

Baden: Tourismus-Achterbahn

Badens Tourismuswirtschaft im Wechselbad der Gefühle zwischen Lockdown, erfolgreichen Sommermonaten, UNESCO Welterbe, TOP-

Medienberichterstattung und erneutem Lockdown.

„Die Tourismuszahlen für die Saison 2020/21 bestätigen, dass die Stadt Baden ein höchst attraktives Reise- und Ausflugsziel ist. Mit einer erfolgreichen Tourismusstrategie, hoher Medienpräsenz und zugkräftigen Attraktionen wie dem Fotofestival „La Gacilly - Baden-Photo“ können wir trotz der schwierigen Rahmenbedingungen positive Bilanz ziehen. Mit der UNESCO Welterbe-Anerkennung der Stadt Baden als Teil der „Great Spa Towns of Europe“ eröffnen sich der Stadt weitere Chancen, Baden als Stadt des besonderen Erlebens zu positionieren.“

Auch Tourismusdirektor Klaus Lorenz charakterisiert das abgelaufene Tourismusjahr durchaus positiv: „In den Zeiten, in denen wir aufsperrten durften, waren wir sehr erfolgreich“. Und tatsächlich gleicht der Verlauf der Tourismuszahlen im Jahr 2021 in der prominenten Kurstadt pandemiebedingt einer Achterbahnfahrt. Während des langen Lockdown ab November 2020 bis Mai 2021 war Tourismus nur eingeschränkt möglich und die Übernachtungen erreichten nicht einmal die Hälfte des Nächtigungsvolumens eines „normalen“ Jahres. Davon waren alle drei für die Tourismusdestination Baden relevanten Geschäftsfelder gleichermaßen betroffen: Gesundheitstourismus, Erholungstourismus und MICE. In den Sommermonaten konnte sich der Badener Tourismus im Vergleich mit anderen Stadt- und Kulturdestinationen Österreichs allerdings in hervorragender Weise entfalten und - vor allem in der gewerblichen Hotellerie - bemerkenswert gute Zahlen erreichen.

Insgesamt konnten die Übernachtungszahlen, trotz der massiven Einschränkungen aufgrund COVID-19, für das gesamte Tourismusjahr annähernd auf dem Vorjahresniveau gehalten werden.

	Gesamtzahl 2019/20	Gesamtzahl 2020/21	% +/-
Ankünfte	55.740	47.000	-15,68%
Übernachtungen	289.398	285.358	-1,39%

