Ausgabe 2/2023, Österreichische Post AG GZ 17Z041227P
Mai 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

Trinkgeld-Streit

Die Wogen gehen hoch, wenn es um das Thema „automatischer Trinkgeld-Aufschlag“ geht. FaktuM-Herausgeber Christian W. Mucha mobilisierte seine Facebook-Follower. Lesen Sie deren Meinungen ab **Seite 7**

Flughafen Ping-Pong

Mit großen Versprechungen begann der Einstieg der Lilihill-Gruppe beim Flughafen Klagenfurt. Doch die neuen Eigentümer brachten außer Ankündigungen nichts zustande. Nun liegt man im Streit mit Stadt und Land. Die wollen das Ruder wieder übernehmen. Eine Chronique douloureuse ab **Seite 20**

Neue MTB-Destination

Mit dem Konzept lake.bike wird die Region rund um Villach zur Top-Destination für Mountainbiker. **Seite 24**

Logo-Revolte

Er ist das Aushängeschild des heimischen Wintertourismus: der Österreichische Skiverband. Dem wurde nun ein neues Logo verpasst. Eine Mikado-Missgeburt, für die man dem Vernehmen nach 130.00 Euro locker machte. Diese Schande will FaktuM-Verleger Christian W. Mucha nicht auf uns allen sitzen lassen. Und startete einen Wettbewerb, um eine neue und bessere CI zu finden. Voten Sie bitte mit! Wie das geht, lesen Sie auf **Seite 26**



Ticket-Kosten

VOM HÖHENFLUG DER TICKET-PREISE

Unsere Cover-Story auf Seite 12

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




NEUE
VERANTWORTUNG
Nähe verbindet. Damals wie heute.
Unsere Niederösterreichische Versicherung.


100 JAHRE
SEIT 1923
NV
100 JAHRE NV-GEWINNSPIEL
exklusiv für Kundenportalnutzer:innen
Hauptpreis E-Mini Cooper
Mehr dazu: 100jahrenv.at

TUI

Live Happy

LAST MINUTE SALE

Letzte Chance nutzen und Sommerurlaub buchen!



Angebote entdecken:

Details und Buchung unter www.tui.at/last-minute

Aufreger-Thema Trinkgeld

Liebe Gastronomen! Hören Sie bitte besser auf Ihre Gäste!

Die Diskussion um Trinkgeld-Aufschlag oder Freiwilligkeit schlägt dieser Tage große Wellen. Ich habe dazu – weil ich glaube, dass es immer gut ist, wenn man die Meinung seiner Gäste kennt – einen Aufruf auf Facebook gestartet und meine 5000 Follower gebeten, ihr Statement zu der Causa abzugeben. Fazit: Fast 85 Prozent der Statements sind gegen einen automatischen Aufschlag für Trinkgeld. Die Gastronomen freilich sehen das ganz anders. Sehen Sie hier Auszüge aus der Meinungspalette und machen Sie sich selbst Ihr Bild.

Thomas Sundt: *„Eine lächerliche Diskussion. International üblich, nirgends ein Thema und bei uns wird's zu einem Drama."*

Robert Stefan: *„Sollten wir nicht lieber über die unverschämt hohen Lohnnebenkosten diskutieren, damit die Gastronomen endlich faire Gehälter bezahlen können?"*

Manuela Eibensteiner: *„Es gab einmal die Faustregel: 10-15 %, wenn man gut bedient wurde. Das hat verändert. Zu meiner Zeit in der Gastronomie wurde viel Trinkgeld gegeben."*

Christiane Sandpeck: *„In den USA gibt's eine Auswahl von 10, 15 oder 20 % Trinkgeld vom Preis. Das ist auszufüllen. Habe aber auch hier schon – wenn unzufrieden – nichts ausgefüllt."*

Sylvia Liebisch: *„Dezidiert dagegen!"*

Ralf-Wolfgang Lothert: *„Was ist, wenn ich – weil Geschäftsessen – mit 6 Personen eine Rechnung von 600 Euro habe? 60 Euro Trinkgeld? Ich will das selbst entscheiden!"*

Rainer Erik Puhr: *„Ich sage immer: Leben und leben lassen. Es gibt Karma – irgendwann schlägt es zurück."*

