

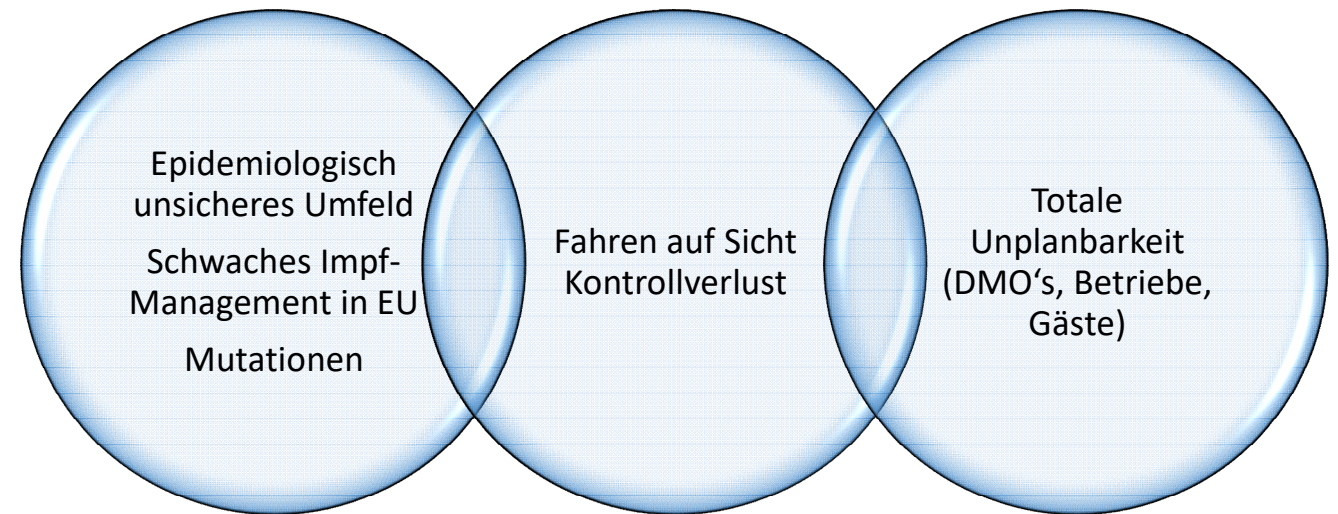
Trends im Städte-Tourismus



Andreas Reiter



Freezing



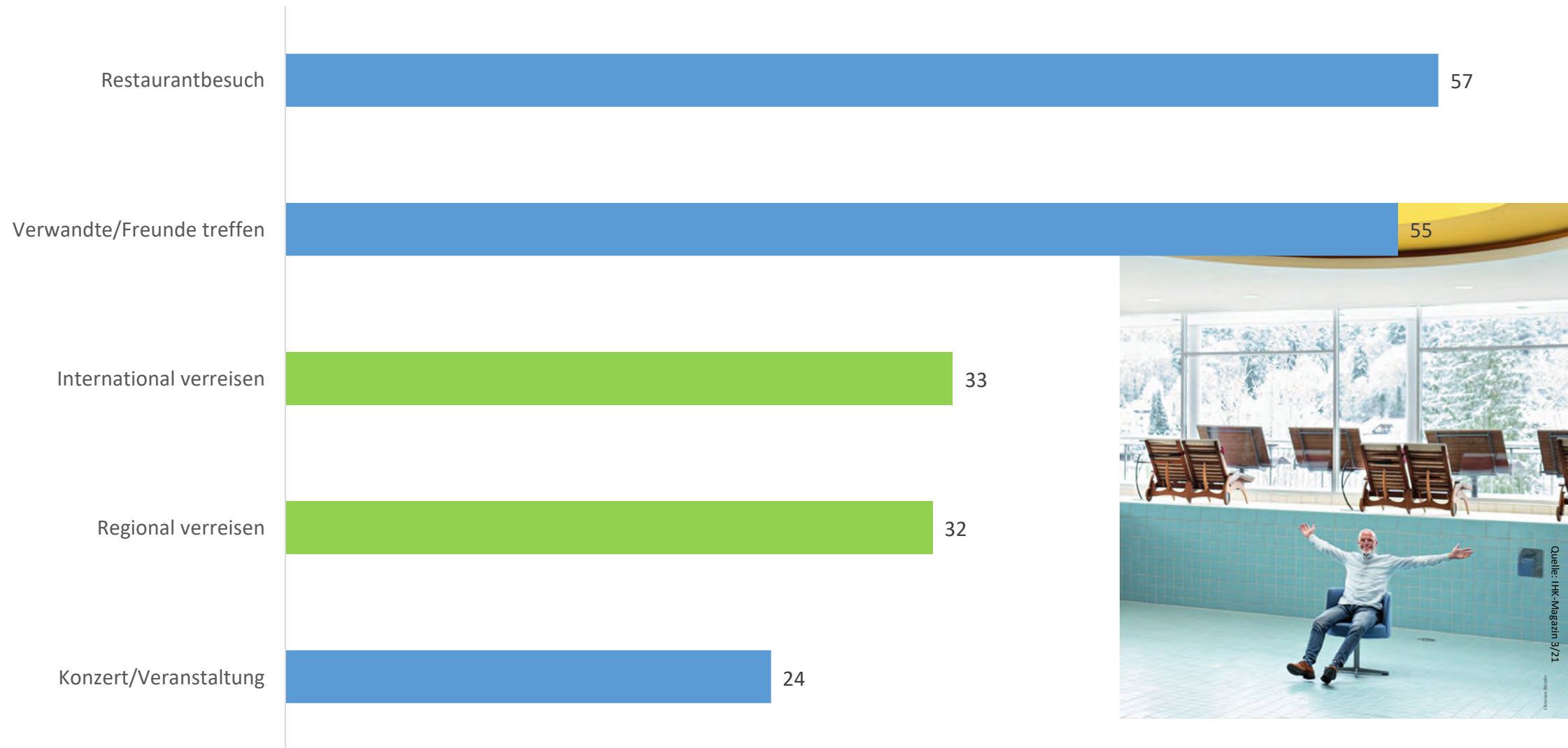


„Intensiviertes
Empfinden“
(V. Groebner)

„Steigerung der
Lebensintensität“
(T. Garcia)

Traditionelles Urlaubs-
Versprechen ist ausgesetzt

Pläne nach der Pandemie



In Prozent; Quelle: Yougov, Umfrage in Deutschland 01/2021

Revenge Travel

In Pandemie hohe
Sparquote:

16,3% D (2020;
10,9% in 2019)

15,7% A (2020)

Abbau des
Konsumstaus ➡
Wachstumstreiber
im Sommer

30% fließen 2021
in privaten
Konsum
(Quelle: DB, Deutschland
Monitor, 03/2021)

Auswirkung auf
Tourismus:

Hohe
Reisefrequenz,
Upgrading,
Premium-Urlaub
u.a.

Wien Top in Mind im DACH-Raum

Im TOP 10 Ranking der attraktivsten Städtereiseziele während der Corona-Pandemie belegt in der Kategorie „Must-See-Städte“ Wien vor Hamburg und München den Rang 1.

Attraktive Städtereiseziele während der Corona-Pandemie – Ranking der TOP 10 „Must-See-Städte“

