



VIENNA VISITOR ECONOMY

Series

Präsentation des
Themenschwerpunktes 2024:

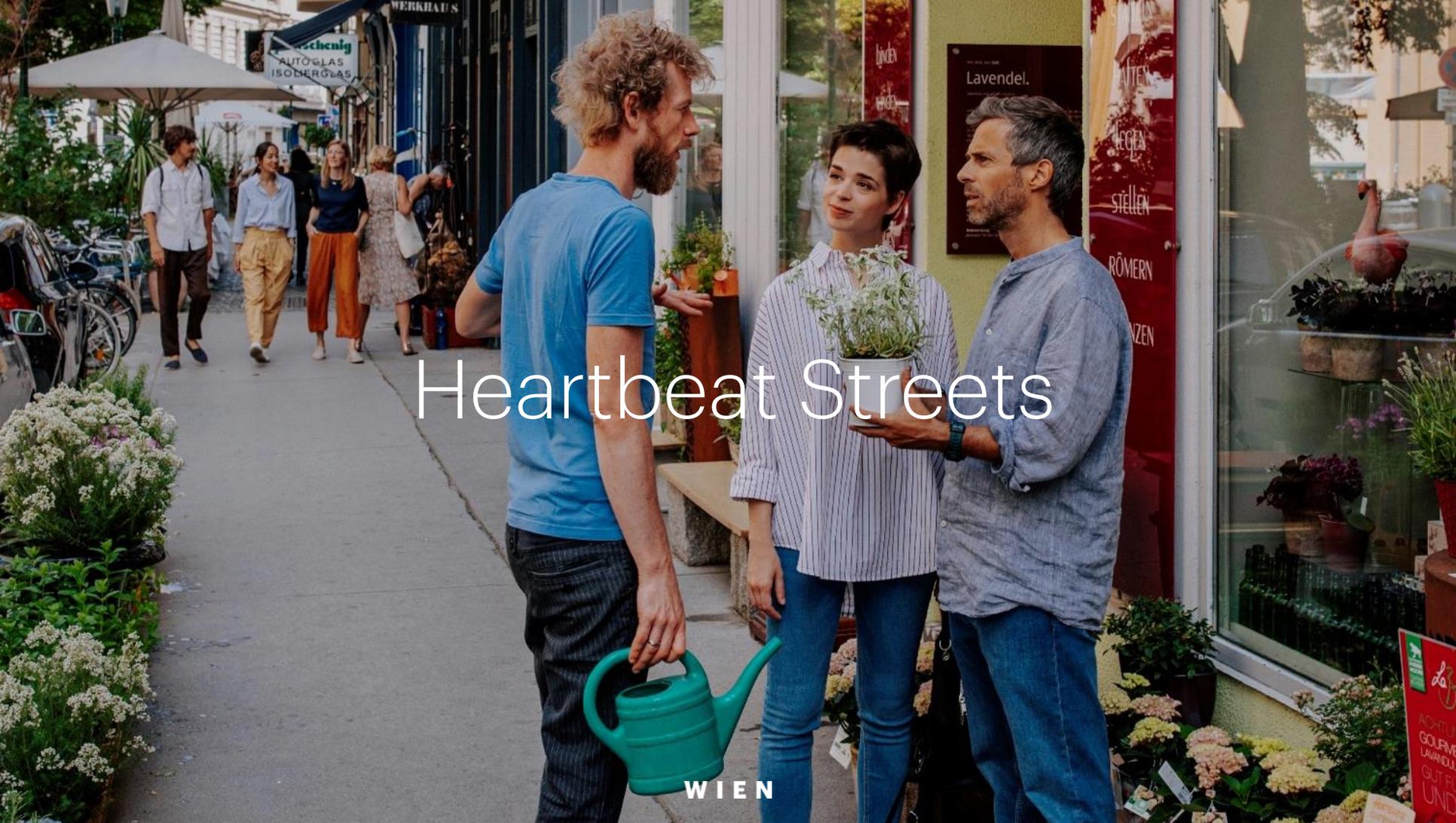
Heartbeat Streets

Fall in Love with Vienna's Neighborhoods

24. Mai 2023
10 Uhr

WIEN

JETZT ♦ FÜR IMMER

A man with a beard and curly hair, wearing a blue t-shirt and dark jeans, is watering a woman's potted plant with a green watering can. The woman is wearing a striped shirt and blue jeans. They are standing on a city street next to a flower shop. In the background, other people are walking, and there are signs for 'Werkhaus' and 'LAVENDEL'. The scene is bright and sunny.

