



TOURISMUS-
STRATEGIE
2020

Statusbericht 2015

WIEN
JETZT ODER NIE

1 Status quo

- 7 Erfreuliche Zwischenbilanz bei Nächtigungs- und Umsatzentwicklung
 - 8 Wachsendes Bettenangebot
 - 8 Verhaltene Konjunkturentwicklung – vorsichtig optimistische Prognosen
 - 9 Wachstumsmarkt Asien
-

2 Global.Smart.Premium – Entwicklung der Destination Wien

2.1 GLOBAL Vienna 2020

- 12 Airport Hub Vienna: Neue Direktverbindungen
- 13 Bahnverkehr kommt im 21. Jahrhundert an.
- 14 Erreichbarkeit auf der Straße
- 14 Kongresstourismus Zugpferd bei Wertschöpfung
- 15 Unternehmensstandort Wien
- 15 Vienna welcomes the world – Beispiel Eurovision Song Contest
- 16 Die Stadt als ‚globale Bühne‘ – Mission: Impossible?
- 17 Global Cities – Fact-finding Mission nach London

2.2 SMART Vienna 2020

- 19 Stadt der Lebensqualität
- 20 Neue Parks – Grüne Stadt
- 20 The missing link – U5 kommt in Türkis.
- 21 smile – die smarte Mobilitätsapp für WienerInnen und Wien-Gäste
- 21 Sanfte Mobilität: Die Rückkehr des Flaneurs
- 22 Digital Tourism – WLAN-Ausbau schreitet voran
- 22 Kreative Ideen für leerstehende Geschäftslokale
- 22 Neuer Busparkplatz für Schönbrunn
- 23 Fairplay bei Airbnb & Co.
- 23 Neues Entree für Kreuzfahrtpassagiere

INHALT

2.3 PREMIUM Vienna 2020

- 25 Hotelmarkt in Bewegung
- 25 Es ist geschafft – Lokale werden rauchfrei
- 26 Qualifizierte MitarbeiterInnen für die Premium-Destination
- 26 Wien Museum Neu
- 27 Wiens Museumslandschaft wächst weiter
- 27 Die Festival- und Messestadt
- 28 Der schönste Boulevard der Welt
- 28 Die neue Mahü
- 29 Gestaltungswettbewerb Schwedenplatz
- 29 Neue Investments an der Copa Cagarana
- 29 Erholung über der U-Bahn auf der Wiental-Terrasse
- 30 Ausblick: Internationale Bauausstellung in Wien
- 30 Tourist-Info in neuem Glanz
- 31 WienTourismus Marketing 2016–2018: Imperiales, Modernes & Genuss

3 Meilensteine

- 33 2015–2017
- 34 2018–2020



1 Status Quo

Im Herbst 2014 präsentierte der WienTourismus die neue Tourismusstrategie, die den Entwicklungspfad für die Destination Wien bis 2020 vorgibt. Die Ausgangsposition war diesmal mehr als günstig: Dominierte in der vorangegangenen – 2009 beschlossenen – Strategie noch die Frage, wie weit sich die internationale Finanz- und Wirtschaftskrise auch auf den Städtetourismus auswirken würde, so blickt die Destination Wien heute auf eine eindrucksvolle Wachstumsphase zurück. Die temporären Rückgänge des Jahres 2009 konnten rasch wettgemacht werden, seit 2010 reiht sich ein touristisches Rekordjahr an das andere. Mehr als 13,5 Millionen Gästenächtigungen im Jahr 2014 bedeuten gegenüber 2009 eine Steigerung um 37 %, gegenüber 2000 gar um 76 %.

Die Tourismusstrategie 2020 geht davon aus, dass der international zu beobachtende Trend Richtung Städtetourismus auch in den kommenden Jahren anhalten wird. Entsprechend ambitioniert sind die Zielsetzungen, die sich die Wiener Tourismusbranche gesteckt hat. Hinter der Formel **5 x 400 + 20 = 2020** verbergen sich im Detail folgende Ziele:

Im Vergleich zum Ausgangsjahr 2013 sollen 2020

- 5 Millionen mehr Gästenächtigungen erreicht,
- 400 Millionen Euro mehr Nächtigungsumsatz erzielt
- und Direktflüge aus 20 zusätzlichen Großstädten weltweit nach Wien angeboten werden.

ERFREULICHE ZWISCHENBILANZ BEI NÄCHTIGUNGS- UND UMSATZENTWICKLUNG

Eine erste Zwischenbilanz ein Jahr später zeigt, dass die Destination Wien durchaus auf dem richtigen Kurs ist, diese selbst gesteckten Vorgaben zu erfüllen: Bereits das Jahr 2014 brachte gegenüber den Ausgangswerten 2013 einen Zuwachs von über 800.000 Gästenächtigungen, die Steigerungsrate lag bei +6,3 %. Im Jahr 2015 (Jänner–Juli) konnte der Wachstumskurs mit 6,6 % beibehalten werden.

Dieses Ergebnis ist umso erfreulicher, als gerade der Tourismus sehr sensibel auf Krisenerscheinungen wie die militärischen Auseinandersetzungen in der Ukraine reagiert: War Russland 2013 noch der dritt wichtigste Herkunftsmarkt der Destination Wien (mit durchwegs zweistelligen Wachstumsraten seit 2010), so bricht dieser Markt seit Ausbruch der Ukraine-Krise und mit der Abwertung des Rubel zunehmend ein (-15 % im Jahr 2014, -32 % im ersten Halbjahr 2015). Die herben Rückgänge konnten jedoch durch umso höhere Zuwächse aus nahezu allen anderen wichtigen Herkunftsmärkten mehr als kompensiert werden.

Differenzierter fällt die Zwischenbilanz im Hinblick auf das Umsatzziel aus: Im Jahr 2014 wurden 640 Millionen Euro Nettonächtigungsumsatz erwirtschaftet, der Zuwachs gegenüber 2013 lag damit noch bei +4,9 %. Im ersten Halbjahr 2015 zogen die Umsätze allerdings – auch bedingt durch den Song-Contest-Monat Mai – massiv an. Mit einem Plus von 12,8 % gegenüber dem Vergleichszeitraum 2014 schwenkte die Umsatzentwicklung auf jenen Wachstumskurs ein, der notwendig sein wird, um die ambitionierten Ziele für 2020 zu erreichen.

WACHSENDES BETTENANGEBOT

Diese Entwicklung ist vor allem deshalb von Bedeutung, weil das Nächtigungswachstum nach der Krise des Jahres 2009 zunächst lange Zeit mit einer stagnierenden Umsatzentwicklung einherging – eine Folge der auch im internationalen Vergleich geringen Preisdurchsetzung in der Wiener Hotellerie. Als Indikator dafür wird seit 2014 der erzielte Umsatz pro verfügbarem Zimmer (RevPAR) kontinuierlich ausgewiesen – und dieser zeigte vor allem im ersten Halbjahr 2015 eine steigende Tendenz (mit einem Zuwachs von rund 5 % im Vergleich zum Vorjahr).

Die Schwierigkeit, angemessene Zimmerpreise durchzusetzen, ist ein Zeichen des harten Preiskampfes in der Hotellerie, der durch den massiven Bettenzuwachs der vergangenen Jahre noch verschärft wurde: Zwischen 2008 und 2014 stieg das Hotelangebot in Wien um rund 13.000 Betten oder 26 %. Dieser Trend – positiv betrachtet ein deutlicher Beweis für das Vertrauen des Markts in den Standort Wien – hält an: Nach der Eröffnung von Großprojekten wie dem Motel One Hauptbahnhof standen Mitte 2015 in Wien rund 64.000 Hotelbetten zur Verfügung, um knapp 4.000 mehr als ein Jahr zuvor. Bis Ende 2016 zeichnen sich weitere Neuzugänge mit insgesamt rund 1.200 Betten ab.

VERHALTENE KONJUNKTURENTWICKLUNG – VORSICHTIG OPTIMISTISCHE PROGNOSEN

Wenig Rückenwind erhält die Tourismuswirtschaft nach wie vor von der allgemeinen Konjunkturerwicklung: Temporär waren im ersten Halbjahr 2015 vorsichtige Erholungstendenzen spürbar – zunächst in den USA, dann mit etwas Verzögerung auch in Europa; ein nachhaltiger Konjunkturschub blieb aber ebenso aus wie ein markantes Investitionswachstum, was wiederum die Beschäftigungsdynamik, die Löhne und damit auch die private Konsumnachfrage merklich dämpfte.

Insbesondere in Europa entwickelte sich die Wirtschaftsleistung seit Beginn der Finanzkrise 2008 im Kriechtempo. Das gilt auch bzw. derzeit in besonderer Weise für Österreich: Die Wirtschaft stagniert, die Exporte leiden unter der schwachen Auslandsnachfrage, der private Konsum entwickelt sich äußerst träge, während die Arbeitslosigkeit weiter steigt. Entsprechend verhalten stellen sich auch die Konjunktüreinschätzungen der österreichischen Unternehmen dar. Hinzu kommt eine schwelende Vertrauenskrise v.a. der Euro-Länder, die durch die nach wie vor nicht gelöste Griechenlandkrise und den Reformstau in mehreren europäischen Staaten genährt wird.

