Ausgabe 1/2023, Österreichische Post AG GZ 17Z041227P
März 2023 MG MedienGruppe GmbH, Zieglergasse 1, 1070 Wien

FaktuM

fix & fair: Infos für Touristiker

30 . Jahrgang
Jahres-Bezug: € 25
faktum@mgmedien.at
www.faktum.at

Preis:
€ 5,00
CHF 5,65

Dreiste Preis-Treiber

Es geht wieder aufwärts im Tourismus. Das verleitet so manchen Anbieter dazu, kräftig an der Preisschraube zu drehen. Das musste FaktuM-Herausgeber Christian W. Mucha genervt auf den Malediven feststellen. **Seite 9**

Prinzip Hoffnung

Die Bilder des letzten Sommers sind noch tief ins Gedächtnis eingebrannt: Ewig lange Schlangen vor dem Check-in der Flughäfen, Koffer-Halden in den Ankunftshallen. Dieses Jahr, so beteuern die Verantwortlichen, soll sich das nicht wiederholen. Doch erwartet werden noch mehr Reiselustige. Und noch immer fehlt das Personal … **Seite 30**

Weißer Luxus

Wenn es kalt wird, macht sich das Gros der Österreicher auf in die Berge. Noch gilt Skifahren als der Breitensport. Doch das Bild von weißen Bändern auf grünen Almen, der Klimawandel sowie die explodierenden Energiepreise setzen dem Winter-Tourismus zu. Wird Skifahren zum Luxus? **Seite 42**

Relax

Ob als Erholung vom Alltagsstress, Gesundheitsvorsorge oder Beziehungspflege: Die Österreicher haben den Thermenbesuch für sich entdeckt. Über fünf Millionen Gäste tummeln sich jährlich in den heimischen Wellness-Oasen. FaktuM hat sich ein Bild gemacht, was dort alles geboten wird. **Seite 64**



FAKTUM- Prognose

ES GEHT WIEDER AUFWÄRTS

Unsere Cover-Story auf Seite 14

GOLDSUCHEN ZAHLT SICH AUS.

Ob Ringe, Ketten oder Dentalgold: Wir sind Ihr Testsieger und kaufen Ihr altes Gold und Silber. Besuchen Sie uns doch in unseren Filialen oder auf **philoro.at/altgold**

Wien | Salzburg | Graz | Innsbruck



philoro



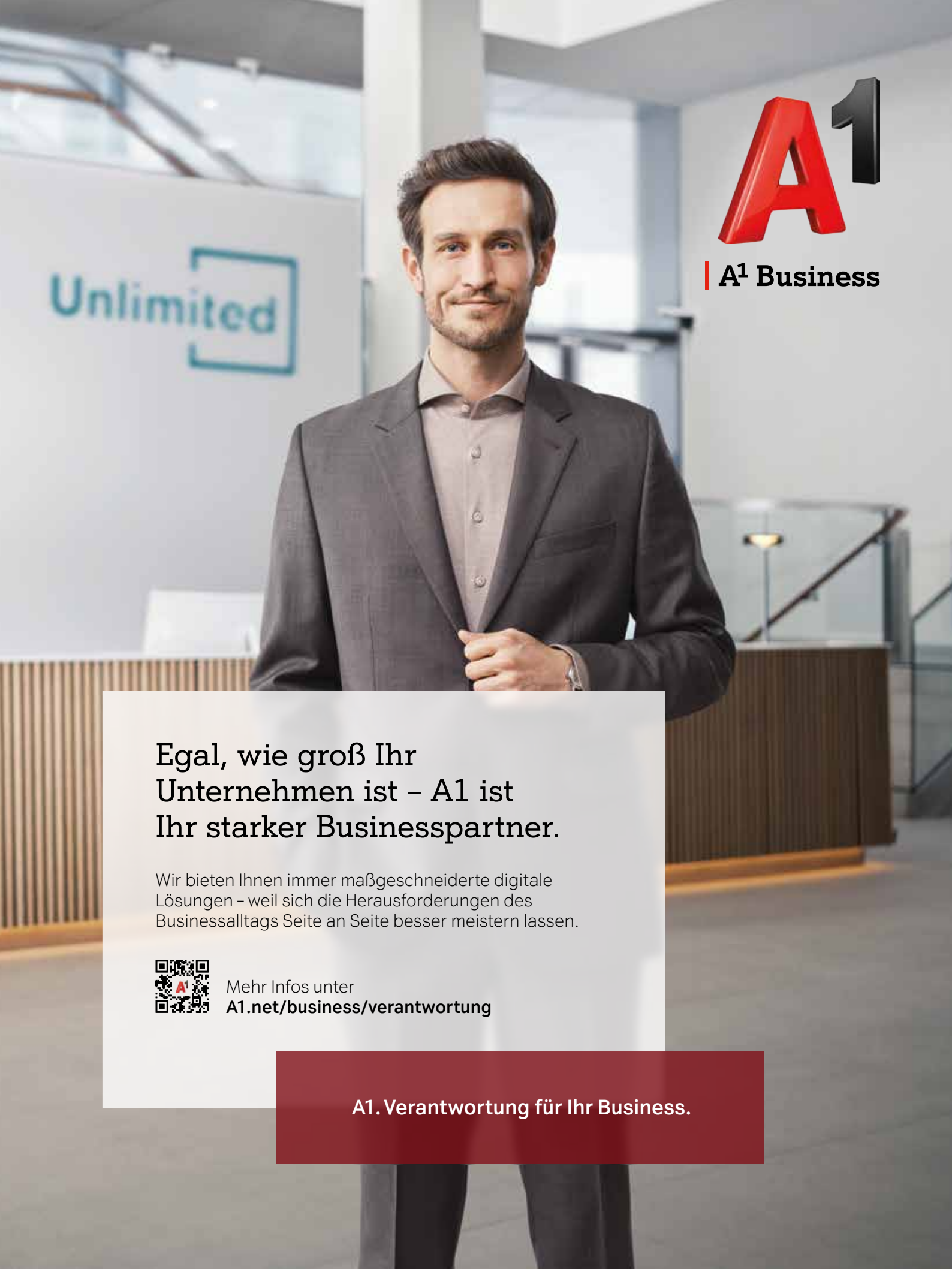


Die Wahrscheinlichkeit dafür ist hoch, dass es früher oder später zum Blackout kommt. CHECK-LIST zeigt Ihnen die Wege, wie Sie ihn sicher überstehen.


Christian W. Mucha
präsentiert
MG MEDIENGRUPPE © CHRISTIAN W. MUCHA
CHECK LIST
EXTRA: PHOTOVOLTAIK-SPEZIAL
DAS MAGAZIN FÜR VORSORGE, NACHHALTIGKEIT, BLACKOUT & SURVIVAL
AUSGABE 1/23 - 31.3.2023 / EUR 6,-
BEREIT SEIN:
KRISENVORSORGE LEICHT GEMACHT
SEITE 16
BESTSELLERAUTOR SAURUGG GIBT BLACKOUT-TIPPS
ELEKTROMOBILITÄT
NOCH UNTERWEGS, WENN ALLES STEHT
SEITE 71
Im Aufzug gefangen:
WENN WIENWEIT 50.000 LIFTE STECKEN, WIRD'S ENG SEITE 38
Kluge Bevorratung:
WAS FÜR ELTERN, KINDER, HUND & KATZ IMMER IN DER „SPEIS" SEIN SOLLTE SEITE 52
Daten retten:
WIE MAN SICH DIGITAL HÖCHST EFFIZIENT SCHÜTZEN KANN SEITE 86
Österreichische Post AG. Info.Mail Entgelt bezahlt. MG Mediengruppe GmbH, Zaglingasse 1, 1072 Wien. Cover: Adobe Stock
Jetzt: PROBE-EXEMPLAR bestellen!
check-list.at
check-list.at


#einesorgeweniger
Private Kranken-versicherung: Jetzt beraten lassen!
Online auf wienerstaedtische.at, telefonisch und natürlich auch persönlich.
Ihre Sorgen möchten wir haben.


WIENER
STÄDTISCHE
VIENNA INSURANCE GROUP



A1 Business

Egal, wie groß Ihr Unternehmen ist – A1 ist Ihr starker Businesspartner.

Wir bieten Ihnen immer maßgeschneiderte digitale Lösungen – weil sich die Herausforderungen des Businessalltags Seite an Seite besser meistern lassen.

Mehr Infos unter
A1.net/business/verantwortung

A1. Verantwortung für Ihr Business.

Dreiste Preis-Treiberei

Wenn die Gier die Vernunft besiegt, dann kostet das Gäste.

Warum sollte die Reisebranche anders ticken als Banken, Versicherungen oder andere Dienstleister? Da gibt's die „Guten", die „Couragierten", die „Marktorientierten", die „Kundenfreundlichen". Und da tummeln sich freilich auch die „Unverschämten", die „Abgehobenen" und die „Arroganten". Und dann gibt's jene, mit denen einfach nicht gut Kirschen essen ist.

Die erkennt man, wenn man – so wie meine Frau und ich – viel auf Achse ist, viel herumkommt, mit vielen Entscheidungsträgern sprechen darf. Und all dies durchschaut man, wenn man sich vor Ort schlau macht.

Lassen Sie mich mit dem guten Beispiel beginnen, zumindest aus unserer Sicht. Natürlich war das ein tiefes Tal, das die ganze Branche durchwandert hat. Und mit ihr die Reisefachzeitschriften.

Da kannst du als Verleger nicht erwarten, dass deine jahrzehntelangen Kunden, wenn die ganze Welt eingesperrt ist, die Werbeaufträge weiterlaufen lassen. Wenn der Airport dichtmacht, wenn FTI kaum mehr Angebote parat hat, wenn die TUI sich schwertut, dann gibt es nur eines: Verständnis aufbringen für die Situation der Kunden, zurückstehen, die Zähne zusammenbeißen und durchtauchen.



Geschmalzene Preise auf den Malediven

Dass freilich Firmen wie Kneissl Touristik (um die zu nennen, die mir als Allererstes positiv auffallen) uns auch in der schwierigen Zeit weiter unterstützt haben, dass FTI (um das zweite Beispiel zu nennen, das mir spontan einfällt) das, was wir in der Pandemie verloren haben, uns nachträglich wieder hat zukommen lassen, und wenn Unternehmen wie der Airport oder die TUI jetzt wieder gehörig Gas geben bei uns, dann freut uns das sehr.

Weniger freut es uns, wenn Unternehmen wie etwa Austrian Airlines die Pandemie zum Anlass genommen haben, Fachwerbung neuerdings komplett abzuwürgen. Einfach so. Aber vielleicht haben die ja solche Personal-, Buchungs-, Kompetenz- und Image-Probleme, dass sie glauben, sowieso keine Fachzeitschriften mehr zu benötigen. Unseren Lesern, den Veranstaltern und Büros haben sie ja schon seit Längerem deutlich zu verstehen gegeben, wie „wertvoll" die für sie sind...

In den letzten Jahren haben Ekaterina und ich mehrfach die Malediven aufgesucht. Dort etliche Inseln besucht, diverse Betriebe unter die Lupe genommen und uns vor Ort ein Bild gemacht. Nun gab es bekanntlich nicht besonders viele Staaten, die während der Pandemie sich mit einem aktuellen PCR-Test begnügt haben und auf Impf-Nachweise verzichtet haben. Keine Angst – ich werde dieses heiße Thema, das dieser Tage erneut (freilich unter geänderten Vorzeichen) zum Polit-Aufreger geworden ist, nicht noch einmal aufwärmen. Freilich waren für uns die Malediven deshalb so praktisch, weil meine Schwiegermutter Russin ist und wir sie dort zu Lockdown-Zeiten treffen konnten (sie kam von St. Petersburg über Moskau auf die Malediven) und Ekaterina damit die heißgeliebte Mama nach langer Wartezeit wieder in die Arme schließen konnte. Natürlich haben die Malediven davon gewaltig profitiert. Ebenso wie etwa die Vereinigten Arabischen Emirate (insbesondere Dubai) oder Ägypten. Dort kam man auch ohne Impfzertifikat rein.

Was sich freilich auf den Malediven in den Folgejahren abgespielt hat, ist eigentlich unglaublich. Die haben ihre Preise – und dies linear und in einer Vielzahl der Betriebe – in den letzten drei Jahren teils vervielfacht (!!!). Wer – für eine komfortable Villa mit einem Pool – vor drei Jahren (damals für sieben Wochen) noch 27.000 Euro bezahlt hat (eh schon genug), berappt nun für drei Wochen mehr als das Doppelte, sprich das Vierfache des ursprünglichen Preises in vergleichbaren Resorts.

Covermotiv: Adobe Stock, privat

INHALT



Fakten
Flughafen Wien steigert Gewinn 10
Gutes Ergebnis bei AUA.....12
Städtetourismus fast wieder normal 12
Beliebte Tourismussteuer 13
Entspannen in der Wachau.....13

Fadenkreuz
Optimistisch in den Sommer.....14

Stories
Der Stil des Martin Ho.....26
Neue Geschäftsführerin bei ÖW 28
Airlines verstärken Flugpläne 30
Problemfall Kreuzfahrt.....36
Skifahren auf der Preislawine 42
Gesunde Kälte 46
Cybercrime im Tourismus 52
Gutes Weinjahr im Burgenland.....58
Österreichs Thermenresorts 64
Traumziel Malediven 70
Radland Niederösterreich 72
Wiener Elektro Tage.....78
Geschützt im SmartHome 82
Städtereise nach Prag 88
Sicherheit auf Geschäftsreisen 90
Instagram als Reisemotivation 104
Hotel-Eröffnung in Wien 112
Gold für jede Lebenslage 114
Nachhaltige Strategie 118
Immobilien im Metaverse.....130
Destination Nordeuropa.....136

Festination
So feiert die Reisebranche.....148

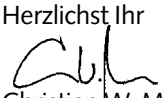
Impressum/Veröffentlichung
nach dem Medien-Gesetz 10

Lustig wird die Story dann, wenn die Gäste sich untereinander austauschen. Wenn wir – mit einem Rabatt von 40 Prozent als Zeitungsverleger – 45.000 Euro zahlen. Der Kanadier neben uns für das gleiche Angebot 84.000 Euro bezahlt. Und ein Österreicher wenige Häuser weiter für eine Villa mit einem Zimmer weniger 5.900 Euro in der Woche bezahlt (inklusive Flug). Wenn ein Nachtmahl in einem der Insel-Restaurants mit einer Flasche Wein ohne besonders viel Trara für 960,- Euro daherkommt (siehe Faksimile), dann fragst du dich: Sitze ich hier im Plaza Athénée mit Blick auf den Eiffelturm in Paris. Oder wo bin ich da gelandet? Angesichts dieser unverschämten Preistreiberei, des völligen Missverständnisses, wie Preistreue funktioniert, und der Arroganz, zu glauben, dass die buchenden Gäste so deppert sind, nicht miteinander ihre Tarife auszutauschen, stellen sich einem alle Nackenhaare auf. Wir haben eine ganz einfache Entscheidung getroffen: Das war's mit den Malediven. Wir waren dort heuer das dritte Mal. Und das letzte Mal.

Interessant wird's auch, wenn man mit einem hochrangigen Repräsentanten von Ägypten über das, was jetzt für den – in den letzten Jahren einigermaßen gebeutelten – Staat am Nil notwendig wäre. Wer auf der Wiener Ferienmesse dort ein offenes Gespräch sucht, der erntet massive Kontra-Attacken. Ich leite mein Gespräch sehr höflich mit den Worten ein: „Ich finde das toll, dass Sie jetzt verstärkt die Kulturkarte spielen. Jüngst tolle Berichte darüber, dass eine neue kleine Sphinx entdeckt wurde. Das lieben die Menschen. Das erfreut sich höchsten Interesses. Das richtige Marketing." Als ich jedoch weiterspreche und auf Terrorprobleme, Haifisch-Attacken, das Thema Sicherheit und das Verhältnis zur Weltpresse zu sprechen komme, habe ich die Rechnung ohne den Wirt gemacht. Da wird aus einem freundlichen Gastgeber plötzlich einer, der seine blanken Zähne bleckt. Ob ich mir die Zahlen von Ägypten nicht angeschaut hätte? Wann es dort denn jemals in den letzten Jahren Terrorismus gegeben hätte? Was meine Argumente denn sollten. Ob ich für die Reisebranche wäre oder dagegen. Für Ägypten oder gegen Ägypten?
Das sind die Momente, wo du zu lächeln beginnst, freundliche arabische Worte aus deinem Sprachschatz kramst, dich höflich verneigst und das Weite suchst. Selbsterkenntnis wäre ein Weg, das eigene Marketing zu verbessern. Manche haben's. Andere nicht.



Herzlichst Ihr



Christian W. Mucha
Herausgeber

Flughafen Wien steigerte Gewinn auf über 128 Mio. Euro

Mit weiterem Anstieg der Passagierzahlen wird gerechnet.



Airport steigerte Umsatz um 70 Prozent

Der Flughafen Wien hat sich nach dem Corona-Tief im vergangenen Jahr wirtschaftlich kräftig erholt: Der Nettogewinn stieg von 6,6 Mio. auf 128,1 Mio. Euro, der Umsatz legte um gut 70 Prozent auf 692,7 Mio. Euro zu. Aufgrund der Zahlen wurde für 2022 wieder eine Dividende ausgeschüttet: Rund 77 Cent gab es pro Aktie, in Summe rund 65 Mio. Euro. Zuletzt hatte es keine Ausschüttung gegeben.
2022 sei man schuldenfrei geworden, für 2023 wird eine Anhebung in Aussicht gestellt. Diesmal wird die Dividende 60 Prozent des Nettoergebnisses nach Minderheiten betragen. Über die Mitarbeiterstiftung, die 10 Prozent der Aktien hält, profitieren auch alle Beschäftigten der Flughafen Wien AG davon, die Ausschüttung macht nach Unternehmensangaben bis zu 70 Prozent eines Monatsbezugs aus.
Die starke Zunahme der Passagiere von 2022 soll sich heuer weiter fortsetzen: Für das Gesamtjahr 2023 wird ein Passagieraufkommen von rund 26 bis 27 Millionen Fluggästen am Standort Wien und 32 bis 34 Millionen in der gesamten Gruppe erwartet. ■

IMPRESSUM: **Medieninhaber & Verleger** MG MedienGruppe GmbH, 1072 Wien, Zieglergasse 1 **Redaktion & Anzeigenverwaltung** Telefon: (01) 522 14 14, **E-Mail:** faktum@mgmedien.at **Internet:** www.faktum.at **Herausgeber und Chefredakteur:** Christian W. Mucha **Mitglieder der Chefredaktion:** Ekaterina Mucha, Ulrich Bentz (Ltg.), Larissa Bilovits (Online) **Redaktion:** Hannah Minichshofer, Ernst F. Müller, Christian Prenger, Rosa Vogel, Max Wetzelsdorfer **Chefsekretariat:** Andrijana Stanic **Privatsekretariat:** Mario Kaincz **Leitung Disposition:** Daniela Andric **Produktion:** Anton Würfel **Lektorat:** Martin Krake **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne GesmbH, 3580 Horn, Wiener Straße 80 **Versand:** Presse Großvertrieb Austria Trunk GmbH, Anif **Bankverbindung:** Erste Bank, IBAN: AT572011183767147200, BIC: GIBAATWWXXX **Blattlinie:** Wir schreiben angst- und vorurteilsfrei. Aber stets politisch korrekt. Alle Artikel mit der Unterzeile „Werbung" oder Beiträge, die den Vermerk „Anzeige" tragen, sind bezahlte Einschaltungen. Der Inhalt und die Gestaltung dieser Textanzeigen oder Advertorials unterstehen der Kompetenz der Anzeigenabteilung und unterliegen daher nicht der Verantwortung der Redaktion. Für Inhalt und Gestaltung dieser gekennzeichneten Artikel und Beiträge haftet jeweils der Auftraggeber der entsprechenden Einschaltungen. Es gelten die Anzeigenpreise sowie die Geschäftsbedingungen in der jeweils letzten gültigen Fassung. **Offenlegung gemäß Paragraph 24 Mediengesetz:** Medieninhaber: MG MedienGruppe GmbH, 1070 Wien, Zieglergasse 1 **Unternehmensgegenstand:** der Verlag, die Herstellung, die Herausgabe und der Vertrieb von Zeitschriften und sonstigen Druckwerken **Geschäftsführung:** Christian W. Mucha, Dominik Unger **Gesellschafter:** 100% Christian W. Mucha. Die MG MedienGruppe GmbH ist das Nachfolgeunternehmen der Mucha Verlag GmbH. **Auflage:** 8.096 **Jahresabo:** 25 Euro

PRINTED IN AUSTRIA

Flughafen Wien AG/Roman Boensch

TUI
Live Happy

Genau meine Stadt.

Flüge, Hotels und Tickets aus einer Hand.
Städtereisen mit TUI neu erleben.



MEHR ERFAHREN:

Details unter www.tui.at/staedtereisen

Austrian Airlines mit deutlich besserem Ergebnis

Für 2023 ist man bei der Fluglinie positiv gestimmt.



Die Fluglinie nähert sich langsam wieder den Vorkrisen-Zahlen an

Austrian Airlines (AUA) hat die coronabedingte Krise weitgehend überwunden und beendete das Geschäftsjahr 2022 mit einem deutlich besseren Ergebnis: Die Fluglinie erzielte ein um Sondereffekte bereinigtes EBIT von 3 Mio. Euro. Für 2021 wies Austrian Airlines hier noch minus 249 Mio. Euro aus. Ohne Sondereffekte fiel 2022 beim EBIT ein Minus von 2 Mio. an, nach minus 238 Mio. im Jahr zuvor.

„Auch 2022 war kein einfaches Jahr für uns. Im ersten Jahresquartal war der Flugverkehr aufgrund der Einreiseauflagen vielerorts noch sehr eingeschränkt, im Februar sind mit einem Krieg vor unserer Haustür die Ausgaben für Treibstoff und Energie in die Höhe geschnellt", sagte AUA-CEO Annette Mann. Nach einem schwachen ersten Quartal erzielte die Fluglinie höhere Durchschnittsticketerlöse sowie einen deutlichen Anstieg der Passagierzahlen auf 11,1 Mio. Personen. Im Jahr zuvor kam die Fluglinie auf lediglich 5 Mio. Passagiere.

Vor allem im zweiten Halbjahr 2022 konnte die AUA kräftig zulegen: Da verbuchte sie 7 Mio. Passagiere. Zum Vergleich: In der zweiten Jahreshälfte 2019 – also vor der Corona-Pandemie – beförderte sie rund 8 Mio. Passagiere. Außerdem konnte die AUA im Gesamtjahr das Sitzkilometer-Angebot von 11,3 Mrd. auf 21,7 Mrd. nahezu verdoppeln, wobei die Auslastung mit 79,4 Prozent beinahe den Wert von 2019 (80,8 Prozent) erreichte.

Im Vorjahr steigerte die AUA den Umsatz um 152 Prozent auf 1,871 Mrd. Euro und lag damit nur noch um 11 Prozent unterhalb des Umsatzes aus 2019. Die Gesamterlöse stiegen ebenfalls um 152 Prozent auf 1,949 Mrd. Euro, die Gesamtaufwendungen um 90 Prozent auf 1,946 Mrd. Euro. Daraus ergibt sich erstmals nach 2019 wieder ein positives, um Sondereffekte bereinigtes Betriebsergebnis (Adjusted EBIT) in der Höhe von 3 Mio. Euro.

Ein Rekordergebnis im 3. Quartal ermöglichte die vorzeitige Rückzahlung des staatlich besicherten Kredites, der aufgrund der Corona-Pandemie aufgenommen wurde. Auch der 2020 mit den Mitarbeitern ausgehandelte Gehaltsverzicht wurde mit Jahresende frühzeitig beendet.

Die aktuellen Buchungseingänge und der Flottenzuwachs würden die Weichen für ein erfolgreiches Jahr 2023 legen. „Für das Jahr 2023 rechnen wir mit einer deutlichen Ergebnisverbesserung", kündigte Mann an. ■

Städtetourismus in Österreich fast normalisiert

Der Anteil am bundesweiten Aufkommen fällt jedoch noch niedriger aus als 2019.



In der Salzburger Getreidegasse drängten sich wieder die Touristen

Die Coronapandemie hat vor allem den Städtetourismus hart getroffen. Langsam nähert man sich aber wieder den Werten vor der Pandemie an. Österreichs Landeshauptstädte und die Bundeshauptstadt Wien verzeichneten 2022 mehr als 20 Mio. Nächtigungen. Sie sind damit im Vorjahr doppelt so stark gewachsen wie das restliche Österreich, so die ARGE Städtetourismus.

Groß waren die Einbrüche naturgemäß in den Jahren 2020 und 2021. Das Vorjahr war zwar anfangs noch durch einen Lockdown gekennzeichnet, der Jahresverlauf zeichnete sich aber durch eine dynamische Aufholjagd auf, wie man betont. Gemeinsam erzielten die neun Städte 20,3 Mio. Nächtigungen. Das ist ein Plus von 126 Prozent zum Jahr davor und entspricht 78 Prozent des Nächtigungsaufkommens von 2019. Österreich ohne Hauptstädte kam im Vorjahr auf ein Plus von 65 Prozent.

Fast zwei Drittel (65,2 Prozent) der Nächtigungen in den Mitgliedsstädten wurden 2022 in Wien generiert. Der Anteil der Landeshauptstädte und Wiens an den gesamtösterreichischen Nächtigungen lag im Vorjahr bei 14,8 Prozent. Damit liegt man noch unter den gewohnten Werten: 2019 betrug der Anteil 17 Prozent.

„Geht die Aufholjagd der Städte weiter, wird 2023 wieder jenes Verhältnis herrschen, wie wir es aus Zeiten vor der Pandemie kennen. Rund ein Fünftel der touristischen Nachfrage in Österreich wird in urbanen Destinationen bedient", so Wiens Tourismusdirektor Norbert Kettner in seiner Funktion als Vorsitzender der ARGE Städte.

Schon vor der Pandemie sei der Städtetourismus Wachstumsmotor im österreichischen Tourismus gewesen. Von 2000 bis 2019 hatten sich die Übernachtungen in den neun Städten mit einem Plus von 108 Prozent mehr als verdoppelt, österreichweit stiegen die Nächtigungen in diesem Zeitraum nur um 34 Prozent. ■

Austrian Airlines, Pixabay

Tourismussteuer in Italien bei Gemeinden beliebt

Rekordeinnahmen von 679 Mio. Euro werden heuer erwartet.



Rom-Besucher müssen besonders viel an die Stadt abdrücken

Italienurlauber unterstützen nicht nur die dortige Tourismuswirtschaft. Auch die öffentliche Hand hat die Besucher für sich entdeckt. Um ihre leeren Kassen aufzufüllen, führen immer mehr Gemeinden in Italien die Tourismussteuer ein. So wollen die italienischen Gemeinden dank dieser Steuer 2023 ein Rekordhoch von 679 Mio. Euro eintreiben. Das sind um 9,5 Prozent mehr im Vergleich zum Vorjahr, geht aus Schätzungen des Beobachtungszentrums JFC hervor.

Die erhofften Einnahmen durch die Tourismussteuern überragen die 622 Mio. Euro, die Italiens Gemeinden im Vorkrisenjahr 2019 kassiert hatten. Erstmals wurde 2023 die Tourismussteuer auch in der süditalienischen Adria-Hafenstadt Bari eingeführt, die damit 2 Mio. Euro einzutreiben hofft. Bis vor wenigen Jahren wurde die Tourismussteuer nur in wenigen Kunststädten bezahlt.

Angesichts der Millionen Übernachtungsgäste, die jährlich in Italien gemeldet werden, gilt die Abgabe inzwischen als wahrer Segen für die Gemeindekassen. Mit der Steuer werden die hohen Ausgaben für den Erhalt der Palazzi, Monumente und Denkmäler sowie der Parks finanziert. Allzu oft deckt die Tourismussteuer jedoch auch einfach nur das Defizit der Gemeindekassen.

Zu den Städten mit der höchsten Tourismussteuer zählt die Hauptstadt Rom. Wer in einem Fünf-Sterne-Hotel übernachtet, muss in der „Ewigen Stadt" eine Abgabe von 10 Euro pro Tag zahlen. In einem Drei-Sterne-Hotel werden immer noch 4 Euro fällig, auf einem Campingplatz sind es 2 Euro. In Venedig beträgt die Kurtaxe in einem Fünf-Sterne-Hotel 5 Euro. Gäste, die in der Lagunenstadt übernachten, müssen einen Beitrag zahlen, der je nach Jahreszeit und nach Art der Unterkunft – Hotel, Pension oder Campingplatz – festgelegt wird. Kinder unter zehn Jahren sind ausgenommen, Jugendliche zwischen 10 und 16 Jahren müssen nur 50 Prozent der Steuer begleichen. Auf unbestimmte Zeit verschoben wurde dafür das Ansinnen, von Tages-Gästen Eintritt zu kassieren.

Die Insel Ponza schließlich führt eine Tourismussteuer von einem Euro für Besucher ein, die auf dem Eiland im Thyrrenischen Meer südlich von Rom landen. ■

Osterstimmung in der Wachau

Im Steigenberger Hotel & Spa Krems lässt sich der Frühling genießen.

Rund um Ostern präsentiert sich Krems mit einem ganz eigenen Charme. Versprüht wird er unter anderem vom traditionellen Ostermarkt, der zu dieser Zeit die Altstadt prägt. Rundherum blühen die rund 100.000 Marillenbäume auf, die die Frühlingsgefühle der Besucher erwecken. Da sollte man schon ein paar Tage Aufenthalt einplanen.

Wer die Stadt und ihre Umgebung so richtig genießen will, ist im Steigenberger Hotel & Spa Krems richtig aufgehoben. Eingebettet in das Panorama der Wachauer Weinberge und mit atemberaubender Aussicht über die Stadt. Von dem Resort-Hotel mit insgesamt 173 Zimmern und Suiten eröffnet sich ein einzigartiger Blick über die Donau. Auch zu Outdooraktivitäten ist es nicht weit. Eine Vielzahl von Wander-, Rad- und Joggingstrecken haben ihren Ausgangspunkt in der Nähe des Hotels.

Wer es lieber ruhiger angeht, der findet Entspannung in der 3000 m² großen Spa World Luxury. Die Wellnessanlage bietet weitläufige Ruhebereiche, Oasen und Rückzugsmöglichkeiten. Die Gäste haben die Wahl zwischen drei Saunen inklusive Waldsauna, einem Soledampfbad, einem Außenbecken mit Panoramapoolbar sowie einem Indoor Pool. Für das tägliche Workout steht der 100 m² große Panorama-Fitnessbereich bereit.

In Zusammenarbeit mit dem Partner Gesundheitszentrum Cardea und dem Beautybereich genießt das Hotel einen ausgezeichneten Ruf als Wellness- und Gesundheitshotel. Für Tagesgäste wird das Day Spa priviège angeboten. Damit kann das gesamte Wellness- und Beauty-Angebot mit kosmetischen Behandlungen und Massageanwendungen genutzt werden.



Gelegen inmitten der Weinberge: Steigenberger Hotel & Spa Krems

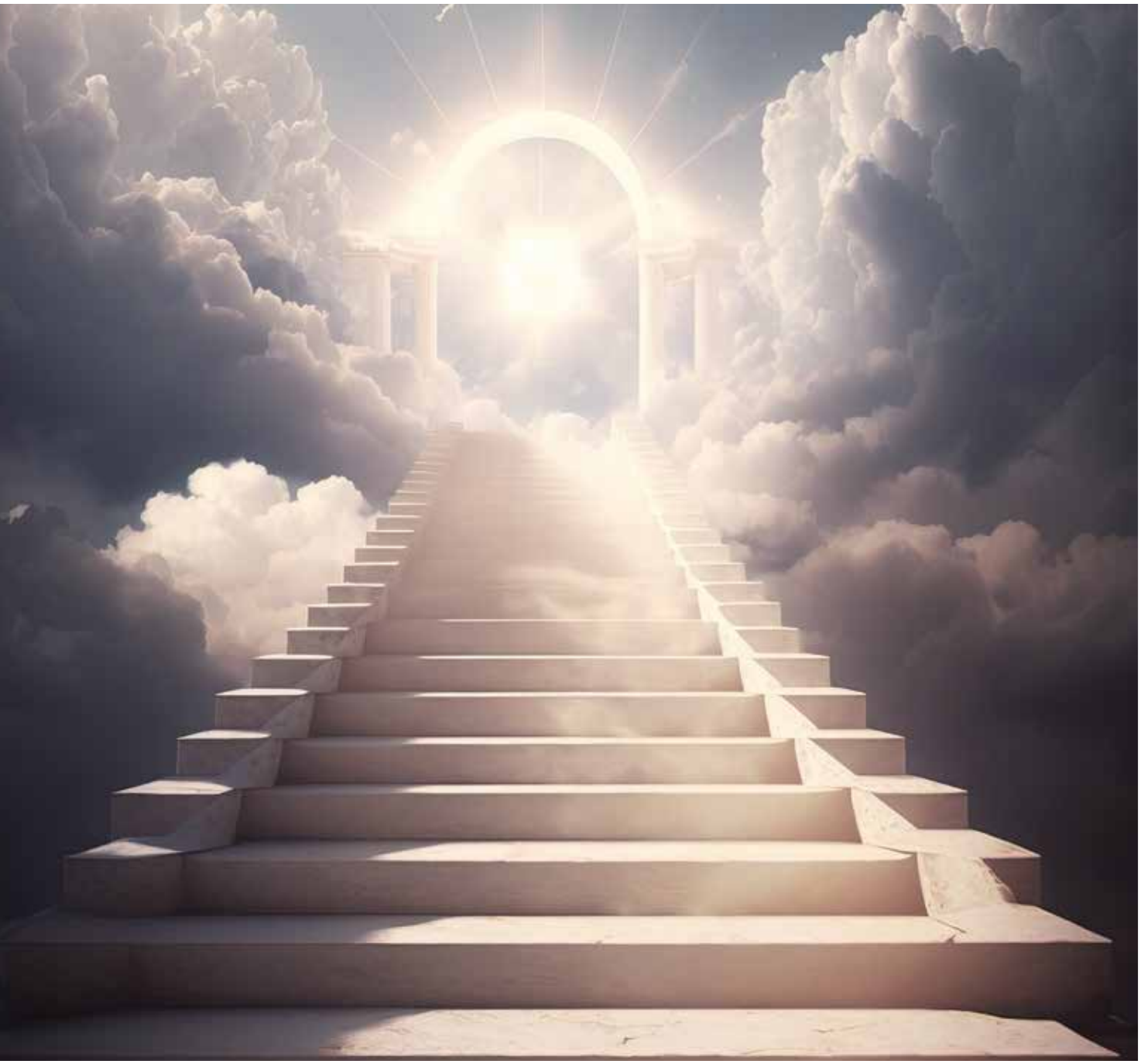
Neben Erholung und Regeneration punktet das Haus auch mit einem breitgefächerten gastronomischen Angebot. Es fokussiert auf regionale und saisonale Gerichte, die mit ausgewählten Weinen des bekannten, reich bestückten Weinkellers des Steigenberger Hotel & Spa Krems kombiniert werden. ■

Pixabay, Gregor Titze

Es geht wieder aufwärts

Erholung von Corona: Der Sommer 2023 verheißt neues geschäftliches Schönwetter für den Tourismus. Die Reiselust steigt. Der Wermutstropfen: Wirtschaftliche Spannungen und eine ungewisse Zukunft begleiten weiterhin den Aufschwung.

TEXT: Christian Prenger



Im Sommer 2023 ist die Reiselust weiter im Steigen begriffen. Aber Unsicherheiten sind noch immer vorhanden

Pixabay, Adobe Stock

Die meisten Manager waren reif für einen Sonderurlaub. Pandemie, Lockdowns, finanzielle Turbulenzen, verstörte Verbraucher, ungewisse Zukunft – in den letzten Jahren mussten die Entscheider massive Belastungen in den Griff bekommen. Sofern das überhaupt gelingen konnte. Denn die Tourismusindustrie verharrte angespannt mit dem Rücken zur ökonomischen Wand, geprägt von einem Mix aus Schwarzmalerei, Zweckoptimismus und Durchhalte-Formeln. Jetzt lichtet sich der Covid-Nebel: Während die virale Last abfällt, erlebt das Reisefieber sein Comeback. Rund um den Globus ist Normalisierung zu registrieren, immer mehr Konsumenten packen wieder ihre Koffer.

Allfällige Hoffnungsschimmer, dass der finanzielle Zug schnellere Fahrt aufnimmt, tauchten schon 2022 vermehrt auf. Ein Jahr später scheint sich das Blatt endgültig zu wenden. Planungssicherheit kehrt schrittweise zurück, Covid-19-Restriktionen werden aufgehoben, Verbraucher kommen aus der Defensive, Touristiker fahren nicht mehr auf Sicht. Die Corona-Zwangsferien für das Fernweh sind nach derzeitigem Stand vorüber, signalisieren viele Fakten.

Als Anti-Depressivum für eine arg gebeutelte Industrie erwies sich bereits die Tourismusmesse ITB Berlin im März. 5.500 Aussteller aus 161 Ländern und 90.127 Teilnehmer vertraten dort nach allem Unbill trotzig eine einhellige Meinung: 2023 könnte sogar zum Rekordjahr für die Branche avancieren. Überall wurde auf anhaltenden Rückenwind verwiesen, der sämtliche roten Zahlen endlich wegblasen soll. „Die Tourismuswirtschaft spiegelte uns in den vergangenen Tagen eine enorme Zuversicht wider trotz schwierigem Umfeld und geopolitischen Krisen“, deponierte Dirk Hoffmann, Geschäftsführer Messe Berlin.

Jener neue Mut wird durch klingende Münze genährt. Ein Blick nach Deutschland signalisiert jedenfalls wachsende monetäre Dynamik. Die Ausgaben für Urlaub haben sich 2022 verdoppelt, weckt der Deutsche Reiseverband (DRV) lange vermisste Glücksgefühle bei den Akteuren. 84 Milliarden Euro wurden insgesamt investiert im Vergleich zu 2021 mit 44 Milliarden Euro. 2019 erreichte der Wert fast 100 Millliarden Euro. Der Blick nach vorne fällt daher positiv aus: „Die Talsohle aus dem Jahr 2021 ist endgültig durchschritten“, verkündet DRV-Präsident Norbert Fiebig.



Städtereisen zeichnen sich als ein Trend dieses Sommers ab …



… Sommer, Sonne, Strand und Meer lautet der zweite große Trend

Gefragte Pauschalangebote

Motivierende Ankündigungen für einen rentablen Sommer 2023 klingen also durchaus realistisch. So vermeldet etwa alltours ein reges Bedürfnis bei den Pauschalangeboten. Jener europäische Reiseveranstalter spricht von über 30 Prozent mehr Gästen in der warmen Jahreszeit im Vergleich zu 2022. „Das Interesse an Urlaubsreisen ist nach den Corona-bedingten Beschränkungen weiterhin sehr groß. Wir haben das Vorkrisenniveau bereits im vergangenen Jahr überschritten und erleben im Sommer 2023 einen regelrechten Boom“, konstatiert Willi Verhuven, Geschäftsführer der Unternehmensgruppe alltours.

Auch hierzulande zeigt das Business-Barometer einen Klimawandel in Richtung Schönwetter. Bedenken, Zweifel und Sorgen rücken in den Hintergrund, Erholung ist angesagt statt Trübsal blasen. 89 Prozent der heimischen Bevölkerung wollen heuer verreisen, mehr als in den beiden letzten Jahren, ermittelte der „Reise-



Gottfried Math, TUI Österreich: Sehnsucht nach Sonne und Meer hält an



Ioannis Afukatudis, GRUBER-reisen: Erholung der wichtigsten Destinationen



Thomas Reisenzahn, Prodinger: Jeder zusätzliche Euro ist bitter nötig



Markus Marth, Schani Hotels: Mit starkem Wachstum ist ab 2024 zu rechnen

kompass 2023" der Reisebürokette Ruefa. Eine Frohbotschaft jener Studie dürfte besonderen Gefallen bei vielen Touristikern finden: Die Österreicher haben heuer knapp 1.700 Euro für ihre Urlaube einkalkuliert. Was ein Plus von 147 Euro bedeutet im Vergleich zur Vorjahr und zur Zeit vor der Pandemie.

Die Branche kann also zusehends durchatmen, das materielle Immunsystem beginnt sich zu stabilisieren. „Die Geschäfte sind schon letzten Sommer gut gelaufen. Im Jänner war dann die Outgoing-Branche positiv überrascht. Frühbucher sind zurück und Nachholbedarf wird sichtbar. Die Sehnsucht nach Sonne, Strand und Meer sowie nach fernen Ländern bleibt bestehen. Gerade in turbulenten Zeiten ist umso mehr ein Bedürfnis vorhanden, im Urlaub abzuschalten und sich zu entspannen", erklärt Gottfried Math, Chef des Touristikunternehmens TUI Österreich.

Auf welche Art und wo der Gast heuer relaxen möchte, dokumentiert eine Umfrage von GRUBER-reisen unter seinen Kunden. Nicht unerwartet bevorzugen knapp 59 Prozent einen Badeurlaub. Städtereisen rangieren mit 39 Prozent auf Platz zwei, gefolgt von Rundreisen. Auch geografische Präferenzen sind geklärt: Etwa 90 Prozent wollen ihre Ferien in Europa verbringen, 71 Prozent bleiben in Österreich. In jedem Fall fließt Geld: Laut der Analyse planen 30 Prozent bis zu drei Urlaube im Jahr. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer beträgt für 45 Prozent der Befragten bis zu zwei Wochen. 40 Prozent geben an, eine Woche verreisen zu wollen. Was positive Perspektiven verspricht für populäre Ziele der Austro-Reisenden. „Wir erwarten große Erholung für die wichtigen Destinationen der heimischen Urlauber. Das sind Kroatien, Italien, Griechenland, Spanien und Österreich", bekräftigt Ioannis Afukatudis, Geschäftsführer von GRUBER-reisen.

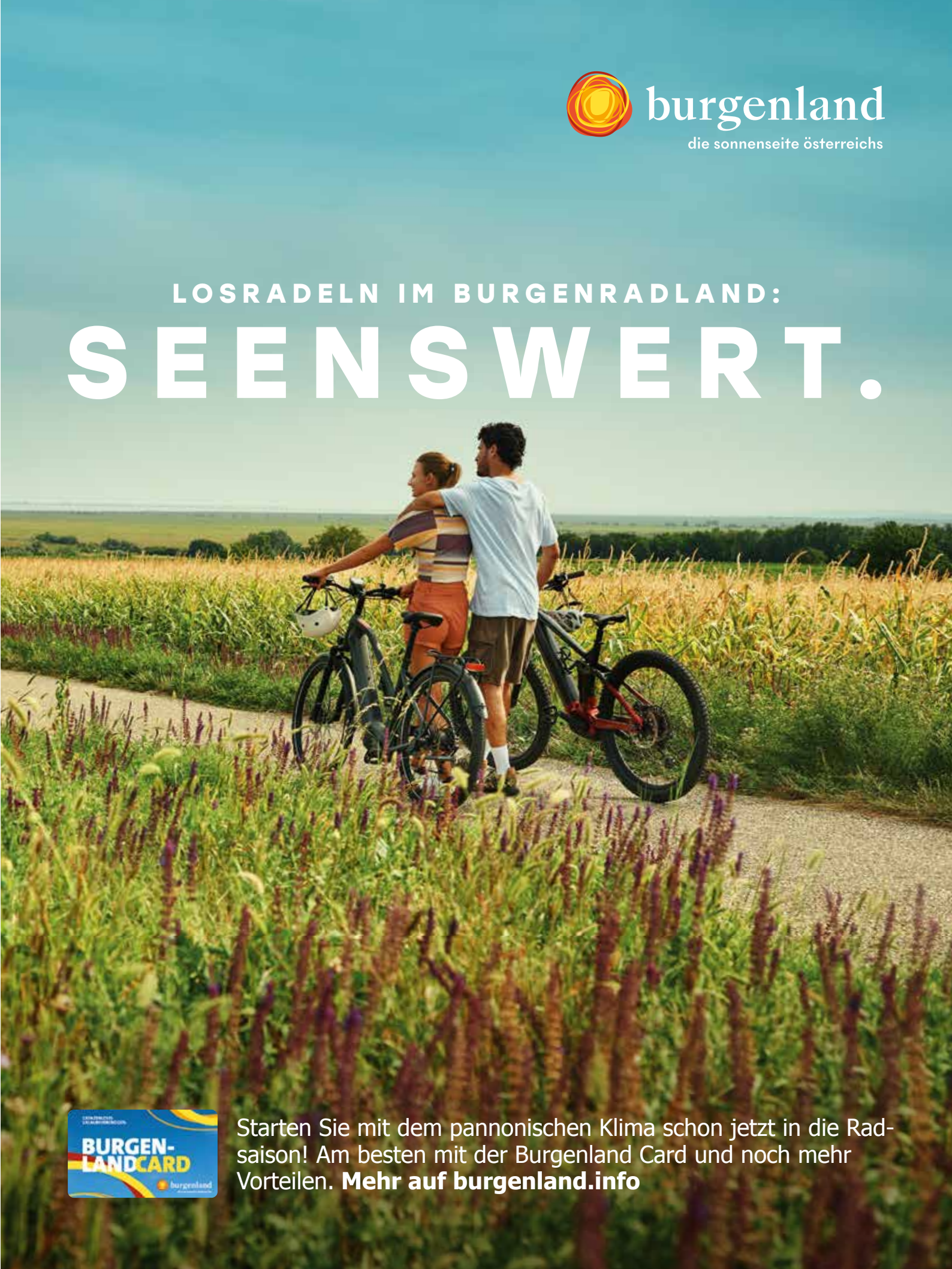
Erfreuliche Buchungslage

Es scheint keineswegs nur bei Absichtserklärungen von Gästen zu bleiben. Generell wird eine sehr erfreuliche Resonanz vermeldet. „Die Österreicher lassen sich den Sommerurlaub nicht nehmen. Das Budget ist so hoch wie in den Vorjahren, doch die Entscheidung für eine Buchung wird teilweise kurzfristiger getroffen. Auffallend ist, dass USA-Reisen eine sehr starke Nachfrage verzeichnen. Sonst sind klassische Ziele wie Mittelmeer oder der Indische Ozean gefragt. Wir spüren zudem große Lust auf Urlaub in Österreich", sagt Gregor Kadanka, Geschäftsführer des Reiseunternehmens Mondial.

Von diesem Gefühl profitiert ebenfalls der Städtetourismus, belegen globale Anzeichen. Nach dem Covid-Alptraum mit leeren Einkaufsstraßen, gesperrten Lokalen und Hotels als Geisterschlösser regt sich Leben in den Metropolen. Gäste müssen nicht mehr befürchten, über Nacht zwei Wochen in Quarantäne bleiben zu müssen als Alternative zum Sightseeing. Dazu locken viele populäre Ziele mit attraktiven Angeboten samt verlockenden Preisen. Kein Wunder, dass weltweit viele Interessenten die schon leicht angestaubten Pläne für den Sommer aus der Lade holen.

Österreich macht dabei keine Ausnahme, illustriert die Bundeshauptstadt. Wien konnte 2022 mit 13,2 Millionen Nächtigungen die Trendwende einläuten. Der frühere Wert von rund 80 Prozent Auslandsnächtigungen geriet in Sichtweite, trotz der

florianalbert.net, GRUBER/Jokesch, Florian Lechner, Gregor Hofbauer


burgenland
die sonnenseite österreichs
LOSRADELN IM BURGENRADLAND:
SEENSWERT.
BURGEN-
LANDCARD
burgenland
Starten Sie mit dem pannonischen Klima schon jetzt in die Radsaison! Am besten mit der Burgenland Card und noch mehr Vorteilen. Mehr auf burgenland.info



Holger Sicking, ÖW: Bereits im Sommer 2022 kehrten einige Fernmärkte zurück



Michele Fanton, Ruefa: Stornooptionen, Reiseversicherung im One-Stop-Shop



Gregor Kadanka, Mondial: Große Lust auf Urlaub in Österreich



Harald Kraus, Kuoni: Viele Initiativen zur Reduktion von Umwelt-Belastungen

Dominanz europäischer Nahmärkte. Aber auch die USA zeigen wieder Flagge. „Seit November 2022 übertreffen ihre Netto-Nächtigungsumsätze das Niveau 2019. Israel hielt 2022 erstmals Einzug in die Top 10 der stärksten Märkte. Mit dem Fall der Reisebeschränkungen erwarten wir in diesem Jahr auch schrittweise die Rückkehr von China sowie weiteren asiatischen Ländern", unterstreicht Norbert Kettner, Direktor von WienTourismus.

Generell darf die rot-weiß-rote Branche heuer auf Gäste außerhalb von Europa hoffen, die lange auf Mozartkugeln und Sachertorte verzichten mussten. „Bereits im Sommer 2022 haben wir die Rückkehr einiger Fernmärkte gesehen. Die Öffnung der asiatischen Märkte stimmt optimistisch, dass aus diesen Ländern wieder mehr Touristen eintreffen. Aufgrund von Vorlaufzeiten für Reiseveranstalter in China ist heuer noch eine Steigerung zu erwarten, beginnend mit den Sommermonaten", konstatiert Holger Sicking, Leiter der Tourismusforschung der Österreich Werbung.

Dynamische Situation

Die Beherbergungsindustrie registriert gleichermaßen frischen Wind. „Es zeichnen sich bereits Besucher aus Deutschland, der Schweiz, Italien, Tschechien sowie den Niederlanden ab. Gäste aus den USA und Asien werden aufgrund der Lockerungen der Beschränkungen ebenfalls nach Europa reisen. Eine sichere Prognose zu stellen, ist trotzdem nicht möglich. Die Situation bleibt weiterhin dynamisch und erfordert Flexibilität. Meiner Meinung nach ist mit einer hundertprozentigen Normalisierung und starkem Wachstum erst ab 2024 zu rechnen", relativiert Markus Marth, Geschäftsführer der Schani Hotels.

Generell bleiben trotz verständlicher Euphorie nach kargen Zeiten auch gemischte Gefühle. Mögliche Bremspunkte für den Aufschwung lassen sich nicht wegwischen. So wie jene multiplen Krisen, die das allgemeine Wohlbefinden beeinträchtigen. So dokumentierte etwa FOCUS Marketing Research noch im Jänner, dass Österreichs Bevölkerung deutlich pessimistischer in das neue Jahr blickt. Knapp die Hälfte der Befragten deponierte, dass 2023 für alle schwieriger sein wird als 2022. Jene pessimistische Einstellung ist in der Altersgruppe 50plus mehrheitlich präsent. Optimismus verbreiten hier nur rund ein Viertel.

Ob triste Laune zum spontanen Besuch des nächsten Reisebüros motiviert, bleibt eher fraglich. Realistische Touristiker sind sich ohnehin bewusst, dass die ganz große Blüte nach der Ausnahmesituation von Unwägbarkeiten begleitet wird. Über praktische Konsequenzen bleiben die Meinungen der Spezialisten hingegen geteilt: Wo die einen argwöhnen, dass Kunden im Stimmungstief auch in Sachen Urlaub auf bessere Zeiten warten, vermuten andere gegenteilige Effekte. Gerade weil sich der Planet in Turbulenzen befindet, erhoffen viele Menschen eine kurze Pause vom Alltag mit seinem negativen Dauerrauschen.

