

# Wiener Fremdenverkehrsverband

Im Fremdenverkehrsjahr 1983/84, dem bisher besten, wurden in Wien insgesamt 5,2 Millionen Gästenächtigungen (+ 8,6%) gezählt. Der stärkste Zuwachs in absoluten Zahlen war bei den Gästen aus den USA zu verzeichnen: Mit zusätzlichen 140.000 Nächtigungen (+ 24%) wurden insgesamt 712.000 US-Gästernächtigungen registriert. Somit kommt bereits jeder siebente Wien-Besucher aus den USA. Die günstige Dollarparität und die „Entdeckung“ Wiens durch Europareisende aus Übersee, die zuvor nur London und Paris besucht haben, zählen zu den wichtigsten Faktoren dieser erfreulichen Entwicklung. Jeder fünfte Gast kommt aus Deutschland, trotz eines Minus von 4,1 Prozent weiterhin Spitzenreiter in der Wiener Gästestatistik (936.000 Nächtigungen).

Bedeutende Frequenzsteigerungen gab es weiters bei den Gästen aus Italien (+ 14,1%), Großbritannien (+ 13,9%), Ungarn (+ 23,9%), Frankreich (+ 2,3%) und Schweden (+ 13,2%). Eine rückläufige Tendenz zeigten 1984 das Gästeaufkommen aus den Niederlanden (- 6,4%), aus Spanien (- 8,2%) und Belgien (- 18,6%) sowie der Inlandtourismus (- 3,2%).

Die positive touristische Entwicklung Wiens schlug sich im Fremdenverkehrsjahr 1983/84 vor allem bei den Fünf- und Vier-Sterne-Hotels und den Mittelklassebetrieben nieder. Im Gegensatz zum Vorjahr verzeichneten die einfacheren Quartiere nur mehr ein Plus von 2,5 Prozent (1982/83: 13,8%), während die Luxus- und First-Class-Betriebe sowie die Mittelklassehotels wieder größere Zuwachsraten erreichten: Fünf- und Vier-Sterne-Hotels: + 8,9 Prozent, Drei-Sterne-Hotels: + 9,5 Prozent. Der Anteil der Spitzenhotellerie am Wiener Fremdenverkehr lag 1983/84 bei 57,3 Prozent (1982/83: 56,8%).

Ausgesprochen erfreulich ist auch die Position Wiens im internationalen Konkurrenzkampf der Städte. Wie ein vom Kopenhagener Fremdenverkehrsverband ausgearbeiteter Vergleich europäischer Touristenzentren für 1983 zeigt, liegt Wien in der Spitzengruppe des europäischen Städtetourismus hinter London, Paris, Rom und Athen an fünfter Stelle und läßt andere beliebte europäische Städtedestinationen, was Ausländernächtigungen betrifft, hinter sich.

In Zusammenarbeit mit der Wiener Handelskammer und mit großem finanziellen Einsatz konnte in Japan eine Reihe von werbewirksamen Aktionen und Präsentationen erfolgreich durchgeführt werden. Vom 24. April bis 9. Mai 1984 fand im Hotel Imperial in Tokio eine „Wien Fair“ statt, bei der die Ausstellung „Wiener Impressionen“ gezeigt wurde und eine Wiener Damenkapelle sowie ein Koch und ein Patissier aus Wien „Kostproben“ des touristischen Angebots präsentierten. Gleichzeitig wurde an der meistfrequentierten Kreuzung Tokios ein 18 Meter hohes Transparent mit Wien-Werbung montiert und ein Originalabguß des Johann-Strauß-Denkmal aufgestellt. Handelskammerpräsident Ing. Karl Dittrich eröffnete im Kaufhaus Mitsukoshi das unter Beteiligung von Wiener Firmen eingerichtete „Original Wiener Kaffeehaus“, das als Dauereinrichtung im Kaufhaus konzipiert wurde. Gemeinsam mit dem Verband waren 16 kommerzielle Anbieter aus der Wiener Touristikbranche bei einem dreitägigen Workshop vertreten. Die Flugverbindungen aus Asien nach Wien wurden durch Direktflüge von KLM und Airlanka verstärkt.