STATUS QUO

Vor diesem eher trüben Hintergrund fallen die mittelfristigen Prognosen jedoch erfreulich optimistisch aus: Die OECD rechnet für 2016 mit einer Beschleunigung der weltweiten Wirtschaftsentwicklung, die jedoch regional – und bezogen auf die wichtigsten Herkunftsmärkte der Wiener Tourismuswirtschaft – sehr unterschiedlich ausfallen wird: Die OECD-Länder dürften mit einem Wachstum von 2 %–2,5 % hinter den weltweiten Entwicklungsraten zurückbleiben, aber zumindest eine Verbesserung gegenüber 2014/15 erfahren. Ein ähnliches Entwicklungsmuster gilt für den Euro-Raum, wobei mit einer Wachstumsrate von 1,5 % (2016) der Wachstumsrückstand deutlich stärker ausfällt. Die graduelle Erholung der Wirtschaft wird durch die niedrigen Ölpreise und die Verbesserung der Finanzierungsbedingungen gestützt. Eine Herausforderung stellen weiterhin der unterkapitalisierte Bankenapparat und die schwächelnde Kaufkraft dar.

Überdurchschnittlich sind die Erwartungen für Deutschland, Großbritannien und Spanien, die österreichischen Nachbarländer Slowakei, Tschechien, Slowenien und Ungarn, sowie insbesondere für Polen. Für die österreichische Wirtschaft wird dagegen ein unterdurchschnittliches Wachstum von unter 1,5 % vorhergesagt.

In den USA wird das Wachstum aktuellen Prognosen zufolge 2015 – ähnlich wie 2014 – 2,5 % betragen. Für 2016 ist mit einem Wachstumstempo wie in den beiden Vorjahren zu rechnen. Problematisch stellt sich dagegen nach wie vor die Situation in Russland dar: 2015 dürfte die Wirtschaft um rund 3 % schrumpfen, mit dem Realeinkommen ging auch der Konsum zuletzt merklich zurück. Eine Erholung wird frühestens 2016 einsetzen, ist aber wesentlich von der weiteren Entwicklung des Ölpreises abhängig.

WACHSTUMSMARKT ASIEN

Während damit auch hinter der Entwicklung der Gästezahlen aus dem Herkunftsmarkt Russland in den nächsten Jahren ein großes Fragezeichen steht, gewinnt der asiatische Raum weiter an Bedeutung für die Wiener Tourismuswirtschaft: In den vergangenen zehn Jahren verzeichnete Wien ein Nächtigungsplus von 77 % bei Gästen aus Asien; betrachtet man nur die arabischen Länder in Asien, fällt der Zuwachs mit +112 % sogar noch stärker aus. Bezogen auf die Kaufkraft sind es vor allem chinesische TouristInnen, die neben der Hotellerie auch den Handel jubeln lassen: Laut Umsatzsteuerrückstatter Global Blue machen die chinesischen Einkäufe bereits ein Viertel des ausländischen Umsatzes (ohne EU) in Wien aus – und verdrängten damit unlängst die russischen auf Platz 2.

Und die Aussichten sind weiterhin positiv: Während die Konjunkturerwicklung in Japan zunächst eher verhalten bleiben dürfte (2016: 1,5 %), flacht das Wachstum in China zwar auch 2016 ab, bleibt aber mit 6 %–6,5 % vergleichsweise hoch. Zusätzliche Impulse wird der Tourismus aus Asien zudem durch neue direkte Flugverbindungen nach Wien erhalten¹ und durch den Wegfall der Visapflicht für die Vereinigten Arabischen Emirate.

¹ Siehe dazu unten Abschnitt „GLOBAL Vienna“



2

Global.Smart. Premium

Entwicklung der Destination Wien

„Global.Smart.Premium“ lautet das Motto der aktuellen Wiener Tourismusstrategie 2020. Damit sind drei strategische Orientierungen für die künftige Entwicklung benannt, die eines gemeinsam haben: Sie setzen jeweils bei ausgewiesenen Qualitäten der Destination Wien an und zeigen gleichzeitig Felder auf, in denen die Stadt und die Tourismusbranche Antworten auf aktuelle Trends und künftige Herausforderungen finden wollen, sei es mit innovativen Maßnahmen, Investitionen oder Akzentuierungen in der Kommunikation.

Open Strategy à la Vienne setzt neue Maßstäbe

Der partizipative Strategieentwicklungsansatz des WienTourismus hat weltweit für Furore gesorgt und gilt mittlerweile als Best Practice. Im Zentrum der Anstrengungen stand die Entwicklung einer gemeinsamen Vision, die von allen Beteiligten getragen wird – einer Strategie, die bereits in der Entstehungsphase Stakeholder, Bevölkerung und Reisepublikum einband, aktive Partizipation und damit auch breite Akzeptanz ermöglichte. Besondere Würdigung erhielt dieser richtungsweisende und technologieunterstützte Ansatz durch die Verleihung des Ulysses Award der Welttourismusorganisation der Vereinten Nationen (UNWTO), der als „Oscar“ für die internationale Tourismusbranche gilt. Der Erfolg ist nicht zuletzt dem laufenden Wissenstransfer zwischen Wissenschaft und Wirtschaft geschuldet, den der WienTourismus durch seine engen Verbindungen mit Universitäten weltweit besonders pflegt. So gelang es auch, neue theoretische Ansätze in das praktische Projekt zu übertragen, was neben den Vereinten Nationen auch von der International Federation for IT and Travel & Tourism (IFITT) mit dem „Innovative Destination Award“ gewürdigt wurde. Aktuell arbeiten mehrere Forschungsteams an der wissenschaftlichen Aufarbeitung des Projektes. Dadurch wird der innovative Zugang des WienTourismus einer breiten Öffentlichkeit zugänglich und im Idealfall weltweit Nutzen stiften.

2.1 GLOBAL Vienna 2020

UNSER ZIEL

„GLOBAL Vienna 2020 ist eine internationale und interkulturelle Millionenstadt, die ihr kosmopolitisches Profil gezielt entwickelt. Wien positioniert sich als ‚Global Player‘, der seine Bedeutung als Standort internationaler Organisationen und Headquarters, als weltweit anerkannte Kultur-, Wissens- und Kongressmetropole nutzt, um seine Position als global nachgefragte Tourismusdestination kontinuierlich auszubauen.“

Wiener Tourismusstrategie 2020

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND AKTIVITÄTEN

AIRPORT HUB VIENNA: NEUE DIREKTVERBINDUNGEN

Der Flugverkehr hat einen beträchtlichen Einfluss auf die Entwicklung der Tourismusdestination. Jeder zweite Wien-Gast reist mit dem Flugzeug an; insofern überrascht es nicht, dass jede Neuaufnahme einer Direktverbindung zu einer internationalen Metropole sofort messbare Zuwächse bei den Gästekünften mit sich bringt. Vor diesem Hintergrund formuliert die Tourismusstrategie das ehrgeizige Ziel, bis 2020 Direktverbindungen aus 20 zusätzlichen Großstädten weltweit anbieten zu können.

Ein erster Schritt in diese Richtung erfolgt bereits 2015 mit der Neuaufnahme der AUA-Verbindung nach Miami ab Oktober. Mit April 2016 kommt Shanghai als weitere Langstreckendestination der Austrian Airlines hinzu. Neu im europäischen Destinationsangebot sind die französischen Städte Bordeaux und (nach einjähriger Pause wieder) Toulouse, die von Europe Airpost angefliegen werden, sowie die osteuropäischen Städte Odessa (AUA) und Tallinn (Estonian Air bzw. Air Baltic); Easyjet fliegt ab Herbst 2015 nach Bristol, Jet2.com ab April 2016 nach Edinburgh. Bereits im November 2014 etablierte NIKI mit Abu Dhabi, dem Hub der massiv expandierenden Etihad Airways, seine erste Langstreckenverbindung.

Die neue Billig-Airline der Lufthansa, Eurowings, hat ihre Europazentrale in Wien aufgeschlagen. Neben diesen neuen Direktverbindungen haben 2015 zahlreiche Airlines ihre Lang- und Mittelstreckenangebote ab/nach Wien aufgestockt: China Airlines erweiterte die Kapazitäten auf der Strecke nach Taipeh (Taiwan), Korean Air Richtung Seoul (Südkorea). Ausgebaut wurden/werden außerdem die Frequenzen nach Doha und Kuwait City (Qatar bzw. Kuwait Airways) sowie in Europa nach Istanbul (Onur Air), London und Manchester, Amsterdam, Rom, Barcelona und Berlin. Austrian Airlines musste Mitte September Dubai – aufgrund der harten Konkurrenz mit Emirates – aus dem Streckennetz nehmen; die frei werdenden Kapazitäten werden für die neue Destination Miami sowie für zusätzliche Verbindungen nach Newark (USA), Mauritius oder Colombo (Sri Lanka) genutzt.

Insgesamt verbuchte der Flughafen Wien 2014 mit 22,5 Millionen Passagieren einen neuen Rekord, 70 Fluglinien bedienten von Wien aus regelmäßig 172 Destinationen in 71 Ländern. Auch für 2015 wird – nach Einbußen im ersten Halbjahr (-0,8 % Passagiere) – insgesamt ein positives Ergebnis prognostiziert. Die nach wie vor verhaltene Konjunkturlage sowie Krisen wie jene in der Ukraine/Russland sind aber gerade im Fluggeschäft spürbar. Damit hat vor allem auch die AUA mit ihrem dichten Streckennetz in Osteuropa zu kämpfen: Während der Mutterkonzern Lufthansa Zuwächse erzielte, büßte Austrian Airlines im ersten Halbjahr 2015 Passagiere ein (-7,3 %). Erfreulich entwickelte sich dagegen die Nachfrage auf der Langstrecke, auch die Buchungslage für die neue Destination Miami liegt über den Erwartungen. Um den innereuropäischen Verkehr anzukurbeln, setzt die AUA seit Mitte 2015 auf ein neues Preiskonzept – mit den neuen Tarifen „Light“, „Classic“ und „Flex“, bei denen Zusatzleistungen vom Do&Co-Menü über den Wunschsitzplatz bis zum Zusatzgepäck individuell dazugekauft werden können.

