

Heartbeat Streets.
Globaler Fokus, lokale
Chance: Wiens pulsierende
Grätzel im internationalen
Marketing
8.5.2024
WKW

WIEN
JETZT ♦ FÜR IMMER



Agenda

DAS ERWARTET SIE HEUTE

- Tourismus in Wien
- Strategie
- Kultur & Meetings
- Strategisches Themensetting
- Marketing B2C & B2B
- Heartbeat Streets. Wiens pulsierende Grätzl
- Preview 2025

An aerial photograph of a horse-drawn carriage in Vienna. The carriage is black with a large open-sided passenger area. Inside, several people are visible, including a woman in a red and white floral dress. The carriage is pulled by two white horses harnessed together. The scene is set on a paved street with a stone-tiled sidewalk. A street lamp is visible on the sidewalk, and its shadow is cast on the pavement. The overall scene is brightly lit, suggesting a sunny day.

Tourismus in Wien

WIEN

2023: Wiens Städtetourismus ist zurück

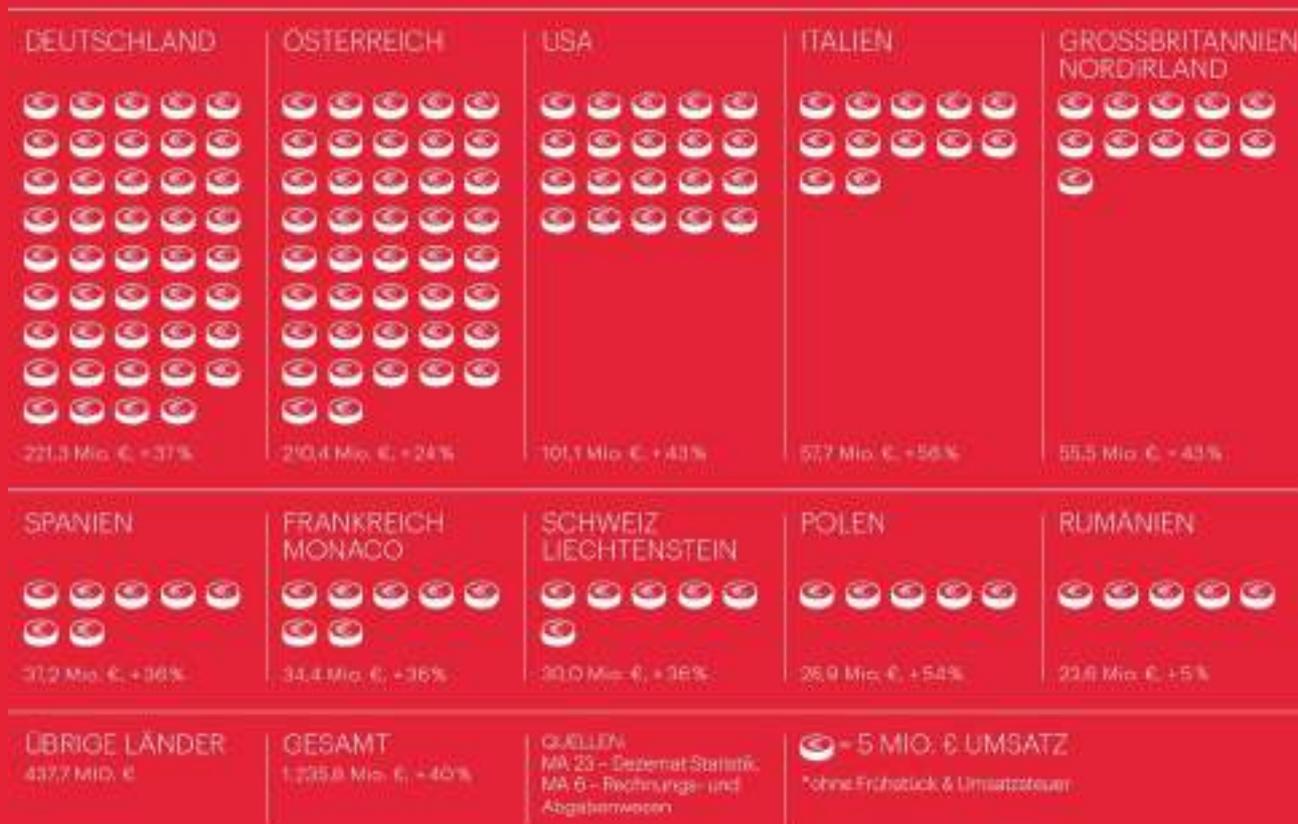
ZWEITBESTES JAHR DER GESCHICHTE & REKORD BEI BEHERBERGUNGSSUMSATZ

- 17,3 Mio. Nächtigungen (2% unter 2019)
- 7,4 Mio. Ankünfte (7% unter 2019)
- Aufenthaltsdauer 2,33 Nächte (2019: 2,2)
- Nächtigungsumsatz 2023: 1,24 Mrd. Euro (+21% zu 2019)
- Gesamtjahr: Beste Zimmerauslastung aller Bundesländer (69%)

