

Wiener Fremdenverkehrsverband

Der Haushaltsplan des Wiener Fremdenverkehrsverbandes (WFVV) für das Jahr 1988 sah Einnahmen von 113,15 Millionen Schilling vor (davon für den Auskunftsdienst 5,450.000 S und für das Kongreßbüro 7,8 Millionen Schilling). Ein wesentlicher Bestandteil dieses Budgets sind die Einnahmen aus der Ortstaxe. Für 1988 waren im Voranschlag 60 Millionen Schilling vorgesehen. Von den Betrieben wurden im Verrechnungsjahr 1988 63,3 Millionen Schilling abgeführt; das bedeutet gegenüber 1987 einen Zuwachs von mehr als 8 Prozent. Diese Mehreinnahmen wurden mit Genehmigung der Fremdenverkehrskommission größtenteils (3 Millionen Schilling) zur Abdeckung der Kosten für dringend notwendige Auflagenerhöhungen bei nahezu allen vom WFVV produzierten Druckwerken herangezogen.

Ein weiterer wesentlicher Bestandteil des Budgets ist auch die Zuwendung der Stadt Wien. 37,3 Millionen Schilling (um fast 10 Millionen Schilling mehr als 1987) wurden 1988 für die Durchführung der offiziellen Auslandsveranstaltungen, die Miete des Bürohauses, Gehaltsrefundierungen sowie für diverse Sonderprojekte zur Verfügung gestellt, wie z. B. für die Aktivitäten anlässlich der Eröffnung neuer Linienflüge durch Lauda Air, die Herstellung eines neuen Wien-Filmes, die Fortsetzung der Wien-Informationskampagne für Österreich-Urlauber und der USA-Sonderaktion. Je 3,550.000 S kamen von der Wiener Handelskammer und der Stadt Wien für das Kongreßbüro (je 2,750.000 S) und den Auskunftsdienst (je 800.000 S). Zur verstärkten Bewerbung Wiens als Kongreßstadt trug die Internationale Amtssitz- und Konferenzzentrum Wien AG (IAKW AG) mit 2 Millionen Schilling bei. Erträge aus Wertpapieren und Zinsen (1,750.000 S), Provisionen und Gebühren aus der Zimmervermittlungstätigkeit in den Informationsstellen des Fremdenverkehrsverbandes (3,5 Millionen Schilling), diverse Einnahmen (Verkauf der Broschüre „Wien von A bis Z“, Inserateneinnahmen, Werbevereinbarungen usw.) von 1,3 Millionen Schilling sowie eine geringfügige Entnahme aus der Rücklage des Auskunftsdienstes (200.000 S) ergänzten die Einnahmenseite des Voranschlages 1988.

Auf der Ausgabenseite des Voranschlages 1988 entfielen auf den Bereich Werbung, Presse und PR 40,5 Millionen Schilling (35,8%), auf die Verkaufsförderung 13,6 Millionen Schilling (12,8%), auf die offiziellen Auslandsveranstaltungen 12 Millionen Schilling (10,6%) und auf Subventionen und Förderungsmaßnahmen 3,2 Millionen Schilling (2,8%), das sind 61,2 Prozent des Gesamtbudgets. Für Personalkosten (inklusive dem personalaufwendigen Auskunftsdienst) und den Sachaufwand (inklusive Werbegeschenke, Wien-Bälle im Ausland, Hausdruckerei, „Wien, eine Stadt stellt sich vor“, Reisekosten) waren 43,860.000 S, das sind 38,8 Prozent des Gesamtbudgets, vorgesehen.

Von 1985 bis 1988 wurde das Budget des Kongreßbüros durch die finanzielle Unterstützung der IAKW AG deutlich erhöht. Der Vertrag mit der IAKW AG lief mit Ende 1988 aus.

Der WFVV beschäftigte 1988 63 ständige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Davon waren elf Bedienstete (sowie in der Hauptsaison zusätzlich noch monatlich zehn bis zwölf Hostessen) in den Informationsstellen des Verbandes sowie drei Bedienstete aufgrund eines Kooperationsabkommens in den Informations- und Zimmervermittlungsstellen des Österreichischen Verkehrsbüros im Westbahnhof und am Flughafen im Einsatz.

612.879 Besucher konnten 1988 in den WFVV-Informationsstellen betreut werden. Gegenüber 1987 wurden jedoch nur in der Informationsstelle Opernpassage mehr Informationssuchende gezählt (403.181 Besucher, +11,5%). In die Informationsstellen West (126.139 Besucher, -6,6%), Süd (34.401 Besucher, -8,4%) und Flughafen (49.158 Besucher, -19,5%) kamen weniger Gäste. Während die schlechtere Frequenz im Süden und Westen auf die Umbauarbeiten der Triester Straße bzw. der Westeinfahrt (und die damit verbundenen Umleitungen, Staus usw.) zurückzuführen sein dürfte, wirkte sich im Flughafen vermutlich die „Konkurrenz“ durch die Niederösterreich-Information aus.

Gegenüber 1987 wurden in den Informationsstellen Süd (7.297, -9,5%), West (11.007, -7%) und Flughafen (2.995, -15%) auch weniger Zimmerreservierungen getätigt. Insgesamt wurden 21.299 (-9,1%) Reservierungen vorgenommen. In der — von der DDSG betriebenen — Informationsstelle im Schiffahrtszentrum konnten 1988 68.706 Besucher betreut und 729 Zimmervermittlungen getätigt werden.

Am 15. Dezember 1988 erblickte eine Tourist-Information das lang ersehnte „Tageslicht“. Die Informationsstelle Opernpassage konnte nach langjährigen Bemühungen in ein neues Lokal in der Kärntner Straße 38 verlegt werden.

Der WFVV betreibt im Vienna International Center (UNO-City) gemeinsam mit dem Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien das „Vienna Service Office“. Dieses Büro ist dreimal wöchentlich geöffnet und steht den zirka 3.500 ausländischen Bediensteten als Informations- und Beratungszentrum zur Verfügung.

Um illegales Parken von Touristenbussen in den Aus- und Einsteigzonen der Innenstadt zu verhindern, führten der WFVV und die Wiener Handelskammer zu Ostern und im Sommer 1988 eine Busbetreuungsaktion durch: Vom 26. März bis 7. April waren Wiener Fremdenführer mit tragbaren Telefonen bei der Albertina und am Hohen Markt postiert und informierten die Busfahrer über freie Kapazität auf regulären Parkplätzen. Die Wiener Polizei unterstützte die Aktion. Dabei wurde wegen dringenden Bedarfs eine Kurzparkzone in Staatsopernnähe, nämlich in der Babenbergerstraße, eingerichtet. Aufgrund der guten Bewährung dieses Systems wurde die Aktion vom 20. Mai bis 30. September an den Punkten Albertina, Hoher Markt/Morzinplatz und Babenbergerstraße weiter-

geführt. Statt der Fremdenführer wurden sprachkundige Studenten eingesetzt, die auch für rasche Bekanntmachung des neu installierten Busparkplatzes im Prater (Messeparkplatz) sorgten, von dem die Busse telefonisch abrufbar sind. Im Bereich Babenbergerstraße erwiesen sich die Maßnahmen trotz Einsatzes ungarisch sprechender Betreuer als weniger effizient, sobald kein Polizeieinsatz vorhanden war, da eine Invasion ungarischer Busse diesen Bereich förmlich überrollte. Erfolgreich war die Arbeit an den beiden anderen Haltestellen sowie die Freihaltung der Lothringerstraße durch die Polizei. Die Kosten der Betreuungsaktion wurden zu zwei Dritteln vom WFVV und zu einem Drittel von der Wiener Handelskammer getragen.

Der Arbeitsbereich der Administration umfaßt auch die Betreuung der Fachausschüsse Gastronomie und Beherbergung, die Bearbeitung der (1988: 60) Beschwerden über Beherbergungs- und Gastronomiebetriebe, die Hausdruckerei, die Hausverwaltung, die Erstellung der Druckunterlagen für Hotellisten und Gastronomieverzeichnisse, die Betreuung und Erweiterung der EDV-Anlage.

Die vom Referat Auslandsveranstaltungen zusammengestellte, etwa 800 m² umfassende Fotoausstellung über Wien wurde 1988 anlässlich des 40-Jahr-Jubiläums der Triester Messe in Triest gezeigt. Die kleinere Wien-Ausstellung „Wiener Impressionen“ wurde im Sommer in Montreal und im Dezember anlässlich eines großen Wien-Balls in Paris gezeigt. Weiters wurde 1988 die 1987 produzierte Musik-Ausstellung „Vienna in Concert“ für eine Kanada-Tournee eingesetzt.

Die ebenfalls 1987 fertiggestellten Karikaturenpuppen „Wiener Typen“ nach Entwürfen der Karikaturisten Sokol, Eibl, Deix, Pitter und Nescher wurden 1988 in Mailand und Triest gezeigt.

Im Juni 1988 wurde „Location Vienna“ — der Werbefilm, den der WFVV mit einem von der Stadt Wien bewilligten Sonderbudget produzieren ließ — fertiggestellt. Er war von dem mehrfach für touristische Werbefilme preisgekrönten Team Dieter Pochlatko (Produzent, EPO-Film)/Curt Faudon (Drehbuch und Regie) in neunmonatiger Drehzeit hergestellt worden. „Location Vienna“, vom WFVV als notwendige Ergänzung zu seinen eher konservativ gehaltenen Werbefilmen geplant, ist überraschend und unkonventionell. Mit intellektuellem Touch und subtilem Understatement in bezug auf typische Tourismusklišees ist er auf jüngere, stark an Modetrends orientierte Zielgruppen zugeschnitten, deren Bedeutung im Städtetourismus ständig wächst. Seine dramaturgische Aufbereitung macht den Film weltweit ohne Synchronisation einsetzbar. Location Vienna liegt in drei Versionen auf: als 15minütige Langfassung (16-mm-Film), als 8minütige Kurzfassung (16-mm-Film) und als 4minütiger Videoclip zum von Gerd Schuller komponierten Titelsong. Alle Versionen sind auch als Videos (VHS, U-Matic) in allen Normen verfügbar.

„Location Vienna“ wurde mittlerweile mit mehreren Preisen bei Tourismus-Filmfestivals ausgezeichnet: dem Grand Prix (1. Preis) beim Tourfilm-Festival '88 in Karlsbad; dem 1. Preis beim FITCOM-Festival in Tarbes/Frankreich, wo er noch zusätzlich den Preis für die beste Filmmusik und den Ehrenpreis des Präsidenten der Republik errang; dem 1. Preis der Fachjury und dem 1. Preis der Publikumswertung beim Filmwettbewerb der ausländischen FV-Verbände in Caracas/Venezuela. Den Preis für die beste Fotografie (er ist gleichzeitig der 2. Preis der Gesamtwertung) erhielt „Location Vienna“ in Montecatini Terme/Italien.

Derzeit befinden sich rund 400 Videokassetten und 20 Filmkopien von „Location Vienna“ international im Umlauf. Alle Zweigstellen der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (ÖFVW), auch die ehrenamtlichen mit Tourismusfachkraft, sind damit ausgestattet. Diverse kommerzielle Rundfunkanstalten haben ihn bereits gezeigt, wie z. B. Tele 5/München, Télé Monte Carlo, Telezitig/Zürich und Televerhet/Stockholm. Der Film lief als ständiger „Vorspann“ bei den Österreichischen Filmtagen in Tokio und wird auch im Dauerbetrieb auf dem DDSG-Luxusschiff „Mozart“ gezeigt. Austrian Airlines plant den Einsatz der achtminütigen Version im Bordprogramm. Der WFVV setzt den Film weltweit bei Präsentationen und Sonderaktionen ein und stellt ihn auch der Hotellerie, Reisebüros, Fluglinien und anderen Interessenten, die ihn bei eigenen Veranstaltungen einsetzen wollen, leihweise zur Verfügung bzw. verkauft ihn gegen Ersatz der Kopierkosten.

Der Österreichische Presse- und Informationsdienst in New York produzierte 1988 gemeinsam mit der Filmproduktionsfirma Metropolitan Arts New York die halbstündige Dokumentation „Biedermeier in Austria“ für das amerikanische öffentlich-rechtliche TV-Programm PBS. Der WFVV war Kosponsor des Projekts, das das US-Publikum auf diverse 1990 in den USA geplante Biedermeier-Ausstellungen (mit starkem Wien-Bezug) einstimmen soll. Erstmals wird der zum Teil in Wien gedrehte Film 1989 im PBS-Hauptabendprogramm ausgestrahlt.

Bei der Entstehung eines TV-Films der amerikanischen CBS/Broadcast Group über Franz Schubert leistete der WFVV Unterstützung in organisatorischer Hinsicht (Drehgenehmigungen, Kontaktvermittlungen usw.) und durch die teilweise Übernahme der Nächtigungskosten des Regisseurs in Wien. Die auch von der ÖFVW New York gesponserte Produktion wurde im Winter 1988 in zwei Teilen amerikaweit ausgestrahlt.