Seit 1. September 2015 gelten per EU-Verordnung auf allen europäischen Flughäfen erweiterte Sicherheitsvorschriften: Passagiere müssen ihr Handgepäck und elektronische Geräte wie Laptops, Tablets und Mobiltelefone auf Spuren von Sprengstoffen kontrollieren lassen. Um die neuen Regelungen für die Passagiere möglichst komfortabel abzuwickeln, setzt der Flughafen Wien auf Servicequalität: Das Personal an den Sicherheitskontrollen wird seit Jahresbeginn aufgestockt und intensiv geschult, eigene Serviceschalter nach den Sicherheitskontrollen bieten persönliche Betreuung im Fall von Problemen.

BAHNVERKEHR KOMMT IM 21. JAHRHUNDERT AN.

Ende 2014 wurde nach fünf Jahren Bauzeit der Wiener Hauptbahnhof eröffnet, der nicht zu Unrecht als Jahrhundertprojekt bezeichnet wird: Drei internationale Bahnverkehrsachsen werden nun in zentrumsnaher Lage miteinander verknüpft. Mit Dezember 2015 werden auch die letzten Gleisanlagen fertiggestellt sein. Die ÖBB werden dann den gesamten Fernverkehr über den Hauptbahnhof abwickeln, der mit der Vollenbetriebnahme auch seine Rolle als Taktknoten übernehmen wird.

Mit der Fertigstellung des Bahnhofs und der Zulaufstrecken (Stichwort Lainzer Tunnel) sowie weiteren Investitionen in die Schieneninfrastruktur verbessert sich die Erreichbarkeit Wiens per Bahn maßgeblich: Die Fahrtzeit Prag–Wien konnte um 38 Minuten auf etwas mehr als 4 Stunden reduziert werden, erstmals kommen auf dieser Strecke Railjet-Züge zum Einsatz. Von Budapest aus ist Wien nunmehr in zweieinhalb Stunden erreichbar, von Warschau aus in sieben Stunden (statt bisher acht); der Eurocity-Zug Wien–Warschau wurde zudem nach Danzig verlängert. Auch die Anbindung an den Flughafen wird verbessert. Seit Dezember 2014 fährt der ICE im Zwei-Stundentakt (insgesamt neun Mal täglich) zum Flughafen Wien. Ab Dezember 2015 werden dann auch Railjets und Intercity-Züge jeweils stündlich zum Flughafen fahren und Erreichbarkeit und Komfort damit weiter verbessern.

Grünes Licht gab es zu guter Letzt auch für den Semmering-Basistunnel: Nach einer mehr als 25-jähriger Planungsphase konnten die Bauarbeiten nun im Juli 2015 aufgenommen werden. Die Zeitersparnis durch den 27 km langen Tunnel wird etwa 30 Minuten betragen – in Verbindung mit dem Koralmtunnel wird sich die Fahrtzeit von Klagenfurt nach Wien allerdings von derzeit knapp vier Stunden auf 2 Stunden 40 Minuten verkürzen. Ein Quantensprung – wenn auch ein eher mittelfristiger: die Fertigstellung des Koralmtunnels ist für 2023 geplant, jene des Brennerbasistunnels für 2026.

Auch im Nahverkehr sind weitere Verbesserungen in Vorbereitung. Ab Dezember 2015 kommen die ersten cityjet-Garnituren in und um Wien zum Einsatz. Barrierefreiheit, Klimaanlage, Komfortsitze und einiges mehr werden das Vorankommen in der Stadt deutlich angenehmer machen. Komfortverbesserungen wie verstellbare Sitze und Fußstützen wird es auch in neu angeschafften Railjets geben, alle Railjets erhalten darüber hinaus bis Ende 2016 ein Fahrradabteil, das Zurechtfinden wird durch ein neues Design für die digitale Fahrgastinformation ebenso erleichtert wie die Buchungen durch Neuerungen im ÖBB-Ticketshop.

ERREICHBARKEIT AUF DER STRASSE

Auch in die Straßeninfrastruktur rund um Wien wird derzeit kräftig investiert: Der dreispurige Ausbau der Ostautobahn A4 zwischen dem Flughafen Wien und der Stadt soll noch vor Jahresende 2015 abgeschlossen sein. Seit Frühjahr 2015 neu in Bau ist der nächste Abschnitt der Nordautobahn A5 zwischen Schrick/Mistelbach und Poysbrunn; hier ist die Fertigstellung für 2017 vorgesehen. Die letzten 9 km bis zur Staatsgrenze sollen bis 2018 folgen – wobei der Vollausbau vom gleichzeitigen Lückenschluss auf tschechischer Seite abhängt, damit letztlich eine durchgängige Autobahnverbindung von Prag über Brünn nach Wien besteht.

Mit dem Abschluss der Umweltverträglichkeitsprüfung wurden im März 2015 auch die Voraussetzungen für den Schluss des Autobahnringes um Wien geschaffen: Der Abschnitt Großenzersdorf-Süßenbrunn der Außenring-Schnellstraße S1 soll bis 2018 für den Verkehr freigegeben werden, die Errichtung des Lobau-Tunnels und damit der Anschluss an den Knoten Schwechat bis 2025.

KONGRESSTOURISMUS ZUGPFERD BEI WERTSCHÖPFUNG

Das Kongresssegment bleibt – gerade im Hinblick auf Umsatzentwicklung und Wertschöpfung – ein zentraler Faktor für die Wiener Tourismusbranche. Durchschnittlich 474 Euro haben Kongressgäste 2014 pro Kopf und Tag in Wien ausgegeben – der Vergleichswert sämtlicher Wien-Gäste liegt bei 250 Euro. Mit mehr als 3.500 Kongressen und Firmenveranstaltungen verzeichnete Wien 2014 einen neuen Höchstwert; bei den Nächtigungen (fast 1,5 Millionen) und der Wertschöpfung (rund 900 Millionen Euro) blieb das Ergebnis nur knapp unter dem bisherigen Rekordjahr 2012. Bei etwas mehr als 20 % der Veranstaltungen handelt es

sich um internationale Kongresse, die aber für fast 50 % der Tagungsgäste und mehr als 70 % der Kongress-Nächtigungen und -wertschöpfung verantwortlich sind. Mit diesen Werten rangiert Wien auch nach wie vor im Spitzenfeld der internationalen Kongressstatistiken (Platz 2 hinter Paris bei der International Congress and Convention Association, Platz 3 bei der Union of International Associations hinter Singapur und Brüssel).

Die Bedeutung Wiens als Universitätsstadt ist ein wichtiger Faktor für Wiens hohes Kongressaufkommen. Eine führende Rolle nimmt dabei die Universität Wien ein, die durch ihre Leistungen in Forschung und Lehre nicht nur über eine hohe internationale Reputation verfügt, sondern auch über ein überaus professionelles Kongress- und Veranstaltungsmanagement. Allein 2014 fanden – zusätzlich zum regulären Lehr- und Forschungsbetrieb – 1.500 Veranstaltungen statt. Das 650. Gründungsjubiläum der Universität ist (auch im Zusammenspiel mit dem 150-Jahr-Jubiläum der Ringstraße) ein willkommener Anlass, diese Leistungen der Universität und deren Beitrag zur Positionierung Wiens als international führende Kongressstadt verstärkt herauszustreichen.

UNTERNEHMENSSTANDORT WIEN

Neben der großen Zahl an internationalen Kongressen und den in Wien angesiedelten internationalen Organisationen sind es nicht zuletzt die regionalen Headquarters internationaler Konzerne, die zur Positionierung Wiens als „Global City“ beitragen. Und der Standort Wien erfreut sich offenbar nach wie vor großer Beliebtheit: Im Jahr 2014 siedelten sich mit 159 so viele internationale Unternehmen in Wien an wie nie zuvor. Die Neuansiedlungen stehen für ein Investitionsvolumen von 244 Millionen Euro (ebenfalls Rekord) und schaffen knapp 1.000 neue Arbeitsplätze. Besonders erfreulich: Wien wird immer mehr zum mitteleuropäischen „Start-up Hub“; über 40 Start-ups aus 13 Ländern haben sich allein 2014 für ein „Welcome Package“ der Wirtschaftsagentur Wien beworben. Der Trend scheint sich fortzusetzen: Auch im ersten Halbjahr 2015 entschieden sich bereits mehr als 80 Unternehmen für Wien als neuen Standort.

VIENNA WELCOMES THE WORLD – BEISPIEL EUROVISION SONG CONTEST

Null Punkte für Österreichs Starter „The Makemakes“ – das war aber auch der einzige Wermutstropfen beim 60. Eurovision Song Contest. Die Destination Wien konnte als Austragungsort zwei Kernkompetenzen voll ausspielen: ihren Status als Welthauptstadt der Musik und ihre Gastgeberqualitäten. Entsprechend euphorisch war die internationale Resonanz.

Aber zuerst zu den harten Fakten: Der Song-Contest-Monat Mai brachte zwar einen weiteren Rekord bei den Nächtigungen (+2,3 % gegenüber dem Vorjahr), noch wesentlich eindrucksvoller nimmt sich aber das Umsatzplus von 15,7 % gegenüber dem Vergleichsmonat 2014 aus. In der Stadthalle erlebten rund 100.000 ZuschauerInnen die neun Live-Shows mit, fast ebenso viele verfolgten Halbfinale und Finale im „Public Viewing“-Bereich auf dem Rathausplatz. Für den Werbeeffect aber noch wesentlich wichtiger: 26 Kameras übertrugen das Spektakel in 80 Länder weltweit, rund 200 Millionen Fans sahen zu. Für die offiziellen Delegationen und die 1.700 akkreditierten JournalistInnen wurde das bisher umfangreichste Rahmenprogramm mit mehr als 100 Programmpunkten zusammengestellt – von Spezialführungen, über Kochkurse bis zu Staatsopernbesuchen – um die Destination mit der Vielseitigkeit ihrer Angebots gegenüber diesen MultiplikatorInnen nicht nur zu präsentieren, sondern erlebbar zu machen. Ein Service Desk „Your Host City Vienna“ im Pressezentrum der Stadthalle fungierte zudem als Anlaufstelle für jegliche Informationen über die Stadt oder für Hilfestellungen bei der Organisation von Drehgenehmigungen.