Lukas H. Moser: *„Trinkgeld ist bei uns zur lästigen Pflicht geworden. Teils wird man schief, manchmal auch böse angesehen, wenn man nur 15% Trinkgeld gibt."*

Martin Luisi: *„Ich finde, es sollte wie bisher eine freiwillige Gabe sein."*

Thomas Ruzicka: *„Das wäre dann kein individuelles Trinkgeld, sondern ein ganz normaler verbindlicher Preisbestandteil."*

Isabella Francesca Cavazza: *„Es sollte eine Freiwilligkeit bleiben. Ein Trinkgeldzwang wird nicht Schule machen, im Gegenteil, die Lokale leerer."*

Elfriede Blume: *„Trinkgeld darf kein Zwangslohnbestandteil sein. Muss dann der Wirt keinen Lohn mehr zahlen?"*

Andreas Strobl: *„Trinkgeld als Zwang ist ein Skandal! Es würde bedeuten, dass bei miesestem Service dennoch Trinkgeld abgezogen werden würde."*

Herbert Weinlich: *„Man sieht in anderen Ländern, wohin solche Zwangsgebühren führen: Das Personal ist zumeist unfreundlich."*

Sonja Horner: *„Ich war selbst Gastronomin... und ich möchte keinen Gast zwingen, Trinkgeld zu geben."*

Alfred Rupf: *„Nein, wenn ich eine unfreundliche Bedienung habe, möchte ich diese nicht mit hohem Trinkgeld belohnen!"*

Johannes Wilhelm: *„Allmählich dürften die Leute vergessen haben, dass das Entgelt für den Kellner bereits im Speisenpreis inkludiert ist."*

Chris Lorenz: *„Verstehe die Diskussion nicht wirklich. Seit Dekaden steht der dezente Vermerk ‚inkl 10% Trinkgeld' auf fast jeder Rechnung."*

Claudia Undesser: *„Service fee find ich eine Frechheit."*

Michael Hemmelmayr: *„Verwehre mich gegen verpflichtendes Trinkgeld. Gehälter sollen nicht mit Trinkgeld kalkulieren."*

Walter Baco: *„Nein, denn ich will auch die Möglichkeit haben, mieses Service durch kein Trinkgeld zu quittieren!"*

Berndt Grünanger: *„Ich würde ein Lokal oder Restaurant mit einem fixen ‚Trinkgeld-Zuschlag' ganz sicher in Zukunft ignorieren und meiden."*

Gabriele Kolouch: *„Wenn es in Österreich üblich wird, das Trinkgeld prozentuell in den Umsatz zu rechnen, dann bemüht sich keiner mehr…"*

Astrid Kirchsteiger: *„Das Trinkgeld sollte nicht Grund sein, weniger Einkommen zu erhalten."*

Maria Mancini: *„Wenn Lokale damit argumentieren, dass sie den Zwangsaufschlag berechnen, um damit ‚die finanzielle Sicherheit für das Personal' herzustellen, dann ist das Chuzpe."*

Soweit ein Auszug aus den Meinungen Ihrer Gäste.



Herzlichst Ihr

Christian W. Mucha
Herausgeber

Covermotiv: Adobe Stock, privat

INHALT



Fakten
Wohin die Österreicher reisen wollen 8
Dritte Piste in Wien verzögert sich 8
Sanktionen gegen russische Airlines 10

Fadenkreuz
Die Flugpreise ziehen weiter an 12

Stories
Problemfeld Flughafen Klagenfurt ...20
MTB-Destination Kärnten 24
Logo-Aufreger Ski Austria 26
Kulturreisen in Italien 32
Wo die Touristiker Urlaub machen ...34
Fern-Destinationen gehen wieder....44
Gut versichert in Niederösterreich.....50
Preis-Agenten werden wichtiger 52
Nostalgisch reisen 60
Verknappung der Ressource Wasser 64
Alleine unterwegs.....72
Gold als Wertanlage 80
Fast Food im Umbruch 84
Immobilien in Traumlage 90

Impressum/Veröffentlichung
nach dem Medien-Gesetz 10

Die Reiselust der Österreicher ist ungebrochen

Italien und Kroatien sind unsere beliebtesten internationalen Reiseziele.