Im April 1988 veröffentlichte der WFVV eine Liste behindertenfreundlicher Hotels als Zusatz zur offiziellen Hotelliste. Darin sind 36 Hotels bzw. Pensionen enthalten, die speziellen Anforderungen für Behinderte genügen. Die 12seitige Broschüre im Folder-Format (Erstauflage: 5.000 Stück) entstand in Zusammenarbeit mit dem Club Round Table 14 Wien. Die Mitglieder dieser sozial engagierten Vereinigung erstellten die Kriterien für die Bewertung der Betriebe und überprüften selbst sämtliche Häuser danach. Der WFVV trug die Kosten für Graphik und Druck.

Seinen bisherigen Jugend-Folder „Wien live“ legte der WFVV in abgeänderter Form und unter dem Titel „Jugend-Szene Wien“ neu auf: Die Publikation präsentiert sich nunmehr als Zeitung (im A4-Format mit farbiger Titelseite), ist mit Fotos und flottem Layout gestaltet und inhaltlich aktualisiert (Tips für günstige Übernachtungsmöglichkeiten, den öffentlichen Verkehr, Sightseeing, Gast- und Kaffeehäuser, „In“-Lokale, Kinos, Galerien, Buchhandlungen, Wandern, Baden, Radfahren, Kulturangebot usw.). Sie liegt in einer deutsch/englischen und einer französisch/italienischen Version auf.

In dem auf Anregung von Vizebürgermeister Mayr entstandenen Arbeitskreis Jugendtourismus wurde ausführlich über die Möglichkeiten zur Errichtung einer Jugend-Informationsstelle im Stadtzentrum beraten. Der zunächst in Aussicht genommene Standort in der Karlsplatzpassage erwies sich wegen zu hoher Umbaukosten als ungünstig. Die Jugend-Info soll daher in der zur Zeit im Bau befindlichen U-Bahn-Passage bei der Bellaria errichtet werden.

Das Kongreßbüro des Wiener Fremdenverkehrsverbandes betreibt seit 1971 die systematische Akquisition von Kongressen und Tagungen. Finanziell wurde bzw. wird die Kongreßarbeit des WFVV von der Stadt Wien, der Wiener Handelskammer und bis 1988 auch von der IAKW AG getragen. Diese drei Institutionen bilden auch den Fachausschuß für Kongreßförderung, der 1988 insgesamt viermal tagte und 68 Förderungsansuchen zu beraten hatte.

Zwölf Kongreß- bzw. Incentive-Studiengruppen mit insgesamt 167 Teilnehmern aus acht Ländern wurden 1988 vom Kongreßbüro in Wien betreut. Es sind dies Entscheidungsträger von Kongreßveranstaltungen (wissenschaftliche bzw. Wirtschaftsorganisationen, Berufsgruppenvereinigungen usw.) und Firmen (potentielle Incentive-Kunden), denen im Rahmen von „Inspectiontrips“ Wiens Kongreß- und Incentive-Möglichkeiten vorgestellt wurden.

Das Insertionsvolumen wurde 1988 reduziert. Der Schwerpunkt lag wie in den vergangenen Jahren bei amerikanischen Fachmedien. In Publikationen wie „Corporate Meetings & Incentives“, „Successful Meetings“, „AM Best's Insurance Guide“, „Sales Motivation“, „Meetings & Conventions“ und „Medical Meetings“ wurden jeweils drei Inserate geschaltet. Am europäischen Markt wurden vor allem „Conferences & Exhibitions“, „Meetings & Incentives“, „Tagungswirtschaft“ und „Incentive-Journal“ berücksichtigt. Die Gestaltung der Inserate oblag dem Referat Werbung.

Von den Veranstaltungen ist besonders der 49. internationale Skäl-Kongreß vom 21. bis 26. November 1988 im Austria Center Vienna zu nennen. Rund 1.000 hochrangige Tourismusmanager aus 50 Ländern nahmen daran teil. Die Skäl-Bewegung ist eine weltweite Verbindung, in die nur derjenige Aufnahme findet, der mindestens fünf Jahre in leitender Position im touristischen Bereich tätig ist. Ihre jährlich abgehaltenen internationalen Kongresse wirken sich stets sehr positiv auf den künftigen Verkauf der jeweiligen Veranstaltungsdestination aus. Der WFVV unterstützte den Kongreß, und sowohl der Geschäftsführer als auch dessen Stellvertreter waren im Organisationskomitee tätig.

Der WFVV bietet auch Firmen außerhalb der Fremdenverkehrsbranche, die Qualitätsprodukte mit Wien-Bezug exportieren, seine Zusammenarbeit bei Werbe- und PR-Aktionen in für beide Teile interessanten Märkten an. Form und Ausmaß dieser Kooperation richten sich nach dem individuellen Projekt. Die Palette reicht dabei von Beteiligungen des WFVV bei der Produktion von Werbemitteln mit Wien-Sujets über gemeinsame Promotions in Medien bis zur Beistellung von WFVV-Dekorations-, Werbe- und Informationsmaterial.

1988 kam es, wie schon im Jahr zuvor, wieder zu einer Zusammenarbeit mit dem Papierhersteller Neusiedler AG. Diesmal gestaltete er seinen Stand auf einer der größten Papiermessen Europas, der CEBIT in Hannover (März 1988), als Wiener Kaffeehaus. Der WFVV stellte Dekorationsmaterial dafür bereit, u. a. eine Johann-Strauß-Statue sowie die letzten Ausgaben seiner Vierteljahres-Zeitschrift „Rendezvous Wien“. Zu dieser Messe kommen viele Führungskräfte renommierter Firmen aus aller Welt wie IBM, Rank Xerox usw. Sie alle erhielten beim Neusiedler-Stand auch repräsentative Prospekte bzw. Broschüren des WFVV.

Der schwedische Konzern Elektrolux wählte Wien als Incentive-Destination für seine jährlich ermittelten 100 besten Verkaufsleiter — gemessen am Umsatz. Während dieses 1988 gelaufenen Wettbewerbs wurden 150 Geschäfte in Deutschland mit vom WFVV zur Verfügung gestellten Wien-Plakaten dekoriert.

Mit 15. Dezember 1988 übersiedelte die zentrale Tourist-Informationsstelle des WFVV von der Opernpassage, wo sie seit 1956 — zuletzt bei starkem Platzmangel — eingerichtet war, in ein neues Lokal. An der repräsentativen Adresse Kärntner Straße 38 befindet sie sich nun direkt am meistfrequentierten „Eingang“ zur Altstadt. Im neuen Lokal stehen dem WFVV 33 m² und ein Schaufenster zur Verfügung, die Einrichtung wurde vom Architekturbüro Emil S. Lusser im postmodernen Stil entworfen. Die Gesamtkosten der Übersiedlung betragen rund 1 Million Schilling. Die zentrale Tourist-Information wird äußerst stark frequentiert, 1988 wurden ihre Services von 400.000 Besuchern in Anspruch genommen. Zusätzlich zu ihren bisher erbrachten Dienstleistungen (Auskunft und Beratung für Wien-Besucher sowie Gratisabgabe von Informationsunterlagen) vermittelt die Informationsstelle auf Anregung der Wiener Handelskammer nunmehr auch Hotelzimmer, so daß ankommenden Wien-Besuchern nicht nur am Stadtrand bzw. in den Bahnhöfen, sondern auch im Zentrum eine neutrale, offizielle Zimmervermittlung zur Verfügung steht. Unverändert blieben die Öffnungszeiten der Tourist-Information — täglich von 9 bis 19 Uhr.

Im Referat Verkaufsförderung vertreten fünf MarktbetreuerInnen, unterstützt von drei Assistentinnen, die touristischen Interessen Wiens direkt auf den einzelnen Märkten. Durch die Organisation von Messe- und Kongreß-

beteiligungen, Wien-Workshops und -Präsentationen sowie Verkaufsreisen sorgen sie weltweit für Wiens Marktpräsenz. 1988 wurden von den Mitarbeitern der Verkaufsförderung und des Kongreßbüros rund 550 Reisetage für diese Tätigkeiten aufgewendet. Insgesamt wurden 1988 84 Reisebürostudiengruppen mit 1.623 Teilnehmern organisiert und in Wien betreut. Herausragende Ereignisse waren die Tagung des Katalanischen Reisebüroverbandes in Wien mit rund 200 Teilnehmern, die DER-Jahrestagung mit rund 700 Teilnehmern und die ASTA-Postconvention-Tour nach Wien mit rund 500 Teilnehmern. Zusätzlich wurden rund 140 einzeln reisende Touristikvertreter bzw. Entscheidungsträger im Kongreßtourismus in Wien über das touristische Angebot informiert. Der Wiener Fremdenverkehrsverband beteiligte sich an insgesamt 65 Publikums- und Fachmessen bzw. Workshops.

In den Bereich der Verkaufsförderung fiel auch die Veranstaltung der Wiener Hospitality Suite anlässlich der „Austrian Travel Business“ (atb) in Wien. 1988 fand die Veranstaltung unter dem Motto „Swinging Vienna – The Music Line“ wieder im Metropol statt.

1988 wurden vom Referat Werbung, Presse und Public Relations Vertreter von rund 530 Medien aus 33 Ländern vom WFVV in Wien betreut. Darunter waren 337 einzelne Journalisten bzw. Fotografen, 23 Journalistengruppen, 19 Rundfunkteams und 45 TV- und Videoteams. Nicht enthalten in diesen Zahlen sind oft sehr umfangreiche Betreuungen (schriftlich, telefonisch) von Medien, die keinen Vertreter zu persönlichen Recherchen nach Wien entsandten. Diese Fälle sind zahlenmäßig nicht erfaßt, bezüglich Häufigkeit und Zeitaufwand jedoch beträchtlich.

Im Rahmen des schriftlichen Auskunftsdienstes wurden rund 16.300 Anfragen beantwortet, und 85 Flitterwöchner bzw. Hochzeitsjubilare wurden mit einer Stadtrundfahrt bzw. einem Wien-Souvenir (Buch, Schallplatte) beschenkt.

Drei Pressedienste (englisch, deutsch, französisch) werden monatlich weltweit an Einzeljournalisten, Redaktionen von Zeitungen und Zeitschriften mit Reiseberichterstattung, Fachmedien, Fremdenverkehrsorganisationen sowie behördliche und kulturelle Vertretungen Österreichs ausgesandt: „Wien informiert“ ergeht an 2.000 Adressen, „Vienna calling“ an 1.000 Adressen und „Ici Vienne“ an 100 Adressen.

Die Veranstaltungsredaktion veröffentlicht monatlich eine Programmübersicht für den Folgemonat und zweimal jährlich eine Übersicht auf Veranstaltungen für die nächsten eineinhalb Jahre. Zusätzlich wird vierteljährlich ein Informationsblatt mit einer Übersicht auf die wichtigsten Kulturereignisse produziert (Auflage: 25.000 Stück) und der Hotellerie bzw. dem Österreichischen Bundestheaterverband für eventuelle Mailings, als Beilage zur Korrespondenz mit Kunden und dergleichen zur Verfügung gestellt.

Dem Referat obliegt weiters die Gestaltung sämtlicher Inserate. Mit Ausnahme der Kongreßinserate, für deren Schaltung das Referat Verkaufsförderung, Kongreßbüro verantwortlich ist, wird auch der weltweite Schaltplan für die Insertion des WFVV vom Referat erstellt. Zu den vom Referat durchgeführten Aktionen gehören auch die Sommer- und Winterwerbung, die Projekte Jugendtourismus, Hotel-Sonderservices, Kooperation mit der Exportwirtschaft, Mozartjahr 1991 und das Filmprojekt sowie die Wien-Informationenkampagne für Österreich-Urlauber. Die vom Referat produzierten Informationsunterlagen und Werbemittel werden in einem eigenen Werbemittelkatalog publiziert, zusätzlich stellt das Referat Unterlagen für Pressekonferenzen im In- und Ausland her und betreut spezielle – zeitlich bzw. geographisch begrenzte – Aktionen.