Eine enorme Publicity-Wirkung hatte auch die bereits im Vorfeld des Song Contests durchgeführte Promotion-Kampagne: Die Tournee der „ViennaSphere“, einer 500 Personen fassenden, mit Multimedia-Projektionen bespielbaren Kugel, durch Barcelona, Paris, London, Mailand und Berlin erzielte eine technische Reichweite von über 400 Millionen Kontakten, richteten sich aber gleichzeitig ganz gezielt an VertreterInnen von Medien und Reisebranche.

Der Effekt kann sich sehen lassen: Eine Medienanalyse ergab, dass allein in ausländischen Online-Medien im Zeitraum 1.5.–14.6.2015 mehr als 35.000 Berichte auf Wien im Zusammenhang mit dem Eurovision Song Contest Bezug nahmen – geschätzter Werbewert: knapp 800 Millionen Euro. Die im Presszentrum akkreditierten internationalen JournalistInnen stellten Wien ein hervorragendes Zeugnis aus: Knapp 80 % der befragten MedienvertreterInnen mit ESC-Erfahrung beurteilten den Wiener Song Contest als „besser“ oder gar „viel besser“ als vorangegangene Events. Neben der Infrastruktur der Stadthalle und des Pressezentrums wurde vor allem die ausgezeichnete Organisation, die kompetente wie herzliche Betreuung durch die Volunteers sowie die Gastfreundlichkeit hervorgehoben, die die JournalistInnen in der Stadt erlebt hatten.

DIE STADT ALS „GLOBALE BÜHNE“ – MISSION: IMPOSSIBLE?

Im August 2014 wurde mit großem Aufwand in Wien gedreht, ein knappes Jahr später wurde der (60 Meter lange) rote Teppich anlässlich der Premiere vor der Staatsoper ausgerollt: Der 5. Teil des Agententhrillers „Mission: Impossible“ mit Tom Cruise in der Hauptrolle entpuppte sich für Wien als Publicity-Glückstreffer, stellte die Premierenfeier mit all ihrer Hollywood-Opulenz doch eine unbezahlte Werbung für die Stadt dar. Neben der Staatsoper gingen auch Bilder anderer signifikanter Orte in der Stadt um die Welt, an denen die Stars im Vorfeld des Events Interviews gaben. Den gesamten Werbewert für die Stadt Wien bezifferte die Vienna Film Commission mit rund 100 Millionen Euro.

Die für die Förderung Wiens als Drehort zuständige Film Commission erhofft sich von dem Spektakel auch Impulse für weitere Großproduktionen: Dass Wien nicht nur als Drehort, sondern auf Wunsch von Hauptdarsteller Tom Cruise auch als Location für die Weltpremiere auserkoren wurde, werde international intensiv wahrgenommen und bringe Wien einmal mehr aufs Parkett für internationale ProduzentInnen. Und Filmproduktionen haben eine doppelte Bedeutung für den Standort: Sie erzeugen zum einen direkte Wertschöpfungseffekte und tragen andererseits wesentlich zur internationalen Positionierung der Stadt – nicht zuletzt als Tourismusdestination – bei, da viele Reiseentscheidungen auch durch Filmmotive inspiriert werden.

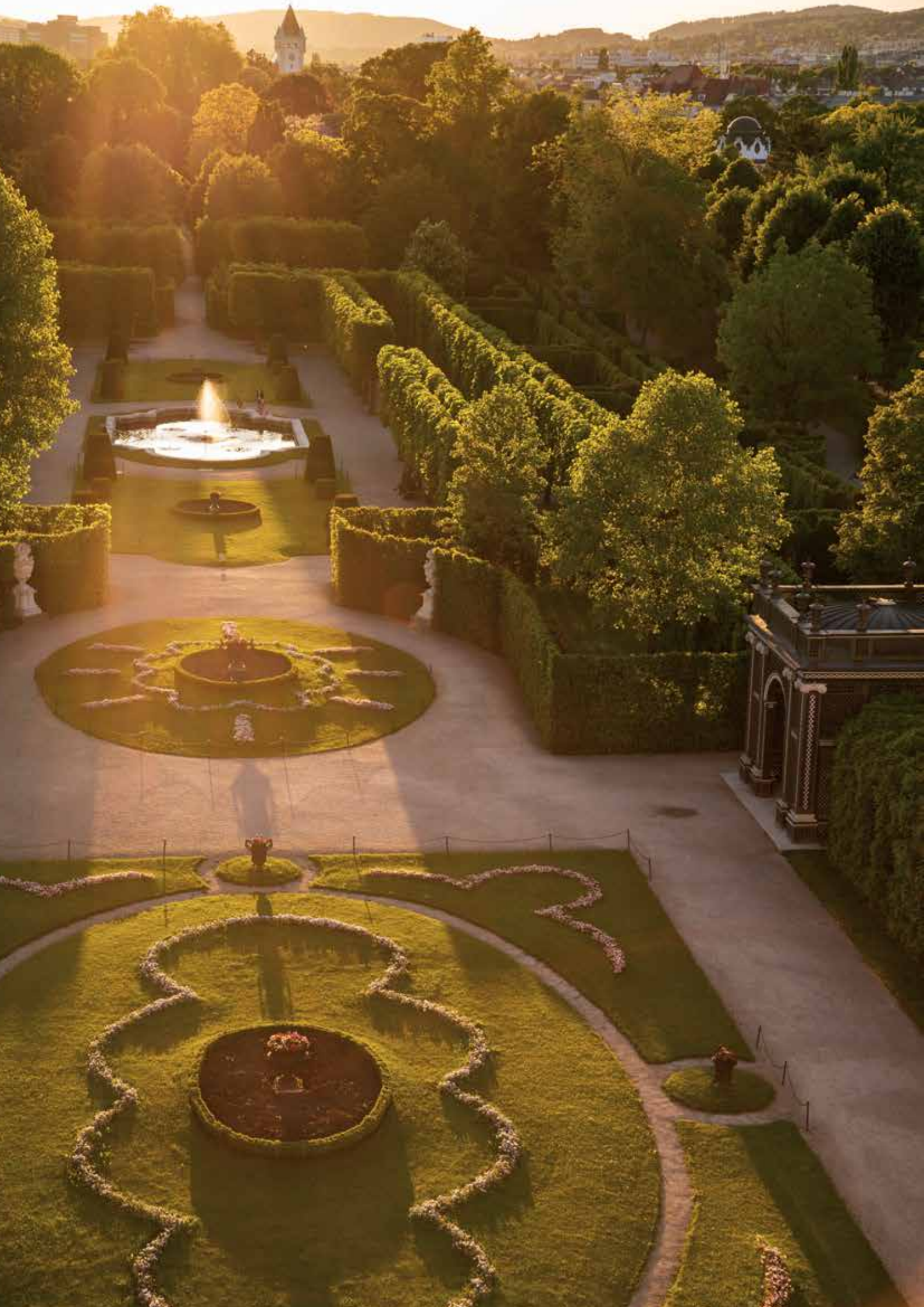
Insgesamt waren 2014 mehr als hundert internationale Produktionen zu Gast in Wien, ein Großteil davon aus Deutschland, gefolgt von Japan, den USA, Großbritannien und Slowenien. Neben „Mission: Impossible“ sorgte vor allem Simon Curtis' an 13 Wiener Schauplätzen gedrehter Klimt-Film „Woman in Gold“ für Aufsehen. Im September 2015 begannen die Dreharbeiten für die nächste Großproduktion, diesmal von Bollywood-Regisseur Karan Johar.

GLOBAL CITIES – FACT-FINDING MISSION NACH LONDON

Keine europäische Stadt konnte sich in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten derartig erfolgreich als „global player“ positionieren wie London. Getreu dem Motto „learning from the best“ organisierte der WienTourismus deshalb im September 2015 eine zweitägige Delegationsreise der Wiener Tourismus-Strategiegruppe in die britische Hauptstadt, um sich mit zahlreichen FachexpertInnen auszutauschen und aktuelle Projekte vor Ort zu kennen zu lernen.

Einen inhaltlichen Schwerpunkt der Fact-finding-Reise bildete die Rolle Londons als Gastgeber von Großevents. Wie können Events mit globaler Strahlkraft zur internationalen Positionierung einer Stadt beitragen? So stand London etwa durch die Olympischen Spiele 2012 nicht nur während eines Zeitraums von drei Wochen im Zentrum der weltweiten Medienberichterstattung – die langfristigen Entwicklungsimpulse für den Schauplatz der Spiele und die Gesamtwahrnehmung der Stadt wurden vom Beginn der Bewerbung an mitgeplant und konsequent genutzt. Vizebürgermeisterin Munira Mirza erläuterte insbesondere die Bedeutung von Kulturinitiativen und -veranstaltungen, um über die gut eingespielten Top-Sehenswürdigkeiten hinaus Akzente für die Stadt und Besuchsanreize für BesucherInnen zu setzen.