Sofern jener Eskapismus light leistbar ist. Schließlich sorgt eine generell angespannte wirtschaftliche Lage in vielen Haushalten für Irritationen. Stattliche Preise für Strom und Gas, Mieterhöhungen oder Teuerungen bei Lebensmitteln sind der Stoff für latente Verunsicherung. Erschwert durch einen ungewissen Blick in die Zukunft. Niemand weiß, ob die ökonomische und politische Lage es-

Lisi Specht, Ruefa/Jürg Christandl, Raimo Rudi Rumpler, Kuoni Reisen



GRENZENLOSE ÖSTERREICHWEITE

Einsame Spitze: Mit dem auto touring erreichen Sie 1.869.000 Leserinnen und Leser[1)] in Österreich. Und das zum besten TKP[2)] des Landes.

Österreichs größtes Magazin
laut Media-Analyse
21/22

1.869.000 Leser:innen und 24,6 % Reichweite[1)].
Der auto touring ist auch laut MA 21/22 Österreichs größtes Magazin.
Und mit einem TKP von nur €14,55[2)] auch das effizienteste.

Alle Details unter +43 (0) 1 711 99 22700 oder www.oeamtc.at/autotouring

1) Quelle: MA 21/22 (Erhebungszeitraum 07/21–06/22). Netto-Reichweite: Leser pro Ausgabe in Österreich 14plus, max. Schwankungsbreite ±0,7%.
2) Berechnungsbasis: 1/1 Seite 4c

auto touring
Das Mobilitätsmagazin des ÖAMTC

ÖKOLOGISCHE PRODUKTE

Langstrecken heben wieder ab, doch es bleibt Luft nach oben. Dafür steigt die Bereitschaft der Passagiere, für klimafreundliches Fliegen 20 Prozent mehr zu bezahlen.

Licht und Schatten wechseln sich weiter ab im Tourismus. Verantwortlich zeichnen all jene Problemzonen, die rund um Corona aufgepoppt sind samt deren Nachwirkungen. Langstreckenreisen machen hier keine Ausnahmen, belegt eine Studie der Managementberatung Roland Berger. Demnach hat sich das Interesse bezüglich Fernreisen in den vergangenen eineinhalb Jahren deutlich erholt, verweilt aber immer noch unter dem Status vor Covid-19. Die Stufe bleibt 2023 wahrscheinlich außer Reichweite.

„Die Aufhebung von Reisebeschränkungen durch Covid hat dem Flugverkehr und Bahnverkehr in den vergangenen 18 Monaten weltweit einen starken Schub verliehen", weiß Jan-Philipp Hasenberg, Partner bei Roland Berger. „Aber die Nachfrage liegt in den wichtigsten Märkten immer noch unter dem Niveau vor der Pandemie. Zudem setzen weitere Faktoren wie die steigenden Preise für Energie und Kraftstoffe oder der Fachkräftemangel die Anbieter unter Druck, betriebliche Abläufe noch effizienter zu gestalten."

Der Vergleich mit 2021 und ein Prä-Covid-Index von 2019 machen den Wandel im Reiseverhalten für Langstrecken sichtbar. So kletterte etwa in den USA die Kauflaune für solche Transportwege im ersten Halbjahr 2022 auf 87 Prozent des Vor-Covid-Niveaus. Was 18 Prozent mehr bedeutet als 2021. In Europa verzeichnete der Luftverkehr ebenfalls Erholung, trotz Krieg in der Ukraine und wirtschaftlicher Schieflage. Im ersten Halbjahr 2022 lag das Interesse bereits bei 60 bis 80 Prozent des Stands vor der Pandemie. 2021 waren es noch 20 bis 40 Prozent.

Der Bahnverkehr am alten Kontinent hat gleichermaßen Fahrt aufgenommen mit etwa 75 Prozent der Stufe vor dem Virus. In China hingegen erlebten Flugreisen aufgrund der Covid-Restriktionen im ersten Halbjahr 2022 eine Abwärtstendenz auf 32 Prozent des Vor-Pandemie-Niveaus. 2021 erreichte dieser Wert 74 Prozent. Auch Bahnreisen kippten von 2021 auf 2022 um 37 Prozent.

Jetzt ist Geduld gefragt. Denn die Gesamtnachfrage für Fernreisen wird voraussichtlich auch im kommenden Jahr unter dem Vor-Covid-Level bleiben, schließen die Studienautoren aus der weltweiten Befragung. In allen Schwerpunktmärkten sind deutlich weniger solcher Trips angedacht als vor der Pandemie. So sank die Zahl der erwarteten Geschäftsreisen gegenüber 2019 um 28 Prozent, weitere fünf Prozent weniger im Vergleich zur Analyse 2021. Privatreisen müssen ein Minus von 19 Prozent hinnehmen. Besonders stark zeigt sich die Zurückhaltung bei geplanten interkontinentalen Geschäftsreisen: Diese rutschten auf 42 Prozent des Status vor Covid ab – 22 Prozent weniger als 2021.

Als Hauptgrund für jenes geänderte Mobilitätsverhalten gilt die vermehrte Nutzung von Online-Kommunikation bei privaten Ausflügen und Business-Exkursionen. Dahinter folgen bei Geschäftsreisen geänderte Reiserichtlinien, neue gesetzliche Vorschriften und zunehmend ökologische Gründe. Bei Privatreisen liegen auf Rang zwei gesetzliche Regeln, finanzielle Motive sowie Umwelt-Bedenken.

Hasenberg: „Eine Mehrheit will Flugreisen zugunsten von Bahn oder Auto einschränken. Zum anderen sind mit 90 Prozent fast alle Befragten bereit, 20 Prozent mehr für Tickets zu zahlen, wenn die Klimaauswirkungen reduziert werden können. Dementsprechend ist es für viele Anbieter das Topthema, ihre Angebotspalette um grüne Produkte mit den entsprechend angepassten Preisen zu erweitern."

kalieren wird oder nicht. Sollte die Preisschraube weiter gedreht werden, darf sich niemand wundern, wenn sensible Verbraucher zu Hause bleiben oder ihren geplanten Aufenthalt absagen.

Hohe Qualität

Auf solche Effekte kann die Industrie getrost verzichten. Jeder Gast ist nach der Pandemie noch wichtiger, damit das Schiff in ruhigen monetären Gewässern fahren kann. Perspektiven sind vorhanden, der Trend geht auch zum tieferen Griff in die Tasche. Was keinesfalls automatisch zu erwarten war angesichts der Belastungen. Offenbar hat die Pandemie dazu geführt, dass viele Menschen als Ausgleich auf mehr Genuss setzen. „Nach der Krise sind positive Erlebnisse gefragt. Viele Kunden legen sehr hohen Wert auf Qualität und sind deshalb bereit, höhere Summen auszugeben", bestätigt Tina Scalet, zuständig für Vertriebskoordination beim Unternehmen Reisewelt.

Wer hingegen auf Schnäppchen wie in alten Zeiten spitzt, sollte mit Enttäuschungen rechnen. Schließlich macht die Teuerung selbst vor touristischen Betrieben nicht Halt. Schon poppen Gedanken auf, dass sparsame Personen angesichts aller Tarife für Regeneration das Wohnzimmer-Sofa samt TV und Ventilator buchen. Thomas Reisenzahn, Geschäftsführer der Prodinger Tourismusberatung, gibt Entwarnung: „Die Preise in Beherbergung und Hotellerie wurden bis dato nur im erforderlichen Rahmen um 14,8 Prozent angehoben. Jeder zusätzliche Euro ist bitter nötig wegen heftiger Teuerungen in allen Bereichen. Im Sommer wird es keine gravierenden Anstiege mehr geben, da die Kosten größtenteils bereits abgefangen werden konnten."

Dazu kommen psychologische Mechanismen bei den Zielgruppen, die zur Bewältigung finanzieller Kapriolen beitragen können. „Es wird hinsichtlich der gestiegenen Preise eine Gewöhnungsphase geben. Erhöhungen von bis zu 20 Prozent in der Hotellerie wurden von den Gäs-

ORF WIE WIR.



DYNAMOWIEN | shutterstock | Viktoria Novak

Salzburger STIER 2023

Internationaler Radiokabarettpreis
5. und 6. Mai 2023 | 19.15 Uhr
Posthof Linz | live in Ö1

Mit **JOSEF HADER** & **OTTO LECHNER**
MALARINA | österreichische Preisträgerin
MATHIAS TRETTER | deutscher Preisträger
DOMINIC DEVILLE | Schweizer Preisträger
Moderation: **GERY SEIDL**

Tickets: ticket.posthof.at
Ö1 Club-Ermäßigung: € 6,–

Ermäßigung erhältlich via:
kassa@posthof.at | (0732) 78 18 00
und vor Ort: Posthof-Kassa,
LIVA Service-Center im Brucknerhaus,
Thalia Linz Landstraße

oe1.ORF.at/salzburgerstier

ÖSTERREICH 1

GÄSTE ALS STARS

Die Zukunft gehört auch im Tourismus den mutigen Marken, analysiert die Strategieberatung BrandTrust.
Stress bleibt ein beruflicher Stammgast in der Branche. Schließlich muss der Tourismus auch nach Corona genügend Herausforderungen bewältigen. Wirtschaftliche Instabilität, ökologisch sensibilisierte Verbraucher, Fachkräftemangel, Teuerungen: Angesichts solcher Hürden ist es kein Spaziergang, sein Geschäft in Schwung zu bringen. Marktkommunikation spielt hier eine gewichtige Rolle, damit Umsätze und Nächtigungszahlen wieder spürbar in die Höhe gehen. Was nicht immer funktioniert. Ursachen dafür liefert BrandTrust: Jene Strategieberatung hat 25 Städte sowie Destinationen des DACH-Raums einem Performance Branding Check unterzogen.
Diverse Resultate dürften nachdenklich stimmen. Denn beliebige und austauschbare Positionierung verspricht keine Erfolge. Das breite Angebot spiegelt sich primär durch einen inkonsistenten Außenauftritt wider, sagen die Experten. Destinationen, egal ob Stadt oder ländliche Region, müssen deshalb ihre Strategien überdenken, um zukunftsfähig zu bleiben. Oder überhaupt zu werden. Ein Wandel weg vom Volumen hin zur Wertschaffung soll helfen. Begleitet von einer klaren Haltung: Mut zu unerwarteten Kontrasten, Spezifik und Emotion. Wer sich vom Mitbewerb abhebt, fällt auf und ist wiedererkennbar.
Attribute wie spannend, schön und vielfältig genügen jedoch nicht, mahnt BrandTrust. Es mangelt an der Bereitschaft, außergewöhnliche Angebote mit einem starken Charakter und besonderen Werten zu vermitteln. Durch das ständige gegenseitige Überbieten entstehen laufend neue, aber auswechselbare Produkte oder Aktivitäten. Es fehlt Andersartigkeit mit Positionierungen über das gewohnte Naturerlebnis oder Kulturvielfalt hinaus. So wie die mutigste Region Deutschlands, die exklusivste Region Österreichs oder die gemütlichste Schweizer Stadt.
Allfällige Veränderungen in diese Richtung verlangen gleichzeitig Aktivitäten in sozialen Netzwerken. Durch Social Media kann der Tourismus Gästen so nah sein wie nie zuvor. Doch Destinationen kommunizieren meist nur generische Texte und Bilder, die Menschen nicht berühren. Unverwechselbar und vor allem emotional relevant müssen visuelle Appetizer sein. Zahlreiche Hotels liefern bereits Anschauungsbeispiele: Sie inszenieren ihre Gäste als Stars und wecken damit deren Gefühle und Sehnsüchte.
Die Studie analysiert zusätzlich die Generationen-Wertfitness. Dabei wird sichtbar, dass Metropolen die ganz junge Generation Z besonders gut ansprechen – allen voran Wien. Regionen stehen hier eher im Abseits. Obwohl Städte genauso auf kaufkräftiges älteres Publikum angewiesen sind wie Regionen auf junge Urlauber. Die generationenspezifische Kommunikation ist damit also im Tourismus-Marketing angekommen. Interessensflüsse können und sollen künftig gezielte Stimulierung erfahren.
Die Verantwortlichen müssen also Positionierung und Attraktivität checken und sich strategisch neu definieren. Vor allem aber unterscheiden. 801 Attribute, mit denen untersuchte Städte und Destinationen in ihrer Performance auftreten, konnte die auf künstlicher Intelligenz basierende Analyse identifizieren. Was nach Vielfalt klingt, bleibt bei näherer Betrachtung Einheitsbrei: Die meisten Begriffe sind nahezu identisch. Kreative Zielorte hingegen finden ausreichend Raum für die nötigen smarten Einfälle.
Colin Fernando, Partner bei BrandTrust: „Destinationen müssen den Mut aufbringen, klare Ecken und Kanten zu zeigen und mit den richtigen Werten und Argumenten die Richtigen anziehen. Wer sich stets bemüht, mit allen zu kommunizieren, wird niemanden erreichen – auch das nicht enden wollende Überbieten mit dem ewig Gleichen muss ein Ende haben. Reisende von heute wollen wissen, ‚warum' in die entsprechende Region gereist werden soll. Je einzigartiger diese Antwort dann ausfällt, desto besser."

ten bereits diesen Winter akzeptiert. Mittlerweile zieht das Einkommensniveau bei den meisten Verbrauchern ebenfalls nach. Reisen bleibt eben ein Grundbedürfnis, auf das niemand verzichten möchte", konstatiert Helmut List, Experte der Tourismusberatung Kohl & Partner.
Abseits der Mühen mit dem lieben Geld wartet eine andere Problemzone. Denn Corona hat ebenfalls beträchtliche Spuren hinterlassen, was die Risiko-Prophylaxe angeht: Sicherheit ist heute ein Faktor, der mehr denn je über Buchungen entscheidet. Das Virus hat jene traditionelle Unbeschwertheit infiziert, die stets im Gepäck war. Egal ob temporäres Phänomen oder gewandelte Einstellung: Die Strategen sind gefordert, auf die höhere Sensibilität mit wirksamen Konzepten Antworten zu finden.

Hohes Sicherheitsbedürfnis

Der Ruefa Reisekompass 2023 lässt nämlich keine Fragen offen: Jeder Zweite will heuer seine Buchung anders oder besser gestalten. Ärgernisse aus dem letzten Sommer sowie die Pandemie sind Treiber für neue Gewohnheiten. 17 Prozent haben bisher keine Stornooption erworben und wollen dies 2023 ändern. 10 Prozent sind entschlossen, früher zu buchen als letztes Jahr. Ebenso viele wollen nervenschonenden Schutz erwerben durch eine zusätzliche Polizze. „Stornooptionen, Frühbucherangebote und Versicherung sind alles Dinge, die Ruefa als One-Stop-Shop anbietet", so Geschäftsführer Michele Fanton.
Die Branche lässt also Kunden nicht im Regen stehen mit ihren berechtigten oder subjektiven Befindlichkeiten. Bevor zu viele Leute friedlich in Balkonien campieren, liefern die Anbieter gezielte Beruhigungsmittel. „Sorglos" können Verbraucher bei Hofer Reisen planen: Der Diskonter offeriert ab fünf Euro pro Buchung für PKW, Bahn, Schiff oder Flieger bis 10 Tage vor Reiseantritt die risikolose Stornierung. Eine Angabe von Gründen kann entfallen, das Geld soll vielmehr ohne jede Abzüge schnell und



Eine Punktlandung bei Ihrer Zielgruppe

Die modernsten Werbemöglichkeiten, die Sie sich wünschen – nutzen Sie Riesenleuchtkästen, großformatige digitale Videowalls bishin zum klassischen Citylight aufgewertet durch die Emotionalität des Ortes Flughafen, um sich bei Ihrer Zielgruppe zu präsentieren.

Über die verschiedenen Werbemöglichkeiten oder wie Sie 22 Millionen Passagiere punktgenau erreichen informiert Sie gerne Ilse Koinig, Leiterin Werbung – Airport-Media.

Werben am Flughafen Wien
unübersehbar – flexibel – vielseitig – individuell
airport-media.at

Scan me

Ilse Koinig
Leiterin Werbung – Airport-Media
Expertin für maßgeschneiderte Werbeinszenierungen
i.koinig@viennaairport.com

airport media managed by VIE



Spanien kristalliert sich wieder als begehrtes Ziel in diesem Sommer heraus

einfach rückerstattet werden, verspricht das Unternehmen.
Der individuelle Stresspegel sinkt also diesen Sommer, die Branche hat den dringlichen Handlungsbedarf offenbar erkannt. So empfiehlt Wizz Air ebenfalls zusätzlichen Schutz bei Buchungen. Durch Hinzufügen von „Wizz Flex" können Passagiere, falls sich Umstände, Datum oder Zielort ändern, bis zu drei Stunden vor dem Start auf jeden anderen Flug jenes Lowcost-Carriers wechseln. Im Falle einer Stornierung werden 100 Prozent des Preises in Form von Credits auf den persönlichen Wizz-Account retourniert.

Ökologische Aspekte

Derartige Vergünstigungen könnten anderen Gruppen egal sein. Denn im Zuge der intensiven Diskussionen betreffend Umweltschutz und Klimawandel ist auch das Reisen ins Gerede gekommen. Vielerorts wurden Bedenken bis zu radikalen Positionen geäußert, dass Trips in ferne Gefilde moralisch kaum mehr vertretbar seien. Was bei so manchem Tourismusmanager insgeheim die Furcht weckt, dass breitenwirksamer Öko-Fundamentalismus an den Umsätzen knabbern könnte.
Die Vision von leeren Airports und einsamen Stränden bleibt aber erspart. Der vielgescholtene Flugverkehr lässt erahnen, dass kritischen Worten nicht immer konkrete Taten folgen, wenn es um das eigene Wohlbefinden geht. „Nach Weihnachten haben die Buchungen für den Sommer spürbar zugenommen. Speziell das touristische Segment verhält sich stark, vor allem auf der Langstrecke sowie im Mittelstreckensegment nach Spanien und Italien als beliebteste Gebiete. Daher vergrößern wir den Fokus durch sieben neue Ziele in unserem Flugplan, der diesen Sommer 124 Destinationen umfasst", resümiert Anna Pachinger, Sprecherin von Austrian Airlines.
Der ökologische Druck beschert trotzdem Denkaufgaben. Schließlich möchte niemand das absatzhemmende Image eines CO_2-Ignoranten kontern müssen. „Die Menschen wollen sich die schönste Zeit des Jahres nicht nehmen lassen, um die Welt zu bereisen. Es gibt mittlerweile viele Initiativen zur Reduktion von Umwelt-Belastungen. Hotels werden zertifiziert und setzen sich hohe Auflagen bei Mülltrennung, Plastikvermeidung oder dem sorgfältigen Umgang mit Wasser. An alternativen Treibstoffen wird ebenfalls intensiv gearbeitet. Die Industrie befindet sich auf einem sehr guten Weg, obwohl noch Aufgaben warten", betont Harald Kraus, Geschäftsführer von Kuoni Reisen.
Weitere Aktivitäten sind also zu erwarten, damit das Reisegeschäft einen guten Ruf wahren kann. „Die Gäste werden auf Urlaube nicht verzichten, doch als Betrieb ist man gut beraten, sich mit jener zunehmend bedeutenden Frage der Nachhaltigkeit auseinanderzusetzen. Mehr ökologisches Bewusstsein ist spürbar, beeinträchtigt jedoch weniger die Ausgabebereitschaft. Entscheidender ist das Produkt selbst. So wird es etwa ein Hotel oder Restaurant ohne attraktives vegetarisches Angebot künftig wohl immer schwerer haben", meint List. Vielleicht lässt dieser Sommer genügend Zeit für eine modifizierte Speisekarte. ■

Pixabay, Dertour Austria

BADEWANNE MITTELMEER



Martin Fast, Geschäftsführer von REWE Austria Touristik und DERTOUR Austria, nennt fünf große Reisetrends.

Nachholbedarf:
Nach über zwei Jahren Pandemie hat sich eine gewisse Corona-Müdigkeit eingestellt. Das Bedürfnis, auszuspannen und dem Alltag zu entfliehen, war selten größer.

Preissensibilität:
Verstärkte Inflation führt zu verstärkter Preissensibilität. Die Unsicherheit ist auch nach Corona nicht gesunken.

Sicherheit:
Corona wurde von weiteren Unsicherheiten nahtlos abgelöst. Die Buchungen bleiben daher kurzfristig. Flexpakete sind gefragt und die „Badewanne Mittelmeer" boomt.

Beequemlichkeit:
All-inclusive-Pakete liegen im Trend, auch wieder bei jüngeren Konsumenten.

Luxus läuft:
Der Verzicht der letzten Jahre führt zur erhöhten Nachfrage nach höherer Qualität.


ORF 1
ORF. WIE WIR.
Wir tanzen in den Frühling.
Dancing Stars | die neue Staffel
Jeden Freitag 20:15
echt. großartig.

Creativer Ho-Ruck

Alle fragen sich: Wie macht das der Martin Ho? Doch bei all der skandalisierten Fama, die sich um den geheimnisvollen und umtriebigen Gastronomen rankt, realisiert kaum einer, wo die Stärken des Gastro-Aufregers liegen. FAKTUM beleuchtet diese Seite des Unternehmers – nämlich seine Kreativität.

TEXT: Rosa Vogel



Stilvoll: Martin Ho weiß, was ihm steht und der Szene gefällt

Martin Ho ist – und das müssen zähneknirschend auch seine Feinde einräumen – ein Schöngeist mit „experimentellem" Geschmack. Und das nicht erst seit 2005, als er „Experimental Sushi" nach Wien brachte, wo er die Fusion-Küche neu interpretierte. Damals begann Ho, Sushi im stylischen Ambiente zu servieren. Damals, als es für manche noch als Wagnis galt, Sushi zu essen, begann er zu variieren mit Zutaten, die über das klassische Sake-Sushi mit Lachs hinausgehen. Ho servierte Rolls und Makis mit Spinat, Frischkäse, Ananas, Chili, Minze, Schnitzel… was ihm halt so einfiel. Und ja, die kreativen Kreationen munden.

Alles, was du dir vorstellen kannst, ist real

Der Gastronom bewegt sich nicht gerne innerhalb vorgegebener Linien. Er malt gerne darüber hinaus. Und so trommelt er mit einer jugendlichen Leichtigkeit auf den Geschmacksknospen der Wienerinnen und Wiener herum, wie eine Art Ginger Baker der Food & Beverage-Branche. Weder Andy Warhol noch Yves Klein hielten sich an Richtlinien. Sie definierten sie neu. Sie waren Pioniere. Auch Martin Ho ist jemand, der etwas schafft. Ein besessener Entwickler. Ein Designer seiner eigenen Welt, die er Dots Group nennt.

Der Gastronom brennt für das, was er tut. Sowohl für seine Szene-Restaurants als auch für Kunst. Zeitgenössische Künstler haben es ihm angetan, und so sammelt er privat Werke von Andy Warhol, Erwin Wurm, Gottfried Helnwein, Takashi Murakami und anderen. Ho fördert auch junge Kunstschaffende, wie den Street-Art-Künstler Marcin Glod.

Gastronomie, das ist Business. Das unterstreicht Ho auch oft mit seiner Kleidung. Ein gut sitzender Anzug ist genauso Teil des großen gemein-

Thomas Schauer

samen Ganzen wie ein Mühlbauer-Hut oder eine glühende Zigarre im Mundwinkel zu „gewissen“ Anlässen. Das Dots-Rezept ist eine Mischung aus ausgelebter Affinität zu moderner Kunst und dem Zelebrieren eines selbst erschaffenen, gut vermarkteten Hypes. Der aber nicht einstudiert wirkt, sondern, so scheint es, über Nacht von einem Gedanken zu einer Erfolgsstory wurde. Und zur Feier dieser steilen Karriere steckt man eben in Hos Lokalen auch gerne mal ganz banale Sprühkerzen in Magnum-Champagner-Flaschen.



Das „The Leo Grand“ ist eines der beliebtesten Restaurants der DOTS Group von Martin Ho

Ein kreativer Macher

Der Ho, der macht einfach. Der fackelt nicht lange herum. Mut trifft dabei auf ein gesundes Maß an Nonchalance. Seine Freunde nennen den Szenegastronomen „goschert“ und „clever“ und „einfach wienerisch“. So wienerisch wie eine Hofratswitwe aus dem 19. Bezirk. Nur eben in Designer-Sneakers. Der Dots-Boss entstaubt selbst die Wiener Spießigkeit und macht sie zu einer „Brand“. Beobachtet man ihn, so wirkt er wie ein „Yuppie 2.0“ mit einem Lifestyle, der nicht nur klotzt, sondern auch kleckert.
Und doch: „Outgoing“ ist auch wieder anders. Ho hält sich gerne im Hintergrund und gilt als ruhig und fernöstlich schweigsam. Er setzt sich nicht in Szene. Denn er ist die Szene. Er hat sie erfunden. In der „beigen“ Wiener Gastrolandschaft bringt er Farbe ins Spiel. Und das muss man neidlos anerkennen: Er bringt einfach Schwung in Wiens In-Lokale. Und macht dabei frei Schnauze immer weiter. Er expandiert mit Pomp und Gloria, denn seine Ideen scheinen nur so zu sprudeln und das Geschäft zu florieren. Hier ein weiteres Restaurant, dort eine Bar, hier ein Club, dort ein Hotel. Warum nicht? Auch vor einer eigenen Kosmetiklinie oder der Kreation eines eigenen Gins schreckt er nicht zurück.
Grenzen setzt man sich nur selber, und Ho scheint keine zu kennen. „Der Ho“, der kann‘s, weil er es einfach macht. Warum darüber reden, wenn man es auch einfach tun kann? Reden ist sowieso nicht so seine Stärke. Zumindest nicht mit der Presse. Der zweifache Vater gibt nur wenig von sich preis. Meistens sieht man ihn eher unscheinbar in einer Ecke sitzen, auf seinem iPhone herumdrücken. Geschäfte laufen im 21. Jahrhundert eben über das Smartphone. Geschäfte. Ja, darum geht es. Denn Ho ist natürlich ein Geschäftsmann. Einer mit Visionen.

Ein ungekrönter Gastro-Kaiser

Ho hat ein gutes Gespür dafür, wie er sich auf seiner eigens gezimmerten „Mainstage“ präsentiert. Fernab vom Blitzlichtgewitter. Wortkarg. Beobachtet man den umtriebigen Gastronomen, wie er seine Kreise durch sein Dots-Imperium zieht, dann tut er das nicht wie der König, der sein Reich mit erhobenem Haupt durchwandert. Nein, er wirkt eher schüchtern und scheu. Meistens hat man gar Mühe, ihn irgendwo am Rand, in sicherer Distanz zum Geschehen, zu entdecken. Im Mittelpunkt stehen die anderen. Seine Gäste. Gerne auch seine Freunde. Er selbst wirkt oft in Gedanken versunken. Lausbubenhaft, gar spitzbübisch kommt er einem dann vor, wenn er seinen Blick auf etwas wendet, was ihn begeistert. Und das ist meistens Schönes, wie Mode oder Kunst. Letztere hängt er sich gerne in seine Lokale. Graffiti oder Pop Art. Mit dem größten Vergnügen darf es da auch bunt und schrill sein.

Alles fresh, alles fesch

Er liebt Wände mit Gemälden in knalligen Farben, trägt am Handgelenk eine teure Uhr und kleidet sich gerne in trendy Designerklamotten. Dies alles sticht in Wien aufgrund seiner Extravaganz dann doch ins Auge. Ho fällt lieber auf, als dass er fällt. Und fallen, das würden ihn einige gerne sehen. Missgunst ist für viele Österreicher eben auch Teil ihrer Vernadereien der anderen.
Kritiker und Neider haben jedoch wenig Chancen, sich Gehör zu verschaffen. Der Boss des Dots-Imperiums legt eine Attitüde an den Tag, an der jeder boshafte, schnippische Kommentar abzuprallen scheint wie an Teflon. Am erfolgreichen Unternehmer bleibt nichts haften, schon gar keine Schmutzwäsche. Wir haben ihn noch nie wirklich eine Miene verziehen sehen. Typisch wienerisch. Das Lächeln haben die Städter hier bekanntlich nicht erfunden… ■

The Leo Grand / DOTs Group

Auf Marketing geeicht

Die Österreich Werbung bekommt eine neue Geschäftsführerin: Astrid Steharnig-Staudinger will den Verein mit Kooperation, aber auch mit Durchsetzungsstärke weiterbringen.

TEXT: Ulrich Bentz



Die zukünftige Geschäftsführerin der Österreich Werbung, Astrid Steharnig-Staudinger (links), mit Tourismus-Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler

Kaum wurde die neue Chefin der Österreich Werbung präsentiert, fällt eine Parallele mit Gerhard Schröder, dem ehemaligen Kanzler der Bundesrepublik Deutschland, ins Auge. Der soll in den 1980er-Jahren nach einer Kneipentour am Zaun des damals noch in Bonn beheimateten deutschen Kanzleramts gerüttelt haben. Begleitet von dem Ausruf: „Ich will da rein!" 1998 war es dann soweit.

Auch Astrid Steharnig-Staudinger wusste schon früh: „Ich werde einmal Chef der Österreich Werbung." Und zwar als 15-jährige Tourismusschülerin. Nun soll sie den Verein zumindest die nächsten fünf Jahre führen. Unter 33 Kandidaten kristallisierte sie sich in der Experten-Kommission als Favoritin heraus. Für sie sprachen einige Punkte. Steharnig-Staudinger bringt nicht nur langjährige Erfahrung aus dem Tourismus mit. Hatte sie doch schon als Kind einer Kärntner Gastwirtschaftsfamilie erste Berührungspunkte mit der Branche. Aber auch mit der Vermarktung und den Vermarktungsmöglichkeiten hat sie sich intensiv beschäftigt. Immerhin führte sie 15 Jahre lang die Agentur Linking Brands, mit der sie sich auf Markenkooperationen quer durch alle Bereiche spezialisierte. Der Schwerpunkt lag allerdings auf Tourismusregionen, Destinationen, Städten und Hotel-Brands.

Zuvor werkte die neue ÖW-Chefin mehrere Jahre bei Wien Tourismus. Dort zeichnete sie im Destinationsmarketing für die CEE-Märkte und Skandinavien verantwortlich. Gute Voraussetzungen für die neue Position. In der sie einiges erwartet, wie Sterhanig-Staudinger selbst skizziert: „Die Welt ist im Wandel, und so auch das Reisen und der Tourismus. Auch die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und die Gäste, die zu uns kommen, ihre Leidenschaften, Wünsche, aber auch die Art und Weise, wie sie sich informieren, entscheiden, buchen, konsumieren und reisen, ändern sich." Um diese Herausforderungen zu bewältigen, will die neue ÖW-Chefin ganz auf die Mittel zurückgreifen, mit denen sie in den letzten Jahren erfolgreich den Markt bearbeitete: „Um weiter voranzutreiben, was Österreich so einzigartig macht, braucht es ein Zusammenspiel aller Kräfte. Ich setze auf Kooperation und unverwechselbare Kampagnen. Mit den Ländern und deren Einrichtungen, der Wirtschaft, aber auch mit Medien und Meinungsbildnern." Dass das Wort Kooperation in diesem Zusammenhang leicht ausgesprochen, aber nicht immer leicht umzusetzen ist, ist der Tourismus-Expertin bewusst. Doch gibt sie sich zuversichtlich: Sie verlasse sich ganz auf ihre Umsetzungsstärke.

Vorschuss-Lorbeeren kommen jedenfalls von Tourismus-Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler. Sie bezeichnet Steharnig-Staudinger als „Branchenkennerin" und als „Vordenkerin". „In herausfordernden Zeiten braucht es Erfahrung, eine klare Vision und Mut zu Entscheidungen", steckt Kraus-Winkler ihre Erwartungen an die neue Frau an der ÖW-Spitze ab. Die Entscheidungskommission war jedenfalls überzeugt, dass Steharnig-Staudinger „durch ihr fachliches Know-how in Bezug auf Markenführung im Tourismus sowie das Definieren und Operationalisieren von Strategien" besteche. „Gleichzeitig verfügt sie über die für die zukünftige Aufgabe notwendige empathische und ausgleichende Persönlichkeit und ist inhaltlich stark vom Kooperationsgedanken geprägt", so die Kommission in ihrer Empfehlung.

Steharnig-Staudinger tritt ihr Amt am 1. Mai an. Ihre Agentur soll unter neuer Geschäftsführung weitergeführt werden. ■

BMAW/Payer



Norwegen, Insel Senja © Foto Julius

Südengland: Cornwall und Devon

+ UNESCO-Weltkulturerbe Stonehenge

16. - 23.7., 23. - 30.7., 6. - 13.8.2023 Flug ab Wien, Bus, *** u. ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **ab € 2.380,–**

Höhepunkte Schottlands mit Lewis, Harris u. der Isle of Skye

Burgen und Schlösser, wildromantische Highlands und die einzigartigen Hebrideninseln

9. - 18.6., 11. - 20.8., 18. - 27.8.2023 Flug ab Wien, Bus, *** u. ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **ab € 3.190,–**

Höhepunkte Irlands

Natur und Kultur von Dublin bis zur Connemara

13. - 20.5., 3. - 10.6., 17. - 24.6., 1. - 8.7., 8. - 15.7., 15. - 22.7., 22. - 29.7., 12. - 19.8., 19. - 26.8., 26.8. - 2.9.23 Flug ab Wien, Bus, ****Hotels/meist HP, Bootsfahrt, Eintritte, RL **ab € 2.090,–**

Irland intensiv mit Nordirland

3. - 17.6., 10. - 24.6., 1. - 15.7., 8. - 22.7., 15. - 29.7., 22.7. - 5.8., 5. - 19.8., 12. - 26.8., 19.8. - 2.9.2023 Flug ab Wien, Bus, meist ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **ab € 3.780,–**

Dänemark RundReise

14. - 21.7.2023 Flug ab Wien, Bus, Fähre, ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **€ 2.220,–**

Stockholm - Südschweden

+ Elchsafari am Hunneberg u. Schifffahrt am Göta-Kanal

29.6. - 7.7., 22. - 30.7.2023 Flug ab Wien, Bus, meist ****Hotels/meist HP, Schifffahrt, Elchsafari am Hunneberg, Eintritte, RL **€ 2.380,–**

Skandinavien mit Lofoten u. Nordkap

Der schönste Weg zum Nordkap

8. - 23.6., 15. - 30.6., 30.6. - 15.7., 8. - 23.7., 15. - 30.7., 22.7. - 6.8., 6. - 21.8.2023 Flug ab Wien, Bus, Schiff, *** u. ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **€ 3.690,–**

Hurtigruten SchiffsReise zum Nordkap

„Die schönste Seereise der Welt“ von Bergen nach Kirkenes und wieder retour

18.6. - 1.7., 10. - 23.7., 16. - 29.7.2023 Flug ab Wien, Bus, Bahnfahrt, 2x ****Hotels/HP, SchiffsReise auf Hurtigruten/VP, Landgänge, Eintritte, RL **ab € 4.350,–**

Rund um Island zu Gletschern und Vulkanen

13. - 21.6., 11. - 19.7., 18. - 26.7., 30.7. - 7.8., 4. - 12.8., 13. - 21.8., 27.8. - 4.9.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, *** und ****Hotels/meist HP, Eintritt, RL **ab € 2.890,–**

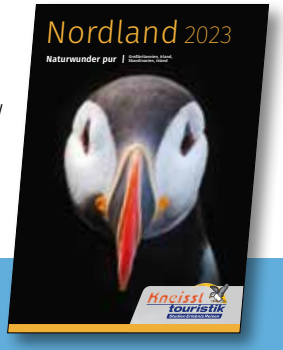
Islands Gegensätze

+ aktive Rundreise mit Wanderungen

25.7. - 5.8.2023 Flug ab Wien, Geländebus/Kleinbus, ***Hotels/Gästehäuser/Country Hotel/meist HP, Walbeobachtungsfahrt, Eintritt, RL **ab € 4.560,–**

Faszination Island mit Snæfellsnes

2. - 12.7., 16. - 26.7., 23.7. - 2.8., 30.7. - 9.8., 13. - 23.8.23 Flug ab Wien, Geländebus/Kleinbus, *** und ****Hotels/meist HP, Eintritt, RL **€ 4.390,–**



Kneissl Touristik Zentrale Lambach, zentrale@kneissltouristik.at,
☎ **07245 20700, www.kneissltouristik.at**

Wenn das Fernweh ruft

Flughafen-Chaos – kurz und prägnant kann man das Urlaubsjahr 2022 so beschreiben. Die Luftverkehrsbranche gelobt Besserung. Es bleiben aber noch einige Baustellen.

TEXT: Rosa Vogel



Zwischen Personalmangel und Wettbewerbsdenken

Über 1.200 Flüge wird es die Woche geben. Soweit, so schön. Aber gleich vorweg: Fliegen wird teurer als zuvor. Die Gründe: Mehr Reiselust nach Corona, die hohe Inflation und auch die gestiegenen Energiekosten lösen sich nicht in Luft auf, wenn man sich innerhalb eines Flugzeuges befindet. Einige Airlines heben, laut ADAC, die Flugpreise besonders stark an. Und auch bestimmte Ziele kosten mehr.
Flugreisende müssen heuer mit bis zu 46 Prozent Preissteigerung gegenüber 2022 rechnen. Lufthansa und Swiss Air sind besonders teuer. Die türkische Billigfluglinie „Pegasus" ist am günstigsten. Auch bei den Destinationen gibt es massive Preisunterschiede. Für Flüge nach Italien bezahlen Reisende 2023 um bis zu 68 Prozent mehr als 2022. Die teuersten Zielflughäfen sind Florenz, Genua und Bologna. Auch Flüge in die Türkei ziehen stark an: Um beliebte Urlaubsziele wie Antalya, Bodrum oder Izmir zu erreichen, muss man rund 50 Prozent mehr bezahlen. Wer günstig verreisen möchte, der sollte sich innerhalb Europas auf einen Städtetrip einlassen. Flüge nach Oslo, Zagreb oder Sofia zum Beispiel sind 2023 sogar billiger als 2022. Doch soll es in die Ferne gehen, dann sollte man das Reisebudget genau planen. Wer nach Südamerika, Südafrika, Japan oder Südkorea will, der muss rund die Hälfte mehr bezahlen als noch vor einem Jahr. Flüge in die USA bleiben im Vergleich günstig. Wer nach Las Vegas (Nevada) oder Orlando (Florida) möchte, der ist 2023 sogar günstiger dran als im Vorjahr. Heuer gilt: Je flexibler man ist, desto besser ist es für die Geldbörse. „Wer an Reisetagen bucht, die nicht in den Ferien liegen, der spart Geld. Pauschalreisende mit schulpflichtigen Kindern, die an Ferientermine gebunden sind, sollten ihren Urlaub auf jeden Fall rechtzeitig planen. Die meisten Veranstalter bieten hier Frühbucher-Rabatte an", so der ADAC.

Ab in den Urlaub

Im Sommer wird es wieder voll in Wien-Schwechat: Der Flughafen erwartet laut einer Aussendung einen „regen Sommerverkehr". Am 26. März tritt der neue Sommerplan in Kraft, der bis 29. Oktober gültig ist. Man setzt auf mehr Destinationen in Europa und verstärkte Flugfrequenzen zu Destinationen am Mittelmeer. Langstrecken-Direktflüge kehren wieder ins Programm zurück. Insgesamt beinhaltet der neue Flugplan 190 Destinationen, von Barcelona über Rom bis nach Delhi. „Die angebotenen Sitzplatzkapazitäten werden im Sommer bei etwa 90 Prozent des Vorkrisenniveaus liegen", erklärt Julian Jäger, Vorstand der Flughafen Wien AG.
Neue Ziele fliegt Österreichs Home Carrier Austrian Airlines an. Im Angebot sind die Küstenstadt Porto in

Jan Vašek from Pixabay

Portugal, die Hafenstadt Marseille in Frankreich, der Geburtsort der Lego-Steine Billund in Dänemark und die jüngste Stadt in der Boka-Bucht von Montenegro, Tivat. Diese vier Ziele werden jeweils bis zu drei Mal wöchentlich ab Wien angeflogen. Darüber hinaus ist auch die Hauptstadt der italienischen Insel Sizilien, Palermo, im Linien-Sommerflugplan aufgenommen worden. Außerdem wird die Verbindung nach Vilnius, die architektonisch sehr ansprechende Hauptstadt von Litauen, die bereits vor der Corona-Pandemie Bestandteil des Austrian-Streckennetzes gewesen ist, wieder angeboten. Palermo und Vilnius werden wie die vier anderen Neuzugänge drei Mal pro Woche angeflogen. Norwegens Nordlicht-Metropole Tromsø wird im Sommer zwischen Juni und August jeweils einmal wöchentlich bedient. „Das Wachstum um vier neue A320neo Flugzeuge wird im Sommerflugplan sichtbar. Mehr Flugzeuge ermöglichen auch mehr Destinationen. Das Austrian Team hat bewiesen, dass wir ready to fly sind. 2023 gehen wir somit ambitioniert ins Rennen", so Austrian Airlines-CCO Michael Trestl. Man will damit wettbewerbsfähig bleiben.



Viel Geduld brauchte man letzten Sommer in Amsterdam-Schiphol

Nonstop auf der Langstrecke

Die krisengebeutelte Langstrecke hat sich erholt. Neben insgesamt 43 Destinationen und knapp 300 wöchentlichen Flügen ans Mittelmeer hat auch diese im kommenden Sommer was zu bieten. Es gibt wieder Nonstop-Flüge nach Los Angeles und Tokio. Chicago, New York, Washington, Montreal, Shanghai und Bangkok stehen Passagieren ganzjährig zur Verfügung.
Die irische Airline Ryanair bietet 10 Prozent mehr Angebot als im Vorjahr. Im Sommer 2023 gibt es mehr als 800 wöchentliche Flüge. Die Neuzugänge der heurigen Reisesaison sind Kopenhagen, Helsinki und die Industriestadt im Nordosten von Bosnien und Herzegowina – Tuzla. Eine Frequenzaufstockung gibt es auf über 30 Sonnen- und Städtereiseziele. Es heißt damit häufiger „Ab in den Süden", mit Reisen nach Barcelona, Ibiza, Mailand, Rom und Venedig. Ryanair stationiert insgesamt 19 Flugzeuge in Wien.
Ab Mitte Juni fliegt Wizz Air mit sechs topmodernen A321neo ab Wien. Sie steuern neu Bilbao, Kuwait City und Hurghada an. In den letzten Monaten hat die Airline stark in Richtung Osten expandiert und die Strecken Riad, Dammam, Jeddah, Abu Dhabi, Dubai, Eriwan, Kukes eingeführt, aber auch London-Gatwick und Madeira. Im Sommer bietet Wizz Air außerdem Routen nach Sharm El Sheikh, Chania, Korfu, Zakynthos, Dubrovnik und Split an. Insgesamt fliegt Wizz Air ab Österreich diesen Sommer 39 Destinationen in 26 verschiedenen Ländern an.
Azerbaijan Airlines verbindet ab Mai Wien mit Baku, zwei Mal die Woche kann man dann von Wien in Aserbaidschans Hauptstadt fliegen. Air Cairo hebt neu nach Marsa Alam, Air Algérie saisonal nach Algier ab. Mit Condor sind über den Sommer die beliebten Urlaubsinseln Mallorca, Kreta und Rhodos erreichbar. Bereits seit Februar gibt's dank Air India wieder Direktflüge nach Delhi.

Viel los am Flughafen

Um dem erwarteten Andrang an Fluggästen gewachsen zu sein, stockt der Flughafen zurzeit Personal auf. Priorität habe auch in diesem Sommer eine hohe Servicequalität: „Wir wollen weiterhin zur Spitze der pünktlichsten Hubs in Europa gehören, und dafür nehmen wir 350 zusätzliche Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter im passagiernahen Bereich auf. 2022 waren wir drittpünktlichster und im Jänner sogar zweitpünktlichster Hub in Europa, diese Position wollen wir auch künftig verteidigen", so Jäger. Österreich ist in Sachen Pünktlichkeit wohl

Martin Gross



Großer Ansturm auf Flughäfen: Der Tourismus hat die Coronakrise beinahe überwunden



Mit leichtem Gepäck zu reisen sorgt für weniger Warteschlangen

eher die Ausnahme: Fast jeder dritte Europa-Passagier war 2022 verspätet. Für 244 Millionen Menschen also hieß es entweder „delay" oder „cancelled". Flüge gelten übrigens als „unpünktlich", wenn sie mehr als 15 Minuten nach Plan starten. Während in Österreich (noch) keine Probleme betreffend Personal gesehen werden, sieht man in Deutschland den bevorstehenden Tatsachen ins Auge: Man braucht mehr Leute. Neben Personalstreiks, die zu Verzögerungen führen werden, wird auch bereits prognostiziert, dass der Fachkräftemangel weiterhin ein gravierendes Problem sein wird. Angeblich sorgt aber auch der Flugzeugmangel für Probleme. Brancheninsider behaupten, am Markt würden über 12.000 Flugzeuge fehlen. So soll es eine Warteliste für diese Anzahl von Maschinen geben, was zu höheren Ticketpreisen führen würde. Das sind aber nur Gerüchte. Doch die Hochsaison kommt bestimmt. Gerade zu Ostern und im Sommer wird erwartet, dass auf den Flughäfen ein ganz schönes Gedränge herrschen wird. Wir Österreicher als auch unsere deutschen Nachbarn wollen verreisen. Und das, obwohl wir alle mit höheren Lebenshaltungskosten zu kämpfen haben. Viele zieht es in den Süden – per Flugzeug. Nach der coronabedingten Reiseabstinenz und den eindringlichen „stay at home"-Parolen wollen die Menschen wieder in die Ferne schweifen. Die Fluggesellschaften erhöhen deshalb das Angebot. Vor allem im Europaverkehr und auf Interkontinentalstrecken, wie man ja auch am Flughafen Wien-Schwechat gut sehen kann.

Holprige Lage

Insgesamt bleibt die Zahl der in Deutschland angebotenen Sitzplätze aber um zwölf Prozent hinter der von 2019 zurück, dem letzten normalen Jahr vor der Corona-Pandemie. Im restlichen Europa ist der Corona-Einbruch praktisch ausgeglichen. Die Drehkreuze der Lufthansa, die Flughäfen Frankfurt und München, profitieren vom wachsenden Europa- und Interkontinentalgeschäft und den Zubringerflügen der Lufthansa. Die meisten anderen Flughäfen wie Köln/Bonn, Düsseldorf, Stuttgart und Berlin wachsen zwar auch, aber schwächer. „Auch setzen sich die deutschen Bundesbürger lieber in Videokonferenzen oder fahren mit der Bahn und dem Auto zu Terminen, statt innerdeutsch zu fliegen", schreibt die *Morgenpost*.
Der Branchenverband „Iata" erwartet bei den europäischen Airlines Passagierzahlen, die etwa 90 Prozent des Vorkrisenniveaus abdecken. Auch der Deutsche ist sehr motiviert zu verreisen. Die Reiselaune scheint ungetrübt. „Reisebüros und Reiseveranstalter sind mit Volldampf in dieses Jahr gestartet", sagt der Präsident des Deutschen Reiseverbandes (DRV), Norbert Fiebig. Im Januar buchten unsere Nachbarn für mehr als drei Milliarden Euro in Reisebüros oder online. „Der Buchungsumsatz

Tobias Rehbein from Pixabay, Orna Wachman from Pixabay



Bretagne/Frankreich: Rosa Granitküste © Rico Ködder - stock.adobe.com

Höhepunkte Sachsens: Dresden - Leipzig

+ Residenzschloss Dresden & Galerie Alte Meister
+ Ausflug nach Bautzen/Oberlausitz

17. - 21.5.2023 Bus inkl. Zubringer ab Wien, *** und ****Hotels/NF, Eintritte, RL **€ 1.005,–**
„La Bohème“ *Semperoper Dresden* *ab € 132,–*

Normandie - Bretagne - Loireschlösser

8. - 19.7., 15. - 26.7., 29.7. - 9.8.2023 Flug ab Wien, Bus, *** und ****Hotels/tw. HP, Verkostungen, Bootsfahrten, Eintritte, RL **€ 2.520,–**

Bordeaux - Périgord - Südfrankreich

UNESCO-Welterbe vom Feinsten
+ Besuch der Höhlen Lascaux und Pech Merle
+ Pyrenäen-NP - Dordogne- und Vézère-Tal
+ Austern in Arcachon und Käse in Roquefort

13. - 23.7., 9. - 19.9., 21.9. - 1.10.2023 Flug ab Wien, Bus, *** u. ****Hotels/tw. HP, Eintritte, Verkostungen, RL **ab € 2.750,–**

Spanien: Baskenland

Naturschönheiten und kulturelle Highlights in Spaniens grünster Ecke

15. - 23.7.2023 Flug ab Wien, Bus, meist ****Hotels/meist HP, 2 Nächte im Parador/HP, Bootsfahrt, Eintritte, RL **€ 2.370,–**

Azoren

São Miguel - São Jorge - Pico - Faial

9. - 19.8., 23.8. - 2.9., 15. - 23.9., 22. - 30.9., 29.9. - 7.10.2023 Flug ab Wien, Kleinbus, *** und ****Hotels/NF und 4x Abend- sowie 2x Mittagessen, Eintritte, RL **ab € 2.190,–**

Baltikum RundReise

Estland - Lettland - Litauen
Drei Länder - drei völlig verschiedene Charaktere

8. - 16.6., 22. - 30.7., 17. - 25.8.2023 Flug ab Wien, Bus, ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **ab € 1.690,–**

Nord- und Ostfriesland - Nordsee RundReise

+ Inseln Sylt, Hallig Hooge & Spiekeroog
+ UNESCO-Weltnaturerbe Wattenmeer

10. - 17.7., 14. - 21.8.2023 Flug ab Wien, Bus, Schiff, *** und ****Hotels/5x HP, Wattwanderung, Eintritte, RL **€ 1.980,–**

Große Polen RundReise

UNESCO-Weltkulturerbe von d. Hohen Tatra bis zur Ostsee

17. - 29.5., 14. - 26.7.2023 Bus ab Wien, *** u. ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **€ 2.130,–**

Albanien RundReise

+ Besuch des Ohrid Sees in Nordmazedonien, UNESCO-Weltkultur- und Weltnaturerbe
+ UNESCO-Weltkulturerbe Gjirokastër, Berati und Butrinti
+ Apollonia - antike Stadt u. Marienkloster

3. - 10.6., 27.10. - 3.11.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, meist ****Hotels/HP, Eintritte, RL **€ 1.490,–**

Große Rumänien RundReise

Bukarest - Siebenbürgen - Maramures - Moldauklöster

18. - 27.5., 5. - 14.8.2023 Flug ab Wien, Bus, meist ****Hotels/HP, Weinkost, Eintritte, RL **€ 1.490,–**



Kneissl Touristik Zentrale Lambach, zentrale@kneissltouristik.at,
☎ 07245 20700, www.kneissltouristik.at



Chaotisch: Fast jeder dritte Europa-Passagier war 2022 verspätet

übertrifft das Vorkrisenniveau von Januar 2019 sogar um zwölf Prozent", verkündet das Verbraucherportal „Chip365".
Mehr Angebot und mehr Reisende, weil die Reisebeschränkungen weggefallen sind, bedeuten mehr Ansturm an den Flughäfen, und somit werden mehr helfende Hände gebraucht. Man muss sich wohl wieder auf Wartezeiten an den Flughäfen einstellen. Denn Mitarbeiter zu finden, ist nicht einfach. Die Branche versucht, dieses Problem in den Griff zu bekommen, das weitreichende Folgen haben kann, wie wir 2022 gesehen haben oder gar am eigenen Leib erfahren mussten. Wir erinnern uns noch an unschöne Szenen von überfüllten Flughafen-Terminals. „Die Personalsituation ist nach wie vor angespannt", wie Jost Lammers, Präsident des Bundesverbands der Deutschen Luftverkehrswirtschaft, sagt. Eine Garantie für einen weitgehend reibungslosen Reisesommer wolle er nicht geben.