① WIEN 🏆

② HAMBURG 🏆

③ MÜNCHEN 🏆

④ Berlin

⑤ Amsterdam

⑥ Kopenhagen

⑦ Salzburg

⑧ Zürich

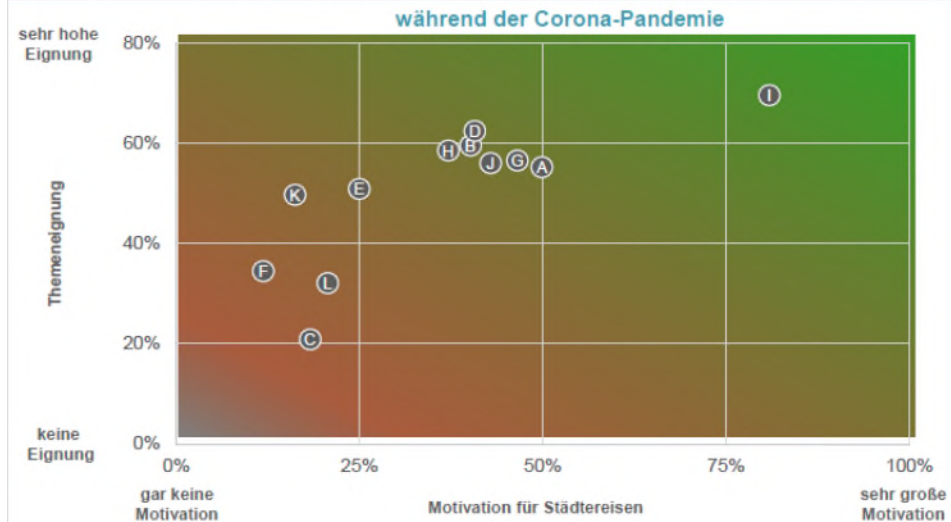
⑨ Prag

⑩ Helsinki

Frage: Sagen Sie mir nun bitte für jede der folgenden Aussagen, auf welche der Ihnen bekannten Städte diese Aussage Ihrer Meinung nach besonders zutrifft.
Basis: Städtereisen-Affine, Must-See-Stadt jeweils bekannt

Bei der Themeneignung während der Corona-Pandemie liegt Wien im Vergleich zu den Must-See-Städten bei vier von insgesamt 12 Themen auf dem ersten Platz.

Marktattraktivitäts-Geschäftsfeldstärken-Portfolio: Motivation für Städtereisen & Themeneignung



A	urbanes Flair, in Stadtkultur eintauchen
B	Kunst, Museen, Ausstellungen
C	Wellness/Gesundheit
D	Architektur/Baukultur
E	Besuch Musik-/Kulturevents
F	Besuch Sportereignissen
G	Kulinarisches Angebot, Genuss
H	Shopping
I	Besuch Sehenswürdigkeiten
J	Besuch Parks, Zoos etc.
K	Szene, Clubs, Bars besuchen
L	Outdoor-Angebote nutzen

Frage: Aus welchen Gründen unternehmen Sie in erster Linie private Städtereisen? (Mehrfachnennungen möglich), Basis: Städtereisen-Affine (n=5.178). Frage: Daher möchten wir nun von Ihnen gerne wissen, welche der Ihnen bekannten Städte aus Ihrer Sicht jetzt während der Corona-Pandemie besonders für die folgenden Themen geeignet sind, unabhängig von Ihrem persönlichen Interesse. Und wie geeignet sind die Städte für die verschiedenen Themen nach der Corona-Pandemie?; Basis: Städtereisen-Affine, Must-See-Stadt jeweils bekannt

Ab Q3/21: **Tourismus** nimmt wieder Fahrt auf



2021 noch vorwiegend Nahmärkte bzw. innereuropäisch (Grüner Pass)

Konzentration - Redimensionierung - strategisches Austarieren Business-Leisure

- Business Travel schrumpft nachhaltig (ca. 20-30%)
- MICE erholt sich ab 2022, Formate werden kleinteiliger (Hybrid=Brückenphase, Zukunft = Hologramme)

Fernmärkte: USA, China kommen als erste (China: Ziel Herden-Immunität bis 2022)

2022 ff: Individualisierter Massen-Tourismus (smart, mit Künstlicher Intelligenz gelenkt)

Interkontinentaler Reiseverkehr in Europa: frühestens 2023 (spätestens 2025) Niveau von 2019

(Tourism Economics, UNWTO)

Asynchronizität
der Märkte
(Impfung etc.)



Was nehmen wir mit für die Recovery-Phase?



SEIT 1350

 DIGITALE GÄSTEINFO

BLAUE GÄNSE

*Liebe Gäste,
es freut uns sehr, Sie in der Blauen Gans zu begrüßen.
Mit unseren QR-Codes bekommen Sie diverse Gäste-
informationen digital. Scannen Sie die Codes einfach mit
Ihrer Kamera oder mit einer QR-Code-App.
Wir wünschen Ihnen einen schönen Aufenthalt bei uns.*

GÄSTE A-Z FRÜHSTÜCKSKARTE COVID-19 LEITLINIE

FÜR EIN SICHERES MITEINANDER

 Abstand halten  Händewaschen  Kontaktloses Zahlen  Niesen/Husten in Armbeuge



Access Economy

Limitierung, Time Slots, First Come, First Serve u.a.