Heartbeat Streets

WIEN

Was erwartet Sie heute?

- Ausgangssituation und Ziele
- Relevanz des Themas
- Titel & visuelle Klammer
- Grätzelauswahl
- Geplante Aktivitäten des WienTourismus
- Die Power von Themenjahren & Kampagnen



Ausgangssituation und Ziele

WIEN

Themenjahre

2023 & 2025

Themenjahre aufgrund
von starken Jubiläen
(*150 Jahre Wiener Weltausstellung
& 200 Jahre Johann Strauss*)

2024

kein starkes Jubiläum

Rahmenbedingungen

Tourismus fast auf
Vorkrisen-Niveau

- ➔ Auf aktuelle Reisetrends reagieren:
"Transformative Traveling"
- ➔ Vermeidung von Hochfrequenztourismus in der City
- ➔ Viertel und Institutionen auch außerhalb des Zentrums
vor den Vorhang holen (Balanced Tourism &
Place Marketing)
- ➔ Umsetzung Agenda Vienna Visitor Economy

Ziele

Place Marketing/
Quality of Place

Balanced Tourism

Life-Seeing statt
Sight-Seeing

Fokus:
Sustainability

Erhöhung
touristischer
Wertschöpfung

Stakeholder-
Einbindung

Wir wollen Wien 2024 als vielfältige, moderne Metropole mit spannenden und einzigartigen Stadtvierteln auch außerhalb des bekannten touristischen Zentrums positionieren.

A photograph of three people sitting on a bench in a courtyard. The man on the left is wearing a light grey jacket and blue pants. The woman in the middle is wearing a light pink cardigan and white pants. The woman on the right is wearing a striped shirt and a red skirt. They are surrounded by lush green plants and a white building with windows in the background. The text 'Relevanz des Themas' is overlaid in the center.

Relevanz des Themas

WIEN

Relevanz des Themas

- Grätzel stehen für ...
 - eine moderne, lebenswerte Metropole,
 - die kulinarische Kultur Wiens,
 - das Musik- und Kulturangebot der Stadt und für
 - das grüne Wien.
- Thema für Erst- und Wiederbesucher:innen
- Stärkung von Meeting-Venues und Nächtigungsbetrieben auch außerhalb des Zentrums





Relevanz des Themas

- Integration weniger bekannter Stakeholder
- Neue Partner:innen für die Vienna City Card
- Reaktion auf verändertes Reiseverhalten („Transformative Traveling“)
- Trend: Eintauchen in fremde Kulturen

62 %

DER US-REISENDEN SIND DER MEINUNG, DASS EINE REISE VERGEUDET IST, WENN SIE DIE LOKALE KULTUR NICHT KENNENLERNEN.

49 %

DER UMFRAGETEILNEHMER:INNEN MÖCHTEN AUF IHREN REISEN IM JAHR 2023 IN LOKALE KULTUREN UND PRODUKTE EINTAUCHEN.

64 %

DER GÄSTE MÖCHTEN DIE LOKALE, KULTUREINRICHTUNGEN ETC. UNTERSTÜTZEN.
62 % WOLLEN DIE DIE LOKALE WIRTSCHAFT UNTERSTÜTZEN.

75 %

DER REISENDEN SIND BEREIT, NEUE ORTE ZU BESUCHEN.
73 % WOLLEN NEUE ERFAHRUNGEN MACHEN

WIEN

Titel und visuelle Klammer

WIEN

Heartbeat Streets

Fall in Love with Vienna's Neighborhoods

WIEN

Heartbeat Streets

Wiens pulsierende Grätzl

WIEN

In den Grätzeln spielt sich das Leben
auf den Straßen ab. Straßenzüge grenzen sie ab.
Sie leben von der Leidenschaft der
Menschen und ihrer Projekte.
Man entdeckt Neues, Spannendes, Schönes, das
das Herz wieder höher schlagen lässt.