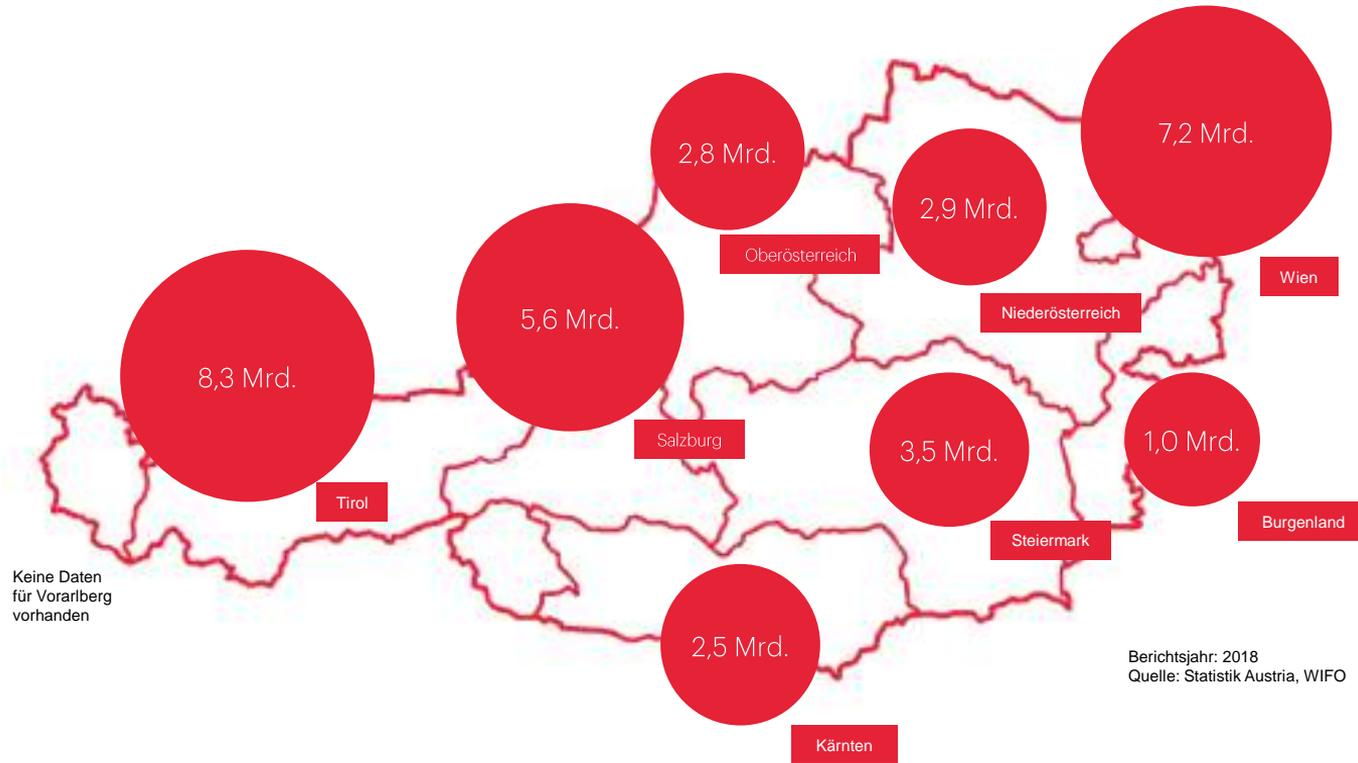
Nächtigungen in Wien, Top 10, 1-12/2023



Nächtigungsumsatz, Top 10, 1-12/2023



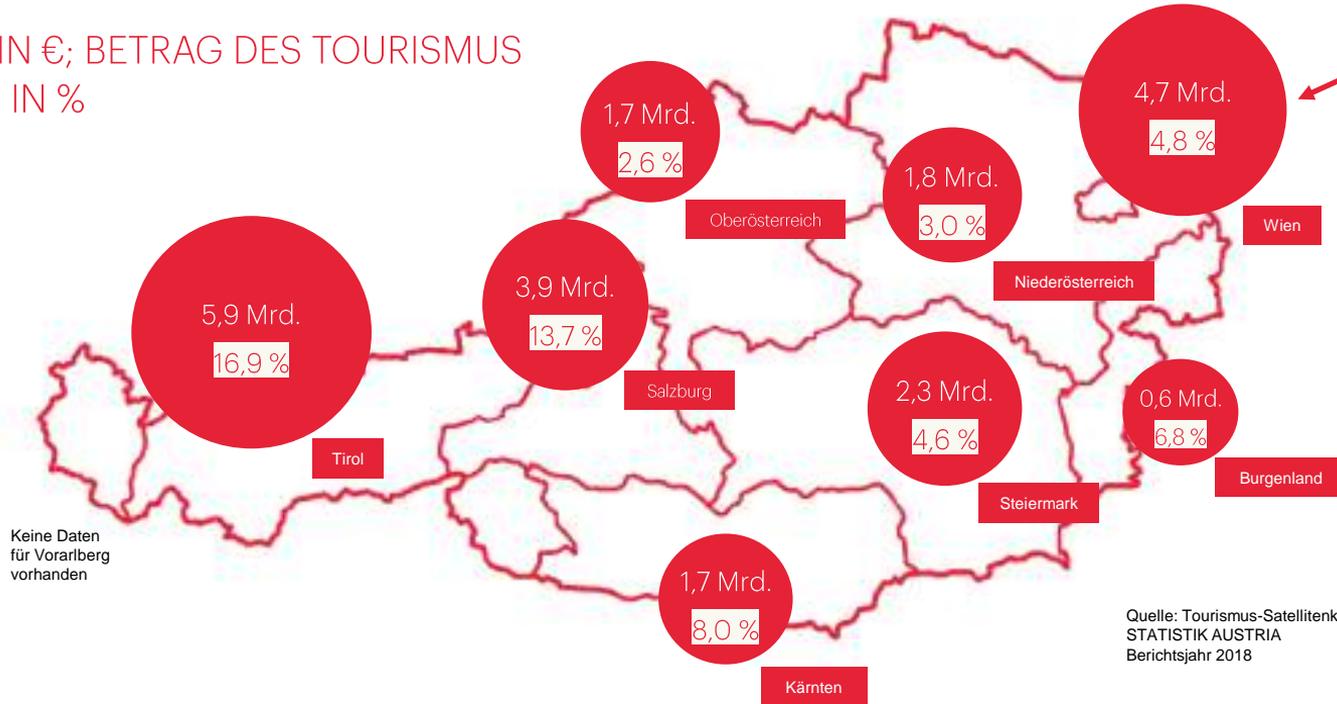
Ausgaben für den Tourismus je Bundesland in Euro