Unter dem Vorsitz von Vizebürgermeister Hans Mayr veranstaltete der WFVV am 6. Juni 1988 die Wiener Fremdenverkehrsenquête im Rathaus. Bei dieser in mehrjährigen Abständen stattfindenden Veranstaltung lädt der WFVV Experten der Wiener Tourismusbranche ein, in Arbeitskreisen Maßnahmen für die Zukunft des Wien-Tourismus vorzuschlagen, zu diskutieren und somit an der Entwicklung eines Aktionsprogramms für das künftige Marketing mitzuwirken. Diesmal wurden außerdem die wichtigsten Ergebnisse der WIFO-Studie über „Längerfristige Entwicklungsperspektiven des Wiener Fremdenverkehrs“ vom Leiter des Projekts, Dr. Egon Smeral, referiert. Rund 180 Experten waren der Einladung gefolgt und berieten in vier Arbeitskreisen über touristisches Marketing, Kongreß- und Incentivegeschäft, Fremdenverkehr und Kultur und Innovationen. Die daraus resultierenden Entschlüsse wurden von der Wiener Fremdenverkehrskommission am 29. Juni 1988 bestätigt und stellen das „Aktionsprogramm für den Wien-Tourismus“ dar.

Seit Winter 1988/89 publiziert der WFVV zweimal jährlich ein Wien-Journal unter dem Titel „Winter-Szene Wien“ bzw. „Sommer-Szene Wien“, das die jeweils bevorstehende Winter- bzw. Sommersaison bewirbt. Dieses Journal wird in den Sprachversionen Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch als zentrales Medium bei den saisonalen Werbekampagnen eingesetzt. Die erste Winter-Ausgabe erschien im September 1988, das erste Sommerheft liegt seit Jänner 1989 auf. Die jeweils 28seitigen Journale im A4-Format mit attraktiven Farbfotos und trendigem Layout enthalten Wiens kulturelle und gesellschaftliche Veranstaltungen der Winter- bzw. Sommersaison sowie Shopping-Tips und praktische Hinweise für Wien-Besucher. Der Schreibstil ist journalistisch gehalten: In Artikeln, Feuilletons, Glossen, Interviews, Gastkommentaren und Kurznotizen wird der Leser auf unterhaltsame Weise über Veranstaltungshighlights der jeweiligen Saison, deren Termine, Kontaktadressen, fallweise auch Preise, informiert. Das Wien-Journal wurde vom WFVV in Zusammenarbeit mit der Agentur Gould & Cargill produziert, ihr oblag das Layout, teilweise auch die Drucküberwachung und die Fotorecherche. Eine Doppelseite des Journals wird vom WFVV regelmäßig Reiseveranstaltern in wichtigen Märkten zur Mutation angeboten: Sie erhalten so die Möglichkeit, eigene Packages in dem Journal zu vermarkten und steigern durch Auflage der mutierten Hefte in ihren

Verkaufsstellen die Streuung des Journals. Für die Verbreitung des Journals in den Hauptmärkten des Wien-Tourismus sorgen neben dem WFVV die Zweigstellen der ÖFVV und die Büros von Austrian Airlines. Außerdem stellt der WFVV das Journal der Wiener Hotellerie für Mailings an Stammkunden usw. zur Verfügung.

Die im Auftrag von Stadtverwaltung und Zentralsparkasse vom Wirtschaftsförderungsinstitut (WIFO) durchgeführte Untersuchung über „Längerfristige Entwicklungsperspektiven des Wiener Fremdenverkehrs“, bei der der WFVV beratend beigezogen war, wurde im Frühjahr 1988 abgeschlossen. Sie stellt unter anderem fest, daß der durchschnittliche Wien-Tourist einkommensstärker und jünger ist als der durchschnittliche Österreich-Urlauber und häufiger aus größeren Städten kommt. Unter den Gründen für einen Wien-Besuch dominieren der Wunsch, die Stadt zu besichtigen und ihre Atmosphäre zu genießen, bzw. kulturelle Motive. In der Beurteilung Wiens wurden von Besuchern als Stärken das Stadtbild, die Atmosphäre, das Kulturangebot und die Gastronomie hervorgehoben. Als Schwächen wurden der Verkehr, die Preise, die Öffnungszeiten der Museen und anderer Sehenswürdigkeiten sowie insbesondere die Ladenschlußzeiten genannt.

In der längerfristigen touristischen Entwicklung Wiens wird in der Studie mit einem jährlichen Nächtigungsanstieg um durchschnittlich 4 Prozent bis ins Jahr 2000 gerechnet. Daraus ergibt sich für 2000 ein Nächtigungsvolumen von 10 Millionen. Dies würde, so wird in der Studie prognostiziert, zu einer Überlastung der klassischen Sehenswürdigkeiten sowie der vom Tourismus vornehmlich betroffenen Stadtteile führen. Es wird daher empfohlen, in der zukünftigen Fremdenverkehrspolitik einen Übergang von mengenorientierten zu qualitätsorientierten Marketingstrategien zu fördern. Beim Ausbau des touristischen Angebots sollte durch Erschließung noch ungenützter Stadtteile und Einbeziehung der Umgebung Wiens einer allzu hohen Konzentration der Besucherströme auf das Stadtzentrum vorgebeugt werden. Neben einer Flexibilisierung der Öffnungszeiten von Kultureinrichtungen wird die Schaffung touristischer Attraktionen im weniger kulturorientierten Vergnügungs- und Unterhaltungssektor empfohlen, ebenso die Etablierung eines leistungsfähigen „Park-and-Ride-Systems“ zur Reduzierung des touristischen Verkehrsaufkommens in den inneren Bezirken.

Als Basis für die Winterwerbung dienten dem WFVV 1988 die Ergebnisse einer Umfrage bei Fremdenverkehrsfachleuten (Wiener Hoteliers, Reisebüromanager, Marketingexperten und maßgebliche Mitarbeiter der ÖFVV), die er im Mai 1988 durchführte. Mit einem standardisierten Fragebogen wurden über 90 Fachleute telefonisch zur Winterwerbung befragt. Die wichtigsten Ergebnisse: Wien hat spezielle werbliche Unterstützung der Wintersaison nötig. Sie hätte besonders in den Nahmärkten, allen voran Italien und Deutschland, gute Erfolgchancen. Wichtigste Zielgruppen sind 30- bis 50jährige mit gehobenem Einkommen bzw. Kulturinteressierte. Bei den Werbeinhalten sollte vor allem das kulturelle Angebot im Vordergrund stehen, außerdem sollte nicht mit Preisargumenten geworben werden, sondern mit der Originalität des Gesamtangebotes.

Anhand dieser Einschätzungen der Wiener Branche konzipierte der WFVV eine Werbekampagne mit dem Journal „Winter-Szene Wien“ als zentralem Medium. Es ist in Erscheinungsbild, Stil und Inhalt auf die Ergebnisse der Umfrage zugeschnitten, wurde in den Sprachen Deutsch, Englisch, Französisch und Italienisch aufgelegt und mit einem Sonderbudget der Stadt Wien finanziert. Eine Doppelseite des ansonsten auf Wiens kulturelles Winterangebot konzentrierten Journals wurde Packages von Wiener Incoming-Reisebüros bzw. Hotels gewidmet. Diese Doppelseite bot der WFVV auch Reiseveranstaltern in wichtigen Märkten für eigene Wien-Arrangements an. Der große deutsche Reiseveranstalter DERTOUR, der österreichische Reiseveranstalter Mondial und das Reisebüro der französischen Kaufhauskette Printemps nutzten diese Gelegenheit.

Schwerpunkt der Werbekampagne war Deutschland, wo das Journal mit insgesamt rund 50 Inseraten in neun wichtigen Tageszeitungen, darunter „Frankfurter Allgemeine Zeitung“, „Süddeutsche Zeitung“, „Die Welt“ und „Die Zeit“, beworben wurde. Dabei wurden die deutschen ÖFVV-Zweigstellen als Bezugsquelle angegeben sowie die rund 1.500 DERTOUR-Filialen bzw. -Partner-Reisebüros, in denen 100.000 Stück der DER-Journalmutation auflagen. DERTOUR führte außerdem gemeinsam mit dem WFVV im November eine Schaufenster-Aktion durch: In 500 seiner Filialen wurde ein Schaufenster zur Gänze Wien und der „Winter-Szene“ gewidmet. Die Inserate enthielten auch einen Coupon für die schriftliche Bestellung des Journals. Diese Kampagne löste in Deutschland einen regelrechten „Run“ auf die „Winter-Szene Wien“ aus. In der ÖFVV München, die die „Zentralversorgung“ Deutschlands übernommen hatte, spricht man vom meistgefragten Prospekt aller Zeiten. Es wurden dort rund 55.000 Exemplare abgefertigt. Darin sind sowohl persönliche und telefonische Anforderungen enthalten als auch solche per Coupon, nicht aber die DERTOUR-Mutation.

Zusätzlich schrieb der WFVV in der Novembernummer der „Schönen Welt“, dem Magazin der Deutschen Bundesbahn, ein „Wiener Winter-Szene-Gewinnspiel“ aus. Hauptpartner waren Ameropa (der Reiseveranstalter der Deutschen Bundesbahn), die österreichische Sektkellerei Schlumberger, die Casinos Austria und das Dorotheum. Hauptpreis war ein Wien-Aufenthalt mit Opernball-Besuch. Auch von der Augarten-Porzellanmanufaktur, den Austria-Hotels, der Confiseriefirma Hofbauer und vom Verlag Ueberreuter wurden Preise gestiftet. Mit der „Schönen Welt“ beigehefteten Postkarten konnte man die „Winter-Szene Wien“ bestellen bzw. am Gewinnspiel teilnehmen: 54.000 Einsendungen wurden verzeichnet.

Eine weitere Mutation der „Winter-Szene Wien“ (Auflage: 30.000 Stück) legte der österreichische Reiseveranstalter Mondial in den Büros seiner deutschen Reisebüro-Partner auf.

Im Großraum Paris verteilte das Reisebüro der französischen Kaufhauskette Printemps eine Journal-Mutation (Auflage 10.000) mit seinen Wien-Packages. In Italien führte der WFVV gemeinsam mit der ÖFVW Rom ein Mailing des Journals an rund 6.000 selektierte Adressen durch. In Großbritannien gab es ein Mailing mit der Anglo Austrian Society an 7.000 Adressen englischer Society-Mitglieder und anderer Österreich-Fans. Außerdem wurde das Winterjournal von den ÖFVW-Zweigstellen in den Hauptmärkten des Wien-Tourismus sowie von den meisten Austrian-Airlines-Büros verteilt.

Die Aktion „Zahle 2 Nächte — bleibe 3“ wurde 1988 wie schon im Jahr davor gemeinsam mit der Fachgruppe Beherbergung der Wiener Handelskammer durchgeführt. 131 Wiener Hotels bzw. Pensionen beteiligten sich daran, und der WFVV hob sie in all seinen saisonbezogenen Publikationen, insbesondere in der Winter-Hotelliste und selbstverständlich in der „Winter-Szene Wien“, hervor.

Der arabische Raum wird vom WFVV seit 1983 systematisch betreut. Da das Nächtigungsaufkommen aus diesem Markt vom Österreichischen Statistischen Zentralamt erst seit Mitte 1985 gesondert ausgewiesen wird, lassen sich noch keine langfristigen Trends nachweisen. Von 1986, dem ersten statistisch zur Gänze erfaßten Jahr, bis 1988 stiegen die Nchtigungen von 57.000 auf 83.000. 1988 ergab dies einen Anteil von 1,4 Prozent an den gewerblichen Nchtigungen in Wien. Über die Hälfte der Nchtigungen arabischer Gäste wurden in Hotels der Luxuskategorie absolviert.

Die vom WFVV gemeinsam mit der österreichischen Niederlassung des arabischen Verlages „Tihama“ produzierte Wien-Broschüre wurde 1988 neu aufgelegt (10.000 Stück).

1988 gründete die Ärztekammer für Wien die Servicestelle für ausländische Patienten. Diese informiert Interessenten in neutraler und nichtkommerzieller Weise über die Möglichkeiten und Kosten medizinischer Betreuung sowie über Gesundheitsvorsorge, Kureinrichtungen und ähnliche Angebote in Wien. Sie sorgt für die Bearbeitung aller Anfragen, die Weiterleitung von Patienten an die passenden Krankenhäuser bzw. Kliniken und die muttersprachliche Betreuung während des Aufenthaltes. Der WFVV leistete dieser Institution finanzielle Starthilfe. Die Servicestelle beschäftigt sich derzeit vornehmlich mit Fragen von Patienten aus dem arabischen Raum, da von dort aufgrund des hervorragenden Rufes der Wiener Medizin die größte Nachfrage herrscht. Dementsprechend publizierte die Servicestelle auch ihr erstes Informationsblatt in Arabisch. Der WFVV ließ der Wiener Hotellerie Serviceblätter zur Weiterleitung an arabische Gäste zukommen. Inserate wurden 1988 in dem in allen arabischen Staaten verbreiteten Reisemagazin „Arab Traveller Guide“, in einer Österreich-Beilage der im arabischen Raum stark verbreiteten Tageszeitung „Khaleej Times“ und in dem Reiseführer in arabischer Sprache „Austrian Guide to the Arab World“ eingeschaltet. Drei Medienvertreter aus Saudi-Arabien, dem Land mit dem größten Reisepotential der arabischen Golfstaaten, wurden vom WFVV gemeinsam mit dem Bundespressedienst bzw. mit der AUA in Wien betreut, ebenso zwei Studiengruppen mit insgesamt 23 Reisebürorepräsentanten, die sich über Wiens touristisches Angebot informierten.