Die kroatische Küste, wie hier Dubrovnik, zieht die Österreicher an

Die hohe Inflation scheint die Reiselust der Menschen in Österreich nicht zu bremsen. Acht von zehn Befragten wollen heuer im Sommer zumindest einmal verreisen, wie eine Umfrage des ÖAMTC zeigt. Allerdings passt mehr als ein Drittel der Befragten das Reiseverhalten der Teuerung an: Sie weichen auf die Nebensaison aus, wählen günstigere Unterkünfte oder Reiseziele oder verreisen nur innerhalb Österreichs. Neun Prozent der Befragten haben nicht vor, zu verreisen, 13 Prozent sind laut Umfrage noch unentschlossen. Der am häufigsten genannte Grund dafür ist die persönliche finanzielle Situation.

Die Hälfte der befragten Urlauber veranschlagt ein ähnliches Budget wie üblich, wobei besonders junge Reisende unter 30 heuer mehr Geld ausgeben wollen. Das durchschnittliche Urlaubsbudget für den Sommer 2023 liegt demnach bei rund 1.070 Euro pro Kopf. Gut ein Fünftel der Befragten plant heuer mit einem höheren Budget, ein Fünftel mit weniger Geld für Reisen. Ältere Reisende ab 60 Jahren planen mit gut 1.300 Euro pro Person ein überdurchschnittlich hohes Budget ein. Familien mit Kindern veranschlagen dagegen mit rund 800 Euro pro Kopf deutlich weniger als der Durchschnitt.

Die meisten Befragten zieht es im heurigen Sommer an den Strand und ans Meer. Je ein Viertel möchte am See, in den Bergen und in der Stadt Urlaub machen. Die beliebtesten Reiseziele sind Italien, gefolgt von Kroatien und Deutschland. 42 Prozent der Befragten planen einen Urlaub innerhalb von Österreich.

Einige Reisende beziehen das Thema Nachhaltigkeit zunehmend in ihre Urlaubsplanung ein. Für mehr als ein Drittel der Befragten hat Nachhaltigkeit beim Reisen einen hohen Stellenwert. 41 Prozent dieser Gruppe wollen statt mit dem Flugzeug oder dem Auto mit der Bahn oder dem Fernbus in den Urlaub fahren. 36 Prozent achten bei der Auswahl des Reiseziels auf Nachhaltigkeit, 28 Prozent wollen bei der Art der Unterkunft und dem Verhalten vor Ort auf nachhaltige Maßnahmen setzen. „Die Beachtung von Nachhaltigkeit steigt mit dem Alter an, und vor allem Alleinreisende achten verstärkt darauf, ihren Urlaub nachhaltiger zu gestalten“, so ÖAMTC-Reiseexpertin Yvette Polasek.

Der ÖAMTC hat 1.000 Personen zu ihrer Urlaubsplanung befragen lassen. Die Ergebnisse der Online-Umfrage sind laut dem Club repräsentativ für die österreichische Bevölkerung zwischen 16 und 69 Jahren. ■

Flughafen Wien beantragt Aufschub für dritte Piste

Der Baubeginn soll sich nach der Entwicklung der Passagierzahlen richten.



Noch braucht es die dritte Piste nicht

Der Flughafen Wien möchte mehr Zeit haben, um die dritte Piste zu bauen. Daher beantragt der Flughafen bei der UVP-Behörde eine Verlängerung der Realisierungsfrist bis Mitte 2033. Dabei beruft sich das Betreiberunternehmen einerseits auf die lange Verfahrensdauer des Genehmigungsverfahrens, andererseits auf den coronabedingten Einbruch der Passagierzahlen.

Zwar hatte die NÖ-Landesregierung den Bau der dritten Piste am 10. Juli 2012 per Bescheid genehmigt. Allerdings wurden zahlreiche Rechtsmittel eingebracht, sodass erst am 17. Februar 2020 – und damit kurz vor Ausbruch der Corona-Pandemie – das Höchstgericht grünes Licht für den Ausbauplan gegeben hat. Doch mit der Corona-Pandemie brach der Flugverkehr für mehr als zwei Jahre zusammen. Damit änderten sich auch die Planungsgrundlagen, so der Flughafen Wien.

