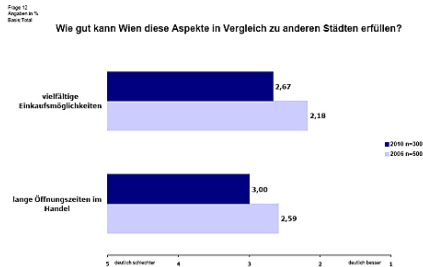


## Gallup-Umfrage: Wien-Gäste wollen einkaufen



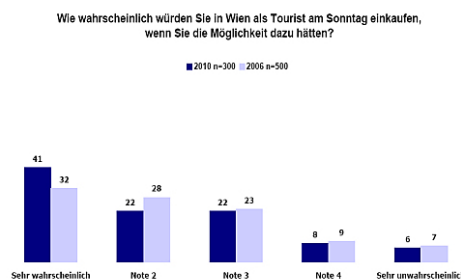
Rückfall: Sowohl die Vielfalt der Einkaufsmöglichkeiten als auch die Öffnungszeiten wurden heuer schlechter benotet als 2006.

Credit: ÖHV  
Fotograf: ÖHV



Klare Aussage: Als Kulturstadt bekommt Wien die Bestnote, als Einkaufsstadt den mit großem Abstand schlechtesten Wert.

Credit: ÖHV  
Fotograf: ÖHV



Eindeutiges Ergebnis: Fast zwei Drittel der Gäste würden sonntags einkaufen - deutlich mehr als noch vor vier Jahren.

Credit: ÖHV  
Fotograf: ÖHV

Utl.: Wer einkaufen kann, bleibt länger - doch immer weniger empfehlen Einkaufsstadt Wien weiter. =

Wien (TP/OTS) - Während Shopping als Reisemotiv immer wichtiger wird, setzt Wien nach wie vor auf eine äußerst rigide Regelung der Ladenschlusszeiten. Die Zufriedenheit der Gäste sinkt. Die Sonntagsöffnung brächte dem Wiener Handel 50 Mio. Euro und der Hotellerie 325.000 Nächtigungen.

"Die gute Nachricht: Unsere Gäste wollen viel mehr Geld ausgeben. Die schlechte: Man lässt sie nicht. Das kostet Umsätze und

Arbeitsplätze in Handel, Gastronomie und Hotellerie", verweist Peter Peer, Präsident der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV), auf eine aktuelle Gallup-Umfrage. Befragt wurden 300 Gäste, die in Wien nächtigen. Der Ruf nach längeren Öffnungszeiten wird lauter, die Kritik an der geltenden Regelung ebenso: "Bei der letzten Befragung wurden die Öffnungszeiten mit 2,59 nach dem Schulnotensystem benotet. Heuer war es gerade noch eine 3. Da besteht Handlungsbedarf", so Peer.

61 % der Gäste wollen längere Öffnungszeiten

Die Umfrage zeigt auf, wo aus Sicht der Gäste besonderer Handlungsbedarf besteht: Wüschteten sich 2006 schon 53 % (Top-Box-Wert) der Gäste längere Öffnungszeiten in Wien, waren es diesmal sogar 61 %.

2,8 Mio. Gäste würden sonntags einkaufen

Besonders stark profitieren würde der Handel von längeren Öffnungszeiten: 63 % der Gäste (Top-Box-Wert) gaben an, die Sonntagsöffnung nutzen zu wollen - das wären 2,8 Mio. potentieller Kunden für den Wiener Handel. 47 % oder knapp 2 Mio. Gäste hätten mehr eingekauft, wenn die Geschäfte auch sonntags geöffnet hätten.

Sonntagsöffnung brächte 325.000 zusätzliche Nächtigungen

"Bei der Befragung gab jeder fünfte Gast an, seinen Aufenthalt im Falle einer Sonntagsöffnung verlängern zu wollen. Wenn wir nur die Gäste herausfiltern, die einen Sonntag an den Aufenthalt anhängen können, brächte das der Wiener Hotellerie 325.000 Nächtigungen mehr", erklärt Peer, der daher die ÖHV-Forderung nach einer Tourismuszone in Wien erneuert: "Österreichs Top-Destination braucht eine Tourismuszone. Das erwarten unsere Gäste."

Sonntagsöffnung brächte Handel mehr als 50 Mio. Euro

Bei Ausgaben von 28 Euro pro Person (Durchschnittswert lt. T-MONA Wien 2009) würden alleine die Gäste, die aufgrund der Sonntags-Öffnung einen Tag länger bleiben, dem Handel Mehrumsätze in der Höhe von 24,6 Mio. Euro bringen. Erhöht man diesen Wert um die zusätzlichen Ausgaben jener Gäste, die auch bisher schon sonntags in Wien waren, verdoppelt sich der Betrag etwa. Dem Wiener Handel würden Öffnungszeiten auf internationalem Standard Mehreinnahmen in der Höhe

von 50 Mio. Euro bescheren.

Einkaufen in Wien wird seltener empfohlen

Gehandelt werden sollte aber rasch: Die meisten Gäste stimmen überein, dass Wien als Kulturstadt zu empfehlen ist und wollen gerne wieder kommen. Als Einkaufsstadt wurde Wien schon 2006 deutlich seltener weiterempfohlen. Heuer ging dieser Wert noch weiter zurück: "Diese Entwicklung ist überaus ernst zu nehmen. Einer Nielsen-Studie unter 25.000 Internet-Usern weltweit zufolge vertrauen 90 % der Gäste Empfehlungen von Verwandten und Bekannten. Damit liegt der Stellenwert der persönlichen Empfehlung für die Reisesentscheidung weit vor allen anderen Kommunikations- und Werbeformen", gibt Peer zu denken.