Dringend Mitarbeiter gesucht

Fluggäste, die stundenlang am Check-in stehen und ihre Flüge verpasst haben. Maschinen, die nicht entladen worden sind und mit alten Koffern, aber neuen Passagieren losgeflogen sind, oder aufgestapelte Kofferberge. Das alles soll es nicht mehr geben. „Um den Passagieren ein möglichst reibungsloses Reiseerlebnis bieten zu können, bereitet sich die Branche seit Monaten intensiv auf die bevorstehende Reisesaison vor", sagt BDL-Präsident Lammers, im Hauptberuf Chef des Flughafens München. Die Luftverkehrsbranche hatte während der Pandemie, als der Flugverkehr weitgehend eingestellt war, in großem Stil Personal gestrichen, das sich dann andere Jobs gesucht hat. Dumm gelaufen.
„Die Unternehmen bemühen sich darum, Personal einzustellen, damit es zu keinen Engpässen kommt. Aber der Markt ist schwierig, der Wettbewerb um Mitarbeiter auch im europäischen Ausland groß", sagt Lammers. 2022 hat man in Deutschland versucht, türkische Abfertigungskräfte anzuwerben, um so die Personallücken zu stopfen. Gekommen sind weniger als 100. Die Bürokratie und die Zugangsbeschränkungen machen es schwer, Mitarbeiter aus dem Ausland anzuheuern. „Das neue Arbeitskräftezuwanderungsgesetz, das die Bundesregierung gerade vorbereitet, sollte die Lage künftig vereinfachen. Saisonbeschäftigten von außerhalb der EU soll es demnach erlaubt sein, mit einer Sondergenehmigung sechs Monate in Deutschland zu arbeiten", wie BDL-Hauptgeschäftsführer Matthias von Randow sagt.
Es ist eine einfache Rechnung: Je mehr Leute sich auf dem Flughafen tummeln und je weniger Mitarbeiter es gibt, umso schwieriger sind die Abläufe an den Flughäfen umzusetzen. Außer man investiert in Technik. Dann könnten die Warteschlangen dauerhaft reduziert werden. Die Sicherheitskontrollen könnten beispielsweise durch moderne CT-Scanner beschleunigt werden. Sie durchleuchten Gepäck mehr als doppelt so schnell wie die alten Röntgengeräte. Auch die Digitalisierung soll an Europas Flughäfen vorangetrieben werden, damit Ticket, Ausweis und Boardingpass nicht mehrmals pro Passagier kontrolliert werden müssen. Dabei könnte ein biometrisches Verfahren helfen: Das System erkennt den Fluggast und lässt ihn passieren. In Frankfurt, Hamburg und München wird diese Technik derzeit getestet.
Wer doch von kurzfristigen Annullierungen und massiven Verspätungen betroffen ist, kann Entschädigungszahlungen beantragen. Entweder selbst oder via Dienstleister, wie beispielsweise „EU Claim", „Airhelp", „Flugrecht.de" oder „Flightright".

Planung bedeutet weniger Stress

Damit der Sommerurlaub entspannt beginnen kann, sollte man grundsätzlich zwei Dinge beherzigen: 1. Online bzw. am Tag vor der Abreise selbst einchecken und 2. nur ein Handgepäckstück pro Person mit auf die Reise nehmen.
Das klingt jetzt vielleicht wenig, aber dadurch kann man wirklich lange Warteschlangen am Check-in und dann später am Kofferband vermeiden. Und man erspart sich, den Riesenkoffer von A nach B zu hieven. Außerdem ist weniger einzupacken. Ein gutes Argument, um sich am Urlaubsort eventuell ein paar nette Mitbringsel zu gönnen. In diesem Sinne: Einen schönen Urlaub! ■

Michael Gaida from Pixabay

Österreich Werbung



Foto: ÖW/Michael Stabentheiner

Jetzt anmelden!
2. Mai 2023
Austria Center Vienna

#oett23

Österreichischer Tourismustag

Wie kann Österreich zu einer der nachhaltigsten Tourismusdestinationen weltweit werden? Warum ist diese Transformation auch eine große Chance? Und welche Rolle spielt die Digitalisierung in diesem Prozess? Darum dreht sich der Österreichische Tourismustag 2023 unter dem Motto „Nachhaltigkeit als Dauergast" am 2. Mai 2023 in Wien. Im Austria Center Vienna erwarten Sie namhafte Speaker, spannende Keynotes, innovative Lösungen und praktische Anschauungsbeispiele rund um die Zukunft des Tourismus. Der Eintritt ist frei!

Der Österreichische Tourismustag 2023 wird gemeinsam vom Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft (BMAW), der Wirtschaftskammer Österreich (WKÖ) und der Österreich Werbung veranstaltet.

Im Rahmen des ÖTT 2023 wird auch der Young Talents Award vergeben. Der Innovationswettbewerb sucht nach innovativen Ideen für das Zusammenspiel von natürlichen Schutzräumen und touristischem Erlebnis und bietet dem touristischen Nachwuchs Gelegenheit zur Vernetzung mit der Branche.

Gestalten wir gemeinsam die nachhaltige Zukunft des Tourismus!

Jetzt anmelden: www.tourismustage.at

austriatourism.com

Fahrt ins Ungewisse

Die Kreuzfahrtindustrie hat massiv zu kämpfen. Sowohl die Nachwirkungen der Pandemie als auch der stetig wichtiger werdende Nachhaltigkeitsaspekt sorgen dafür, dass die Branche umdenken muss. Doch der schmale Grat zwischen einer tatsächlichen Klimaschutzstrategie und Greenwashing scheint schmal zu sein.

TEXT: Larissa Bilovits



Grünflächen, Aquaparks, Joggingstrecken – keine Seltenheit auf modernen Schiffen

unsplash

Wer heutzutage eine Kreuzfahrt plant, wird von so manchem Mitmenschen vermutlich verächtliche Blicke ernten. Durchaus zu Recht. Kreuzfahrtschiffe sind eine der größten und gleichzeitig unnötigsten Klimaschänder des Planeten. Und das ist in den meisten Köpfen mittlerweile angekommen. Dementsprechend stehen die Cruising-Unternehmen unter massivem Druck, etwas zu ändern. Kaum eine Werbekampagne für Kreuzfahrten kommt noch ohne den Nachhaltigkeitsaspekt aus. Doch neben dem allgemeinen Imageschaden der Branche aufgrund der Klima-Diskussion setzte auch die Corona-Pandemie dem Geschäft schlimm zu. Kann sich die Kreuzfahrtindustrie von all dem überhaupt noch erholen?

Aufschwung in Sicht?

Trotz aller Umweltsünden erlebte die Kreuzfahrtindustrie vor der Pandemie einen Boom. So nahmen allein 2018 rund 136.000 Österreicher an einer Hochseekreuzfahrt teil. Dann kam der Einbruch: 2020 waren laut dem Statistischen Bundesamt Deutschland rund 93 % weniger Passagiere als im Vorjahr auf hoher See unterwegs. Kein Wunder, war doch die Verunsicherung aufseiten der Menschen angesichts der Unvorhersehbarkeit der Situation groß. Aber auch wenn die Kreuzfahrtindustrie ausgeklügelte Sicherheitskonzepte versprach – gab es dann doch einen Infizierten an Bord, verwandelten sich die kleinen Kabinen in Quarantäne-Fallen. Zudem gab es gerade in den Anfangszeiten der Pandemie kaum vorhersehbare Reisebestimmungen, die sich nicht nur ständig änderten, sondern sich auch von

Land zu Land unterschieden. So war es keine Seltenheit, dass Kreuzfahrtrouten nicht wie geplant stattfinden konnten, da die Schiffe in so manchem Hafen nicht anlegen durften. Ganz zum Ärger der Passagiere natürlich, die sich beispielsweise auf einen Zwischenstopp in Marokko freuten – und natürlich auch dafür bezahlten –, sich letztlich aber mit dem Unterhaltungsprogramm an Bord zufriedengeben mussten.
Doch all dem Schaden der letzten Jahre zum Trotz rechnen Branchenexperten damit, dass Kreuzfahrten in den kommenden Jahren wieder einen Aufschwung erleben. So liegt etwa die Prognose des weltweiten Umsatzes für 2023 bei rund 24,52 Milliarden Euro – zum Vergleich: Im ersten Pandemie-Jahr 2020 waren es gerade einmal 2,95 Milliarden Euro.



Die schwimmenden Riesen belagern Häfen auf aller Welt

Klimasünder

Besonders beliebt ist seit Jahren der Anbieter MSC Kreuzfahrten. Laut einer Erhebung der Statista zur Kundenzufriedenheit österreichischer Kreuzfahrturlauber (2023) erreichte MSC etwa einen Wert von 7,2 auf einer Skala von 1 („Katastrophal") bis 10 („Herausragend"). Knapp dahinter befinden sich Tui Cruises mit 7,15 und Norwegian Cruise Line mit 7,02 Punkten.
Die Angebote sind je nach Unternehmen durchaus unterschiedlich, zwei Sachen haben aber fast alle Anbieter gemeinsam: Einerseits werden in den letzten Jahren immer größere Ozeanriesen gebaut. Ein Kreuzfahrtschiff ist nämlich längst mehr als nur ein schwimmendes Hotel. Zwischen Kabinen, die je nach Budget mehr oder weniger Luxus bieten, und zahlreichen kulinarischen Angeboten finden sich mittlerweile Basketball-, Fußball- oder Tennisplätze, ganze Hochseilgärten und Kletterwände oder Aquaparks mit spektakulären Rutschen für Klein und Groß. Auch Golfplätze, Joggingstrecken oder riesige Grünflächen sind längst keine Seltenheit mehr.
Andererseits – und hier spielt Punkt eins entschieden hinein – sind Kreuzfahrtschiffe eine massive Belastung für die Umwelt. So hinterlässt ein einziger dieser Hochseetrips einen 36-mal größeren ökologischen Fußabdruck als eine Urlaubsreise mit der Bahn, wie der deutsche Naturschutzbund (NABU) aufschlüsselt. Selbst eine vergleichbare Reise mit dem Flugzeug verursacht nur ein Drittel der Emissionen eines Kreuzfahrtschiffes. Und dieser Umstand ist mittlerweile jedem bewusst. Kreuzfahrten sind heutzutage „out". Vor allem bei den jüngeren Generationen. Kein Wunder also, dass Kreuzfahrt-Unternehmen mit allen Mitteln versuchen, dieser Bewegung entgegenzuwirken. Selbst wenn das massives Greenwashing bedeutet. Fakt ist nämlich: Bis Kreuzfahrten klimaneutral werden, wird noch gehörig Zeit vergehen. Falls das überhaupt jemals passiert. Trotzdem hält das die Anbieter nicht davon ab, einen – mehr als optimistischen – Zukunftsblick zu wagen.

Zukunftsversprechen

So beschäftigt sich etwa auch die neueste Markenkampagne der MSC Cruises mit der „Zukunft der Kreuzfahrt". In über 30 Märkten, darunter auch Österreich, Deutschland und die Schweiz, versucht man, in einem – durchaus heiklen – Werbespot, auf das langjährige Engagement der Marke für Nachhaltigkeit hinzuweisen. So sieht man in dem einminütigen Clip zunächst einen Mann, der vor dem Modell eines MSC-Kreuzfahrtschiffes steht. Nachdenklich starrt er auf einen Zettel vor sich, auf dem „Was können wir besser machen?" geschrieben steht. Es folgen zahlreiche Ideen, wie MSC künftig in Richtung Klimaneutralität gehen könnte – bildlich unterlegt mit schnellen Schnitten und groß inszenierten Bildern. So versucht das Unternehmen zu vermitteln, dass bereits sehr viel zum Klimaschutz getan wird – und etwa die Lichter des Schiffes abschaltet, Wasser aufbereitet, leisere Schiffe verwendet werden. Alles mündet in dem Slogan „MSC Cruises – Entdecken Sie die Zukunft der Kreuzfahrten".
Lassen Sie sich das einmal auf der Zunge zergehen: Ein Unternehmen, das mit seinen Tankern jährlich unglaubliche Mengen an CO_2 in die Atmosphäre pumpt, die Meere vermüllt und das Landschaftsbild in sämtlichen Häfen der Welt nicht gerade verschönert, verspricht eine rosige Zukunft... ■

Pixabay

Diese Werbung säuft ab

Wir haben eines gelernt. Und ganz gleich, welcher Werbeexperte darüber gesprochen hat – die Botschaften waren immer gleich: Erstens, du sollst in der Werbung nichts beschönigen. Zweitens, du sollst den Konsumenten nicht für dumm halten. Drittens, du sollst in der Werbung auf keinen Fall lügen. Wer gegen diese drei Grundprinzipien verstößt, wer beschönigt, wer bescheißt, wer belügt – den bestraft der Markt. Dazu gibt es eine wunderbare Geschichte, die – ich habe das Dutzende Male in der Praxis erlebt – wahrhaftig stimmt. Eine gute Werbekampagne sorgt dafür, dass ein schlechtes Produkt noch viel schneller als sonst aus dem Markt verschwindet. Das heißt: wenn eine Agentur gute Werbung macht, aber das Produkt hält nicht, was es verspricht, dann ist das für die Firma auch von Vorteil.

Denn die gute Werbung wird dafür sorgen, dass Bewegung in die Sache kommt. Deren schlechtes Produkt wird schnell vom Markt verschwinden. Es gibt dazu auch ein ganz konkretes Beispiel, dass zwar schon viele Jahre alt ist, aber signifikant zeigt, wie gute Werbung ein schlechtes Produkt vom Markt drängt:

Der legendäre Werber Mariusz Jan Demner entwickelte eine Kampagne für ein Milchprodukt, das unter dem Titel „Die leichte Muh“ lief. Es war ein wunderschönes, sympathisches Werbeereignis mit einer grinsenden Kuh, das uns ein bisschen an La vache qui rit (die französische Kuh, die lächelt) erinnerte. Die leichte Muh in einer Mini-Glasflasche war so schnell vom Markt weg, so schnell konntest du gar nicht schauen:

EIN KOMMENTAR VON CHRISTIAN W. MUCHA

Denn Demners tolle Werbung hat das nicht marktgerecht produzierte Produkt vom Markt gedrängt. Ein äußerst interessantes Phänomen.

All dies sollte man wissen, wenn man über die neue Werbung der MSC nachdenkt. Da werden Fragen gestellt. Zum Beispiel die Fragen: Ob man klimaautark sein kann. Jedes Kind weiß, dass so ein Koloss niemals klimaautark werden wird. Und selbst wenn du Sonnensegel entwickelst. Zweitens: Auch die Aufnahmen rund um das Schiff sind schlecht, denn sie zeigen rund um das Schiff einen dunkelblauen Halo. Irgendwie hat der Seher dieses Spots das Gefühl, dass das die mitgeschleppte Abwasserlacke ist, die den Giganten umgibt.

Du siehst das Monstrum und du kriegst Angst. Und da wird erzählt, was man in der Zukunft alles machen will, wie man alles hinkriegen will, und wie man alles bereinigen will.

Die Sache hat freilich einen Haken. Mir kommt das vor wie ein Ehemann, der seine Frau jahrelang geschlagen hat und ihr beim Nachtmahlessen im feinen Restaurant samt Blumen erklärt, dass ab jetzt alles anders wird, er immer zärtlich, gütig und nett zu ihr sein wird, und sie nie wieder damit rechnen muss, dass sie am nächsten Tag, wenn er sie besoffen malträtiert hat, mit einem blauen Auge ins Büro gehen muss, und sie viel Schminke braucht.

Es ist Schminke-Werbung. Es ist verlogene Werbung. Es ist unglaubwürdige Werbung. Und damit ist es schlechte Werbung. Und schlechte Werbung wird dafür sorgen, dass ein schlechtes Produkt, das nicht zukunftsträchtig ist, hoffentlich irgendwann einmal nicht mehr den Hafen von Venedig blockieren wird, sondern vom Markt verschwindet.

Denn diese Giganten sind politisch unkorrekt, unzeitgemäß. Und ja, das Abwracken ist keine gute Lösung, und viele Leute, die dort investiert haben, werden gigantisch viel Geld verdienen, aber Freunde: Das ist die Zeit, in der wir leben. Stellen wir uns ihr endlich. Blicken wir ins Angesicht. Und hört bitte damit auf, in der Werbung zu lügen. ■



Der neue Werbespot der MSC präsentiert sich doppelmoralisch

MSC Cruises Deutschland / YouTube

MVC RADFABRIK

KAUF A RADL | RENT A RADL | RICHT A RADL





Symbolfotos

ÜBER 100 E-BIKES SOFORT VERFÜGBAR!

JETZT NEU BEI MVC MOTORS: IHR ELEKTROFAHRRAD FÜR JEDE LEBENSLAGE

MVC Motors ist einer der größten Anbieter für Mobilität im Großraum Wien. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, unsere Kunden in einer wandelnden Zeit in allen Formen der Mobilität zu unterstützen. Mit der Eröffnung der **MVC Radfabrik** setzten wir einen weiteren Schritt in Richtung CO_2-Neutralität und alternative Beförderung! Für uns ist es wichtig, dass wir für jeden das richtige Mobilitätskonzept anbieten.

Wie bringen Sie das Radl in Ihr Unternehmen?

Mit der **MVC Radfabrik** ist das ganz einfach!
Alle anfallenden Kosten werden vom nutzenden Mitarbeiter getragen. Für die Firma fallen keine Kosten an! Während der Laufzeit kümmern wir uns – die **MVC Radfabrik** – darum, dass das Radl Ihres Mitarbeiters in Schuss gehalten wird. Wir holen es ab, lagern es gerne über die kalten Monate für Sie ein und machen es wieder frisch und fit für die neue Saison! Nach der Leasinglaufzeit hat Ihr Mitarbeiter die Möglichkeit, das Radl für einen kleinen Restwert zu kaufen.

IHR TEAM FÜR IHR E-BIKE.

www.mvcmotors.at

HAIBIKE

XLC

LAPIERRE

WINORA

MVC RADFABRIK

Guldengasse 1A, 1140 Wien
T +43 1 87811 531
E c.juranitsch@mvcmotors.at

Lebensgefühl am See

Eine Stadt am See bietet einfach mehr – vor allem, wenn der See einer der beliebtesten und wärmsten Badeseen Österreichs ist. In Klagenfurt verbindet der Lendkanal die schöne Renaissance-Altstadt mit dem Wörthersee.



Klagenfurt bietet den optimalen Ausgangspunkt für wundervolle Radtouren

Stabentheiner

Radtouren entlang der Stadtflüsse Glan und Sattnitz, rund um den Wörthersee oder am Drauradweg: Klagenfurt ist die ideale Homebase für Pedalritter. Für die Mountainbiker gibt es jetzt den ersten Singletrail Park am Falkenberg. Sehr trendig ist auch das baldige „Openwater Paradise Wörthersee“ für alle Paddler, egal ob SUP, Kajak oder Kanu. Seit Neuestem kann man verschiedene Ausflugsziele, Bäder, Bustickets und Stadtführungen einfach online mit der neuen All in ONE-App buchen. 2023 gibt es zusätzlich ein umfangreiches Event-Angebot zwischen junger Kultur, Klassik, Kulinarik und Sport.

Die Event-Highlights 2023 starten schon in der Osterzeit mit dem traditionellen Markt am Neuen Platz, bei dem spezielle Bräuche präsentiert werden. Für die Kulturfans wird die Reise ein tolles Erlebnis, da das 3. Klagenfurt Festival am 17. Mai mit Stars wie Tocotronic, Philipp Hochmaier, Ben Becker, Ursula Strauss, junger Pop-Musik und Performances startet.

Für die Radfans, die lieber gemütlich mit Blick auf den See in die Pedale treten, gibt es eine Rad und Schiff-Tour. Mit den Nextbike Leihrädern fährt man bis nach Velden, lässt das Rad stehen und schippert genüsslich mit dem Schiff retour.

Wer auf dem Rad lieber einen Adrenalinkick verspüren und den Berg hochstrampeln will, kann sich auf die Mountainbike-Strecken freuen, da sich Klagenfurt immer mehr als Geheimtipp für Mountainbiker mausert. Neben der Virunum-Tour, die sich über knapp 25 Kilometer streckt und auf einem der schönsten Aussichtsberge endet, den Magdalensberg, eröffnet Klagenfurt heuer im Frühjahr auch den ersten Singletrail Park am stadtnahen Falkenberg. Knapp sieben Kilometer naturgebaute Singeltrails warten auf geübte Trailfahrer. Der Spaßfaktor ist hier zu 100 Prozent gegeben.

Die Fortbewegung in Klagenfurt kann ganz einfach mit Tickets über die All in ONE App gebucht werden, egal ob Bustickets, Stadtführungen oder den Eintritt in Europas größtes Binnensee-Strandbad. So spart man sich das lästige Anstehen für Tickets an der Kassa. Klagenfurt schaut hoffnungsvoll in die Zukunft und erwartet 2023 einen positiven Tourismus. Die Zahlen der Ankünfte und Nächtigungen 2022 zeigen eine deutlich steigende Tendenz, nicht nur zu den coronabedingten „Rumpfjahren“ 2020 und 2021, sondern vor allem im Vergleich zum bisher besten touristischen Jahr in Klagenfurt 2019: Mit 229.000 Ankünften (+ 4 % zu 2019) und knapp 490.000 Übernachtungen (+ 12% zu 2019) von Jänner bis Dezember klopft Klagenfurt erstmals an der Grenze zu 500.000 Jahresnächtigungen. „Die guten Zahlen sollen nicht darüber hinwegtäuschen, dass es einiges an Entwicklungsarbeit zu tun gibt. Die Umsetzung eines multifunktionalen Veranstaltungszentrums auf der Messe ist für eine Verbesserung der Auslastungsquote übers Jahr gesehen essenziell“, erklärt Tourismus-Geschäftsführer Helmuth Micheler.

„Durch die Entzerrung der Hauptsaison im Sommer von Veranstaltungen wie dem IRONMAN in die Schultersaisonen durch den Tourismusverband gelingt hier eine Steigerung nicht nur der Zahlen, sondern auch der Wertschöpfung und der Preisdurchsetzung“, führt Wirtschafts- und Tourismusstadtrat Max Habenicht aus.

Mehr Informationen unter:
www.visitklagenfurt.at



Genussradfahren mit herrlichem Ausblick



Der Wappensaal beeindruckt mit seinen über 665 Wappen

Franz Gerdl, Gernot Gleiss

Abfahrt auf der Preislawine

Seit über 15 Jahren wird der österreichische Nationalsport als „Luxus“ bezeichnet. Und trotzdem sind die Pisten voll, und das nicht nur mit schneehungrigen Touristen, sondern mit Österreichern jeder Altersklasse. Sind wir einfach nur froh, ein Thema zu haben, über das sich breitenwirksam raunzen lässt? Oder reißen wir uns mit Schwung ein riesiges Loch ins Haushaltsbudget?

TEXT: Rosa Vogel



Teurer Spaß: Abwärts geht es maximal auf der Skipiste, die Preise steigen

Skifahren wird zum Luxussport“ – alle Jahre prangt diese Schlagzeile auf diversen Titelseiten und führt uns unweigerlich vor Augen, welch gähnende Leere doch in unserem „Otto-Normalverbraucher“-Portemonnaie herrscht. Nein, zu den oberen 10.000 gehören wir nicht. Auch nicht zu den unteren, aber unser Durchschnittsleben in einer Durchschnittssiedlung, in einem Durchschnittseinfamilienhaus samt Durchschnittshund und Durchschnittsauto lässt uns jetzt rational gesehen nicht daran glauben, dass wir uns auch nur irgendetwas leisten können, was das Etikett „Luxus“ trägt. Und doch packen wir jedes Jahr auf’s Neue unsere Durchschnittssippe in unseren Mittelklassewagen und kutschieren sie Richtung Skigebiet. Haben wir einfach eine ausgeprägte „Pfeif drauf“-Mentalität – oder ist es um uns und unsere Finanzen doch nicht so schlecht bestellt, dass wir den jährlichen Skiurlaub bestimmt nicht sausen lassen?

I wü’ Schifoan

„Skifahren ist das Leiwandste, dass man sich nur vorstellen kann…“ Über diese Zeile von Wolfgang Ambros’ Sporthymne lässt sich natürlich auch gerne streiten. Nicht nur, weil es tatsächlich in diesem Land Staatsbürger gibt, die sich lieber unter der Sonne des Südens rekeln, anstatt sich im Schnee zu wälzen. Sondern auch deswegen, da „Freitog auf’d Nocht montier’ i die Schi“ gut durchdacht sein will. In St. Anton in Tirol, dem größten zusammenhängenden Skigebiet Österreichs, kostet die Tageskarte heuer 67 statt 61 Euro.

Der Durchschnittspreis für einen 6-Tages-Skipass in Österreich in einem der Top-Skigebiete liegt bei 252,20 Euro. Und bekanntlich geht man ja als Familie nicht alleine auf die Piste. Also das Ganze mal vier gerechnet … Ja, da ist man schon mal einen guten Tausender und ein paar Zerquetschte los. Da ist aber noch keine Ausrüstung oder Unterkunft inkludiert und es sind auch keine hungrigen Bäuche gefüllt oder die trockenen Kehlen mit „Skiwasser“ benetzt. Das deutsche Skiportal „Snowplaza“ hat errechnet, dass ein Skiurlaub in den Alpen für eine vierköpfige Familie samt Anreise, Unterkunft, geliehener Ausrüstung, Liftkarten und

Oleksandr Pyrohov from Pixabay

Skikurs für die Kinder im Februar zwischen 3.000 und 5.100 Euro kostet. Gut, billig war der Spaß noch nie, aber irgendwann, so möchte man meinen, wird das finanzielle Eis des „Leistbaren“ doch ein wenig dünn…

Krisenbefeuerte Preislawine

Krisen befeuern die Preislawine natürlich. Nach harten Corona-Jahren sind inflationsbedingt die gestiegenen Personal- und Energiekosten daran schuld, dass es preistechnisch rapide nach oben geht. Obwohl wir mittlerweile alle wissen, dass Hotelbesitzer in Skiregionen gesalzene sechsstellige Coronahilfen kassiert haben: Billiger wird's für den Gast nicht mehr werden. Auch die globale Erwärmung spielt eine Rolle. Auch wenn noch kein „Klimakleber“ versucht hat, sich an der Piste anzupicken, heißt das nicht, dass man diesen wesentlichen Faktor außer Acht lassen darf.
Der Meteorologe Konstantin Brandes spricht auf Krone.at von einem extrem warmen Januar: „Der Auftakt 2023 war fernab der Normalität. Wir hatten Montagmittag 18,4 Grad Celsius in Bludenz – das ist ein neuer Januar-Rekord. Der alte stammt mit 18,1 Grad Celsius aus dem Jahr 1960.“ In der heurigen Saison lagen die Temperaturen zwischen 10 und 15 Grad in den Alpen. An Neujahr waren es sogar 20 Grad in der Schweiz. Vielerorts schmolz der Schnee schneller, als die Schnee-Kanonen die Hänge mit dem kostbaren Weiß befeuern konnten. In vielen Gebieten zogen sich nur noch weiße Bänder durch die Landschaft. Kaum eine Region entkam dem Tauwetter. Einige mussten den Betrieb sogar komplett einstellen, weil die Kosten explodierten und es einfach nicht mehr rentabel war. Die Skigebiete müssen immer mehr Geld investieren, damit ihre Pisten tatsächlich auch flächendeckend mit (Kunst-)Schnee bedeckt sind. Und das kostet Geld, viel Geld.

Sandstrand statt Berglandschaft

Die Energiekrise macht die Situation also im „Börserl“ auch nicht besser.



Rolf van de Wal from Pixabay

Unromantisch: Ist Winterurlaub bald nur den „Reichen & Schönen“ vorbehalten?

In mehreren Regionen musste man für den Winterurlaub rund 8 Prozent mehr berappen. Die Kosten werden über lang oder kurz auf die Skifahrer abgewälzt. Das Hobby wird ein teurer Spaß, obwohl man auf interne Sparprogramme und Frühbucher-Aktionen setzt. Die Ticketpreise ziehen auch diese Saison trotzdem dramatisch an. Verbraucherschützer kritisieren diesen Trend. Jahr für Jahr…
Die Folge, die aber nicht relevant zu sein scheint: Immer weniger Schüler besuchen Skikurse. Anfang der 1990er-Jahre nahmen noch rund 210.000 Schüler an Schulskikursen teil. Heute sind es um 30 Prozent weniger. Die Teilnahme an den Skikursen ist übrigens seit 20 Jahren nicht mehr verpflichtend. Die Zahl der Neueinsteiger geht seither konstant zurück. Durchaus ein Fehler, weil zu kurzfristig gedacht…
Dass viele Kinder in Österreich nicht mehr Skifahren lernen, wird früher oder später zu einem volkswirtschaftlichen Problem, denn dann geht es zukünftig nicht mehr auf die Berge, sondern ans Meer. Denn die Badehose ist günstiger als Ski, Skistöcke, Skianzug, Helm und Co… Den Volkssport, den sich keiner mehr leisten kann zu erlernen – eine negative Auswirkung des kontinuierlichen Preisanstiegs. Talwärts zeigt die Kurve in Sachen Preisgestaltung nicht. Für Teuerungen gibt es immer Argumente und Rechtfertigungen.

Fast ein Drittel in zehn Jahren

„Innerhalb von zehn Jahren sind die Preise für Liftkarten um fast ein Drittel gestiegen, die Inflation in diesem Zeitraum betrug aber nur 22 Prozent“, moniert Josef Kubitschek, der Geschäftsführer des Vereins für Konsumenteninformation (VKI) in Wien, die Preisentwicklung. Bereits vor Saisonbeginn haben laut einer Umfrage ein Viertel der potenziellen Winterurlauber angegeben, wegen steigender Kosten auf Ferien im Schnee verzichten zu wollen. Ein weiteres knappes Viertel machte sich Gedanken über Sparmaßnahmen. Diese Zahlen ermittelte das Institut Yougov in einer aktuellen Befragung im Auftrag des bayerischen Sportbekleidungsherstellers Schöffel.
Der Wintersport war schon immer ein energieintensives Vergnügen. Die Wintersportorte möchten sogar



Viele Investitionen: Die Ski-Ausrüstung ist kein Schnäppchen



Energiekrise: Liftbetreiber wollen Strom sparen

gerne Energie sparen, haben aber ihr Sparpotenzial laut eigenen Angaben bereits so gut wie komplett ausgeschöpft.
„Wir unternehmen schon lange große Anstrengungen, um die Technik ressourcenschonender zu machen", sagt Erik Wolf, Geschäftsführer des Fachverbands der Seilbahnen bei der Wirtschaftskammer Österreich in Wien. Der Energieverbrauch der österreichischen Seilbahnen soll bereits um 20 Prozent gesenkt worden sein, indem jährlich 500 Millionen Euro in Ausbau und Modernisierung investiert wurden. Der Strom der Seilbahnen vieler Skipisten wird inzwischen überwiegend aus erneuerbaren Energien erzeugt. Ebenfalls soll es moderne Beschneiungsanlagen geben, die energieeffizienter sind als die in den 80er-Jahren verwendeten Anlagen. Damals wurden für einen Kubikmeter Schnee rund sieben Kilowattstunden Strom verbraucht, inzwischen wird dank der neuen Maschinen deutlich weniger Strom benötigt. Die künstliche Beschneiung verbraucht aber auch viel Wasser.
Energiesparen bedeutet für Betreiber weiters, die Lifte langsamer laufen zu lassen, ihre Beleuchtung und die Sitzheizung einzuschränken und zum Händewaschen in den Lift-Toiletten nur noch kaltes Wasser laufen zu lassen. Also weniger Annehmlichkeiten für den Konsumenten. Man kriegt also nicht nur weniger Schnee, sondern weniger von allem für mehr Geld. Kein gutes Geschäft für den Ski-Fan.

Ist Skifahren noch das Leiwandste?

Vor all diesen Aspekten der Teuerung, die einem das Winter-Feeling samt Glitzerschnee und Bergpanorama dann doch vermiesen, stellt sich die Frage, wer denn nun noch auf den Pisten zu finden ist. Hat das Skifahren noch eine Zukunft? Bereits im 17. Jahrhundert warfen sich Menschen, die die Berge in ihrer Nähe hatten, bereits auf so etwas wie Skiern den Hang hinunter. Der erste Skiverein in Österreich ist 1901 in St. Christoph am Arlberg gegründet worden. Doch erst in den 1920er-Jahren erlebte der alpine Skisport seinen ersten großen Aufschwung. „Nach den beiden Weltkriegen investierten viele Länder in den Ausbau von Skipisten mit Seilbahnen und Skiliften und legten damit den Grundstein, dass Skifahren auch zum Breitensport werden konnte. Immer mehr Menschen begannen, die Piste runterzuwedeln – ob mit Ski oder mit Board", schreibt Eva Reisinger in einem Kommentar für „Die Zeit".
In etwa drei Millionen Österreicher und Österreicherinnen erfreuen sich am Pistenspaß, „denn beim Ski-Erlebnis geht es um weit mehr als nur den Sport. Dabei steht weniger der Leistungsgedanke (wie beim Wettkampfsport Ski Alpin) im Vordergrund, sondern die Bewegungserfahrung, das unmittelbare Naturerlebnis, soziale Kontakte und, als vorwiegend österreichische Unterhaltungsform, das Après-Ski." So beschreibt es zumindest Wikipedia.

NoName_13 from Pixabay, Ri Butov from Pixabay

In Österreich bezeichnet man Skifahren gerne als Kulturgut, Volkssport und Tradition. Ja, Tradition, die aber nur noch rund 20 Prozent der Österreicher jeden Winter begehen.
„Dass immer weniger Menschen skifahren, liegt nicht (nur) am Gedränge und andauernden Warten an den Liften oder an nervtötenden Touristen, ehrgeizigen Eltern oder schlechtem Wetter – sondern schlichtweg am Geld. Auf die Frage, warum sie nicht mehr skifahren, nannte fast die Hälfte der Befragten der Studie die Kosten eines Winterurlaubs als Hauptgrund. Viele Menschen können sich das Skifahren oder gar einen Skiurlaub einfach nicht mehr leisten. Ausrüstung, Tageskarte, Anfahrt und Unterkunft: Skifahren kostet viel Geld“, so Reisinger weiter. „Es war immer schon ein Angebot für den gehobenen Mittelstand, etwa für das obere Drittel“, sagt Tourismusforscher Peter Zellmann der österreichischen Rechercheplattform addendum. Abgesehen von den Liftkarten bedarf es ja auch noch viel Zeug. „1.000 Euro für eine komplette Skiausrüstung sind noch lange nicht die Nobelvariante, sondern eigentlich eher das unterste Limit“, heißt es auf dem Blog Alpen-Journal.



Gar nicht kinderleicht: Immer weniger Kinder lernen in Österreich Skifahren



Klimawandel: Wenn der Schnee schmilzt, schmelzen die Euros im Geldbörserl

Wellnesshotel statt Selbstversorgerhütte

Skifahren ist halt auch Prestige. Wenn man es sich leisten kann, tut man es, denn dann gehört man auch dazu… zur Oberschicht. Und da eifert man den Influencer-Schneehaserln nach, die von der Piste quasi direkt in die Sauna ihres 5-Sterne-Hotels hopsen. Früher hat es die Selbstversorgerhütte auch getan oder die alte Pension, samt Gangdusche und Stockbetten. Die Gulaschsuppe kam von „Inzersdorfer“, die Partys sind nicht in der Skihütte gefeiert worden, sondern im Gemeinschaftsraum. Damals war es auch für Eltern kein Problem, ihre Kinder mit der Schule auf Skikurs zu schicken. Es gab Förderungen. Skifahren war früher ein sozialer Sport. Eine gemeinsame Gaudi. Etwas, das verbindet. Mittlerweile entzweit das Skifahren eher, denn es hält einem vor Augen, wo man gesellschaftlich steht. Man bekommt oft das Gefühl, der Skiurlaub gehöre zum schicken Lifestyle einfach dazu, wie der Labrador zur vierköpfigen Familie. Klischeehaft, österreichisch, spießig.
Wenn man sich den Volkssport als Allgemeingut bewahren möchte, dann sollte sich wohl auch die Politik damit auseinandersetzen und einen Skipreisdeckel einführen. Es muss nicht immer weiter, schneller, moderner und luxuriöser werden. Mohnnudeln in der Skihütte zur Mittagspause müssen keine 14 Euro kosten. Warum? Weil sie ein paar Höhenmeter aufwärts besser schmecken? Ein bisschen weniger Chichi würde dem Budget und auch der Umwelt guttun. Denn wenn der Schnee schmilzt, schmilzt auch unsere Erinnerung daran, dass Skifahren irgendwann mal eine tolle Sache gewesen ist. ■

Pexels from Pixabay, Jörg Vieli from Pixabay

Eiskalt verjüngt

Die Ganzkörper-Kälte-Medizin bei -110° Celsius ist zu einem Megatrend geworden, wenn es um sportliche Höchstleistungen, Fitness oder Beauty geht. Und sie ist eine frische Chance, das Immunsystem auf Vordermann zu bringen.

TEXT: Ernst F. Müller



Kälte birgt viele überraschende Vorteile für die Gesundheit

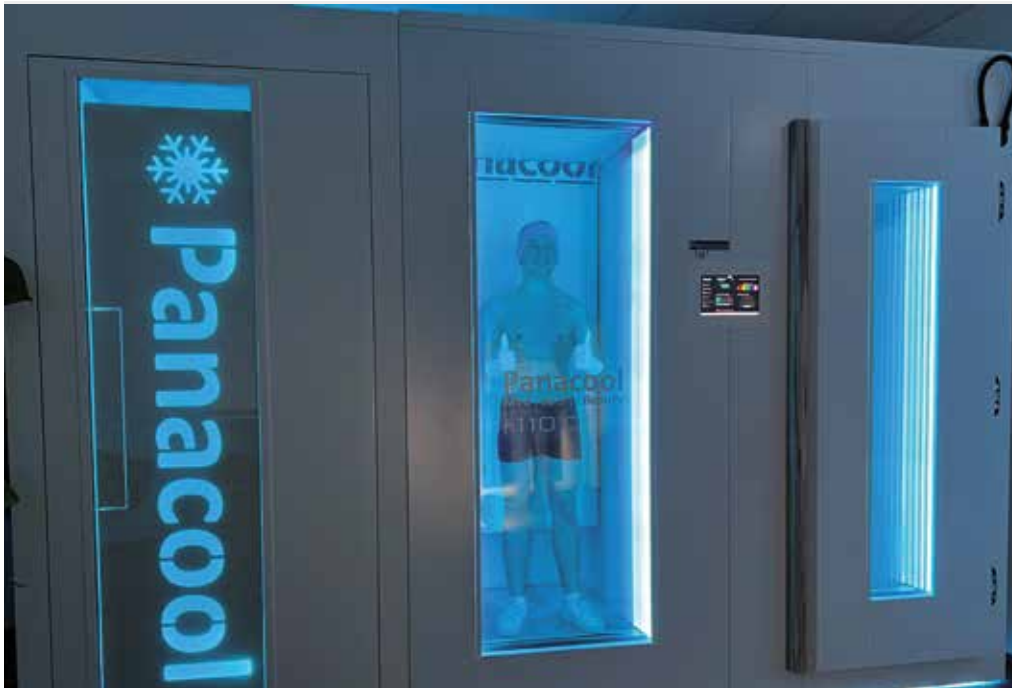
Die Kälte- oder Kryotherapie bezieht sich auf eine medizinische Anwendung von Kälte zur Behandlung verschiedener Erkrankungen. Dabei wird der Körper für kurze Zeit Temperaturen weit unterhalb des Gefrierpunktes ausgesetzt, um die betroffenen Bereiche zu behandeln.
Es gibt verschiedene Formen der Kryotherapie, darunter lokale Anwendungen wie Kältetherapie für Verletzungen, Schmerzen oder Entzündungen sowie Ganzkörperanwendungen wie Kältekammern oder Eisbäder. Vorausgeschickt sei aber, dass die Kryotherapie, obwohl sie als relativ sicher gilt, bei falscher Anwendung auch negative Nebenwirkungen haben kann wie Erfrierungen, Hautreizungen oder Blutdruckprobleme. Es ist daher wichtig, dass eine derartige Kältebehandlung von geschulten Fachleuten durchgeführt wird und dass Patienten vorherige medizinische Untersuchungen durchführen lassen, um mögliche Risiken zu minimieren.

Frieren für die Gesundheit

Gerade in Zeiten, in denen die Erwärmung des Weltklimas die täglichen

Pixabay, Panacool

Nachrichten beherrscht, sollten wir die Regelfähigkeit unseres Körpers wieder trainieren. Denn wir brauchen Herausforderungen, wie schon die Prinzipien der Naturheilkunde verlauteten.
Aber frieren für die Gesundheit? Zugegeben, sich einer Temperatur von -110° C auszusetzen, wirkt für die meisten von uns sicher nicht gerade kuschelig. Doch es gilt, die eigene Komfortzone zu verlassen und sich auf die revolutionäre Kältetherapie einzulassen. Kurze Besuche in einer frostigen Ganzkörper-Kältekammer sorgen nicht nur für eine Schmerzlinderung bei Rheumakranken, sondern sie wirken auch bei einer Vielzahl ganz unterschiedlicher Beschwerden. Rund 50 Anwendungsgebiete wie Rheuma, chronische Schmerzen, Migräne, Müdigkeit, Erschöpfung, Depression, Schuppenflechte, Schlafstörungen, Asthma, beginnende Demenz und noch viele andere sind heute bekannt und auch erforscht. Auch Anti-Aging-Effekte und eine Leistungssteigerung bei Sportlern von mehr als 18 Prozent konnten Forscher bislang bereits ausmachen. Auch Richard Lugner ist von der Kältetherapie begeistert. Der Senior-Baumeister gegenüber FAKTUM: „Es tut mir ausgesprochen gut. Ich fühle mich nach jeder Kälte-Behandlung deutlich erholter und beweglicher.“ Vielleicht ist das ein Geheimnis seiner überraschenden Agilität und geistigen Wachheit mit immerhin 90 Jahren. Die Kälte-Therapie kennt nämlich keine Altersbeschränkung. Lediglich gewisse Vorbelastungen können sich bei der Kältetherapie ungünstig auswirken, darunter Durchblutungsstörungen, Asthma oder Epilepsie. Daher ist es wichtig, vorab mit dem behandelnden Arzt bzw. der Ärztin zu besprechen, um Kontraindikationen zu vermeiden.



Rasche Schmerzlinderung durch kurze Besuche in einer Ganzkörper-Kältekammer

Gut auszuhalten

Die fast unglaublichen minus 110° C in der Ganzkörper-Kältekammer lassen sich sehr gut aushalten. Warum dies so ist, erklärt Manfred Pesek von Panacool, einem Hersteller derartiger Kältekammern. „Die -110° C lassen sich deshalb so gut aushalten, weil bei dieser Temperatur die Luft keine Feuchtigkeit mehr enthält und keine Luftströmung herrscht. Die extrem trockene Kälte wird von den Patienten gar nicht als solche wahrgenommen. Frostbeulen oder gar Erfrierungen gibt es keine. Ein Eisbad nach der Sauna fühlt sich in der Regel kälter an. Und: Bei -110° C schrumpft das Luftvolumen gegenüber der Kabinentemperatur um 45 Prozent. Deshalb nimmt man in der Kältekammer mit jeden Atemzug etwa die doppelte Menge an Sauerstoff auf.“
Hinzu kommt, dass die moderne Ganzkörper-Kältemedizin heute bereits auf Einzelanwendungen mit einer individuellen Anwendungszeit setzt. Pesek: „Die zunehmende Digitalisierung der Kältetherapie soll helfen, bei jedem einzelnen Anwender die maximal erreichbaren positiven Effekte auszulösen.“ Bei dieser Art der personalisierten Medizin werden unter anderem die vier Parameter Gewicht, Größe, Alter und Geschlecht berücksichtigt. Anhand dieser Eingaben errechnet eine Gesundheits- und Timing-Software mit Hilfe eines speziellen Algorithmus für jeden Besucher die individuell optimale Besuchszeit für die Kältekammer. Damit soll vor allem auch der Behandlungserfolg deutlich gesteigert werden. Und der Kunde kann auf Grundlage der objektiven Datenbasis ganz genau nachvollziehen, warum eine bestimmte Dauer der Anwendung und auch ein bestimmter Behandlungsrhythmus empfehlenswert sind.

Positiver Einfluss auf die Gefäße

Die Blutgefäße, die zum Teil nur ein Siebentel so dünn wie ein Haar sind, schlängeln sich in einer unvorstellbaren Länge von insgesamt rund 100.000 Kilometern durch den Körper. Sie versorgen die rund 100 Billionen Zellen eines Menschen mit überlebenswichtigem Sauerstoff und Nährstoffen. Gleichzeitig transportieren sie Giftstoffe wie Kohlendioxid aus dem Stoffwechsel ab. Die Wissenschaft weiß inzwischen, dass etwa 80 Prozent aller schweren Leiden durch Beeinträchtigungen in der Mikrozirkulation entstehen. „Schädigungen der kleinen Gefäße sind der Ausgangspunkt von großen Erkrankungen wie allgemeine Leistungsschwäche, Bluthochdruck, Diabetes, Schlaganfall, Herzinfarkt, Demenz und andere Erkrankungen des Gehirns“, so die angesehene American Heart Association.
Die Kälte-Medizin übt eine intensive Wirkung besonders bei der Förderung



In Österreich wird die Kryotherapie bereits von vielen Rehakliniken und Wellness-Betrieben angeboten



In Kältekammern purzeln auch die Kilos

der Mikrozirkulation im Körper aus, wie erste klinische Beobachtungen zeigen. So kann die moderne Hightech-Kältetherapie als physikalische Therapie dafür sorgen, dass die Mikrogefäße im Körper besonders geschmeidig und dehnbar bleiben. Durch den in der Einzelanwendung perfekt optimal gesetzten Reiz im extrem trockenen Sonderklima der Kältekammer ziehen sich die winzigen kleinen Blutgefäße zunächst zusammen. Nach dem Temperaturausgleich weiten sie sich wieder – sie werden also gleichsam trainiert und dadurch elastischer und durchlässiger. Dieser „Pumpeffekt" ist eine Gefäßtraining par excellence.

Im Glücksrausch der Hormone

Die Haut kribbelt angenehm, wohlige Wärme beginnt, durch den Körper zu strömen. Der intensive Ganzkörperkältereiz regt die Atmung an und Sauerstoff fließt vermehrt durch die Adern. Quasi ein Aufatmen geht durch den ganzen Körper. Insgesamt eine wohltuende, intensive körperliche Erfahrung, wie zahlreiche Patienten nach dem Besuch einer Kältekammer berichten.

Diese positiven Wirkungen macht man sich daher auch sehr erfolgreich in der Behandlung von Burnout zunutze, einer weiteren psychischen Erkrankung, bei der die Kälte helfen kann. Hin und hergerissen zwischen totaler Antriebslosigkeit und Überaktivität, fühlen sich Burnout-Patienten ständig so, als ob sie ein Auto wären, das mit Vollgas, aber mit angezogener Handbremse fährt. Man sollte nun meinen, dass die extreme Kälte den Stress, unter dem die Betroffenen leiden, noch weiter erhöht. Doch das Gegenteil scheint zu stimmen: Die Eiseskälte friert den Stress quasi ein. Wie die Kälteanwendungen diese Botenstoffe beziehungsweise Hormone auf ein normales Maß regulieren, ist noch nicht komplett erforscht. Dass es funktioniert, bestätigen die Anwender mit ihren lächelnden Gesichtern, wenn sie aus der Kältekammer kommen.

Ausdauer und Wachheit

Die Eiskammern haben in den letzten Jahren einen wahren Boom nicht nur im Bereich Medizin, sondern auch im Sport ausgelöst. Topathleten aus den unterschiedlichsten Sportarten frieren inzwischen für einen leistungsfähigeren Körper, eine straffere Haut, für intensive Fettverbrennung, mehr Ausdauer, einen gesunden Teint oder ein vielleicht längeres Leben.

Es ist daher nicht weiter verwunderlich, dass die Kryotherapie auch im Sport ein immer breiteres Anwendungsfeld findet. So überlegt etwa der Rennzirkus der Formel 1 die Aufstellung von Ganzkörper-Kältekabinen samt Aggregat weltweit an den Rennstrecken. Die Chef-Physiotherapeuten der einzelnen Teams gehen davon aus, dass eine Kälteanwendung die Konzentrationsfähigkeit und Wachheit der Piloten während der gesamten Renndauer permanent hochhalten kann. Damit

VIVAMAYR, Adobe Stock, Panacool

könnten dann beispielsweise auch im letzten Viertel eines Rennens die Anbremspunkte bei Geschwindigkeiten um 300 km/h noch exakt getroffen werden.

Kälte und Schönheit

Im Bereich von Schönheit und Beauty ist mit Erscheinen der Ganzkörper-Kältemedizin ebenfalls Goldgräberstimmung ausgebrochen. Vor allem die beeindruckenden Erfolge im Leistungssport haben viele Ästhetik-Experten dazu inspiriert, die Therapie mit der Eiseskälte einer breiten Öffentlichkeit auch als Schönheitsanwendung ans Herz zu legen.
Gewebestraffung, schnelle Regeneration, jugendliches dynamisches Aussehen, eine funktionierende Fettverbrennung – durchaus glaubhafte Werbe-Ikonen für diese verlockenden Versprechen gibt es viele. Hollywood-Stars wie Demi Moore, Lindsey Lohan oder Jennifer Aniston frieren beinahe täglich für mehr Schönheit.
Glaubt man den Betreibern von Kältekammern, wollen die meisten Kunden überflüssige Kilos an Bauch, Po und Oberschenkeln los werden. Denn wer regelmäßig in die Kältekammer geht, verbrennt beim folgenden sogenannten thermischen Ausgleich je nach Größe, Alter und Gewicht zwischen 500 und 1.000 Kalorien. Diese „After-Burn"-Phase kann bis zu sechs Stunden andauern. Bei diesem Nachbrennen schaltet der Stoffwechsel auf Maximalleistung, was die Fettverbrennung rapide hochfährt. In dieser Zeit sollte auf warme Kost verzichtet werden. Damit gibt man dem Körper die Chance, wieder von alleine auf „Normalnull" zu stellen. Letztlich kommt erst durch dieses kurzzeitige Fasten der hohe Kalorienverbrauch des Körpers im Rahmen der Kältetherapie zustande.