Abb.1: Ankünfte & Übernachtungen_Tourismusstatistik Baden bei Wien 2020/2021

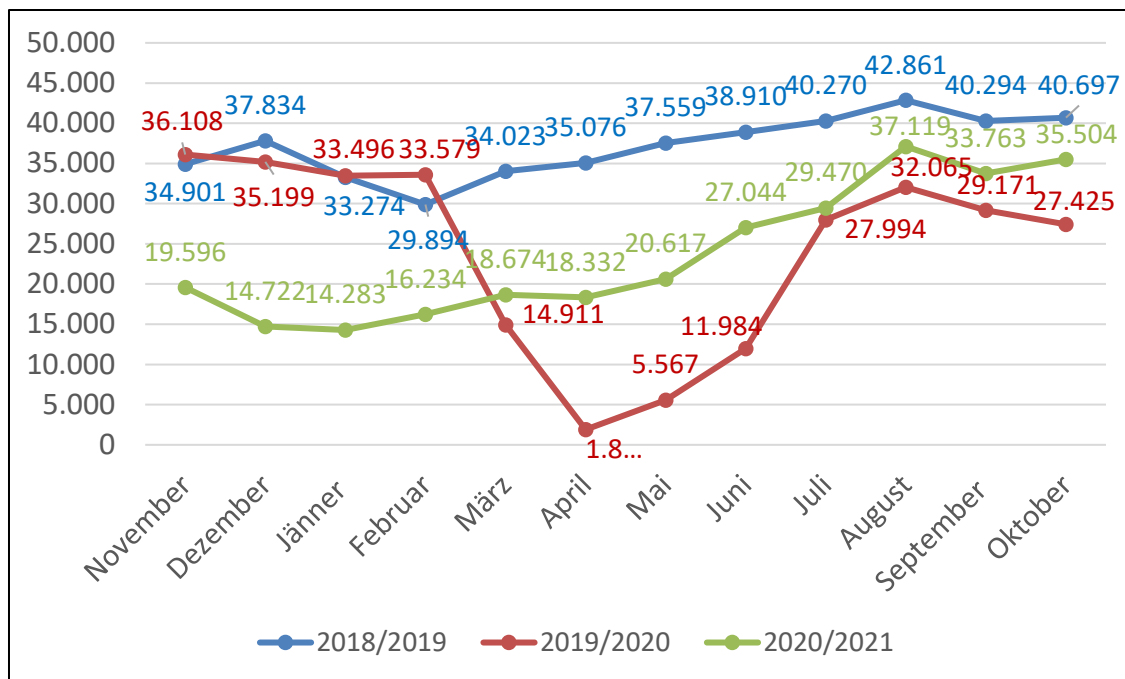


Abb.2: Tourismusjahr 2018/2019, 2019/2020 und 2020/2021 im Monatsvergleich

➤ Zusammenarbeit als Schlüssel zum Erfolg

Als beinahe schon sensationell können die Ergebnisse in der gewerblichen Hotellerie in den Sommermonaten nach dem Lockdown bezeichnet werden. Während der Juni 2021 noch eher moderate Zahlen aufweist, wurden in den Folgemonaten Juli bis September annähernd die Übernachtungszahlen des Rekordjahres 2019 erreicht.

„Dieser bemerkenswerte Erfolg begründet sich in der intensiven Zusammenarbeit der Geschäftsgruppe Tourismus mit der Badener Tourismuswirtschaft einerseits, aber auch in den insgesamt richtig gewählten Einschätzungen und Aktivitäten im Marketingplan 2021“, erläutert Tourismusdirektor Klaus Lorenz.

In den Rehakliniken und Kureinrichtungen wurden die Übernachtungszahlen von 2019 aufgrund der besonderen Rahmenbedingungen erst im Oktober wieder erreicht.

Gewerbliche Hotellerie

	2019	2021
Juni	14.434	10.240
Juli	13.058	13.214
August	18.112	17.352
September	15.829	14.651
Oktober	15.292	13.128

Kliniken

	2019	2021
Juni	22.956	16.371
Juli	22.916	15.458
August	23.338	17.662
September	23.217	18.562
Oktober	23.968	21.102

Abb.3: Ergebnisvergleich Unterkunftsarten Juni-Oktober 2021

Vor allem die Konzentration auf Österreich und die unmittelbaren Nachbarländer in Verbindung mit emotionalen Geschichten rund um die Themenfelder Great Spa Town und Festival La Gacilly-Baden Photo haben sich besonders positiv ausgewirkt. Die nachstehende Tabelle zeigt die Ergebnisse im Zeitraum Juni bis Oktober 2021 in den wesentlichen Quellmärkten. Deutlich zu sehen sind die massiven Zugewinne auf dem österreichischen Markt, die einerseits auf eine gute Performance im Erholungstourismus sowie auf den Rückstau im Seminartourismus zurückzuführen sind. Erfreulich auch die - in Anbetracht der Rahmenbedingungen - hervorragenden Zahlen in Deutschland, der Tschechischen Republik und vor allem Israel. Dagegen waren die Fernmärkte Russland, Ukraine und USA aufgrund der Pandemie annähernd ein Totalausfall.