Eine Wiener Wirtschaftsdelegation unter der Patronanz von Bürgermeister Dr. Helmut Zilk bereiste 1988 (15. bis 23. Jänner) Saudi-Arabien sowie die Vereinigten Arabischen Emirate, und der WFVV nahm dabei die touristischen Belange wahr. In Riyadh, Jeddah und Abu Dhabi wurde bei dieser Gelegenheit Reisebürovertretern eine speziell für Arabien adaptierte Fassung eines Wien-Kurzfilms präsentiert.

Seit 1984 entwickelte sich der Markt in Australien rückläufig; auch 1988 konnte dieser Trend nicht gebrochen werden. In der Nationenliste stehen die Australier mit 1 Prozent Anteil an den gewerblichen Nchtigungen wie schon im Jahr davor auf Rang 18. Die Australier bevorzugen Individualreisen, werden vom Dollarkurs beeinflusst und neigen zu billigeren Unterkünften. Von den in der zweiten Jahreshälfte 1988 aufgenommenen Linienflügen Sydney—Wien der Lauda Air erhofft man positive Impulse für die künftige Entwicklung dieses Marktes.

Fünf Zeitungsjournalisten und Vertreter von drei TV-Stationen wurden 1988 vom WFVV, teilweise gemeinsam mit Lauda Air, zu Recherchen in Wien eingeladen und während ihres Aufenthaltes betreut, ebenso drei Studiengruppen mit insgesamt 30 Reisebüro-Repräsentanten. Zur Einstimmung der australischen Reiseindustrie auf die Lauda-Air-Flüge organisierte der WFVV 1988 in Zusammenarbeit mit der Fluglinie, der ÖFVW und der Stadt Salzburg eine eigene Promotiontour. Die Stadt Wien stellte dafür ein Sonderbudget zur Verfügung. In insgesamt fünf Städten (Perth, Adelaide, Sydney, Melbourne, Brisbane) wurden der australischen Reiseindustrie in Form von Galadinnern und Frühstücksworkshops Lauda Air und Wien vorgestellt (15. April bis 1. Mai). Rund 1.000 Vertreter aus der Reiseindustrie und der Fachpresse konnten anlässlich dieser Präsentationen begrüßt werden. Der WFVV nahm auch gemeinsam mit Vertretern aus vier Bundesländern an einer von der ÖFVW organisierten Workshopturnee teil (2. bis 20. Juli). Präsentationsorte waren Sydney, Melbourne und Canberra, außerdem wurden auch Auckland und Wellington in Neuseeland besucht. Beim Jahreskongreß 1988 der AFTA (Australian Federation of Travel Agents) in Perth (20. bis 24. Juli) war der WFVV unter den Gastgebern der österreichischen Hospitality Suite.

Die Nchtigungen aus Belgien und Luxemburg entwickeln sich seit 1985 positiv. 1988 konnten besonders gute Zuwächse erzielt werden, die zweifellos darauf zurückzuführen sind, daß das Kulturfestival Europalia 1987 Österreich gewidmet war, was auch Wien Gelegenheit zu sehr umfangreichen Präsentationen geboten hatte. Der Anteil der beiden Länder an den gewerblichen Nchtigungen betrug 1988 1,2 Prozent, womit sie auf Rang 15 der Nationenwertung stehen.

Das durch die Europalia stark gestiegene Medieninteresse an Wien war auch noch 1988 deutlich spürbar. Vertreter von insgesamt 30 Medien waren auf Einladung des WFVV in Wien, darunter zwei Journalistengruppen mit insgesamt 16 Personen und ein TV-Team, das sich dem Thema Biedermeier widmete. Auch eine Gruppe von Preisträgern eines im Rahmen der Europalia durchgeführten Gewinnspiels, die von sieben Journalisten begleitet wurde, betreute der WFVV in Wien. Im November beteiligte sich der WFVV an einer Pressekonferenz in Brüssel zum Thema Winter.

Das belgische Medienecho bezüglich Wien war 1988 sogar noch stärker als im Europalia-Jahr 1987. Das Thema Biedermeier und die dazu im Wiener Künstlerhaus gezeigte Ausstellung „Bürgersinn und Aufbegehren“ wurde besonders häufig aufgegriffen. So brachte u. a. das dem österreichischen „profil“ vergleichbare, aber in dreifacher Auflage erscheinende Magazin „knack“ einen dreiseitigen, farbbebilderten Artikel darüber. Ganzseitige Wien-Berichte wurden in den großen Tageszeitungen veröffentlicht, darunter „Libre Belgique“, „Gazet van Antwerpen“ und „Le Soir“.

Der WFVV präsentierte sich 1988 mit eigenem Stand bei Belgiens großer touristischer Publikumsmesse „Salon des Vacances“ in Brüssel (19. bis 27. März). Die Nachwirkungen der Europalia 1987 waren bei den Besuchern in Form von starker Nachfrage nach kulturellen Ereignissen deutlich spürbar. Parallel zur Publikumsmesse in Brüssel fanden Reisebüro-Workshops in Antwerpen (23. März) und Brüssel (24. März) in Kooperation mit der ÖFVW statt. Insgesamt zehn Wiener Incoming-Betriebe präsentierten dabei ihr Angebot. Ausgewählte Entscheidungsträger wurden zu einem Dinner eingeladen.

Das WFVV-Kongressbüro nahm in einem Stand der ÖFVW an „Meeting 88“ (4. bis 8. April), einer Fachausstellung für Kongress- und Firmentagungsentscheidungsträger in Brüssel, teil. Die ÖFVW Brüssel organisierte zum ersten Mal ein „Kongressworkshop“ (30. November). Aus Österreich nahmen die Vertreter der Städte Wien, Salzburg, Innsbruck und Gmunden sowie der AUA teil. Es konnten rund 50 Entscheidungsträger zum Workshop und zum Buffet begrüßt werden. Zwei Gruppen mit insgesamt 60 Teilnehmern waren 1988 vom WFVV zum Studium des touristischen Angebotes in Wien eingeladen. Zwei Vertreterinnen des Kongressbüros nahmen 1988 an Fortbildungskursen für Kongress-Marketing der EFCT-Sommerschule (European Federation of Conference Towns) in Luxemburg (20. bis 24. August) teil.

Die Bundesrepublik Deutschland ist das führende Herkunftsland im Wien-Tourismus. Der 1987 erreichte Nächtigungshöchststand aus diesem Markt wurde 1988 noch überboten, und der Anteil Deutschlands an Wiens gewerblichen Nächtigungen betrug 23,1 Prozent. Vertreter von 85 Medien recherchierten 1988 mit Unterstützung des WFVV in Wien. 37 davon waren Einzelbetreuungen von Printmedien bzw. Rundfunkstationen wie Rias, Sender Freies Berlin, WDR, Radio Bremen, NDR Hamburg und Hessischer Rundfunk. Die Fernsehstationen Saarländisches TV, NDR und eine private Kabel-TV-Firma drehten Beiträge zu Kulturthemen bzw. über Wiens Nachtleben und die Lufthansa produzierte ein Wien-Video für den Einsatz auf ihren Langstreckenflügen. Drei Journalistengruppen mit insgesamt 45 Personen wurden in Zusammenarbeit mit dem Düsseldorfer Reisebüro „alt und jung“, dem Österreichischen Weinmarketing Service und der ÖFVW Frankfurt betreut.

Bei einer ausschließlich Wien gewidmeten live-Radiosendung von RTL plus in Düsseldorf war eine Repräsentantin des WFVV anwesend und berichtete über Wiens Winter-Attraktionen. In Stuttgart und Hamburg veranstaltete der WFVV im Oktober 1988 gemeinsam mit der jeweiligen ÖFVW-Zweigstelle Pressekonferenzen über Wien im Winter.

1988 sind aus den äußerst zahlreichen Presseberichten über Wien ein sechsseitiger Artikel über die Wiener „In“-Szene in der Illustrierten „Brigitte“, ein besonders schöner, achtseitiger Bildbericht der „Freizeit Revue“ und eine 14seitige Fotoreportage der „Bunten“ über Wien jenseits der Klischees hervorzuheben. „Quick“ widmete Wien einen originellen Artikel in einem Österreich-Special und die renommierte Kunstzeitschrift „PAN“ veranstaltete zu Silvester eine Leserreise nach Wien und warb dafür mit einem 13seitigen, fotografisch besonders opulent aufbereiteten Bericht.

Bei der größten touristischen Publikumsmesse Deutschlands, der CMT in Stuttgart (23. bis 31. November), präsentierte sich der WFVV im Stand des ADAC. Kernstück des Ausstellungsstandes war ein Wiener Kaffeehaus. Weiters nahm der WFVV teil an „Reisen und Freizeit“, der internationalen Publikumsmesse (13. bis 21. Jänner) in Hamburg, der „Camping + Touristik“ (19. bis 27. März) in Essen, der weltweit größten Touristikmesse, der ITB (6. bis 10. März) in Berlin, am RDA (Ring Deutscher Autobusunternehmer) in Köln (14. bis 16. September) und an der „Donauraumbörse“ (19. bis 21. Oktober) in Regensburg. Das Kongressbüro beteiligte sich an der „Management + Travel“ (23. bis 26. November) in Frankfurt an einem Stand der ÖFVW. Die Messe, die für den Geschäftsreiseverkehr und das Firmentagungsgeschäft konzipiert ist, fand zum zweiten Mal statt. Acht Studiengruppen aus Deutschland mit insgesamt 243 Reisebürorepräsentanten wurden 1988 in Wien betreut.

Ein besonderes Ereignis war 1988 die Jahrestagung des Deutschen Reisebüros (DER) in Wien (11. bis 14. April). Rund 800 Teilnehmer waren dazu nach Wien angereist. Der WFVV war verantwortlich für den Empfang am Westbahnhof und die Gestaltung und Abwicklung des Damenprogrammes. Weiters organisierte er eine Rätselrallye quer durch die Wiener Innenstadt.

Nach einem Höchststand 1987 gab es 1988 einen leichten Rückgang der Nächtigungen aus dem Markt Frankreich. Frankreichs Anteil an den gewerblichen Nächtigungen betrug 3,4 Prozent, was dem Rang 8 in der Nationenliste entspricht.

Für Vertreter von 56 Medien war der WFVV 1988 Gastgeber in Wien. 17 davon waren einzeln nach Wien gekommen, darunter Journalisten der Zeitschriften „Dépêche Modes“, „Grandes Reportages“ und „jeune et jolie“. Die letztere brachte einen sehr hübschen, ausführlichen Bericht über den Blumenball im Rathaus. Journalistengruppen mit insgesamt 39 Personen wurden in Wien betreut. Eine davon in Hinblick auf ein von der Firma Dunhill organisiertes Gastspiel der Spanischen Reitschule im Oktober in Lyon und eine weitere in Zusammenarbeit mit dem Reiseveranstalter Austro Pauli zur Vorstellung seines Wien-Programmes. Eine gemeinsam mit der ÖFVW Paris und den Imperial Hotels nach Wien eingeladene Journalistengruppe wurde auch vom Verlag Autrement zur Promotion seines Buches „Europäische Festspielstädte“ unterstützt. An elektronischen Medien war „Canal 5“ zu Aufnahmen für eine halbstündige Wien-Dokumentation, moderiert von der in Frankreich sehr beliebten Sängerin Cathérine Lara, in Wien, ebenso „Antenne 2“, die Wien in ihre Geschichtsserie „Parlez-moi d'histoire“ einbezog.

Anlässlich eines Gastspiels der Wiener Philharmoniker im Februar 1988 in Paris gewann der WFVV Claudio Abbado dafür, bei einer kleinen, aber exklusiven Pressekonferenz im Luxushotel Royal Monceau über Wien als Musikstadt zu sprechen. Der Rahmen dazu war ein von der ÖFVW Paris gesponsertes Mittagessen.

Druckkostenbeiträge leistete der WFVV für den Wien-Teil im Sommer- bzw. Winterkatalog 1988/89 der Hotelorganisation „Autriche pro France“.

Das Reisebüro der französischen Kaufhauskette Printemps legte ab Spätherbst 1988 in seinen Filialen im Großraum Paris eine Mutation des Journals „Winter-Szene Wien“ mit seinen Wien-Packages auf.

Anlässlich eines großen, vom „Club Automobile de France“ organisierten Wien-Balls am 16. Dezember im noblen Palais des Clubs am Place de la Concorde stellte der WFVV seine kleine Wanderausstellung „Wiener Impressionen“ zur Verfügung sowie zwölf Operetten- und vier Biedermeierkostüme, die während des Balls von Ballhostessen getragen wurden. Der Ball war, verteilt auf drei Etagen des Palais, ein glanzvolles gesellschaftliches Ereignis für ein exquisites Publikum und gleichzeitig eine elegante Präsentation Wiens.