In Australien wurde die Großausstellung „Vienna — Tradition and Transition“ (200.000 Besucher) gezeigt, die Wien in allen seinen Facetten, von der Zeit der „Venus von Willendorf“ bis zur UNO-City, zeigt. Ergänzt wurde die Ausstellung durch ein 24 m<sup>2</sup> großes Modell der Wiener Altstadt und ein „Wiener Kaffeehaus“. In Sydney (5. bis 26. Jänner 1984) wurde die Ausstellung von Vizebürgermeister Hans Mayr gemeinsam mit dem Bürgermeister von Sydney, D. W. Sutherland, und dem Leiter des Festival of Sydney, Stephen Hall, feierlich eröffnet. Weitere Gastgeber waren die Städte Melbourne (18. Februar bis 17. März 1984) und Adelaide (7. April bis 5. Mai 1984), in denen die Bürgermeister sowie städtische und bundesstaatliche Prominenz aus Politik, Kultur und Wirtschaft vom österreichischen Botschafter, Dr. Heinrich Blechner, erstmals durch die Ausstellung und das Kaffeehaus geführt wurden. Die Hilton-Hotels in Sydney und Adelaide organisierten anlässlich des Großereignisses mit großem Erfolg Wiener kulinarische Wochen. (Die Ausstellung „Vienna — Tradition and Transition“ wurde damit insgesamt achtmal erfolgreich eingesetzt.) Weiters wurden Workshops mit australischen Reisebüroagenten in Sydney, Melbourne und Adelaide organisiert. Im Anschluß an den Jahreskongreß der Australian Federation of Travel Agents im Juli 1984 wurden gemeinsam mit der Österreichischen Fremdenverkehrswerbung (ÖFVW) Workshops und Präsentationen veranstaltet. Aus Australien konnte im Fremdenverkehrsjahr 1983/84 die höchste Steigerungsrate, nämlich 26,9 Prozent, erreicht werden.

Unter dem Titel „Wien grüßt Belgrad“ wurde eine neu konzipierte Ausstellung vom 7. bis 23. September im Belgrader Kulturzentrum gezeigt. Die offizielle Eröffnung dieser Ausstellung war die letzte öffentliche Amtshandlung Leopold Gratz' als Wiener Bürgermeister, bevor er zum Außenminister ernannt wurde. Über 100.000 Menschen besuchten die „größte und schönste Ausstellung in Belgrad seit 40 Jahren“ (Eintragung in das Gästebuch), die zu den im Namen und auf Rechnung der Stadt Wien veranstalteten offiziellen Wien-Präsentationen zählte.

Doch nicht nur spektakuläre Großausstellungen repräsentierten Wien 1984 im Ausland; eine weitaus größere Zahl von Destinationen wurde durch die Kompaktausstellung „Wiener Impressionen“ und durch das

altbewährte Wiener Kaffeehaus angesprochen. So waren „Wiener Impressionen“ Ende März 1984 im Rahmen einer „Wiener Woche“ in Herisau, Kanton Appenzell, eine der Attraktionen eines Wien-Festivals, das von Vizebürgermeisterin Gertrude Fröhlich-Sandner eröffnet und vom Verband gemeinsam mit der Wiener Handelskammer organisiert wurde. Eine Multivision, die Wien zu allen Jahreszeiten und die geschichtliche Entwicklung Wiens durch die Jahrhunderte zeigt, wurde ebenso eingesetzt wie ein Stadtmodell; dazu kamen kulinarische und musikalische Darbietungen.

Im Sommer war diese Ausstellung, die trotz ihrer Kompaktheit ein repräsentatives Bild der Wiener Kultur, Geschichte und Lebensart gibt, beim alljährlich stattfindenden „Sommerfest“ (18. Juli bis 12. August 1984) in Minneapolis (USA) zu Gast. Bei der feierlichen Eröffnung dieses Wien gewidmeten Musikfestivals wurde dem Präsidenten der „Minnesota Orchestral Association“ und Initiator des Sommerfestes, Richard M. Cisek, die Johann-Strauß-Medaille in Gold für besondere Verdienste um den Wiener Fremdenverkehr überreicht. Kommerzialrat Josef Fröhlich, Obmann der Sektion Fremdenverkehr der Wiener Handelskammer, nahm als offizieller Vertreter Wiens diese Verleihung vor.