Herkunftsland	Juni-Oktober 2019	Juni-Oktober 2021	% /+/-
Österreich	34.839	42.897	+23,13%
Deutschland	13.439	11.484	-14,54%
Russland	5.507	191	-96,53%
Italien	1.865	926	-50,35%
Rumänien	1.546	1.177	-23,87%
Ungarn	1.422	925	-34,95%
USA	1.667	378	-77,32%
Tschechische Republik	1.611	1.360	-15,58%
Polen	1.283	1.262	-1,64%
Israel	1.327	1.406	+5,95%
Schweiz u. Liechtenstein	1.144	822	-28,15%
Slowakei	1.061	573	-45,99%
Niederlande	1.088	968	-11,03%

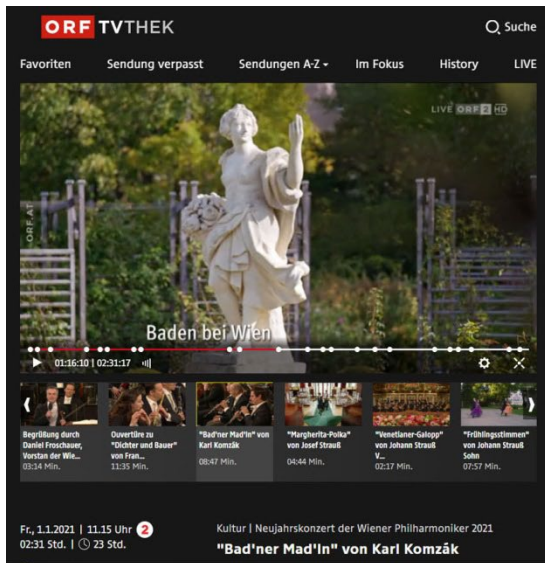
Abb.4: Gewerbliche Hotellerie_ Juni-Oktober 2021_Vergleich mit 2019

Sehr positiv stellt sich weiterhin auch die Situation im Tagestourismus dar. Unmittelbar nach den bisherigen Lockdowns waren wieder sehr gute Frequenzen in der Badener Innenstadt festzustellen. Gründe dafür sind die intensive Veranstaltungstätigkeit und das damit verbundene, deutlich jüngere und trendigere Image Badens in der Region, der verstärkte Zustrom von Tagesgästen aus Wien sowie das Festival La Gacilly-Baden

Photo, das sich im Tagestourismus vor allem ab August wieder als Publikumsmagnet mit hoher Attraktivität erwiesen hat.

➤ **Medienberichterstattung - Baden im Höhenflug**

Eine breite Medienberichterstattung wie nie zuvor in der Geschichte der Stadt Baden konnte im vergangenen Jahr erreicht werden. Mehr als 500 qualifizierte Medienauftritte in TV- und Radiostationen, Printmedien in mindestens 9 Nationalstaaten sowie auf Onlineplattformen mit einem Werbewert von mindestens 5 Millionen Euro sind ein herausragendes Ergebnis. Beginnend mit den wunderbaren Bildern im Neujahrskonzert 2021, über die zahlreichen Reportagen zum Festival La Gacilly-Baden Photo bis zur Berichterstattung zum UNESCO Welterbe Great Spa Towns of Europe war das Tourismusjahr 2020/2021 sowohl was die Internationalität betrifft, aber auch hinsichtlich der Qualität der Medien und die erzielten Reichweiten ein einzigartiges Rekordjahr. Dies wird sich vor allem in Zukunft positiv auf die Entwicklung der Tourismusdestination Baden auswirken.



❖ Neujahrskonzert 2021

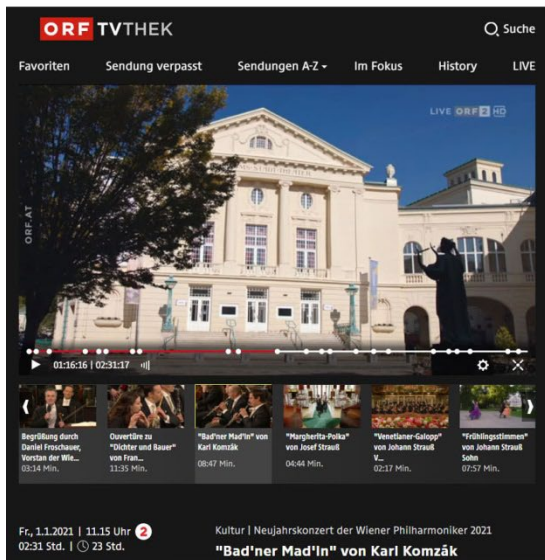
Datum: 1.1.2021
 Dauer: 1:59 Minuten
 Zuseher Österreich: 1,265 Mio.
 Zuseher International: > 50 Mio.