Reisen wird wieder kostbarer & teurer

Berührungslose Exzellenz

(z.B. Bargeldloses Zahlen, Speisekarte-App, Sensoren als Türöffner)

Smarte „Customer Journey“

- Predictive Services
- Besucherlenkung via KI, Sensoren etc.

Reisen wird wieder **kostbarer** & teurer



Highspeed-Züge in Europa statt Kurzstrecke

Grüner Umbau
EU

Ökologische
Besteuerung
Kurzflüge

EU-weiter Ausbau
Highspeed-Netz
Nachtzüge

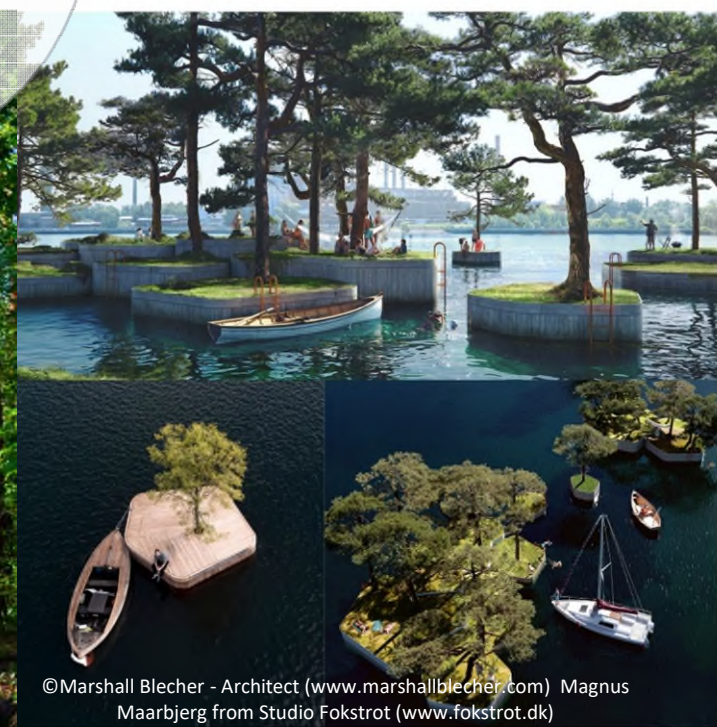


Learnings aus der Pandemie: **Draußen** ist das neue Drinnen

Hyperlokal

Dritte Natur
(#Dichtestress)

Wasser



© Outside Society

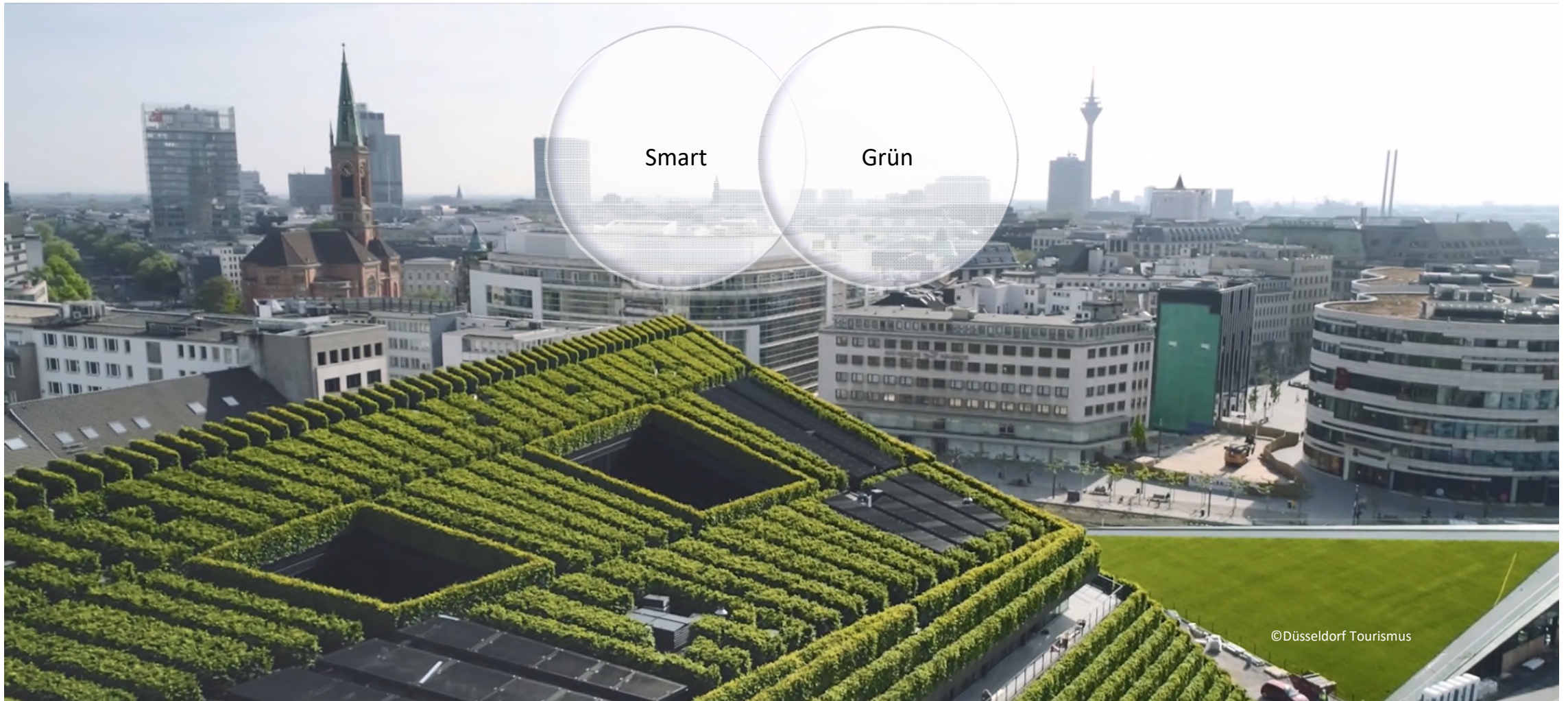
© Marshall Blecher - Architect (www.marshallblecher.com) Magnus Maarbjer from Studio Fokstrot (www.fokstrot.dk)