5,6 Mrd. € Wertschöpfung
durch Wiens Tourismus für ganz Österreich

Direkte & indirekte Wertschöpfung des Tourismus

ZAHLEN IN €; BETRAG DES TOURISMUS
ZUM BRP IN %

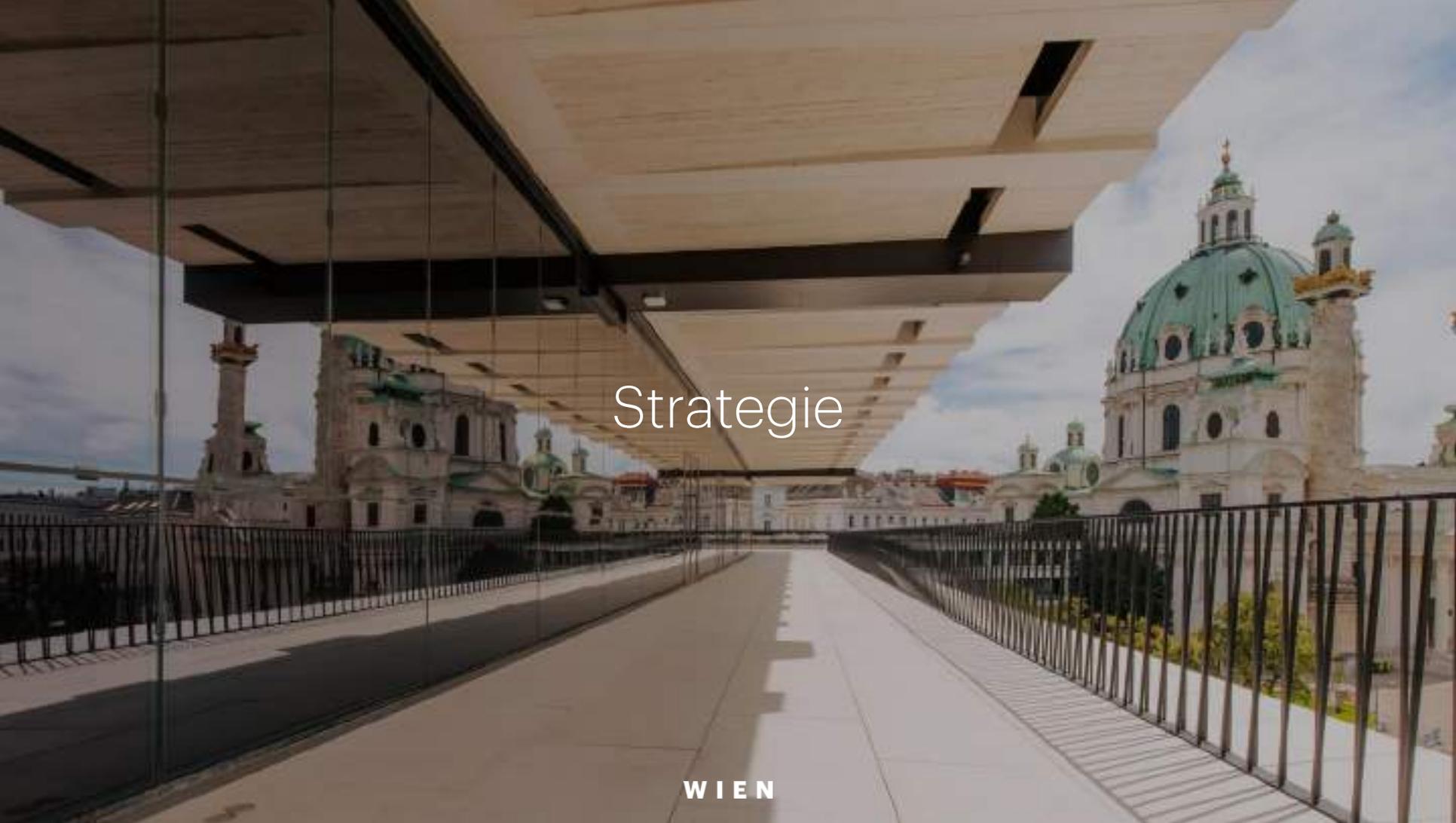


Keine Daten
für Vorarlberg
vorhanden

+ 900 Mio. € in
Wien ausgelöste
Wertschöpfung entfällt
auf andere
Bundesländer =
5,6 Mrd. €
Wertschöpfung durch
Wiens Tourismus

Quelle: Tourismus-Satellitenkonto –
STATISTIK AUSTRIA
Berichtsjahr 2018

WIEN

A long, covered walkway with a glass railing overlooking a city. The walkway is covered by a modern, light-colored wooden or stone structure with dark metal beams. The railing is made of dark metal bars. In the background, a large, ornate building with a prominent green dome and a tall spire is visible, likely a cathedral or church. The sky is overcast.

