



DDSG Blue Danube



PRESSESPIEGEL

DDSG BLUE DANUBE

Zeitraum

KW 37

09.09. – 15.09.24



Kreuzfahrt: Von k. u. k. zu Disney

TOURISMUS. Kreuzfahrten boomen. 31,7 Millionen Passagiere unternahmen vergangenes Jahr weltweit eine Kreuzfahrt. Und während Städte wie Amsterdam die Hochseeschiffe reduzieren wollen, freut sich der österreichische Tourismus über die Binnenschifffahrt.

TEXT: Michael Schwarz

Als Sequel der Kreuzfahrt-Tourismus wurde Corona befunden. Zahlreiche Schiffe liefen im Hafen nicht an, was einen Milliardenschaden für die Binnereise bedroht. Doch die Branche ist nicht abgerückt. „Die Nachfrage nach Kreuzfahrten liegt fast wieder bei den Zahlen von vor der Pandemie“, sagt Werner Mader, Geschäftsführer von Mader Reisen. Eine besondere Rolle spielen die Flusskreuzfahrten. „Das ist eine entspannte und komfortable Art des Reisens“, erklärt Mader, „denn

Reisen ermöglichen es den Passagieren, mehrere Städte und Sehenswürdigkeiten zu besuchen, ohne ständig das Hotel wechseln zu müssen.“ Und es drängen auch internationale Reisenden in österreichische Gewässer vor. Wo früher die k. u. k. Dampfschiffe schippern, lassen heute Kreuzer wie Disney nautische Erlebnisfahrten an.

„Die Nachfrage nach Kreuzfahrten liegt fast wieder bei den Zahlen von vor der Pandemie.“

Werner Mader, Geschäftsführer Mader Reisen



An der schönen blauen Donau ist das 1900er wurde die erste Donau-Dampfschiffahrts-Gesellschaft privatisiert und auf-



ROSS Blue Danube und die beiden Geschäftsführer Wolfgang Fischer und Wolfgang Hanreich fahren nach dem Kauf von zwei weiteren Schiffen im Frühling weiter auf Wachstamskurs.

gemäß. Die Nachfolgerschiffahrt führen den berühmten Namen nach heute, zumindest als Klarnamen. So beispielsweise die **ROSS Blue Danube**. Sie übernahm 1995 die Passagierschiffahrt und konzentriert sich seither auf den Raum in Wien und der Wachau. Gemeinsam mit Partnerunternehmen erreichen ihre Kreuzfahrtschiffe jedoch auch Orte außerhalb Österreichs wie Passau oder Bratislava. Sie ist Österreichs größtes Binnenschiffahrtsunternehmen und befragt jährlich rund 400.000 Passagiere an Bord ihrer Schiffe, wie Geschäftsführer Wolfgang Fischer und Wolfgang Hanreich erklären. Für die internationale Kreuzfahrtschiffahrt beschreibt Hanreich eine steigende Nachfrage. „Großen Wachstumspotential vorweisen wir bei Individualreisenden, die wir durch digitale Marketingstrategien effektiv ansprechen.“ Und auch Kurzurlaub in der nahen Umgebung liegt bei den Gästen im Trend. Dabei erkennen man besonders in dem Angebot an Tagesausflügen großes Potenzial. Diese reifen Ansichten spiegeln sich auch an der Flottenvergrößerung Anfang des Jahres wider. Da übernahm **ROSS Blue Danube** zwei Schiffe von Reederei Schiffahrt aus Walsertal. „Wir fahren weiter auf Wachstamskurs“, so Fischer. Und auch für internationale Reisenden ist die Donau ein spannender Wachstamsmarkt: Die kalifornische Anrufcenter bietet jedes Jahr

mehrere Ratten an und sogar Disney chartern Schiffe des US-amerikanischen Unternehmens für seine „Danube River Cruise“. „Die Donau ist eines der beliebtesten Ziele für Flusskreuzfahrten in Europa und bietet uns die Möglichkeit, verschiedene Routen durch mehrere Länder zu fahren, die ein breites Spektrum von Reisenden anziehen“, das man wissen. Besonders bereuen sie die ganzjährige Attraktivität der Donau mit Attraktionen wie Advenchürten im Winter.

Lokaler Tourismus

Für das fremdenverkehrstraffe Österreich ist die Donauschiffahrt ein wichtiger Bestandteil der Tourismusstrategie. Allein in Linz legten vergangenes Jahr 1.400 Schiffe mit 197.000 Passagieren an. „Der auf die Stadt entfallende Umsatz betrug 17,26 Mio. Euro“, berichtet Marie-Louise Schanzpfeil, Geschäftsführerin Linz Tourismus. Die Schifffahrtsunternehmen bleiben in der Regel zwischen vier Stunden und zwei Tage in der Landeshauptstadt, weil Schanzpfeil bedingt durch die



„Im Jahr 2023 legten rund 1.410 Schiffe mit ca. 197.000 Passagieren in Linz an.“

Marie-Louise Schanzpfeil, Geschäftsführerin Linz Tourismus

Außerhalbslauer fällt auch die Nutzung des touristischen Angebots unterschiedlich aus. „Etwa 60 Prozent aller Schifffahrtsunternehmen nehmen an verschiedenen Stadtführungen teil“, so Schanzpfeil, „der größte Anteil der Ausgaben der Touristen entfällt auf den Einzelhandel, gefolgt von der Gastronomie.“ Zu den beliebtesten Ausflugszielen zählt die Altstadt, der Mariendom und der Nibelungenturm.