Heuer sei mit etwa 75 Prozent der Flugbewegungen und mehr als 80 Prozent der Passagiere des Rekordjahres 2019 zu rechnen. Laut einem Gutachter werde der Flughafen bei den derzeitigen Pisten die Kapazitätsgrenze in den 2030er-Jahren erreichen. Daher will der Flughafen die Realisierungsfrist für die erste Bauphase vom Jahresende 2023 auf den 30. Juni 2033 verschieben. ■

Pixabay



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 bis zu 27 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

Russische Flieger in Not

Nach einem Jahr der Sanktionen stellen Wartungsarbeiten und Updates die Airlines vor gewaltige Herausforderungen.



Maschinen russischer Airlines bekommen ein Sicherheitsproblem

Überraschend war es schon. Nach den Sanktionen, die auch Wartungsarbeiten und die Lieferungen von Ersatzteilen miteinschließen, scheint der Luftverkehr über dem großen russischen Bären nach wie vor ungetrübt. Und das mit Boeing und Airbus. Ganz entgegen den Erwartungen. Die Gründe sind schnell gefunden: Zum Ersten wurden neue Flugzeuge ausgeschlachtet, um Ersatzteile für die alten zu gewinnen. Zum Zweiten wurde die Tupolew wieder zum Leben erweckt. Wobei hier die Produktion noch ganz am Anfang steht. Zum Dritten gibt es auch Wege, das eine oder andere Ersatzteil ins Land zu schmuggeln. Und zum Vierten wurden die Wartungsintervalle verlängert.

Dass sich in der Luft überhaupt noch etwas bewegt, verdankt man einem legistischen Handstreich. Denn eigentlich sind die Boeings und Airbusse, die für diverse russische Fluglinien unterwegs sind, wie international üblich geleast. Und wurden von den Besitzern mit Beginn der Sanktionen dementsprechend zurückgefordert. Durch ein Gesetz wurden aber die westlichen Flugzeugverleiher enteignet und die Maschinen in Russland noch einmal registriert.

Dauerlösungen sind all diese Maßnahmen allerdings keine. Vor allem, weil die russischen Airlines nicht nur russische Ziele anfliegen wollen. Zwar bleibt ihnen der Luftraum über Europa verwehrt, andere Länder jedoch pflegen auch flugverkehrstechnisch weiterhin Beziehungen. Nur: Auch diese haben gewisse Sicherheitsstandards, was die Ausstattung und Pflege eines Flugzeuges betrifft. Daher müssen jetzt auch für die russischen Luftfahrzeuge bereits hinausgezögerte Wartungsarbeiten vorgenommen werden.

Zwischenstopp Iran

Dafür scheint sich jetzt eine Lösung anzubahnen. Der erste Airbus wird bereits im Iran gewartet. Der Vorteil: Das Land hat bereits Erfahrungen mit Sanktionen. Und: Man konnte sich bis jetzt – wie, bleibt ein Rätsel – mit Ersatzteilen eindecken. Doch: Die iranische Flotte ist etwas älter, da sind Ersatzteile leichter aufzustellen. Und trotzdem bleiben auch in diesem Land viele Maschinen wegen mangelnden Ersatzteilen am Boden. Daher ist auch noch nicht abzusehen, ob die iranische Lösung für Russland von Dauer sein kann. Der eine Airbus war sozusagen der Testballon. Wie es weitergeht, hängt vom Zustand dieser Maschine bei Rückgabe ab.

Doch in Moskau will man auch nicht auf ein einziges Pferd setzen. Daher wurde die weißrussische Fluglinie Belavia von der russischen Luftfahrtbehörde für Wartungsarbeiten zertifiziert. Eine Boeing wurde bereits nach Minsk geflogen.

Software leidet

Doch selbst wenn es gelingt, die Flugzeuge technisch und materialmäßig wieder auf neuen Stand zu bringen, bleibt immer noch ein Detail, an dem die Luftfahrtverantwortlichen in Moskau zu knabbern haben: das Softwarepaket. Denn dieses bedarf bei modernen Maschinen eines regelmäßigen Updates. Das hält etwa die Datenbank für die Navigation auf dem aktuellen Stand. Schlagend wird dies vor allem, wenn Flugrouten geändert werden. Und an die Software ist schwerer heranzukommen als an Ersatzteile. Eine nicht gewartete Software könnte auf längere Sicht aber auch das Aus für die Bedienung internationaler Routen für russische Airlines bedeuten. Denn auch Länder, die die Sanktionen nicht mittragen, bestehen auf einem gewissen Software-Standard. Zudem eröffnet sich für die russische Luftfahrt ein weiteres Ärgernis: All diese Probleme sind nicht auf Boeing oder Airbus beschränkt. Auch für Flieger heimischer Produktion gilt: Die meisten Teile, und somit Ersatzteile, stammen aus dem westlichen Ausland. Und sind derzeit nur schwer zu bekommen. ■

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

Anna Zvereva from Tallinn, Estonia, CC BY-SA 2.0

MVC MOTORS

MUSTANG MACH-E

VOLLELEKTRISCH IN DIE ZUKUNFT.