Jeweils an einem Gemeinschaftsstand mit der ÖFVW und einer Marktbetreuerin bzw. Informationshostess nahm der WFVV 1988 an folgenden Publikumsmessen teil: „Salon Mondial“ in Paris (18. bis 24. Februar), „Foire Internationale de Lyon“ (2. bis 11. April), „Foire Internationale de Nancy“ (3. bis 13. Juni) und „Foire Européenne de Strasbourg“ (1. bis 12. September). 1988 übernahm der WFVV die Koordination der Teilnahme von Wiener Anbietern an den in Paris abgehaltenen Fachmessen MITCAR (20. bis 22. Oktober) und MITING (23. bis 25. Oktober). Der WFVV war auch bei der Air-France-Präsentation (14. Jänner) „Wien—Linz—Salzburg“ in Paris repräsentiert. Die Veranstaltung wurde mit der Entsendung eines Musikensembles aus Wien und umfangreichem Dekorationsmaterial unterstützt. Eine Tombola war der Höhepunkt des Abends, als erster Preis wurde ein Aufenthalt in Wien verlost. Rund 200 Firmenkunden von Air France konnten am Abend begrüßt werden. Gemeinsam mit der ÖFVW veranstaltete der WFVV in Toulouse (14. Juni) eine Wien-Präsentation mit Wiener Jause. In Kooperation mit dem Wien Hilton fanden 1988 zwei Wien-Abende im Pariser Orly Hilton (14./15. Dezember) statt. Es konnten jeweils rund 300 Gäste aus der Reiseindustrie begrüßt werden. Der WFVV unterstützte die Veranstaltung durch die Entsendung der Mastaire'schen Damenkapelle. Im Kongressbereich wurde 1988 zum ersten Mal die „Servicongrès“ (5. bis 6. Dezember), eine Fachmesse für Tagungs- und Kongressveranstalter in Paris, besucht und in Hinblick auf eine künftige Teilnahme des Kongressbüros mit einem eigenen Stand begutachtet.

Fünf französische Reisebürostudiengruppen mit insgesamt 101 Teilnehmern wurden 1988 nach Wien eingeladen.

Die Entwicklung der Nächtigungen aus dem Markt Großbritannien weist große Schwankungen auf. 1984 brachte den Höchststand, danach waren zwei Jahre mit rückläufiger Nächtigungsbilanz zu verzeichnen, 1987 kam es zu einem Anstieg und 1988 gab es wieder einen Nächtigungsrückgang. In der Nationenliste stehen die Gäste aus Großbritannien auf Rang 9 mit einem Anteil von 3,2 Prozent an den gewerblichen Nächtigungen.

Der WFVV betreute 1988 Journalisten von insgesamt 30 britischen Medien. Elf davon waren einzeln in Wien, darunter ein Vertreter von „The Guardian“, Englands größter Tageszeitung, sowie Journalisten der englischen „Vogue“ und des Inflight-Magazins von British Airways. Zwei Journalistengruppen mit insgesamt 16 Personen wurden gemeinsam mit dem Marriott-Hotel bzw. mit AUA und DDSG betreut. TV-Teams von BBC Cardiff und der privaten Gesellschaft Leontyne TV drehten Beiträge zu Serien über Donaustädte (Betreuung durch den WFVV gemeinsam mit der Donauwerbung), und BBC Wales machte Aufnahmen für eine Kinderserie.

Ein großer Empfang am Westbahnhof mit dem Orchester der Wiener Walzermädchen wurde vom WFVV anlässlich der Jungfernfahrt der „Neuaufgabe“ des Orient-Express' organisiert. Der Luxuszug fährt seit 1988 im Juli und August Wien zweimal an. Ehrengäste bei der ersten Ankunft waren Ihre Königlichen Hoheiten der Prinz und die Prinzessin von Kent mit Sohn, die von Vizebürgermeisterin Ingrid Smejkal und LVD. Dr. Helmut Krebs begrüßt wurden. Für weitere prominente Passagiere — vorwiegend aus dem englischen Adel — organisierte der WFVV ein attraktives Wien-Programm.

Von zahlreichen, umfangreichen Wien-Berichten in britischen Zeitungen und Zeitschriften seien hervorgehoben: Ein Artikel über „Vienna, City of Dreams“ im Magazin „Country“, zwei Bildberichte (Sommer und Winter) in

„Woman and Home“, ein Winter-Artikel in „The Lady“ und „A Weekend in Vienna“, beschrieben in „Harper's and Queen“. Die Vereinigung der Britischen Hoteliers und Gastwirte (BHRCA) hatte im November 1987 eine Studienreise nach Wien organisiert und veröffentlichte 1988 einen begeisterten Artikel darüber in ihrem Magazin.

Der „World Travel Market“ (WTM) in London (29. November bis 3. Dezember) ist die einzige und in ihrer Größe mit der ITB Berlin vergleichbare Fachmesse in Großbritannien. Der WFVV war 1988 mit fünf Wiener Anbietern an einem eigenen Stand im ÖFVW-Areal vertreten. Gemeinsam mit dem Flughafen Wien wurden anlässlich des WTM mit einem britischen Charterveranstalter Gespräche über eine Charterkette London—Wien für 1989 geführt.

Eine 16köpfige Studiengruppe britischer Reiseveranstalter wurde 1988 in Wien betreut.

Seit über zehn Jahren sind im Wien-Tourismus aus Italien ausschließlich Steigerungen zu verzeichnen, die Nüchtigungen haben sich in diesem Zeitraum nahezu vervierfacht, wozu das Ergebnis von 1988 maßgeblich beitrug — es brachte die höchste Zuwachsrate der letzten zehn Jahre. Die Italiener haben damit ihre Position als zweitstärkstes Herkunftsland im Wien-Tourismus kräftig ausgebaut, ihr Anteil an den gewerblichen Nüchtigungen betrug 13,7 Prozent.

Vertreter von insgesamt 44 Medien wurden 1988 vom WFVV in Wien betreut. Unter den 17 einzeln angereisten Journalisten waren Vertreter renommierter Zeitschriften wie „Gioia“ und „Geodes“. Drei Gruppen mit insgesamt 27 Medienrepräsentanten waren zu Recherchen nach Wien eingeladen, zwei davon aus Rom, die gemeinsam mit der ÖFVW Rom betreut wurden, und eine aus Malta in Zusammenarbeit mit AUA. Mehrere Journalisten wurden zum Champagnerball eingeladen. Der private Sender „Canale 21“ drehte für seine Serie „passaporti e vacanze“ in Wien. Erstmals wurde im Mai auf Initiative der ÖFVW Rom eine Pressefahrt durch Süditalien im Rahmen der ARGE-Städte organisiert. Neben Wien nahmen auch Salzburg, Innsbruck, Klagenfurt, Graz, Linz und Bregenz teil. Dabei wurden in sechs Tagen neun Pressekonferenzen in den Städten Rom, Aquila, Neapel, Palermo, Catania, Catanzaro, Taranto, Bari und Malta abgehalten, wobei insgesamt 140 Medienvertreter begrüßt wurden. Die Veranstaltungen waren durchwegs erfolgreich und bewirkten ein starkes Medienecho. Eine weitere Gelegenheit zu einer Repräsentation bot sich im November anlässlich der Errichtung eines Wiener Kaffeehauses in einem der Ciga-Hotels in Rom. Der WFVV präsentierte dabei Wiens Wintersaison, und die Imperial-Hotels stellten ihre Torte vor.

Die italienischen Presseberichte über Wien waren 1988 besonders zahlreich, und von den vielen Magazinen und Zeitschriften, die Wien in erlesen fotografierten, mehrseitigen Berichten schilderten, seien stellvertretend erwähnt: „Marie Claire“ zum Thema Musik, Shopping und Gastronomie, „7 Giorni Illustrati dal Corriere della Sera“ und „A tavola“ zum Thema Champagnerball, „Historia“ über Biedermeier in Wien sowie „Il Piacere“, „Tutto Turismo“ und „Atlante“ über Wien allgemein.

1988 wurde Österreich als Ehrengast auf der großen Publikums- und Fachmesse Mailands, der „Borsa Internazionale del Turismo“ (BIT) gefeiert (24. bis 28. Februar). Der WFVV war dabei gemeinsam mit 16 Wiener Anbietern an einem ÖFVW-Stand vertreten, dessen Kernstück ein Wiener Kaffeehaus war. Darüber hinaus bot die Wahl Österreichs zum Ehrengast Anlaß zu weiteren Wien-Präsentationen: Vizebürgermeister Hans Mayr vertrat Wien bei einer Österreich-Pressekonferenz und einem vom WFVV gegebenen Presseessen. Konzerte, u. a. mit den Wiener Symphonikern unter Claudio Abbado in der Scala, ein Wien-Ball und die Vorführung eines Wien-Films gehörten ebenso zum Programm wie eine von der Wiener Handelskammer organisierte Verkaufsausstellung inklusive Wiener Kaffeehaus im Großkaufhaus „Rinascente“ und eine Kubin-Ausstellung im Palazzo Reale.

Der WFVV setzte bei dieser Gelegenheit seine lebensgroßen Karikatur-Puppen unter dem Titel „Tipologia Viennese“ ein. Der Wiener Wirtschaftsförderungsfonds und der Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien unterstützten diese Präsentation: Die von den österreichischen Karikaturisten Erich Sokol, Klaus Pitter und Erich Eibl liebevoll-ironisch dargestellten Wiener Prominenten und „Archetypen“ bevölkerten zwei Wochen lang einen Platz neben dem Mailänder Dom. Der WFVV versandte den attraktiv gestalteten Katalog zu dieser Ausstellung mit einem Einladungsschreiben in einem Direct Mailing an 5.000 ausgewählte Opinionleaders in Mailand.

Anlässlich des 40-Jahre-Jubiläums der Publikumsmesse „Fiera di Trieste“ (13. bis 25. Juni) wurde Wien 1988 zu Sonderpräsentationen eingeladen: So zeigte der WFVV seine Großausstellung unter dem Titel „Wien in Triest“ auf nahezu 1.000 m² im Kongreßgebäude „Stazione Marittima“ (17. Juni bis 3. Juli). Ergänzt wurde sie durch die Wien-Multivision und die Plakatausstellung „Wien und Triest um 1900“ mit Originalen aus der Wiener Stadt- und Landesbibliothek. Ein Wiener Kaffeehaus lud zu Erfrischungen ein, und die Karikaturen-Puppen des WFVV machten vor dem Gebäude auf die Veranstaltung aufmerksam. Die von der Triester Messe und der Versicherungsgesellschaft Assicurazioni Generali gesponserte Präsentation wurde von TV und Lokalpresse bestens publiziert und begeisterte ein breites Publikum: In nur 17 Ausstellungstagen wurden fast 20.000 Besucher gezählt, viele davon kamen mehrmals, auch Prominenz aus Politik und Kultur war vertreten. Die Veranstaltung „Wien in Triest“ wurde vom WFVV auch zum Anlaß für eine Präsentation für die Reiseindustrie genommen (24. Juni). Sie fand in den Ausstellungs-räumlichkeiten statt, und dabei wurde der neue WFVV-Film „Location Vienna“ erstmals der Zielgruppe Reisebüros vorgestellt. Während eines anschließenden Cocktails wurde ein Wien-Aufenthalt verlost.

Bei einer von der ÖFVW Rom organisierten Workshoptournee (3. bis 6. Oktober) in Rom, Neapel und Catania nahm der WFVV mit 20 Wiener Anbietern teil. Die Präsentationen bestanden aus einem Workshop-Teil und einem gesellschaftlichen Teil in Form eines Dinners. Der WFVV beteiligte sich 1988 auch an einem Österreich-Workshop

der ÖFVW in Venedig (4. November) mit 18 Wiener Anbietern. Insgesamt 200 Reisebürovertreter besuchten den Workshop und das anschließende Dinner. Gemeinsam mit den Imperial Hotels, der ÖFVW und AUA fand in Rom eine Wiener Kaffeehauswoche (15. bis 20. November) im Grand Caffé Doney (Hotel Excelsior) statt. Der WFVV beteiligte sich an den Kosten für die Wiener Walzermädchen sowie an einem Reisebüroempfang am 16. November, bei dem rund 60 Gäste begrüßt wurden.

Aus Italien wurden 1988 zwei Studiengruppen mit 34 Teilnehmern betreut.