Friluftsliv ist das post-pandemische Hygge

Glücksversprechen



Die lebenswerte **Stadt** von morgen ist...



Big 3

Transformatives
Reisen

Balanced
Tourism

Großes Kino



Reisen ist Sammeln von künftigen **Erinnerungen**



Erfahrungen sind wichtiger als Erlebnisse



Flüssige
Identitäten

Vom
Erleben
zum
Erfahren

„Trans-
formative
Qualität“
(Stephan A.
Jansen)

Life Seeing statt Sight Seeing



Mikrowelten & die Rache des Analogen



Achtel statt Viertel

„Wenn der echte Raum
der Echtzeit weicht,
benötigen wir eine
Rehabilitierung der
kleinen Einheiten, der
Mikrolebenswelten.“

Paul Virilio



Living Museum

3 K's

Kultur, Konsum,
Kommunikation



Reisen im „kognitiven Kapitalismus“ ist immer auch Erkenntnis-Gewinn



Blended Experiences



„Van Gogh – The Immersive Experience“ Linz, ©Dominik Gruss

Alles, was fest war, wird flüssig



Hybride Welten, flüssige Formate

„Die Digitalmoderne... hat ein Faible für das Hybride... Sie privatisiert das Öffentliche, veröffentlicht das Private, sie verunklart den Ort und die Zeit und die Funktionen.“

(Hanno Rauterberg, Wir sind die Stadt)