MVC MOTORS electric



JETZT AB
€ 56.900,-**
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

Über den Wolken...

Österreichs Veranstalter leiden, wenn die Airlines mit ihren Preisen himmelwärts ziehen. Die Kunden auch. Doch wie weit reicht das schlechte ökologische Gewissen, um das Portemonnaie noch weiter zu öffnen?

TEXT: Ernst Müller



Adobe Stock, Austrian Airlines

Für Flüge müssen Reisende 2023 immer tiefer ins Portemonnaie greifen. Gestiegene Kosten für Energie und Treibstoff, die hohe Inflation, eine große Nachfrage nach Flugreisen und ein für einige Verbindungen nicht ausreichendes Angebot sind dabei die Preistreiber. Einige Airlines heben die Flugpreise besonders stark an, und auch bestimmte Ziele kosten mehr. Im Schnitt kann man heuer eine Preissteigerung von bis zu 46 Prozent gegenüber 2022 feststellen. Airlines wie etwa die Lufthansa und Swiss sind besonders teuer. Der türkische Billigflieger Pegasus bietet hingegen im Moment sehr günstige Tarife an.
Stark unterschiedlich ist nicht nur die Preisgestaltung der verschiedenen Airlines, auch die Preise für Flüge in bestimmte Regionen verteuern sich in sehr unterschiedlichem Umfang. Das ergibt eine Datenauswertung der Flugsuchmaschine Swoodoo. So kosten Flüge nach Italien 2023 um durchschnittlich bis zu 68 Prozent mehr als 2022. Besonders teuer sind die Zielflughäfen Florenz, Genua und Bologna. Auch Flüge in die Türkei ziehen stark an: Um beliebte Urlaubsziele in der Türkei wie Antalya, Bodrum oder Izmir zu erreichen, muss man rund 50 Prozent mehr bezahlen.
Doch wie setzt sich der Ticketpreis eigentlich zusammen? Ausschlaggebend sind mindestens drei Komponenten. Diese sind der reine Preis für den Flug, die Steuern und Gebühren sowie die Servicepauschale. Bei Billigfliegern und Kurzstreckenflügen, bei denen kein Aufgabegepäck inklusive ist, kommen in einigen Fällen noch Gepäckgebühren hinzu. Teilweise sind auch Kreditkartengebühren fällig. Je nach Fluggesellschaft, Strecke und Flugzeugtyp können die zu zahlenden Komponenten variieren. Doch wie reagieren heimische Veranstalter auf diese Preisentwicklung bei den Airlines? FaktuM sprach mit Top-Touristikern über diese Thematik und fragte nach, wie sie diesem Phänomen begegnen.



Aktuell gibt es keinerlei Anzeichen dafür, dass die Flugpreise in absehbarer Zeit wieder sinken könnten



Bei Fernreisezielen haben die Preise besonders stark angezogen. Die Flugtickets sind bereits der teuerste Bestandteil der ganzen Reise

Eine Frage der Verfügbarkeit

Bernd Knoflach, Geschäftsführer von Raiffeisen Reisen, meint dazu: „Nach knapp drei Jahren Pandemie und weitgehendem Stillstand – schließlich fing es erst Mitte 2022 wieder an, sich zu normalisieren – geht es nun seit einigen Monaten spürbar aufwärts. Das freut uns alle, denn jedes touristische Unternehmen hat massiv gelitten. Natürlich auch die Fluglinien. Demzufolge gibt es einen enormen Nachholbedarf. Die Reiselust der Kunden ist sehr groß und die Reisebüros und Reiseveranstalter haben viel zu tun. 2023 kann ein wirklich gutes Jahr werden, das ist nach mageren Jahren eine sehr positive Entwicklung. Der Druck, wieder positive Zahlen zu erwirtschaften, ist massiv. Zumal es auch keine staatlichen Beihilfen mehr gibt."
Knoflach weiter: „Den Fluglinien scheint es momentan besonders gut zu gehen, denn die Maschinen sind oftmals sehr gut gebucht bzw. sogar voll. Diese ungeheuer starke Nachfrage wirkt sich leider auch auf den Preis und die Verfügbarkeiten aus. Für uns als Veranstalter bedeutet dies, dass wir deutlich seltener Gruppenkontingente, die eigentlich unser Kerngeschäft sind, bestätigt bekommen. Gibt es dann einmal die gewünschten Verfügbarkeiten, so sind die Preise oftmals (zu) hoch und sehr schwer verkaufbar. Als Veranstalter würden wir auch gerne stärker am Aufschwung teilhaben. Aber dies wird uns dadurch erschwert, dass wir angefragte Plätze oftmals eben erst gar