Zum Walzer „Bad´ner Mad´ln“ von Karl Komzak werden hochwertige Aufnahmen der Badener Parklandschaften, sowie Teile der Innenstadt von RIHA Film gezeigt.

Aus Sicht der GG Tourismus war der Auftritt der Stadt Baden im Neujahrskonzert 2021 noch wertvoller als im Jahr davor. Anders als im Jahr davor, wo Baden ein Teil des Pausenfilms zum 250.Geburtstag Beethovens war, war in diesem Jahr Baden exklusiv das Thema.

Abmoderation:

„Badner Madeln, ein großer Walzer von Karl Komzak, mit einer kleinen Reise nach Baden der traditionsreichen Kurstadt südlich von Wien“



ORF ZIB 1 – Festival LA Gacilly-Baden Photo



Beitrag über das Festival La Gacilly-Baden Photo in der ZIB 1 Kultur.

Datum: 17.6.2021
 Dauer: 1:13 Minuten
 Zuseher Österreich: 1,45 Mio. Zuseher

❖ ORF Seitenblicke – Festival LA Gacilly-Baden Photo



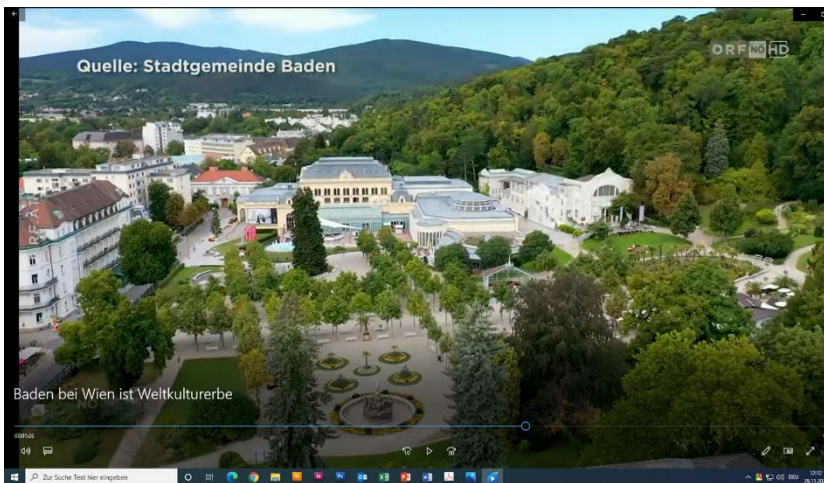
Französisches Flair in Baden.

Datum: 23.6.2021

Dauer: 1:31 Minuten

Zuseher Österreich: rund 700.000 Zuseher

❖ ORF ZIB 1 – Baden ist UNESCO Welterbe



Beitrag *Baden ist Welterbe* in der ZIB 1 Kultur und ORF NÖ.