Seit 1982 beschäftigt der WFVV einen Marktbetreuer speziell für Japan und den Fernen Osten. Die Nächtigungen aus Japan haben sich seither mehr als verdoppelt. 1988 erreichten sie ihren bisherigen Höchststand, und Japan rückte in der Nationenliste von Rang 8 auf Rang 6 auf. Mit einem Anteil von 3,5 Prozent an den gewerblichen Nächtigungen ist es der ertragreichste außereuropäische Markt nach den USA.

Repräsentanten von insgesamt 24 japanischen Medien lud der WFVV 1988 nach Wien ein. Zwei Gruppen zu jeweils vier Medien (ein Journalist, ein Fotograf pro Medium) recherchierten die Themen Wien als Station für den Orient-Express bzw. Wien als Ausgangspunkt für Marie Antoinettes Brautzug (in Hinblick auf die Revolutionsfeiern in Frankreich). Gemeinsam mit der Wiener Handelskammer und der Firma „International Communication Service“ wurden die Dreharbeiten zu einem Spielfilm mit dem Titel „déjà vu“ betreut, der anlässlich der Ausstellung „Wien um 1900“ (Herbst 1989 in Tokio) gezeigt werden soll. Drei Teams des großen TV-Senders NHK widmeten sich den Themen Bälle, Musikstadt Wien und Beethoven in Wien, zwei weitere drehten Filme für Schulprogramme. In vielen renommierten japanischen Print-Medien erschienen 1988 attraktive Bildberichte, so etwa eine 16seitige Reportage in „Vacation“, ein 9seitiger Artikel in „Marie Claire“, ein 25seitiger Bericht in „Winds“ sowie mehrseitige Beiträge in „Fujingaho“ und „nonno“.

Anlässlich einer Brückeneröffnung zwischen den Inseln Honshu und Shikoku fand 1988 ein mehrmonatiges Festival mit dem Titel „Okayama Celebration Expo“ statt. Der WFVV beteiligte sich daran mit der Entsendung der Wiener Walzermädchen und einer Operettensängerin, deren Darbietungen breites Medienecho fanden (20. bis 26. März). In Kooperation mit der Wiener Handelskammer und dem Warenhauskonzern Mitsukoshi wurde auch ein Wiener Kaffeehaus im Rahmen einer Ausstellung eingerichtet, das der WFVV mit Werbematerial ausstattete. Der WFVV unterstützte auch die Wien-Wochen (15. bis 30. Juni) des Member-Clubs der Tokai Universität in Tokio mit Werbematerial und der Entsendung eines Koches für die kulinarische Präsentation.

Anlässlich der Aufführung von Beethovens 9. Symphonie (4. Dezember) in der Osaka Castle Hall unter Mitwirkung eines Chores von 10.000 Sängern beteiligte sich der WFVV mit der Entsendung des Wiener Kammerchores. Die 30 Sänger/innen in Biedermeierkostümen bildeten den optischen Mittelpunkt des Gesamtchores. Die Aufführung fand breites mediales Echo, auch der in Wien gedrehte Film „Auf den Spuren von Beethoven“ wurde in ganz Japan ausgestrahlt.

Drei japanische Studiengruppen mit insgesamt 34 Reisebürorepräsentanten wurden 1988 vom WFVV in Wien betreut.

In weiteren Fernost-Märkten führte der WFVV folgende Aktionen durch: In Hongkong, der britischen Kolonie in China, gab es im September im Rahmen einer ÖFVW-Tour einen Workshop, an dem der WFVV mit drei Wiener Anbietern teilnahm. 1988 besuchte ein Marktbetreuer erstmals die Tourismusmesse „Intertour Expo“ (28. bis 31. Jänner), um sie hinsichtlich einer künftigen Teilnahme zu prüfen.

In den Hauptstädten Indonesiens, Südkoreas und Taiwans wurden 1988 „Wien-Fairs“ organisiert: In Djakarta im Hotel Hilton (8. bis 16. Februar), in Seoul im Hotel Lotte (29. März bis 7. April) und in Taipei im Hotel Lai Lai Sheraton (25. September bis 8. Oktober). Die Hotels waren alle wienerisch dekoriert und boten, betreut von einem Koch und einem Pâtissier, Wiener Küche sowie Musikveranstaltungen mit den Wiener Walzermädchen. Eine Pressekonferenz zu Beginn der jeweiligen „Wien-Fair“ sorgte für entsprechenden medialen Niederschlag, und bei speziellen Veranstaltungen für die lokale Reiseindustrie wurde Wiens touristisches Angebot präsentiert. Taipei war im September auch in eine von der ÖFVW organisierte Fernost-Workshoptour eingebunden, an der sich der WFVV mit drei Wiener Anbietern beteiligte. Am 24. September wurde im Lai Lai Sheraton Hotel ein Wien-Ball in Kooperation mit der Fluglinie KLM veranstaltet, den Landtagspräsident Fritz Hofmann als Vertreter der Stadt Wien eröffnete. Der WFVV unterstützte die Veranstaltung mit der Entsendung der Wiener Walzermädchen, eines Kochs, eines Pâtissiers und von vier Tanzpaaren einer Wiener Tanzschule.

Singapur war ebenfalls auf dem Programm der ÖFVW-Workshoptour im September 1988. Als gesellschaftlichen Höhepunkt gab es am 9. September im Hotel Dynasty einen vom WFVV mit einem Wiener Pâtissier und Werbematerial unterstützten Wien-Ball in Anwesenheit von Bürgermeister Dr. Helmut Zilk.

Anlässlich der Etablierung des Lauda-Air-Fluges Bangkok–Wien wurde 1988 eine „Wien-Fair“ im Hotel Hilton in Bangkok, Thailand, veranstaltet (1. bis 6. Februar). In Kooperation mit der Fluglinie und der Österreichischen Handelsdelegation gab es eine Pressekonferenz und eine Gala-Einladung für Vertreter der Reiseindustrie, das Fernsehen brachte eine 50minütige Sendung über Wien, und zahlreiche Reisebüros wurden vom WFVV-Marktbetreuer einzeln zu Kontaktgesprächen aufgesucht. In ähnlicher Form beteiligte sich der WFVV auch bei Aktionen anlässlich der Aufnahme der Flugverbindung Bangkok–Wien durch Thai International Airways im April. Bangkok war außerdem auch eine Station der ÖFVW-Workshoptour im September.

Aus den fernöstlichen Märkten (exklusive Japan) betreute der WFVV 1988 fünf Reisebüro-Studiengruppen mit insgesamt 69 Teilnehmern in Wien sowie insgesamt 15 Medienvertreter, darunter vier TV-Teams und zwei Repräsentanten von „Probe India“, Indiens zweitgrößter Monatszeitschrift. Ende 1988 erschien in Thailand das Buch „Erinnerungen an Wien“, zu dem der WFVV und die Österreichische Handelsdelegation in Thailand umfangreiches Bildmaterial zur Verfügung gestellt hatten.

Der Markt Kanada entwickelte sich ab 1982 durchwegs positiv, abgesehen von einem größeren Rückgang 1986 (offensichtlich im Zuge des Amerika-Tiefs in Europa). Nach einem kräftigen Aufschwung 1987, der den bisherigen Nüchternungshöchststand brachte, war das Ergebnis für 1988 wieder rückläufig. Der Anteil an den gewerblichen Nüchternungen betrug 1 Prozent. Die Kanadier sind damit von Rang 14 der Nationenwertung auf Rang 17 zurückgefallen, was allerdings auch durch die besonders gute Entwicklung der zuvor nachgereihten Märkte Belgien und Jugoslawien mitbewirkt wurde.

Repräsentanten von acht kanadischen Medien betreute der WFVV 1988 in Wien. Darunter zwei TV-Teams, eines davon drehte fünf einstündige Sendungen mit dem Schwerpunkt Wien zur Jahrhundertwende für einen Seherkreis von drei Millionen Menschen. Unter den Zeitungsjournalisten befand sich auch ein Vertreter von „Providence“, Kanadas größter Morgenzeitung mit einer Auflage von 400.000 Exemplaren.

Die Wien-Berichte der kanadischen Medien waren 1988 verständlicherweise dominiert von der Berichterstattung über die in der Folge beschriebene Tournee der Ausstellung „Vienna in Concert“. Sämtliche große Print- und elektronische Medien widmeten diesem Thema ausführliche Beiträge.

Die Musik-Großausstellung „Vienna in Concert“ wurde vom WFVV speziell für den Einsatz in Nordamerika produziert und vom Architekten-Team „spurwien“ 1987 konzipiert. Ihr Ersteinsatz erfolgte 1988 in Kanada in den Städten Calgary, Vancouver und Montreal. Die Ausstellung stellt Wiens Musikgeschichte von Walther von der Vogelweide bis Falco in einem Riesenpanoramagemälde (Länge 56 m, Höhe 2,5 m) dar. Auf einem entlang den riesigen Paneelen aufgestellten Leuchtbord wird der Betrachter über geschichtliche Zusammenhänge sowie Highlights aus Kunst und Wissenschaft der jeweiligen Epoche informiert. Eine Toncollage, zusammengestellt vom Musikwissenschaftler Dr. Otto Brusatti, untermalt die Schau. Als Hauptsponsor und Koorganisator für die gesamte Ausstellungstournee und das unter dem Titel „Vienna calling“ laufende kulturelle Begleitprogramm in den einzelnen Städten fungierte Air Canada, die damit ihre nach zehnjähriger Pause wiederaufgenommene Flugverbindung Toronto—Wien bewarb. Weitere Sponsoren waren die Flughafenbetriebsgesellschaft Wien, Austrian Airlines und die Imperial-Hotels.

Die Präsentation in Calgary (27. Jänner bis 4. März) war eine Vorpremiere für die Ausstellung: Sie wurde im Rahmen des „Olympic Art Festivals“ im Trans Canadian Pipe Lines Tower gezeigt. Dabei gab es auch einen Empfang (15. Februar), an dem die österreichische Botschafterin sowie kanadische Prominenz aus Wirtschaft, Sport und Politik teilnahmen. Die Ausstellung wurde bei dieser ersten Station sehr positiv beurteilt.

Ihre offizielle Premiere hatte die Ausstellung in Vancouver (19. Mai bis 12. Juni) im Trade & Convention Center am Canada Place. Zur Eröffnung wurde Miss Vienna, Astrid Yvonne Kuron, eingeflogen, die gemeinsam mit Vancouvers Bürgermeister Gordon Campbell unter Blitzlichtgewitter der Fotografen eine Imperial-Torte anschnitt. Als lokaler Partner sorgte Michael Lambert, der Regional-Vize-Präsident der CN-Hotels und Direktor des Hotels Vancouver, für ausgezeichnete Pressebetreuung und Koordination des Begleitprogramms. Dieses bestand aus Wochenend- und Lunchtime-Konzerten in der Ausstellung bzw. in anderen Gebäuden der Stadt und einem Kaffeehaus mit Wiener Patissier im Hotel Vancouver. Da im Convention Center laufend Kongresse stattfanden und außerdem täglich Kreuzfahrtschiffe neben dem Gebäude anlegten, hatte die Ausstellung neben den Kanadiern auch sehr viel internationales Publikum und exzellenten Besuch.

In Montreal wurde „Vienna in Concert“ im Palais de la Civilisation auf der Ile Notre Dame gleichzeitig mit Ausstellungen über Mexiko, Paris, Griechenland, Hollywood und Belgien gezeigt. Alle Präsentationen wurden gemeinsam auf einem Plakat sowie mit Radio- und TV-Spots beworben. „Vienna in Concert“ wurde in Montreal ergänzt durch eine Präsentation von Original-Autographen großer Komponisten „Von Mozart bis Strauss“, Opern- und Operettenkostümen und Original-Plakaten der Wiener Stadt- und Landesbibliothek sowie ein Wiener Kaffeehaus. Zusätzlich war in einem Innenstadt-Einkaufszentrum die kleine WFVV-Ausstellung „Wiener Impressionen“ zu sehen (15. Juni bis 15. August). Eine Konzertreihe im Palais und im Einkaufszentrum ergänzte das Wien-Programm. Der Ausstellungsbesuch in Montreal war überwältigend. Insgesamt wurde „Vienna in Concert“ auf der Kanada-Tournee von über 120.000 Besuchern gesehen und von den Medien mit Berichten, Interviews usw. stark wahrgenommen.

In Toronto konnte trotz größter Bemühungen kein geeigneter Standort für „Vienna in Concert“ gefunden werden. Daher wurde statt dessen eine elftägige Wien-Aktion im Royal York Hotel veranstaltet (19. bis 30. Oktober). In zwei Restaurants des Hotels gab es Wiener Spezialitäten, ein Patissier wurde dafür „importiert“, und an zwei Informationsständen wurde Werbematerial verteilt. Höhepunkt war der „Blue Danube Ball“, bei dessen Tombola ein Wien-Aufenthalt für zwei Personen verlost wurde.