Von Minneapolis reisten die „Wiener Impressionen“ weiter nach Houston, Texas, wo sie beim „Austrian Festival“ (16. bis 29. September 1984), einer Aktion der Bundeswirtschaftskammer in Zusammenarbeit mit dem Kaufhauskonzern Neiman-Marcus, zu sehen waren. Im nahe gelegenen Warwick Post Oak Hotel fand ein großes kulinarisches Wien-Festival statt, auf das optisch durch eine Ausstellung alten Wiener Kaffeehausgeschirrs, Augartenporzellans sowie mit Wanddekorationen im Wiener Jugendstil aufmerksam gemacht wurde. Bei der Wiedereröffnung der Oper in Cleveland, Ohio, mit der Operette „Die Fledermaus“ und einem Wiener Ball wurde die Ausstellung ebenfalls gezeigt (16. bis 18. November 1984), außerdem wurden Damenspenden mit einem Begleitschreiben des Wiener Bürgermeisters verteilt.

Das „mobile Wiener Kaffeehaus“ des Verbandes bekam 1984 ein neues Aussehen: 50 Dekorationsparavents im Stil der „Wiener Werkstätte“ prägen nun das Interieur. Sie wurden im Rahmen der Gartenbauausstellung „Salon de la Rose“ im Juni 1984 in Paris erstmals aufgebaut; ein Wiener Patissier verwöhnte das Publikum außerdem mit Mehlspeisen. Rom war 1984 zweimal das Ziel Wiener Patissiers: vom 20. bis 26. September wurde bei der Österreichischen Filmwoche „Cine Austria“ im Teatro Sala Umberto das Publikum sowohl cineastisch als auch kulinarisch vom Slogan „Wien hat mehr“ überzeugt. Die Kunstgewerbeausstellung der Wiener Handelskammer im Palazzo delle Esposizioni (25. bis 29. Oktober 1984) erhielt durch die Künste eines Wiener Zuckerbäckers besonderen Reiz. Besonderes Augenmerk richtete sich bei der „Fiera del Levante“ in Bari (7. bis 17. September 1984) auf den Österreich-Stand, der als Wiener Kaffeehaus der Jahrhundertwende gestaltet worden war. Thonetsessel und Marmortische, Jugendstilparavents und Wiener Veduten verbanden sich zu jener typischen Atmosphäre, die 80.000 Besucher besonders anzog und in begeisterten Medienberichten resultierte.

In enger Zusammenarbeit mit Betrieben der Wiener Fremdenverkehrswirtschaft beteiligte sich der Verband an einer Reihe von Fach- und Publikumsveranstaltungen, die vom Fachbeirat für Ausstellungsbeteiligungen empfohlen wurden: Airtour Suisse (Bern), Vakantie (Utrecht), CMT (Stuttgart), ATB (Wien), FITUR (Madrid), Semaine Mondiale (Paris), Salon delle Vacanze (Turin), ITB (Berlin), REJS (Kopenhagen), Salon de Vacances (Brüssel), FIB (Barcelona), COTAL (Cartagena), Fiera Internazionale di Trieste, AFTA (Hobart), Welser Messe, Fiera del Levante (Bari), RDA (München), MITCAR (Paris), Donauraumbörse (Belgrad), DRV (Palma de Mallorca), TTW (Montreux), ASTA (Las Vegas), FERIAAL (Zagreb), BTF (Brüssel), WTM (London), TOUR (Amsterdam) und USTOA (Florida). Ausmaß und Gestaltung der Beteiligungen wurden darauf ausgerichtet, den Wünschen und Anforderungen aller Partner entgegenzukommen. Das Resultat dieser marktspezifischen Präsenz war eine große Beteiligung der Wiener Tourismusbranche an allen Veranstaltungen.

