



**DDSG Blue Danube**



# PRESSESPIEGEL

## DDSG BLUE DANUBE

Zeitraum

KW 46

11.11. – 17.11.24

## *Hafenspitz Melk: Tourismus am Puls*

Gesamtprojekt soll  
Tourismus in der Stadt  
einen zusätzlichen  
Energieschub geben.

(...)



Fotos: Franz Gleiß

(...)

**Ticketgebäude und Campingshop.** Durch die Verlegung der Linienschiffahrt wandert auch das Ticketgebäude direkt zum Hafenspitz. Ursprünglich als gemeinsames Gebäude von Brandner Schiffahrt und DDSG geplant, wird es bis zum Saisonstart nach dem Rückzug der Brandner-Schiffahrt von der Linienschiffahrt nur mehr als DDSG-Ticketinggebäude bis zum Saisonstart 2025 errichtet. Gleichzeitig werden auch die öffentliche WC-Anlage sowie der Campingshop in Betrieb gehen.

(...)

Medium: elite  
Datum: 15.11.24

# Dynamo für Wien – seit 50 Jahren

Vor 50 Jahren wurde die **Wien Holding** gegründet. Seit seiner Gründung investiert das Unternehmen in der ganzen Stadt in realwirtschaftliche Projekte und schafft damit Arbeitsplätze, Wachstum und Lebensqualität. Ein Blick zurück in die Unternehmensgeschichte.

(...)



Die MS Admiral Tegetthoff gehört zur Flotte der **DDSG Blue Danube**

(...)

## Schiff ahoi!

Einst fuhr die Straßenbahn von Wien nach Bratislava und heute verbindet der **Twin City Liner** die beiden Städte miteinander. Im Juni 2006 wurde diese Schnellbootverbindung aufgenommen und seit 2019 ist ein hochmoderner Schnellkatamaran im Einsatz. Und das mit so großem Erfolg, dass im Herbst 2023 die 2-millionste Passagierin an Bord begrüßt werden konnte. Seit 2010 legt der **Twin City Liner** in Wien an der **Schiffsstation City** zwischen Marienbrücke und Schwedenplatz an, einem weiteren Infrastrukturprojekt der **Wien Holding**. Von dort starten auch die Schiffe der **DDSG Blue Danube** zu Ausflügen in Wien und Umgebung oder in die Wachau.

Medium: ORF.at, Vienna.at, kleinezeitung.at, SN.at;  
Radio Wien; MeinBezirk.at;  
Datum: 15.11.24

## RH-Kritik an **Twin City Liner**: Tickets zu teuer

Der Rechnungshof Österreich (RH) kritisiert in einem aktuellen Bericht den **Twin City Liner**, der Wien über die Donau mit Bratislava verbindet. Die Ticketpreise seien nicht konkurrenzfähig. Zudem empfiehlt der RH, eine Eingliederung in die **DDSG Blue Danube** zu prüfen.

Der RH brachte im Bericht mehrere Argumente für eine Eingliederung: Der **Twin City Liner** und die **DDSG** würden bereits eng zusammenarbeiten, die **DDSG** sei zudem genauso wie der **Twin City Liner** zu 50 Prozent im Besitz der **Wien Holding**. Der **Twin City Liner** setzt zudem fast ausschließlich nautisches und technisches Personal der **DDSG** ein. An den Verkaufsstellen der **DDSG** können Tickets für den **Twin City Liner** gekauft werden. Auch der Unternehmenszweck sei derselbe: die Personenschifffahrt.

### Werbung

Der **Twin City Liner** wird von der **Central Danube Region Marketing & Development GmbH (CDR)** betrieben und befindet sich zu 50 Prozent im Eigentum der **Wien Holding**. Die andere Hälfte gehört der Raiffeisenlandesbank NÖ-Wien. Der RH empfiehlt, die Möglichkeit zu prüfen, die CDR in die **DDSG** zu integrieren.

### Preise nicht konkurrenzfähig

Kritik gibt es auch an den Ticketpreisen. Der durchschnittliche Preis lag heuer bei 43,10 Euro für eine Fahrt von Wien nach Bratislava. Das sei eher im touristischen Segment angesiedelt und mit einer alternativen Fahrt per Bahn, Bus oder Pkw nicht konkurrenzfähig, kritisierte der Rechnungshof. Zudem habe es im untersuchten Zeitraum 2019 bis 2023 keine Kombitickets für eine vergünstigte Hin- und Rückfahrt gegeben.

Das führte laut RH dazu, dass viele Fahrgäste für den Rückweg ein anderes Verkehrsmittel wählten. Gut ausgelastet seien die Fahrten in der Früh von Wien nach Bratislava und am späten Nachmittag von Bratislava nach Wien gewesen. Die Gegenfahrten seien schlecht gebucht gewesen. Auch für diese schwach ausgelasteten Strecken hätte es keine Vergünstigungen gegeben. Der Rechnungshof empfiehlt, dass sich die Preise künftig an der Nachfrage orientieren.

### Inserate hinterfragt

Weitere Kritikpunkte umfassen die Inserate. Im überprüften Zeitraum hätte ein Marketingkonzept gefehlt. Dadurch könnte ein möglichst effizienter Mitteleinsatz des Werbe- und PR-Aufwands sichergestellt werden, so der RH. 2023 sei der das Werbebudget etwa um 95 Prozent überschritten worden. Statt 150.000 Euro wurden 292.297 Euro ausgegeben. Ebenfalls urgierte der RH ein Projekt- und Kostencontrolling, da es keinen Überblick über die entstandenen internen Kosten von Projekten gab.

### Bericht des Rechnungshofes