Frieren in Österreich

In Österreich wird die Kältetherapie von verschiedenen medizinischen Einrichtungen, wie zum Beispiel von Rehabilitationszentren, Kliniken oder



Manfred Pesek, Panacool: „-110° C lassen sich so gut aushalten, weil bei dieser Temperatur die Luft keine Feuchtigkeit mehr enthält"

auch von diversen Wellness-Einrichtungen, angeboten. Die Preise variieren ein wenig, im Schnitt muss man etwa 35 Euro für vier Minuten in einer Kältekammer kalkulieren. Wenn bestimmte Kälte- oder Wärmetherapien im Rahmen einer physikalischen Therapie von einem Arzt als Heilmittel verordnet werden, übernimmt die Österreichische Gesundheitskasse sogar die Kosten der Behandlung.
Bereits ein langjähriger Anbieter der Kryotherapie sind in Österreich die VIVAMAYR Medical Health Resorts in Altaussee beziehungsweise Maria Wörth. Hier hat man die Behandlung und Therapie nach Dr. Franz Xaver Mayr (FX Mayr-Kur) dem neuesten Stand der Medizin entsprechend adaptiert und eine neue Behandlungsform entwickelt: die Moderne Mayr Medizin. Dank dieser Methoden, die auch die Therapie in der Kältekammer einschließen, sollen die Gäste und Patienten in die Lage versetzt werden, neue Lebenskraft zu schöpfen und ihr Immunsystem gerade während und nach der Covid-Pandemie zu stärken. In den VIVAMAYR Medical Health Ressorts werden die Kurgäste zur Eingewöhnung zuerst für circa eine Minute bei minus 30-60 Grad in die „Vorkammer" geschickt. Danach geht es für bis zu drei Minuten bei minus 110 Grad in die eigentliche Therapiekammer. Durch den Kältereiz erfolgt, wie bereits erwähnt, eine intensive Reaktion des Körpers, welche eine umfassende Wirkung auf den Stoffwechsel zur Folge hat.
Leidenschaftliche Frierer sind also nicht nur fitter, leistungsfähiger und werden weniger oft krank. Sie können auch leichter ihr Gewicht halten oder sogar reduzieren. ■

KURZZEITTHERAPIE MIT LANGZEITWIRKUNG

Die Idee vom kurzfristigen Frieren in einer frostigen Kammer bei -110° C stammt ursprünglich aus Japan, wo traditionell extreme Reizbehandlungen therapeutisch genutzt werden, um Schmerzen zu lindern, das Immunsystem schnell und effektiv anzuregen und vor allem die Selbstheilungskraft zu stärken. So schickte der Rheumatologe Toshiro Yamauchi erstmals Ende der Siebzigerjahre schmerzgeplagte Patienten mit rheumatoider Arthritis in eine Kältekammer.

Nachhaltig wirtschaften für Wien

Die Wien Holding trägt maßgeblich dazu bei, die Nachhaltigkeitsstrategie der Stadt mitzugestalten und umzusetzen.



Das Containerterminal wird mit grüner Energie aus Wasserkraft versorgt

Die Wien Holding zählt nicht nur zu den größten Unternehmen in der Bundeshauptstadt Wien, sondern ist auch Impulsgeberin für maßgebliche Modernisierungs- und Entwicklungsprozesse in der Stadt.
Der Konzern trägt in hohem Maße dazu bei, die Nachhaltigkeitsstrategie der Stadt mitzugestalten und umzusetzen. Denn nachhaltig zu wirtschaften war und ist eine der Grundfesten der Wien Holding, wie viele der beispielhaften Projekte und Unternehmen des Konzerns zeigen.

„Für uns ist es Verantwortung und Verpflichtung zugleich, mit unseren zukunftsorientierten Projekten und Unternehmen einen Beitrag zur nachhaltigen Entwicklung des Wirtschafts- und Lebensraumes Wien zu leisten", so die Geschäftsführung der Wien Holding.

Hafen Wien: Vorreiter bei Nachhaltigkeit

Der Hafen Wien setzt auf Nachhaltigkeit: Der Containerterminal der WienCont, ein Tochterunternehmen des Hafen Wien, wird seit Anfang August 2018 mit 100 Prozent grüner Energie aus Wasserkraft versorgt und setzte damit den ersten Schritt in Richtung CO_2-Neutralität. Rund 160 Tonnen CO_2 pro Jahr können dadurch in Wien eingespart werden.
In Zusammenarbeit mit Wien Energie wurden am Hafenareal auch drei Photovoltaikanlagen errichtet, eine vierte ist bereits projektiert. Bis zum Jahr 2040 werden weitere 40 Millionen Euro in alternative Energien und weitere CO_2-reduzierende Maßnahmen am Standort investiert.

Kunst Haus Wien: Das Grüne Museum

Ausgehend von den zukunftsweisenden Ideen Friedensreich Hundertwassers zu Umwelt- und Gesellschaftspolitik schafft das Kunst Haus Wien einen einmaligen Ort, der Kunst und Ökologie verbindet. Regelmäßig werden Künstler*innen präsentiert, die sich mit Themen wie Nachhaltigkeit und Klimawandel kritisch und visionär auseinandersetzen. Auch im operativen Betrieb und im Arbeitsalltag wird auf ein nachhaltiges Handeln Wert gelegt. Im Jahr 2018 wurde das Kunst Haus Wien als erstes Museum mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet.

WIP: Smarter Klimaschutz macht Schule

Die WIP Wiener Infrastruktur Projekt GmbH, ein Unternehmen der Wien Holding-Tochter WSE Wiener Stand-

Eva Kelety

ortentwicklung, hat im Auftrag der Stadt Wien das Bauprojektmanagement unter anderem für Bildungserweiterungs- und -neubauten sowie Sanierungen im Wiener Stadtgebiet übernommen. Dabei wird auch besonderes Augenmerk auf die ökologische Optimierung der Schulen gelegt. So wurden bei der Schulerweiterung am Enkplatz eine Photovoltaikanlage und unterirdische Turnsäle in Null-Energie-Bauweise realisiert. Auch bei der Schulerweiterung in der Carlbergergasse hat die WIP im Rahmen einer Solarpartnerschaft eine Photovoltaik-Anlage von Wien Energie auf dem Dach errichtet. Damit können knapp 10 Tonnen CO_2-Emissionen pro Jahr eingespart werden.

WSE: Nachhaltige Stadtentwicklung

Die WSE Wiener Standortentwicklung GmbH realisiert wichtige Stadtentwicklungsprojekte in Wien. Sie entwickelt gesamtheitliche Konzepte und sorgt für die nachhaltige Umsetzung. Ein gutes Beispiel für die Arbeit der WSE ist das Projekt „Eisring Süd". Die bestehende Sportanlage in Favoriten wurde energieeffizient und klimafreundlich saniert und um eine Sport- und Fun-Halle erweitert. Neben der Wärmeisolierung der Eishalle wurden unter anderem Lichtkuppeln verbaut, die die sommerliche Hitze abhalten und im Winter den Heizwärmebedarf senken. Die Abwärme der Eiserzeugung wird genutzt, um die Halle und den Verbindungstrakt zu beheizen und mit Warmwasser zu versorgen. So können jährlich rund 226 Tonnen CO_2 eingespart werden.

Therme Wien: Aus Badewasser wird Fernwärme

Seit Mitte der 50er-Jahre sorgt die Thermalquelle in Oberlaa für Heilung und Entspannung. Seit Mai 2022 hat die Therme Wien, an der auch die Wien Holding beteiligt ist, noch einen weiteren Zweck: Wien Energie nutzt die Restwärme des Thermal-Abwassers mittels Wärmepumpen zur Fernwärmegewinnung. Rund 1.900 Haushalte in Oberlaa können dadurch mit der klimafreundlichen Wärme versorgt werden. Das spart jährlich etwa 2.600 Tonnen CO_2.



Rund 1.900 Haushalte profitieren von der Restwärme der Therme Wien

Therme Wien

Wiener Stadthalle: Riesige Photovoltaik-Anlage am Dach

Auch die Wiener Stadthalle leistet mit einer riesigen Photovoltaik-Anlage am Dach der Halle D einen wichtigen Beitrag zum Umweltschutz. Damit können bis zu 1,1 Millionen Kilowattstunden Strom pro Jahr erzeugt werden. Dies entspricht etwa dem jährlichen Stromverbrauch von 580 Einpersonen-Haushalten in Wien. Laut Berechnungstool der Österreichischen Energieagentur können dadurch jährlich 486 Tonnen Kohlendioxid gespart werden. 20 Prozent des gewonnenen grünen Stroms werden von der Wiener Stadthalle selber verwendet, der Überschuss wird in das Netz von Wien Strom eingespeist.

Aus alt mach neu

Viele Wien Holding-Unternehmen setzen auf Wiederverwertung: So wurde in Kooperation mit gabarage upcycling design ausgediente Dienstkleidung der Wiener Stadthalle zu trendy Taschen umgearbeitet und aus alten Transparenten der Wien Holding wurden Henkeltaschen gefertigt. Die alten Theatersessel des Raimund Theaters der VBW verwandelte die Glasfabrik zu neuen Einzelstühlen für Zuhause.

Diese beispielhaften Projekte zeigen, wie Nachhaltigkeit schon heute in der Wien Holding und ihren Konzernunternehmen gelebt wird. Mehr Informationen zu den Unternehmen und Projekten der Wien Holding unter: **www.wienholding.at**

mehr wien zum leben.
wienholding

Ein Unternehmen der Stadt Wien

Wien Holding GmbH

Universitätsstraße 11
1010 Wien

www.wienholding.at

Trügerische Nachricht

Cybercrime macht vor der Tourismusindustrie nicht Halt: Hacker interessieren sich jetzt offenbar verstärkt für Daten, Zahlungsinformationen oder Passwörter von Gästen.

TEXT: Christian Prenger



Ungebetene Gäste im Reisegeschäft: Online-Kriminalität bedroht auch den Tourismus

Bernhard Raa

Online-Buchungen sind zumeist eher wenig aufregend. Sofern nicht im Hintergrund unbemerkt reichlich dubiose Vorgänge laufen. Die Österreichische Hoteliervereinigung (ÖHV) und ihr Generalsekretär Markus Gratzer schickten jüngst eine dringliche Warnung an Konsumenten sowie Unterkünfte: „Es ist äußerste Vorsicht geboten!“ Als Auslöser für den Appell fungierten vermehrte Hinweise auf eine ganz neue Betrugsmethode betreffend booking.com.
Dabei verschaffen sich Kriminelle Zugang zu Seiten, über die Herbergen ihre Buchungen bei der Netz-Plattform verwalten. Eindringlinge wollen auf dem Weg Gästedaten abstauben. Dafür wird die Tarnkappe aufgesetzt: Falsches Personal von Unterkünften fordert Kunden auf, via E-Mail oder WhatsApp Transaktionen zu bestätigen. Natürlich muss die Kreditkartennummer gleich mitgeliefert werden. Was aber in der Realität nie passiert. „So geht kein Hotel vor. Das ist eine miese Masche“, unterstreicht Gratzer.
Wer solche Mitteilungen vorfindet, sollte auf keinen Fall diesen Aufruf befolgen. Sondern besser innehalten und überlegen, wer auf der anderen Seite des Monitors sitzen könnte. Der hilfreiche Ratschlag von Gratzer ist jedenfalls eindeutig: Bloß keinen Link anklicken, die Nachricht schließen und Kontaktdaten des jeweiligen Quartiers via Website in Erfahrung bringen. Anschließend telefonisch klären, ob hier tatsächlich Kontakt aufgenommen wurde.

Gefälschte Elektropost

Wer hingegen in die Falle tappt, könnte sich reichlich Ärger einhandeln, wenn solche Angreifer das geraubte Plastic Money für ihre Zwecke missbräuchlich verwenden. Jene

Der crossmediale Vermarkter für Österreich.

IP

Reichweite ist unser Sport.

Treffsicher Sportfans begeistern mit den Werbeflächen von

sport1



Jetzt buchen & Reichweiten-Sieger werden!

ip.at/angebote/sport1

ZUM GOLDENEN HIRSCHEN



Markus Gratzer, Österreichische Hotelievereinigung: Warnung vor Cybercrime bei Plattform-Buchungen



Michael Unterschweiger, Trend Micro: Massive Digitalisierung gerade bei Buchungen über Websites und Plattformen

Taktik hat jedenfalls unter dem Begriff Phishing fragwürdige Bekanntheit im Internet erlangt. Der Ablauf folgt einer strikten Regie: Private, Unternehmen oder Organisationen erhalten gefälschte Elektropost von Adressen wie der Hausbank, Lieferanten, Geschäften oder anderen vertrauenswürdigen Absendern. Im Schreiben werden die Empfänger gedrängt, Links zu betätigen oder Anhänge in Form wichtiger Dokumente oder Files auf ihre Festplatte zu laden – die natürlich mit Schadsoftware infiziert sind. So wollen Gauner durch die Hintertüre in den Besitz wichtiger persönlichen Informationen gelangen.

Derartige Vorfälle sind keine Ausnahmesituationen mehr, sondern bitterer digitaler Alltag. Seit Cybercrime ein hochprofitabler globaler Markt ist, halten permanente Angriffe die Online-Welt in Atem. Welche Dimension das Furioso erreicht hat, belegt Trend Micro. Jener Anbieter von Cybersicherheitslösungen konnte 2022 kaum fassbare 146 Milliarden solcher Bedrohungen erkennen. Was einer Steigerung von 55 Prozent im Vergleich zum Vorjahr entspricht. Die Zahl der blockierten bösartigen Dateien kletterte um 22 Prozent, weil Gangster Betriebe und Verbraucher über sämtliche Branchen hinweg anvisieren.

Diese Offensive bekommt auch die Tourismusindustrie zu spüren. Hinter vorgehaltener Hand verweisen beunruhigte Manager auf eine steigende Zahl gezielter Attacken. Das Interesse von organisierten Banden beruht auf handfesten Ursachen. „In den vergangenen Jahren erfolgte eine massive Digitalisierung gerade bei Buchungen über Websites und Plattformen. Hier gelangen meist Cloud-Technologien zum Einsatz, die aber potenziell anfällig sind für Fehlkonfigurationen oder unzureichend gesicherte Schnittstellen. Zudem stehen Mitarbeiter in Kontakt mit vielen Gästen. So wächst das Risiko, auf E-Mail-basierte Bedrohung hereinzufallen“, weiß Michael Unterschweiger, Regional Director Österreich und Schweiz bei Trend Micro.

Entwendete Passwörter

Begünstigt werden Übergriffe aktuell durch ein emotionales Bedürfnis: die Chance auf ein Urlaubs-Comeback. „Nach der langen Auszeit wegen Corona wollen die Menschen wieder verreisen, suchen aber aufgrund hoher Preise auch nach günstigen Angeboten. Das ist ein gefundenes Fressen für Angreifer, die mit Phishing-Kampagnen User verleiten wollen, auf falschen Websites ihre Benutzerdaten preiszugeben. Passwörter werden oft auch für andere Accounts verwendet, deshalb erhalten Hacker gleichzeitig Zugriff auf andere Dienste“, warnt Patrick Fetter, Security Engineer & Cyber Security Evangelist beim Cybersicherheit-Lösungsanbieter Check Point Software Technologies.

Der Griff nach dem heute heiß begehrten Rohstoff kommt nicht von ungefähr: Im Tourismus finden sich Unmengen von persönlichen Angaben und Zahlungsinformationen der Gäste. Mit jenem wertvollen Gut lässt sich im Untergrund viel Geld lukrieren. Hier sind Käufer bereit, erkleckliche Summen auf den Tisch zu legen. Die Nachfrage in gewissen Kreisen ist groß, also fokussieren sich negative Kräfte auf Sektoren wie das Reisegeschäft, wo die Chance besteht, jede Menge Material auf einen Schlag zu stehlen.

Hacker besitzen noch eine andere Option, um touristische Player künftig zusätzlich in Atem zu halten: Ransomware, eine überaus häufig verwendete Variante aus dem perfiden Gangster-Werkzeugkasten. Schließlich gilt Erpressung mit Schädlings-Software als besonders rentabel. Jeder Versuch folgt einem fatalen Muster: Nach dem diskreten Einschleusen des Trojaners werden Daten durch starke Verschlüsselung unlesbar. Für die Herausgabe dieses Schlüssels verlangen die Täter stattliches Lösegeld, zahlbar in Kryptowährung auf ein ausländisches Konto.

Beschädigtes Vertrauen

Im Ernstfall liegen dann alle Nerven bei betroffenen Betrieben blank. Sollten Gäste nicht bedient oder befördert werden können, weil Systeme plötzlich stillstehen, droht veritables Chaos. Vor allem bei einem längeren Ausfall der infizierten Bereiche. Seit IT einen neuralgischen Punkt in den Betrieben darstellt, sind relevante Umsatzeinbußen durch solche Vorfälle kein Hirngespinst. Dazu gesellen sich Imageprobleme: Geklaute Daten beschädigen das Kundenvertrauen. Kein touristisches Unternehmen kann aber eine desolate Reputation brauchen – schon gar nicht nach Corona, wo nun jeder Euro dringlich gefragt ist.

Trend Micro, Check Point Software Technologies



Flexibel – immer passend zu Ihrem Bedarf

Ein Platz wie Sie ihn sich wünschen – vom Schreibtisch bis zum ganzen Stockwerk in der AirportCity, mietbar aus einer Hand.

Der Wirtschaftsstandort Flughafen Wien
flexibel – erreichbar – nachhaltig – vernetzt
airportcity.at

Scan me

VIENNA AIRPORTCITY



Schutz ist möglich: Gesteigertes Risikobewusstsein und moderne Technologie sind Barrikaden für digitale Atttacken



Patrick Fetter, Check Point Software Technologies: „Security-Awareness-Trainings sind eine gute Basis, um auf Tricks aufmerksam zu machen"

Abkassieren wollen Cyberbanden jedoch auch zunehmend bei Geschäftsreisenden. Fachkräfte auf Achse bilden nicht selten eine leichte Beute, wenn sie unterwegs ihr Firmennetzwerk ansteuern. Im schlimmsten Fall über ein ungesichertes WLAN im nächsten Lokal. Dann finden Angreifer auf tragbaren Endgeräten so manches reizvolle Objekt: Geheimnisse, Kontakte, Verträge, Pläne, Produkt-Innovationen oder Präsentationen. Exakt jener Stoff, für den Konkurrenten, Erpresser oder Spione gerne bezahlen.

Die Methoden sind dabei durchaus raffiniert. Bereits 2014 enttarnte das IT-Security-Unternehmen Kaspersky Lab eine spektakuläre Spionagekampagne mit dem bezeichnenden Namen „Darkhotel". Immerhin vier Jahre wurden Daten von Führungskräften entwendet. Im Fokus standen primär Topmanager aus den USA sowie Asien, die im asiatisch-pazifischen Raum ihre Aufgaben erledigten. Als Ort der unheimlichen Begegnung dienten Luxushotels: Nachdem sich der Pechvogel drahtlos eingeloggt hatte, konnten die Bösewichte sofort an ihren vorbereiteten Fäden ziehen.

Sie motivierten den Business-Gast aus der Ferne zum Download eines scheinbar harmlosen Updates für gängige Tools wie Google Toolbar, Adobe Flash oder Windows Messenger. Doch das angebotene Programm entpuppte sich als Hochrisikofaktor. Nach der Installation jener Software startete auf der Datenautobahn der Transport von digitalen Waffen wie Trojaner, Keylogger oder Module für Datendiebstahl. Der fleißige Manager hatte unbeabsichtigt sämtliche Schleusen geöffnet – mit unabsehbaren Folgen. Jetzt waren Eindringlinge sogar in der Lage, bis in das Innere des elektronischen Betriebsgeländes vorzudringen.

Abgesicherte Mitarbeiter

Insider warnen auch bereits vor einem drastischen Anstieg solcher Manöver. Schließlich gelten Daten als Öl des 21. Jahrhunderts. Mobile Geräte wiederum spielen heute in den meisten Jobs eine Hauptrolle. Die möglichen Konsequenzen dürften in den Chefetagen Frösteln auslösen. Sabotage, Zerstörung, gestohlene Patente oder digitaler Identitätsdiebstahl im Topmanagement sind einige potenzielle Schreckgespenster. Deshalb sollten Verantwortliche ihre Mitarbeiter bestmöglich absichern und keinesfalls im digitalen Regen versauern lassen, drängen Profis auf aktive Unterstützung. Denn Entspannung in Sachen moderne Kriminalität liegt wohl in weiter Ferne.

Trotz aller Risiken ist Cybercrime kein Schicksal. Selbst bei knappen Eigenmitteln finden sich brauchbare Optionen zur Risikoreduktion, lautet die einhellige Sichtweise von Spezialisten. „Ausreichender Schutz ist möglich. Gerade für Branchen und Unternehmen mit geringen IT-Ressourcen sind heute Managed Security Services eine leistungsfähige und wirtschaftliche Alternative. Dabei sollten Entscheider beachten, dass umfassende Lösungen von externen Anbietern zum Einsatz kommen. Kombiniert mit nötigen Dienstleistungen wie beispielsweise Erkennung sowie Abwehr von Angriffen", empfiehlt Unterschweiger.

Abseits hoher technologischer Barrieren wird aber häufig der menschlichen Faktor vernachlässigt. Die beste Firewall nutzt wenig, wenn Mitarbeiter blauäugig auf miese Maschen reagieren und Hackern zum Erfolg verhelfen. Gefragt ist somit gesteigertes Risikobewusstsein plus Top-Hardware. Fetter: „Security-Awareness-Trainings sind eine gute Basis, um auf Tricks aufmerksam zu machen. Sie können Attacken jedoch nicht verhindern. Deshalb ist es wichtig, Threat Prevention Technologien einzusetzen, die Kampagnen stoppen und Nutzer vor Gefahren schützen." ■

Check Point Software Technologies (2x)

HINWEISTAFELN IM ÖFFENTLICHEN RAUM



DER SCHNELLSTE WEG ZU IHREN KUND:INNEN.
Regional, praktisch und rund um die Uhr im Blick.

Mehr erfahren auf www.gewista.at/hinweistafel

gewista

Wein mit bester Qualität

Das Jahr 2022 schickte die burgenländischen Weinbauern durch Höhen und Tiefen. Trotz ungewöhnlicher Witterungsbedingungen glänzt der Jahrgang mit hochqualitativen Erzeugnissen.

TEXT: Larissa Bilovits



Das Burgenland ist einer der größten Weinproduzenten Österreichs

Das vergangene Jahr 2022 brachte den Weinbauern eine beachtliche Ernte – und damit dürfte sich der Wein in den Reigen der sehr guten Jahrgänge einreihen. Obwohl das Jahr sehr trocken begann, konnten letztlich rund 650.000 Liter Wein von sehr guter Qualität gewonnen werden, so Andreas Liegenfeld, Präsident des Burgenländischen Weinbauverbandes. „Speziell die Roten 22er versprechen sehr viel, bei den Weißen sind es vor allem die Burgundersorten wie Chardonnay, Weiß- und Grauburgunder, die hervorscheinen. Wir werden sowohl sehr viele dichte und fruchtige Weine als auch Weine mit Reifepotenzial aus diesem Jahrgang sehen." Zwar schaue der Konsument immer zuerst auf die Qualität eines Jahrgangs – und das natürlich zu Recht –, allerdings sei für die Winzer auch die Erntemenge ein wichtiger Faktor, denn: „Nur, wenn die Betriebe wirtschaftlich gesund sind, können wir investieren und einen entsprechend hohen Aufwand im Weingarten und Keller betreiben, der für das Erreichen höchster Qualität notwendig ist."

Wetterumschwung

Die Witterungsbedingungen im letzten Jahr verlangten den Winzer*innen Österreichs so einiges ab. Nachdem die ersten Monate des Jahres sich durch eine große Trockenheitsperiode ankündigten, retteten einzelne Niederschläge die Rebstöcke vor dem Vertrocknen, selbst wenn diese nicht immer zu den optimalen Zeitpunkten kamen. „Nach einem trockenen Start in das neue Jahr wurde das Triebwachstum durch die warmen Temperaturen im Mai und einige Niederschläge Ende Mai, Anfang Juni stark beschleunigt", erläutert Leo Hillinger vom Weingut Leo Hillinger in Jois.

Besonders die Weinorte entlang des Neusiedler Sees hatten mit den trockenen Verhältnissen zu kämpfen. Dementsprechend war viel Feingefühl und Know-how gefragt, um letztlich reife,

Burgenland Tourismus/Birgit Machtinger

balancierte Weißweine mit feinem Fruchtspiel zu erzeugen. Hier waren besonders Weißburgunder und Chardonnay begünstigt.
Aber auch die hergestellten Rotweine überzeugen mit ihrer Kraft, Struktur und samtigen Tanninen, da sich das Verhältnis von Fruchtfleisch zu Beerenschalen der sehr kleinbeerigen Trauben als optimal darstellte. Hinzu kamen die recht kühlen Nächte während der Haupterntezeit, die auch alle Voraussetzungen für hochwertige Roséweine gaben. „Das Klima spiegelt den Jahrgang wider!“, formuliert etwa Bernd Nittnaus, Weinbauer aus Gols.
Die Regenfälle von Ende August und Anfang September waren zudem eine perfekte Grundlage für die Entwicklung von Edelfäule. Die Bildung der Botrytis erfolgte langsam und kontinuierlich und verlief insofern sehr erfreulich, als sich auch eine gute Saftausbeute und später dann saftige Prädikatsweine mit klarem Fruchtspiel abzeichneten. Für eine unerwartet frühe Eisweinlese sorgten schließlich einige wenige eiskalte Dezember-Nächte.



Die burgenländischen Weinbauern hatten 2022 mit stark schwankenden Witterungsverhältnissen zu kämpfen

Urlaub beim Winzer

Der besondere Wein fungiert aber nicht nur als Aushängeschild für das Burgenland, sondern bildet auch die Basis für einen eigenen Tourismuszweig. Ob Weinreisen, Genussreisen oder das unmittelbare Erleben von Wein direkt beim Erzeuger – das Geschäft boomt. Dementsprechend wurde ein Kriterienkatalog erstellt und die Betriebe dazu eingeladen, bei der Vermarktungs-Initiative „Urlaub beim Winzer“ mitzuwirken, wie Didi Tunkel erklärt. „Das Ergebnis sind 232 Winzerinnen und Winzer, die eine Unterbringung direkt am Weingut anbieten. Die Angebote werden nun unter dem Begriff ‚Urlaub beim Winzer‘ von uns vermarktet, Website, Digital Marketing Tools und Folder sind bereits verfügbar. Wir sind davon überzeugt, dass diese einzigartige Vielfalt von hochwertigen Angeboten bei Winzern am Markt sehr gut angenommen wird.“

Mehr Informationen zu „Urlaub beim Winzer“ finden Sie unter:
www.burgenland.info



Der Weinjahrgang 2022 überzeugt durch seine herausragende Qualität

Burgenland Tourismus/Oliver Gast, Burgenland Tourismus/Tommi

Klimafreundlich und entspannt nach Tirol

Die Tirol Werbung forciert seit vielen Jahren die öffentliche Anreise und verbessert damit nicht nur die touristische Anbindung Tirols, sondern auch die Mobilität vor Ort.



Bequem und ausgeschlafen in den Urlaub: Besonders die Nachtzugangebote erfreuen sich großer Beliebtheit. Mithilfe von Kombiangeboten wird die Attraktivität weiter erhöht

Urlaub ist Entspannung und Urlaub beginnt bei der Anreise. Warum also nicht auch diese Anreise so entspannt wie möglich gestalten und dabei auch noch helfen, das Klima zu schützen? Die öffentliche Anreise gewinnt bei Gästen immer mehr an Bedeutung. Die Tirol Werbung hat schon früh erkannt, welche wichtige Rolle Bahn, Bus und Co. im Urlaub einnehmen und setzt seit Jahren zahlreiche Aktivitäten, um gemeinsam mit den Mobilitätspartnern und Tourismusregionen öffentlichen Verkehr zu stärken.

„Tirol auf Schiene“ nennt sich die Initiative, bei der die Tirol Werbung eng mit Partnern wie den ÖBB, der Deutschen Bahn, den Schweizer Bundesbahnen oder dem Verkehrsverbund Tirol kooperiert. Seit dem Beginn des Projekts 2012 wurden hier enorme Fortschritte gemacht, sowohl in der Steigerung der Verbindungen als auch im Ausbau der Vor-Ort-Mobilität.

Tirol Werbung / Regina Recht



Im vergangenen Jahr feierte die Initiative „Tirol auf Schiene“ ihr zehnjähriges Jubiläum. Die Kooperation hat sich als Erfolgsprojekt erwiesen

Tirol Werbung

Das kommt Einheimischen und Gästen gleichermaßen zugute. Selbst in entlegenen Tälern können sich Einheimische über bessere Verbindungen sowohl innerhalb Tirols als auch in die umliegenden Bundesländer und Staaten freuen. Und Gäste genießen dank der vielen Fernverkehrshalte in Tirol eine auto- und stressfreie Anreise. „Mobilität funktioniert nur gemeinsam, und sie betrifft uns alle – Einheimische wie Gäste“, betont Karin Seiler, Geschäftsführerin der Tirol Werbung. „Fortschritte können deshalb nur gelingen, wenn alle Verantwortungsträger zusammenarbeiten und gemeinsam Lösungen umsetzen.“

Mehr Direktverbindungen nach Tirol

Die Anstrengungen lohnen sich: Mit insgesamt 44 täglichen Direktverbindungen, neun zusätzlichen Wochenendverbindungen aus Österreich, Deutschland, der Schweiz und Italien konnte die Anzahl der Direktverbindungen nach Tirol im Vergleich zum Vorjahr deutlich erhöht werden. Dazu kommen noch sechs tägliche Nightjet-Verbindungen sowie Sonder-Nachtzüge aus acht Quellmärkten nach Tirol.
Auch im vergangenen Jahr sind wieder neue Bahn-Direktverbindungen nach Tirol dazugekommen. Etwa aus Berlin, Hamburg, Amsterdam oder sogar Malmö in Schweden. Zusätzlich zum Railjet der ÖBB fährt seit Anfang Dezember 2022 auch die Westbahn von Wien nach Tirol.
Besonders beliebt sind die Nachtzüge, die „Nightjets“, die steigende Buchungszahlen und hohe Auslastungsgrade verzeichnen. Darum hat die Tirol Werbung gemeinsam mit Partnern die Kombi-Angebote „Im Nightjet zum Schnee“ und das sommerliche Pendant dazu „Im Nightjet in die Berge“ geschaffen. Gäste haben so die Möglichkeit, die Hin- und Rückfahrt per Nachtzug sowie den Transfer vom Bahnhof zur Unterkunft und zurück zu buchen – Skiticket im Winter und Wanderpaket im Sommer inklusive.
Gerade die sogenannte „Letzte Meile“, also die Lücke zwischen Bahnhof und Unterkunft, stellt nämlich für viele Interessierte ein Fragezeichen dar. Dem begegnen die Projektpartner von „Tirol auf Schiene“ mit dem kostenlosen Four Seasons Bahnhofshuttle an neun Tiroler Fernverkehrsbahnhöfen. „So schließen wir die Transportlücke vom Bahnhof zur Unterkunft und sorgen für eine komfortable Weiterreise nach der Bahnfahrt“, freut sich Seiler, die das Pilotprojekt als wichtiges touristisches Signal bezeichnet.

www.tirolwerbung.at

Österreichs Thermen- und Themenführer

Einzigartige Premium-Produkte und prämierte Resorts: Die VAMED Vitality World forciert Innovation und Qualität in der heimischen Thermenbranche.



Von den glitzernden Berggipfeln der Ötztaler Alpen bis in die weite Steppe des Nationalparks Neusiedlersee – Seewinkel: Die beliebtesten Thermen- und Gesundheitsresorts in den schönsten Regionen des Landes sind Teil der VAMED Vitality World. Wohltuendes Wasser, pure Entspannung, abwechslungsreiche Erlebnisse und frische Vitalität erwartet die Gäste in den acht Resorts.
Umsonst ist man nicht Marktführer: Vielfach wurden die großzügigen Thermenanlagen bereits ausgezeichnet. Stehen sie doch für leistbaren Luxus und Innovation am heimischen Thermenmarkt. „Für uns als Marktführer ist es wichtig, immer am Ball zu bleiben und unsere Gäste stets mit neuen Ideen zu überraschen!“, ist das Motto von Gerhard Gucher, Direktor der VAMED Vitality World.

10 Jahre Relax! Tagesurlaub

Dieses Jahr bietet auch einen perfekten Anlass dafür: Ein erfolgreiches Produkt begeht sein rundes Jubiläum. „Wir feiern 10 Jahre Relax! Tagesurlaub“, so Gucher. Die Idee: Den Besuchern einen ganzen Tag lang Urlaubsgefühle zu bescheren und sie den Alltag vergessen zu lassen. Ein Angebot, das zahlreiche Thermengäste gerne annehmen. Kein Wunder: Wurde mit dem Relax! Tagesurlaub doch Österreichs erste „Thermen-Business-Class“ ins Leben gerufen. Oft kopiert, nie erreicht. Und buchbar in allen acht Resorts.
Den Relax! Tagesurlaub zeichnen nicht nur Entspannung in den Thermalwasserpools, den ausgedehnten Spabereichen oder wundervoll angelegten Exklusivbereichen aus. Auch die zahlreichen Inklusivleistungen machen den Relax! Tagesurlaub zur perfekten Auszeit vom Alltag: Von der vorab reservierten, persönlichen Liege über Leihbademantel, -tasche und Badetücher, Snacks und Erfrischungen bis hin zu Behandlungsgutscheinen und Lektüre während des Besuchs. Und ab dem Frühjahr erwarten die Gäste weitere Überraschungen. „Zum Jubiläum haben wir uns vieles einfallen lassen und freuen uns schon jetzt darauf, mit unseren Gästen zu feiern!“, verrät Gucher.

Ausgezeichnete Mitarbeiter

Etwas zu feiern haben aber nicht nur die Gäste, sondern auch die Mitarbeiter. Im Rahmen des alljährlichen „Relax! Award – **V**orbild **V**orreiter **W**inner“ werden ausgesuchte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter jährlich für ganz besondere Leistungen und beeindruckende Ideen vor den Vorhang geholt. Sie werden nicht nur mit dem Applaus ihrer Kolleginnen und Kollegen belohnt, sondern auch mit einer Incentivereise mit tollem Rahmenprogramm.

Andreas H. Bitesnich

Glänzende Entspannung

Eine Idee, auf die man in der VAMED Vitality World besonders stolz ist: die **Premium-Geschenkkarte**. Sie wurde durch eine Kooperation mit der Münze Österreich verwirklicht. Die Karte zeichnet sich durch eine Ronde aus 99,99-prozentigem Feingold im Inneren der Geschenkkarte aus. Unter dem Motto „Pures Gold, pure Entspannung" ist die auf 500 Stück limitierte Karte das ideale Geschenk.

Ein weiterer Meilenstein: Vor rund einem Jahr hat der beliebte **VAMED VitalityClub** einen Relaunch erfahren. Herzstück des Premium-Kundenclubs ist nun die neue, mobile VitalityClub-App. Die erste thermenübergreifende App in Österreich! Damit sammeln Mitglieder bei jedem Besuch in den Thermen- und Gesundheitsresorts VitalityClub-Punkte und profitieren von exklusiven Benefits. „Unsere Mitglieder genießen exklusive Angebote für unsere Thermen und 4*s Resorts, VitalityClub-Gutscheine – etwa für Thermenbesuche, Massagen oder Hotelübernachtungen – und das spezielle VitalityClub-PLUS bei jedem Besuch. Per App ganz bequem und immer dabei!", fasst Gucher die vielen Vorteile des Premium-Clubs zusammen. Die Anmeldung ist ganz einfach unter

www.vitality-world.com

VAMED VITALITY WORLD | the relaxing way of life

Die Resorts der VAMED Vitality World

- AQUA DOME – Tirol Therme Längenfeld
- Gesundheitszentrum Bad Sauerbrunn
- la pura women's health resort kamptal
- SPA Resort Therme Geinberg
- St. Martins Therme & Lodge
- TAUERN SPA Zell am See – Kaprun
- Therme Laa – Hotel & Silent Spa
- Therme Wien



Gerhard Gucher, Direktor der VAMED Vitality World, und Münze Österreich Vorstandsdirektor Manfred Matzinger-Leopold mit der einzigartigen Premium-Geschenkkarte



Beim Relax! Award – Vorbild Vorreiter Winner werden jedes Jahr Talente ausgezeichnet



Der Relax! Tagesurlaub feiert in diesem Jahr runden Geburtstag



Aus der Taufe gehoben: Die neue VitalityClub-App

Andreas Hofer, Bergermayer, Pflanzl Media/Therme Laa, VAMED Vitality World

Ein Stück Lebensqualität

Thermen sind für die Lebensqualität besonders wichtig. Erholung vom Alltagsstress sowie die Linderung von Rücken- und Gelenksschmerzen zählen zu den Hauptmotiven für einen Besuch.

TEXT: Ernst Müller



In Österreichs Thermen stehen Entspannung und Therapie im Vordergrund

Flohner.com

Über fünf Millionen Gäste besuchten Österreichs Thermen noch vor der Pandemie. Infolge der nahezu ein halbes Jahr andauernden Betriebsschließungen schrumpfte die Anzahl der Eintritte im Jahr 2021 deutlich, konkret um beinahe 440.000 (-8,1 Prozent) auf nur noch 4,9 Millionen Gäste. Jetzt wendet sich das Blatt wieder, und Herr und Frau Österreicher genießen in zunehmenden Maß die Auszeit vom Alltagsstress in der wohlig warmen Umgebung einer Therme.
Gerade die Entspannung ist laut Thermen-Report der Hauptgrund für einen Thermenbesuch. 85 Prozent der Thermenbesucher gehen deshalb in eine der österreichweit 38 Wellnessoasen. Für 44 Prozent geht es zudem um Tapetenwechsel bzw. Kurzurlaub. Und über ein Drittel (37,5 Prozent) gibt Gesundheitsvorsorge und die Verbesserung des allgemeinen Gesundheitszustandes als Hauptmotiv für einen Thermenbesuch an.
Die Romantik ist jedoch für die Österreicher ebenfalls nicht zu vernachlässigen: Über ein Viertel gibt „Beziehungspflege“ als Hauptargument für einen Besuch mit dem Partner in einem Thermen-Resort an. So verwundert es auch nicht, dass sich über 90 Prozent über einen Thermengutschein als Geschenk von ihrem Partner freuen würden.

Die Qualität muss stimmen

Damit der Thermen-Aufenthalt nicht zur Enttäuschung wird, muss für die Österreicher die Qualität stimmen. Besonders wichtige Kriterien sind: „Gute Wasserqualität“ (78,7 Prozent), „Richtige Wassertemperatur“ (65,4 Prozent), „Verschiedene Beckentypen“ (Whirlpool, Sportbecken etc., 63,7

Prozent), „Ruhe“ (63,5 Prozent) und ein umfassendes Angebot bei Sauna und Dampfbädern (55,7 Prozent). Als besonders störende Faktoren werden „Wartezeiten beim Einlass“ (21 Prozent), „Lärmbelästigung“ (40,3 Prozent) und „zu wenige Liegeplätze“ (50,6 Prozent) empfunden.
Grund genug für FaktuM, uns in der heimischen Thermenlandschaft etwas umzusehen und einige Top-Betriebe vorzustellen. Sämtliche heimische Thermen vorzustellen würde natürlich den Rahmen dieses Heftes bei Weitem sprengen. Deshalb erhebt unsere Reportage auch keinen Anspruch auf Vollständigkeit.



Das Silent Spa ist eine der Hauptattraktionen der Therme Laa



Die St. Martins Therme & Lodge hat einen eigenen Badesee

Nur das Wasser rauschen hören

Zeit und Ruhe gehören zu den wertvollsten Gütern unserer Tage. Um den hektischen Alltag für eine Weile hinter sich zu lassen, braucht es besondere Orte. Das SILENT SPA der Weinviertler Therme Laa ist ein solcher kostbarer Zufluchtsort. Mit dem exklusiven Premium Day Spa der Therme Laa (Adults only) wurde im Jahr 2016 ein einzigartiger Raum für den individuellen Rückzug geschaffen. Warmes Thermalwasser, sanftes Licht und zarte Düfte, edle Materialien und exquisiter Service lassen die Gäste Entspannung bewusst erleben und zu sich selbst zurückkehren. Bei einer Yoga-Einheit in der einzigartigen Wasserlandschaft kann man neue Kraft tanken, bei Atem- und Bewegungsübungen bewusst in den Körper hinein spüren oder bei einer geführten Klangschalen-Meditation die Zeit stillstehen lassen. Wer die Welt draußen lassen will und Ruhe sucht, wird zudem im „Raum der Stille“ fündig.
Die Saunawelt im SILENT SPA sorgt mit ihren über den ganzen Tag verteilten Aufgüssen und Zeremonien für Augenblicke vollkommener Entspannung. Neben einem Kräutergarten mit Tauchbecken, einer sanften Biosauna (60° C) und einer klassischen finnischen Sauna (90° C) erwartet die Besucher im Innenbereich auch ein Dampfbad sowie ein Salz-Raum mit Trockensalznebel.
www.therme-laa.at

Die erste Lodge Mitteleuropas

An einem der schönsten Plätze Österreichs, direkt am Nationalpark Neusiedler See – Seewinkel, inmitten einer Region, die als UNESCO Welterbe ausgezeichnet ist, liegt die St. Martins Therme & Lodge. St. Martins verbindet das anspruchsvolle Ambiente einer 4*-Superior-Unterkunft mit der Ursprünglichkeit der Natur. Die Einzigartigkeit der Lage, der hauseigene acht Hektar große Badesee, das wohligwarme Thermalwasser in zwei exklusiven Lodge-Spa-Bereichen, höchste Weintradition und Kulinarik sowie exklusive Safaris mit den St. Martins Rangern vereinen sich zu einem Wellness-Angebot der Extraklasse. In der Lobby wärmt ein Feuer die Gäste, während im Restaurant von den Jahreszeiten inspirierte, fast ausschließlich regionale Kulinarik und mehr als 200 offene Weine aus der Region serviert werden. Das klassische Thermenangebot der St. Martins Therme & Lodge umfasst eine großzügige Wellness- und Thermalwasserlandschaft sowie verschiedene Saunen und Dampfbäder, eine eigene Infrarot Lounge mit Liege- und Sitzmöglichkeiten, eine Dusch-Erlebnis-Landschaft mit Wasserfall und sogar eine Feuerstelle mit Sitzlandschaft. Online reservierbare Rückzugszonen für zwei bieten persönliche Entspannung im Thermenatrium. Gräser, Schilf

Therme Laa, Peter Rigaud



Die Silvretta Therme Ischgl wurde erst kürzlich fertiggestellt



Das AVITA Resort wurde dreimal zur Wellnesstherme des Jahres gewählt

und Bäume aus der Region verschaffen der Therme besondere Akzente. Die 194 Zimmer und Suiten unterstreichen das Ambiente der Lodge.
www.stmartins.at

Die Neue

Diesen Winter eröffnete nach dreijähriger Bauzeit die Silvretta Therme Ischgl. Bereits in der Planungsphase setzte man vorausschauend einen Fokus auf eine energiesparende Bauweise. Die Silvretta Therme wird nahezu ausschließlich mit Erdwärme beheizt, dafür wurde eine Erdsondenanlage mit 37 Erdsonden errichtet. Zudem setzte man auf eine maximale Dämmung und auf eine umfassende Installation von Wärmerückgewinnungsanlagen. Das Medical Spa umfasst eine Physiotherapiepraxis für Versicherte der ÖGK und BVAEB, eine zusätzlich Privatpraxis für Physiotherapie, Unterwassertherapie, Sensopro, Skillcourt (kognitives Motoriktraining), Sport- & Therapiemassagen sowie eine Kältekammer mit minus 85° C für die Kryotherapie und eine FIVE-Stretchinganlage. Eine Besonderheit stellt die 1.300 m² große Eislauffläche mit einer Eislaufbahn rund um den Gebäudekomplex dar. Ein 250 Meter langer Tunnel, die Eisbar, der Schlittschuhverleih und Eisstockbahnen lassen keine Wünsche offen.
www.silvrettatherme.at

Die Wohlfühl-Therme

Entspannung und Erholung pur erwarten die Gäste im AVITA Resort****Superior in Bad Tatzmannsdorf im südlichen Burgenland, einem der wohl schönsten Wellness Resorts in Österreich. Dreimal zur Wellnesstherme des Jahres gewählt, tut sich für Erhohlungssuchende eine ausgezeichnete Wohlfühllandschaft auf, die zum Urlaub oder Tagesausflug einlädt. Nur eine Autostunde von Wien und Graz entfernt warten auf den Besucher 2.000 m² Wasserflächen, 24 Wohlfühlsaunen und das außergewöhnliche AVITA PREMIUM Spa mit seinem ganzheitlichen Angebot an Massage- und Kosmetik-Anwendungen. Der hotel-eigene Wellness-Bereich AVITA Exklusiv mit Infinity-Pool sorgt für Wellnessvergnügen der besonderen Art.
Die sattgrünen Liegeflächen im großzügigen Außenbereich und der 1.200 m² große Naturbadeteich ergeben ein Spa- & Wellnessangebot, das die AVITA Therme das ganze Jahr über zum exklusiven Entspannungsparadies macht. 16 Saunen, das großzügige Nackt-schwimmbecken mit prickelndem Wasserfall, stimmungsvolle Ruheräume und großzügige begrünte Liegeflächen bereiten Saunaliebhabern ein himmlisches Saunavergnügen. Einzigartige Sauna-erlebnisse bieten die exklusive Uhudlersauna sowie die erste Schneesauna Österreichs. Das AVITA Lady's Spa ist eine einmalige Wellness- und Saunaoase für Frauen, die ganz exklusiv auf die Bedürfnisse der weiblichen Gäste abgestimmt ist. Vier Wohlfühlsaunen und Ruhezonen schenken Relaxstunden der besonderen Art. Hier können sich Damen ungezwungen bewegen, die Privatsphäre bleibt stets gewährt.
www.avita.at

Asien liegt so nah

Warum in die Ferne schweifen, wenn Asien so nahe liegt! Im 4-Sterne-Superior Erwachsenenhotel Linsberg Asia am fernöstlichsten Punkt Niederösterreichs taucht der Gast in exotisches Flair ein – es begleitet einem in jedem

Silvrettaseilbahn AG, AVITA Resort

Detail des Hauses. Hier kann man einen Urlaub voller Harmonie, Ruhe und Entspannung verbringen. Therme statt Ferne. Ungestörte Ruhe, tiefenwirksame Erholung und vollendete Entspannung – dafür steht Linsberg Asia: Kurze Anreisezeit und ein hoher Erholungswert in Österreichs einziger Erwachsenentherme (ab 16 Jahren). Eintauchen in glasklare Entspannung. Erholung für alle Sinne. Exquisite Hauben-Fusionsküche, 15.000 m² Thermenbereich, 11 Pools, 9 Saunen. Dies bietet das 4-Sterne-Superior-Hotel, 40 Minuten von Wien entfernt, mit 125 Doppelzimmern, einem exklusiven Hotel-Spa-Bereich sowie vielfältigem Massage- und Kosmetikangebot.
Das Design des Hotels Linsberg Asia kennzeichnet eine wohl dosierte Mischung aus asiatischen und europäischen Einflüssen. Obwohl man ein reines Erwachsenenresort ist, legt man Wert darauf, den Gästen des Hotels möglichst viel Privatsphäre abseits vom Tagesgeschehen zu ermöglichen. Diese eröffnet sich dem Besucher an speziellen Ruheplätzen im Hotel und der Therme, die man übrigens ganz leger im Bademantel von Zimmer aus erreichen kann.
www.linsbergasia.at



Das Linsberg Asia ist Österreichs einzige Erwachsenen-Therme



In der Erlebnis-Therme Amadé steht der Badespaß im Vordergrund

Badespaß für die ganze Familie

Die Thermenlandschaft der Erlebnis-Therme Amadé in Altenmarkt im Pongau bietet mit einer spannenden Bade- und Saunawelt einzigartige Attraktionen für die ganze Familie. Im Mittelpunkt steht dabei der Erlebnis-Charakter mit spektakulären Wasserrutschen samt österreichweit einzigartiger Looping-Rutsche mit Raketenstart. Zudem sorgen eine fünf Meter hohe Wasser-Kletterwand, ein Drei-Meter-Sprungturm, Sport- und Wellenbecken sowie Laser-Shows in den Wintermonaten für jede Menge spannende Momente. Auf Genießer warten in der Saunalandschaft fünf unterschiedliche Themensaunen zum Entspannen und Wohlfühlen.
Auf einer Gesamtwasserfläche von ca. 1.300 m² bietet die Erlebnis-Therme Amadé eine Vielzahl an Becken mit unterschiedlichem Solegehalt. Jedes Becken punktet dabei mit eigenen Highlights, wie etwa das 25-Meter-Sportbecken mit einer fünf Meter hohen Wasserkletterwand sowie einem Drei-Meter-Sprungturm. Das Amethystbecken im Innen- und Außenbereich beinhaltet einen Strömungskanal, Sprudelliegen und eine Nackenwalldusche. Entspannen lässt sich zwischendurch im Relax- und Bergkristallbecken. In der großzügigen Saunawelt wird die finnische Tradition gelebt und zelebriert. Insgesamt fünf verschiedene Themensaunen lassen das Herz aller Gäste höher schlagen, die eine kurze Auszeit aus dem Alltag suchen. Zirben-, Amethyst-, Bergkristall-, Salz- und Panorama-Alpsauna sowie ein Hamam aus Sölker Marmor und ein Dampfbad befinden sich hier. Der Salzruheraum im Obergeschoß der Erlebnis-Therme Amadé ist der ideale Rückzugsort für ruhige Momente.
www.thermeamade.at

Besonderes Wasser

Das Thermenresort Loipersdorf in der Südsteiermark geht in seinen Anfängen auf das Jahr 1972 zurück, als im Rahmen von Ölbohrungen eine Heißwasserquelle entdeckt wurde. 1978 wurde bereits im „ersten" Schaffelbad gebadet. Die Quellen des Thermenresorts sind 20.000 Jahre alt. 226 Millionen Liter werden daraus jährlich gewonnen. Das 62 Grad heiße Ther-