Weitere Themen des Austauschs umfassten u.a. die Entwicklung einer integrierten Dachmarke London und die Koordination des Markenauftritts gegenüber unterschiedlichen Zielgruppen, von TouristInnen über Studierende bis hin zu Investoren, die für die Stadt gewonnen werden sollen; die Bedeutung von Film- und TV-Produktionen für die internationale Wahrnehmung der Stadt; oder den Einsatz flexibler Kooperationsstrukturen, um Stadtviertel als attraktive Business- oder Shoppingdestinationen zu entwickeln und verstärkt auf der „Aufmerksamkeitslandkarte“ zu verankern.



2.2 SMART Vienna 2020

UNSER ZIEL

„SMART Vienna 2020 ist eine Weltstadt mit hoher Lebensqualität für BesucherInnen und Einheimische, die durch einen verantwortungsvollen, nachhaltigen Umgang mit Ressourcen besticht. BesucherInnen erleben Wien nicht nur als sauber, sicher, grün, nachhaltig und gut gemanagt, sondern auch als ‚intelligente‘ Stadt, die Kosten und Nutzen des Tourismus in Balance hält und das Eintauchen als ‚Temporary Resident‘ ermöglicht.“

Wiener Tourismusstrategie 2020

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND AKTIVITÄTEN

STADT DER LEBENSQUALITÄT

Auch 2015 hat der international tätige Unternehmensberater Mercer Wien zum sechsten Mal in Folge zum Weltmeister in Sachen Lebensqualität gekürt. Eine Auszeichnung, die durch andere Studien und Rankings bestätigt wird: Das renommierte in London ansässige Kultur- und Lifestyle-Magazin Monocle sieht Wien in seiner Liste der lebenswertesten Städte 2015 auf dem zweiten Platz. Die Begründung dafür hört sich in den Worten der Herausgeber – in Anlehnung an das Musical „The Sound of Music“ und Song Contest Gewinnerin Conchita Wurst – folgendermaßen an: „In den vergangenen zehn Jahren erblühte Wien wie ein Edelweiß oder stieg wie ein Phönix aus der Asche“². Ebenfalls auf Platz 2 rangiert Wien im aktuellen Lebensqualitäts-Ranking der Economist Intelligence Unit (hauchdünn hinter der australischen Stadt Melbourne). Das Ranking, das jährlich von der Tochtergesellschaft des britischen Wirtschaftsmagazins Economist erstellt wird, misst die Lebensqualität in 130 Städten auf fünf Kontinenten anhand der Kategorien Stabilität, Gesundheitsversorgung, Kultur und Umwelt, sowie Ausbildung und Infrastruktur.

Dass Wien einen ausgezeichneten internationalen Ruf genießt, wurde Ende 2014 auch durch eine Befragung von 19.000 Personen in den G8-Staaten (USA, UK, Kanada, Japan, Frankreich, Deutschland, Italien und Russland) bestätigt. Demnach hat Wien unter 100 Städten weltweit den besten Ruf – wesentliche Gründe dafür: Effektivität der Regierung, Fortschrittlichkeit des Wirtschaftsstandortes und die Attraktivität des Umfeldes.³

² The Monocle Quality of Life Survey 2015
(<http://monocle.com/film/affairs/the-monocle-quality-of-life-survey-2015/>)

³ City RepTrak Ranking 2014 (<http://www.reputationinstitute.com/thought-leadership/city-reptrak>)

NEUE PARKS – GRÜNE STADT

Die hohe Qualität der Naturräume und Parks in der Stadt ist ein wesentlicher Faktor für die Lebensqualität und das gute Abschneiden in den diversen Rankings. Damit das auch im stark wachsenden Wien so bleibt, investiert die Stadt gezielt in neue Grün- und Erholungsräume. So wird beim neuen Hauptbahnhof noch in den kommenden Monaten der erste Teil des Helmut-Zilk-Parks eröffnet. In der Donaustadt konnten 2015 gleich vier neue Parks eröffnet werden, drei davon – darunter der großzügige Seepark – im Stadtentwicklungsgebiet Seestadt Aspern. Noch eine Dimension größer ist das Projekt Norbert-Scheed-Wald im Nordosten Wiens, wo auf bis zu 1.000 Hektar ein vielfältiger Erholungsraum entstehen wird, der durch Wege, Spielplätze und öffentlich zugängliche Gewässer nutzbar gemacht werden soll. Neuer Erholungsraum in zentraler Lage – wenn auch etwas kleiner dimensioniert – entsteht auch am Donaukanal, wo drei Überplattungen die Donaukanal-Promenade mit der Kaiserbadschleuse verbinden werden. Als eine Art „schwimmende Gärten“ werden sie mit Bepflanzungen, Sitz- und Liegemöglichkeiten ausgestattet und auf rund 1.400 m² zum Entspannen einladen.

THE MISSING LINK – U5 KOMMT IN TÜRKIS.

Zwischen 2018 und 2023 erhält das Wiener U-Bahnnetz seine nächste substantielle Erweiterung. Die lang projektierte Linie U5 wird dann schrittweise Wirklichkeit, und die U2-Neu wird in den Wiener Süden verlängert. Im ersten Schritt wird die U5 vom Alten AKH zum neuen Knotenpunkt Rathaus führen und ab dort die „alte“ U2-Strecke Richtung Karlsplatz übernehmen, während die U2 über Neubaugasse, Pilgramgasse und Bacherpark zum Matzleinsdorfer Platz fahren wird. Mittelfristig sind Verlängerungen bis zum Elterleinplatz (U5) bzw. zu den Twin Towers am Wienerberg (U2) vorgesehen.

Die U5 wird sich neben der Farbe Türkis und einem neuen Stationsdesign auch durch eine technologische Neuerung auszeichnen: Erstmals kommen in Wien vollautomatische Züge zum Einsatz, die es u.a. ermöglichen, kürzere Intervalle zu fahren. Für mehr Sicherheit sorgen sogenannte Bahnsteigtüren – wie man sie bspw. aus London kennt – die verhindern, dass Fahrgäste die Gleise betreten.

Der geplante U-Bahnausbau bringt nicht nur positive Veränderungen für die Fahrgäste, sondern schafft auch tausende Arbeitsplätze. Der Beschäftigungseffekt beläuft sich je 100 Millionen investierter Euro auf rund 1.700 Vollzeit-Jobs. Bei einer Gesamtinvestitionssumme von ca. 950 Millionen Euro (für die erste Bauphase) entstehen so über 16.000 Arbeitsplätze.

SMILE – DIE SMARTE MOBILITÄTSAPP FÜR WIENERINNEN UND WIEN-GÄSTE

Wien bietet für TouristInnen ein enorm vielfältiges Angebot an Fortbewegungsmitteln – von U- und S-Bahn, Bus und Straßenbahn mit ihrem dichten Streckennetz über Taxis, Car-sharing-Autos und City Bikes bis hin zum Twin-City-Liner. Orientierung in diesem breiten Spektrum soll künftig die Mobilitätsplattform „smile“ geben, die als App einfach und kostenlos am Smartphone eingerichtet werden kann. „smile“ bietet einerseits für jede beliebige Fahrt von A nach B Vorschläge zur Route und Verkehrsmittelwahl und berücksichtigt dabei persönliche Vorgaben und Vorlieben – so weit so gut. Richtig innovativ und kundInnenfreundlich ist, dass man sämtliche Verkehrsmittel mit Hilfe von smile auch buchen und bezahlen kann – und zwar direkt in der App, ohne zum jeweiligen Anbieter wechseln zu müssen. Auch Fahrkarten werden direkt in der smile-App gespeichert; am Bildschirm des gebuchten Car-Sharing-Autos gibt es einen eigenen smile-Abrechnungsbutton; und der Taxifahrer hat bereits beim Einsteigen die Informationen über Fahrgast und Fahrziel am Schirm, am Ende der Fahrt wird der Fahrpreis auf das Handy gesendet und mit einem Klick bestätigt.

smile wurde im Rahmen eines dreijährigen Forschungsprojekts entwickelt und ausgiebig getestet. Aufbauend auf den seit Mai 2015 vorliegenden Ergebnissen wollen die Wiener Stadtwerke den Prototyp nun weiter optimieren und für die Allgemeinheit nutzbar machen. Neben den bisherigen Projektpartnern, darunter die ÖBB, die Wiener Linien, car2go, Taxi 31300, citybike oder die WIPARK Garagen können weitere Anbieter von Mobilitätsdienstleistungen (vom e-Carsharing bis zum e-Bike-Verleih) leicht an das neue System ankoppeln. Gleichzeitig werden innerhalb der Organisationsstrukturen der Wiener Linien die Customer-Care-Prozesse angepasst. Bis smile endgültig „Marktreife“ hat, läuft der Prototyp unter dem Namen „beam beta“ weiter, betrieben von der „Neue urbane Mobilität Wien GmbH“ (einer Tochter der Wiener Stadtwerke) in Zusammenarbeit mit den Wiener Linien.

SANFTE MOBILITÄT: DIE RÜCKKEHR DES FLANEURS

Schon heute ist Wien eine Stadt der FußgängerInnen – 26 % aller Wege werden „per pedes“ zurück gelegt. Damit das Vorankommen in Zukunft noch angenehmer und stressfreier ist, werden bis 2025 sieben sogenannte Flaniermeilen eingerichtet. Dabei handelt es sich um FußgängerInnenrouten, die wichtige Plätze, ÖV-Stationen, Märkte, Einkaufsstrassen etc. miteinander verbinden und den „Gehkomfort“ durch breite Gehsteige, ein neues Leitsystem, Bänke und Rastmöglichkeiten, Wasser- und Grünelemente erhöhen. In einem ersten Schritt sollen zunächst bis 2018 zwei Flaniermeilen realisiert werden: einmal vom Reumannplatz über Kärntner Straße und Stephansplatz bis zum WU Campus, und zum Zweiten vom Kutschkermarkt zur Mariahilfer Straße und zum Naschmarkt – beides also Routen, die gerade auch für TouristInnen attraktiv sein sollten.