Neben der Bewerbung der Wintersaison waren die Operettenvorstellungen des Volksopernensembles im Juli und August — womit die Bundestheaterferien erstmals durchbrochen wurden — der wesentlichste Akzent der Öffentlichkeitsarbeit und der Werbung für spezielle touristische Angebote in Wien. Eine Insertionskampagne in den touristischen Fachmedien Europas machte auf diese neue Attraktion des Wiener Musiksommers aufmerksam. In Zusammenarbeit mit dem Kulturamt der Stadt Wien, der Wiener Kammeroper und dem Spectaculum wurde erstmals ein viersprachiges Gesamtprogramm des Musik-Sommers als 36seitige Broschüre herausgebracht, ergänzt durch zwei vom Kulturamt aufgelegte Plakate. Um Wien-Besucher und Wiener intensiv auf das musikalische Sommerangebot hinzuweisen, lud der Verband die Geschäftsinhaber in der Altstadt ein, Auslagen zum Thema zu gestalten, und leistete dazu Hilfe durch die Beistellung von Werbe- und Dekorationsmaterial. Erfreulich viele Firmen leisteten diesem Aufruf Folge. Weiters wurden in einer Reihe von ÖFVW-Zweigstellen und Reisebüros im Ausland Auslagen zum Thema Wiener Musik-Sommer 1984 gestaltet.

Für die Wintersaison 1984/85 wurde wie für den Winter 1983/84 mit Anzeigenserien in Deutschland, Italien und Spanien geworben, weiters kamen diesmal Großbritannien und Frankreich dazu. Alle Inserate waren mit Kupons versehen, deren Einsender umfangreiches Informationsmaterial zugesandt erhielten. In den Inseratentexten waren Wiener Hotels und Reiseveranstalter gegen Kostenbeteiligung mit konkreten Angeboten vertreten. Die 1983 begonnenen Präsentationen der Wintersaison für Medien und Reisebüros mit dem Hauptakzent Operette

wurden im Hinblick auf das Wiener Operetten-Festival 1985 fortgesetzt. Harald Serafin, Sigrid Martikke (bzw. Milena Rudiferia) und Uwe Theimer, die den musikalischen Teil der Präsentationen besorgten, traten im Herbst 1984 in Bologna, Amsterdam und Zürich auf. Das Winterangebot Wiens wurde weiters bei gemeinsamen Präsentationen der Arbeitsgemeinschaft Städtetourismus bei der Fiera del Levante in Bari im September sowie in Paris im November 1984 vorgestellt. Auch diese Präsentationen wurden gemeinsam mit den ÖFVW-Zweigstellen für die Vertreter der Medien und der Reisebranche durchgeführt. Erstmals wurde für den Winter '84/85 der sechsstufige Streuprosppekt „Die Winterfreuden der Kaiserstadt“ (in vier Sprachversionen, Auflage 80.000 Stück) herausgegeben. Der Prospekt enthielt ausführliche Hinweise auf das attraktive Veranstaltungsangebot und preisgünstige Wien-Arrangements für den Zeitraum November bis März. Eine Anzeigenserie in den touristischen Fachmedien Europas, mit der im Herbst auf Operetten-Festival und Maskenball hingewiesen wurde, ergänzte die Werbearbeit für die Wintersaison.

Einladungen von Reisejournalisten zählen nach wie vor zu den wichtigsten Punkten des ganzjährigen Arbeitsprogramms. 1984 wurden insgesamt 505 Medienvertreter in Wien betreut, darunter 117 aus den USA, 103 aus Deutschland und 43 aus Italien. Zum Operetten-Festival bzw. Maskenball waren Journalistengruppen aus den USA, Italien, der Schweiz, Frankreich und Belgien eingeladen. Weiters wurde der Kongreß der Society of American Travel Writers (SATW) in Budapest Anfang Oktober zum Anlaß genommen, US-Journalisten gemeinsam mit der ÖFVW (im Rahmen von Vor- und Nachkongreßstouren durch Österreich) nach Wien einzuladen. Die Betreuung der Medienvertreter erfolgte wie immer in Zusammenarbeit mit einer Reihe von Institutionen, wobei die ÖFVW mit ihren Zweigstellen an erster Stelle zu nennen ist. Der Österreichische Weinwirtschaftsfonds, die Donauraumwerbung, Pan Am, die Zigarettenmarke Dunhill und Columbia Artists waren Partner weiterer Journalistenbetreuungen mit zusätzlichen 130 Personen. Bemerkenswert bei der Medienbetreuung ist das immer stärkere Interesse von Fernsehanstalten an Wien. 1984 wurden dreizehn TV-Teams in Wien betreut, davon kamen sieben aus Japan.