Wer preiswert fliegen will, sollte flexibel sein



Gottfried Math, Geschäftsführer TUI Österreich: „Wir kaufen als Marktführer üblicherweise größere Volumina ein. Das federt die Kostensteigerungen ab“

nicht bestätigt bekommen. Die Fluglinien geben nur noch ein ‚überschaubares‘ Kontingent für Gruppenanfragen her und haben sich entschieden, es lieber direkt und teurer zu verkaufen. Das ist aus rein wirtschaftlicher Sicht durchaus verständlich und somit das gute Recht jeder Fluglinie. Was ich gerade jetzt aber vermisse, ist das Wort ‚partnerschaftlich‘. In guten Zeiten braucht man den Veranstalter nicht immer, in schlechteren Zeiten kommt hingegen oft die Anfrage, ob man nicht gemeinsam etwas machen könnte. Denn leere Flugsessel bringen nun mal keinen Ertrag. Ich würde mir wünschen, dass mehr nach dem Prinzip ‚good times together – bad times together‘ agiert wird. Wir wollen und brauchen alle das Geschäft – gerade nach so schwierigen Zeiten. Und dies zu fairen Konditionen und verkaufbaren Preisen. Ich appelliere daher an alle Fluglinien, ausgewogen zu agieren.“

Vor allem Fernreisen werden teurer

Gottfried Math, Geschäftsführer TUI Österreich, gegenüber FAKTUM: „Die Menschen in Österreich haben in diesem Jahr große Lust, wieder zu verreisen. Wir beobachten, dass sich die meisten Kunden ein bestimmtes Budget gesetzt haben, das sie nicht überschreiten wollen. So wählen viele das für sie attraktivste Urlaubsziel. Die Energiepreise haben Urlaubsreisen teilweise teurer gemacht. Bei Fernreisen sehen wir das. Da kommt einiges zusammen: die hohen Kerosinpreise, die geringeren Kapazitäten bei Flugzeugen und auch die Stärke des Dollars. Ziele am Mittelmeer oder auf den Kanaren haben sich weniger stark verteuert – dort liegen die Steigerungen unterhalb der hiesigen Inflationsrate. Günstig Urlaub machen lässt es sich in Ländern wie etwa Tunesien, aber auch in allen anderen Mittelmeerdestinationen, wenn man nicht von den stark nachgefragten Hochsaison-Terminen Juli und August abhängig ist. Als TUI ist es uns trotz der gestiegenen Kosten enorm wichtig, am Airlinesektor weiterhin auf Qualität und bewährte Partnerschaften zu setzen, um unseren Kunden das beste Angebot bieten zu können. Wir kaufen als Marktführer üblicherweise größere Volumina ein, welche es uns erlauben, die Kostensteigerungen zumindest etwas abzumildern. Außerdem kaufen wir als Veranstalter frühzeitig ein. Das kann preislich gesehen ein Vorteil, aber auch ein Nachteil sein, jedenfalls führt es aber dazu, dass wir Planungssicherheit haben. Als Paketveranstalter sind die Flugkosten nur ein Bestandteil des Gesamtpreises. Entscheidend für den Gesamtpreis ist im Endeffekt der Produktmix und die Art des Aufenthalts. All-inclusive-Angebote sind in diesem Jahr besonders beliebt, weil alle Kosten abgedeckt sind. Mehr als die Hälfte unserer Gäste bucht ein All-inclusive-Paket. Aber auch kleine Destinationen, wie Karpathos und Chalkidiki, mit Fokus auf kleineren Pensionen oder Hotels, die zu geringeren Reisepreisen nur mit Frühstück oder teils ohne Verpflegung angeboten werden, sind gefragt. Als TUI werden wir jedenfalls weiterhin auf gute Airline-Partnerschaften mit Austrian Airlines, Eurowings, European Aircharter und einigen weiteren Partner-Carriern setzen. Die Buchungszahlen im TUI Konzern für den Sommer 2023 sind weiterhin stark und liegen in den letzten sechs Wochen um sechs Prozent über dem Niveau von 2019, begleitet von höheren Durchschnittspreisen.“