DIGITAL TOURISM – WLAN-AUSBAU SCHREITET VORAN

Seit Mai 2015 wird der Ausbau von WLAN-Access-Points massiv vorangetrieben. Im August gab es bereits 220 solcher Access-Points, bis Ende des Jahres wird sich die Zahl auf 400 erhöhen. Bereits im Sommer nutzten 10.000 Menschen pro Woche das freie Internet. Besonders wichtig für Wien-BesucherInnen: Neben der Kärntner Straße wird im „Endausbau“ auch der Ring durchgehend mit WLAN-Standorten ausgestattet sein.

KREATIVE IDEEN FÜR LEERSTEHENDE GESCHÄFTSLOKALE

Smart ist eine Stadt auch dann, wenn leerstehende Räume und brachliegende Flächen neu belebt und genutzt werden. Damit das in Zukunft in Wien leichter möglich ist, wird mit Anfang 2016 die neue Serviceagentur „Kreative Räume“ ihre Tätigkeit aufnehmen. Die Agentur wird Informationen, Beratung und Hilfestellung zum Thema Leerstand anbieten und Raumsuchende und Raumanbieter zusammenbringen. Vor allem Kreative und Start-ups soll von diesen Service profitieren – somit wird die Agentur nicht nur dazu beitragen, dass Erdgeschosszonen belebt werden, sondern auch die Entwicklung Wiens zum europaweiten Hotspot für Start-ups und Kreative fördern.

NEUER BUSPARKPLATZ FÜR SCHÖNBRUNN

Die Zukunft des Schönbrunner Vorfelds zwischen der U4-Station Schönbrunn und der Schönbrunner Schloßstraße ist geklärt. Auf der seit rund drei Jahren brach liegenden Fläche entsteht ab dem Frühjahr 2016 ein Busparkplatz mit 76 Stellplätzen. Damit wird eine langjährige Forderung der Wiener Tourismuswirtschaft umgesetzt. Die Aus- und Einsteigstelle für Busse entlang des Schlosses wird im Zuge der Errichtung aufgelöst und der Zugang zum Schloss besucherfreundlicher gestaltet. Nach Fertigstellung werden dann nämlich nicht nur Busreisende, sondern auch BesucherInnen, die mit der U4 anreisen, einen neu gestalteten Fußweg nutzen können, der seitlich am künftigen Busparkplatz vorbeiführt und in den Vorplatz vis-à-vis des Schlosses mündet. Der neue Busparkplatz soll darüber hinaus dafür genützt werden, die Busströme besser zu steuern und innerstädtische Bereiche zu entlasten. Die Flächenwidmung für den Busparkplatz wird aller Voraussicht nach bis Herbst abgeschlossen. Die Fertigstellung ist für 2017 anvisiert.

FAIRPLAY BEI AIRBNB & CO.

Die direkte Zimmervermietung von Privat an Privat gewinnt weltweit an Bedeutung, auch in Wien wird eine steigende Anzahl von Zimmern und Wohnungen über Online-Plattformen wie Airbnb oder Wimdu angeboten. Diese Entwicklung kann für die Destination dann positiv sein, wenn die rechtlichen Rahmenbedingungen klar sind und gewährleistet ist, dass alle nach den gleichen Regeln spielen. Um das in Zukunft besser sicherstellen zu können, arbeiten ExpertInnen der Stadt Wien nun gemeinsam mit VertreterInnen der Wirtschaftskammer, des WienTourismus u.a.m. in einem „Forum Shared Economy in Wien“ an praktikablen Lösungsvorschlägen.

NEUES ENTREE FÜR KREUZFAHRTPASSAGIERE

Noch vor Ablauf der Kreuzfahrtsaison 2015 konnte Ende August das runderneuerte Schifffahrtszentrum an der Reichsbrücke eröffnet werden. Die technische Infrastruktur (etwa Strom- und Wasserleitungen) wurde saniert und auch gleich an den seit Jahren steigenden Bedarf angepasst. Ein neues Verkehrsleitsystem sorgt nun für einen reibungslosen Ablauf der An- und Abreise der Passagiere, die hauptsächlich mit Reisebussen erfolgt. Auch für die Passagiere wurde ein neues Leitsystem mit Infoscreens an jeder Anlegestelle eingerichtet. Am Kai sind neue Verweil- und Wartezonen entstanden, das gesamte Areal ist mit neuen Bodenbelägen, mit Frei- und Grünflächen sowie mit WLAN ausgestattet. Zu jeder Anlegestelle wurden Glasfaserkabel verlegt, sodass sich die Kreuzfahrtschiffe jederzeit an das Glasfasernetz andocken können.

Das Schifffahrtszentrum bietet nunmehr auf einer Länge von mehr als einem Kilometer moderne Infrastruktur für bis zu 36 Kabinenschiffe gleichzeitig. Und diese Kapazitäten werden auch benötigt: In den letzten zehn Jahren hat sich das jährliche Passagieraufkommen im Personenhafen Wien von 130.000 auf mehr als 260.000 Personen verdoppelt.⁴

⁴ Wien Holding (2014): <http://www.wienholding.at/Mediaroom.News/Neue-Infrastruktur-fuer-Donau-Traumschiffe/31457>



2.3 PREMIUM Vienna 2020

UNSER ZIEL

„PREMIUM Vienna 2020 ist ein exquisites und exklusives Toppreiziel mit Angeboten auf höchstem Niveau, wo eine außergewöhnliche Dienstleistungs- und Servicekultur das Reisen und Genießen zu einer luxuriösen Erfahrung für alle Gäste macht.“

Wiener Tourismusstrategie 2020

AKTUELLE ENTWICKLUNGEN UND AKTIVITÄTEN

HOTELMARKT IN BEWEGUNG

Wien bleibt ein attraktives Pflaster für neue Hotelprojekte – zahlreiche neue Player haben in den letzten Monaten den Markteintritt gewagt, insbesondere der Budget-Bereich entwickelt sich dabei dynamisch. Zu den Neuzugängen 2014/2015 gehört u.a. das Motel One Wien-Staatsoper mit 400 Zimmern. Rund um den neuen Hauptbahnhof eröffneten das Star Inn Hotel Premium Wien Hauptbahnhof mit 300 Zimmern auf Drei-Sterne-Niveau, ein weiteres Motel One – mit 533 Zimmern der bisher größte Standort in Österreich – sowie das Hotel Schani, das mit Wiener Flair und neuen Technologien punkten will; es wird gemeinsam mit dem Fraunhofer-Institut für Arbeitswelt und Organisation IAO in Stuttgart als „smartes Hotel“ entwickelt.

Auch in den kommenden Monaten wird sich die Bettenanzahl weiter erhöhen. In der Nähe des Westbahnhofs entsteht bis November im ehemaligen Einkaufszentrum La Stafa das Hotel Cocoon Wien, auch der einstige Sitz des Bundesamts für Verfassungsschutz und Terrorismusbekämpfung am Schuberttring 10-12 wird voraussichtlich bis Ende 2015 in ein Hotel umgewandelt. Ein besonders ungewöhnliches und spannendes Projekt findet sich bereits seit Frühjahr 2015 im 2. Bezirk – Magdas Hotel ist ein Projekt der Caritas, wird von Hotellerie-Profis gemeinsam mit Flüchtlingen geführt und versteht sich als soziales Unternehmen.

ES IST GESCHAFFT – LOKALE WERDEN RAUCHFREI

„Was lange währt wird endlich gut“ oder „Gut Ding braucht Weile“ – so oder ähnlich lauten die klugen Sprüche, wenn nach langer Zeit etwas auf Schiene gebracht wird. Und der Weg zu rauchfreien Lokalen hat tatsächlich lange gedauert (und ein bisschen wird es auch noch dauern). Seit Beginn der 1990er-Jahre wurde diskutiert, 2009 kam eine – wie sich herausstellte – unbefriedigende Zwischenlösung. Ab Mai 2018 ist nun so weit: Ab dann darf in Wirtshäusern, Vereinslokalen und Festzelten nicht mehr geraucht werden. Damit erfüllt sich

eine langjährige Forderung der Tourismusbranche nach einer klaren, nachvollziehbaren und an internationalen Standards orientierten Regelung. Die lange Übergangsfrist soll Betrieben genug Zeit für nötige bauliche Adaptionen lassen. Für die „First Movers“, die bis Anfang Juli 2016 die nötigen Umbauten durchführen, wird es darüber hinaus eine „Nichtraucherschutz-Prämie“ geben.

QUALIFIZIERTE MITARBEITERINNEN FÜR DIE PREMIUM-DESTINATION

Qualifizierte und motivierte MitarbeiterInnen sind für Hotellerie und Gastronomie das A&O. Damit die Destination Wien auch in Zukunft mit hoher Servicequalität punkten kann, setzen das Wiener Arbeitsmarktservice (AMS) sowie der Wiener ArbeitnehmerInnen Förderungsfonds (waff) einen Schwerpunkt bei der (Weiter-)Qualifizierung in tourismusbezogenen Branchen: Mit Dezember 2015 startet etwa bereits der dritte Lehrgang des arbeitsplatznahen Qualifizierungsprojekts „Fachkräfte für die Wiener Hotellerie und Gastronomie“, das der waff gemeinsam mit der Wiener Berufsschule für Gastgewerbe, dem AMS Wien, den Sozialpartnern, Leitbetrieben der Branche und dem WienTourismus entwickelte, um Personen mit Berufserfahrung in der Gastronomie – aber ohne formalen Abschluss – zu Fachkräften zu qualifizieren. Angeboten werden derzeit die Berufe Koch/Köchin und Restaurantfachmann/frau. Die Ausgestaltung der unterschiedlichen Qualifizierungsprogramme basiert nicht zuletzt auf einem direkten Austausch zwischen der Tourismusbranche und den zentralen arbeitsmarktpolitischen Akteuren. Um die Angebote möglichst nachfragegerecht zu gestalten, fand auf Einladung des WienTourismus erst im Juni 2015 ein runder Tisch zwischen VertreterInnen der Hotellerie, von AMS und waff statt.

