auf, der im Public Broadcasting System (PBS), dem werbefreien Kultur-TV der USA, gezeigt wurde und unterstützte auch die Ankündigungen der Ausstellung im Fernsehen durch einen finanziellen Beitrag zu den Spots.

Im Rahmen der „routinemäßigen“ Medienbetreuung waren 1986 insgesamt 59 US-Medienvertreter in Wien zu begrüßen. 28 Journalisten, u. a. von den Zeitschriften „Chicago Tribune“, „Los Angeles Times“, „Houston Chronicle“, „Boston Business Magazine“ und „Travel Weekly“, wurden individuell betreut, die anderen waren Teilnehmer an Gruppenreisen von Europabus, Inter-Continental Wien sowie des Imperial-Hotels, an denen sich der WFVV organisatorisch und finanziell beteiligte. Die „routinemäßige“ Betreuung der Reisebüros umfaßte 1986 Workshops bzw. Präsentationen in Washington D.C., Bethesda und New York, die vom 11. bis 21. Februar mit Unterstützung der Österreichischen Botschaft in Washington und von PANAM veranstaltet wurden, wobei rund 180 RB-Agenten kontaktiert werden konnten. Vom 3. bis 15. Mai fand in Kooperation mit der ÖFWV Chikago und TWA eine „Mittelwesten-Verkaufstour“ nach Chikago, St. Louis, New Orleans und Houston mit „VIP-Luncheons“ und Workshops statt. Vom 8. bis 22. Juni wurden in Kooperation mit der ÖFWV Los Angeles und Lufthansa in Seattle, Sacramento, Los Angeles und San Diego Gespräche mit 260 RB-Vertretern geführt. Zur Betreuung des Kongreß- und Incentivegeschäfts nahm der WFVV an der

- ASAE-Tagung (American Society of Association Executives, 8. bis 15. März, Orlando/Florida, 3.000 Teilnehmer, 1.400 Aussteller);
- am ASAE Annual Meeting (9. bis 13. August, Washington DC, 4.000 Teilnehmer, Österreich-Empfang 13. August);
- an der IT & ME (Incentive Travel and Meetings Executive Show, Chikago, 22. bis 25. September, Empfang für Entscheidungsträger im Art Institute of Chicago durch den Handelsdelegierten) und
- an einer Tagung der ICPA (Insurance Conference Planners Association, Washington D.C., 4.—7. November 1986) teil.

Vom Referat Verkaufsförderung wurden insgesamt 89 Studiengruppen von Reisebüros mit durchschnittlich je 18 Personen sowie zusätzlich über 100 einzeln reisende Touristikvertreter bzw. Entscheidungsträger im Kongreß-tourismus betreut. Der WFVV beteiligte sich an insgesamt 25 Publikums- bzw. Fachmessen. In den Bereich der Verkaufsförderung fiel auch die Veranstaltung der Wiener Hospitality Suite bei der Austria Tourism Business (atb) in Wien, die jährlich stattfindet. 1986 stand dieser Abend im Zeichen des Prinz-Eugen-Jahres.

Vom Referat Werbung, Presse und PR wurden rund 600 Medienvertreter aus 27 Ländern betreut. Im Rahmen des schriftlichen Auskunftsdienstes wurden rund 14.000 Anfragen beantwortet, ferner rund 100 Flitterwöchner bzw. Hochzeitsjubilare zu einer Stadtrundfahrt eingeladen bzw. erhielten diese ein Wien-Souvenir in Form eines Buches oder einer Schallplatte. Drei Pressedienste (englisch, deutsch, französisch) werden monatlich weltweit an einzelne Journalisten, Redaktionen von Zeitungen und Zeitschriften mit Reiseberichterstattungen, an Fachmedien, Fremdenverkehrsorganisationen sowie behördliche und kulturelle Vertretungen Österreichs ausgesandt.

Die Veranstaltungsredaktion veröffentlicht monatlich eine Programmorschau für den Folgemonat und zweimal jährlich eine Vorschau auf Veranstaltungen, die in den nächsten 1½ Jahren stattfinden werden. Im PR-Bereich ist besonders die Aktion „Come and see friendly Vienna“ („Ich bin ein freundlicher Wiener“) hervorzuheben: Gemeinsam mit dem Flughafen Wien, Bilderland und der „Kronen-Zeitung“ schrieb der WFVV einen Fotowettbewerb aus, bei dem der Kleber mit der Aufschrift „Come and see friendly Vienna“ im Ausland an möglichst originellen Stellen anzubringen war. Die besten 51 Fotos von solchen „Einladungen nach Wien“ wurden am „Tag der offenen Tür“ im Rathaus sowie im Flughafen Wien ausgestellt.