Frühzeitiger Einkauf sichert Preise

Elisabeth Kneissl-Neumayer, Geschäftsführerin bei Kneissl Touristik: „Wir bemühen uns als Veranstalter mit unseren Katalogreisen, alle Möglichkeiten für den günstigeren, leider damit aber auch risikoreicheren Einkauf bei Fluglinien zu nutzen. Das bedeutet, der Einkauf für den nächsten Sommer 2024 für viele sehr beliebte Destinationen ist seit ein paar Wochen abgeschlossen. Damit können wir diese Flugpreise für die Katalogproduktion garantieren. Wir nehmen auch Risiko in Kauf, wenn es um besonders beliebte Destinationen wie im Winter Amman/Jordanien und Marrakesch/

pixabay, TUI, Florian Albert

Fast schon dort!



Kefalonia direkt ab Linz

Linz Airport

Näher am Urlaub



Bernd Knoflach, Geschäftsführer Raiffeisen Reisen: „Die starke Nachfrage wirkt sich auf den Preis und die Verfügbarkeiten von Flügen aus“



Elisabeth Kneissl-Neumayer, Geschäftsführerin bei Kneissl Touristik: „Wir setzen auf vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Airlines“

Marokko geht. Oder im Sommer um Norwegen oder Island. Wenn derartige Garantien nicht möglich sind, nutzen wir unsere langjährigen Verbindungen zu unseren Haupt-Geschäftspartnern in der Branche, um doch faire Preise für den Kunden zu bekommen.
Wir sind nur im Gruppengeschäft tätig – als solche zählen wir mit unserem Kataloggeschäft auch zu den größten Gruppenkunden unter anderem der Lufthansa/Austrian-Group, aber auch bei Turkish Airlines oder Qatar. Trotzdem ist es immer wieder notwendig, sich mit großen Mitbewerbern abzustimmen (beispielsweise über den ÖRV, aber auch mit Ruefa oder Studiosus), wenn Gruppenbedingungen und Buchungskonditionen schlechter werden, um mit einer gemeinsamen Stimme aufzutreten. Bis dato war damit eine vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den Airlines möglich.“

Tiefpreisgarantie für Pauschalreisen

Beim Buchen von Urlauben ist die langwierige Suche nach dem günstigsten Deal der wohl anstrengendste Part für Kunden. Ganz besonders in finanziell herausfordernden Zeiten. Damit will der Veranstalter BILLA Reisen nun Schluss machen: Zumindest was teure Pauschalreisen und mühsame Preisvergleiche betrifft, zeigt sich ein Lichtstreif am Horizont. BILLA Reisen führt nämlich rechtzeitig vor der Hauptsaison eine Tiefpreisgarantie für sämtliche Flugpauschalreisen ein. Ab sofort, so verspricht es BILLA Reisen jedenfalls ihren Kunden, sollen sie hier ihren Traumurlaub für den besten Preis buchen können. Mit dieser Tiefpreisgarantie will der Veranstalter ein Zeichen setzen. Jede Flugpauschalreise der Veranstaltermarke BILLA Reisen soll garantiert das günstigste Angebot am Markt sein. Sollten Kunden am Tag der Buchung günstigere Angebote zu denselben Konditionen (Reisedaten, Hotel, Flug) finden, wird ihnen die Differenz zum bezahlten Betrag erstattet und sie erhalten zusätzlich 1.000 Ös im jö Bonus Club gutgeschrieben.
„Wir sind stolz darauf, unseren Reisegästen die Tiefpreisgarantie für Flugpauschalreisen anzubieten“, so Robert Biegler, Bereichsleiter Kundenmanagement bei REWE Austria Touristik. „Wir sind uns sicher, dass wir mit der Veranstaltermarke BILLA Reisen die besten Preise für Pauschalreisen am Markt haben und unsere Kunden auf diese Weise immer den besten Deal bekommen. Preisvergleiche werden immer komplizierter, daher bieten wir unseren Kunden gleich von Haus aus die günstigsten Flugpauschalreisen an.“
Oft in Frage gestellt, erfreuen sich Pauschalreisen gerade wieder großer Beliebtheit, denn sie bieten Komfort und Sicherheit in einem. „Pauschalreisen wurden immer wieder totgesagt, aber wir sehen, dass dieses Rundum-Paket gerade jetzt, nach der anstrengenden Corona-Zeit, wieder stark nachgefragt wird. Die Sehnsucht nach Entspannung und ‚Nichtstun‘ liegt hoch im Kurs. Wir entsprechen diesem Trend mit BILLA Reisen und greifen außerdem mit der Garantie auf den günstigsten Preis Menschen in finanziell angespannten Zeiten unter die Arme“, erklärt Biegler weiter.
Die Tiefpreisgarantie von BILLA Reisen gilt für alle Flugpauschalreisen mit Abreise bis 31.10.2023, die auf der Website oder über das Callcenter gebucht werden. Vergleichskonditionen: Gleicher Flug, Hotel, Zeitraum, Verpflegung, Zimmerkategorie, etwaige Nebenleistungen (z.B. Transfer); speziell gekennzeichnete Rabattangebote sind ausgenommen. ■