WIEN MUSEUM NEU

Die Sanierung und Erweiterung des Wien Museums ist das wichtigste Museumsvorhaben der Stadt Wien seit vielen Jahrzehnten. Dass dieses Vorhaben auf große Resonanz und breites Interesse stößt, zeigt schon die Tatsache, dass nicht weniger als 274 nationale und internationale Architekturbüros an der ersten Stufe des Architekturwettbewerbs zum Neu- und Umbau des Museums teilgenommen haben. Nicht nur die TeilnehmerInnen sind international, Qualitätssicherung wird im Verfahren auch durch eine international besetzte Wettbewerbsjury sichergestellt, die die besten Projekte auswählt und auch die zweite Wettbewerbsstufe begleiten wird. Mit Jahresende soll dann das Siegerprojekt feststehen. Die Anforderungen an einem so renommierten Standort sind berechtigterweise hoch. Laut Direktor Matti Bunzl soll das neue Museum „als Labor der Zivilgesellschaft und als Bühne für eine globale Stadt (...) eine ‚Architektur der Begegnung‘ mit internationaler Strahlkraft bekommen.“

WIENS MUSEUMSLANDSCHAFT WÄCHST WEITER

Während die Realisierung des Wien Museum Neu noch einige Zeit dauern wird, konnte die Wiener Museumslandschaft im ersten Halbjahr 2015 bereits zwei Neuzugänge begrüßen. Im April wurde das Literaturmuseum der Österreichischen Nationalbibliothek eröffnet. Auf insgesamt 730 m² Ausstellungsfläche vermittelt das Museum österreichische Literatur vom ausgehenden 18. Jahrhundert bis in die Gegenwart. Beheimatet ist das Museum im ehemaligen k.k. Hofkammerarchiv – passendes Detail am Rande: Franz Grillparzer amtierte in diesen Räumlichkeiten bis 1856 als Archivdirektor. Bereits im März eröffnete in Wien-Alsergrund ein Museum, das dem Wiener Arzt, Philosophen und Begründer der Logotherapie Viktor Frankl gewidmet ist. Als Teil des bereits länger bestehenden Viktor-Frankl-Zentrums ermöglicht es BesucherInnen in jenem Haus, in dem Frankl vom Ende des Zweiten Weltkriegs bis zu seinem Tod 1997 gelebt hat, eine aktive Auseinandersetzung mit Sinn- und Existenzfragen, auf die mit Frankls Thesen und Reden geantwortet wird.

Und schließlich kam 2015 auch Bewegung in das Langzeit-Vorhaben „Haus der Geschichte“. Das viel diskutierte Museumsprojekt soll nun bis Ende 2018 in der Neuen Burg am Heldenplatz realisiert werden. Mit der Leitung des wissenschaftlichen Beirats für das Ausstellungskonzept ist der Zeithistoriker Oliver Rathkolb betraut.

DIE FESTIVAL- UND MESSESTADT

Wiens Festival- und Messeszene hat bereits in den letzten Jahren eine beeindruckende Entwicklung hingelegt. Neben altbekannten „Tankern“ wie Wiener Festwochen, Donauinselfest, dem Filmfestival auf dem Rathausplatz oder dem Jazz Fest Wien kamen in den letzten Jahren das Popfest (2015 in der sechsten Auflage mit rund 60.000 BesucherInnen) oder die Wiener Wiesn hinzu. 2015 traten bzw. treten nun weitere Player auf den Plan. Beim „Rock in Vienna“ begeisterten internationale Bands wie Kiss, Metallica & Co. an drei Tagen im Juni über 80.000 Metal-Fans auf der Donauinsel. Die heimische Elektronik-Musik-Szene präsentiert sich im April beim neuen „Electric Spring“-Festival im Museumsquartier. Insgesamt 23 österreichische KünstlerInnen – unter ihnen Nazar, Elektro Guzzi und Johann Sebastian Bass – aus den Bereichen Elektronische Musik, Hip Hop und Visualisierung gaben sich dabei ein Stelldichein.

Kreative Ideen aus Kunst, Design und Architektur zur Verbesserung der Welt sind bei der Vienna Biennale gefragt, die auf Initiative des Museums für angewandte Kunst (MAK) im Juni 2015 startete und nunmehr alle zwei Jahre stattfinden soll. Unter dem Motto „Ideas for Change“ sucht die Biennale Antworten auf die großen Themen der Gegenwart wie die digitale Revolution, Ressourcenschonung, Wirtschaftswachstum und Wohlstand.

Bei den Wiener Kunstmessen gilt heuer das Motto: Aus eins mach zwei. Die bisherige Viennafair übersiedelte unter dem Namen ViennaContemporary in die Marx-Halle, während am traditionellen Standort Messe-Wien Anfang Oktober die neue Viennafair über die Bühne gehen wird. Die Zukunft wird zeigen, wie die beiden großen, international orientierten Kunstmessen am Standort Wien reüssieren.

DER SCHÖNSTE BOULEVARD DER WELT

Das 150-Jahr-Jubiläum der Ringstraße, einer der Ikonen der Destinationsmarke Wien, wurde 2015 gebührend gefeiert. Der WienTourismus hatte die Feierlichkeiten bereits 2014 u.a. mit der Herausgabe des Sammelbandes „1865, 2015. 150 Jahre Wiener Ringstraße. Dreizehn Betrachtungen“ eingeläutet – nur eines von insgesamt 16 Büchern, die zum Ringstraßen-Jubiläum erschienen sind. Im Februar und März 2015 zeigte ORF III die in Koproduktion mit dem WienTourismus entstandene, dreiteilige Dokumentarreihe „Die Wiener Ringstraße – Trilogie eines Boulevards“. Zahlreiche Museen und Einrichtungen nutzten das Jubiläum, um in Ausstellungen und Veranstaltungen unterschiedliche Facetten der Ringstraße und ihrer Entstehungszeit zu beleuchten. Eine unvollständige Auswahl: Im Belvedere kann man sich in das Schaffen der größten Künstler der Ringstraßenzeit – u.a. Hans Makart und Gustav Klimt – vertiefen; das Jüdische Museum widmet seine Ausstellung der Rolle von jüdischen Mäzenen und Bauherren; im Musikverein geht eine Ausstellung der „Musik der Ringstraße“ nach, während das Wien Museum die Planungsphase der Ringstraße bis zu ihrer Eröffnung 1865 beleuchtet. Daneben gab und gibt es Sonderführungen bspw. im Natur- und Kunsthistorischem Museum, im Hofmobiliendepot oder im Sigmund Freud Museum.

DIE NEUE MAHÜ

Nach rund 14 Monaten Bauzeit wurde die Umgestaltung der Mariahilfer Straße zur Fuß- und Begegnungszone vollendet und am 1. August 2015 mit einem großen Eröffnungsfest gefeiert. Für den Umbau waren 25 Millionen Euro veranschlagt worden, voraussichtlich kann das geplante Budget sogar ein wenig unterschritten werden. Auf der rund 1,5 Kilometer langen Mariahilfer Straße finden sich nun 87 (unterschiedliche) Sitzgelegenheiten, 4 Wassertische, 27 Baumgärten und 6 Lounges. Durch den Umbau verfügt Wien ab sofort über zusätzliche 38.770 m² FußgängerInnen- und Begegnungszone, die zudem auf ihrer gesamten Länge mit kostenlosem WLAN-Zugang versorgt ist.

GESTALTUNGSWETTBEWERB SCHWEDENPLATZ

Im Herbst 2013 wurde auf Basis eines breiten Beteiligungsprozesses und fachlicher Analysen (u.a. einer vom WienTourismus eingesetzten ExpertInnengruppe) ein Leitbild „Zukunft Schwedenplatz“ zur Neugestaltung dieses zentralen Wiener Knotenpunkts erarbeitet. Darauf aufbauend wurden nun in einem kooperativen Verfahren unter Beteiligung von ExpertInnen aus Architektur, Verkehrs-, Landschafts- und Grünraumplanung konkrete Rahmenbedingungen für den Umbau erarbeitet. Zentrale Ergebnisse des Verfahrens: Der Schwedenplatz soll zu einem zusammenhängenden Stadtraum werden, der mehr Platz zum Flanieren und für den Aufenthalt im Freien bietet und der damit dem vielfach geäußerten Wunsch nach mehr Aufenthaltsqualität entspricht. Aus touristischer Sicht besonders relevant: Der bestehende Busparkplatz soll aufgelassen und der Ein- und Ausstiegsbereich für Reisebusse am Franz-Josefs-Kai westlich der Rotenturmstraße neu situiert werden. Weiter konkretisiert werden diese Vorgaben nun in einem europaweiten Gestaltungswettbewerb. Mitte 2016 sollen die Ergebnisse vorliegen, wenn alles gut geht, wird der Umbau Ende 2016 beginnen.