Strategie

WIEN



WIEN

„Frage nicht, was deine Stadt für den Tourismus tun kann,
sondern was Tourismus für deine Stadt tun kann!“



TOURISTISCHE WERTSCHÖPFUNG

Direkte und
indirekte Effekte

2025 = 2018
Ziel: 4,7 Mrd. € in Wien
Aktuell: *Update kommt 2024*



NETTONÄCHTIGUNGS- UMSATZ

Alle Unterkünfte

2025 = 2018
Ziel: 900 Mio. €
Aktuell: 1,24 Mrd. €



NACHHALTIGE BETRIEBE

Erhöhung zertifizierter
Betriebe der Tourismus- und
Freizeitwirtschaft

Ziel: 140 Betriebe
Aktuell: 160 Betriebe



ÖKOLOGISCHEN FUSSABDRUCK SENKEN

Ziel: Bahn > Auto
Aktuell: Bahn = 31%, Auto = 23%



BESUCHER:INNEN- ZUFRIEDENHEIT

Gäste würden Wien
weiterempfehlen

Ziel: 9 von 10
Aktuell: 9 von 10



BEWOHNER:INNEN- ZUFRIEDENHEIT

Tourismus ist positiv

Ziel: 9 von 10
Aktuell: 9 von 10

A photograph of four people in business attire standing in front of a building with ornate, white, geometric-patterned windows. The group consists of a woman on the left in a dark blue coat and red skirt, a man in a brown coat and glasses, a woman in a blue blazer and tan pants, and a woman on the right in a red jacket and blue jeans. They appear to be in conversation. The text 'Kultur & Meetings' is overlaid in the center of the image.

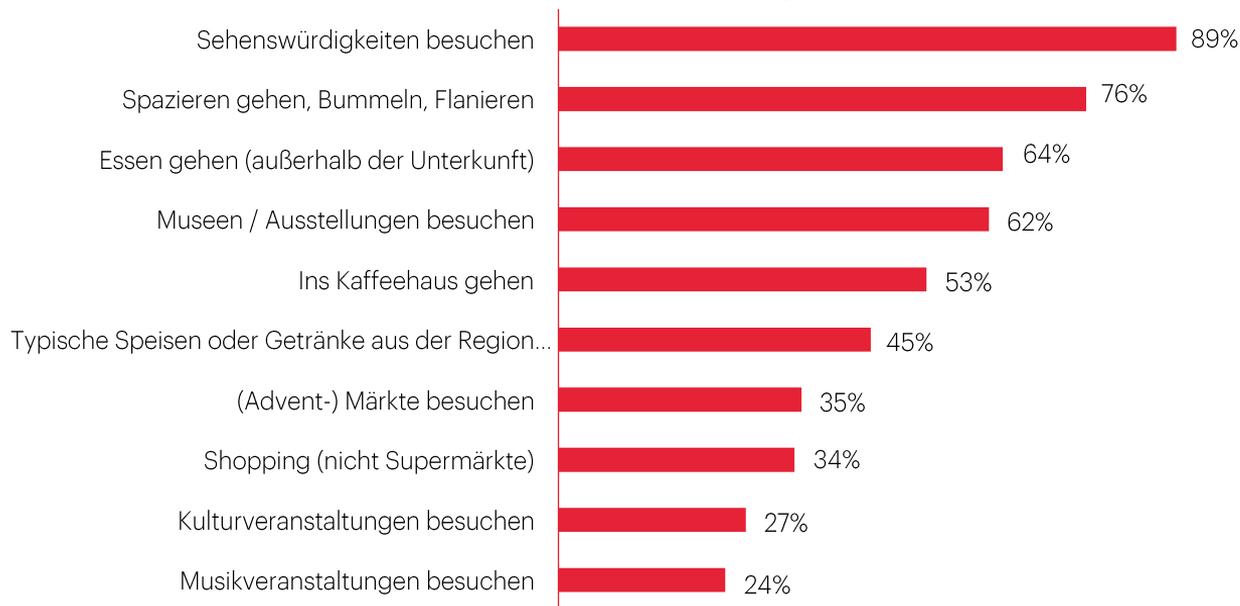
Kultur & Meetings

WIEN

Warum kommen die Gäste nach Wien?

WIENER GÄSTEBEFragung

Top 10 Aktivitäten der Wiener Freizeitgäste



75%

der Freizeitgäste
kommen wegen
Kultur und
Sehenswürdigkeiten
nach Wien.

Meeting Destination Vienna

TOP GLOBAL PLAYER – INTERNATIONALE KONGRESSE WELTWEIT

Rang	ICCA (2022)	Rang	UIA (2022)
1	Wien	1	Brüssel
2	Lissabon	2	Wien
3	Paris	3	Singapur
4	Barcelona	4	Tokio
5	Prag	5	Lissabon

WIEN

An aerial photograph of a multi-story apartment building in Vienna, Austria. The building features a grid-like concrete structure with numerous balconies and terraces. Each level is densely packed with various types of greenery, including trees, shrubs, and potted plants, creating a lush, vertical garden effect. Some balconies have outdoor furniture, umbrellas, and laundry hanging, indicating active residential use. The overall scene is a vibrant display of urban greenery integrated into a high-density housing structure.