Linsberg Asia, Therme Amadé



Das Thermenresort Loipersdorf geht auf das Jahr 1972 zurück



Die Therme Wien ist eine der modernsten Stadtthermen Europas

malwasser, das unter anderem durch aufsteigendes CO_2 erwärmt wird, wird aus einer Tiefe von 1038 bis 1108 Metern gewonnen. Das Thermenresort Loipersdorf verfügt über 19 Thermalwasser- und 16 Süßwasseraufbereitungsanlagen, die täglich 24 Stunden in Betrieb sind. Die Thermalwasseraufbereitungsanlagen verfügen außerdem zusätzlich über die Ozonstufe, wodurch der Chlorgehalt des Wassers gering gehalten werden kann. Daraus ergibt sich der Erhalt der ausgezeichneten Wasserqualität. Außerdem fällt der typische Hallenbad-Chlorgeruch gering aus.
Die Angebote des Thermenresorts Loipersdorf unterteilen sich in die Bereiche Thermen- und Erlebnisbad bzw. Schaffelbad. Während das Thermen- und Erlebnisbad ein buntes Freizeitangebot für alle Alters- und Interessensgruppen bietet, richtet sich das Angebot des Schaffelbads in erster Linie an Ruhe- und Erholungssuchende. Der Eintritt in das Schaffelbad ist daher auch erst ab 16 Jahren möglich. Ein großzügiger Außenbereich, das Wellnesszentrum mit einem breitgefächerten Wohlfühlangebot und die verschiedenen kulinarischen Erlebnisbereiche runden das Angebot im Thermenresort Loipersdorf ab.
Im Fun Park garantieren gleich fünf Rutschen mit einer Gesamtlänge von 529 m Adrenalinkicks. Noch mehr Attraktionen bietet das Spiel- und Sportbecken mit Wildbach, Thermalwasser-Whirlpool und Grotte im Innenbereich. Ein kleiner Zauberwald für Kinder ab drei Jahren ist der Indoor-Wasserspielpark aus Holz.
Von April bis Oktober bietet der 23.000 m² große Freibereich jede Menge Spaß unter freiem Himmel: Auf der Breitwellenrutsche saust man ins Acapulcobecken, das konstant angenehme 26 Grad hat. Mutige können zudem vom 1- und 3-Meter-Sprungturm hüpfen.
www.therme.at

Wellness in der Stadt

Die Therme Wien wurde im Herbst 2010 eröffnet und ist eine der modernsten Stadtthermen Europas: Auf einer Gesamtfläche von 75.000 m² bietet sie ca. 4.000 m² Wasserfläche, rund 3.000 m² Saunaareal, einen über 6.000 m² umfassenden Gesundheitsbereich und einen ca. 1.200 m² großen Fitnessbereich. Neben hochkarätiger Architektur und ansprechendem Design sind Massageliegen, finnische Saunen, Dampfbäder, Sole-, Grotten- und Sprudelbecken, Sprungtürme, Breit-, Reifen- und Erlebnisrutschen, aber auch tägliche Kinderanimation und die erste Thermenbibliothek Österreichs Teil des umfangreichen Angebots. Mit den Schwefel-Thermalquellen in der Therme Wien steht ein Bodenschatz zur Verfügung, der seit 1969 zu Kurzwecken eingesetzt wird. Im Jahr 2009 wurde eine zweite Schwefelquelle erschlossen, die mit einer Temperatur von 47 Grad Celsius aus 900 Metern Tiefe zutage tritt.
Die Therme Wien ist an das U-Bahnnetz angeschlossen. Mit der U1 kann man sie direkt vom Stadtzentrum in nur 15 Minuten erreichen (Endstation Oberlaa). Gäste, die einen Behindertenausweis vorweisen, erhalten eine Ermäßigung von 20 Prozent auf den Eintrittspreis. Sollte im Ausweis vermerkt sein, dass die Betreuung durch eine Begleitperson erforderlich ist oder der Gast im Rollstuhl sitzt, so erhält die Begleitperson den Thermeneintritt gratis. Im Garderobenbereich stehen größere Kabinen ohne weiteren Aufpreis zur Verfügung. Die Parkgarage ist ebenfalls kostenfrei.
www.thermewien.at

Thermalquelle Loipersdorf GmbH & Co. KG, Therme Wien

Gelbes Gold

Bereits zu Zeiten des römischen Kaisers Claudius (41-54 n.Chr.) erhielt die Siedlung den Namen „Aquae“. Die heute als Baden bekannte Stadt verdankt ihren Bezug zum Wasser seit jeher dem „Gelben Gold“, dem Badener Schwefelheilwasser. 26 Kilometer südlich von Wien sprudeln 15 Quellen mit Heilwasser aus rund 1.000 Metern Tiefe. Der Badener Schwefel ist reich an wertvollen Mineralstoffen und hat seit Menschengedenken bei rheumatischen Erkrankungen und Beeinträchtigungen des Bewegungsapparates gewirkt.
Inmitten des Kurorts mit seinen grünen Parkanlagen, dem gepflegten Kurpark mit Rosarium, der reizenden Altstadt und einem umfassenden kulturellen Angebot sorgt eine ganz besondere Dreiecksbeziehung für Gesundheitskompetenz auf höchstem Niveau. Gesundheits- und Kurhotel Badener Hof, Römertherme und Badener Kurzentrum vereinen medizinisches Wissen, Erholungsmöglichkeiten und stilvolles Hotelambiente unter einem Dach und garantieren dem Gast einen wirkungsvollen und nachhaltigen Gesundheitsaufenthalt.
Schwerpunkte der Gesundheitsangebote und Kurprogramme sind die aktive Gesundheitsvorsorge, die Behandlung von Beschwerden des Stütz- und Bewegungsapparats sowie die Wiederherstellung nach Operationen. Ein vielfältiges Angebot an Therapien, Fitness, gesunde Ernährung und höchste Wohnqualität bieten durch die kurzen Wege optimale Voraussetzungen für eine erfolgreiche Behandlung.
www.roemertherme.at



Der Badener Schwefel ist reich an wertvollen Mineralstoffen



Die Alpentherme Gastein, umrahmt von einem einzigartigen Bergpanorama

Auszeit für Geist und Körper

Mit Abwechslung und Spaß oder Erholung pur verwöhnt die Alpentherme Gastein im Zentrum von Bad Hofgastein die Gäste des Gasteinertals: Sie bietet – umrahmt von einem einzigartigen Bergpanorama – auf einer Fläche von 36.000 m² alles, was das Herz in Sachen Wellness/Spa begehrt. So zum Beispiel mit der 110 m langen Black-Hole-Raftingrutsche, der Speed-Rutsche, dem Lazy-River-Strömungskanal, dem multimedialen Erlebnis-Dome, dem TV-Video-Raum und dem Kleinkinderbereich für die Kleinsten – das ist Erlebnis pur. Zwei Badeseen, die ausschließlich mit Gasteiner Thermalwasser befüllt und nur biologisch gereinigt werden, machen den Badespaß auch für Allergiker unbedenklich. Der größere, mit einer Fläche von 1300 m², erweitert das bisherige Angebot der Relax World. Egal ob man in den großzügigen Flachwasserbereichen mit den Kindern plansch oder einfach nur das Bergpanorama genießt oder ob man in der Schwimmzone (bis zu 4 Meter tief und 50 Meter lang) seinen sportlichen Ambitionen nachgeht, der Thermalwasser-Badesse ermöglicht alle Aktivitäten.
Die Entspannung beim heißen Aufguss oder angenehmer Wärme in den beiden Saunakammern wird durch ein wechselndes Farbenspiel verstärkt. Die neue Gletscher-Eis Lounge bringt nach dem Besuch der Saunas mit der Raumtemperatur von 4°C und eisigen Videoprojektionen gehörige Abkühlung. Für den idealen Temperaturkontrast sorgt ein wachsender Eis-Stalagmit, der als Eisspender die nötige Erfrischung bietet. Der Anblick der Projektionen von imposanten Gletscherlandschaften und Eisbergen sorgen für das nötige Fröstel-Feeling. Abgerundet wird das Abenteuer in der Wohlfühl-Kältekammer durch erfrischende Düfte und coole Sounds.
www.thermenhotels-gastein.com

Badener Kurbetriebsgesmbh, Thermenhotels Gastein/Atelier Wolkersdorfer

Luxus am türkisblauen Meer

Atemberaubende Strände, faszinierende Korallenriffe und luxuriöse Villen ziehen Reiseliebhaber aus aller Welt an, die sich nach der ultimativen Entspannung sehnen.

TEXT: Larissa Bilovits



Das Haa Alifu Atoll besitzt einige der größten Villen der gesamten Malediven

Etwa 500 km von der südlichen Spitze Indiens entfernt liegt eines der traumhaftesten Urlaubsparadiese der Welt: die Malediven. Das Erfolgskonzept „Eine Insel, ein Resort" in Kombination mit spektakulärer Natur machen den Staat, der aus 1.191 Inseln und 26 Atollen besteht, zu einem beliebten Reiseziel. 144 der Inseln werden ausschließlich für touristische Zwecke genutzt und bieten den Urlaubern unter anderem die Möglichkeit, die Unterwasserwelt des Indischen Ozeans zu erkunden. Diese zeichnet sich durch atemberaubende Riffkolonien aus, die einen Lebensraum für verschiedenste Fischarten bieten.

Hideaway Beach Resort & Spa Maledives

In diesem Jahr zog es uns in das Hideaway Beach Resort & Spa Maledives, gelegen auf der Insel Dhonakulhi im nördlichen Haa Alifu Atoll. Das Markenzeichen des All-Suite-Resorts: Geräumigkeit und Privatsphäre. So besitzt das 2005 eröffnete Hideaway einige der größten Strandvillen auf den Malediven. Mit Ausnahme der sieben Sunset Beach Villas haben auch alle davon einen eigenen Pool.
Nach einem 45-minütigen Flug vom internationalen Flughafen Velana landet man am Flughafen Hanimaadhoo. Von dort aus geht es mit dem Schnellboot 20 Minuten zur Insel Dhonakulhi. Für den besonderen Luxus kann auch ein privates Wasserflugzeug gechartert werden, das die Gäste direkt vom Flughafen Velana zur Insel bringt.

Die Qual der Wahl

Insgesamt verfügt das Hideaway über neun verschiedene Villenkategorien, die in ihrer Größe zwischen 130 und 575 Quadratmetern variieren. Besonders an den massiven Strandvillen ist etwa, dass sie alle von üppiger Vegetation umgeben sind. Diese wird von hauseigenen Gärtnern gepflegt, wo-

Hideaway Beach Resort & Spa

durch der Gast das Gefühl bekommt, sich auf einer eigenen Privatinsel zu befinden.
Wer einen Aufenthalt mitten am türkisblauen Wasser bevorzugt, ist mit einer der zahlreichen Wasservillen gut beraten. Der eigene Infinity-Pool gibt das Gefühl, eins mit dem Meer zu sein, wobei dieses natürlich auch über einen privaten Zugang betreten werden kann. Der ausgeklügelte Sichtschutz schützt dabei auch vor neugierigen Blicken der Nachbarn, wodurch man hier das Gefühl von bedingungsloser Privatsphäre bekommt.
Die Familienvilla hingegen ist aufgrund ihrer Geräumigkeit – und nicht zu vergessen dem persönlichen Butler – die bevorzugte Wahl für die High Society. Der traumhaft schöne Meerblick, der von einer eigenen Aussichtsplattform um Obergeschoss genossen werden kann, ist die ideale Kulisse für ein Gläschen Champagner am Abend.

Luxus für Körper, Geist und Gaumen

Im Hideaway Beach Resort & Spa begeben sich die Gäste auf eine außergewöhnliche kulinarische Reise: Ob ein Barbecue am Strand im Meeru Bar & Grill, gehobene Küche im Matheefaru oder ein Mittagessen im Sunset Pool Café, welches Badevergnügen und schmackhafte Spezialitäten der europäischen und asiatischen Küche vereint.
Für das ultimative Abschaltprogramm vom Alltag sorgt im Resort vor allem das Spa- und Wellness-Angebot. Das Hideaway Spa verfügt über zwölf intime und komfortable private Behandlungsräume, ein Dampfbad, einen Außenpavillon, eine Maniküre-/Pedikürestation, eine Entspannungszone und einen Einkaufsbereich, umgeben vom sanften Rauschen der Wellen. Ein Expertenteam von Therapeuten widmet sich der Entspannung und Verjüngung von Körper, Geist und Seele, etwa mit einer ayurvedischen Behandlung. Die in Indien beheimatete ayurvedische Medizin ist eines der ältesten ganzheitlichen Heilsysteme der Welt, das eine Reihe von Behandlungen, Yoga, Massage, Akupunktur und Kräutermedizin verwendet, um Gesundheit und Wohlbefinden zu fördern.



Fast alle der Villen besitzen einen eigenen Infinity-Pool mit Meerblick

KULTUR-AUSTAUSCH

Er ist einer von tausenden Küchen-Botschaftern unserer Kultur: Koch Benny Lysik im Hideaway Beach Resort & Spa. Drei Wochen Hotelcheck auf den Malediven – da ist klar, dass man auch hinter die Kulissen blickt. Und jene, die Deutsch als Muttersprache haben, laufen sich natürlich auch über den Weg. Zwangsläufig. Im fashionablen Hotel Hideaway Beach Resort & Spa findet sich in der Staff immerhin ein Deutscher: Junior-Souschef Benny Lysik ist 24 und hat einen Zwei-Jahres-Vertrag unterschrieben. Witzig zuzuschauen, wie der fast zwei Meter große Koloss seine Mannschaft – eine Schar deutlich kleinerer Asiaten – durch die Küche jagt. Seit 30. August 2022 ist er auf der Insel. Er sei hierher gekommen, um zu lernen. Aber – „in Wahrheit lernen die viel von mir". Besonders wenn's um Saubereit, Genauigkeit und Rezepturen geht – Punkte, die zwar „deutscher Standard" sind, aber auf einer Malediven-Insel nur zaghaft angegangen werden.
Privat kocht Benny gerne Pizza und Frikassee. Freilich nicht in den klassischen Zubereitungsversionen, sondern wenn, dann schon außergewöhnlich, sprich experimentell. Gelernt hat er im Waldorf Astoria in Berlin, danach ging es ins Grischa Hotel in Davos.
Konfrontiert mit der Idee von Gottfried Wolf, einem Linzer Gastronomie-Experten, den wir detto auf der Insel treffen, dass man, um die Personalknappheit in unseren Landen auszugleichen, alle, die da international unterwegs sind, mit Top-Konditionen zurückholen sollte, winkt Benny ab. „Ich mache meine zwei Jahre hier", meint er. Er will seine Fusion-Qualitäten verbessern (am liebsten verfeinert er mit Zitronengeschmack, und seine fernöstliche Fischsuppe ist zum Niederknien), Erfahrung sammeln und seinen persönlichen Kulturaustausch leben.
Das Salär, das dafür bezahlt wird, werden wir – aus Höflichkeit – nicht nennen. Es liegt freilich bei einem Drittel dessen, was ein heimischer qualitativer Souschef dieser Tage verdient. Verbunden mit einigen Bonifikationen: Einmal im Jahr kann er die Mama einfliegen, Familienmitglieder, die im Resort wohnen, haben 50% Discount, und einmal im Jahr gibt's auch die Tickets nach Hause.



Benny Lysik präsentiert Fisch-Angebot

Und was kommt danach? Benny: „Mein Traum wäre, irgendwann einmal in meinem Leben auf einen Stern kochen zu dürfen…"
Der Bursche hats drauf – wir werden wohl noch von ihm hören.

Hideaway Beach Resort & Spa Schmid

Niederösterreich auf zwei Rädern

Die Schönheiten der Natur genießen. Zwischendurch ein Bad. Oder einen Imbiss. Oder doch die Kulturschätze der Gegend erforschen. Für Radfahrer erweist sich das Land unter der Enns als wahres Paradies. Das hat auch Felix Neureuther entdeckt.



Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner und Tourismuslandesrat Jochen Danninger (li.) mit dem niederösterreichischen Rad-Botschafter Felix Neureuther

Der Schistar genießt es, nach seiner internationalen Karriere Zeit mit seiner Familie verbringen zu können. Die in der Regel aktiv genutzt wird. Am liebsten beim gemeinsamen Radfahren. Und da hat der Bayer nun ein neues Ziel entdeckt, das er mit seiner Familie erkunden will: Niederösterreich.

Das Land durchzieht ein touristisches Radnetz von rund 5.500 Kilometern Länge. Die Radrouten wurden abseits des motorisierten Individualverkehrs angelegt. Vor allem entlang der zahlreichen Flüsse oder auf ehemaligen Bahntrassen. Seit 2016 wurden rund 60 Millionen Euro in die Rad-Infrastruktur investiert. „Die Radwege in Niederösterreich beeindrucken durch ihre speziellen Charakteristika der einzigartigen Landschaften, die Kulinarik und mit dem spannenden kulturellen Angebot für Alt und Jung“, berichtet Neureuther von seinen ersten Entdeckungstouren.

Mit dem Ausbau der Infrastruktur ist man bemüht, dem Trend zum Rad entgegenzukommen. „Wir möchten Radfahren zu einem Gesamterlebnis machen. Das gelingt uns mit den sechs neuen Rad-Entdecker-Touren, die im Frühjahr als Kampagnenhighlight präsentiert werden. Diese führen unsere Gäste an besondere Orte, noch unbekannte und unerforschte Plätze, zu interessanten Persönlichkeiten und kulinarischen Schätzen“, verrät der Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, Michael Duscher.

Und Niederösterreichs Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner kündigt bereits den weiteren Ausbau an: „Rund 10 Millionen Euro werden in den Triesting-Gölsentalradweg, den Ybbstalradweg sowie in die Optimierung des Donauradweges investiert.“ Sie ist sich sicher: „Mit Felix Neureuther wollen wir noch mehr Gäste auf unsere Radwege locken. Er ist ein Rad-Botschafter, der internationale Strahlkraft besitzt und damit unseren Rad-Tourismus auf das nächste – internationale – Level hebt.“

„Als Spitzensportler weiß er von den Vorzügen des Radfahrens – vor allem in einer so einmaligen Umgebung, wie man sie entlang des niederösterreichischen Radwegnetzes findet“, ergänzt Tourismuslandesrat Jochen Danninger.

Beruhigendes Plätschern

Das schlängelt sich zum Beispiel an den Ufern vieler Flüsse entlang, die sich durch eine spannende Flora und Fauna auszeichnen. Abwechslungsreich präsentiert sich etwa der Traisentalradweg. Die 111 Kilometer lange Strecke führt von den sanften Hügeln südlich der Donau bis zur Bergwelt der Mostviertler Alpen. Eine kleine Rast lohnt sich an einem der Steinwehre zwischen Herzogenburg und Traismauer. Nicht vergessen sollte man übrigens die Badesachen. Denn unweit St. Pölten locken die Viehofner Seen zu einem Sprung ins kühle Nass.

Apropos: Wer seine Radtour gerne durch ein kurzes Bad unterbricht, ist am Ybbstalradweg gut aufgehoben. Die 107 Kilometer führen von der Einmündung in die Donau Richtung Süden entlang des Flusses, ab Waidhofen auf einer ehemaligen Bahntrasse bis nach Lunz am See. Unterwegs locken zahlreiche Badeplätze zu einer Pause. Zum Beispiel das Naturbad Kematen oberhalb des Kraftwerk Dorfmühle.

Niederösterreich Werbung

Die Kinder plantschen hier am prämierten Wasserspielplatz oder testen die Floßfähre.
Natur, Kultur, Kulinarik und sportliche Ausdauer vereint die Kamp-Thaya-March-Radroute. Die 420 Kilometer führen entlang der Flüsse Kamp, Thaya und March sowie ruhigen Nebenstraßen durch das romantische Weinviertel und das mystische Waldviertel. Eine Pause zur Besichtigung und Weinverkostung bietet sich in Krems an. Apropos Wein: Die Strecke führt ebenso durch pittoreske Winzerdörfer wie uralte Weinviertler Kellergassen. Dann wird es schon Zeit für die nächste Pause am Ottensteiner Stausee. Seine fjordartig verzweigten Seearme laden geradezu zum Baden ein.
Burgen und Klöster auf zackigen Felsen, endlose Weiten im Tullnerfeld, Naturerlebnis in der Stopfenreuther Au: Das bietet der Donauradweg. Der niederösterreichische Abschnitt führt 260 Kilometer durch das Land und liefert zahlreiche Pausenmöglichkeiten zur Einkehr oder auch zum Baden, etwa im Strandbad Weißenkirchen.



Spektakuläre Ausblicke über die Wachau

Der Rebe auf der Spur

Ein Highlight des Radweges ist zweifellos die Strecke durch das UNESCO-Welterbe Wachau zwischen Krems und Melk. Hier erstrecken sich die steilen Terrassenweingärten, in denen jene Trauben sprießen, die sich schließlich in Riesling oder Grünem Veltliner wiederfinden.
Wer sich mehr für Zierfandler oder Rotgipfler interessiert, der ist auf dem Thermenradweg richtig aufgehoben. Entlang des Wiener Neustädter Kanals geht es durch traditionsreiche Weinorte wie Kottingbrunn, Pfaffstätten oder Gumpoldskirchen, in denen zahlreiche Heurige zur Einkehr locken. In der Kurstadt Baden wartet auf die tüchtigen Biker zum Abschluss ein Bad im „Gelben Gold“, der heißen Schwefelquelle, deren Heilwirkung schon Kaiser Franz I. zu schätzen wusste.
Eine wahre Weinlektion bieten die Wagramer Entdeckungstouren. Hier geht es 38 Kilometer bergauf, bergab über die terrassenförmig angelegten Weingärten rund um Großriedenthal, durch die alte Kellergasse von Feuersbrunn



Pause beim Schloss Laxenburg auf der Klöster Kaiser Künstler Tour

Robert Herbst, Niederösterreich Werbung/Eliska Hudcová



Durch verträumte Weindörfer geht es auf dem Euro Velo 13



Hinein in die Mostviertler Alpen Richtung Mariazell

und vorbei an der Lössformation der „Neun Mauna". Einen Stop sollte man jedenfalls in der Gebietsvinothek Weritas einplanen.
Durch das Retzerland führt die Weinviertler DAC Radtour. Die hügeligen 55 Kilometer geben den Blick auf spektakuläre Weinlagen und malerische Kellergassen frei. Auf einer Anhöhe zwischen Retz und Manhartsberg erwartet die Radler schließlich ein besonderes Zuckerl: Österreichs einzige betriebsfähige Windmühle.

Kulturerlebnis

Viel Zeit mitnehmen sollte man sich für die Klöster Kaiser Künstler Tour. Die 62 Kilometer lange Route im Wienerwald überzeugt nicht nur mit zahlreichen Blicken in die malerische Natur. Auch jede Menge historische und kulturelle Bauten säumen den Weg. Etwa das Schloss Laxenburg, in das sich einst die Habsburger gerne zurückzogen. Oder die Kurstadt Baden mit Römertherme, das Zisterzienser-Stift Heiligenkreuz sowie der geschichtsträchtige Ort Mayerling.
In die jüngere Zeitgeschichte fährt man mit dem Euro Velo 13 ein. Der Radweg führt entlang des ehemaligen Eisernen Vorhangs. Im niederösterreichischen Teil geht es dabei durch das Waldviertel, immer an der Grenze entlang. Weite Teichlandschaften, hügelige Weingärten und romantische Kellergassen säumen den Weg. Noch tiefer in die Vergangenheit eindringen lässt sich auf Schloss Marchegg mit der aktuellen Landesausstellung Marchfeld Geheimnisse – Mensch.Kultur.Natur.
Berge, Dampf und einen Hauch von Luxus rund um die Jahrhundertwende findet man auf der Weltkulturerbestrecke. Aber Achtung: Dafür sollte man schon ein bisschen Kondition mitbringen. Immerhin werden auf der 36 Kilometer langen Route 900 Höhenmeter überwunden. Es geht vom Bahnhof Gloggnitz bergauf über Schottwien und Maria Schutz nach Semmering. Immer wieder eröffnet sich der Blick auf die Semmeringbahn und ihre prachtvollen Viadukte. Entlang des Weges trifft man auf zahlreiche Sommerfrische-Villen aus der Zeit der Jahrhundertwende. ■

Niederösterreich Werbung/Franziska Consolati, Mostviertel Tourismus/Velontour.info

Der crossmediale Vermarkter für Österreich.

IP

Mach Kulinarik-Fans Appetit auf dein Angebot!

Jetzt die Food-Channels von IP Österreich buchen!



kochbar

CHEFKOCH

essen & trinken

ip.at/food-channels

ZUM GOLDENEN HIRSCHEN

Blackout-Vorsorge mit Infos der Helfer Wiens

Ob der Strom nur kurz ausfällt oder ein Blackout zu bewältigen ist – die Helfer Wiens sind mit Tipps zur Vorbereitung und mit Hilfe für den Ernstfall für die Wiener*innen da.



Brett- und Kartenspiele als Zeitvertreib bei Stromausfall

Das Wort Blackout ist in aller Munde. Doch wie realistisch ist das? Nun, grundsätzlich ist Wien sehr gut versorgt. Ein Szenario, dass sozusagen plötzlich der Strom ausgehen würde, ist eher unwahrscheinlich, kann allerdings nicht ausgeschlossen werden. Daher ist Vorsorge besser als Nachsicht. Stellen wir uns also vor, der Strom fällt in ganz Österreich aus, und das nicht nur für zwei oder drei Stunden, sondern für ein paar Tage. Was funktioniert noch?

Nur das, was man zu Hause vorbereitet hat. Hilfe von außerhalb ist nicht mehr möglich. Einfaches Einkaufen, wie wir es kennen, existiert nicht mehr, da technische Systeme ausfallen. Somit bricht die gesamte Logistik zusammen.

Zur Vorsorge sollte man sich daher überlegen, **was man für rund zwei Wochen benötigt**. Das geht über Nahrungsmittel oder Leuchtkörper hinaus. Etwa: Wer hat besondere Bedürfnisse? Gibt es genug Babynahrung? Brettspiele, um die Zeit zu überbrücken? Batterien fürs Radio? Medikamente? Können die Haustiere weiter versorgt werden? Ist ausreichend Bargeld – pro Person ca. 100,- Euro in kleinen Scheinen oder Münzen – im Haushalt?

Hilfreiche Tipps

Eine erste Anlaufstelle sind „Die Helfer Wiens“. Die offizielle Präventionseinrichtung der Stadt Wien ist ein umfassender Dienstleister in allen Fragen der Sicherheit. Auch für den Fall eines Blackouts hat die Organisation zahlreiche Tipps erarbeitet. Die wichtigsten: Diskutieren Sie gemeinsam mit Familie und Freund*innen, welche Probleme entstehen können, und finden Sie passende Lösungsmöglichkeiten dafür. Ein Vorrat für zwei Wochen sollte sichergestellt werden. Greifen Sie zu Lebensmitteln, die in Ihrem Haushalt gerne gegessen werden, wie Lieblingskekse, liebstes Salzgebäck und beste Fruchtsäfte. Nach und nach sollten die Vorräte jedoch gegessen und wieder aufgefüllt werden. So bleibt der Vorrat immer frisch.

Nicht nur für diese Situation wäre es zudem sinnvoll, einen Erste-Hilfe-Kurs zu absolvieren. Sie werden von

Adobe Stock

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

den Wiener Rettungsorganisationen regelmäßig angeboten.

Vereinbarungen treffen

Neben der Bevorratung sollte man einen Schwerpunkt auf die Kommunikation legen – beziehungsweise die nicht mehr möglichen Kommunikationsmittel oder Veränderungen in der Infrastruktur. Denn mit dem längerfristigen Stromausfall verabschieden sich auch nach und nach jene Geräte, die wir in unserem Alltag derzeit nicht missen wollen – von Laptops über Handys und TV bis zu öffentlichem Verkehr und Ampeln, aber auch Bankomaten oder Kartenterminals. Es ist also mit einem gewissen Chaos, auch im Verkehr, zu rechnen. Von Vorteil ist es daher, bereits im Vorhinein Vereinbarungen zu treffen. Etwa: Wie werden die Kinder von der Schule abgeholt? Bei welchem Treffpunkt sollen sie warten? Wichtig ist aber auch Nachbarschaftshilfe. Zum Beispiel: Welche Ressourcen können gemeinsam genutzt werden? Können die Kinder gemeinsam abgeholt werden? Wer in der Nachbarschaft könnte besondere Hilfe benötigen?

Was funktioniert nicht mehr?

In den eigenen vier Wänden ist die Folge eines Blackouts vor allem der Ausfall der Beleuchtung, aber auch Kühlgeräte und die meisten Heizsysteme sind betroffen. Das Absetzen eines Notrufes wird nicht mehr möglich sein. Besonders die Versorgung mit Lebensmitteln, Hygieneartikeln oder Medikamenten fällt in dem Zeitraum aus. Vereinzelt muss auch damit gerechnet werden, dass Probleme bei der Wasserversorgung und Abwasserentsorgung auftreten. Das heißt, dass es zu Komplikationen beim Spülen der Toilette und beim einfachen Aufdrehen des Wasserhahns kommen kann. Aufgrund der Gravitation in Verbindung mit Höhenunterschieden ist in Wien für 95 Prozent der Haushalte die Wasserversorgung gewährleistet. So stellt auch die Abwasserentsorgung in Wien für die meisten Haushalte keine Probleme dar.
Ein bis zwei Tage müssen vermutlich in Österreich vergehen, bis großteils im Land wieder eine Stromversorgung verfügbar ist. Für ganz Europa rechnet man dafür mit bis zu einer Woche. Bis nach dem Blackout das Handy, das Festnetz und auch das Internet wieder funktionieren, können nochmals mehrere Tage vergehen.



Zur Blackout-Bevorratung gehören auch Gaskocher, Taschenlampe oder Radio

Was kommt nach dem Blackout?

Sicher ist, dass wir nicht so schnell zur gewohnten Alltags-Routine zurückkehren können. Wichtig zu wissen ist, dass eine derartige Krise nur gemeinsam bewältigt werden kann. Es kommt auf jede Einzelne, jeden Einzelnen von uns an, die schwerwiegenden Komplikationen eines Blackouts zu meistern. Das beginnt schon bei der Vorsorge und setzt sich fort in der Krise, während der Kooperation gefragt ist. Vor allem auf die Selbstorganisation in der Nachbarschaft kommt es an.
Entscheidend für die sichere Bewältigung eines Blackouts ist, dass die Bevölkerung selbst vorbereitet ist und richtig handelt. Wie stark ein Blackout unser Leben in Mitleidenschaft zieht, hängt von jeder und jedem selbst ab.

Einen Blackout erkennen

➡ Prüfen Sie die eigene Stromversorgung (FI-Schalter im Sicherungskasten).
➡ Schauen Sie sich in der eigenen Umgebung um, ob die Nachbar*innen Licht haben oder die Straßenbeleuchtung funktioniert.
➡ Prüfen Sie, ob andere Personen über Handy oder Festnetz erreichbar sind und ob das Internet funktioniert.
➡ Schalten Sie Ihr Radio (Ö3) ein, um zu erfahren, ob vom Stromausfall auch andere Bundesländer oder Länder betroffen sind.

Die Helfer Wiens

Kostenlose Vorträge, E-Learning zum Thema, Ratgeber und Checklisten, Antworten zur Vorsorge, zur Entstehung und zum Krisenfall gibt es auf der Website von „Die Helfer Wiens“. Zur Einstimmung am besten auf YouTube das Video „Webinar Blackout“ ansehen! Alle Infos:
diehelferwiens.wien.gv.at/blackout

Die Helfer Wiens/Zinner

Die Zukunft nimmt Fahrt auf!



Die Wiener Elektro Tage am Rathausplatz bieten vom 13. bis 17. September 2023 einen einzigartigen Überblick zu aktuellen E-Auto- bzw. Zweirad-Neuheiten, innovativen Ladelösungen und einem bewussten und nachhaltigen Lifestyle.





Die Wiener Elektro Tage werden auch in diesem Jahr wieder mit einem umfangreichen, abwechslungsreichen Programm glänzen

Auch in diesem Jahr setzen die Veranstalter der Wiener Elektrotage wieder ein starkes Zeichen für zukunftsorientierte Mobilität. Nach dem großen Erfolg der letzten Wiener Elektro Tage im Juni 2022 präsentiert sich Österreichs zukunftsweisendes E-Mobility Event heuer im Sommer mit einem noch deutlich erweiterten Angebot aus Information, Unterhaltung und Kulinarik. Nachhaltigkeit wird gerade in der heutigen Zeit zum immer präsenteren Kernthema der Automobilbranche. Die notwendige Abkehr von fossiler Energie hat die Mobilitäts-Konzerne zu neuen kreativen Lösungen veranlasst. Bei den Wiener Elektro Tagen präsentieren daher diverse Automobilhersteller ihre aktuellen Elektro-Highlights und alle Neuheiten rund um Energie- und Ladeinfrastrukturen. Die Wiener Elektro Tage finden heuer vom 13. bis zum 17. September 2023 statt – und wie auch letztes Jahr an einer besonders prestigeträchtigen und hochfrequentierten Location: dem Wiener Rathausplatz. Direkt vor dem Wiener Rathaus präsentieren die Veranstalter Porsche Media & Creative die geballten Innovationen aus dem Bereich nachhaltiger Mobilität.

Elektromobilität als Gewinner

Dass Elektromobilität immer mehr an Bedeutung gewinnt, zeigt sich etwa auch in den Statistiken. So wurden 2021 in Österreich 33.366 E-Fahrzeuge zugelassen – das entspricht einer Steigerung des Marktanteils von 13,9 Prozent im Vergleich zum Vorjahr. Damit war also jede siebte Neuzulassung auf heimischen Straßen 2021 ein vollelektronisches Modell. Auch die aktuellsten Zahlen aus dem Vorjahr zeigen: Elektromobilität ist die Zukunft. Jedes sechste neu zum Verkehr zugelassene Fahrzeug in Österreich ist rein elektrisch betrieben (15,9 Prozent Marktanteil). Dementsprechend werden die Wiener Elektro Tage am Rathausplatz wieder unter dem Motto „Die Zukunft nimmt Fahrt auf!“ veranstaltet.
Dort kann E-Mobilität auf einem der historisch bedeutendsten Plätzen Wiens bei freiem Eintritt erlebt werden. Mit den Wiener Elektro Tagen haben die Veranstalter sich zum Ziel gesetzt, umfassend zum Thema E-Mobilität einschließlich Ladeinfrastruktur, Finanzierung und Förderung zu informieren und damit zum

Porsche Media & Creative

grundlegenden Systemwechsel in eine nachhaltige und dekarbonisierte Zukunft beizutragen.
„Dieses Event wurde als Plattform für alle Anbieter von E-Mobilitätslösungen konzipiert. Die Porsche Media & Creative bringt als neutraler Veranstalter kompetentes Know-how mit und lädt Unternehmen im Bereich der neuen Mobilität ein, sich im Rahmen der Wiener Elektro Tage zu präsentierten", so Andreas Martin, Geschäftsführer der Porsche Media & Creative, Veranstalter der Wiener Elektro Tage.

Abwechslungsreiches Angebot

Auf den Wiener Elektro Tagen werden aber nicht nur Autoliebhaber etwas zum Staunen haben. Auch das Zweirad rückt in den Fokus. Ebenso im Mittelpunkt stehen Lösungen zur Ladeinfrastruktur und Carsharing-Angebote. Mit einer abwechslungsreichen Kombination aus Mobilität und Energielösungen, Kulinarik und Unterhaltung sorgt das Event bei freiem Eintritt für nachhaltige Wirkung beim Publikum. Im letzten Jahr sorgte so etwa das Konzertprogramm für großen Andrang, wo unter anderem die Erfolgsband „Alle Achtung!" für Stimmung sorgte. Dabei ist der historische Rathausplatz der geeignete Ort für geballte Informationen und Innovation. Attraktive Side-Events mit Top-Speakern aus Industrie, Politik und Wirtschaft sorgen für ein breitgefächertes Paket bei dem von Porsche Media & Creative ausgerichteten Event. Zudem wird es ein groß aufgestelltes gastronomisches Angebot geben. So werden unter anderem Pasta, Wraps, Frozen Joghurt und viel grüner Genuss angeboten. Auch an die Kleinsten wurde gedacht: Ein eigenes Kinderprogramm, wie beispielsweise Hüpfburgen, sorgt für gute Unterhaltung der Kinder.

Porsche Media & Creative

Die Porsche Holding Salzburg verfügt seit 1989 über eine eigene Media Agentur. Seit 2020 gilt das Unternehmen als Full Service Agentur und firmiert seither als Porsche Media & Creative (PMC) mit Standorten in Salzburg und Wien. Zu ihren Kunden zählen namhafte Unternehmen wie Volkswagen, AUDI, Seat, Skoda, Porsche Bank, Moon-Power und DasWeltauto.at. Seit 2020 ist die Agentur auch für externe Kunden tätig.
Zudem schaffte es Porsche Media & Creative in den letzten Jahrzehnten, für ihre Leistungen honoriert zu werden. So erhielten sie den ORF Top Stop, den Media Award, Web Ad, den RMS Radio Award, den Out of Home Award sowie den Native Advertising Award und viele mehr. Abgerundet wird das Portfolio der Agentur durch zahlreiche Print Services und die hauseigene Druckerei. Porsche Media & Creative fungiert in der Rolle als Eventagentur auch als Betreiber der MOONCITY in Salzburg und Wien. ■



Andreas Martin veranstaltet als Geschäftsführer von Porsche Media & Creative auch in diesem Jahr die Wiener Elektro Tage

ZUKUNFTSWEISENDE TECHNOLOGIE

Eine der größten Herausforderungen in Hinblick auf E-Mobilität ist wohl das Thema Ladeinfrastruktur. Gerade im Eigenheim benötigt es für ein intelligentes Laden ein ausgeklügeltes Heim-Energie-Management-System (HEMS), das die Stromversorgung smart staffelt und managed. Ladestrategien werden demnach stetig weiterentwickelt – so setzt auch Volkswagen nun einen wichtigen Schritt und steht kurz vor der Markteinführung einer wegweisenden Technologie: dem bidirektionalen Laden. Dabei können E-Fahrzeuge Strom, den sie nicht benötigen, ins Hausnetz des Kunden einspeisen („Vehicle-to-Home"). Diese zukunftsweisende Technologie soll damit auch zur Stabilisierung des Stromnetzes beitragen und ist eines der vielen Themen, über die die Wiener Elektro Tage ihre Besucher informieren. ■

Porsche Media & Creative



Kein Blackout beim „Blackout“

Keine Angst mehr vorm Stromausfall mit dem SmartHome von Siblik: Im intelligent vernetzten Haus steht Strom auch bei einem Blackout weiter zur Verfügung.

Stromausfälle, im schlimmsten Fall ein mehrtägiger Blackout, sind für viele Menschen eine große Sorge. Mit dem eigenen Sonnen-Kraftwerk und der intelligenten Gebäudetechnik KNX tritt die Angst vor einem langen dunklen Blackout schon mehr in den Hintergrund. Siblik SmartHome zeigt Ihnen Schritt für Schritt den Weg dorthin, damit Sie selbst im Falle eines Blackouts nicht im Dunklen sitzen.
Und da gibt es viel zu tun: Laut einer Umfrage schätzen die Hälfte der Österreicherinnen und Österreicher die Vorbereitung des eigenen Haushaltes auf Krisen als sehr schlecht oder eher schlecht ein.
„Was bei einem Blackout passieren wird, weiß niemand ganz genau, doch ein intelligent vernetztes SmartHome hilft, schnell wieder zu einer Alltagsroutine in den eigenen vier Wänden zu kommen. Vorbeugen bietet Sicherheit und spart langfristig Geld und Energie“, beschreibt der Geschäftsführer von Österreichs SmartHome Spezialisten Siblik, Ing. Norbert Ahammer, die Vorteile eines SmartHomes.

Wie funktioniert die Idee von SmartHomes genau?

Ein SmartHome ist ein intelligentes Zuhause. Es sorgt nicht nur für Komfort, sondern hilft vor allem dabei, Energie einzusparen. Per Fernbedienung einzelne Geräte oder Elemente übers Smartphone bedienen? Das ist damit kein Problem, aber noch lange

Siblik



nicht alles, was ein „intelligentes Zuhause“ bietet.
Durch das KNX Bus-System wird die Elektro- und Haustechnik (Beleuchtung, Beschattung, Heizung, Lüftung, Erneuerbare Energien) in einem SmartHome miteinander verbunden, die einzelnen Komponenten können so untereinander kommunizieren. Das ist ressourcenschonend, energieeffizient und bietet höchsten Wohnkomfort. Das KNX-System regelt den Stromverbrauch im Krisenfall nach Ihren Prioritäten.

Vorteile eines SmartHome

Komfort, Energieeffizienz und Sicherheit – all diese Werte sprechen für die Integration eines KNX-Bus-Systems als Basis für ein SmartHome. Wäre es nicht herrlich, wenn der Garten je nach Witterung bewässert wird, die Beschattung sich der Sonneneinstrahlung anpasst, die Belüftung für kontinuierlich gereinigte Luft sorgt und auch Energie gespeichert wird, damit sie nicht verloren geht und zum gewünschten Zeitpunkt verwendet werden kann? Musik, Beleuchtung und Belüftung werden je nach Anforderung und Geschmack abgestimmt. Mit der Funktion „Haus verlassen“ kann sichergestellt werden, dass nicht benötigte Stromverbraucher wie Lichter oder der Herd abgeschaltet werden. Mit Hilfe einer Videosprechanlage sehen Sie jederzeit, wer vor Ihrem Haus steht.
Und auch für ein bequemes und sicheres Leben im Alter kann man bereits beim Hausbau sorgen. Siblik SmartHome hat einen digitalen 24-Stunden-Service-Assistenten namens „Toni“ entwickelt, der – wenn man ihn später braucht – mit geringem Aufwand jederzeit aktiviert werden kann, um ein selbstbestimmtes Leben in den eigenen vier Wänden auch im Alter zu ermöglichen.

Das perfekt vernetzte Haus

Heute ist es möglich, den eigenen Strom durch Sonnenkraft mittels Photovoltaik zu erzeugen und für Zeiten zu speichern, in denen der Strom gebraucht wird. Die Wärmepumpe sorgt für umweltfreundliche Wärmeenergie, stellt das Warmwasser bereit und kann durch aktive Kühlung die heißen Sommertage erträglich machen. Die Komfortlüftung sorgt für frische Luft, reduziert den Heizenergiebedarf und schafft einen unvergleichlichen und gesunden Schlafkomfort. Bestimmte Funktionen sind in und ums Haus miteinander verknüpft.
Wenn z.B. die am Haus montierte Wetterstation Starkwind erkennt,

Siblik



Siblik ist der namhafteste Systemanbieter für Elektro- und Gebäudetechnik und Spezialist für Smart Homes

werden die Jalousien hochgefahren, eine Sicherheitsfunktion, um Beschädigungen zu vermeiden. Die Wetterstation übernimmt auch die Steuerung der Beschattung, damit im Sommer das Gebäude nicht übermäßig erwärmt wird. Eine automatische Wellnessfunktion für den Rasen – Bewässerung, wenn es Sinn macht – ist im SmartHome von Siblik selbstverständlich vorgesehen. Im Haus kann personenabhängig die bevorzugte Lichtstimmung oder Lieblingsmusik aktiviert werden. In der Nacht kann das Licht so konfiguriert werden, dass der Weg zur Toilette bei ausreichender Beleuchtung zurückgelegt werden kann.

Dank Siblik SmartHome ganzjährig Strom und Geld sparen

Ein KNX-System kann jederzeit um gewünschte und innovative Funktionen erweitert werden. Damit Sie Ihren Neubau schon heute für die Zukunft rüsten, ist die Installation von KNX unumgänglich. Photovoltaik mit Speicher und Wärmeerzeugung aus erneuerbarer Energie vervollständigen Ihr intelligentes Gebäude. So wird auch der selbsterzeugte Strom optimal im gesamten Haus verteilt. Ein Stromspeicher bietet die Freiheit, Ihren Sonnenstrom je nach Bedarf und Wunsch zu nutzen. Ist der Speicher voll, wird die nicht benötigte Energie ins öffentliche Netz eingespeist. Dieses System kann auch in Verbindung mit Photovoltaik eingesetzt werden. Die sogenannten „Verbraucher“ (Heizung, Lüftung, Warmwasser etc.) arbeiten dann, wenn es notwendig und sinnvoll ist, zusammen. KNX ist das „Hirn“, Photovoltaik und der Stromspeicher das „Kraftwerk“ Ihres Zuhauses.

Was ein Generator im Fall der Fälle nicht leisten kann

Aber warum kann man das Problem nicht einfach mit einem handelsüblichen Generator lösen? Ein gängiger

Siblik



Zentral gestreuert und vernetzt – das ist Siblik SmartHome

Generator kann nur einen einzigen definierten Verbraucher (z.B. einen Kühlschrank) versorgen, nicht jedoch ein ganzes Haus. Außerdem ist es zwingend notwendig, dafür große Mengen an Treibstoff zu bunkern. Für eine Anwendung über mehrere Tage oder Wochen ist alleine das de facto unmöglich.
In einem Haus ohne intelligente Gebäudetechnik müssen die Geräte von den Bewohnern manuell ein- bzw. ausgeschaltet werden. So kann es passieren, dass unnötig Strom verbraucht wird. In einem SmartHome hingegen kümmert sich KNX um die intelligente Verteilung des zur Verfügnung stehenden Stroms aus dem Sonnenkraftwerk und Ihrem Speicher.

Über Siblik

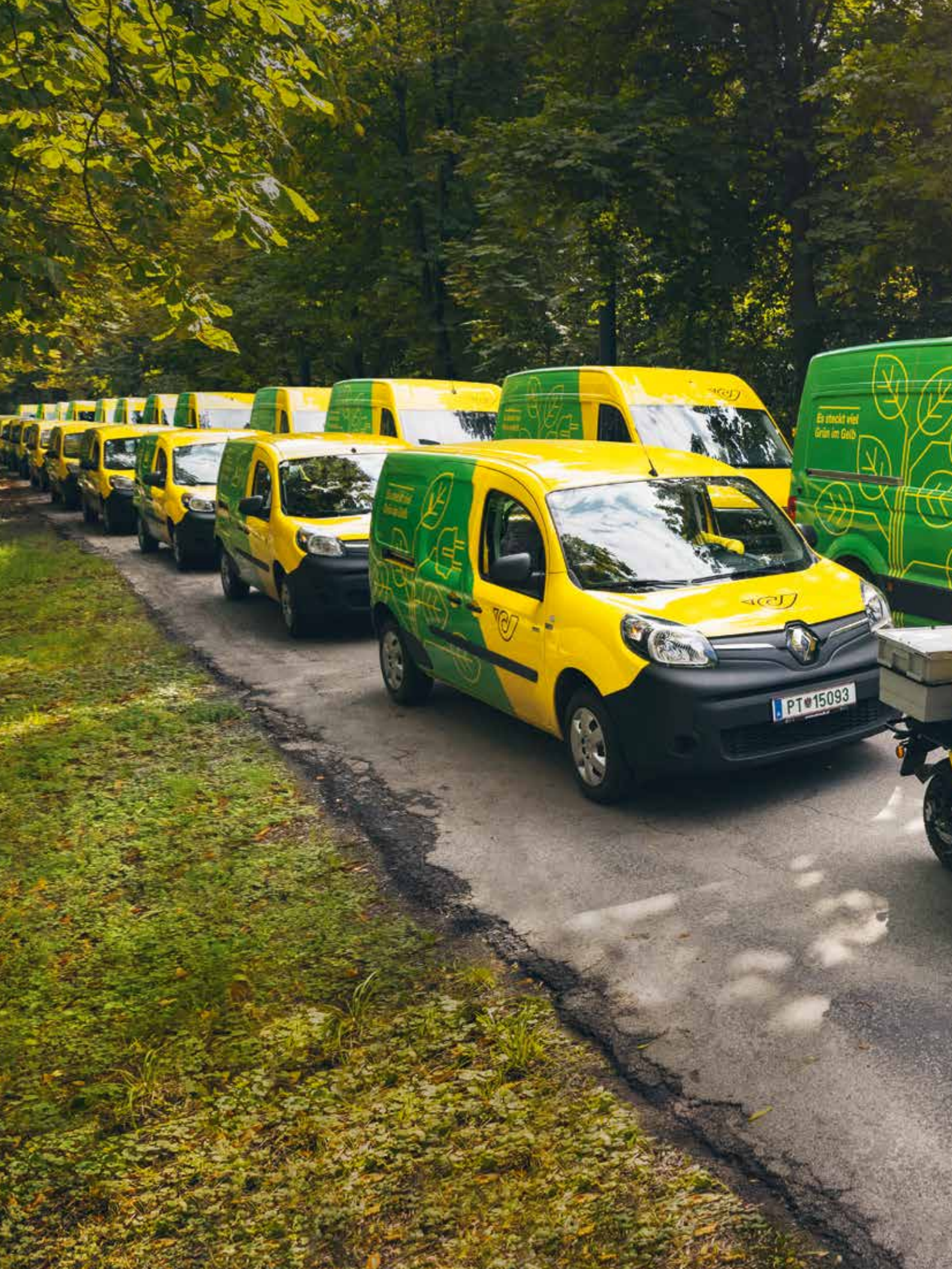
Siblik ist der namhafteste österreichische Systemanbieter für Elektro- und Gebäudetechnik und Spezialist für das Thema Smart Home. Neben der großen Produktvielfalt der renommiertesten Hersteller (9.000 Artikel im Sortiment, davon 7.000 lagernd) bietet das 1938 gegründete Unternehmen seine Kompetenz und Beratung in den Bereichen Gebäude- und Installationstechnik mit den Schwerpunkten erneuerbare Energie, Lichttechnik und Kommunikation an. Siblik SmartHome ist DER Experte für eine ganzheitliche Planungsberatung, eine optimale Kombination aus Energie-Effizienz und Komfort, stets auf dem letzten Stand der Technik.
Seit 2021 bietet Siblik die Möglichkeit, Lösungen und Beratung live in einem Musterhaus zu erleben und sich über SmartHome Komponenten und deren Vorteile zu informieren. ■

INFO ZU SIBLIK

Siblik SmartHome
Spezialist für SmartHome, Elektro- und Gebäudetechnik, ganzheitliche Planungsberatung mit Niederlassungen in ganz Österreich.

smarthome.siblik.com

Siblik


Es steckt viel
Grün im GWB
PT 15093



Die Post ist nicht nur gelb, sondern auch grün. Mit Österreichs größter, bis Ende 2022 über 3.000 Fahrzeuge umfassender E-Flotte, unseren eigenen Photovoltaikanlagen und Grünraumkonzepten reden wir nicht nur von Nachhaltigkeit, sondern leben sie auch.
#zusammenbringen

Diese Anzeige ist CO_2 neutral.

Mein Prag





Die geschichtsträchtige Stadt an der Moldau lädt dazu ein, Kultur und Genuss zu verbinden. Ein ganz persönlicher Erfahrungsbericht. Die FaktuM-Chefredakteurin machte sich auf nach Tschechien. Hier ihr persönlicher Erfahrungsbericht.