©Daria Scagliola and Stijn Brakkee

Hochfrequenzorte # Lebensqualität

Integrative
Standort-
Entwicklung

One Place,
one Spirit,
one Sound



©Marie-Charlotte-Pezé / Amsterdam Marketing

Verantwortliches Interagieren der 4 B's



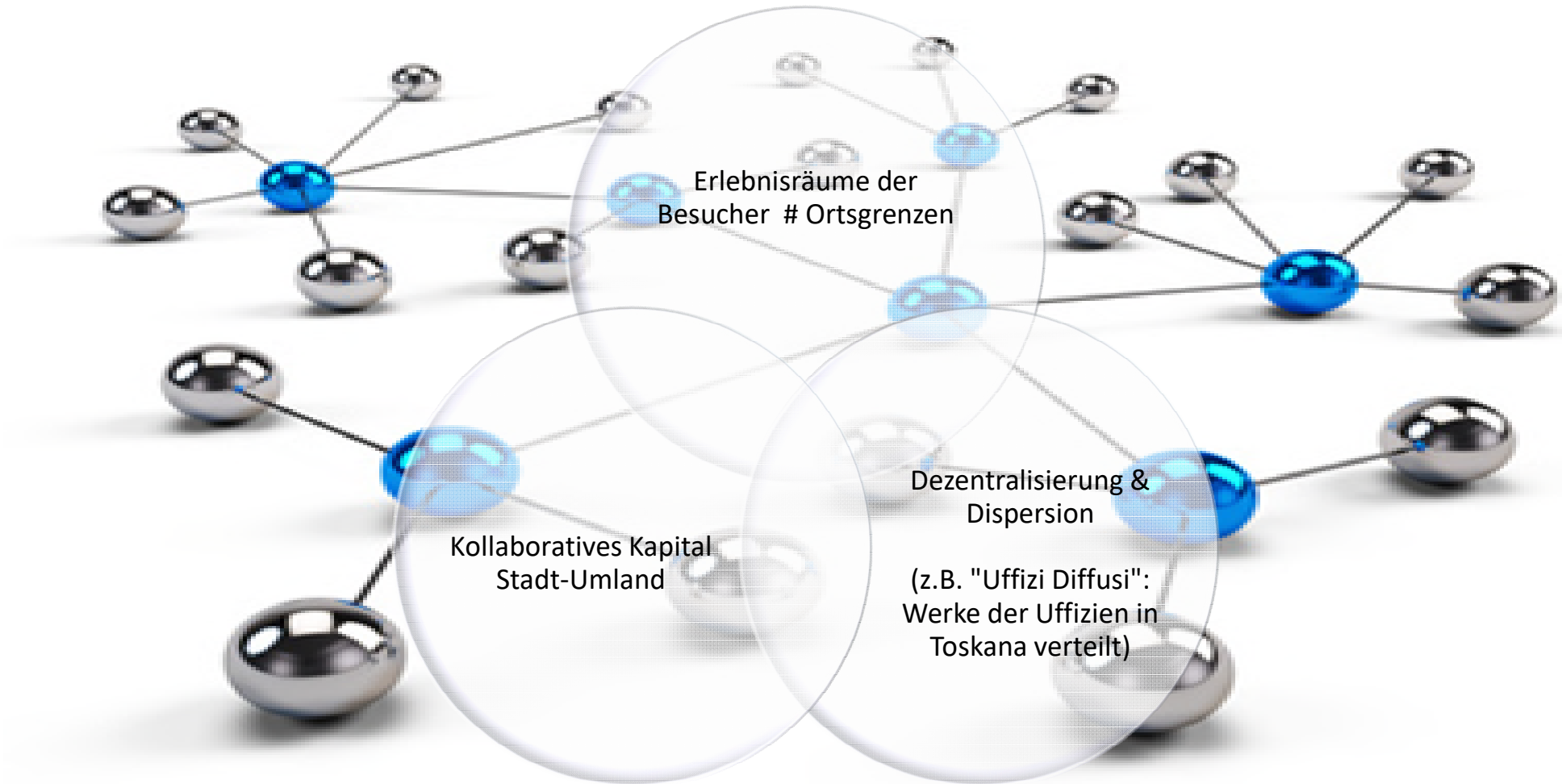
Erfolgsindikatoren (KPI's) in Destinationen weiter denken



Visitor Economy



Good Governance



© Sashkin / Fotolia.com

Nachhaltigkeit & SDG's: Noch **Top-Down**-Thema (DMO, Leitbetriebe, Politik), aber...



... verstärkter Veränderungsdruck seitens Generation Greta



© Quadro d.o.o. /Chocolate Village

Regenerative Travel



©Twycer/Plastic Whale

Mut zu Experimenten

die
boys & marie
RESTAURANT • BAR • CHILLOUT

Die Idee

Das Team

Speisekarte

Kontakt & Reservierung

Sponsoren



Screenshot <https://www.dieboys-marie.at>

Dritte Orte werden post Covid gestärkt

Soziale Rituale

Festivalisierung



©Time Out Market Lisboa

Socio Pleasure kommt vor Nature Pleasure





"Ich liebe
Wiederholungen. Sie
verwandeln die Zeit
in einen Ort."

(Karl Ove Knausgård)