Anlässlich der Ausstellungstournee veranstaltete der WFVV begleitende verkaufsfördernde Aktionen: In Kooperation mit Air Canada und dem österreichischen Handelsdelegierten fand in Calgary (15. Februar) ein Reisebüroempfang im Ausstellungsbereich statt. In Vancouver (26. Mai) wurde ein Reisebüroempfang parallel zum gleichzeitig

stattfindenden ACTA-Kongreß (Association of Canadian Travel Agents) gegeben. Rund 300 Reisebürovertreter nahmen daran teil. Das Vancouver Symphony Orchester sorgte für die musikalische Umrahmung, und ein Patissier aus Wien beeindruckte mit einer Apfelstrudelshow. Die Anwesenheit des WFVV-Vertreters in Vancouver wurde dazu genutzt, für die lokalen Air-Canada-Counterkräfte spezielle Wien-Schulungen durchzuführen. In Montreal (28. Juli) wurde in Kooperation mit der ÖFVW zu einem Reisebüroempfang geladen, bei dem rund 150 Gäste begrüßt wurden. Anlässlich der Reisebüroempfangen in den drei Städten konnten zahlreiche Einzelbesuche absolviert werden. Besonderes Interesse an Wien war bei Incentiveveranstaltungen festzustellen. Besonderer Dank gilt Air Canada, die in allen Städten mit ihren lokalen Büros zum Gelingen der Aktion wesentlich beitrug.

Fünf kanadische Reisebüro-Studiengruppen mit insgesamt 67 Teilnehmern wurden vom WFVV in Wien betreut.

Die rückläufige Entwicklung aus dem Markt Niederlande nach einem Nächtigungshöchststand 1980 wurde 1985 und 1987 durchbrochen, doch sanken die gewerblichen Nchtigungen 1988 wieder ab. Demgegenüber steht allerdings ein auffällig starker Zuwachs an Nchtigungen auf Campingplätzen, so daß in der Gesamtnächtigungsbilanz kein Rückgang zu verzeichnen ist. Der Anteil der Niederländer an Wiens gewerblichen Nchtigungen betrug 1,9 Prozent, was dem Rang 11 in der Nationenliste entspricht.

Vertreter von insgesamt 14 Medien wurden 1988 in Wien betreut, darunter vier TV-Teams: Der Privatsender TV-Veronika drehte für eine Serie über Gastronomie, NCR produzierte einen allgemeinen Wien-Beitrag, eine literarische Dokumentation und eine Sendung über Wien als Destination einer Donaufahrt. Das Medienecho wies viele Artikel über Wien im Winter und das Hundertwasserhaus auf, und die auflagenstarke Illustrierte „Margriet“ veranstaltete eine Leserreise nach Wien. 1989 ist neben der Fortsetzung der Gruppen- und Einzelbetreuungen eine Pressepräsentation über Wiens Winter in den Niederlanden geplant.

Mit einer Informationshostess am eigenen Stand war der WFVV 1988 auf der Publikumsmesse „Vakantie“ (13. bis 17. Jänner) in Utrecht vertreten. Die Besucherzahl war fast doppelt so hoch wie 1987. Am 21. März 1988 organisierte der WFVV ein Wien-Workshop in Amsterdam, bei dem 10 Wiener Anbieter anwesend waren.

Drei Studiengruppen niederländischer Reisebüros mit insgesamt 62 Teilnehmern wurden 1988 in Wien betreut.

Nach einer sprunghaften Steigerung legte der Inlandtourismus nach Wien 1988 nochmals kräftig zu und erreichte somit einen neuen Nchtigungshöchststand. Die Österreicher hatten einen Anteil von 10,9 Prozent an den gewerblichen Nchtigungen und stehen damit auf Rang 3 der Nationenliste. Nicht erfaßbar sind selbstverständlich Nchtigungen, die bei Verwandten, Freunden und in anderen Privatquartieren absolviert werden und deren „Dunkelziffer“ beträchtlich ist.

Da die Medien österreichweit sehr intensiv über alles berichten, was im engeren bis 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 (in seiner Eigenschaft als Wirtschaftsstadtrat und Präsident des WFVV). Für die touristische Fachpresse wird ein eigener, meist wöchentlich ausgesandter, Pressedienst gestaltet, um über die Fachmedien die gesamte (Wiener) Branche aktuell über die Arbeit des WFVV zu informieren.

Schwerpunkt der Arbeit im Inland war eine Wiederholung der schon 1987 auf Initiative von Vizebürgermeister Hans Mayr gemeinsam mit der Agentur Gould & Cargill erfolgreich durchgeführten Wien-Informationskampagne für Österreich-Urlauber und Bewohner der westlichen bzw. südlichen Bundesländer: In ausgesuchten Urlaubsorten Tirols, Salzburgs und Kärntens wurde das Publikum im Juli und August mittels Großplakaten auf die Aktion „Wien hören & sehen“ hingewiesen.

In Vorarlberg und Tirol wurden Bestellkarten für die Aktion einer Ausgabe der Vorarlberger Nachrichten bzw. der Tiroler Tageszeitung beigelegt. Zur Verstärkung wurden Ö3-Spots geschaltet. Über Dispenser an den Plakaten, auf den Postämtern der jeweiligen Einzugsgebiete und bei den Rosenberger-Autoraststätten erhielten Interessierte ebenfalls Bestellkarten. Mit ihnen oder auch telefonisch konnte man eine Schallplatte mit José Felicianos Erfolgshit „The Sound of Vienna“ und das schon im Jahr vorher eingesetzte Wienbuch bestellen. Bis Ende September 1988 gingen über 19.000 Bestellungen ein, und der Rücklauf hält auch 1989 noch an.

Bei der größten touristischen Fachmesse Österreichs, der Austrian Travel Business (atb), in Wien (25. bis 28. Jänner) war der WFVV mit seinen Marktbetreuern in einem eigenen Stand vertreten. Das Kongreßbüro nahm an der Generalversammlung des Österreichischen Kongreßverbandes (15. März) in Salzburg teil. Der Leiter des Kongreßbüros referierte bei einem Seminar des Internationalen Congress-Institutes in Salzburg (21. April) über „Marktbetreuung, Marktbeobachtung und Verkauf in Kongreß- und Veranstaltungshäusern“.

Die Schweiz und Liechtenstein weisen seit 1983 eine durchwegs positive Entwicklung auf. Den stärksten Nchtigungsanstieg gab es 1987, 1988 wurde das Ergebnis noch verbessert und der bisherige Höchststand erreicht. Mit einem Anteil von 4,6 Prozent an den gewerblichen Nchtigungen stehen die beiden Länder auf Rang 5 der Nationenliste.

Vertreter von 46 Medien waren 1988 auf Einladung des WFVV in Wien. Unter den einzeln angereisten Journalisten waren Repräsentanten der wichtigsten Zeitungen der Ostschweiz, u. a. die „Neue Zürcher Zeitung“, deren Redakteur auch zum Champagnerball eingeladen war. Eine Redakteurin von „jardin des modes“ besuchte den Kaiserball. Anlässlich eines von der Firma Dunhill organisierten Gastspiels der Spanischen Reitschule in Basel war eine

32köpfige Journalistengruppe in Wien, eine weitere, achtköpfige, Gruppe kam anlässlich der großen Biedermeierausstellung ins Künstlerhaus. Im November gab der WFVV mit organisatorischer und finanzieller Unterstützung der ÖFVW in Zürich eine Pressekonferenz zur Präsentation von Wiens Winterprogramm. Die Anwesenheit in Zürich konnte weiters für einen 10minütigen Beitrag im Magazin „Reisefieber“, einer Live-Sendung des Stadtradios Zürich, genutzt werden.

1988 organisierte der WFVV auch eine Stadtführung für den Jugend-Theaterclub der Stadt Zürich, von dem 59 Mitglieder in Wien waren.

Bei der Ferienmesse in Bern (14. bis 17. Jänner) war der WFVV mit seiner Marktbetreuerin im ÖFVW-Areal vertreten. An der TTW, der Fachmesse „Travel Trade Workshop“ (25. bis 27. Oktober) in Montreux, beteiligte sich der WFVV mit eigenem Stand und elf Wiener Anbietern.

Die EIBTM in Genf (16. bis 20. Mai) fand 1988 zum ersten Mal statt. Diese Fachmesse für internationale Kongreß- und Incentiveentscheidungsträger wurde mit erheblichem Werbeaufwand im Markt plaziert. Der WFVV war gemeinsam mit drei Wiener Anbietern am Österreich-Stand vertreten.

Anlässlich des Auftrittes der Spanischen Reitschule in Basel (15. bis 18. Oktober) wurden vom WFVV Wien-Informationsstände eingerichtet und mit einer Informationshosteß besetzt.

Zwei Studiengruppen mit 104 Teilnehmern wurden 1988 vom WFVV in Wien betreut.

Der Markt Spanien entwickelte sich seit 1985 äußerst positiv und gilt als einer der meistversprechenden Hoffnungsmärkte des Wien-Tourismus. Obwohl das Nächtigungsaufkommen bereits 1987 um ein Drittel gestiegen war, erhöhte es sich 1988 nochmals um ein Viertel, womit ein neuer Höchststand erreicht wurde. Die Spanier sind dadurch in der Nationenliste von Rang 10 auf Rang 7 vorgerückt, ihr Anteil an Wiens gewerblichen Nächtigungen betrug 3,5 Prozent.

Der WFVV betreute 1988 Vertreter von insgesamt 20 spanischen Medien in Wien, darunter vier einzelne Journalisten sowie drei Gruppen in Zusammenarbeit mit dem Bundespressedienst bzw. AUA bzw. der ÖFVW Madrid. Im November nahm er an einer Pressekonferenz österreichischer Städte in Barcelona teil.

Aus der umfangreichen Pressedokumentation sind vor allem eine 16seitige Farbbildbeilage über Wien von „La Vanguardia“ hervorzuheben sowie ein Wien-Bericht des sowohl in Spanien als auch in Lateinamerika beliebten Magazins „Hola“.

Ein besonderes Ereignis war 1988 die Tagung des Katalanischen Reisebüroverbandes: Sie fand erstmals außerhalb Spaniens statt, und zwar auf Einladung von WFVV und ÖFVW in Wien (18. bis 22. Februar). Katalanien ist aufgrund seiner ökonomischen Potenz und geographischen Lage die für Wien interessanteste Region Spaniens. Für die rund 200 zur Tagung angereisten Reisebürorepräsentanten aus diesem Raum organisierte der WFVV das gesamte Rahmenprogramm, zu dessen Highlights ein Empfang im Wiener Rathaus und ein Galadiner im Zeremoniensaal der Hofburg gehörten.

An folgenden Messen, die sowohl für Fachbesucher als auch für breites Publikum ausgerichtet war, nahm der WFVV 1988 teil: Bei der FITUR (27. bis 31. Jänner) in Madrid war er im ÖFVW-Areal mit einer Informationshosteß vertreten. Bei der RODATUR in Barcelona (13. bis 17. April), der wichtigsten Veranstaltung für den katalanischen Raum, nahm Wien mit sechs Anbietern an einem eigenen Stand teil, der von einer Informationshosteß betreut und in Kooperation mit der ÖFVW gestaltet wurde. Mit 18 Wiener Anbietern beteiligte sich der WFVV an einer ÖFVW-Workshopserie (8. bis 11. November) in Valencia, Zaragoza und Barcelona.

Sechs spanische Studiengruppen mit insgesamt 98 Reisebürorepräsentanten wurden vom WFVV 1988 in Wien betreut.

Der Tourismus aus den skandinavischen Märkten — Schweden, Finnland, Dänemark und Norwegen — hatte 1987 Nächtigungshöchststände aus allen Ländern erbracht, 1988 jedoch kam es zu starken Rückgängen. Schweden steht mit einem Anteil von 1,7 Prozent der gewerblichen Nächtigungen auf Rang 11 des Wien-Tourismus. Finnland hatte den geringsten Nächtigungsrückgang und liegt mit einem Anteil von 0,7 Prozent auf Rang 23. Dänemark belegt mit einem Nächtigungsanteil von 0,6 Prozent Rang 24 und Norwegen nimmt mit einem Anteil von 0,4 Prozent Rang 27 ein.

Aus dem skandinavischen Raum waren 1988 Vertreter von insgesamt 29 Medien vom WFVV nach Wien eingeladen. Neben Einzelbetreuungen gab es eine Journalistengruppe mit 14 Personen in Kooperation mit den Dänischen Staatsbahnen und eine Gruppe von Redakteuren der größten schwedischen Gastronomiezeitschrift „all om mat“ (Auflage: 140.000 Stück). Aus Schweden wurde auch ein Team von Radio Västmanland betreut sowie ein TV-Team, das eine zweistündige Sendung über ein Wiener Kaffeehaus drehte.