Bei der Produktion von Werbe- und Informationsmaterial wurden die Auflagen der Druckwerke neuerlich der ständig steigenden Nachfrage angepaßt. So erschien z. B. der Wien-Stadtplan bereits in einer Gesamtauflage von 1,7 Millionen Stück. Der Verband hatte Anfang der siebziger Jahre zur Erleichterung langfristiger Entscheidungen im Kongreßbereich einen Zehn-Jahre-Kalender aufgelegt, der 1984 auslief. Um den Entscheidungsträgern im Bereich internationaler Kongreßveranstalter neuerlich eine attraktive Planungshilfe zu bieten und gleichzeitig Dauerwerbung für die Kongreßstadt Wien zu betreiben, wurde im Herbst 1984 der Wien-Kalender 1985—2000 produziert, der sehr großen Anklang gefunden hat (vierfarbig, 34 Seiten, Auflage 4.000 Stück). Die Broschüre „Wien von A bis Z“, bisher in deutscher und englischer Version vorhanden, wurde im Juni 1984 in italienischer Fassung herausgebracht. Der kleine Wien-Führer, der die mit den Tafeln der Aktion „Wien — eine Stadt stellt sich vor“ versehenen Bauten und eine Reihe weiterer Sehenswürdigkeiten dokumentiert, wird gegen eine Schutzgebühr von 25 Schilling in den verbandseigenen Informationsstellen abgegeben, über den Buchhandel in der Altstadt verkauft und gegen Einsendung eines Eurochecks über 35 Schilling auch per Post zugestellt. Die italienische Auflage beträgt 10.000 Exemplare; von allen drei Sprachversionen wurden 1984 insgesamt 27.500 Stück abgegeben.

Zu den Sonderaktionen zählten 1984 die Anfertigung einer originalgetreuen Kopie des Johann-Strauß-Denkmal im Stadtpark als Blickpunkt für die oben erwähnte „Wien-Fair“ in Tokio, die mit intensiver Medienarbeit verbunden wurde, und die Werbebemalung eines großen Lastwagens, mit dem das Serapions-Theater eine längere Europatournee absolvierte. Dem Jewish Welcome Service (Leitung: Dr. Leon Zelman) wurde im Zusammenhang mit der Veranstaltungsreihe „Versunkene Welt“ im November intensiv geholfen; außerdem wurde aus diesem Anlaß eine Gruppe jüdischer Journalisten nach Wien eingeladen. Im Rahmen der bei der Wiener Fremdenverkehrsenquête 1983 gestarteten engeren Kooperation zwischen Tourismus- und Exportwerbung wurde 1984 eine Gemeinschaftswerbeaktion mit der Brau-AG in amerikanischen Supermärkten realisiert, in denen Steffl-Bier als „The Original Vienna Lager Beer“ angeboten wurde. Dazu wurden 4.000 Wien-Plakate mit einem Sonderaufdruck versehen. Die Bierflaschen und -kartons wurden von der Brau-AG mit typischen Wiener Motiven versehen.

Da der Verband zu den Befürwortern regelmäßiger Erhebungen von Marktdaten und Aussagen über das Gästeverhalten zählt, hat er sich für 1984 und 1985 an der bundesweiten Gästebefragung Österreich (GBÖ) beteiligt.