Strategisches Themensetting

WIEN

Ziele

WAS WOLLEN WIR MIT STRATEGISCHEM THEMENSETTING ERREICHEN?

Stakeholder-
Einbindung

Stärkung der
Angebotsvielfalt

Erhöhung der
touristischen
Wertschöpfung

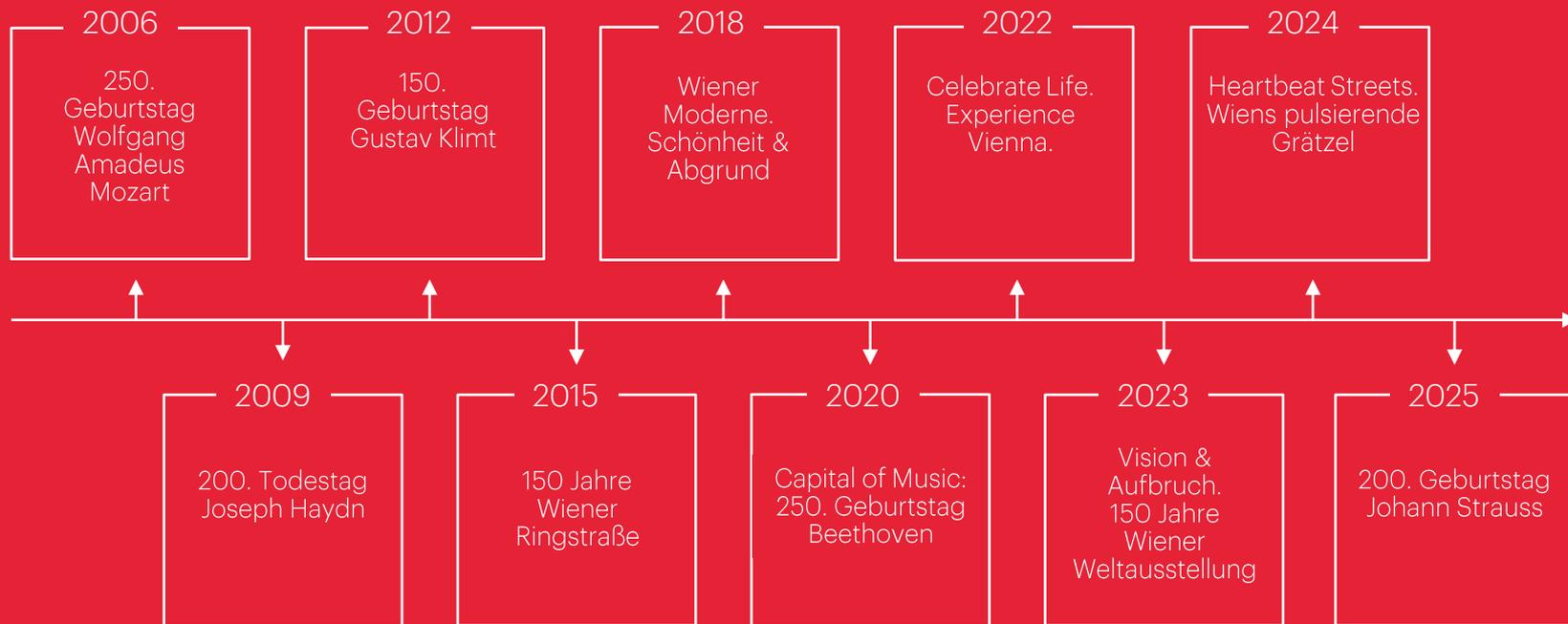
Bündelung
kommunikativer
Kräfte

Authentisches
Wien-Erlebnis:
Life-Seeing statt
Sight-Seeing

Jahresthemen

- ... erlauben Fokussierung und Positionierung.
- ... bringen international Aufmerksamkeit.
- ... versammeln Branche hinter Aktivitäten der Gesamtdestination.
- ... ermöglichen herausragendes Storytelling.

Best of Themenjahre



A group of people are socializing at a bar. The scene is dimly lit with warm, reddish-orange lighting. In the background, there is a bar counter with various bottles and glasses. A man in a light-colored suit is talking to a woman in a pink outfit. Other people are visible in the background, some holding drinks. The text "Marketing B2C & B2B" is overlaid in the center of the image.

Marketing B2C & B2B

WIEN

Marketing: 15,3 Mio. €

12 Herkunftsmärkte

B2C, TRAVEL TRADE, MEDIEN, MEETINGINDUSTRIE

- Deutschland
- USA
- UK
- Italien
- Frankreich
- Schweiz
- Spanien
- Kanada
- GCC
- China
- Japan
- Südkorea



WIEN



BUZZ

HERO-Video

HUNGRY
FOR MORE
VIENNA



tinder

LUXUS

OBB

RSD

ASD

Austrian



Awareness

Wien soll zur Reiseoption werden

Consideration

Wien soll in die engere Auswahl kommen (Top 3)

Decision

Wien soll gebucht werden

Pre-Journey

Aufenthalt wird geplant, WTV-Produkte/Inhalte sollen verwendet werden

During-Journey

Es soll ein gelungener Aufenthalt mit vielen Premium-Erlebnissen werden

Post-Journey

Eine positive Erinnerung an die Reise soll zu Weiterempfehlung und Wiederbesuch führen

Instagram

360°Kampagnen

TikTok

PR

Fleximode

Google

OTA



TouristInfo

VIENNA
EXPERTS CLUB

Instagram

WIEN.INFO

WIEN



Heartbeat Streets

Wiens pulsierende Grätzel



Wir positionieren Wien 2024 und darüber hinaus
als vielfältige, moderne Metropole
mit spannenden und einzigartigen Stadtvierteln
außerhalb der bekannten touristischen Zentren.