ZIB 1

Datum: 24.7.2021

Dauer: 0:25 Minuten

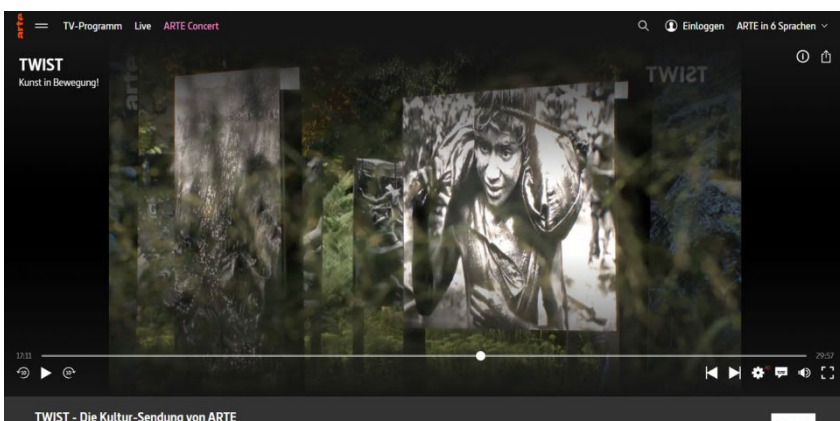
Zuseher: 1,52 Mio. Zuseher

ORF NÖ

Datum: 24.7.2021

Dauer: 2:18 Minuten

❖ ARTE Twist – Festival La Gacilly-Baden Photo



Beitrag über das Festival La Gacilly-Baden Photo im neuen Kulturmagazin TWIST von ARTE.

Datum: 26.9.2021

Dauer: 5:25 Minuten

❖ **Frankfurter Allgemeine Zeitung – Festival La Gacilly-Baden Photo**



Beitrag über das Festival La Gacilly-Baden Photo.

Datum: 15.7.2021
 Umfang: 1/1 Seite
 Auflage: 197.300



Die dargestellten Medienauftritte zeigen nur einige Beispiele aus den umfangreichen Ergebnissen in der Public Relation für die Stadt Baden im Jahr 2021. Es ist erneut gelungen, die Stadt Baden in großen nationalen Medien markenkonform, auf hohem Qualitätsniveau und vor allem auch mit modernen Inhalten zu präsentieren.

➤ **Ausblick – Erfrischend Welterbe**

Auch das Tourismusjahr 2021/2022 hat bedauerlicherweise wieder mit massiven Einschränkungen aufgrund der Pandemie begonnen. „Für 2022 wünschen wir uns einfach nur, wieder einigermaßen normal arbeiten zu können“, bemerkt dazu Tourismusdirektor Lorenz. Dennoch blicken die Tourismusverantwortlichen vorsichtig optimistisch in die Zukunft. Baden hat sich aufgrund der guten Zusammenarbeit innerhalb der Tourismuswirtschaft und der bereits erreichten, trendigen Positionierung bis dato als vergleichsweise krisenresistent erwiesen.

Erfrischend anders – Erfrischend Welterbe unter diesem Motto werden in Abstimmung mit Österreich Werbung und Niederösterreich Werbung die Kampagnen 2022 laufen. Dabei wird das UNESCO Welterbe „Great Spa Towns of Europe“ als Leitthema in die Auslage gestellt. Die große Kurstadt soll dabei - ganz im Sinne der Tradition der Avantgarde - durchaus mit modernen Inhalten in höchster Qualität interpretiert werden, um zu zeigen, dass Baden als eine dynamische und lebenslustige Tourismusdestination positioniert ist. Ein großer Stellenwert kommt dabei dem besonderen Badener Lebensgefühl zu, das gemeinsam mit den wunderbaren Gärten, der historischen Kulisse und dem unglaublich breiten Kulturangebot die Hauptattraktion der Stadt Baden bildet. Und genau so dürften offenbar auch die prominenten Gäste der Vergangenheit die Stadt Baden bereits erlebt haben.

Badens Welterbe-Beauftragter, StR Hans Hornyik weiß: „Mit der Anerkennung des Welterbestatus als ‚Great Spa Town of Europe‘ hat die Stadt hervorragende Voraussetzungen. Nun gilt es, dieses Potenzial für einen Aufschwung zu nutzen.“

„Ich hätte mein Leben nicht gedacht, dass ich so faul sein könnte, wie ich es hier bin.“

[Zitat von Ludwig van Beethoven über Baden]

Presseinformation:

Geschäftsgruppe Tourismus, Wirtschaft & Kultur
der Stadtgemeinde Baden
Brusattiplatz 3, 2500 Baden
Tel. 02252 86800-611
Email: klaus.lorenz@baden.at