In Kooperation mit der ÖFVW, Austrian Airlines und anderen Fluggesellschaften konnten insgesamt 90 Agentenstudienreisen mit einer Gesamtteilnehmerzahl von 1.500 Personen aus Europa, den USA, Kanada, Lateinamerika, Südafrika, dem Nahen und dem Fernen Osten nach Wien eingeladen und hier betreut werden. Anlässlich der ATB 84 wurde im Palais Auersperg für alle ausländischen Gäste eine Hospitality-Suite unter dem Motto „Wien-Bummel“ eingerichtet.

Im Dezember 1984 konnte der Verband 500 Lufthansa-Verkaufsdirektoren aus aller Welt in Wien begrüßen und mit dem Angebot der Stadt vertraut machen. Für diese Arbeitstagung, die zum ersten Mal außerhalb der Bundesrepublik Deutschland stattfand, wurde in Zusammenarbeit mit der ÖFVW ein äußerst attraktives

Rahmenprogramm geschaffen, das von einer Rätsel-Rallye durch die Wiener Innenstadt bis zu einer Galavorstellung des Musicals „Cats“ viele Attraktivfaktoren der Stadt umfaßte.

Mit 536 Kongressen, Symposien, Tagungen, Messen und Ausstellungen sicherte sich Wien weiterhin seinen Platz unter den beliebtesten fünf Kongreßstädten der Welt. 146 Kongresse fanden unter internationaler Beteiligung statt. In der touristischen Neben- und Zwischensaison konnte eine beträchtliche Anzahl von Veranstaltungen registriert werden; es waren dies in den Monaten Jänner bis März 109, Juli/August 28 und November/Dezember 100. Dem internationalen Trend entsprechend war mehr als die Hälfte der Veranstaltungen von etwa 500 Teilnehmern besucht. 1984 waren die größten Tagungen der Kongreß der International Bar Association mit 4.000 Teilnehmern und die Tagung der Deutschen Botanischen Gesellschaft mit 2.000 Teilnehmern.

Das Kongreßbüro hat 1984 an folgenden Kongressen und Präsentationen teilgenommen: ASAE/ICCA-Seminar (Wien), CONFEX (London), World Congress & Exposition/IT & MM (New York), ASAE (Minneapolis), LIMRA (Atlanta), Generalversammlung der EFCT (Bournemouth) und ICCA (München). Weiters war das Kongreßbüro des Verbandes bei allen Veranstaltungen des Österreichischen Kongreßverbandes vertreten, da das Kongreßbüro das Generalsekretariat übernommen hat und der Verband in den Vorstand des Kongreßverbandes gewählt wurde.

Die Eröffnung des österreichischen Konferenzzentrums im Donaupark im Frühjahr 1987 bedeutet eine beträchtliche und attraktive Erweiterung des Raumangebotes im Wiener Kongreßgeschäft. Um dementsprechend die Destinationswerbung für die Kongreßstadt Wien verstärken zu können und den umfangreichen Datenbestand des Kongreßbüros für Akquisition und Marketing des Konferenzzentrums zum Einsatz zu bringen, hat der Verband dem Finanzministerium eine enge Kooperation zwischen dem Kongreßbüro des Verbandes und der IAKW-AG vorgeschlagen. Kurz vor Jahresende 1984 hat Finanzminister Dr. Vranitzky diese Zusammenarbeit im Bereich Werbung, Öffentlichkeitsarbeit und Marketing grundsätzlich akzeptiert, so daß die Aufnahme der Detailarbeit im 1. Halbjahr 1985 erfolgen kann. Zur Dokumentation des gesamten Angebots an Kongreßsälen und Veranstaltungshäusern wurde die Broschüre „Kongreß für Wien“ überarbeitet und ergänzt und bietet nun auf 40 Seiten in drei Sprachen und in einer Auflage von 10.000 Stück alle Angaben über Maße, Kapazität und technische Einrichtungen aller Kongreßhäuser und Kongreßhotels.