W I E N

Wir reagieren auf internationale Reisetrends



TRANSFORMATIVE TOURISM



LIFE-SEEING STATT SIGHT-SEEING



KULINARIK



KULTUR



LEBENSWEIT



NACHHALTIG

WIEN



Ziele

- Wertschöpfung
- Angebotsvielfalt
- Nachhaltigkeit
- Authentizität
- Inspiration

WIEN

Erfolgsfaktoren

- Zielgruppen und Märkte kennen
- Emotionen wecken
- Dialog mit
 - Politik
 - Branche
 - Medien



WIEN

Was wir uns wünschen:



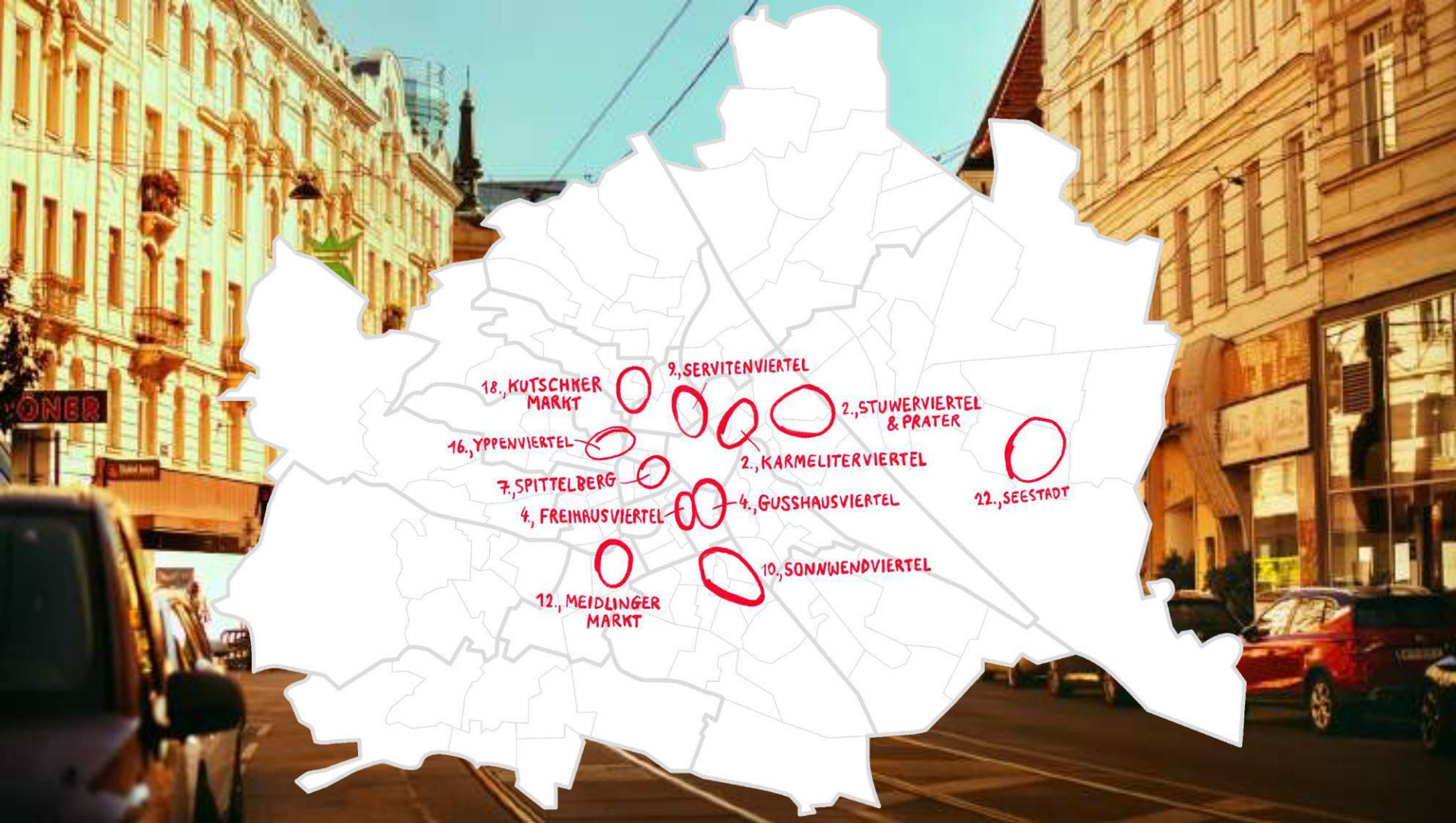
WIEN

A photograph of a narrow street in Vienna, Austria, lined with historic buildings. The sun is shining brightly from the top center, creating a lens flare effect with rainbow-colored streaks. The word "GRÄTZEL" is written in large, red, hand-drawn letters across the center of the image. In the bottom left corner, a small sign on a building reads "WAFFEN".