TEXT: Ekaterina Mucha



Eintauchen in die fantastischen Geheimnisse der tschechischen Hauptstadt

Bei einem Spaziergang durch die Altstadt – im Ganzen ein UNESCO-Weltkulturerbe – kann man Sehenswürdigkeiten wie die astronomische Uhr am alten Rathaus oder die im 14. Jahrhundert errichtete Karlsbrücke betrachten und im historischen Viertel auf dem Prager Burgberg die altertümliche Atmosphäre auf sich wirken lassen. Die Prager Burg und der Veitsdom tun ihr Übriges, einen in der Zeit zurückzuversetzen.

Für kulturelle Erlebnisse führt kein Weg vorbei an der Staatsoper Prag, wo sowohl Opern von tschechischen als auch von internationalen Interpreten aufgeführt werden. Das Gebäude des Nationaltheaters in Prag war das Theater der Tschechen, die deutschsprachige Bevölkerung hat die Staatsoper besucht. Weiters bespielt die Organisation Nationaltheater Prag (Národní divadlo) noch ein drittes Haus, das Ständetheater: Das überwältigende Theatergebäude aus dem Jahre 1783 wurde im klassizistischen Stil erbaut. Bis heute bietet es einmalige musikalische Erlebnisse. Hier fand auch die Uraufführung von Mozarts Oper „Don Giovanni" statt.

Sehenswürdigkeiten

Ein weiteres Kulturdenkmal, das man nicht verpassen sollte, ist das Palais Vrtba. Der mehrflügelige Bau wurde ursprünglich im Renaissance-Stil errichtet, hat später jedoch einen klassizistischen Umbau bekommen. Auch der dazugehörige Garten, einer der schönsten in Prag, ist zugänglich.

Bei einem Besuch in Prag muss natürlich auch die klassische tschechische Küche probiert werden, etwa im Brauereirestaurant „Klašterní pivovar" oder im Restaurant „Hlávkuv Dvur". Darüber hinaus bietet die Stadt eine breite Auswahl von Fine Dining-Restaurants. Das mit einem Michelinstern ausgezeichnete Restaurant „La Dégustation" serviert tschechische Küche mit einem modernen Touch, während das Restaurant „Field" mit experimentellen Gerichten aufwartet.

Im Prager Stadtviertel Holešovice wurde die ursprüngliche Industriezone von einer alternativen Kunstszene und modernen Wohnhäusern, Bürogebäuden und den Ateliers junger Künstler und Designer ersetzt. Besonders empfehlenswert in Holešovice ist der Besuch der Galerie DOX. Das DOX ist mehr als nur ein Ausstellungsraum: Mittels zeitgenössischer internationaler und tschechischer Kunst stellt es aktuelle Themen zur Diskussion.

Prager Kaffeehaus-Kultur

Schlussendlich darf auch ein Kaffee in einer der berühmten Cafeterien der Stadt nicht fehlen. Etwa das Kaffeehaus im Gemeindehaus (Obecní dum). Das Jugendstil-Gebäude aus den Jahren 1905–1911 ist eines der schönsten Bauwerke dieser Epoche in Prag. Das Kaffeehaus, das französische und Pilsner Restaurant und die amerikanische Bar präsentieren sich in perfekten Jugendstil-Interieurs, genauso wie der Oberbürgermeister-Salon oder der Smetana-Konzertsaal. Sie wurden ausschließlich von führenden tschechischen Malern und Bildhauern ihrer Zeit gestaltet, wie zum Beispiel Alfons Mucha, Jan Preisler oder Ladislav Šaloun. Das Café Louvre gibt sich mit seiner hundertjährigen Geschichte imperial und elegant, während das Café Orient eines der berühmtesten Bauwerke des tschechischen Kubismus darstellt. ■

Ekaterina Mucha, Pixabay

Kostet auch ein paar Euro.
Rettet aber nicht die Demokratie.



Der Preis für qualitativ hochwertige Information ist klein, wenn man bedenkt, was sie uns allen bringt: eine freie Meinungsbildung. Denn nur unabhängiger Journalismus sorgt dafür, dass niemand eine Meinung kaufen oder Massen manipulieren kann.
dubistwasduliest.at

DU BIST,
WAS DU
LIEST.

VÖZ

Schutzbedürfnis

Geschäftsreisende sorgen sich stärker um ihre Sicherheit. Verlangt wird effizientere Unterstützung vom Arbeitgeber beim Businesstrip in unterschiedlichen Bereichen.

TEXT: Christian Prenger



Geschäftsreisende legen immer mehr Wert auf Sicherheit

Business Travel/Deutscher Reiseverband

Gewisse berufliche Aufgaben werden von hartnäckigen Klischees begleitet. Inspirierende Gespräche unter Kollegen, abends zum After Work-Clubbing und vor der Rückkehr noch Sightseeing. In der Realität laufen Geschäftsreisen völlig anders ab, dominiert durch Zeitdruck, Effizienz und opulente To-do-Listen. Obwohl der Dienst auf Achse überaus beliebt ist, handelt es sich eher selten um einen gut bezahlten Spaziergang. Schon gar nicht in Zeiten von Krisen, gesellschaftlichen Spannungen und politischen Turbulenzen. Die globale Schieflage hinterlässt Spuren in allen Bereichen. Deshalb rückt ein Faktor in den Mittelpunkt, der offenbar mehr Gewicht besitzt als je zuvor: Geschäftsreisende legen immer mehr Wert auf Sicherheit, wenn sie im Auftrag des Arbeitgebers ihren Aktenkoffer packen. Jene Haltung dokumentiert ein Blick über die Grenze und die Studie von „Chefsache Business Travel“, einer Initiative von Travel Management Companies im Deutschen Reiseverband.

Die Zahlen verscheuchen allfällige Zweifel. 54 Prozent der Befragten machen sich Gedanken um ihre Sicherheit, was im Vergleich zu 2019 einem Anstieg um zehn Prozent entspricht. Nur mehr acht Prozent begeben sich ohne jede Angst auf die Job-Piste außerhalb des Büros; 2019 lag dieser Wert noch bei 17 Prozent. Das Gefüge der Bedürfnisse hat sich also klar verschoben. Konkret fordern Business Traveller mehr Unterstützung und Betreuung.

Hotline und Notfallpläne

Mit dem aufmunternden Schulterklopfen des Chefs vor dem Start alleine ist es also nicht getan. Vielmehr geht es um gezielte, nachvollziehbare

privatradio + promotion

all-in-one bei **österreichs privatradio nummer 1!**

543.000
facebook likes

data driven advertising
für radio-spots

2,2 mio.
webradio sessions pro monat

112.000
instagram abonnenten

WHK

2.679.000
personen, die in den letzten 7 tagen kronehit gehört haben

kronehit app
das erste liveradio mit skipfunktion

210.000
newsletter abonnenten

maß-geschneidert
sonderwerbeformen & promotions

kronehit tv
mit pre- und midroll video ads

kronehit

ihr **experte** für **sonderwerbeformen**

Quelle: Facebook, Instagram + Newsletter (Stand 02/2023), Digitalradio inkl. kronehit Smart (adswizz, google analytics, Ø 2. HJ 2022)
Quelle: WHK (Weitester Hörerkreis): Radiotest 2022_4, Basis Österreich, Mo-So, Pers. 10+
(Tagesreichweite 880.000, Radiotest 2022_4, Basis Österreich, Mo-So, Pers. 10+)
Illustration: © Irina Adamovich/shutterstock.com

radiowerbung.at



Personal auf Achse besitzt klare Vorstellungen, wie der Arbeitgeber Schutz garantieren soll

Unterstützung. „Business Traveller brauchen Hilfe ihres Unternehmens. Wichtig ist das Sicherheitsempfinden der Mitarbeiter. Es trägt zur Motivation und Loyalität bei. Verantwortliche können mit einer Hotline, Briefings vor der Abreise und Notfallplänen beistehen. Konkrete Information vermittelt Schutz“, betont Markus Orth, Geschäftsführer von Lufthansa City Center, einem Franchise-Unternehmen im Reisebüromarkt.

Profis haben gemäß der Untersuchung auch bestimmte Vorstellungen, wie sich der Druck reduzieren lässt: 92 Prozent wollen eine zentrale Notfallnummer, 14 Prozent mehr als im Jahr 2019. Genauso viele Personen goutieren vorab ausführliche Einblicke hinsichtlich möglicher Risiken am Zielort. Auf eine Reaktion des Managements müssen genug Angestellte offensichtlich lange warten. Nur 69 Prozent der Firmen unterstützen ihre Beschäftigten mit eigenen Notrufnummern, 72 Prozent liefern Ablaufpläne. Fast die Hälfte der Befragten ist daher sogar überzeugt, bei Krisen oder unvorhersehbaren Problemen alleine auf weiter Flur zu sein. Sie wissen nicht einmal, ob in der Chefetage überhaupt spezielle Vorbereitungen für den Notfall in der Schublade liegen. „Die Fürsorgepflicht der Arbeitgeber erhält in Folge von Corona und angesichts des Kriegs in der Ukraine immer größere Bedeutung. Wichtig ist daher, dass die Betriebe Geschäftsreisende über ihre Maßnahmen aktiv in Kenntnis setzen“, unterstreicht Orth.

Zunehmend volatile Welt

Schon im eigenen Interesse, argumentiert auch Axel Wochinger, Geschäftsführer der Sicherheitsberatung Result Group: „Wir leben in einer zunehmend volatilen Welt, in der sich die Lage rasch ändern kann. Das betrifft keineswegs nur betriebliche Aktivitäten, sondern auch Geschäftsreisende. Arbeitgeber müssen die gesetzliche Fürsorgepflicht für Angestellte erfüllen. Was die Vorsorge für Dienstreisen beinhaltet. Diese Anforderungen steigen mit der Risikoeinschätzung des jeweiligen Zielorts.“

Wochinger weiter: „Kommt der Arbeitgeber diesem Auftrag nicht nach, kann bei einer Schädigung von Mitarbeitern Haftung entstehen. Abgesehen von den rechtlichen Dimensionen sollten sich Verantwortliche ohnehin bestmöglich für den Schutz ihrer Beschäftigten einsetzen. Fachkräfte, die sich effizient betreut fühlen, sind produktiver und liefern bessere Leistungen. Zudem wird das Unternehmen am Jobmarkt attraktiver, wenn bekannt ist, dass sich optimal um Mitarbeiter gekümmert wird.“

Solche positiven Recruiting-Nebeneffekte sind nicht zu unterschätzen. Angesichts des akuten Fachkräftemangels raten Experten dringlich dazu, die Belegschaft in jeder Hinsicht bei Laune zu halten, bevor die Konkurrenz bessere Angebote unterbreitet. Exkursionen zu Filialen, Lieferanten, Messen oder Niederlassungen bilden keine Ausnahme: Wer bei Trips latentes Unbehagen spürt, findet hier einen zusätzlichen Abwanderungsgrund, falls der Headhunter anklopft. Mit einem Sorglos-Paket hingegen fördern Führungskräfte die Bindung reisender Angestellter.

Medizinischer Rat

Inzwischen sind genügend Konzepte und Dienstleistungen für jeden Wohlfühlbedarf verfügbar. Assistance- und Versicherungsanbieter AXA Partners sowie Corporate-Payment-Spezialist AirPlus offerieren ihr Tool namens „Doctor Please!“. Jene App verschafft Geschäftsreisenden im Falle einer Erkrankung rund um die Uhr medizinischen Rat. Per Video oder telefonisch liefern Allgemeinmediziner eine prompte Ersteinschätzung der Situation. Was für das Nervenkostüm von Betroffenen wahrer Balsam sein kann. Telemedizinische Kompetenz steht jenen zur Verfügung, die einen AirPlus Company Account und/oder eine Air-



ZUR RICHTIGEN ZEIT, AM RICHTIGEN ORT, DIE RICHTIGE BOTSCHAFT!

Programmatic OOH by Gewista bietet noch nie dagewesene Flexibilität.
Weil Ihre Konsument:innen im Wandel sind – wie das Wetter. Jetzt programmatisch Außenwerbung buchen.

Mehr erfahren auf www.gewista.at/programmatic

gewista



Michael Heilmann, AirPlus: Erkrankte Geschäftsreisende sind häufig unsicher, wie sie vor Ort den richtigen Arzt finden



Markus Orth, Lufthansa City Center: Business Traveller brauchen Hilfe ihres Unternehmens



Dennis Torchetti, SAP Concur: Klare Richtlinien stellen sicher, dass sich die Mitarbeiter wohlfühlen



Axel Wochinger, Result Group: Fachkräfte, die sich effizient betreut fühlen, liefern bessere Leistungen

Plus Virtual Card zusammen mit einer AirPlus Travel Insurance nutzen. Die virtuelle Ordination ist innerhalb kürzester Zeit verfügbar, sagen die Betreiber. Abrufbar ist der Service in sechs Sprachen. „Erkrankte Geschäftsreisende sind häufig unsicher, wie sie vor Ort den richtigen Arzt finden und einen Termin vereinbaren können. Im Ausland kommt mitunter Sprachbarrieren hinzu. Hier bietet sich eine bequeme Lösung für dieses Problem", erläutert Michael Heilmann, Executive Director Marketing von AirPlus.

Spannungsabbau wird gemäß der Studie von „Chefsache Business Travel" gleichermaßen durch organisatorische Maßnahmen beschleunigt. Demnach sollten Unternehmen Profis mit der Durchführung solcher Trips beauftragen. Mit einem Reisebüro an der Seite fühlen sich 79 Prozent der Geschäftsreisenden vor der Abfahrt gut informiert. Ohne derartige Spezialisten sinkt der Wert auf 57 Prozent. Offen bleibt, ob Unternehmen über genügend Budget verfügen, um jene Tätigkeit an externe Partner auszulagern. Oder letztlich doch lieber interne Ressourcen bemühen.

Verzögerte Kostenerstattungen

In Sachen Geld plagen Businessreisende offenbar noch andere Sorgen. Angesichts der steigenden Inflation treffen nämlich jetzt in vielen Unternehmen ein verschärftes Kostenmanagement auf hohe Mitarbeitererwartungen. Eine Studie von SAP Concur, Anbieter digitaler Lösungen für Geschäftsreisen, macht Problemzonen sichtbar. Denn speziell auf Dienstreisen gehen Angestellte recht häufig in Vorkasse. Immerhin knapp zwei Drittel befürchten in diesem Kontext, dass sich verzögerte Kostenerstattungen negativ auf ihr persönliches Budget auswirken könnten.

Völlig aus der Luft gegriffen sind solche Überlegungen keineswegs: 41 Prozent der Entscheider in den Bereichen Finanz- und Personal orten verspätete Zahlungen und daraus resultierende Engpässe ihrer Fachkräfte. Auch komplizierte und undurchsichtige Prozesse können die finanzielle Lage der Mitarbeiter beeinträchtigen: 41 Prozent geben an, dass der Abrechnungsprozess in ihrem Unternehmen so zeitaufwändig abläuft, dass sie auf die Retournierung kleinerer Beträge überhaupt verzichten. Fast zwei Drittel mutmaßen wiederum, dass sie aufgrund nicht eingereichter Ausgaben monetäre Einbußen erleiden.

Andererseits haben viele Unternehmen laut SAP Concur ihren Mitarbeitern finanziell unter die Arme gegriffen. So protokolliert über die Hälfte eine einmalige Zahlung als Subvention für die gestiegenen Lebenshaltungskosten. Damit wurde ein Anliegen erfüllt: Knapp zwei Drittel bestätigen, dass jene Zuwendung hilfreich war. Mehr als die Hälfte verweist auf den Nutzen von Tankgutscheinen oder Erstattungsmöglichkeiten der Pendleraufwendungen. Für gesteigerte Jobzufriedenheit präferieren knapp drei Viertel jedoch eine Gehaltserhöhung. Flexible Dienstzeiten stehen weiters bei 50 Prozent der Befragten hoch im Kurs.

Firmenlenker sind also gerade jetzt gefragt, Akzente zu setzen, damit der personelle Motor im Betrieb und auf Achse weiter problemlos läuft. „In unsicheren Zeiten haben Ausgabenrichtlinien nicht nur einen erheblichen Einfluss auf Unternehmensbudgets, sondern auch eine wichtige Signalwirkung an die Belegschaft", vermerkt Dennis Torchetti, Head of Switzerland & CEE bei SAP Concur. „Klare Richtlinien, die aktuelle Entwicklungen wie Inflation sowie hybrides Arbeiten berücksichtigen, stellen sicher, dass sich die Mitarbeiter wertgeschätzt und wohlfühlen." ■

Result Group Gmb, SAP Concur, Monika Werneke, AirPlus International

ENTERPRISE.ORF.AT

BUCHEN SIE ERFOLG.

ORF ENTERPRISE

BUCHEN SIE ÖSTERREICH.







Content aus und für Österreich
macht Ihre Kampagne erfolgreich.

BUCHEN SIE ERFOLG

TV · RADIO · DIGITAL

Ihr starker Partner für Lade- & Mobilitätslösungen



Von der Beratung über die Inbetriebnahme bis hin zur Integration Ihrer Ladeinfrastruktur in unser stetig wachsendes ÖAMTC ePower Lade- und Partnernetz, bieten wir maßgeschneiderte Lade- & Mobilitätslösungen aus einer Hand.

Ihre Vorteile auf einen Blick:

- Bequeme und individuelle Verrechnung der Ladevorgänge
- Transparente & kWh-basierte Ladetarife
- Ganzjähriger 24/7-Kundensupport
- Über 11.500 Ladepunkte im ÖAMTC Lade- und Partnernetz

Kontaktieren Sie uns!

- ePower.Business@oeamtc.at
- 0800 203 120
- www.oeamtc.at/epower-business

Ein Angebot der ÖAMTC Verbandsbetriebe GmbH.

ÖAMTC ePower.Business

Smarter Umstieg auf Elektromobilität

So einfach war der Umstieg auf Elektromobilität noch nie: Mit ÖAMTC ePower. Business konzipiert und implementiert der ÖAMTC eine auf Ihre Bedürfnisse maßgeschneiderte Ladelösung!

In der heutigen Zeit gewinnt das Thema E-Mobilität zunehmend an Bedeutung. Neben zahlreichen Privatpersonen steigen aktuell auch immer mehr Unternehmen auf Elektrofahrzeuge um. Das Problem: An der notwendigen flächendeckenden Ladeinfrastruktur mangelt es vielerorts immer noch. Hier setzt der ÖAMTC in seiner Rolle als EMP (E-Mobility Provider) und CPO (Charge Point Operator) an und unterstützt Businesskunden vielseitig, um möglichst effiziente Lösungen zu schaffen.

Umstieg auf Elektromobilität mit ÖAMTC ePower. Business

Für einen erfolgreichen Umstieg auf Elektromobilität sollten individuell zugeschnittene Lademöglichkeiten errichtet werden. Ob für Firmen, bei Wohnhäusern, bei öffentlichen Einrichtungen oder auf eine ganze Region ausgelegt – der ÖAMTC hilft nicht nur bei der Erstellung eines maßgeschneiderten Konzepts, sondern auch bei der anschließenden Implementierung. Das ÖAMTC ePower.Business-Angebot umfasst sowohl das Know-how rund um Elektromobilität sowie die Beratung bei sämtlichen Fragen rund um das Thema Ladeinfrastruktur. Es werden hierbei individuelle Bedürfnisse berücksichtigt, da eine Ladelösung eine öffentliche, halb-öffentliche oder eine nicht-öffentliche Ladeinfrastruktur sein kann.



Der ÖAMTC Kundenservice ist rund um die Uhr für Sie erreichbar

Ein starker Partner

Das ÖAMTC ePower.Business-Angebot richtet sich an Unternehmen sowie an öffentliche Akteure wie Magistrate oder Gemeinden. Ein 24/7-Kundensupport sowie die technische Beratung bei der Auswahl der richtigen Ladestation, die Inbetriebnahme und Integration in das ÖAMTC ePower Ladenetz sowie das Tarifmanagement ist bei ÖAMTC immer für die Kunden geboten. Mithilfe der ÖAMTC ePower Ladeapp und Ladekarte ist der Zugang zum ÖAMTC ePower Lade- und Partnernetz, welches mittlerweile über 11.500 Ladepunkte österreichweit bietet, einfach möglich.

Einfach zu Hause laden

Das ÖAMTC ePower.Business unterstützt Unternehmen und Firmen außerdem dabei, eine geeignete Ladelösung für Mitarbeiter:innen für das Laden zuhause zu implementieren. Seit Anfang des Jahres 2023 ist das Laden zuhause nämlich sachbezugsbefreit. Weitere Informationen zu ÖAMTC ePower.Business finden Sie unter:
www.oeamtc.at/epower-business

ÖAMTC

Zeitlose Wertanlagen

Das Dorotheum bietet seinen Kunden seit vielen Jahren beste Beratung und außergewöhnliche Angebote bei schicken Wertanlagen wie Uhren und Juwelen.



Patek Philippe,
erzielter Preis: 195.500 €



A. Lange & Söhne Glashütte,
erzielter Preis: 321.750 €



Patek Philippe,
erzielter Preis: 128.000 €

Seit nunmehr über 300 Jahren ist das Dorotheum in Wien, das einst von Kaiser Joseph I. gegründet wurde, das mit Abstand größte Auktionshaus im deutschen Sprachraum und führend in Mitteleuropa. Zudem gilt es als eines der ältesten und größten Auktionshäuser der Welt. Von luxuriösen Armbanduhren bis hin zu seltenen Schmuckstücken findet hier sicherlich jeder etwas zum Verlieben.

Luxus für das Handgelenk

Diente eine Armbanduhr früher eher praktischen Zwecken, hat sich der Zeitzeiger in den vergangenen Jahrzehnten zu einem Statussymbol entwickelt. Uhren im Bereich von fünf- bis sechsstelligen Beträgen sind heutzutage Status quo und äußerst beliebt bei Sammlern wie Anlegern. Der Grund: Hochwertige Armbanduhren sehen nicht nur getragen gut aus, sondern bieten auch die Option auf Wertsteigerung.
Dementsprechend hat auch das Dorotheum zahlreiche Luxusuhren in seinem Repertoire. Die Expert*innen des Auktionshauses wissen genauestens, worauf es bei Uhren ankommt, und beraten ihre Kunden nach deren individuellen Bedürfnissen. Folgend einige Tipps unserer Spezialist*innen, falls auch Sie überlegen, in eine Armbanduhr zu investieren.
Das Anlegen in eine Uhr hat so manche Gemeinsamkeit mit dem Aktienmarkt. So gibt es etwa auch hier internationale „Blue Chips“, die in den Auktionen gute Chancen auf Wertsteigerungen versprechen. Das bedeutet: Auf bekannte Marken zu setzen, ist meist keine schlechte Idee. Besonders beliebt – und hoch gehandelt – sind unter anderem Patek Philippe, Rolex, A. Lange & Söhne, Omega, Audemars Piguet oder Vacheron Constantin.

Der historische Aspekt

Neben dem bloßen Markennamen ist aber auch die Geschichte des jeweiligen Modells von Bedeutung. Ein Beispiel: Die Schweizer Luxusmarke Jaeger-LeCoultre veröffentlichte im letzten Jahrhundert die sogenannte „Reverso“. Seit-

Dorotheum

dem wird das Modell immer wieder neu aufgelegt und erfreut sich großer Beliebtheit. Ähnliches existiert auch bei anderen Marken, wie etwa die „Royal Oak“ bei Audemars Piguet oder die „Speedmaster“ von Omega. Beliebt sind hier auch Uhren, die mit dem Motorsport in Verbindung stehen. So wurde im vergangenen Jahr beispielsweise eine Armbandkollektion eines privaten Sammlers mitsamt signierten Fachbüchern von Niki Lauda im Dorotheum versteigert. Die Kollektion umfasste zahlreiche Uhren von Tag Heuer – einer Marke, deren Modell „Autavia“ in den 1960er-Jahren der bevorzugte Zeitmesser für Rennfahrer und Piloten war. Dementsprechend empfiehlt sich, eher derartige Modelle mit Geschichte zu kaufen, anstatt aktuelle Modetrends, da man bei Letzteren nur schwer einschätzen kann, wie sich deren Wert im Laufe der Zeit entwickelt.

Beim Modell spielt aber natürlich auch hinzu, ob – und auf wie viele Stück – eine Uhr limitiert ist. Zeitzeiger, von denen weltweit nur wenige Stücke existieren, weisen meist einen besonders hohen Marktwert auf. Zudem bieten Uhren mit sogenannten Manufakturwerken aktuell die höchste Chance auf stabile oder steigende Preise. So nennen sich jene Uhrwerke, die von den Herstellern selbst entwickelt oder produziert werden.

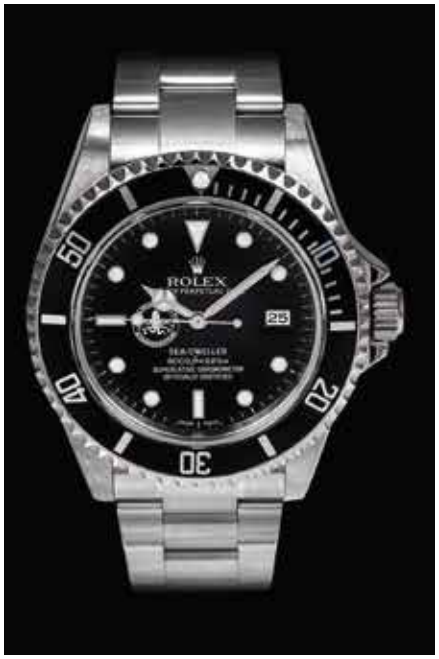
Bezüglich des Wiederverkaufs sollten aber besonders zwei Dinge ins Bewusstsein gerufen werden: Zum einen sollte man von Kauf bis Verkauf in den meisten Fällen eine längere Zeitspanne einplanen. Armbanduhren sind eine gute langfristige Wertanlage, aber für schnelles Geld eher der falsche Weg. Zum anderen muss man sich überlegen, wo man verkaufen möchte. Hier bieten große, internationale Auktionshäuser den optimalen Marktplatz. Denn für einen Verkauf zum Bestpreis benötigt es Vertrauen, aber auch Sicherheit für beide Parteien.

Charme der 1950er-Jahre

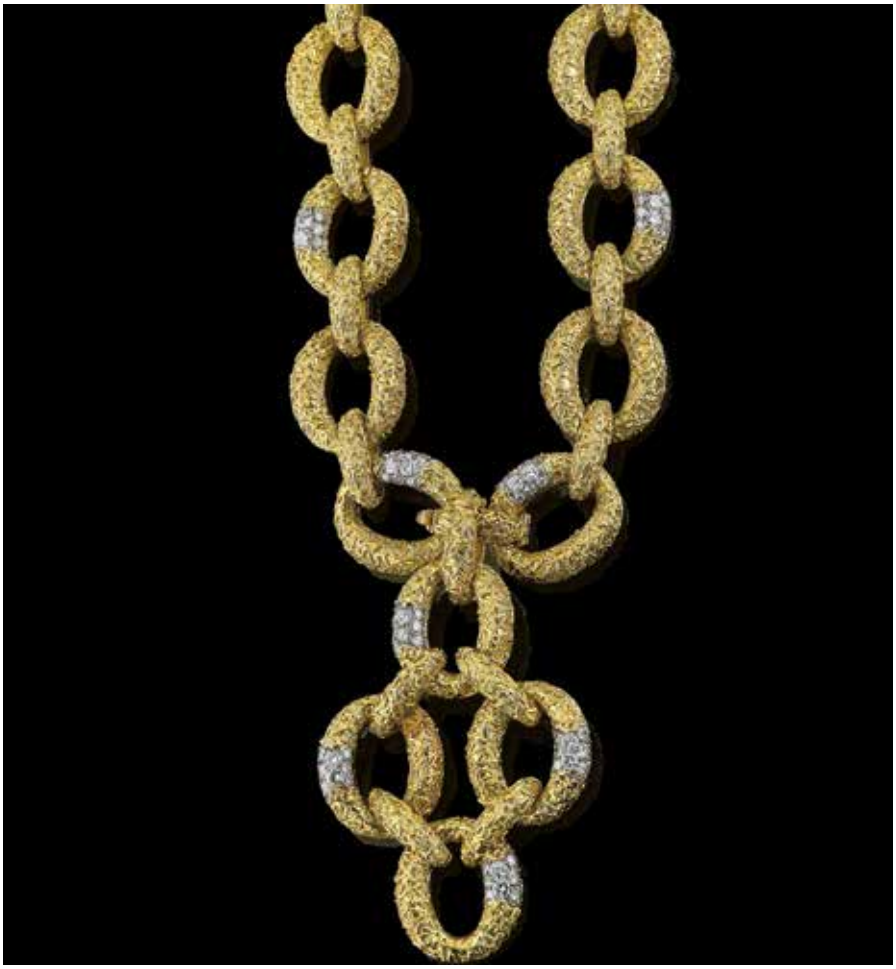
Aber auch in Sachen Juwelen ist das Dorotheum der beste Ansprechpartner. So kamen hier schon Schmuckstücke im sechsstelligen Eurobereich unter den Auktionshammer. Eines davon: Ein Diamant-Armband der weltbekannten Luxusmarke Boucheron. Dieses besteht aus Platin 950, Brillanten und Diamanten im Baguetteschliff – zusammengerechnet rund 55 Karat. Der Schätzwert



Rolex, erzielter Preis: 38.400 €



Rolex, erzielter Preis: 87.800 €



Diamond lady’s set by Van Cleef & Arpels,
erzielter Preis: 89.600 €

Dorotheum



Cartier Art déco Aquamarin-Diadem, erzielter Preis: 582.800 €



Buccellati Diamantohrclips,
erzielter Preis: 37.800 €



Bulgari Diamantring 6,03 Karat,
erzielter Preis: 369.300 €

dieses unverwechselbaren Juwels lag bei 70.000 bis 130.000 Euro. Verkauft wurde es schließlich für 146.750 Euro! Ein Grund dafür dürfte – neben dem Materialwert – die Historie des Schmuckstücks sein, denn das Armband versprüht durch seine Verarbeitung den Charme der 1950er-Jahre. Damals lag die Verarbeitung unterschiedlich geschliffener Diamanten in ein und demselben Schmuckstück nämlich im Trend. Das führt zu einem optischen Hervorheben unterschiedlich verlaufender Linien und verstärkt die Dreidimensionalität des Objektes. Eine ganz präzise Handfertigkeit und Geschicklichkeit bei der Fassung jedes einzelnen Steines ist Voraussetzung für die Entstehung eines derart einmaligen Juwels. Dass sich die

Dorotheum



Boucheron Diamant Armband,
erzielter Preis: 146.750 €

Qualität der verarbeiteten Brillanten und Diamanten im obersten Segment befindet, ist im Hause Boucheron eine Selbstverständlichkeit.

Juwelen mit royalem Touch

Ebenfalls hoch gehandelt wurde ein besonderes Armband aus dem Hause Cartier. Das „Cartier London Diamant Armband" umfasst rund 30 Karat und ist Schätzungen zufolge 70.000 bis 110.000 Euro wert. Dieses Schmuckstück wurde in den 1930er-Jahren gefertigt – in einer Zeit, in der die Wirtschaftskrise in New York dafür sorgte, dass zahlreiche Betriebe um ihr Überleben kämpfen mussten. Die Niederlassung von Cartier in London war hier glücklicherweise weniger betroffen. Zudem fungierte der Besuch von Queen Mary in der Boutique im Jahr 1933 als erfolgreiches Werbemittel. Auch die Bestellung des Verlobungsrings von Edward VIII. für seine spätere Frau Wallis Simpson sorgte für zahlreiche Aufträge für die Luxusmarke.

Top-Resultate

Neben den beiden eben genannten Schmuckstücken weist die Historie des Dorotheums noch einige weitere Top-Resultate auf. Darunter etwa das Cartier Art Deco Aquamarin Diadem aus Platin 950, signiert von Cartier London, das einen unglaublichen Wert von 582.800 Euro erzielte. Außerdem: Das Diamond lady's set by Van Cleef & Arpels, das statt dem Schätzwert von 30.000 bis 60.000 Euro einen Preis von 89.600 Euro erzielte.

Dorotheum

Expertenkommentar



Nennen wir es, wie wir wollen: Preowned, Vintage-Objekte oder exklusive Einzelstücke: Der Markt im Bereich hochwertiger Juwelen und Armbanduhren ist international heiß umkämpft. Ein Trend, der sich in den vergangenen Jahren verstärkt hat. Viele Teilnehmer sind auf den Zug aufgesprungen, und online ist das Angebot fast unüberschaubar.

Seriöse Auktionshäuser wie das Dorotheum bieten dieses Segment schon seit Jahrzehnten an, ihr Prinzip ist es ja grundsätzlich, „gebrauchte" Objekte zu vermitteln. Und das in kuratierter Form und nicht in wahlloser Anhäufung. Der Marktplatz Auktion ist für Menschen, die attraktive Stücke besitzen und sie verkaufen wollen, wie auch für Käuferinnen und Käufer die beste Lösung. Denn nirgends treffen Angebot und Nachfrage so unmittelbar aufeinander wie bei einer Auktion. Einbringer und Käufer sind uns im Dorotheum gleich wichtig – wir sind für beide Seiten in gleichem Maße fachlich kompetente Ansprechpartner. Und genau das macht uns zu einmaligen Marktanbietern, weil wir in beider Interesse handeln. In diesem Sinne werden auch die besten Preise für die angebotenen Uhren oder Juwelen erzielt. Sie spiegeln den aktuellen Marktwert. Und das ganz öffentlich und transparent.

Was unseren Kundinnen und Kunden Sicherheit gibt, ist die Seriosität und das Fachwissen unseres seit 1707 bestehenden Auktionshauses. Deshalb wird uns großes Vertrauen entgegengebracht: Über 700 Dorotheum-Auktionen jährlich in den Sparten Kunst, Antiquitäten, Uhren & Juwelen und Klassische Fahrzeuge sprechen für sich. Die Einschätzung des Marktwertes, die genaue Prüfung der Objekte (z.B. der Qualität von Diamanten) und auch die Beratung über den optimalen Zeitpunkt des Verkaufes und der Art der Auktion gehören zum Service.

Weniger bekannt ist vielleicht, dass man gratis und unverbindlich eine Auskunft bekommt, für welche Auktion die vorgelegten Stücke sich genau eignen würden. Diese individuelle Beratung kann über den Schalter ebenso wie online mittels Formular und Fotos laufen.

www.dorotheum.com


NEUES
VERTRAUEN
Nähe verbindet. Damals wie heute.
Unsere Niederösterreichische Versicherung.


100 JAHRE
SEIT 1923
NV
100jahrenv.at

Die Macht der Bilder

Auf Reisen wurde schon immer gerne und viel fotografiert. Dass Touristen sich ihre Destination gezielt nach deren „Fotopotenzial“ aussuchen, ist aber ein neues Phänomen. Instagram ist inzwischen zu einem touristischen Machtfaktor geworden.

TEXT: Martin Krake



Vor allem junge Erwachsene suchen sich ihre Destinationen immer häufiger nach deren „Instagramability“ aus

Adobe Stock

Wir leben in einer bildlastigen Zeit, das Aufnehmen und Verbreiten von Fotos ist so einfach und so schnell möglich wie nie. Andererseits werden Fotos für eine immer größere Zahl von Reisenden zum entscheidenden Kriterium für die Destinationswahl. Instagram gibt es seit 2010 für das iPhone und seit 2012 für Android-Smartphones. Damit wurde das Posten von Fotos im Internet signifikant vereinfacht – und eine Revolution losgetreten. Denn seitdem hat der „Schauwert“ einer Destination wesentlichen Einfluss auf die Zahl der Reisenden, die dort hinkommen. Visuell spektakuläre Ziele wie die griechische Insel Santorini, die Cinque Terre in Italien oder die norwegische Inselgruppe Lofoten werden überrannt. Nicht immer zur Freude der Einwohner, die unter zugeparkten Straßen und Müll leiden und eine Überfremdung ihres einst heimeligen Zuhauses feststellen. Aber es sind auch einzelne Felsen, Wasserfälle oder Aussichtspunkte, die plötzlich mit einem immensen Besucherandrang konfrontiert sind, weil sich hier ein besonders spektakuläres Foto schießen lässt. Oft genug mit verheerenden Folgen, die irgendeine Form von Besucherlenkung nötig machen.

Beispiele für Instagram-Spots, die völlig überlaufen sind, gibt es viele, und oft ist es nur eine Kleinigkeit, die den

Boom auslöst. So wurde eine kleine Hängebrücke im Tiroler Zillertal zu einem der bekanntesten Fotomotive von ganz Österreich: Direkt neben der Olpererhütte, in fast 2400 Metern Höhe, überspannt die auf den ersten Blick unscheinbare Konstruktion einen Bach in rund zwei Metern Höhe und sorgt dafür, dass man auf dem Berliner Höhenweg trockenen Fußes vom Friesenberghaus zur Olpererhütte kommt. Dann hat irgendjemand einen erstaunlichen Effekt herausgefunden: Wenn man eine Person auf der Brücke mit tiefer Kameraperspektive fotografiert, sieht es aus, als würde die Brücke hunderte Meter über dem Schlegeisstausee hängen. Der Effekt ist tatsächlich verblüffend und sorgt zuverlässig für einen echten Wow-Effekt. Kaum waren die ersten Bilder dieser Art auf Instagram veröffentlicht, setzte ein wahrer Ansturm auf die Brücke ein, obwohl man sie nur mit einem rund zweistündigen Aufstieg erreichen kann. Inzwischen steht im Sommer ständig eine lange Schlange von Fotowilligen geduldig an der Brücke. Will man sie zu ihrem eigentlichen Zweck nutzen und einfach nur auf einer Wanderung überqueren, hat man Erklärungsbedarf.



Eine unscheinbare Brücke in Tirol ermöglicht einen erstaunlichen Effekt



Inzwischen ist der Spot so bekannt, dass man für ein Foto lange warten muss

Desaster am Königssee

Weniger harmlos ist ein Beispiel aus dem Berchtesgadener Land: Am steilen Hang oberhalb des Königssees, im Nationalpark Berchtesgadener Alpen, befindet sich am Fuß eines Wasserfalls ein kleines Felsbecken. Legt man sich hinein, ergibt das ein spektakuläres Bild mit dem Königssee im Hintergrund, eine Art natürlicher Infinity-Pool. Die Stelle, die zuvor nur ein paar Einheimischen bekannt war, wurde um 2016/17 schlagartig berühmt und in der Folge von abenteuerlustigen Insta-Junkies überrannt. Die Nationalparkverwaltung ist alles andere als glücklich damit: Der Naturpool liegt abseits des Wanderweges und ist nur über einen steilen Trampelpfad erreichbar. Inzwischen ist der ganze Hang zertreten, zwischendurch hat es sogar Tote an dieser Stelle gegeben. Laut der Nationalparkverwaltung sind im Sommer 2020 bis zu 400 Personen täglich zu den Gumpen gewandert – für einen sensiblen, schwer zugänglichen Naturraum ist das nicht tragbar. 2020 leistete die reichweitenstarke deutsche Lifestyle-Influencerin Yvonne Pferrer (1,6 Millionen Follower auf Instagram) mit einem Bikinifoto in der Gumpe ihren Beitrag zum Desaster. Sie wurde daraufhin von der Nationalparkverwaltung öffentlich in scharfem Ton zur Löschung des Posts aufgefordert, zeigte sich aber uneinsichtig. Der Konflikt ging als Aufregerthema durch die deutschen Medien und verschaffte dem Ort weitere Aufmerksamkeit. Das Beispiel zeigt, dass auch die Influencer – zumindest „Schwergewichte“ wie Pferrer – ein Bewusstsein für ihre Verantwortung entwickeln müssen: Spektakuläre Fotos von spektakulären Erlebnissen sind deren Geschäft, das ist klar und grundsätzlich auch in Ordnung. Aber vielleicht sollten sie auch einen Blick darauf werfen, wie die umgebende Landschaft durch einen möglicherweise dadurch angefeuerten Massenandrang beeinflusst wird, und sensible Stellen einfach für sich behalten. Inzwischen gibt es immerhin auf einigen Blogs Listen wie „5 Gründe, warum du die Gumpen am Königssee nicht besuchen solltest“. Alle Appelle, den Ort zu meiden, brachten aber

Martin Krake



Der „natürliche Infinity-Pool“ am Königssee wurde durch Instagram überrannt und ist inzwischen gesperrt

letztlich nichts, und am Ende half nur noch noch ein rigoroses Betretungsverbot: 2021 wurde der Zugang für zunächst fünf Jahre gesperrt, damit die Natur sich an dieser Stelle erholen kann.

Problematische Bündelung

Das Problem, dass Tourismus die Natur beeinträchtigt, ist nicht neu, hat durch Instagram aber eine neue Facette angenommen. Denn Instagram sorgt mit seiner Fokussierung auf ganz bestimmte Orte, oft ganz bestimmte Fotoperspektiven zu einer starken Bündelung der Besucherströme auf sehr kleinräumige Ziele. Oft spielt sich der Hype auf nur wenigen Quadratmetern ab. Anstatt die Destination, die Landschaft als Ganzes wahrzunehmen, hetzt der Insta-Touri von Hotspot zu Hotspot und arbeitet seine „Bucketlist“ ab, um in kurzer Zeit möglichst viele spektakuläre Fotos zu machen. Da gibt es dann diesen einen ganz bestimmten Felsen, diesen einen Wasserfall, diesen einen uralten Baum, an dem man gewesen sein MUSS – und schon wird der Insta-Hotspot überrannt.
Was in Städten oder bei künstlichen Anlagen wie Aussichtsstegen noch harmlos ist, führt in der Natur zu Problemen: Wo kein Weg ist, entsteht ein Trampelpfad, wo es keine Toilette gibt, wird der nächste Busch zum Naturklo, wo es keinen Parkplatz gibt, wird eben die Straße zugeparkt. Und wenn es vor Ort keinen Mülleimer gibt, ist nicht jeder intelligent genug, um seine Abfälle wieder mitzunehmen.
Zum Glück sind die meisten Insta-Hotspots so gelegen, dass sie leicht und ungefährlich zugänglich sind und einen gewissen Ansturm verkraften. Bei sensiblen Natursehenswürdigkeiten, bei denen die Vegetation zertreten wird oder scheue Tiere vertrieben werden, bleibt aber oft nur eine Regulierung. Eine Totalsperre, wie sie am Königssee als einzige Möglichkeit übrig blieb, ist vermutlich die unerfreulichste Option und bleibt nur als letztes Mittel, falls sich der Zustrom gar nicht anders regeln lässt.
Eleganter ist es, den Zugang nicht zu verbieten, sondern so zu regulieren, dass er sich auf ein verträgliches Maß beschränkt. Etwa mit einer Quotenregelung, die nur eine bestimmte Zahl von Personen pro Tag zulässt. So ist auf Teneriffa der Zutritt zum höchsten Gipfel der Insel, dem 3715 Meter hohen Teide, nur nach vorheriger Anmeldung möglich. Das erfolgt ganz einfach im Internet und kostet nichts, man muss sich aber ein bestimmtes Datum und ein Zeitfenster von zwei Stunden aussuchen und mindestens einige Wochen vorher buchen. Ohne diese Regelung, die seit vielen Jahren gut funktioniert, würde der Gipfel, der von der Seilbahnstation in rund einer halben Stunde erreichbar ist, überrannt werden. Auch die Maya Bay in Thailand, die durch den Film „The Beach“ mit Leonardo di Caprio weltberühmt und in der Folge übermäßig stark frequentiert wurde, ist inzwischen nur noch für eine stark begrenzte Besucherzahl zugänglich.

Nicht verboten, aber unattraktiv

Aber es gibt noch eine weitere Möglichkeit: Den Zutritt so regeln, dass er für das schnelle Foto uninteressant wird. So kann der Zugang nur im Rahmen einer geführten Tour gestattet sein, was sich insbesondere bei sensiblen Naturräumen anbietet. Eine Regelung dieser Art gibt es etwa im Antelope Canyon in den USA, wo Touristengruppen dicht hintereinander durchgeschleust werden. Neben den normalen Führungen werden auch spezielle Fototouren angeboten, bei denen man etwas mehr Zeit hat und von den Guides auf die besten Fotospots hingewiesen wird. Dass die einheimischen Navajo, auf deren Gebiet sich der Antelope Canyon befindet, ganz gut von diesen Touren leben, ist ein erfreulicher Nebeneffekt.
Dass das englische Steinzeitmonument Stonehenge nicht zum Insta-Hotspot geworden ist (obwohl es die besten Voraussetzungen dafür hätte), ist einer schlauen Zugangsregelung zu verdanken: Zunächst muss man am Besucherzentrum vorbei, das als effektiver „Wellenbrecher“ fungiert. Den Steinkreis direkt zu betreten ist nicht möglich, posieren kann man nur mit den Steinen im Hintergrund, aber nicht direkt zwischen ihnen. „Historic Properties Stewards“ sind stets anwesend und erklären freundlich Details an den Steinen, passen aber natürlich auch auf, dass niemand einen Schritt über die Absperrung macht. Mit dieser Regelung ist Stonehenge für alle Interessierten zugänglich, für das schnelle, spektakuläre Foto auf Instagram aber unattraktiv.

Adobe Stock





SHOWROOM

Bäckerstr. 3/6A, 1010 Wien
Köllnerhofgasse 2, 1010 Wien
Gumpendorferstraße 124+137, 1060 Wien

www.köse.at
Komplettanbieter für Exklusivbäder

01 - 595 29 06



In Stonehenge konnten negative Effekte durch geschickte Besucherlenkung verhindert werden



Unverwechselbar und ein bisschen gewagt: Der Kjeragbolten in Norwegen ist der ideale Instagram-Spot

Für jede Art von Zutrittsregelung muss der Ort aber zumindest eingezäunt werden, meistens ist auch Wachpersonal nötig, außerdem muss irgendeine Art von Buchungssystem geschaffen werden. Manchmal reicht es aber auch schon, den nächsten Parkplatz gebührenpflichtig zu machen.
Eine andere Möglichkeit wäre, den Spot für Fotos unattraktiv zu machen: Würde man die Brücke an der Olpererhütte nur einen Meter tiefer hängen, wäre der spektakuläre Schwebe-Effekt zunichte gemacht.

Künstliche Hotspots

Aber es sollte nicht nur ums Einschränken und Verbieten gehen, denn der Trend kann für Touristiker auch sehr wertvoll sein: Destinationen können von ihren Insta-Hotspots sehr wohl profitieren, wenn eine vernünftige Besucherlenkung gelingt und sensible Naturräume geschützt werden. Was am Königssee passiert ist, ist ein Worst-Case-Szenario, das unbedingt vermieden werden sollte.
Kann man andererseits Insta-Hotspots „künstlich“ erzeugen und auf diese Art eine Besucherlenkung erreichen? Dazu muss man wissen, was den perfekten Insta-Spot ausmacht. Zum einen muss er natürlich visuell spektakulär sein und einen echten Wow-Effekt ergeben, am besten noch mit einer gewissen Unverwechselbarkeit. Ganz wichtig ist aber ein zweiter Faktor: Es sollte möglich sein, eine Person im Bild zu platzieren, die in irgendeiner Weise mit dem Vorhandenen interagiert oder Teil davon wird, anstatt einfach nur vor einem weit entfernten Panorama herumzustehen. Und ideal ist es drittens, wenn das Ganze dann irgendwie noch ein bisschen gewagt oder gefährlich aussieht (ohne dass es notwendigerweise tatsächlich gefährlich sein muss). Die perfekten Voraussetzungen für einen natürlichen Insta-Hotspot erfüllt etwa der Kjeragbolten in Norwegen: Ein einige Meter hoher Felsbrocken klemmt zwischen zwei senkrechten Felswänden. Weltweit einzigartig mit sofortiger Wiedererkennbarkeit! Noch besser: Man kann recht einfach auf den Brocken steigen und darauf herumturnen, und einen guten Standpunkt für den Fotografen gibt es auch noch.
Solche einzigartigen natürlichen Gegebenheiten lassen sich klarerweise nicht „nachbauen“. Auf Instagram sind zwar natürliche Motive wie Felsen oder Wasserfälle am beliebtesten, aber auch künstliche Anlagen wie spektakuläre Aussichtspunkte werden gerne angenommen. Das bietet die Möglichkeit, Besucher über Instagram gezielt anzuziehen. Die spektakuläre Landschaft muss natürlich schon vorhanden sein, die kann man nicht künstlich erzeugen. Man kann aber ihre bildhafte Inszenierung erleichtern. In Österreichs Bergen ist in den letzten Jahren die Zahl der Hängebrücken und Sky Walks stark angestiegen, oft werden dabei die „Fotopoints“ gleich markiert. Solche Anlagen sind ein gutes Mittel, um einen an sich unscheinbaren Berg auch

Adobe Stock

MVC MOTORS

MUSTANG MACH-E

VOLLELEKTRISCH IN DIE ZUKUNFT.

MVC MOTORS electric



JETZT AB
€ 61.900,–**
inkl. MwSt.

VORSTEUER-ABZUGS-BERECHTIGT!***

SO EINFACH WIE DAS AUFLADEN IHRES SMARTPHONES

Das erste vollelektrische SUV von Ford wird Sie mit seinem revolutionären Design, wegweisenden Technologien und einer maximalen elektrischen Reichweite von bis zu 610 km* begeistern.

* Gemäß Worldwide Harmonised Light Vehicle Test Procedure (WLTP) können bis zu 610 km Reichweite bei voll aufgeladener Batterie erreicht werden – je nach vorhandener Konfiguration und gegen Aufpreis. Die tatsächliche Reichweite kann aufgrund unterschiedlicher Faktoren (Wetterbedingungen, Fahrverhalten, Fahrzeugzustand, Alter der Lithium-Ionen-Batterie) variieren.
** Unverbindlich empfohlener, nicht kartellierter Listenpreis exkl. staatliche Förderung E-Mobilität, inkl. USt, NoVA und 2 Jahre Garantie (beginnend mit Auslieferungsdatum), unbegrenzte Kilometer. Auf Batterie und Hochvoltkomponenten 8 Jahre, unbegrenzte Kilometer. Symbolfoto. *** Für nähere Informationen zur Vorsteuer wenden Sie sich bitte an Ihren Steuerberater.

Ihr MVC MOTORS Verkaufsteam berät Sie gerne!

www.mvcmotors.at

Ford

MVC WIEN-NORD
Brünner Straße 66
1210 Wien

MVC WIEN-SIMMERING
Simmeringer Hauptstraße 261
1110 Wien

MVC WIEN-WEST
Guldengasse 1A
1140 Wien

MVC BRUNN
Wiener Straße 152
2345 Brunn am Gebirge



Die „Treppe ins Nichts“ am Dachstein ist ein gutes Beispiel für einen künstlich erzeugten Insta-Spot



Ein Glasgeländer verhalf dem Aussichtspunkt Mirador de Balcón auf Gran Canaria zu neuer Bekanntheit

im Sommer interessanter zu machen und guten Social-Media-Content zu generieren, wie etwa der Stubnerkogel bei Bad Gastein beweist. Ein gutes Beispiel für einen künstlichen Insta-Spot ist auch die Aussichtsplattform „Treppe ins Nichts“, die 2013 an der Bergstation der Dachstein-Seilbahn in der Steiermark errichtet wurde. Der Hashtag #treppeinsnichts hat aktuell 5388 Beiträge.