Wir lassen Fotograf:innen durch Grätzel strawanzen.
Und geben ihnen eine Aufgabe:
Die Grätzel mit allen Sinnen zu erkunden und festzuhalten.





Grätzelauswahl

WIEN

Was ist ein Grätzel?

- Geografisch abgegrenzter Bereich
- Fußläufig
- Dorfcharakter
- Atmosphäre & Emotion
- Durch Menschen geprägt





Kriterien für Grätzel-Auswahl

- USP
- Lebendig
- Überraschungspotenzial
- Hohe Aufenthaltsqualität
- Angebot für Gastronomie, Freizeit, Kunst, Kultur und/oder Shopping
- Newswert

Wie zeigen und erzählen wir Grätzel?

- Authentisch ("Echte Wiener Lebensart!")
- Grätzel als lebendige Communities
- Ungeschönt & Ungefiltert
- Transformative
- Sustainable
- Divers





Die Grätzel 2024

Freihausviertel

Lässige Läden & Lokale

Urbane Trendmeile von
internationalem Zuschnitt

*urban, hip, nachhaltig,
lebendig, vielfältig, locker, charmant,
bewusst*



Gußhausviertel

Hier gibt's alles, was eine
moderne Metropole braucht

*kulturrffin, sozial, outgoing,
Altbau-Architektur, wohnlich*



Karmeliterviertel

Jüdisches Leben & Kultur um
den Karmelitermarkt

*divers, offen, nachhaltig,
entspannt, authentisch, vielfältig*



Kutschkermarkt

Das gutbürgerliche Grätzl
rund um den Kutschkermarkt

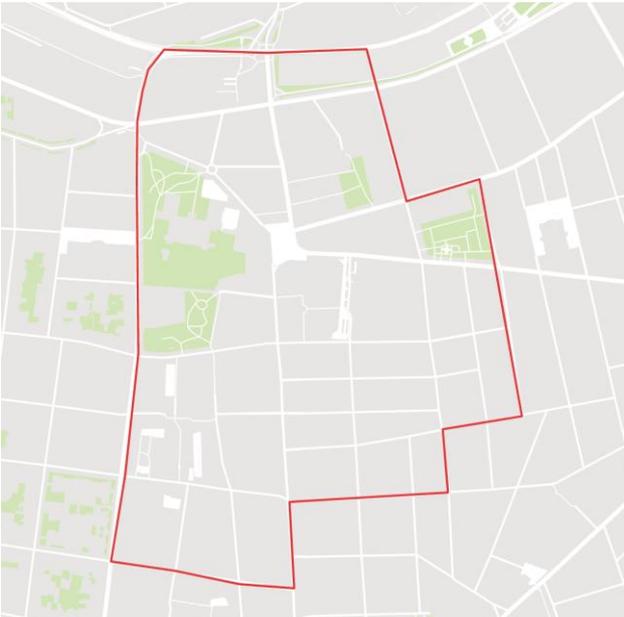
*hochwertig, entspannt,
familienfreundlich, hübsch, begrünt*