GRÄTZEL

WAFFEN





18., KUTSCHKER
MARKT

9., SERVITENVIERTEL

2., STUWERVIERTEL
& PRATER

16., YPPENVIERTEL

2., KARMEITERVIERTEL

7., SPITTELBERG

4., FREIHAUSVIERTEL

4., GUSSHAUSVIERTEL

22., SEESTADT

12., MEIDLINGER
MARKT

10., SONNWENDVIERTEL



Grätzel-Auswahl

KRITERIEN

- Lebendig & Überraschend
- Außerhalb der Innenstadt und abseits der touristischen Zentren
- Öffentliche Anbindung
- Anchor Points
- Hohe Aufenthaltsqualität
- Angebot für Gastronomie, Freizeit, Kunst, Kultur, Shopping



Heartbeat Street
gut kennst du

2024 stehen mit dem „Heartbeat Streets“ Wien Grätzl außerhalb der touristischen Zentren im Vordergrund. Das Ziel: Die gesamte Stadt soll für Gäste interessanter werden. Wirf einen Blick mit uns in die Grätzl....

www.kurier.at/vermehrung/2024-10-23/05-00

KURIER K+ Schlagzeilen Spionagefall Egisto Ott Mental Health Kolonnen Inland Ausland Spo > ☰



K WIEN

Neue Strategie: Touristen in Wien in elf unbekannte Grätzl locken

Wien ist mehr als imperiale Pracht im ersten Bezirk: Wien Tourismus möchte Reisende ab 2024 in Bezirke außerhalb des Rings bringen, um die Facetten der Stadt bekannter zu machen.

Von [Johanna Kreidl](#) · 04.10.23, 05:00

Die Presse

Neuigkeiten

Wien

Touristen, ab in die Grätzl!



Touristen sollen künftig öfter aus dem Zentrum und in die Grätzl locken.
Foto: S&P

2025 sorgen Wien-Besucher für Rekordumsätze in der Stadt. Heute wird Wien gezielt mit unbekannteren Seiten der Stadt, den sogenannten „Heartbeat Streets“ abseits der Sehenswürdigkeiten. Damit soll man auf geänderte Reise-Erwartungen vieler Gäste reagieren.

WIEN



Stadtkarte

Was ist ein Grätzel?

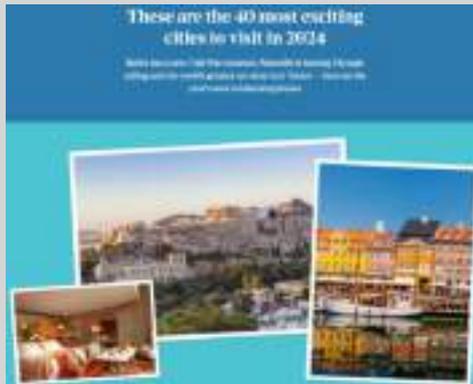
Die Wiener Stadtkarte werden Grätzel genannt. Sie sind aber noch viel mehr als das: In einem Grätzel fühlt man sich dazheim und spürt das Leben. Jedes hat seine einzigartige Atmosphäre und unvergleichlichen Charms.

KARTE



in Berlin, San Francisco, New York, London, Madrid, Paris, und in Wien werden Stadtkarte als

WIEN



~450
Clippings

~45 Mio.
Reichweite

WIEN

AKTIVITÄTEN



Wir nutzen die geballte Power
all unserer Kanäle und vermarkten
das Jahresthema zielgruppenorientiert.

W I E N

Kanäle & Reichweiten 2023



wien.info

+10%

7,6 Mio.

Nutzer:innen



Mobile App

490K

Nutzer:innen

Über 1
Millionen
Downloads
seit dem
Launch

+34%

B2C



Newsletter

55K

Abonent:innen

+1,1%



Social Media

>1,4 Mio.

