

Vienna Soundcheck:

WIEN ALS BÜHNE FÜR MUSIK, BEGEGNUNG UND INTERNATIONALE GASTGEBERQUALITÄT

09.06.2026 – Der Eurovision Song Contest 2026 hat Wien erneut ins internationale Rampenlicht gerückt. Rund um das Grand Final kuratierte der WienTourismus gemeinsam mit der Österreich Werbung das mehrtägige Kundenformat „Vienna Soundcheck“ für internationale Entscheider:innen und Multiplikator:innen aus den Bereichen MICE, Medien, Travel Trade und Aviation. Ziel war es, die internationale Aufmerksamkeit rund um den ESC zu nutzen, um Wien als Host City und führende Meeting Destination zu positionieren.

Mit dem 70. Eurovision Song Contest war Wien zum dritten Mal Gastgeber des weltweit beachteten Live-TV-Events - nach 1967 in der [HOFBURG Vienna](#) und 2015 in der [Wiener Stadthalle](#). Mit dem Grand Final am 16. Mai und zahlreichen Side Events nutzte Wien die internationale Aufmerksamkeit gezielt, um seine Stärken als Meeting Destination sichtbar zu machen: erstklassige Infrastruktur, starke Partnernetzwerke und die Kompetenz, Großveranstaltungen erfolgreich umzusetzen.

Norbert Kettner, ESC-Koordinator der Stadt Wien & CEO WienTourismus

„Der 70. Eurovision Song Contest war ein eindrucksvoller Showcase für Wien als international etablierte Kongressmetropole. Die erfolgreiche Umsetzung auf höchstem Niveau stärkt unsere internationale Wettbewerbsfähigkeit und gibt zusätzliche Impulse für die Akquise großer Kongresse.“

VIENNA SOUNDCHECK ALS STRATEGISCHES HOSTING-FORMAT

Mit **Vienna Soundcheck** nutzten WienTourismus und [Österreich Werbung](#) den globalen Anlass des Eurovision Song Contest, um internationale Multiplikator:innen aus wichtigen Märkten nach Wien zu bringen. Ziel war es, die Destination in ihrer ganzen Bandbreite zu präsentieren – von Kultur und Kulinarik über Hotellerie und Veranstaltungsinfrastruktur bis hin zu jener Gastfreundschaft, die Wien als Meeting Destination weltweit auszeichnet. Mit dem [Hotel Motto](#) und dem [Hotel Indigo Vienna – Naschmarkt](#) wurden zwei Häuser gewählt, die als Meeting Hotels auch die Vielfalt der Wiener Hospitality-Landschaft widerspiegeln. Insgesamt begrüßte der WienTourismus rund 90 internationale Medienvertreter:innen und Branchenexpert:innen aus den Bereichen MICE, Travel Trade und Aviation in Wien. Gemeinsam mit strategischen Partnern entstand ein Programm, das Wien als internationale Host City, Kulturmétropole und Meeting Destination erlebbar machte.

VOM ERSTEN SOUNDCHECK BIS ZUM GRAND FINAL

Der Auftakt erfolgte mit einem Welcome Evening und Private Viewing des zweiten ESC-Semifinales im [k47](#). In exklusiver Atmosphäre kamen die Gäste aus unterschiedlichen Märkten und Branchen erstmals zusammen und erhielten einen ersten Eindruck von Wien als internationale Gastgeberstadt.

Am Freitag standen exklusive Einblicke hinter die Kulissen des Eurovision Song Contest in der Wiener Stadthalle sowie Erlebnisse abseits klassischer touristischer Pfade auf dem Programm. Ergänzt wurde der Tag durch geführte „[Heartbeat Street](#)“-Touren, die Wien aus einer lokalen, weniger erwartbaren Perspektive zeigten, sowie „A Culinary Symphony“ in der [Österreichischen Postsparkasse](#). Der von [POPCHOP](#) gestaltete kulinarische Abend führte traditionelle und zeitgenössische Aspekte der österreichischen Küche zusammen.

Der Samstag widmete sich zielgruppenspezifischen Programmpunkten für MICE-, Medien-, Travel Trade- und Aviation-Gäste. Mediengäste nahmen am Live-Podcast „70 Years of Eurovision, 70 Years of Austrian Sound“ im Wien Museum teil, während weitere Programmpunkte Einblicke in die Volksoper, das [EST Hotel Palais Chotek](#) sowie die HOFBURG Vienna boten. Gleichzeitig wurde die historische Verbindung zwischen dem Eurovision Song Contest und Wiens Veranstaltungslandschaft sichtbar: [Die HOFBURG Vienna war 1967 die erste österreichische ESC-Bühne und zählt heute zu den bedeutendsten Kongress- und Eventlocations der Stadt.](#)

Höhepunkt war das ausverkaufte Grand Final in der Wiener Stadthalle. Für die Gäste bot sich dabei die Gelegenheit, eines der weltweit größten Live-TV-Events aus nächster Nähe zu erleben und Einblicke in die Organisation und Durchführung eines internationalen Großereignisses zu gewinnen. Das offizielle Rahmenprogramm mit Eurovision Village, Euro Club und Eurofan House im Wien Museum machte den ESC zudem zu einem stadtweiten Festivalerlebnis. Mit „Vienna OffStage“ realisierte der WienTourismus darüber hinaus das bislang größte Kultur- und Rahmenprogramm in der Geschichte des Eurovision Song Contests: 2.600 Delegierte und akkreditierte Medienvertreter:innen konnten aus 78 kuratierten Erlebnissen bei 33 Institutionen wählen. Der Eurovision Song Contest erzielt weiterhin eine enorme globale Reichweite: Zwischen dem 1. Januar und 30. Mai 2026 generierten offizielle Inhalte auf TikTok, Instagram, Facebook, YouTube und weiteren Plattformen mehr als 2,75 Milliarden Aufrufe. Zudem verfolgten 131 Millionen Zuschauer:innen den Wettbewerb in 35 gemessenen TV-Märkten. Es konnten in rund einem Drittel der gemessenen Märkte Reichweitzuwächse verzeichnet werden - besonders stark war das Wachstum im Gastgeberland Österreich mit Rekordwerten zu dem Grand Final mit rund 1,6 Millionen Zuschauer:innen.