Grüne Kreuzfahrt, geht das?

Kreuzfahrtschiffe geben schon lange als große Umweltverdränger. Mitte August modernisierte Klimastrategien der berühmten „Extinction Rebellion“ in Amsterdam die Halbinsel für einen Ökoantrieb und die Kreuzfahrtschiff „Serenade of the Seas“. Acht Tage davor konnten 2.000 Passagiere nicht an Bord eines Kreuzfahrtschiffes, nachdem Extinction Rebellion Mitglieder eine irische Aktion durchgeführt hatten. Aber auch die Amsterdamer Stadtverwaltung plant, die Zahl an Hochseeschiffen zu begrenzen. So möchte man den Tourismus nachhaltiger gestalten. In Venedig dürfen seit 2021 Kreuzfahrtschiffe nicht mehr einlaufen. Bei der Binnenschiffahrt ist das Bild etwas differenzierter: Ein geringerer Tiefgang führt zu weniger Willkommens und ist umweltfreundlicher. Dennoch weisen die Schiffe durch alte Motoren und Dieselantrieb hohe Emissionswerte auf. Es gibt Bemühungen, nachhaltigeren Praktiken zu fördern, sagt Mader. Viele Reedereien investieren in umweltfreundliche Technologien wie LNG-Antrieb und Abgasreinigungssysteme, um die Umweltbelastung zu reduzieren. Dennoch bleibt die Flottenmodernisierung groß. In Kreuzfahrtschiffe nach wie vor erhebliche Umweltanforderungen haben.“

Buntes Fest: Wien Holding wird 50 Jahre

Foto: GMY, Großmarkt Wien/Beitrag/ConB&H



Historische und moderne Gebäude laden zum Entdecken ein.



Foto: Ingo Prosser



Foto: DDSG Blue Danube



Foto: STEVE HAIDER/www.steve-haider.co

Auch der sonst nicht zugängliche Teil des Hafens kann besichtigt werden. Zudem warten viele andere Orte.

Am 21. September öffnet die Wien Holding anlässlich ihres 50-jährigen Bestehens die Türen zu einer faszinierenden Entdeckungsreise durch die vielfältigen Facetten der Stadt.

An diesem besonderen Samstag, der zugleich den „Tag der offenen Tür“ markiert, bietet die Holding ein beeindruckendes Programm, das sich über die gesamte Stadt erstreckt und einzigartige Einblicke in Unternehmen gewährt, die normalerweise für die Öffentlichkeit verschlossen bleiben.

Das Herzstück der Veranstaltung ist das Festivalzentrum beim Wiener Ronacher, wo nicht nur eine Vielzahl an Aktivitäten stattfindet, sondern auch das zentrale Drehkreuz für Shuttlebusse liegt, die Besucher zu den verschiedenen Veranstaltungs-orten bringen. Hier können die Gäste am Glücksrad attraktive Preise gewinnen und sich auf musikalische Höhepunkte freuen, die im Rahmen des traditionellen Musical-fests der Vereinigten Bühnen Wien präsentiert werden. Besonders spannend: Einblicke hinter die Kulissen der Erfolgsproduktion „Rock Me Amadeus – Das Falco Musical“ und eine Open-Air-Bühne, auf der Musicalstars die schönsten Hits zum Besten geben. Doch das ist nur der Anfang eines erlebnisreichen Tages.

Auch die anderen Geschäftsbereiche der Wien Holding laden zu Entdeckungen ein. Ob beim Hafen Wien, wo Führungen durch die sonst nicht zugänglichen Logistikzentren geboten werden, oder bei Schifffahrten auf der Donau und dem Donaukanal mit der **DDSG Blue Danube** – dieser Tag verspricht besondere Einblicke in die verborgenen Seiten der Stadt.

Die Wien Holding hat es sich nicht nehmen lassen, auch die digitale Zukunft in den Mittelpunkt zu rücken. Bei WH Media gibt es einen exklusiven Blick hinter die Kulissen des Stadtsenders W24, während Urban Innovation Vienna Jugendliche in Workshops zur Zukunft der Stadt und zu nachhaltigen Energiekonzepten einlädt. Für jeden ist etwas dabei. ■

Info

Mit kostenfreiem Eintritt und einem prall gefüllten Programm, das von Führungen über historische Schauplätze bis hin zu abendlichen Schifffahrten reicht, bietet dieser Tag eine unvergleichliche Möglichkeit, Wien aus einer neuen Perspektive zu erleben. wienholding.at

Medium: Österreich
Datum: 14.09.24