NEUE INVESTMENTS AN DER COPA CAGRANA

Nach jahrelangem Streit mit dem Generalpächter der Copa Cagrana nahm die Stadt Wien nun die Neugestaltung selbst in Angriff. Mitte Juni wurde am westlichen Teil des Areals ein Neubau eröffnet, der ein griechisches und ein mexikanisches Lokal beherbergt. Neben dem modernen Design zeichnen sich die beiden Lokale auch dadurch aus, dass sie für einen ganzjährigen Betrieb konzipiert sind. Möglich macht das ein verglaster Gastraum in hochwassersicherer Lage, das Erdgeschoss kann bei Hochwasser geflutet werden, ohne Schaden zu nehmen. Die beiden Lokale haben einen direkten Pacht-Vertrag mit der Stadt, etwaige neue rechtliche Kalamitäten können so weitgehend ausgeschlossen werden. Neben den Lokalen wurde für den Sommer 2015 ein Strandbereich neu gestaltet – der sogenannte CopaBeach – der mit aufgeschüttetem Sand, Pflanzen und Holzbänken zu Sonne- und Badevergnügen einlädt. In Summe hat die Stadt 2,5 Millionen Euro in die Umgestaltung investiert. Die neuen Lokale und der CopaBeach sollen dabei erst der Anfang sein. Als weiteren Schritt plant die Stadt Wien einen Ideenwettbewerb zur Gestaltung des gesamten Areals dieser Freizeitoase am Wasser.

ERHOLUNG ÜBER DER U-BAHN AUF DER WIENTAL-TERRASSE

Wie man den knappen öffentlichen Raum in der Stadt sinn- und qualitativ nutzen kann, zeigt die erste Wiental-Terrasse neben der U-Bahnstation Pilgramgasse – auf Stelzen „thront“ sie quasi über den U-Bahngleisen und schafft einen über 1000 m² großen Erholungsraum für den dichtverbauten fünften und sechsten Bezirk – WLAN inklusive. Ein neuer Steg gleich daneben bringt außerdem die beiden Bezirke räumlich näher zueinander und erleichtert den Zugang zur U-Bahnstation.

AUSBLICK: INTERNATIONALE BAUAUSSTELLUNG IN WIEN

Wien steht für eine sozial orientierte Wohnungspolitik, die weltweit als Nummer eins gilt. Keine andere Stadt investiert derart beträchtliche Mittel in ein großes, qualitätsvolles und leistbares Wohnungsangebot sowie die hochwertige Sanierung älterer Wohngebäude und ganzer Grätzl. Die Zukunft dieses sozialen Wohnungsbaus wird in den kommenden Jahren im Mittelpunkt einer Internationalen Bauausstellung (IBA) stehen. Die IBA Wien wird sowohl im Wohnungsneubau als auch in der Sanierung, der sogenannten „sanften Stadterneuerung“, Impulse und Innovationen setzen und somit Wege für eine soziale Wohnungspolitik im 21. Jahrhundert aufzeigen. Als mehrjähriger Prozess konzipiert, wird die IBA Anfang 2016 starten und im Jahr 2020, wenn die fertigen Bauprojekte der Öffentlichkeit präsentiert werden, ihren Höhepunkt und Abschluss erreichen. Internationale Bauausstellungen werden seit mehr als hundert Jahren in Städten im deutschsprachigen Raum umgesetzt und schaffen einen Rahmen, um unterschiedliche Aspekte von Stadt, Stadtentwicklung und Architektur in den Fokus zu rücken. Mit ihren Projekten erzeugen sie internationales Interesse und tragen damit zur touristischen Wertschöpfung bei. So wurden die Projekte der jüngsten IBA in Hamburg allein 2013 von 420.000 Interessierten besucht, für die IBA Wien wird mit mindestens 18 Millionen Euro zusätzlicher Einnahmen für die Wiener Wirtschaft durch den erwarteten Fachtourismus gerechnet.

TOURIST-INFO IN NEUEM GLANZ

Seit November 2014 empfängt die Tourist-Info am Albertinaplatz Wien-BesucherInnen mit neuem Design und modernster Ausstattung. Das Gestaltungskonzept von Delugan Meissl Associated Architects setzt – gemäß der Bildsprache des WienTourismus – auf Gold als dominierende Farbe und auf ein Design, das Wiens Positionierung als Premium-Destination unterstreicht. Barrierefreiheit, Gratis-WLAN und digitale Information gehören zur selbstverständlichen Grundausstattung. Seit Mitte Oktober 2014 ist der WienTourismus darüber hinaus auch mit einer neuen Tourist-Info im InfoPoint der ÖBB am Wiener Hauptbahnhof präsent.

**WIEN TOURISMUS MARKETING 2016–2018:
IMPERIALES, MODERNES & GENUSS**

Nachdem 2015 das Jubiläum „150 Jahre Ringstraße“ im Mittelpunkt des Wiener Destinationsmarketings stand, richtet sich der Blick im kommenden Jahr u.a. auf den Bauherren des Boulevards, Kaiser Franz Joseph, dessen Todestag sich 2016 zum 100. Mal jährt. Grund genug, das imperiale Erbe Wiens in den Fokus zu rücken und die auch enge Verbindung von Imperialem und Modernem, die Wien so besonders macht, hervorzuheben. Zu Wiens Vorzügen, die sich aus Vergangenem und Zeitgenössischem speisen, gehört natürlich auch die Genusskultur – 2017 wird daher einmal mehr die Genussstadt Wien thematisiert. Neben dem stets präsenten kulinarischen Erbe illustrieren u.a. musikalische Jahrestage (z.B. feiern 2017 die Wiener Philharmoniker ihren 175. Jahrestag) das Thema „Wien genießen“. 2018 wird sich das Marketing schließlich insbesondere der Wiener Moderne widmen und zeigen, wie Wien als kulturelles Zentrum mit Persönlichkeiten wie Adolf Loss, Otto Wagner oder Gustav Klimt Kunst, Kultur und Architektur des frühen 20. Jahrhunderts prägte.



3

Meilensteine

2015

- Neuaufnahme Direktverbindung Wien-Miami der Austrian Airlines
- Vollinbetriebnahme Hauptbahnhof Wien
- Dreispuriger Ausbau der Ostautobahn A4 zwischen dem Flughafen Wien und der Stadt
- Eurovision Song Contest in Wien ✓
- Eröffnung Literaturmuseum und Viktor Frankl Museum ✓
- Jubiläumsjahr „150 Jahre Wiener Ringstraße“ ✓
- Universitätsjubiläum: 650 Jahre Universität Wien, 250 Jahre Veterinärmedizinische Universität Wien, 200 Jahre TU Wien ✓
- Fertigstellung Begegnungs- und Fußgängerzone Mariahilfer Straße ✓

2016

- Neuaufnahme Direktverbindung Wien-Shanghai der Austrian Airlines
- Gestaltungswettbewerb Schwedenplatz
- Eröffnung des Veranstaltungsraum „MQ Libelle“ auf dem Dach des Leopold Museums
- 100. Todestag Kaiser Franz Joseph
- 125 Jahre Kunsthistorisches Museum Wien
- 300 Jahre Belvedere
- 250 Jahre Wiener Prater als öffentliche Grünanlage

2017

- Fertigstellung der Nordautobahn A5 Richtung Brno bis Poysbrunn
- Verlängerung der U-Bahn-Linie U1 bis Oberlaa abgeschlossen
- Wiedereröffnung „Weltmuseum Wien“ (ehemaliges Museum für Völkerkunde)
- 300. Geburtstag Maria Theresia
- 175 Jahre Wiener Philharmoniker
- 150 Jahre Donauwalzer

2018

- Jubiläumsjahr „100 Jahre Republik“ und Eröffnung „Haus der Geschichte“
- Jubiläumsjahr Wiener Moderne – 100. Todestag von Gustav Klimt, Egon Schiele, Otto Wagner und Kolo Moser
- Ausbau der Nordautobahn A5 Richtung Brno bis zur Staatsgrenze
- Baubeginn U-Bahnlinie U5 Altes AKH–Karlsplatz
- Realisierung von zwei Flaniermeilen Reumannplatz–Kärntner Straße–Stephansplatz–WU Campus und Kutschkermarkt–Mariahilfer Straße–Naschmarkt
- Rauchverbot in der Gastronomie

2019

- Fertigstellung Autobahnanbindung Seestadt Aspern und erster Abschnitt Marchfeldschnellstraße Richtung Bratislava

2020

- 18 Millionen Gästenächtigungen in Wien (+ 5 Millionen gegenüber 2013)
- 1 Milliarde Euro Nettoumsatz der Hotellerie (+ 400 Millionen gegenüber 2013)
- Neue Flugverbindungen aus 20 zusätzlichen Großstädten weltweit (gegenüber 2013)

FOTOS

Seite 6

Wiener Staatsballett,
Erste Solotänzerinnen, Nina Poláková und Olga Esina,
beim Training
©WienTourismus/Peter Rigaud

Seite 10

Motto am Fluss
©WienTourismus/Christian Stemper

Seite 18

In Schönbrunn
©WienTourismus/Peter Rigaud

Seite 24

Goldenes Quartier
©WienTourismus/Peter Rigaud

Seite 32

Mit dem Fiaker in der Altstadt
©WienTourismus/Peter Rigaud

IMPRESSUM

Herausgeber

WienTourismus
Invalidenstraße 6, 1030 Wien
T +43-1-21114-0
F +43-1-21114-700
wtv@wien.info
www.tourismusstrategie2020.wien.info

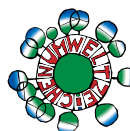
Text

Europaforum Wien – Zentrum für Städtedialog
und Europapolitik
www.europaforum.or.at

Redaktion

Norbert Kettner, WienTourismus
Clemens Költringer, WienTourismus
Markus Penz, WienTourismus
Cornelia Weingartner, WienTourismus
Angela Zettel, WienTourismus
Herbert Bartik, Europaforum Wien
Johannes Lutter, Europaforum Wien

Wien, September 2015



Dieses Druckwerk wurde nach der Richtlinie
„Druckerzeugnisse“ des Österreichischen
Umweltzeichens bei der Druckerei Bösmüller Print
Management GesmbH & Co KG (UW-Nr. 779) gedruckt.