Aber auch das architektonische Aufpeppen bereits vorhandener Punkte mit reichlich Glas kann helfen: Nachdem der schon recht alte Aussichtspunkt am Mirador de Balcón auf Gran Canaria vergrößert und mit einer modernen Glasbrüstung ausgestattet wurde, ist er einer der Insta-Hotspots der Insel geworden. Auch dem 580 Meter hoch an einer Steilküste gelegenen Aussichtspunkt am Cabo Girão auf Madeira hat seine Ausstattung mit einem transparenten Glasboden zu neuer Aufmerksamkeit verholfen, weil er Fotos mit „Schwebe-Effekt“ erlaubt: #cabogirao kommt auf über 40.000 Beiträge.

Instagram als Reisemotivation

Die Jagd nach dem spektakulären Foto ist inzwischen eine so populäre Urlaubsbeschäftigung geworden, dass eine signifikante Anzahl vor allem junger Menschen sich ihre Reiseziele gezielt nach deren „Instagramability“ aussuchen. Das wird durch gleich mehrere Studien belegt. So zeigte schon 2017 eine Umfrage der britischen Versicherungsfirma Schofields, dass 40,1 Prozent der 18- bis 33-Jährigen in Großbritannien ihr Reiseziel anhand seiner Fototauglichkeit wählen. 2018 ergab eine im Auftrag des Online-Reiseportals Opodo durchgeführte Umfrage, dass 31 Prozent der Deutschen aller Altersstufen die „Instragramability“ des Reiseziels bei der Urlaubsplanung schon einmal mit einbezogen haben.

Im „millennial traveller report“, der 2016 im Auftrag von Expedia unter Reisenden zwischen 18 und 34 Jahren in Großbritannien, Deutschland, Frankreich, USA, China, Australien, Brasilien und Südkorea durchgeführt wurde, gaben zwei Drittel der Befragten an, dass dieser Faktor bei ihrer Reiseplanung eine entscheidende Rolle spielt. Ein Viertel der Befragten gab sogar an, ihre Reise ausschließlich aufgrund von Influencer-Posts zu buchen. Auch booking.com, das dritte der großen Buchungsportale, erforschte die Urlaubsmotive mit einer Studie. Hier gaben 40 Prozent der 16- bis 24-Jährigen an, dass Instagram und andere soziale Medien die Hauptquellen für ihre Reise-Inspirationen sind. 31 Prozent der Generation Z sagten, dass sie gerne ein Reiseziel besuchen möchten, das sich auf einem Foto gut macht, und 34 Prozent der jungen Leute sagen, dass sie, während sie unterwegs sind, immer Fotos ihrer Reise auf Social Media hochladen – deutlich mehr als jede andere Altersgruppe.

Alle Studien belegen, dass der Anteil der Instagram-Interessierten unter den jungen Altersgruppen signifikant höher ist als unter den älteren, obwohl es auch unter diesen einen

Adobe Stock, Martin Krake

erstaunlich hohen Anteil an Bildfreudigen gibt.

Boom im Norden

Instagram dürfte auch einen wesentlichen Beitrag dazu geleistet haben, dass eine Insel im Nordatlantik in kürzester Zeit von der Nischendestination zum Hipster-Ziel wurde: Die Zahl der Touristen auf Island hat sich zwischen 2010 und 2019, also innerhalb von nur neun Jahren, verfünffacht. Im bisherigen Spitzenjahr 2018 kamen 2,5 Millionen Touristen nach Island, erst Corona brachte das extreme Wachstum zum Stillstand. Dieser Boom dürfte zumindest zum Teil auf Instagram zurückzuführen sein, denn mit ihren bildgewaltigen Landschaften und Naturmonumenten hat Island für die Insta-Community tatsächlich viel zu bieten, und eine Reise auf die nordatlantische Insel steht für Erlebnisse abseits des Massentourismus (wobei sich das inzwischen selbst pervertiert hat). Der Hashtag #iceland hat 14.420.718 Einträge; das ist mehr als bei #mallorca (13.621.829 Einträge). Und das, obwohl Mallorca mit rund 14 Millionen Urlaubern fast sieben Mal so viele Besucher hat wie Island.

Ähnlich erging es den Lofoten: Die Inselgruppe an Norwegens Atlantikküste liegt nördlich des Polarkreises. Die Wetterverhältnisse sind demnach nicht besonders touristenfreundlich, zudem ist die Anreise lang und umständlich. Dennoch werden die Lofoten inzwischen in einem Ausmaß besucht, das die darauf nicht eingerichtete Infrastruktur auf eine harte Probe stellt, ebenso wie die Geduld der Einheimischen. Zu verdanken ist das den spektakulären Aufnahmen von schroffen Gipfel, die direkt aus dem Meer wachsen, an ihrem Fuß malerische Fischerdörfer. Man sieht so ein Foto und weiß: Das ist auf den Lofoten und nirgendwo anders. Ihre visuelle Einzigartigkeit ist das stärkste Argument für eine Reise zu diesen Inseln.



Kaum ein Reiseziel hat so vom Instagram-Effekt profitiert wie Island: Die Besucherzahlen haben sich innerhalb weniger Jahre verfünffacht



Ihre visuelle Einzigartigkeit hat die Lofoten innerhalb weniger Jahre an die Grenze zum Overtourism gebracht

Besucherlenkung durch Instagram

Touristiker und Destinationsvermarkter kommen also um das Thema Instagram nicht herum, wenn sie junge Erwachsene für die Themen Abenteuer und Naturerlebnis ansprechen wollen. Sie können Instagram aber auch gezielt zur Besucherlenkung nutzen, etwa durch Kooperationen mit reichweitenstarken Influencern oder durch sogenannte InstaWalks, Rundgänge zu den besten Insta-Spots.

Auf diese Art lässt sich User-generierter Content erzeugen, der in jedem Fall eine höhere Überzeugungskraft hat als klassische Frontalwerbung, und der Andrang lässt sich auch gleich dezent lenken und verteilen. Auch können Destinationsmanager eigene Listen mit Insta-Hotspots aus ihrem Gebiet streuen – und dabei die Orte wählen, die noch nicht überlaufen sind und denen etwas mehr Popularität auch nicht schadet. Die Erfolgsaussichten sind gut: Touristen im Allgemeinen und Instagrammer im Speziellen mögen „Hidden Places“, die „Geheimtipps“, die „nur den Locals“ bekannt sind. ■

Adobe Stock

Neueröffnung am Ring: The Amauris Vienna

Am 14. Februar war die Verwandlung am Kärntner Ring 8 vollendet: Aus dem „The Ring“ wurde ein völlig neu gestaltetes Luxus-Boutique-Hotel mit dem Namen „The Amauris Vienna“.



Die Junior-Suite im The Amauris Vienna gibt sich elegant, aber gemütlich

Das Hotel ist der neueste Streich der Vereinigung „Relais & Châteaux“ in Wien. Mit Bistro inklusive Bar und dem Gourmetrestaurant „Glasswing“ sollen auch lokale Gäste angelockt werden. Am Kärntner Ring 8 findet sich das The Amauris Vienna in bester Lage.

Ein neues “Wohnzimmer” an der Ringstraße

„Explore Beauty“ ist das Motto: Viel Holz und Marmor setzen schwarz-weiße Akzente, die farblich an die namensgebende Schmetterlingsart erinnern. Das Hotel umfasst 62 exklusive Einheiten, davon 17 Suiten. Vom Classic Room bis hin zur exklusiven Opera Suite mit 120 m² und Balkon zur Ringstraße sollen alle Bedürfnisse abgedeckt werden.
Knapp zwei Jahre hat die komplette Renovierung des Hotels gedauert. Die Sanierung und Neugestaltung wurde vom Wiener Architekturbüro HOPPE + PARTNER ZT GmbH und dem Zagreber Interior-Designer Nikola Arambašić begleitet. Das 1860 von den Architekten Flattich und Schuhmann errichtete historische Gebäude wurde rundum erneuert. Erhalten wurden das originale Treppenhaus, der historische Aufzug, die Stuckdecken und natürlich die denkmalgeschützte Ringstraßenfassade, die von Grund auf saniert wurde.
Neben dem Denkmalschutz wurden auch mit 160 Tonnen verarbeitetem Marmor keine Kosten gescheut. Bei allem imperialen Ringstraßenambiente soll das Amauris für Gäste auch so etwas wie ein zweites Wohnzimmer sein. „Das Wesentliche ist die persönliche Note, die wir unseren Gästen bieten wollen. Sie sollen sich wie in einem Wohnzimmer eines Wiener Ringstraßen-Palais fühlen. Wir sind stolz, dass wir in einer perfekten Lage zwischen Staatsoper und Musikverein ein neues, feines, kleines urbanes Hideaway geschaffen haben“, schwärmt die General Managerin des The Amauris Vienna, Nicole Zandt.

Restaurant und Bistro

Im Erdgeschoss direkt an der Ringstraße findet man das Glasswing Bistro & Bar, an der Ecke Kärntner Ring-Akademiestraße befindet sich das Glasswing Gourmetrestaurant mit 45 Sitzplätzen. Im Restaurant serviert Chef de Cuisine Alexandru Simon (29) von Dienstag bis Samstag ein 7-Gänge-Gourmetmenü mit Weinbegleitung. Selbstverständlich gibt es auch eine umfassende À-la-carte-Auswahl. In der Küche legt man Wert auf Regionalität und Saisonalität. Die Cocktail-Kreationen von Bartender Maximilian Wölle (31) begleiten teilweise die Gerichte im Restaurant. „Wir bieten somit nicht nur Hotelgästen, sondern auch unseren lokalen Besuchern ein kulinarisches Erlebnis, welches täglich mit dem Frühstück im Restaurant um 7:00 Uhr beginnt und im Glasswing Bistro & Bar ab 11:00 Uhr bis in die Nacht weitergeführt wird. Von Dienstag bis Samstag, jeweils zwischen 18:00 bis 23:00 Uhr, hat das Glasswing Gourmetrestaurant geöffnet und verwöhnt unsere Gäste“, so Zandt.
The Amauris Vienna ist das erste Luxus-Boutique-Hotel der Breiteneder Immobilien Parking AG, weitere Häuser in Italien und Kroatien sollen folgen. „The Amauris Vienna wird ein Ort höchster Qualität sein, sei es im Glasswing Restaurant, im Glasswing Bistro & Bar oder in den Serviceleistungen des Hotels. Individuelle Betreuung ist uns wichtig, daher haben wir uns für einen Eigenbetrieb im Rahmen der Relais & Châteaux Familie entschieden, und wir freuen uns, gemeinsam mit dem gesamten Team des The Amauris Vienna unsere Gäste von unserem Konzept überzeugen zu dürfen“, unterstreicht Johann Breiteneder, CEO der Breiteneder Immobilien Parking AG. ■

The Amauris Vienna

kronehit

wir tanzen aus der reihe ;)



das **nr.1** privatradio in österreich!

Foto: © Drobot Dean/stock.adobe.com

17,4% reichweite

auch die nr. 1 in wien, nö, oö, sbg und tirol

Quelle: Radiotest 2022_4, TRW, Mo-So, 14-49 Jahre

radiowerbung.at

Gold für jede Lebenslage

Gerade in unsicheren Zeiten beweist sich der Wert von Gold. Mit dem CombiBar bringt philoro eine attraktive Anlageform für Jedermann.



Höchste Flexibilität mit dem philoro CombiBar

Welcher Unbill die Zeiten auch erschüttert, ein Wert überdauerte alle Wirrnisse, die uns die Geschichte bescherte: das Gold. Der Wert des edlen Metalles erweist sich auch in der Gegenwart: Mögen die Börsenkurse einbrechen, Gold behält seinen Wert. Mag die Inflation das Geld noch so wegschmelzen, wer in Gold angelegt hat, kann erst einmal ruhig zuwarten. Und das ist nicht zu unterschätzen in jenen bewegten Zeiten, durch die wir gerade taumeln. So viele Bedrohungsszenarien auf einmal gab es wohl nur selten. Eine Inflation in Rekordhöhe. Dazu hat sich eine Energiekrise gesellt, die die Kosten nur so in die Höhe schnalzen lässt. Und als ob das nichts wäre, wird das Szenario eines Blackouts in absehbarer Zeit für durchaus wahrscheinlich gehalten. Nicht einmal unbedingt deswegen, weil uns sozusagen die Energie ausgehen könnte. Vielmehr könnten Cyberattacken ein durchaus realistisches Szenario sein, das die Lichter ausgehen lässt. Immerhin herrscht Krieg in Europa, der immer weitere Kreise zieht. Und der Propagandakrieg ist längst in die heiße Phase getreten.

Was aber bedeutet ein Blackout? Dabei handelt es sich nicht um einen Stromausfall, der sich eine Stunde oder vielleicht sogar ein paar Stunden hinzieht. Und lokal begrenzt ist. Sondern da geht strommäßig nichts mehr. Und das über Tage, vielleicht sogar Wochen hinweg. Das beeinträchtigt letztendlich auch die Kommunikation, die in den meisten Fällen über Elektronik abgewickelt wird. Auch, wenn manche Geräte noch mit Notstrom aufrecht erhalten werden, fragt es sich, ob das auch für den Empfänger gilt. Und wie lange. Kurz: Nicht nur Elektrizität ist weg,

philoro

Nahrungserwerb höchst kompliziert und die Familie kaum erreichbar – auch in puncto Zahlungsverkehr bedeutet ein Blackout einen größeren Einschnitt.
Derzeit ist es Usus, sich mit einem kleineren Geldbetrag am Bankomaten zu versorgen, ansonsten fleißig die Bankomat- oder Kreditkarte im Zahlungsverkehr zu zücken. Doch beim Blackout kann diese Gewohnheit schnell zur Zahlungsunfähigkeit führen. Denn hinter jeder Kartenzahlung steht eine Kommunikation zwischen dem Terminal und dem Kartenbetreiber. Wenn der Strom weg ist, dann gibt's auch keine Prüfung mehr. Bargeld aus dem Bankomaten? Auch das dürfte sich eher als schwierig erweisen. Gold dagegen wird in diesem Falle nicht nur seinen Wert behalten, sondern noch zusätzlich steigern können.

Schnelles Gold

Mancher mag sich nun am Kopf kratzen und an den 1-kg-Barren denken. Wie soll man damit bezahlen? Was bekommt man da zurück? Immerhin ist so ein Ding auch rund 56.000 Euro wert. Noch dazu erscheint es als ziemlich unpraktisch, so einen schweren und klobigen Gegenstand im täglichen Zahlungsverkehr mit sich herumzuschleppen. Alles richtig. Doch man muss eben über den Tellerrand hinausdenken. So wie die Spezialisten beim Goldhändler philoro. Die haben das Wissen, wenn es um die vielfältigen Einsatzmöglichkeiten des edlen Metalles geht. Und die Fantasie, sich in verschiedene Szenarien hineinzuversetzen. Und einmal etwas Neues zu wagen. Zum Beispiel Gold zum Abbrechen. Wie bei einer Tafel Schokolade. In Umlauf gebracht wird das unter dem Namen CombiBar. Das sind Goldtafeln, die aus einem Verbund von 20, 50 oder 100 1-Gramm-Goldbarren bestehen. Die kleinen Barren sind über Sollbruchstellen miteinander verbunden. Durch einfaches Knicken können einzelne Barren von der Tafel abgebrochen werden.



Neu im Angebot finden sich die Unzenbarren in verschiedenen Größen


Goldbarren zu je 1 g lassen sich in der UnityBox bestens aufbewahren

philoro



Die Kurse werden bei philoro alle drei Minuten aktualisiert



Ob gegossen oder geprägt: Barren in jeder Gewichtsklasse

Diese Barren repräsentieren nicht nur Wert, sondern auch eine Flexibilität, wie sie heutzutage doch so oft gewünscht ist. Denn diese Bars können tatsächlich für mehrere Einsatzzwecke herangezogen werden. Zum einen: zur Wertanlage. Wobei sich hier eben auch schon kleinere Einheiten in Geld umtauschen lassen, oder eben umgekehrt bereits in kleinere Einheiten angelegt werden kann.

Andererseits kann der CombiBar aber auch einen ganz praktischen Nutzen vorweisen. Womit wir auch schon wieder bei den Krisenerscheinungen wären. Denn lassen sich die Karten nicht benutzen und fehlt das Geld, eignen sich die Goldplatten hervorragend als Zahlungsmittel. Die benötigte Menge kann einfach abgebrochen und eingetauscht werden. Das macht nicht zuletzt die einfache Lagerung möglich. Würde wohl kaum jemand einen schweren Goldbarren mit sich herumschleppen, ist es kein Problem, die Plättchen im Portemonnaie mit sich zu führen. Die 50g CombiBars etwa weisen mit DIN-A8 das gleiche Format wie Scheckkarten auf. Und finden daher ganz einfach Platz. Ebenso wie die Stückelungen zu 1 oz, 20 g oder 100 g lassen sie sich aber auch ganz komfortabel in Tresoren, Schließfächern oder Depots lagern.

Dabei sind diese flexiblen Goldstücke zu einem attraktiven Preis zu erwerben. Denn obwohl der Aufwand für dieses Produkt im Vergleich zu einem geschlossenen Barren doch deutlich höher ist, liegt der Preis nur marginal darüber. Für den beinahe gleichen Preis bei absolut gleichem Gewicht bietet der CombiBar sehr viel mehr Flexibilität.

Unzenbarren

Doch auch, wenn es um die Anlage geht, hält philoro Flexibilität hoch. Und reicherte sein ohnedies bereits geräumiges Barren-Sortiment um noch eine Spezialität an: Unzenbarren. Die Preise der neuen Barren in Spezialgrößen nach US-amerikanischem Vorbild stellen jene von Goldmünzen in den Schatten. Erhältlich sind die neuen Goldbarren bei philoro in den Größen ½ oz, 1 oz, 5 oz und 10 oz. Die Unzenbarren sorgen nicht nur für mehr Flexibilität bei Gold-Investitionen, sie bieten auch preisliche Vorteile. So ist der ½ oz Barren um einiges günstiger als eine Philharmoniker-Goldmünze gleichen Gewichts.

Für jeden etwas

Neben dieser einen oder anderen Besonderheit findet man bei philoro ein breites Instrument an klassischen Barren für die Veranlagung und eigene Bevorratung. Die

philoro

Goldbarren zeichnen sich durch einen Feingehalt von nahezu hundert Prozent aus. In dem breiten Angebot ist zudem praktisch für jeden etwas dabei. Sie sind in standardisierten Größen von 1000 g, 500 g, 250 g, 100 g, 50 g, 1 oz und kleinere Einheiten bis zum 1-Gramm-Barren erhältlich.

Apropos 1 g. Wer es etwas flexibler haben will, für den hält philoro die UnityBox bereit. In dieser sind 250 x 1 g versammelt. Sie bietet dem Besitzer die Möglichkeit, sein Vermögen variantenreich anzulegen. So können die 1-Gramm-Barren veräußert und dann wieder ergänzt werden. Sie können aber auch ein im wahrsten Sinne des Wortes glänzendes Geschenk für Bekanntschaft oder Verwandtschaft darstellen. Der Vorteil gegenüber Tafelbarren: Die exakt geformten Einzelbarren sind einfach zu handhaben, und beide Varianten können jederzeit wieder komplettiert werden.

In den oberen Gewichtsklassen bietet philoro sowohl gegossene als auch geprägte Goldbarren an. Die beiden Formen unterscheiden sich in mehrerer Hinsicht. Bei einem geprägten Barren wird das Gold zu einer Stange gegossen, anschließend zu einem Band gewalzt und dann davon abgestanzt. Der gegossene Barren wird dagegen durch das Einschmelzen von Goldgranulat in einer Barrenform oder einem Schmelztiegel produziert. Im Ergebnis erscheint der gegossene Barren durch seine abgerundeten Ecken etwas weniger geometrisch. Durch das Auskühlen entstehen zudem Erstarrungslinien, die jedem Barren sozusagen sein individuelles Erscheinungsbild verleihen. Der geprägte Barren ist dagegen etwas kratzempfindlicher und weniger robust. Bis zu 100 Gramm werden die Barren in der Regel geprägt, schwerere Barren gibt es sowohl in der geprägten als auch in der gegossenen Form.



Den CombiBar gibt es auch in kleinerer Stückelung



Goldbarren zu 1 Gramm



Goldbarren zu 1 oz

Absolute Sicherheit

Auch bei Goldbarren geht es um Vertrauen, Garantien und den Schutz der eigenen Wertanlage. Bei philoro wird jeder Barren mit einem Zertifikat ausgefolgt, welches Echtheit, Herkunft und Qualität garantiert. Die Goldbarren werden auch nur von LBMA-zertifizierten Herstellern produziert. LBMA steht für London Bullion Market Association. Die hat ein Responsible Sourcing-Programm entwickelt, das einen Leitfaden für den verantwortlichen Umgang mit Gold absteckt. Ziel ist neben höchsten Qualitätsmerkmalen unter anderem, Menschenrechtsverletzungen beim Abbau oder in der Produktion zu vermeiden. Mit dem Edelmetallhandel dürfen keine Konfliktparteien unterstützt werden. Der Handel mit den Edelmetallen muss den internationalen Anti-Geldwäsche-Standards entsprechen. Der Edelmetallhandel darf keine terroristischen Aktivitäten oder Organisationen fördern. Für den Konsumenten bedeutet dies: Er kann sich sicher sein, dass seine Wertanlage nachhaltig und beständig ist. ■

philoro

Nachhaltige Unternehmensstrategie

Seit mehr als 80 Jahren ist SIMACEK einer der Big Player im Facility Management. Mehr als 8.000 Mitarbeiter beschäftigt die in dritter Generation familiengeführte Unternehmensgruppe in Österreich und darüber hinaus. Und mit dieser wichtigen Stellung des Unternehmens geht natürlich auch große Verantwortung einher – gleichermaßen für Menschen wie auch für die Umwelt.



SIMACEK hat seine Nachhaltigkeitsziele fest in der Unternehmensstrategie verankert

SIMACEK hat es sich allerdings nicht zur Aufgabe gemacht, eine Nachhaltigkeitsstrategie zu entwickeln. Hier setzt man stattdessen auf eine nachhaltige Unternehmensstrategie, wie DI Gerald Karner, Leiter Unternehmensentwicklung der SIMACEK Holding, erläutert: „Als wir in den letzten beiden Jahren die Unternehmensstrategie überarbeitet und aktualisiert haben, war für uns rasch klar: Wir brauchen keine Nachhaltigkeitsstrategie, sondern eine nachhaltige Unternehmensstrategie. Wir haben daher neben ökonomischen gleichermaßen soziale und ökologische Zielsetzungen definiert, messbar gemacht und klare Maßnahmen zur Umsetzung festgelegt.“

Nachhaltigkeit ganzheitlich leben

Langfristiges und generationenübergreifendes Denken prägt das Familienunternehmen schon seit seinen Anfängen. Dafür war und ist die gleichzeitige und gemeinsame Umsetzung aller Dimensionen von Nachhaltigkeit erforderlich, wie KR Mag.a Ursula Simacek, CEO der SIMACEK Holding, betont: „Soziale und ökonomische Nachhaltigkeit waren von Anfang an nicht nur ein Ziel, sondern ein Herzensanliegen meiner Familie – und haben sich gleichzeitig als größter Erfolgsfaktor erwiesen für unsere Entwicklung zum größten familiengeführten FM-Dienstleister in Österreich und darüber hinaus.“ Schon früh ist ökologische Nachhaltigkeit als persönliches Anliegen von Mag.a Simacek dazugekommen, die respACT, die führende österreichische Unternehmensplattform für verantwortungsvolles Wirtschaften, als Landeskoordinatorin Wien vertritt.

Mit Nachhaltigkeit Freude schaffen

Dass Nachhaltigkeit bisweilen auch anstrengend sein kann, war spätestens dann klar, als das Projekt „Nachhaltigkeitsbericht“, mittlerweile in seiner dritten Auflage, gestartet wurde. Pandemiebedingt war der Berichtszeitraum länger, die Berichtsstruktur wurde auf ganz neue Beine gestellt und der Zeitplan war ausgesprochen straff. Ein Ziel war größtmögliche Messbarkeit, und dafür wurden deutlich über 150 Key Performance Indicators österreichweit in Zeitreihen erhoben und um unterschiedlichste Einflüsse aus organisatorischen und gesellschaftsrechtlichen Veränderungen bereinigt.
Tatsächlich ist dann aber eine echte „Nachhaltigkeitsdynamik“ entstanden, die jeden Standort und beinahe jede Abteilung im Unternehmen erreicht und mit einem intensiven Stakeholder-Dialog externe

SIMACEK

Partner*innen, von Lieferant*innen, potenziellen und bestehenden Kund*innen bis hin zu Universitäten, NGOs, Verbänden, Ämtern, Behörden und Medien eingebunden hat. Diese neue Begeisterung hat schließlich im neuen Layout des Berichts auch eine eigene Bildsprache gefunden – das Fotoshooting wurde kurzerhand ins Flomyca Museum verlegt, mit dem SIMACEK im Rahmen seiner Visionary Projects kooperiert.
„Aus einer formalen Berichterstattung wurde schließlich gemeinsame Begeisterung und Freude über ambitionierte Visionen und Ziele, die in unserer Unternehmensstrategie verankert sind und mit denen wir einen echten Beitrag für nächste Generationen leisten", fasst Petra Berger, die Projektleiterin des Nachhaltigkeitsberichts, den erfolgreichen Projektabschluss zusammen.



V.l: Mag. Rudolf Payer (CFO SIMACEK Holding GmbH & SIMACEK GmbH), Emanuel Eisl (COO CONTENTO) und Dirk Christophel (COO Facility Management)

Nachhaltigkeit konkret und messbar machen

„Unser Credo ist ehrliche Nachhaltigkeit. Es ist wichtig, sich selbst mit korrekten Daten realistisch zu bewerten, denn dies ist unabdingbar für eine nachhaltige Verbesserung und für Wachstum", gibt Alexander Boubal MSc., Leitung Sustainability der SIMACEK GmbH, die Richtung für die inhaltlichen Weichenstellungen vor.
Mehrere interne Workshops sowie der Stakeholder-Dialog haben 12 wesentliche Nachhaltigkeitsthemen identifiziert. Diese wurden in vier Themenclustern gebündelt und mit Zielsetzungen und Maßnahmen in der Unternehmensstrategie verankert. Mit diesen Maßnahmen leistet SIMACEK einen positiven Beitrag zu sieben bewusst ausgewählten Sustainable Development Goals (SDGs) der Vereinten Nationen (UN).



SIMACEK hat ökonomische, ökologische und soziale Nachhaltigkeitsziele definiert

Ökonomisch: Verlässlicher Partner für den Kunden

„Wir möchten für unsere Kund:innen ein kompetenter Lösungspartner sein, der neben Qualität und Kompetenz mit Herzlichkeit und Handschlagqualität überzeugt. Für langfristige Geschäftspartnerschaften, wie wir sie verstehen, sind Zuverlässigkeit und Dienstleistungssicherheit die Basis – und diese sichern wir für unsere Kunden auf allen Ebenen entschlossen ab", erklärt Dirk Christophel, als COO für den Bereich Facility Management verantwortlich, die Zielsetzung der ökonomischen Nachhaltigkeit.
Diese sind in der Praxis vielfältig und reichen von einer resilienten Organisation über den Aufbau langfristi-



SIMACEK unterstützt das Flomyca Museum und damit den Nachwuchs in der Kunstszene

ger Geschäftspartnerschaften mit Handschlagqualität, die schon beim ersten Kontakt mit einem potenziellen Kunden beginnt, bis zu Cybersicherheit und Digitalisierung.

Sozial: Arbeitgeber mit Verantwortung

„Mit Freude Lebensqualität schaffen – das ist es, wofür es SIMACEK letztlich gibt", bringt es CEO KR Mag.a Ursula Simacek auf den Punkt. Das gilt nicht nur nach außen für die Dienstleistungen im Facility Management und in der Verpflegung. Es ist auch der Anspruch an das Unternehmen als Arbeitgeber mit einer besonderen Verantwortung für seine Mitarbeiter:innen. Denn unter den 4.500 Arbeiter:innen gibt es viele Menschen, die wenig Bildungschancen hatten oder durch Migration und mangelnde Arbeitskenntnisse nur schwer Zugang zum Arbeitsmarkt finden. Deshalb sind faire, existenz- und gesundheitssichernde sowie sinnstiftende Arbeitsverhältnisse ein wesentliches Ziel, damit jede Mitarbeiter:in ihre Arbeit mit Freude und Einsatzbereitschaft erfüllen kann. Das Motto „we are family" ist mit konkreten Maßnahmen für Zusammenhalt und Zugehörigkeit hinterlegt, etwa durch Sprachkurse, betriebliche Sozialarbeit und Unterstützung in Härtefällen. Und das völlig unabhängig von Herkunft, Alter, Geschlecht oder Jobprofil.

Ökologisch: green, bio & regional

In der „Community der Konsequenten" möchte SIMACEK Partner für nachhaltige Dienstleistungen für seine Kund*innen sein und gleichzeitig im eigenen Unternehmen konsequenz nachhaltig agieren.
Das beginnt beim Einkauf, wo ökologische Kriterien ebenso eine Rolle spielen wie eine verpflichtende Lieferantenselbstauskunft, die Einblick in die Abläufe des Lieferanten, den Arbeits- und Gesundheitsschutz, menschenwürdige Produktionsbedingungen, fairen Handel und Umweltschutz gibt. Zur 2022 erhaltenen ecoVadis Gold Zertifizierung hat nicht zuletzt diese Konsequenz im Einkauf beigetragen.
Im Umweltprojekt „SIMACEK goes green" werden laufend Innovationen und Potenziale zur Effizienzsteigerung und Ökologisierung in der eigenen Unternehmenszentrale getestet und evaluiert, und zwar entlang der gesamten Wertschöpfungskette. So konnten bereits heute 54% der alkalischen Reiniger durch neutrale Reiniger ersetzt werden.
Nicht green, aber bio & regional steht im Fokus von Emanuel Eisl, als COO für die Verpflegungsmarke CONTENTO verantwortlich: „Wir betreiben Großküchen im Pflege- und Gesundheitsbereich auf höchstem Niveau. Da ist Nachhaltigkeit in Form von Bio-Qualität, Regionalität und Transparenz eine Selbstverständlichkeit für uns." Die Küchen sind mit dem Zertifikat „Gut zu wissen" der Landwirtschaftskammer ausgezeichnet, was die Herkunft von Milch-, Fleisch- und Eierprodukten transparent darstellt. Doch auch hier geht es noch einen Schritt weiter: Mit einem Vorbestellsystem sowie ausgeklügelter Planung und Logistik werden Überproduktion und Verschwendung von Lebensmitteln wirksam vermieden. Kompetenzen, die auch in der hauseigenen CONTENTO Akademie vermittelt werden.
Übergreifend hat sich SIMACEK zum Ziel gesetzt, die CO_2-Emissionen bis 2030 um 55% zu senken – eine enorme Herausforderung, gilt es dabei doch auch, den großen Fuhrpark der bekannten blau-gelben Fahrzeuge auf umweltfreundliche Alternativen umzustellen.

Visionär über den Tellerrand

Seine Verantwortung für diese Gesellschaft nimmt SIMACEK auch „über den unternehmerischen Tellerrand" hinaus wahr. Durch gezieltes Sponsoring werden Herzensprojekte unterstützt, die Integration und Zusammenhalt fördern,

SIMACEK

etwa der österreichische Tennis-Paralympics-Teilnehmer Nico Langmann, das Frauenfußballteam SKN St. Pölten, die CliniClowns, „Licht ins Dunkel“ oder die eigene Ukraine-Soforthilfe-Initiative „Blau-gelb hilft blau-gelb“.
2019 wurden die SIMACEK Visionary Projects ins Leben gerufen, um visionäre Projekte aus Kunst und Kultur zu fördern, die zum Unternehmenszweck „Mit Freude Lebensqualität schaffen“ passen und zum gesellschaftlichen Zusammenhalt beitragen. CEO Mag.a Ursula Simacek: „Wir als SIMACEK Gruppe schaffen Wohlfühlatmosphäre in den Immobilien unserer Kund*innen. Und Kunst leistet einen wesentlichen Beitrag zu dieser Wohlfühlatmosphäre, sie ist inspirativ, schön und macht einfach Freude. Deswegen haben wir uns dazu entschlossen, Visionary Projects zu initiieren.“
Nach der spektakulären Kunstinstallation von Billi Thanners „Himmelsleiter“ am Wiener Stephansdom (aktuell auf der St. Lamberti Kirche in Münster) wurde 2023 der SIMACEK Art Award in einer beeindruckenden Kooperation mit vier Kunsthochschulen aus München, Linz und Wien, dem Flomyca Museum und der art.care an aufstrebende junge Künstler verliehen.

Gemeinsam mehr erreichen

In Forschungsprojekten mit Fachhochschulen, der TU Wien oder der Universität Stanford hat SIMACEK beste Erfahrungen damit gemacht, gemeinsam mit anderen Unternehmen übergreifende Themen zu bearbeiten, von Energieeffizienz über ESG bis hin zu Recruiting oder Employer Branding.
„Wir freuen uns daher, unsere Erfahrungen mit anderen Unternehmen zu teilen, voneinander zu lernen und gemeinsam mehr zu erreichen – als immer größer werdende Community der Konsequenten“, lädt DI Gerald Karner, Unternehmensentwicklung SIMACEK Holding, zum aktiven Dialog und Kennenlernen ein.

SIMACEK, Chris Ecker



SIMACEK leistet einen wichtigen Beitrag dazu, dass die „Community der Konsequenten“ stetig wachsen kann

MAG. URSULA SIMACEK, CEO SIMACEK HOLDING



Soziale und ökonomische Nachhaltigkeit waren von Anfang an nicht nur ein Ziel, sondern eine Herzensangelegenheit meiner Familie. Sie war der wichtigste Erfolgsfaktor für unsere Weiterentwicklung zum größten familiengeführten FM- und Verpflegungs-Dienstleister in Österreich. Mein Anspruch an die SIMACEK Gruppe und mein Versprechen als CEO ist es, dass unsere Dienstleistungen für Lebensqualität und Wohlfühlatmosphäre und ein sorgsamer Umgang mit der Umwelt Hand in Hand gehen.

DI GERALD KARNER, UNTERNEHMENSENTWICKLUNG SIMACEK HOLDING



In der Strategieentwicklung für unser Unternehmen stellen wir uns laufend die zentralen und brennenden Fragen: Wie bauen wir nachhaltige Kundenbeziehungen? Wie schaffen wir faire und sinnstiftende Arbeit – gleichermaßen für unsere Angestellten wie Arbeiter*innen? Wie bringen wir Wirtschaft und Umwelt in Einklang? Strategie, Unternehmensentwicklung und Nachhaltigkeit sind damit unterschiedliche Seiten derselben Medaille.

SIMACEK
Facility Management Group

bwsg
besser wohnen – seit 1911.

Mit der BWS-Gruppe – nachhaltig in die Zukunft!

Die BWS-Gruppe. Verlässlich seit 1911!

Die BWSG entwickelt, errichtet, saniert, vermietet, verkauft und verwaltet geförderte sowie freifinanzierte Wohnungen in ganz Österreich, in Miete oder Eigentum. Über alle Bundesländer verteilt werden knapp 38.000 Einheiten verwaltet.

Nachhaltiges Bauen ist in aller Munde. Die BWSG als gemeinnützige Wohnbaugenossenschaft bringt klimafreundliches Bauen und Betreiben mit leistbarem Wohnen in Einklang. Nachhaltigkeit im Wohnbau umfasst alle Maßnahmen, die dazu beitragen, ein Gebäude so umweltfreundlich und ressourcenschonend wie möglich zu errichten. Damit sorgt die BWSG dafür, auch in Zukunft attraktive geförderte und freifinanzierte Wohnprojekte anzubieten.

Das vollständige Angebot aller Projekte der BWSG ist abrufbar auf **www.bwsg.at.**

Grüner Max

Maximilianstraße 49-51
Kerensstraße 20
3100 St.Pölten

gruenermax.bwsg.at







Aktuelle freifinanzierte Projekte der BWS-Gruppe:

Zwischen den schönsten Plätzen der Landesmetropole St. Pölten bauen wir an der Adresse Maximilianstraße 49-51 aktuell 100 großzügig geschnittene, freifinanzierte Eigentumswohnungen mit Wohlfühlfaktor und nachhaltigem Energie- und Mobilitätskonzept. Der Hauptbahnhof St. Pölten ist in wenigen Gehminuten erreichbar – von hier ist man mit den über 50 täglichen Zugverbindungen in weniger als 30 Minuten in Wien. Das alles schon ab € 2.958/m².

Grüner Max

100 großzügige, **freifinanzierte Eigentumswohnungen**

Garagenplätze für Wallbox-Montage vorbereitet, **E-Ladestationen** am Grundstück

Jede Wohnung mit **Eigengarten, Balkon, Loggia** oder **Terrasse**

PV-Anlage, thermische Bauteilaktivierung mit zertifiziertem **ÖKO-Strom**

BWS-Gruppe
Triester Straße 40/3/1
a. 1100- Wien
t. +43 1 54608 -5070
wohnungsanfragen@bwsg.at

Wohnpark Viarosa

Rosenweg 1-13,
Jakobusgasse 1 - 15
2486 Pottendorf

viarosa.bwsg.at

Familientraum vor den Toren Wiens: Mitten im Grünen, umgeben von Feldern, entstehen in Pottendorf aktuell 30 exklusive Doppelhaushälften in umweltschonender und energieeffizienter Holz-Massivbauweise. Eine hochwertige Ausstattung (z.B. Eichenparkettböden, Feinsteinzeug) und Baumaterialien garantiert maximalen Wohnkomfort. Bei den schlüsselfertigen Reihenhäusern ist ein attraktiver Mietkauf mit hoher Anrechnung der geleisteten Mieten und Fixpreis möglich.



alle Visuals © Starrabbits Visual Studios





Wohnpark Viarosa

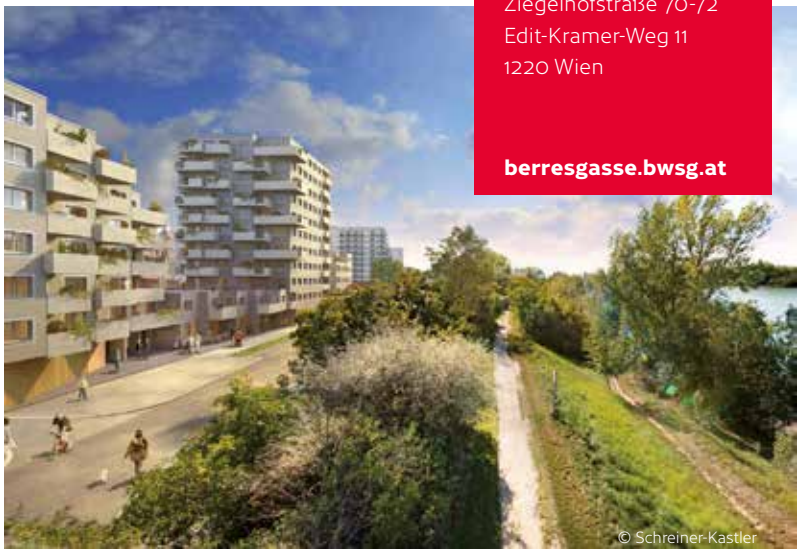
30 Doppelhaus-Hälften **Attraktiver Mietkauf**	**138m²** oder **150m²** **sehr gute Verkehrsanbindung**
Jedes Haus mit **Eigengarten** und **2 Terrassen**	**Holz-Massivbauweise** Energieeffiziente **Wärmepumpe**

Leo am Teich

Ziegelhofstraße 70-72
Edit-Kramer-Weg 11
1220 Wien

berresgasse.bwsg.at

Im Rahmen des Stadtentwicklungsgebiets Berresgasse entstehen in direkter Uferlage mit dem Projekt Leo am Teich insgesamt 99 freifinanzierte Eigentumswohnungen mit Weit - und Seeblick sowie zwei Geschäftslokale in der Sockelzone. Alle Garagenplätze sind für die Ausrüstung mit E-Ladestationen vorbereitet. Durch die Lage direkt am Hirschstettner Badeteich sowie die smarte Architektur ist ein Großteil der Freiflächen zum Wasser hin ausgerichtet. Das Highlight ist ein Penthouse mit über 120m² Dachterrase und zwei Balkonen.



© Schreiner-Kastler



© GS Visuals



© GS Visuals

Leo am Teich

Bereit für die **Mobilität der Zukunft, top Infrastruktur**	99 **freifinanzierte Eigrentumswohnungen** & 2 **Geschäftslokale**
Wohnen am Wasser und **im Grünen, Kindergarten** im Quartier	Fertigstellung **Herbst 2023**

Wien Holding: Auf ins Museum!

Die vier Wien Holding-Museen – Mozarthaus Vienna, Jüdisches Museum Wien, Kunst Haus Wien und Haus der Musik – sorgen mit ihrem vielfältigen Ausstellungsprogramm für Freude, Faszination und Unterhaltung.



Das Mozarthaus Vienna begeistert aktuell mit der Sonderausstellung „Cherubino alla vittoria!“

Alexander Ch. Wulz

Das Mozarthaus Vienna zeigt Mozarts Figaro-Arie im Kontext der Militärmusik, das Jüdische Museum Wien präsentiert 100 Missverständnisse über und unter Juden, das Kunst Haus Wien befasst sich mit dem ökologischen Fußabdruck der Bildproduktion und das Haus der Musik entführt Besucher*innen in die wunderbare Welt der Musik und Klänge. Bei dieser Vielfalt heißt es: Auf ins Museum!

„In unseren vier Wien Holding-Museen stehen das Entdecken, das Hören, das Sehen und das Spüren im Mittelpunkt. Davon können sich unsere Besucherinnen und Besucher in diesem Jahr wieder bei zahlreichen Ausstellungshighlights überzeugen“, so Kurt Gollowitzer, Geschäftsführer der Wien Holding.

MOZARTHAUS VIENNA „Cherubino alle vittoria!“ Bis Jänner 2024

Hinter dem Stephansdom in der Domgasse 5 befindet sich das Mozarthaus Vienna mit der einzigen Wiener Wohnung Mozarts, die bis heute erhalten ist. Rund um Mozarts Bleibe ist ein spannendes Zentrum entstanden, das sich dem Werk



Die Ausstellung „100 Missverständnisse über und unter Juden“ zeigt auf, hinterfragt und parodiert

Ouriel Morgenstern

und dem Leben des Musikgenies intensiv widmet. Im Mittelpunkt stehen Mozarts Wiener Jahre.
Derzeit rückt die neue Sonderausstellung „Cherubino alla vittoria!“, die in Kooperation mit der Wienbibliothek im Rathaus entstanden ist, eine mögliche musikwissenschaftliche Neuentdeckung zu Mozarts Oper „Le Nozze di Figaro“ ins Blickfeld. In der sogenannten Militärarie am Ende des ersten Akts der Oper führt der Titelheld dem eben zum Offizier beförderten Pagen Cherubino die Schrecken des Soldatenlebens drastisch vor Augen. Kürzlich wurde ein zeitgenössischer österreichischer Militärmarsch aufgefunden, der eine frappante thematische Ähnlichkeit mit dem abschließenden Marsch in der besagten Figaro-Arie aufweist. Kannte Mozart diesen Militärmarsch und setzte ihn bewusst in seiner Oper ein?
Die Ausstellung stellt nicht nur diese These zur Diskussion, sondern beleuchtet anhand ausgewählter Objekte auch den Widerhall der Figaro-Arie in nachfolgenden Werken der Militär- und Schlachtenmusik. Neben der Rezeption der Oper wird auch der historisch-politische Hintergrund der Zeit der Entstehung beleuchtet und dem Themenkomplex Zitat – Entlehnung – Plagiat, bezogen auf den Bereich der Musik, Raum gegeben.

Mozarthaus Vienna, Domgasse 5, 1010 Wien, **www.mozarthausvienna.at**
Öffnungszeiten: Dienstag bis Sonntag 10 bis 18 Uhr
Eintritt: € 12

JÜDISCHES MUSEUM WIEN „100 Missverständnisse über und unter Juden“ Bis 4. Juni 2023

Das Jüdische Museum Wien bietet Ausstellungen zur österreichisch-jüdischen Geschichte, zu Religion und Tradition. Am zweiten Standort am Judenplatz können Besucher*innen darüber hinaus die beeindruckenden Fundamente der mittelalterlichen Synagoge und eine Ausstellung über jüdisches Leben im mittelalterlichen Wien entdecken.
In der Dorotheergasse präsentiert die neue Ausstellung „100 Missverständnisse über und unter Juden“. Denn das Bild von Jüdinnen und Juden ist in weiten Teilen der Mehrheitsgesellschaft von zahlreichen Missverständnissen geprägt. Das Jüdische Museum Wien spürt diesen Missverständnissen nach, sucht nach deren Hintergründen, hinterfragt und parodiert sie oder begegnet ihnen mit einem augenzwinkernden Lachen.
Das Museum Judenplatz zeigt ab 28. März „Schuld“. Die Schau untersucht die verschiedenen Dimensionen von Schuld: existentielle, metaphysische, moralische oder politische Schuld. Adam und Eva brachten, nach jüdisch-christlicher Überlieferung, durch ihren Sündenfall Schuld in die Welt. Während Schuldbekenntnisse ein zentraler Gedanke monotheistischer Religionen sind, fällt das Straf-



Das Kunst Haus Wien präsentiert die Ausstellung „Mining Photography. Der ökologische Fußabdruck der Bildproduktion“

recht Urteile über Schuld und Unschuld. Nach der Schoa wurde der Umgang mit Schuld zu einer bis heute relevanten gesellschaftspolitischen Frage. Historische Objekte und ausgewählte Kunstwerke laden zur Auseinandersetzung mit diesem vielschichtigen Themenkomplex ein.

Jüdisches Museum Wien,
Dorotheergasse 11/Judenplatz 8,
1010 Wien, **www.jmw.at**
Öffnungszeiten Dorotheergasse: Sonntag bis Freitag, 10 bis 18 Uhr, samstags geschlossen; Öffnungszeiten Judenplatz: Sonntag bis Donnerstag, 10 bis 18 Uhr, Freitag 10 bis 14 Uhr
Eintritt: € 15

KUNST HAUS WIEN „Mining Photography“ Bis 29. Mai 2023

Das vom österreichischen Künstler Friedensreich Hundertwasser (1928-2000) gegründete Kunst Haus Wien beherbergt das außergewöhnliche Museum Hundertwasser. Es zeigt die größte permanente Sammlung der Werke des Ausnahmekünstlers und bietet einen einzigartigen Querschnitt durch dessen Schaffen. Darüber hinaus präsentiert das Kunst Haus Wien wechselnde Ausstellungen. Ausgehend von den zukunftsweisenden Ideen Friedensreich Hundertwassers zu Umwelt- und Gesellschaftspolitik schafft das erste Grüne Museum einen einmaligen Ort, der Kunst und Ökologie verbindet.
Derzeit präsentiert das Museum die neue Ausstellung „Mining Photography. Der ökologische Fußabdruck der Bildproduktion“. Diese begibt sich auf die Spuren einzelner Handels- und Produktionsketten: Wie hat sich die – für das bloße Auge oftmals nicht erkennbare – Materialität von Fotografien im Laufe der Jahrzehnte verändert? Wie nachhaltig ist der „ewige Moment“? Was trägt die Produktion von Fotografien zum menschengemachten Klimawandel bei? Die Ausstellung beleuchtet die Geschichte zentraler Rohstoffe der Fotografie: die Genese ihres Abbaus, ihre Entsorgung und den verursachten Einfluss auf unsere Umwelt.

Kunst Haus Wien, Untere
Weißgerberstraße 13, 1030 Wien,
www.kunsthauswien.com
Öffnungszeiten: täglich von
10 bis 18 Uhr
Eintritt: Ausstellung € 9

HAUS DER MUSIK Die Welt der Klänge Täglich

Das Haus der Musik ist ein modernes, interaktives Erlebnismuseum und zugleich die Gründungsstätte der Wiener Philharmoniker, denen hier ein eigenes Museum gewidmet ist. Hier wird auf vier Etagen die faszinierende Welt der Musik und Klänge sowie der Kosmos der großen Komponisten präsentiert. Zahlreiche Experimentier-

Kunst Haus Wien 2023, Rudolf Strobl



Im Haus der Musik können Besucher*innen in einem VR-Labor Klangwesen gestalten

Hanna Pribitzer

stationen laden ein, die Welt der Akustik und Geräusche zu erforschen und Klangphänomenen auf den Grund zu gehen.
Neuer Höhepunkt im Museum ist die interaktive Virtual Reality-Experience „BEETHOVEN // OPUS 360“. Dabei wird Beethoven zum Leben erweckt und in unsere Zeit geholt. Kaum setzen die Besucher*innen die VR-Brillen auf, landen sie in einem Rap Battle. Mittendrin Beethoven, der sich gegen einen Battle Rapper beweisen muss. Als Coaches greifen die Besucher*innen aktiv ins Geschehen ein, bestimmen verschiedene Beats, Rap Lines und vieles mehr, um so gemeinsam mit Beethoven die Gunst des Publikums zu gewinnen. Dabei tauchen sie ein in eine interaktive Welt und lernen einen Beethoven kennen, der so ganz anders ist als gedacht.
Neueste Virtual-Reality-Technik bietet auch das „Sonotopia Universe & Lab“. Hier erfüllt ein einzigartiges Klang-Universum den gesamten Raum. Die Wesen und Formen, die sich hier bewegen, werden Clong genannt. Diese einzigartigen klanglichen Gestalten harmonieren visuell und akustisch miteinander und werden von allen Besucher*innen anhand neuester VR-Techniken im angrenzenden Klanglabor erschaffen und zum Leben erweckt – ganz nach den eigenen Vorstellungen.
Natürlich warten im Museum auch interaktive Klassiker wie der „Virtuelle Dirigent“ oder das beliebte „Walzer-Würfel-Spiel“. Zudem bietet die neue Installation „Beethovens Hörverlust“ Einblicke in den Leidensweg des großen Komponisten. Die Installation entstand in Zusammenarbeit mit Med-El, einem österreichischen Familienunternehmen, das innovative Lösungen gegen Hörverlust entwickelt.

Haus der Musik, Seilerstätte 30,
1010 Wien, **www.hdm.at**
Öffnungszeiten: täglich von
10 bis 22 Uhr
Eintritt: € 16

Tickets

Tickets für die Museen der Wien Holding sind an den jeweiligen Museumskassen sowie bei Wien Ticket, einem Unternehmen der Wien Holding, erhältlich: **www.wien-ticket.at**

mehr wien zum leben.
wienholding

Ein Unternehmen der Stadt Wien

Wien Holding GmbH

Universitätsstraße 11
1010 Wien

www.wienholding.at



Druckfrisch aus Österreich

Seit mehr als 150 Jahren produzieren wir als österreichischer Familienbetrieb Druckwerke von höchster Qualität. Mit unserem Bekenntnis zu Tradition, regionaler Produktion und nachhaltigem Wirtschaften schaffen und sichern wir Arbeitsplätze in Österreich. Darauf sind wir stolz.