Meidlinger Markt

Diverses Marktflair im klassischen
Wiener Arbeiter:innenbezirk

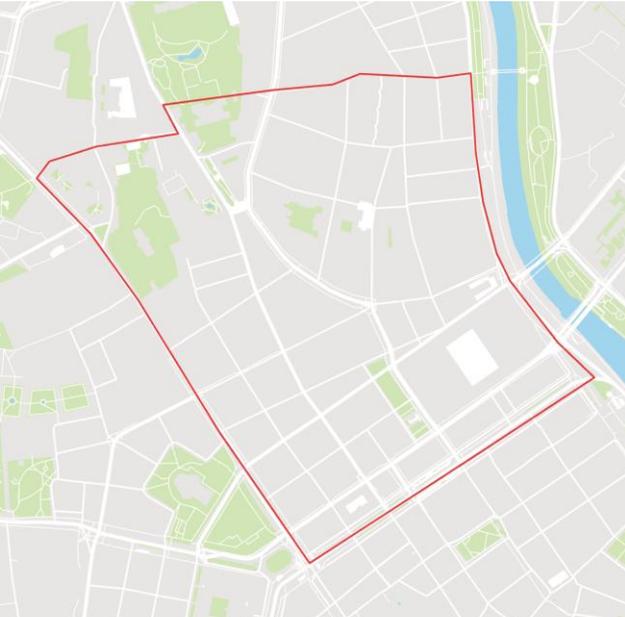
*kontrastreich, geerdet,
überraschend, touristisch unberührt*



Servitenviertel

Klein-Paris: Malerisches Viertel
mit französischem Flair

*beschaulich, französisch, elegant,
großstädtisch, savoir-vivre*



Spittelberg

Das Montmartre Wiens

*pittoresk, nah, hochwertig,
nachhaltig, romantisch*



Stuwerviertel + Prater

Zwischen Ex-Schmuddel- und
aufstrebendem Bobo-Viertel

*grün, gelassen,
durchmischt, unangepasst, rough*



Yppenviertel

Aufstrebendes Viertel rund um
den längsten Straßenmarkt Wiens

*lebendig, divers, hip,
gesellig, authentisch, offen*



Seestadt

Das Grätzel der Zukunft

*familiär, dezentral & urban,
nachhaltig, bewusst, modern*



Quartier Belvedere Sonnwendviertel

Stadtentwicklung
auf Schiene

*modern, wohnlich, aufstrebend,
familienfreundlich, begrünt*





Grätzel im Überblick

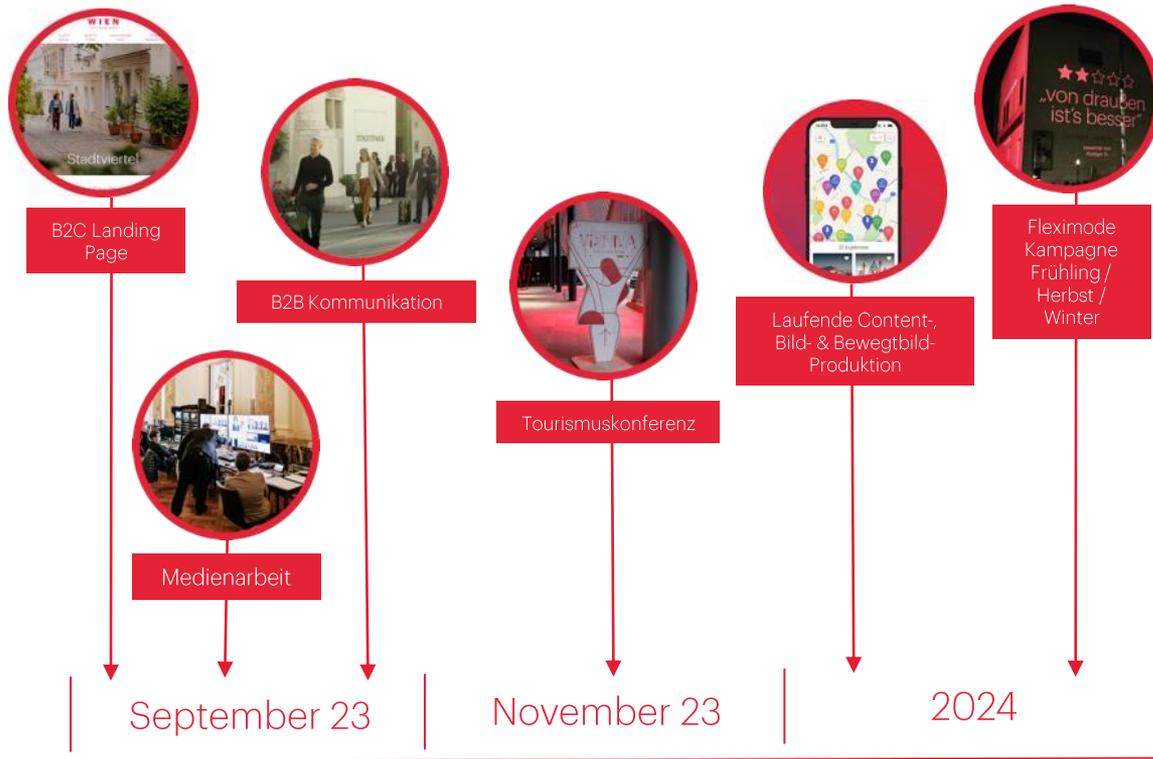
- Freihausviertel (4. Bezirk)
- Gußhausviertel & Karlsplatz (4. Bezirk)
- Karmeliterviertel (2. Bezirk)
- Kutschkermarkt (18. Bezirk)
- Meidlinger Markt (12. Bezirk)
- Servitenviertel (9. Bezirk)
- Spittelberg (7. Bezirk)
- Stuwerviertel & Prater (2. Bezirk)
- Yppenviertel (16. Bezirk)
- Seestadt (22. Bezirk)
- Quartier Belvedere & Sonnwendviertel (10. Bezirk)