In Norwegen unterstützte der WFVV eine von der Wiener Stadt- und Landesbibliothek zusammengestellte Mozart-Ausstellung anlässlich einer Mozart-Festwoche in Svolvaer (17. bis 24. April). Diese Ausstellung wurde später noch in weiteren norwegischen Städten gezeigt.

An folgenden Messen im skandinavischen Raum, die sowohl für Fachbesucher als auch für allgemeines Publikum veranstaltet wurden, nahm der WFVV 1988 teil: Bei der MATKA in Helsinki (14. bis 17. Jänner) gab es einen gemeinsamen Stand mit Salzburg, an dem sich auch sechs Wiener Anbieter präsentierten. Für die „Reiseliv '88“ (11. bis 14. Februar) in Oslo hatte der WFVV einen eigenen Stand angemietet und war mit seiner Marktbetreuerin vertreten.

Sowohl bei der „Rejs '88“ (17. bis 20. März) in Kopenhagen als auch bei der „TUR '88“ (24. bis 27. März) in Göteborg hatte der WFVV einen eigenen Stand im ÖFVW-Areal. Vier bzw. sechs Wiener Anbieter nützten den gemeinsamen werblichen Auftritt. Reisebüro-Workshops, an denen sich sechs Wiener Anbieter beteiligten, wurden vom WFVV in Kopenhagen (15. November) und Malmö (16. November) organisiert.

Sieben skandinavische Studiengruppen mit insgesamt 140 Reisebürorepräsentanten wurden in Wien betreut.

Nach einer recht stabilen und rasanten Aufwärtsentwicklung der Nächtigungen aus Ungarn, die 1985 ihren Höchststand erreichte, sank das Nächtigungsaufkommen in den folgenden Jahren stark ab. Eine deutliche Verschlechterung der wirtschaftlichen Verhältnisse Ungarns ab 1986 war daran sicher nicht unbeteiligt. 1988 wurde ein neues Paßgesetz erlassen, das den Ungarn beliebig oft die Ausreise ins gesamte Ausland ermöglicht. Ein regelrechter „run“ ungarischer Einkaufstouristen auf Wien setzte daraufhin ein, dennoch sanken die gewerblichen Nächtigungszahlen weiter stark ab. Die Ursache ist wohl darin zu sehen, daß die beliebig häufige Ausreisemöglichkeit und die kurze Anreise nach Wien eine (oft auch mit Busgesellschaften organisierte) Shoppingfahrt mit Rückreise am selben Tag begünstigen. Der Abnahme von gewerblichen Nächtigungen steht übrigens eine drastische Zunahme von Übernachtungen auf Campingplätzen und insbesondere in Jugendherbergen gegenüber. Auch die „Dunkelziffer“ von in Autos oder Bussen nächtigenden Ungarn dürfte beträchtlich sein. Der Anteil Ungarns an Wiens gewerblichen Nächtigungen betrug 1988 3 Prozent, womit dieser Markt von Rang 6 auf Rang 10 zurückfiel.

In Zusammenarbeit mit dem Presse- und Informationsdienst der Stadt Wien betreute der WFVV 1988 zwei ungarische TV-Teams in Wien, auch eine 40köpfige Gruppe von Reisebürorepräsentanten war nach Wien eingeladen.

Anlässlich Ungarns großer touristischer Fach- und Publikumsmesse UTAZÁS 1988 in Budapest (19. bis 23. März) organisierte die ÖFVW eine Pressekonferenz, bei der auch der WFVV vertreten war. Bei der Messe selbst war er mit fünf Wiener Anbietern im Österreich-Stand präsent. Ein auch vom WFVV wahrgenommener Österreich-Empfang im Hotel Hilton wurde von rund 300 ungarischen Reisebüro- und bzw. Medienvertretern besucht. In Pécs und Budapest (30. November bis 2. Dezember) fanden spezielle Reisebüro-Workshops statt, die vom WFVV und ÖFVW gemeinsam organisiert wurden.

Nach den 1986 in ganz Europa spürbaren starken Nächtigungsrückgängen aus den USA gab es für Wien 1987 wieder einen größeren Aufschwung, der jedoch nicht den endgültigen Trendumschwung bedeutete, denn 1988 ging das Nächtigungsaufkommen wieder etwas zurück. Die USA erbrachten 8,5 Prozent der gewerblichen Nächtigungen und stehen auf Rang 4 der Nationenliste.

Repräsentanten von insgesamt 63 US-Medien betreute der WFVV 1988 in Wien, darunter 29 einzelne Journalisten, die u. a. namhafte Magazine wie „Travel & Leisure“, „European Travel and Life“, „Business Traveller“ und „Diversión“ vertraten. Drei Journalistengruppen mit insgesamt 29 Personen wurden in Kooperation mit den Partnern Lufthansa, ÖFVW Los Angeles, ÖFVW New York und Eurail eingeladen.

Besonders groß war die Anzahl von Betreuungen elektronischer Medien: Ein TV-Film über „Sigmund Freud's Vienna“ entstand in Zusammenarbeit mit dem Sigmund-Freud-Museum. Der Kultur-TV-Kanal PBS drehte einen Beitrag für seine Serie „The Best of Europe“, die auch in den Fernen und Nahen Osten verkauft wird. CBS produzierte einen Beitrag für sein Magazin „Arts and Entertainment“. In Zusammenarbeit mit dem ORF drehte Pacem Productions einen Film über den Winter in Wien. An Videos für den Netzeinsatz wurden ein Film über „Mozart, Music, Mountains“, einer über den Opernball 1988, ein einstündiger Österreichfilm mit Schwerpunkt Wien sowie ein Video für den Einsatz in Reisebüros produziert. Der Regisseur Imre Lázár dreht einen Dokumentarfilm über das jüdische Wien.

Unter den vielen Wien-Artikeln amerikanischer Zeitungen und Magazine sind u. a. ein Bericht der „New York Times“ über die Biedermeierausstellung, ein ausführlicher Beitrag über die Habsburger-Schätze der „International Herald Tribune“ und ein Artikel über Wiens „opulent off-season“ der amerikanischen „Vogue“ zu erwähnen.

1988 wurde die seit über zwei Jahren laufende USA-Sonderwerbeaktion der Städte Wien, Salzburg und Innsbruck abgeschlossen. Sie war als schnelle Reaktion auf die damaligen amerikanischen Nächtigungsrückgänge in Europa im Herbst 1986 gestartet worden. Dem WFVV war dafür ein Sonderbudget von der Stadt Wien zur Verfügung gestellt worden. Von Anfang an war auch die Flughafen Wien Betriebsgesellschaft m.b.H. Partner der Aktion, die mit Unterstützung durch die US-Zweigstellen der ÖFVW durchgeführt wurde. 1988 beteiligten sich auch AUA und Lufthansa. Während der gesamten Kampagne wurden in renommierten US-Zeitschriften wie „The New York Times Magazine“, „Business Week“, „Travel & Leisure“ und „European Travel and Life“ teils ganzseitige, teils Farbinserate geschaltet. Insgesamt gab es im Rahmen der Aktion Veranstaltungen in rund 50 Städten quer durch die Vereinigten Staaten. Bei der Kampagne wurden zumeist USA-Tourneen berühmter österreichischer Musikensembles zum Anlaß genommen, touristische Entscheidungsträger und die Medien auf Wien, Salzburg und Innsbruck einzustimmen. Sie wurden zu den Konzerten eingeladen und bei Promotion-Veranstaltungen mit Informations- und Werbematerial versorgt. Aufgrund der Kooperationsbereitschaft so bekannter Ensembles wie der Wiener Philharmoniker, des Mozarteumorchesters Salzburg und der Wiener Sängerknaben – deren Tourneen auf diese Weise genützt werden durften – konnte ein starker Werbeeffekt erzielt werden. Zentrales Medium der Kampagne war ein 32seitiges Journal über die drei Städte, das speziell für das amerikanische Publikum produziert und in hoher Auflage verteilt wurde. Die Promotion-Veranstaltungen reichten von Reisebüro-Workshops über Seminare und dergleichen bis zu

Informationsveranstaltungen, die mit gesellschaftlichen Ereignissen (Gala-Dinner, Cocktail-Empfang usw.) kombiniert wurden.

Workshops und Dinners wurden 1988 gemeinsam mit AUA (zur Promotion ihrer Flugverbindung New York—Wien ab März 1989) in den Städten New York, Boston, Philadelphia, Chicago, Dallas, Atlanta, Boca Raton und Washington (13. September bis 12. Oktober) und gemeinsam mit Lufthansa in Orlande, Tampa, Fort Lauderdale und Miami (14. bis 17. November) veranstaltet. In den letztgenannten vier Städten gab es zusätzlich einen Show-Block mit Magic Christian.

Herausragendes Ereignis war die ASTA-Postconvention-Tour nach Wien: Der Jahreskongress der ASTA, sie ist die weltweit größte Reisebüro-Vereinigung, fand 1988 in Budapest statt (23. bis 28. Oktober). Diese Gelegenheit zur Präsentation wurde auch von vielen Wiener Anbietern genützt. Der WFVV war ebenfalls bei der Trade-Show vertreten und gab auf der MS Mozart, dem österreichischen Hauptquartier, eine Hospitality Suite. Die Postconvention-Tour von 500 ausgewählten Reisebüro-Repräsentanten nach Wien (29. bis 30. Oktober) wurde gemeinsam mit der ÖFVW organisiert. Den Gästen wurde dabei ein Maximum an Attraktionen geboten: Nostalgiezug Budapest—Wien, Spezialführung durch das Schloß Schönbrunn, Gala-Dinner in der Hofburg mit Operetten-Show, Bürgermeisterempfang im Rathaus und Konzert der Sängerknaben. Der WFVV war für die gesamte Organisation und die Abwicklung des Programmes zuständig.

Das Park Hyatt Hotel in Chicago veranstaltete 1988 eine kulinarische Wienwoche (3. bis 10. März). Der WFVV war mit einem Marktbetreuer beim dafür abgehaltenen Pressegespräch sowie beim Reisebüroempfang vertreten. Kooperationspartner waren die ÖFVW, Austrian Airlines und die Bundeswirtschaftskammer, vertreten durch KR Fröhlich. Der WFVV beteiligte sich an einem gemeinsamen Stand mit Salzburg und Innsbruck an der ITIX (7. bis 10. April) in Chicago. Die Messe fand zum ersten Mal statt und will sich als Fach- und Publikumsmesse etablieren. An der ÖFVW-Workshoptournee „Austria Sell“ (18. bis 29. April) nahm der WFVV mit fünf Wiener Anbietern teil. In Los Angeles, Orange County, Phoenix, San Francisco, San José, Portland und Seattle fanden jeweils workshopartige Präsentationen und Buffetempfang statt. Der Jahreskongress 1988 der USTOA (United States Touroperators Association) wurde in San Juan/Puerto Rico abgehalten (12. bis 14. Dezember). Der WFVV und weitere sieben Wiener Anbieter waren anwesend, um Kontakte mit den 50 größten US-Touroperatoren zu pflegen. Der schon traditionelle Wien-Galaabend wurde auch diesmal vom WFVV mitgesponsert.

16 Studiengruppen mit insgesamt 330 Reisebürorepräsentanten wurden vom WFVV 1988 in Wien betreut.

Im Kongress- und Incentivebereich beteiligte sich der WFVV 1988 mit zwei Wiener Anbietern an der PCMA-Jahrestagung (Professional Convention Managers Association) in Nashville (4. bis 7. Jänner) und organisierte dabei gemeinsam mit der ÖFVW und den deutschen Anbietern eine Hospitality Suite. Die Teilnahme am Showcase der IACVB (International Association of Convention and Visitors Bureaus) in Washington erfolgte an einem gemeinsamen Stand mit Salzburg (25. Februar). Der Leiter des Kongressbüros nahm als Delegierter am Jahreskongress 1988 der MPI (Meeting Planners International) in Seattle (7. bis 10. Juni) teil. Zum ersten Mal erfolgte die Teilnahme am IACVB-Jahreskongress in Den Haag (23. bis 27. Juli). Beim Jahreskongress der ASAE (America Society of Association Executives) in Toronto (13. bis 17. August) war der WFVV gemeinsam mit dem Austria Center, Vertretern der Städte Salzburg, Innsbruck, Graz sowie der ÖFVW in einem Österreich-Stand präsent. Die große Incentive-Messe IT & ME Chicago (27. bis 29. September) wurde vom WFVV und weiteren 21 Anbietern aus Österreich wahrgenommen. Die Hospitality Suite im Chicago Art Institute, die hauptsächlich vom WFVV gesponsert wurde, war ausgezeichnet besucht. Die Jahrestagung der ICPA (Insurance Conference Planners Association) fand in Wesley Chapel (7. bis 11. November) statt. Die Marktbetreuerin des WFVV war anwesend und konnte bei der „Table Top Exhibition“ interessante Kontakte knüpfen.