Ihr Peter Berger – peter@berger.at

PRINTED IN AUSTRIA

PRE-PRESS • DIGITALDRUCK • BOGENOFFSETDRUCK • ROLLENOFFSETDRUCK • INDUSTRIELLE ENDFERTIGUNG • VERLAG

Vertrauen Sie auf heimisches Know-how

Sie wollen auch auf Druckqualität aus Österreich setzen? Wir freuen uns, Sie beraten zu dürfen.

Zentrale Horn
+43 2982 4161-0

Büro Wien
+43 1 313 35-0

Vertretungen in allen Bundesländern

www.berger.at

DRUCKEREI BERGER

Ihr persönlicher Drucker

Vom Wohnungsmarkt zum Metaverse

Kollitsch & Soravia haben sich zum Ziel gesetzt, hochwertigen Wohnraum in und rund um Wien zu schaffen. Was da noch so kommt und wie Jasmin Soravia die aktuelle Marktlage einschätzt, verrät sie im Interview. Außerdem: Ein Blick auf attraktive, bereits abgeschlossene Projekte der Kollitsch Gruppe.

TEXT: Arnold Stein



Immobilienentwicklerin Jasmin Soravia: „Mittelfristig werden die Kaufpreise wieder steigen“

FaktuM: Beginnen wir mit einem Blick in die Kristallkugel: Wie schätzen Sie die Entwicklung am Wohnungsmarkt 2023 ein?

Jasmin Soravia: Ich persönlich sehe den Wohnungsmarkt 2023 gespalten – die doch weitreichenden, zum Teil auch unerwarteten Veränderungen, die im zweiten Halbjahr 2022 eingetreten sind, wie die KIM-Verordnung hinsichtlich Wohnungskreditvergabe oder der rasche Zinsanstieg, haben zu einer starken Stagnation am Markt geführt, vor allem was das Kaufen von Eigentum angeht. Auch die kürzlich beschlossenen Lockerungen seitens FMA, die ab 1.4.2023 in Kraft treten sollen, werden das meiner Meinung nach nicht wesentlich verändern. Andererseits sind die Baukosten nach wie vor hoch, die Grundstückspreise haben sich noch nicht wesentlich nach unten bewegt und die Zinsen sind wahrscheinlich auch noch nicht am Zenit angelangt – was die Situation weder am Eigentumsmarkt noch am Mietmarkt erleichtern wird, eher ganz im Gegenteil.

FaktuM: Mit welchen Folgen müssen wir also rechnen?

Soravia: Wohnraum wird weiterhin benötigt werden. Einige Bauträger haben teilweise die Bautätigkeit ein- bzw. rückgestellt, was à la longue zu einer Verknappung führen wird. Somit sehe ich für 2023 einen wenn nur geringen Rückgang der Kaufpreise. Mittelfristig werden die Kaufpreise jedoch wieder steigen, wenn auch weit nicht so wie in den letzten zwei Jahren.

FaktuM: Gilt das auch für die Mieten?

Soravia: Bei den Mieten sehe ich keine Reduktion, wahrscheinlich wird der Anstieg jedoch unter der doch sehr hohen Inflationsrate liegen. Aber auch da ist abzuwarten, was seitens der Politik passiert.

FaktuM: Ihr Unternehmen spezialisiert sich auf Wohnbau. Welche Projekte sind gegenwärtig Ihre High-

Kollitsch & Soravia Immobilien GmbH

lights, und was ist das Besondere daran?
Soravia: Die Kollitsch & Soravia hat im letzten Jahr fünf hochwertige Liegenschaften erworben. Vier davon möchte ich besonders hervorheben: Zum einen die Knödelhütte im 14. Wiener Bezirk mit einem wunderschönen Altbestand, der erhalten werden soll; zum anderen planen wir, die Kombination „alt & neu" auch bei einem großen Zinshaus in der Sechshauser Straße umzusetzen. Für den Bestand aller Gebäude planen wir eine nachhaltige Sanierung und legen dabei besonderen Wert auf die Erhaltung des Stadtbildes. Zu der bestehenden Bebauung ist eine Nachverdichtung vorgesehen, die aber gleichzeitig eine Schaffung von Freiflächen pro Wohneinheit bedeutet. Dies trifft ebenso auf unser neues Projekt in der Matznergasse zu, wo zwei Zinshäuser mit historischer Straßenfassade nachhaltig saniert werden – inklusive Umstellung des Heizsystems von Gas auf Fernwärme, Photovoltaikanlagen sowie die Begrünung von Fassaden und Dächern. Hervorzuheben ist schließlich unser Neubau in der Salzwiesengasse, wo in erhabener Lage an der Grenze zum Wienerwald zwölf traumhafte Wohnungen entstehen.

FaktuM: Das Projekt „Überflieger" in Langenzersdorf ist ja bereits übergeben. Gibt es weitere Projekte in Niederösterreich?
Soravia: Ja, natürlich! Für das Grundstück in der Glockenheidegasse in Wiener Neustadt ist eine Reihen- bzw. Doppelhausanlage mit zwölf Wohneinheiten geplant. Die Liegenschaft liegt in Gehreichweite vom Zentrum und dem Bahnhof. Ein weiteres Grundstück liegt im beliebten Weinort Pfaffstätten, auch sehr zentral zwischen Bahnhof und Trabrennbahn in der Badener Straße. Wichtig ist uns hier, so wie auch in Wiener Neustadt, die Erhaltung des Ortsbildes. Und in Baden entwickeln wir zwei Stadtvillen mit je acht Eigentumswohnungen. Die Villen liegen zentral zwischen Strandbad und Ortszentrum am Rande des UNESCO-Weltkulturerbes und punkten mit einer eindrucksvollen Fassade und großzügigen Freiflächen mit parkähnlicher Gestaltung. Es gibt viel zu tun 2023!



Projekt Knödelhütte: von Grund auf saniert



Sechshauser Straße: modernes Innenleben unter Erhaltung des Stadtbildes

FaktuM: Wie wirkt sich nachhaltiges Bauen auf die Immobilienpreise aus? Sind die Kunden bereit, für Mehrkosten zu zahlen?
Soravia: Derzeit liegen Angebot und Nachfrage noch auseinander, die Kunden wären jedoch bereit, mehr zu zahlen, wenn nicht nur der ökonomische Aspekt zählt, sondern auch ökologische und soziale Qualitäten berücksichtigt werden („Blue Building"). Durch ESG-Kriterien und EU-Taxonomie ist dies nur eine Frage der Zeit. Nachhaltiges Bauen wird mit Sicherheit einen Einfluss auf die Immobilienpreise nehmen, wobei es effizientere und kostengünstigere Lösungen geben wird. Daher achten

Kollitsch & Soravia Immobilien GmbH, Hawlik Gerginski Architekten



Matznergasse: Nachhaltige Sanierung von zwei Zinshäusern

wir bei Kollitsch & Soravia sehr darauf, von Anfang an richtig zu planen.

FaktuM: Ein Thema, das beim nachhaltigen Bau gerne genannt wird, ist das Schlagwort „Nachverdichtung". Ist das rein eine Sache für den Wohnbau in der Stadt?

Soravia: Nein, ganz im Gegenteil. Vor allem in Bezug auf Nachhaltigkeit, ESG und Klimakrise kommt dem Thema Nachverdichtung immer größere Bedeutung zu. Vor allem im ländlichen Bereich wird verstärkt das Thema Ortskernverdichtung seitens der Raumplanung angegangen. Das Problem des zunehmenden Flächenverbrauchs und der Zersiedelung der Landschaft mit all seinen Problemen, wie fehlende Infrastruktur, negative Umweltauswirkung durch zunehmende Bodenversiegelung etc., wurde jahrelang missachtet.

FaktuM: Welchen Stellenwert haben Materialien und Energie-Effizienz – was wird vom Kunden gewünscht?

Soravia: Jeder will seinen Beitrag für eine gesunde Umwelt leisten. Selbst, wenn der noch so klein sein mag. Jedoch so richtig dafür zahlen will auch niemand – jedenfalls war das in der Vergangenheit so. Ich glaube jedoch, dass die ganze Klimadiskussion auch bei den Kunden das Bewusstsein geschärft hat. Es gibt eine Studie, in der Holz als Baustoff bei der Beliebtheit ganz vorne im Ranking steht und Beton weit hinten. Unabhängig davon bedeutet mehr Energieeffizienz auch niedrigere Betriebskosten. Das geht sogar so weit, dass Käuferinnen und Käufer durchaus auch bereit sind, einen höheren Kaufpreis zu akzeptieren, wenn die Betriebskosten niedriger sind. Natürlich muss dieser verhältnismäßig sein. Auf jeden Fall ist der Wert guter Materialien wieder mehr in den Vordergrund gerückt – auch Covid-bedingt. Es ist aber klar, dass für Käufer Nachhaltigkeit wesentlicher ist als für Mieter, da ein Langzeitgedanke dahintersteckt.

FaktuM: Apropos Langzeitgedanke: Ist die Kollitsch & Soravia Immobilien GmbH im Metaverse aktiv?

Soravia: Nein, aktuell sind wir im Metaverse noch nicht aktiv, da wir auf die nächste Entwicklungsstufe warten; bisher finde ich das Metaverse zu holprig, es erinnert teilweise noch an Comics. Aber in einigen Jahren wird man das Gefühl haben, wirklich in der Immobilie drin zu sein, wird sie spüren, wird die Möglichkeit haben, sich ein paar Tage dort aufzuhalten, Freunde einzuladen und deren Meinung abfragen usw. – dann wollen und werden wir jedenfalls dabei sein!

FaktuM: Wie kann man sich eine Wohnungssuche im Metaverse nun vorstellen?

Soravia: Im Metaverse bzw. im Web 3 steht man als Kunde oder auch Makler direkt im Objekt, zum Beispiel in einem Gebäude oder in einer Wohnung, und es ist komplett egal, wo auf dieser Welt diese Immobilie in Real ist. Sie wird getreu im Metaverse abgebildet und man kann sie dort besichtigen. Ganz im Gegenteil, mit Hilfe der Metaverse-Community kann man auch die Wohnung bereits einrichten, sich Tipps holen oder eventuell Grundrisse umplanen. Die genaue virtuelle Modellierung ist in jeder Phase der Immobilie von großem Vorteil – so können die verschiedensten Varianten des Raumes in Echtzeit dargestellt werden und vieles mehr. Der Makler oder Innenarchitekt geht als Avatar mit seinen Kunden, die ebenfalls Avatare sind, durch die Objekte. Und das sind nur einige Beispiele. Ich glaube, das Metaverse eröffnet komplett neue Möglichkeiten, viele davon kennen wir heute noch nicht. Und ja, es wird sich damit viel Geld verdienen lassen.

FaktuM: Wird Ihrer Meinung nach der Immobilienmarkt im Metaverse jenen im Real Life beeinflussen? Brauchen die Menschen z.B. weniger Wohnfläche, wenn sie sich mehr im Metaverse aufhalten?

Soravia: Ich persönlich finde das Metaverse eine spannende, aber auch gefährliche, ja fast beängstigende Welt, die jedenfalls Gefahren in sich birgt. Und ja, das Metaverse wird die Immobilienbranche jedenfalls beeinflussen – es kann bereichernd sein, jedoch auch Gefahren mit sich

Gernot Gleiss

bringen. Wir sind noch nicht einmal bei einem Prozent dessen, was alles möglich sein wird. Und was jedenfalls fix ist: Immobilien werden die Menschen immer brauchen; in welcher Art und Weise, wird sich noch zeigen. Jedenfalls glaube ich, dass wir in Zukunft noch eine echte Revolution auf diesem Gebiet erleben werden; wie wir jedoch damit umgehen, bleibt offen.
FaktuM: Danke für das Gespräch.

Neue Heimat

Die eigene Immobilie gewechselt hat Kollitsch & Soravia in Wien. Von der Schwindgasse zog man in die Gußhausstraße 2 im vierten Gemeindebezirk, wo man nun gemeinsam mit der Kollitsch Bau residiert. Im Herzen von Wien wurde im Februar das neue repräsentative Büro eröffnet, in dem Kunden und Interessenten herzlich willkommen geheißen werden. Durch die Lage nahe zur Innenstadt sowie zum Wiener Hauptbahnhof ist die Anreise sowohl öffentlich als auch mit dem eigenen Auto äußerst komfortabel. Abgedeckt werden hier sämtliche Immobilienleistungen, von Bauausführung über Immobilienentwicklung bis hin zu Beratung bei Kauf, Verkauf, Vermietung oder Mieten von Immobilien.

Informationsvorsprung

Wenn Sie sich auf www.kollitsch.eu registrieren, erhalten Sie uneingeschränkten Zugriff (nicht nur drei Wohnungen pro Projekt) auf alle KOLLITSCH-Objekte. Zudem können Sie sich für den Infovorsprung anmelden und erhalten somit vier Wochen vor Verkaufsstart eines neuen Projektes die wichtigsten Eckdaten per Mail. Weiters können Sie Merklisten und Suchprofile anlegen und somit rasch Ihre Traumimmobilie finden. Sie können einfach und schnell auf Broschüren, Kataloge und Beispielgrundrisse zugreifen sowie eine gewünschte Immobilie auch gerne online für eine Woche reservieren.



ÜBERFLIEGER – großzügige Balkone und Terrassen sorgen für Frischluft

ÜBERFLIEGER in Langenzersdorf

Sie wollen immer und überall der Pilot Ihres Lebens sein? Sie wünschen sich ein Stück **Eigentum** auf **Eigengrund**? Dann ist eine **ÜBERFLIEGER-Eigentumswohnung der Kollitsch & Soravia Immobilien GmbH** genau die Richtige für Sie. In **Langenzersdorf** entsteht ein modernes Wohnprojekt mit hoher Lebens- und **Aufenthaltsqualität**. Der Baufortschritt geht rasch voran. Im Mittelpunkt stehen die zukünftigen Bewohner unter besonderer Berücksichtigung der **idealen Anbindung der öffentlichen Verkehrsmittel nach Wien. Mit der S-Bahn** erreichen Sie die **Wiener City** innerhalb von **20 Minuten** – und Ihre Autos können Sie getrost unter der Woche bequem in der Tiefgarage abstellen. Fünf moderne Häuser – mit den klangvollen Namen Himmel, Luft, Mond, Sonne und Sterne – beherbergen ca. **55 lichtdurchflutete Eigentumswohnungen mit 2, 3 oder 4 Zimmern**. Großzügige Balkone und Terrassen lassen Sie an der frischen Luft aufatmen. Und in einer **Erdgeschoßwohnung können Sie im eigenen Garten** Ihren grünen Daumen ausleben. Mit einer ÜBERFLIEGER-Eigentumswohnung schlagen Sie gleich zwei Fliegen mit einer Klappe aufgrund des **dörflichen Ambientes inmitten einer attraktiven Infrastruktur**.

ÜBERFLIEGER IN LANGENZERSDORF

- ca. 55 Eigentumswohnungen von ca. 51 m² bis ca. 100 m²
- ideale Anbindung nach Wien
- Erdgeschoßwohnungen mit Eigengärten

Kontakt, Info und Anfragen:
Tel.: +43 1 226 2600 634
immobilien.wien@kollitsch.eu
www.kollitsch.eu

Kollitsch Immobilien GmbH, GS Visuals



BELETAGE – Wohnen im Grünen am Ruckerlberg



ZEITLOS – gemütliches Wohnen am See

BELETAGE in Graz

Die schöne Etage – die **BELETAGE** – war immer schon der Inbegriff von Luxus. Moderne Noblesse verspricht das neue Projekt am **Ruckerlberg in Graz**. In erhabener Ruhelage in der Ruckerlberggasse beherbergen fünf Villen ca. **23 noble Wohneinheiten: attraktive 2- bis 4-Zimmer-Wohnungen sowie zwei charmante Penthäuser**. Einige Objekte sind bereits verkauft, es gibt jedoch noch traumhafte Wohnungen für Interessenten! Die Grazer Innenstadt ist in wenigen Minuten mit dem Auto erreichbar. Gönnen Sie sich Ihren prächtigen Logenplatz mit **eleganten**, lichtdurchfluteten Räumen, einer **hochwertigen Ausstattung** und einer modernen Formensprache. Großzügige Glasflächen sowie die Balkone und Terrassen eröffnen Ihnen ein **eindrucksvolles Panorama**.

BELETAGE IN GRAZ

- fünf Villen mit ca. 23 noblen Wohneinheiten von ca. 55 m² bis zu ca. 123 m²
- erhabene Ruhelage am Grazer Ruckerlberg
- eindrucksvolles Panorama

Kontakt, Info und Anfragen:
Tel.: +43 316 932 600 631
immobilien.graz@kollitsch.eu
www.kollitsch.eu

ZEITLOS in Velden am Wörthersee

Zwischen Wasser und Bergen – da wohnen, wo andere Urlaub machen. Nah am **Ufer des Wörthersees** entsteht „Zeitlos“. Ein Projekt mit **15 modernen Eigentumswohnungen**, von der **2-Zimmer-Wohnung ab 51 Quadratmetern bis zum Penthouse mit bis zu 130 Quadratmetern**. Alle sind nach Südwesten ausgerichtet, mit Blick ins Grüne. Die **luftig hellen Räume** und das reduzierte Design stehen für Komfort und Behaglichkeit. Die **sonnige Terrasse** lädt zur Auszeit ein. Den Strom fürs Eigenheim liefern mehrere Photovoltaik-Anlagen am Dach. Von diesem ruhigen Refugium ist es nur ein Katzensprung mitten ins Geschehen. Denn **Velden ist gleich ums Eck**. Kindergärten und Schulen sowie Supermärkte und Geschäfte sind somit zu Fuß erreichbar. Und auch Klagenfurt oder Villach sind nur wenige Autominuten entfernt.

ZEITLOS IN VELDEN AM WÖRTHERSEE

- ca. 15 Eigentumswohnungen von ca. 51 m² bis ca. 130 m²
- in der Nähe zum Veldener Zentrum und zum Wörthersee
- Architektur mit klaren Linien und großzügigen Fensterfronten

Kontakt, Info und Anfragen:
Tel.: +43 463 2600 636
immobilien.klagenfurt@kollitsch.eu
www.kollitsch.eu

UNSEREINS in Klagenfurt

Zwischen Stadt und Land – da liegt jener Bereich, in dem man es sich so richtig gemütlich macht. Zurückzieht für einen Kaffee. Oder sich im Garten trifft für einen Plausch. Sich

Kollitsch Immobilien GmbH, GS Visuals

vorbereitet für einen glanzvollen Konzertabend in der Stadt. Oder das Rad auf Vordermann bringt für eine Tour entlang der Glan. Kurz gesagt: Da liegt UNSEREINS. Ein **nachhaltiges Wohnprojekt** in Klagenfurt.

Hier entstehen **10 Häuser mit insgesamt ca. 253 Wohnungen**. Und da ist für jeden etwas dabei. Vom Single-Haushalt bis zur Familie. Von der **1-Zimmer-Garconniere bis zur 4-Zimmer-Wohnung mit über 100 Quadratmetern**.

Manches ist allerdings allen gemeinsam: **Großzügige Räume, moderne Ausstattung und sonnige Terrassen**. Die Wohnungen im Erdgeschoss verfügen zudem über einen Eigengarten.

Der Strom kommt zum Großteil aus den Photovoltaik-Anlagen am Dach. Eco-Press-Container übernehmen die Müllentsorgung. Und auch an die Mobilität wurde gedacht. So verfügt das Projekt über ein eigenes Carsharing-Modell. Für jene, die lieber auf zwei Rädern unterwegs sind, wurde eine Fahrradverleih-Station vor Ort errichtet.

„Unsereins" punktet mit seinem besonderen Flair, seiner Nachhaltigkeit, aber auch mit der ausgezeichneten Infrastruktur. Ob Supermarkt, Apotheke, Restaurant oder Sportmöglichkeiten – alles ist praktisch zu Fuß erreichbar.



UNSEREINS – die modernen Wohngebäude werden von Freifläche umrahmt

UNSEREINS IN KLAGENFURT

- 10 Häuser mit 253 Wohneinheiten, von der 1-Zimmer-Garconniere bis zur 4-Zimmer-Wohnung
- perfekte Infrastruktur
- direkt an der Glan
- großzügige Freiflächen
- Naturnähe

Kontakt, Info und Anfragen:
Tel.: +43 463 2600 642
immobilien.klagenfurt@kollitsch.eu
www.kollitsch.eu

Über Kollitsch & Soravia

Zwei tatkräftige Partner vereinen ihre Erfahrung und Fähigkeiten: Die innovationsstarke Kollitsch Gruppe und die erfahrene Immobilienentwicklerin Jasmin Soravia schaffen gemeinsam hochwertigen Wohnbau in Wien und Umgebung. Der Name Kollitsch steht bereits in dritter Generation für höchste Qualität im Wohnungsbau. Seit rund 70 Jahren erfüllt das Unternehmen große und kleine Wohnträume an den schönsten Plätzen in Österreich. Neben Neubauten stehen für die beiden Partner im Sinne der Nachhaltigkeit die Revitalisierung und Sanierung bestehender Gebäude im Fokus. Gemeinsam setzt man neue Maßstäbe und bietet seinen Kunden ein attraktives Preis-Leistungs-Verhältnis.

KOLLITSCH GRUPPE

Kollitsch Immobilien GmbH, GS Visuals

In den Norden

Wenn der Hitzehammer Griechenland, Spanien und Italien mit Werten jenseits der 40 Grad verbrennt, dann zieht es immer mehr Reiselustige in kühlere Gefilde. Aber die steigenden Temperaturen sind nicht der einzige Grund für einen Urlaub im Norden.

TEXT: Larissa Bilovits



Nördliche Destinationen wie Norwegen rücken immer mehr in den Fokus der Reisenden

unsplash

Über 40 Grad im Schatten. Der Sand zu den Füßen so aufgeheizt, dass man barfuß keinen Meter schafft. Der Schweiß sammelt sich an Stellen, an denen er definitiv nicht sein sollte. Wie schön wäre es doch, sich jetzt im blauen Nass abzukühlen! Doch selbst das Meer verspricht mit einer Wassertemperatur von 26 Grad keine Erfrischung. Warum sollte man sich einen Urlaub im Süden heutzutage noch antun – vor allem im Hochsommer? Das fragen sich wohl auch zunehmend die Reiselustigen. Zwar boomt der klassische Urlaub am Meer nach wie vor. Dennoch wächst seit einigen Jahren der Trend zur Erholung im Norden.

Dass die Klimaerwärmung kein Mythos ist, der von den Echsenmenschen erfunden wurde, dürfte mittlerweile – mit Ausnahme einiger Verschwörungstheoretiker – jedem klar sein. Zumindest jedem, dessen Körper über ein funktionierendes Temperaturempfinden verfügt. Über die sich beinahe jährlich übertrump-

fenden Hitzerekorde lässt sich nämlich kaum noch hinwegsehen. Betrug die höchste gemessene Temperatur in Wien im Jahr 1955 noch 31,2 Grad Celsius, lag diese im vergangenen Sommer bereits bei 36,7 Grad. Am 8. August 2013 wurden gar 38,5 Grad gemessen – laut den Daten der Stadt Wien der bisher ungeschlagene Rekord der Hauptstadt. Aber auch die 40-Grad-Marke wurde in Österreich bereits übersprungen: Mit 40,6 Grad liegt ein Nachmittag Anfang August 2013 am Neusiedler See an Österreichs Allzeit-Hitzespitze.



Eine Reise in den Süden kann zur Hitzetortur werden



Bei nördlichen Ländern wie Island stellt sich dieses Problem nicht

unsplash

Hitzeflüchtlinge

Kein Wunder also, dass es so viele Menschen gerade im Sommer in nördlichere Gefilde zieht. Während das Knacken der 35-Grad-Marke im Sommer in Italien keine Seltenheit ist, liegt die durchschnittliche Temperatur in Schweden im Juli – dem heißesten Monat des Jahres – bei gerade einmal 16 bis 18 Grad. Im Norden des Landes ist es dann sogar noch kälter. Auch in Großbritannien und Irland können sich Hitzeflüchtlinge über im Durchschnitt angenehme 20 Grad freuen. Wer es besonders kühl mag, ist mit Island gut bedient: Hier im Nordatlantik übersteigt die Temperatur selbst im Sommer nur selten die 15-Grad-Marke.

Das kühle Klima ist aber längst nicht das Einzige, was die Menschen aus aller Welt zu einer Reise in den Norden Europas bewegt. Neben der pandemischen Lage, die nach wie vor Urlaubsdestinationen weltweit beschäftigt, ist es etwa auch der Ukraine-Krieg, der das Reiseverhalten verändert hat. Elisabeth Kneissl-Neumayer von Kneissl Touristik erkennt etwa „aufgrund der Ukraine-Krise eine Abkehr von Reisezielen wie Bulgarien, Rumänien, Polen und dem Baltikum". Den vom Kriegsgebiet der Ukraine entfernt gelegenen nördlichen Ländern – vor allem Großbritannien, Irland und Island – kommt das hingegen zugute. Ebenso verhält es sich bei Dänemark, Schweden, Norwegen oder Finnland, wobei die beiden letzteren sich eine Grenze mit Russland teilen. Wie sich dieser Umstand künftig entwickelt, bleibt abzuwarten.

Reisegrund Landschaft

Aber was reizt die Urlauber an nördlichen Destinationen? „Es sind vor allem die absolut einzigartigen Naturlandschaften, die in nur drei bis vier Flugstunden erreicht werden können", meint Kneissl-Neumayer. „Bei Irland und Großbritannien ist es zusätzlich die einzigartige Kultur, bei Skandinavien in den letzten Jahren die atemberaubend schöne moderne Architektur und die faszinierenden Bau-



Die Britischen Inseln haben neben ihrer Landschaft auch kulturell viel zu bieten



Der Norden lockt mit einzigartigen Naturphänomenen wie dem Nordlicht

ten aus der Wikingerzeit sowie der Zeit der Hochblüte der Hanse. Aber die Naturlandschaften sind das schlagende Moment: Die Weite der Landschaft, die Tier- und vor allem Vogelwelt – in Skandinavien grandiose Fjordlandschaften, in Island Gletscher, Vulkane, Wasserfälle, Wüsten."

Unabhängig vom Krieg punktet vor allem Skandinavien aber im Allgemeinen mit einer besonders hohen Sicherheit. So sagen bei einer Erhebung des OECD Better Life Index etwa 93,2% der Einheimischen, dass sie sich in Norwegen sicher fühlen. Damit liegt das westlichste Land Skandinaviens europaweit auf Platz 1. Auch Finnland (87,6%, Platz 3) und Island (85,4%, Platz 7) sind unter den 41 befragten Ländern vorne dabei. Zum Vergleich: Der Durchschnitt der europäischen Länder liegt bei 73,9%, wobei sich Österreich mit 85,7% auf Platz 6 einfindet.

Übrigens: Die OECD erhebt neben den Daten zum Sicherheitsempfinden etwa auch die Lebenszufriedenheit der Bevölkerung der einzelnen Länder. Ungeschlagen an der Spitze: Finnland. Auf einer Skala von 0 bis 10 bewerten die Finnen ihre Lebenszufriedenheit mit 7,9. Die beiden weiteren Stockerlplätze belegen Island mit 7,6 und Dänemark mit 7,5. Mit 7,2 liegt Österreich dagegen zwar über dem Durchschnitt von 6,7, ordnet sich dadurch aber nur auf Platz 11 von 41 ein.

Schier unbegrenzte Möglichkeiten

Neben dem kühlen Klima, den Sicherheitsstrukturen sowie den zufriedenen Einheimischen hat der Norden allerdings noch einiges mehr zu bieten. Sind es nördlich des Polarkreises etwa die atemberaubenden Polarlichter, die viele Menschen wie magisch anziehen, ist es andernorts die vielfältige Natur. Besonders Island hat hier einiges zu bieten. Geysire, heiße Quellen, Fjorde sowie bis zu 60 Meter hohe Wasserfälle sind nur einige der zahlreichen Naturphänomene des Inselstaats. Zudem finden sich über die rund 103.000 km² große Fläche des Landes verteilt 31 aktive Vulkane und damit auch zahlreiche Lava- und Geröllwüsten.

Aber auch die Skandinavische Halbinsel, also Finnland, Schweden und Norwegen, ist gesegnet mit einer außergewöhnlichen Landschaft. Diese ist vor allem durch die letzte Eiszeit geprägt. Dementsprechend finden sich heute noch Spuren von Gletschern, ebenso wie Fjorde, Seen und schroffe Küsten. So gibt es alleine in Schweden mehr als 96.000 Seen, was das Land zu einem der wasserreichsten Länder Europas macht.

Was viele Menschen zudem an einem Sommerurlaub im Norden reizt, ist wohl die Mitternachtssonne. So ist es

unsplash

Gewinnen Sie mehr Kunden



© Foto: shutterstock.com/Pressmaster

Online unter www.feibra.at/streuplan

mit dem feibra Streuplantool

Erstellen Sie in nur 3 Schritten das perfekte Streugebiet für Ihre Prospektverteilung – von der kleinen Aktion für einen Standort bis zur Verteilung in ganz Österreich. Einfach ausprobieren unter: www.feibra.at/streuplan – den Rest übernehmen gerne wir für Sie!

www.feibra.at/streuplan

feibra

WIR MACHEN WERBUNG WIRKSAM.



Elisabeth Kneissl-Neumayer, Kneissl Touristik: „Die Naturlandschaften sind das schlagende Moment“



Harald Schobesberger, urlaubswelt.com: „Skandinavien wird eine Nische bleiben – aber eine sehr schöne“

nördlich des Polarkreises an einigen Tagen des Sommers bis zu 24 Stunden hell.
Was neben Skandinavien in den letzten Jahren ebenfalls einen Boom erlebte, waren Reisen nach Großbritannien und Irland. Alleine die Metropole London zählte im Vorkrisenjahr 2019 knapp 119 Millionen Nächtigungen. Während in der von Touristen überlaufenen Hauptstadt vor allem Sehenswürdigkeiten wie Big Ben, der Buckingham Palace oder etwa auch das beliebte Harry Potter-Museum mehr als nur gut besucht werden, glänzen auch der Rest des Vereinigten Königreichs sowie seine Nachbarinsel Irland vor allem durch ihre einmalige Landschaft.

Pandemie brachte Absturz

Eine Erhebung von Statista.com unter der deutschsprachigen Bevölkerung zeigt, dass 2021 rund 2,39 Millionen Menschen mindestens einmal einen Urlaub in Nordeuropa gemacht haben. Dazu zählen hier Dänemark, Schweden, Norwegen, Finnland und Island, Großbritannien und Irland sind dabei noch gar nicht eingerechnet. Hier lässt sich zu 2020 zwar ein leichter Rückgang erkennen – damals waren es 2,94 Millionen Menschen –, allerdings spürt die Tourismusbranche die Auswirkungen der Pandemie nach wie vor deutlich. Dennoch meint etwa Kneissl-Neumayer: „Selbst im kurzen Reisesommer 2020 war Island für uns eines der wichtigsten Reiseziele, und detto 2021.“
Das zeigen etwa auch die Daten der WKÖ. Demnach verzeichnete Island im ersten Pandemiejahr 488.000 internationale Ankünfte. Für ein Land mit gerade einmal 366.400 Einwohnern und angesichts der Pandemie ist das eine durchaus stattliche Zahl. Dennoch sind die Einbußen groß, verzeichnete der kleine Inselstaat in den Jahren davor doch ein enormes Wachstum im Tourismussektor: Während Island 2010 noch 559.000 internationale Besucher zählte, vervierfachte sich die Zahl innerhalb von nur neun Jahren bis 2019 auf ca. 2,2 Millionen.
Mit einem massiven Einbruch in der Tourismusbranche hatte aber auch Großbritannien zu kämpfen. Stiegen die Zahlen im Zeitraum zwischen 2010 und 2019 noch von 30,4 Millionen auf 40,9 Millionen internationale Ankünfte, betrugen diese im ersten Pandemiejahr nur noch 11,1 Millionen. Bei Norwegen, Schweden, Dänemark und Finnland verhält es sich ähnlich. Vergleichszahlen für 2021 fehlen, die WKÖ-Statistik für das vergangene Jahr ist noch ausständig.

Blick in die Zukunft

Doch wer ist eigentlich die Zielgruppe für Reisen in den Norden? „Ich glaube, dass es bei den Kunden einen Unterschied macht, ob sie aus den städtischen Bereichen kommen oder vom Land“, meint Harald Schobesberger von urlaubswelt.com. Ganz klar lässt sich in seinem Reisebüro allerdings kein Trend erkennen, denn: „Viele Kunden, die nach Skandinavien fahren, sind mit dem Wohnmobil oder dem eigenen Auto unterwegs. Daher sind diese Kunden oft nicht unsere Zielgruppe.“
Wie geht es in Zukunft weiter? „Nachdem die weite Welt zumindestens ansatzweise wieder zur Verfügung steht, wird weniger Österreich und viel West- und Südeuropa gebucht“, meint Kneissl-Neumayer. Außerdem: „Viel von Deutschland über Frankreich und Spanien bis zu den Azoren.“ Dennoch ist die Fachfrau der Ansicht, dass vor allem die nördlichen Länder in Zukunft eine größere Rolle im Tourismus spielen werden: „Aber weniger wegen der Klimaerwärmung, sondern wegen des einzigartigen Angebots an naturnahem Urlaub.“
Schobesberger dagegen erwartet nicht, dass der Norden – etwa angesichts der Klimaerwärmung – in Zukunft touristisch noch stärker werden wird: „Ich glaube nicht, dass die nördlichen Länder in absehbarer Zeit eine größere Rolle spielen. Allein das touristische Angebot ist in den Mittelmeerländern viel besser ausgebaut. Unsere Kunden wollen im Urlaub meist Sonne und Strand, und das gibt es vorwiegend im Mittelmeerraum. Skandinavien wird aus meiner Sicht eine Nische bleiben, aber eine sehr schöne. Ich bin selbst von Skandinavien begeistert!“ ■

Kneissl Touristik, urlaubswelt.com

feibra complete: noch mehr Reichweite für Ihren Prospekt



© Foto: shutterstock.com/blackzheep

Die passende Ergänzung Ihrer Printkampagne zum Fixpreis

Im Briefkasten und online

Gleiches Streugebiet, gleiche Zielgruppe, kein zusätzlicher Aufwand für Sie: Wir spielen Ihren Prospekt zusätzlich zur Verteilung in den Briefkasten auch programmatisch über ein Netzwerk von Onlinemedien aus – damit erreichen Sie auch Zielgruppen, die keine Printprospekte erhalten.

www.feibra.at/complete

feibra

WIR MACHEN WERBUNG WIRKSAM.



Entgeltliche Einschaltung: Bundesministerium für Landesverteidigung, BMLV, Roßauer Lände 1, 1090 Wien; Foto: Bundesheer/Zisser.



UNSER HEER

Mehr Geld, mehr Job-Chancen

Dass die Investitionen in unser Heer kräftig steigen, ist nicht nur für Österreichs Sicherheit eine gute Nachricht. Davon profitieren auch alle, die sich beruflich stark entwickeln wollen. Der „Jobspace“ Heer wird jetzt noch attraktiver und spannender.



Die Miliz schützt kritische Infrastrukturbereiche, wie unsere Energieunternehmen – das ist gerade jetzt wichtiger denn je

Bundesheer



Der sicherheitspolizeiliche Assistenzeinsatz an unseren Grenzen macht unser Land sicherer

Die Zahlen zeigen in die richtige Richtung – und zwar klar nach oben: In den nächsten vier Jahren erhöht die Regierung das Budget von aktuell 2,7 Milliarden Euro auf 5,3 Milliarden Euro. Schon in diesem Jahr gibt es ein kräftiges Plus von 680 Millionen Euro. Dass die finanzielle Ausstattung des Bundesheeres deutlich verbessert wird, ist nicht nur ein gutes Zeichen für das Heer und für unsere Sicherheit. Sondern auch für alle, die sich für eine berufliche Zukunft beim Heer interessieren.

Neue Geräte, moderne Ausstattung

Denn die zusätzlichen Mittel werden in erstklassige Ausstattung und modernste Geräte investiert. Sie kommen damit direkt und indirekt bei allen an, die für das Heer tätig sind.
So wird das Heer in den kommenden Jahren zahlreiche neue Fahrzeuge und Fluggeräte beschaffen, wie etwa den neuen Leonardo AW169-Hubschrauber als Nachfolger der Alouette III. Moderne Panzerkräfte, bessere Luftraumüberwachung und mehr Autarkie für das Heer bedeuten gleichzeitig viele spannende berufliche Aufgaben und Einsatzmöglichkeiten.

Jobs mit fundierter Aus- und Weiterbildung

Die Einsatzgebiete und Arbeitsplätze beim Heer sind in ihrer Vielfalt jetzt schon beeindruckend: Weil das Bundesheer so viele unterschiedliche Leistungen erbringt, ist auch die Jobwelt beim Heer einzigartig wie in sonst kaum einer Organisation. Die Bandbreite der Berufe umfasst etwa Werkstoffprüfer, IT-Techniker, Mechaniker, Köche, Tischler, Meteorologen, Piloten oder Waffenmeister. Dank der Investitionen in das Heer wird der gesamte „Jobspace Heer" noch moderner und zukunftsorientierter. Wichtig: Für alle Berufe gibt es fundierte Aus- und Weiterbildungen und spannende Karrierewege.

Kein Arbeitgeber wie jeder andere

Das Bundesheer überrascht rund um Beruf und Bildung außerdem immer wieder mit neuen Angeboten und Aktivitäten. So startete an der Theresianischen Militärakademie erstmals der hochwertige Fachhochschul-Bachelorstudiengang „Militärische informations- und kommunikationstechnologische Führung". Im Wintersemester 2022/23 begannen die ersten Soldaten als Militär-Medizinstudenten an der Medizinischen Universität Wien ihre Ausbildung. Weiters wurde das Jägerbataillon 18 aus St. Michael/Steiermark als familienfreundlicher Arbeitgeber ausgezeichnet. Das alles zeigt: Unser Bundesheer ist eben kein Arbeitgeber wie jeder andere. Dank der mehrjährigen Investitionen ins Heer zahlt es sich jetzt mehr denn je aus, sich für eine berufliche Zukunft beim Heer zu entscheiden. Unsere Mission lautet daher jetzt „Vorwärts!", denn wir wollen unser Bundesheer moderner und einsatzfähiger gestalten.

karriere.bundesheer.at

Bundesheer



Die Fahrzeugflotte – sowohl für Boden als auch Luft – soll modernisiert und ausgebaut werden



Eine Aufrüstung der Panzer sowie der weiteren Ausrüstung soll die Sicherheit der Soldaten sowie des Landes sicherstellen

Verbesserung der Mobilität der Einsatzkräfte

Das Schwergewicht bildet der Bereich der geschützten Mobilität, insbesondere der Ergänzung der geschützten Fahrzeugflotte sowie dringend benötigter Transportfahrzeuge. Auch in der Luft müssen die Transportfähigkeiten ausgebaut und verbessert sowie die Hubschrauberflotte weiter modernisiert werden. Die aktive Luftraumüberwachung muss auf einen zeitgemäßen Stand gebracht werden und durch die Erweiterung und Modernisierung der Flotten auch weiterhin sichergestellt werden.

Erhöhung des Schutzes und der Wirkung für unsere Soldatinnen und Soldaten

Alle Soldatinnen und Soldaten werden mit moderner persönlicher Ausrüstung, dem benötigten Individualschutz sowie Mitteln für Nachtkampf und Kommunikation ausgestattet, damit sie ihre Aufträge bei Tag und Nacht präzise erfüllen können. Es wird in den Kernbereich der militärischen Landesverteidigung, in den Schutz vor Bedrohungen aus der Luft und in fortschrittliche Sensoren für unsere Aufklärungskräfte investiert. Die mechanisierte Truppe mit Kampfpanzern, Schützenpanzern, Pionierpanzern und der Artillerie wird modernisiert, wodurch Panzerschutz, Feuerkraft und hohe Beweglichkeit sichergestellt werden.

Autarkie zur Stärkung der Verteidigungsbereitschaft

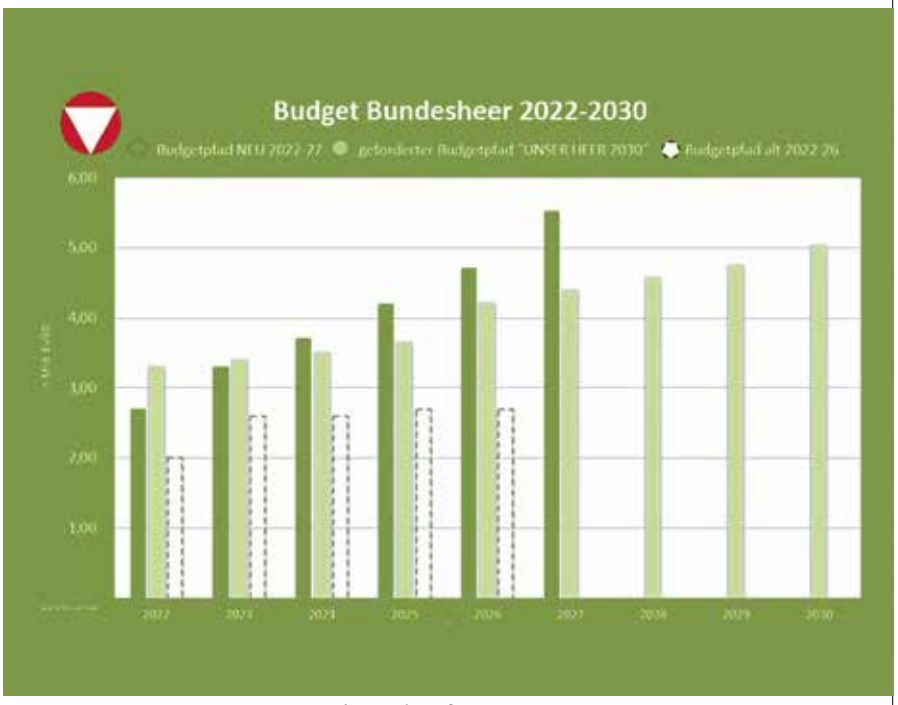
Autarke Kasernen mit hohem Schutzgrad, ausreichend Versorgungsgütern und hochwertiger Sanitätsversorgung bilden die Basis für die Aufrechterhaltung der Einsatzfähigkeit. Energie für die Infrastruktur wird zu einem hohen Anteil selbst erzeugt. Der Kampf im Cyber-Raum und die elektronische Kampfführung sind heute auf dem Gefechtsfeld nicht mehr wegzudenken. Digitale Führungs- und Kommunikationsmittel bilden die Voraussetzung für den wirkungsvollen Einsatz des modernen Bundesheeres.

Bundesheer

Informationen zum Aufbauplan 2032

Diese Übersicht dient als Grundlage für die weiteren Planungsschritte und Beschaffungsvorgänge, welche bis 2032 umgesetzt werden. Die angeführten 16,6 Mrd. Euro in der Grafik entsprechen dem Investitionsvolumen für die Erhaltung und den Zuwachs von Fähigkeiten über die nächsten 10 Jahre. Diese Summe beinhaltet nicht die Mittel für die Basisleistung (Betrieb) und Personal (nicht die Pensionen). 16,6 Mrd. Euro entsprechen auch der Summe der Budgets der Jahre 2023-2026.

Aufteilung der 16,6 Mrd. Euro auf die drei Gebiete:
Mobilität der Einsatzkräfte:
~6 Mrd. Euro
Schutz und Wirkung:
~7 Mrd. Euro
Autarkie und Nachhaltigkeit:
~3 Mrd. Euro



Der Budgetplan für 2022-2030

Einige Dinge wurden bereits vollständig geplant und konnten aufgrund der Budgetknappheit bisher nicht umgesetzt werden. Mit den nun verfügbaren Mitteln können somit aber bereits 2023 Beschaffungen umgesetzt werden. Die Zeit bis zum Sommer 2023 dient mit Schwergewicht der Planung der weiteren Schritte für die nächsten 10 Jahre und darüber hinaus.
Hercules C-130: Eine Nachbeschaffungsplanung muss in den nächsten beiden Jahren durchgeführt werden, um die Nachbeschaffung rechtzeitig vor Betriebslebensende der derzeitigen C-130 zu gewährleisten.
LRÜ: Nachrüstung der Eurofighter, um die volle Einsatzbereitschaft herstellen zu können.Sicherstellung einer 24/7 Luftraumüberwachung (über längere Phasen und nicht 365 Tage) bis 2032.
Volle Schutzausrüstung modernster Bauart für alle Einsatzsoldaten. Aktualisierung des StG77 auf die Version A2. Dazu gehören auch leichte, tragbare Panzerabwehrwaffen.
Mechanisierte Kampftruppe: Modernisierung der vorhandenen Flotte. Eine Nach-/Neubeschaffung bedarf eines längeren Zeitraumes.
Bodengebundene Luftabwehr: Drohnenabwehr muss hergestellt werden. Im Nahbereich werden die Maschinenkanonen kampfwertgesteigert. Die Fliegerabwehr mit mittlerer Reichweite (bis 40 km) wird hergestellt – dieses ist kein Raketenabwehrsystem. Diese Fähigkeit benötigt Zeit (Beschaffung, aber auch Ausbildung bis zur Nutzbarkeit).
Artillerie: Entwicklung hin zur Fähigkeit, Punktziele bekämpfen zu können. Die Reichweite wird erhöht werden.
Aufklärung: Schaffung der Fähigkeiten für Aufklärung in allen Domänen; luftgestützte Aufklärung – hier auch Drohnen (beginnend mit kleinen Drohnen für die Unterstützung der Truppenaufklärung bis hin zu größeren für die Luftaufklärung).
Verstärkte Übungstätigkeit: Hier auch Investitionen in die Infrastruktur auf Truppenübungsplätzen.
Infrastruktur: Militärischer Sonderbau (alles was nicht ÖNORM ist). Z.B. Härtung der Infrastruktur der Luftstreitkräfte und anderer mil. Einrichtungen; elektronische Absicherungssysteme zur Überwachung der Kasernen.
Frage zu einem länderübergreifenden Raketenabwehrsystem: Verfassungsrechtlich gäbe es Möglichkeiten zu einer Kooperation, für die Finanzierung einer österreichischen Beteiligung wären allerdings zusätzliche Budgetmittel notwendig.

Bundesheer

Air India feiert Rückkehr



Indisches Flair im Wiener Vestibül: Kathak-Tänzerinnen

Die Fluglinie ist nach der Pandemie wieder auf dem Flughafen Wien gelandet. Ein Ereignis, das gefeiert werden wollte. Also luden Air India und der Flughafen zum exklusiven Get-Together im Burgtheaterrestaurant Vestibül. Die Kooperation stellt für beide Partner eine Win-Win-Situation dar. Indien gilt mit seinen 1,4 Mrd. Einwohnern als Zukunftsmarkt. Air India wiederum will sich unter den Top Airlines der Welt etablieren. Vorerst verbindet der Carrier drei Mal wöchentlich Wien mit Dehli.

Diesen Hoffnungen verliehen beim Empfang unter anderem **Jaideep Mazumdar**, Botschafter Indiens in Österreich, Flughafen-Vorstandsdirektor **Julian Jäger** und Air India-Verkaufsdirektor **Sumeet Gosain** Ausdruck. Kathak-Tänzerinnen überbrachten einen musikalischen Gruß aus ihrer Heimat. Mit Violinklängen begleitete Antonia-Alexa Georgiew die Veranstaltung. ■

Steirischer Tourismuspreis vergeben



Die diesjährigen Preisträger des steirischen Panthers

Die Sieger in den Kategorien *Zukunft & Innovation*, *internationale Karriere*, *steirische Tourismusfamilie* sowie *Lebenswerk* wurden an den Tourismusschulen Bad Gleichenberg mit dem Panther, dem steirischen Tourismuspreis, geehrt.

Den Sieg in der Kategorie *Zukunft & Innovation* sicherten sich **Manfred Hohensinner** und Tochter **Kathrin**, Inhaber des Frutura Obst & Gemüse Kompetenzzentrums.

Als General Manager des mehrfach prämierten Hilton Munich Airport wurde **Markus Hussler** mit dem Tourismus Panther für eine *internationale Karriere* ausgezeichnet. Die Grossauer Unternehmensgruppe mit **Franz Grossauer** an der Spitze wurde zum Sieger in der Kategorie *steirische Tourismusfamilie* gekürt. Der Preis für das *Lebenswerk* wurde an Alt-Landeshauptmann **Hermann Schützenhöfer** überreicht. ■

In eigener Sache



Johanna Mikl-Leitner, Ekaterina und Christian W. Mucha

In einem Festakt im Niederösterreichischen Landhaus im großen Sitzungssaal erhielt Verleger Christian W. Mucha (69) von Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner das Goldene Verdienstzeichen für das Land Niederösterreich verliehen. Mikl-Leitner, die in ihrer Festansprache bei der Auszeichnung, die an Vertreter unterschiedlichster Berufsgruppen ging, nur eine kleine Auswahl der Geehrten hervorhob, würdigte besonders das Engagement, den Fleiß und das umtriebige Eintreten des Verlegers für das Land Niederösterreich.

Begründet wurde die Überreichung damit, dass Mucha durch sein spontanes, kreatives Agieren positive Synergien und Effekte für viele Organisationen und Institutionen gesetzt habe. Und die touristischen Anliegen Niederösterreichs mit seiner Vielfalt an Medien stets gefördert habe.

Der Wahl-Klosterneuburger bedankte sich für die Ehrung sichtlich gerührt bei der Landeshauptfrau: „Irgendwie ist mein Leben wie ein James-Bond-Cocktail: Da wird doch immer gefragt: geschüttelt oder gerührt? Mein Lebtag lang wurde ich oft genug geschüttelt. Heute bin ich nur gerührt." ■

Thomas Meyer, TS Bad Gleichenberg, Denise Auer

ORF. WIE WIR.



INFORMATION
WANN UND **WO**
SIE WOLLEN.

ORF
TVTHEK

TVthek.ORF.at



Und wieder Branchen-Champion in Kundenzufriedenheit

Ihre Zufriedenheit ist unsere ständige Motivation. Danke!

Super, dass Sie als D.A.S. Kundinnen und Kunden mit unserer Leistung zufrieden sind. Umso schöner, dank Ihnen erneut den 1. Platz für Kundenzufriedenheit und eine Top-Platzierung für Kundenservice unter Rechtsschutzversicherungen im Branchenmonitor der ÖGVS erreicht zu haben.

ÖGVS | Gesellschaft für Verbraucherstudien GmbH
Branchen Champion 2023
1. PLATZ
KUNDEN ZUFRIEDENHEIT
RECHTSSCHUTZ-VERSICHERER
Im Vergleich: 21 Unternehmen
Befragung 02/2023, ögvs.at/6774
News

DAS ORIGINAL IM RECHTSSCHUTZ

D.A.S. Rechtsschutz AG | www.das.at

Ein Unternehmen der ERGO Group