Die erfreuliche Entwicklung der Nächtigungszahlen hat auch ihren Niederschlag bei den Einnahmen aus der Ortstaxe, die die Basis des Budgets des Verbandes darstellen, gefunden. Von den Betrieben wurden rund 43 Millionen Schilling (1983: 38,2 Millionen Schilling) abgeführt. Darüber hinaus hat die Fremdenverkehrskommission für zusätzliche Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen weitere 3,2 Millionen Schilling aus der Rücklage freigegeben. Mit einem Sonderbudget der Stadtverwaltung werden die vom Verband organisierten offiziellen Auslandsveranstaltungen der Stadt Wien finanziert. Wie auch in den vergangenen Jahren hat die Wiener Handelskammer die Hälfte der Kosten für die Herstellung der Hotellisten und der Gastronomieverzeichnisse übernommen.

Die Stadt Wien und die Wiener Handelskammer haben paritätisch Mittel von 7,1 Millionen Schilling für das Kongreßbüro (5,5 Millionen Schilling) und für den Auskunftsdienst (1,6 Millionen Schilling) zur Verfügung gestellt. Das Kongreßbüro verfügte über insgesamt 5,8 Millionen Schilling (300.000 Schilling aus diversen Einnahmen). Die Ausgaben für den Auskunftsdienst waren mit 4,2 Millionen Schilling budgetiert. Ein großer Teil dieser Kosten konnte durch eigene Einnahmen (Provisionen und Gebühren aus der Vermittlungstätigkeit) gedeckt werden.

Der Verband hat 1984 55 ständige Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter beschäftigt. Davon waren 10 Bedienstete — sowie in der Hauptsaison noch monatlich weitere 10 bis 12 Hostessen — in den Informationsstellen im Einsatz und betreuten insgesamt etwa 534.000 Besucher. Die Informationsstelle in der Opernpassage war — wie immer — mit 270.055 Besuchern die am meisten frequentierte, gefolgt von den Auskunftsstellen West (128.961), Flughafen (85.741) und Süd (49.074). In allen Außenstellen — ausgenommen DDSG — konnten gegenüber 1983 mehr Vermittlungen durchgeführt werden (insgesamt + 12%), Spitzenreiter war die Außenstelle West mit einem Zuwachs von 17 Prozent. Die Auswertung einer im Jahre 1984 in den Außenstellen durchgeführten Fragebogenaktion hat überaus erfreuliche Ergebnisse gebracht. Freundlichkeit, Sprachkenntnisse, Prospektangebot usw. in den Auskunftsstellen wurden von den Besuchern vorwiegend mit sehr gut bewertet.

Seit mehreren Jahren lädt der Verband Vertreter der verschiedenen touristischen Branchen, der mit touristischen Belangen befaßten Behörden, Ämter und anderer Institutionen sowie Fachjournalisten zu „Jour fixe“ genannten Diskussionsveranstaltungen ein. Der 19. Jour fixe fand am 12. März 1984 im Hotel Hilton statt und hatte das Sommerprogramm Wiens zum Thema. Kulturstadtrat Franz Mrkvicka referierte über den Wiener Musik-Sommer 1984, der erstmals neben einem vielfältigen Konzertangebot Operettenaufführungen des Volksopernensembles in Volksoper und Staatsoper brachte. Wolfgang Herzog (Gould & Cargill) präsentierte eine Sammlung von Ideen, mit denen das sommerliche Wien-Angebot zum Festsommer ausgebaut werden könnte. Beim 20. Jour fixe am 25. September 1984 im Palais Auersperg referierte wiederum Kulturstadtrat Franz Mrkvicka, diesmal über das Kulturangebot im Winter 1984/85 und über die für die Sommersaison 1985

vorbereitete Jugendstil-Großausstellung „Traum und Wirklichkeit“. Aus dem Auditorium kam dazu die Anregung, die Präsentationszeiten attraktiver Ausstellungen nach Möglichkeit auch auf die Nebensaison zu erstrecken. Der letzte Jour fixe des Jahres 1984 fand am 23. November im Rathauskeller statt. Unter dem Motto „Japan — eine touristische Herausforderung“ bemühten sich Experten von Japan Air Lines und Travel Consultants of Japan Ltd., die Besonderheiten des japanischen Tourismusmarktes herauszuarbeiten.