Geplante Aktivitäten

WIEN

Roadmap



W I E N

Kanäle & Reichweiten 2022



wien.info

6,5 Mio.

Nutzer



über 500K
Downloads

Mobile App

363K

Nutzer



Newsletter

54,4K

Abonnenten



Social Media

>1,3 Mio.

Follower

B2B



b2b.wien.info

116K

Nutzer



Vienna Experts Club

7,9K

Nutzer



Vienna Convention
Bureau

86K

Nutzer



Social Media

40,9K

Follower



B2C

- Landingpage heartbeat.wien.info und heartbeat.vienna.info auf wien.info ab September 2024
- Schwerpunkt im Vienna, Intl. 2024 (erhältlich ab November 2023)
- Grätzelwalks in ivie App
- Sonderausgabe route
- B2C-Newsletter
- Ausspielung auf allen Channels des WienTourismus

B2B

- Landingpage auf b2b.wien.info
- Eigener Bereich auf der VCB-Website vienna.convention.at
- Newsletter (VECI-Sondernewsletter und in MDV-Newslettern werden Grätzel-Themen laufend kommuniziert)
- Kommunikation des Jahresthemas über unsere B2B Social Media Kanäle





B2B

- B2B Events Herbst 2023:
Exklusive Lunch- oder Dinner-Einladungen für Key Accounts in CH, IT, FR, UK und USA.
Ziel: Information und Angebotsentwicklung
- Einladung zu Fam Trips:
Herbst 2023/Frühjahr 2024
- Einbindung bei Kooperationen mit Reiseveranstalter:innen, Schulungen und Webinaren.
- Internationales Medienmanagement

B2C-Kampagnen

- Fleximode = Digitale Always-On Kampagne mit Fokus auf Social Media
- Ziel: Aktivierung unserer Premium-Zielgruppe
- Voraussichtlich 3 Kampagnen-Peaks: Frühjahr, Herbst, Winter 2024
- laufendes Video-Seeding des Contents in definierten Märkten
- laufendes Suchmaschinen-Marketing
- OTA-Kooperationen zur Aktivierung



Vienna City Card



- Neue Vorteilspartner:innenangebote in den definierten Grätzeln
- Nähere Informationen auf b2b.wien.info
- Bei Interesse kontaktieren Sie bitte Judith Weiß: judith.weiss@wien.info

Mobile Tourist Info

2024: FOKUS AUF VIENNA'S NEIGHBORHOODS

- Lenkung der Besucherströme
- Standortflexible Information
- Direkter Kundenkontakt dort, wo der Gast unterwegs ist
- Tipps abseits der Hauptsehenswürdigkeiten