"Return on Investment" muss gesichert sein

Die aktuelle Gallup-Studie beweise, dass die Reisedestination Wien im internationalen Vergleich an Boden verliere. Zu diesem Schluss kommt auch Dr. Andreas Braun, Geschäftsführer der swarovski tourism service gmbh. Erst Ende vergangenen Jahres hatte das österreichische Traditionsunternehmen mit 15 Mio. Euro Gesamtinvestition rund um die neue Markenplattform Swarovski Wien in der Kärntnerstraße 24 eine mutige Investition in die Theatralisierung des Käuferlebnisses getätigt. Braun: "Für Swarovski war diese Investition ein klares Bekenntnis zum Standort Österreich, andere internationale Konzerne ohne diese starke Bindung zu unserer Heimat schrecken die restriktiven Ladenöffnungszeiten allerdings ab", verweist Braun auf einen weiteren wichtigen Aspekt in dieser Debatte. "Wien verliert mit der gegenwärtigen Regelung nicht nur Nächtigungen und Umsatz, sondern auch neue Einkaufsattraktionen bekannter Marken, die aufgrund der Prämisse 'Return on Investment' auf Standorte mit liberaleren Regelungen ausweichen."

Braun: Schluss mit unzeitgemäßem Ladenschluss

Österreichs Ladenöffnungszeiten, so Braun, seien in Summe weder zeitgemäß noch wettbewerbsfähig. Mit den Konsummöglichkeiten in internationalen Metropolen könne Wien nicht konkurrieren. Das zeigten auch die Analysen der internationalen Geschäftsstandorte von Swarovski. Braun: "Ins Hintertreffen kommt Wien aber auch im direkten Vergleich, etwa mit Prag oder Budapest." So gäbe es in Polen, der Slowakei, Tschechien oder Ungarn keinerlei Einschränkung der

Landeöffnungszeiten. Braun: "Während wir in unserer Swarovski-Boutique in Prag von Montag bis Sonntag von 9 Uhr bis 22 Uhr offen halten, ist dies in Wien nicht möglich. Das ist nicht nur ein klarer Wettbewerbs- und Standortnachteil, sondern auch für Wien-Besucher nicht nachvollziehbar. Unsere Gäste in Wien wollen internationale Standards - gerade auch beim Konsum." Dabei, so Braun, müsse man auf Veränderungen reagieren. Beim heutigen Konsumenten verschmelzen beispielsweise kulturelle Sehnsüchte immer öfter auch mit profaner Shoppinglust. "Die Menschen suchen bei ihren Aufenthalten nach Gesamtinszenierungen. Dabei steht der Besuch im Museum gleichwertig neben dem Einkaufserlebnis. In Summe gibt es einen legitimen Wunsch nach kreativer Verschmelzung von Kaufen und Staunen." In diesem Sinne sei die Liberalisierung von Öffnungszeiten nicht nur eine mögliche Reaktion auf geänderte Familienstrukturen und flexiblere Arbeitszeiten, sondern eine unumgängliche Antwort auf völlig veränderte gesellschaftliche Rahmenbedingungen.

Die ÖHV vertritt die Interessen von 1.200 Betrieben der Ferien-, Konzern- und Stadthotellerie. Das ist der höchste Mitgliederstand seit der Gründung der ÖHV. Die Bettenkapazität der ÖHV-Mitgliedsbetriebe entspricht damit über 63 % der Betten in der 4- und 5-Sterne-Hotellerie. Diese Betriebe zeichnen sich durch ausgeprägte Servicequalität, Spezialisierung und/oder nachhaltige Innovationskraft aus. Die Mitgliedsbetriebe der ÖHV beschäftigen rund 30.000 Mitarbeiter, das sind 30 % aller Mitarbeiter in der Beherbergung. Der Logisumsatz der ÖHV-Mitglieder beträgt ca. 900 Mio. Euro.

Weitere Pressemeldungen und Infos finden Sie unter <http://www.oehv.at>

Bild(er) zu dieser Aussendung finden Sie im AOM/Original Bild Service, sowie im OTS Bildarchiv unter <http://bild.ots.at>

Rückfragehinweis:

Österreichische Hotelierversammlung  
Hofburg  
A-1010 Wien

Kontakt:

Peter Peer, ÖHV-Präsident (Stadthotellerie)  
M/Gallery, Novotel und Mercure Österreich, Wien  
Tel.: +43 (0)1 599 01-550  
<mailto:office@oehv.at>

<http://www.oehv.at>

Digitale Pressemappe: <http://www.ots.at/pressemappe/5473/aom>

\*\*\* TP-ORIGINALTEXT PRESSEAUSSENDUNG UNTER AUSSCHLIESSLICHER  
INHALTLICHER VERANTWORTUNG DES AUSSENDERS - WWW.TOURISMUSPRESSE.AT \*\*\*

TPT0004 2010-05-19/10:15

191015 Mai 10

Link zur Aussendung:

[http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT\\_20100519\\_TPT0004](http://www.tourismuspresse.at/presseaussendung/TPT_20100519_TPT0004)