Follower

+5,3%

TikTok
Launch
07/2023



b2b.wien.info

+18,6%

151,7K

Nutzer:innen

B2B



Vienna Experts Club

+7,6%

8,5K

Nutzer:innen



Vienna Convention
Bureau

+13,7%

106,9K

Nutzer:innen



Social Media

44,1K

Follower

+17,8%

WIEN



Visuelles Konzept: Fotoserie: Heartbeat Streets

5 GRÄTZEL

5 FOTOGRAF:INNEN

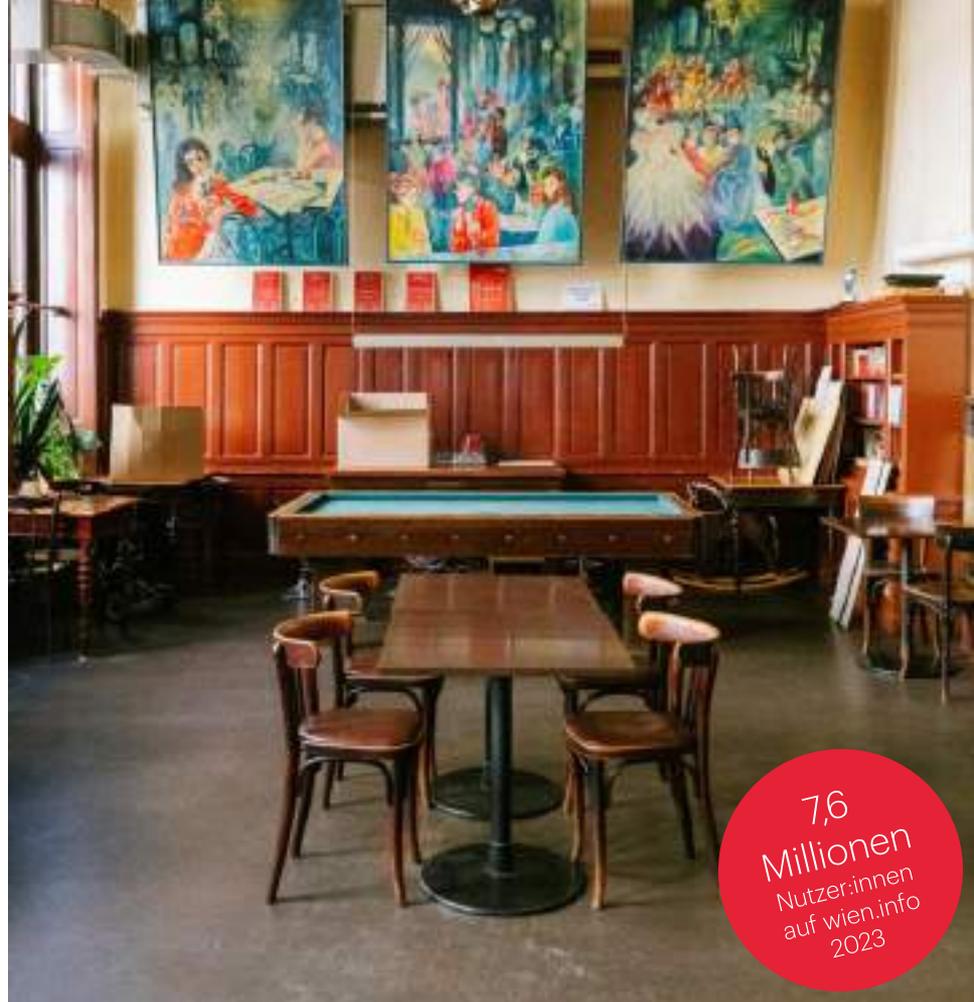
- 5 internationale top-Fotograf:innen halten jeweils ein Grätzl und dessen Atmosphäre fest
- Ihre unterschiedlichen Stile spiegeln die Vielfaltigkeit der Wiener Grätzl wider
- foto.wien.info

WIEN

HEARTBEAT.WIEN.INFO

Landingpage mit allen Grätzel-Inhalten

[Hier entdecken](#)



7,6
Millionen
Nutzer:innen
auf wien.info
2023

WIEN



Personlichkeitstest: Welches Wiener Grätzel sind Sie?

Sind Sie eine ruhige Person oder sind Sie ein bisschen genussliebender? Welches Süßkonditortörtchen spiegelt Ihre Persönlichkeit wider? Finden Sie jetzt heraus, welches Grätzel am besten zu Ihnen passt.



WIEN



Vienna like a Local

Karmeliterviertel

~50.000
Youtube-
Abonnent:innen

VIENNA/NOW

WIEN



> 1 Million Downloads seit dem Launch

WIEN





80.000 Reichweite

1,4 Mio. Follower



160.000 Views

WIEN



Auflage:
50.000



Auflage:
80.000



Auflage:
200.000

WIEN

Kampagne Heartbeat Streets

Freihaus- & Gußhausviertel

Fokus Nahmärkte:
UK, DE, FR, ES, IT, CH

Link-Ziel:
heartbeat.wien.info

Peaks:
Frühjahr (aktuell),
Sommer & Winter mit
anderen Grätzeln



Facebook / Instagram

70
Millionen
Reichweite

130.000
Klicks



TikTok

WIEN



DIE TOUREN

ALLE TOUREN



1000 WIEN - MARGARETEN

Superblocks in Margareten



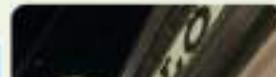
1000 WIEN - LICHTENTAL

Wien am Wasser. Vom
Messeplatz zum
Fleckenstrand und zurück.



1000 WIEN - LICHTENTAL

Schubert's Lichtental



WIEN

Internationale B2B-Events



8

GALE EVENTS

135

B2B KONTAKTE

WIEN



B2B Aktivitäten

- Vienna City Card
- b2b.wien.info
- Vienna Experts Club
- Newsletter
- Vienna Visitor Economy Series



Unser Anspruch:
Jede:r kriegt ein
Stück vom Strudel.

WIEN

Preview 2025: 200 Jahre Johann Strauss



WIEN

Danke für die
Aufmerksamkeit.

wien.info
heartbeat.wien.info
b2b.wien.info
meeting.vienna.info
foto.wien.info
shaping.vienna.info
facebook.com/WienTourismus
youtube.com/Vienna
instagram.com/vienna
tiktok.com/@vienna.info
pinterest.at/viennatouristboard
x.com/WienInfoB2B
x.com/_Vienna_Info_
linkedin.com/company/vienna-tourist-board
linkedin.com/company/vienna-convention-bureau
weibo.com/welcometovienna
wien.info/podcast
#ViennaNow



ivie App



WeChat



Little
Red
Book

Ansprechpartner

TEAM CONTENT CREATION/
MEDIENHAUS

Tobias Schreiber

tobias.schreiber@wien.info

T 01/211 14-607

Robert Seydel

robert.seydel@wien.info

T 01/211 14-633