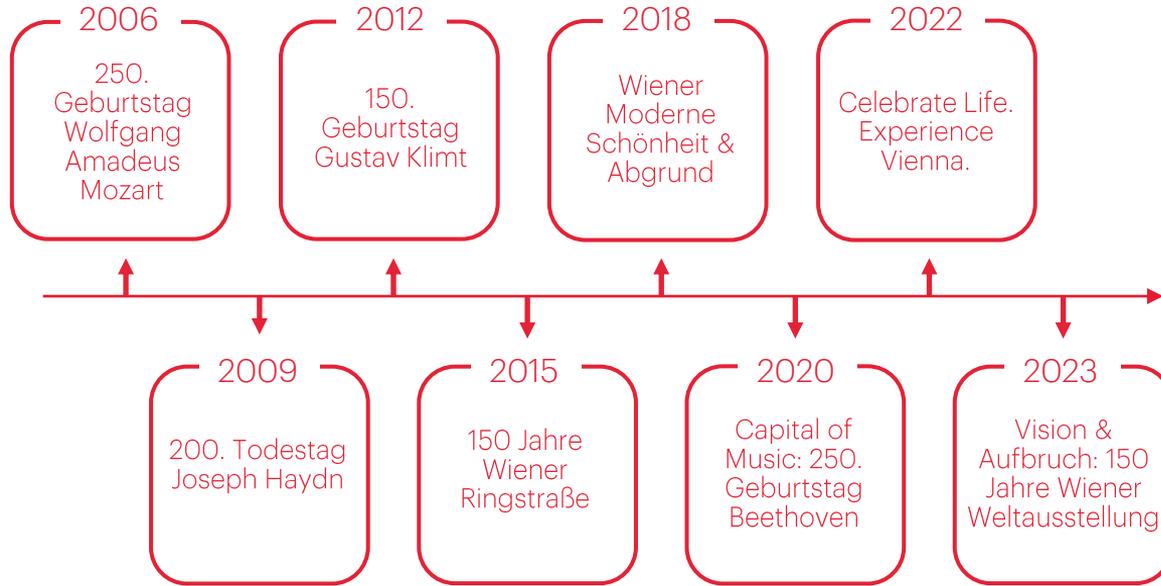


A large fountain with multiple water jets spraying upwards, set against a backdrop of trees and a city building. The water jets are the central focus, creating a misty atmosphere. The background shows a row of green trees and a multi-story building with classical architectural features. The overall scene is captured in a slightly desaturated, overcast light.

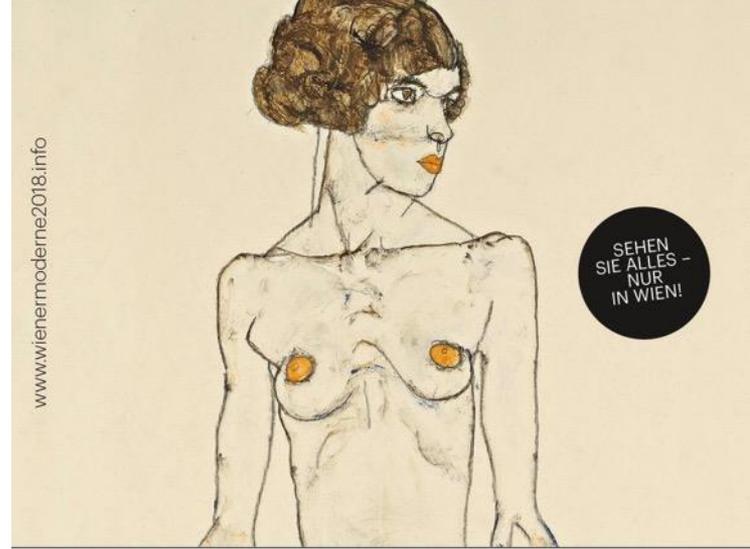
Die Power von Themenjahren & Kampagnen

WIEN

Best of Themenjahre



WIEN



HUNDERT JAHRE ALT.
UND NOCH IMMER ZU GEWAGT?

#DerKunstihreFreiheit

WIENER
MODERNE
2018

WIEN
JETZT • FÜR IMMER

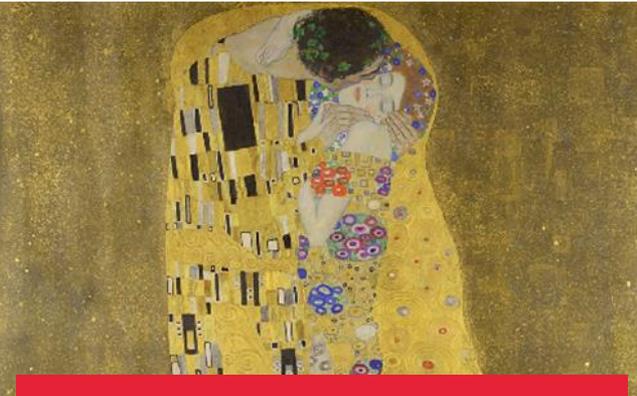
Egon Schiele, Stehender nacktes Mädchen mit orangefarbenen Strümpfen, 1914
© Leopold Museum, Wien



1914

Internationale Kampagnen-Reichweiten

BEISPIEL: SCHÖNHEIT UND ABGRUND (THEMENJAHR 2018)



KUSS (JPN, CHN, KOR)

- 360 Mio. Impressions
- 11,5 Mio. Video Views
- 255.000 Besucher:innen Landingpage
- 10.700 Gewinnspielteilnehmer:innen
- 7.900 Newsletter-Anmeldungen



FASHION (ITA, FRA)

- 60 Mio. Impressions Out of Home & digital
- 31 Mio. Reichweite durch Clippings
- 6 Mio. Impressions auf Social Media



A HUNDRED
YEARS OLD.
STILL TOO
DARING
TODAY?

GEWAGTE KUNST (DEU, GBR, USA)

- 100,6 Mio. Impressions Out of Home, digitale Bewerbung & Print
- 344 Mio. Reichweite durch Clippings
- 16 Mio. Impressions auf Social Media
- 132.000 Zugriffe auf Kampagnenwebsite



Schönheit und Abgrund, Out of Home (2018)

WIEN



Capital of Music (2020)



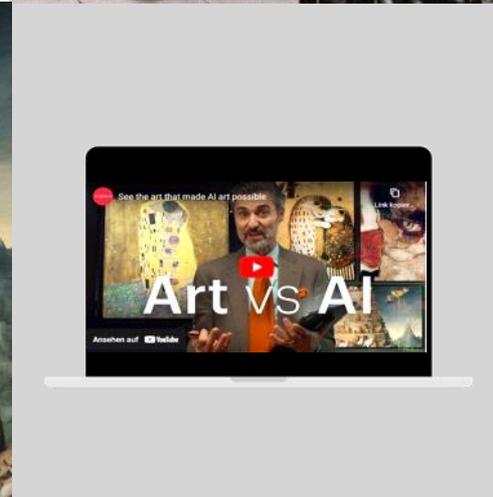
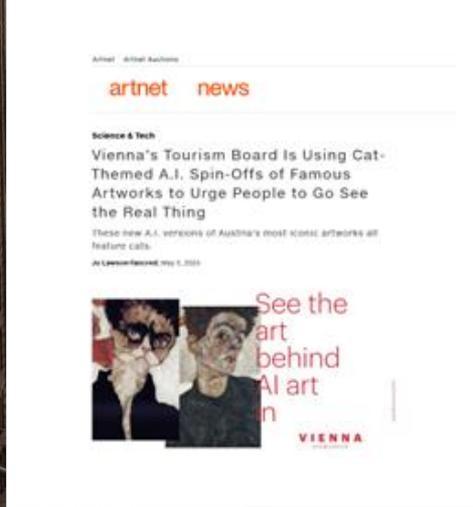
Beethovens Wien



JETZT AKTIVEREN



WIEN



UnArtificial Art (2023)

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



Danke für die
Aufmerksamkeit.

wien.info
wien.info/vision
b2b.wien.info
vienna.convention.at
foto.wien.info
shaping.vienna.info
facebook.com/WienTourismus
youtube.com/Vienna
instagram.com/viennatouristboard
pinterest.at/viennatouristboard
twitter.com/WienInfoB2B
linkedin.com/company/vienna-tourist-board
weibo.com/welcometovienna
WeChat
#ViennaNow



WeChat



ivie