SO LÄSST SICH BEIM FLUGPREIS SPAREN

Wer preiswert fliegen will, sollte vor allem eines sein: flexibel. Denn durch die Wahl von Reisetagen, die nicht in den Ferien liegen, lässt sich in der Regel viel Geld sparen. Auch innerhalb des Ferienzeitraums kann es größere Preisunterschiede geben.
Wer von Freitag bis Sonntag mal eben beispielsweise für einen Kurztrip einen Flug benötigt, hat in Sachen Geldsparen ebenfalls schlechte Karten. Flüge von Montag bis Sonntag, von Freitag bis Sonntag oder über die Feiertage fallen tendenziell teurer aus, da sie stärker nachgefragt werden.
Pauschalreisende mit schulpflichtigen Kindern, die an Ferientermine gebunden sind, sollten ihren Urlaub auf jeden Fall rechtzeitig planen. Die meisten Veranstalter bieten hier nämlich Frühbucher-Rabatte an.

Raiffeisen Reisen, Kneissl Touristik

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.



GOGREEN-BUSINESSKONTO

Die Natur wird Sie dafür lieben:
Für jeden Euro am Konto finanzieren wir nachhaltige Projekte.
Und das gilt sogar für die 100 Euro, die es im Rahmen unserer Kontoaktion gibt.

bankaustria.at/gogreenbusinesskonto

*Aktion gültig für Kleinunternehmer:innen und Freie Berufe mit einem Jahresumsatz bis zu EUR 1 Million bei Online-Beauftragung eines GoGreen-Businesskontos über unsere Homepage in Verbindung mit Busin gültig vom 10.4.2023 bis 11.6.2023 für Konto-Neukund:innen, die aktuell kein UniCredit Bank Austria Firmenkonto haben. Im Vergleich: Kontoführungsentgelt ohne BusinessNet derzeit EUR 21,-- p.Q. Das Kontofü GoGreen-Businesskonto finden Sie im Aushang für „Preise und Konditionen Inlandszahlungsverkehr und Kontoführung für Firmenkonten und Anderkonten in der Division Corporates". Die Auszahlung des 100 Euro Bonus erfol

Diese Marketingmitteilung wurde von der UniCredit Bank Austria AG, Rothschildplatz 1, 1020 Wien, erstellt. Stand: Mai 2023, Irrtum und Druckfehler vorbehalten.



PLUS 1 JAHR
KONTOFÜHRUNG
GRATIS!

Österreichisches Umweltzeichen

Nachhaltige Finanzprodukte

Bank Austria

Member of UniCredit

essNet, sofern nach Kontoeröffnung mind. 3 Monate Eingänge in der Höhe von mind. 1000 Euro monatlich gegeben sind. Des Weiteren muss eine gültige Marketingzustimmung per 31.8.2023 vorliegen. Angebot
ührungsentgelt entfällt im Quartal der Kontoeröffnung sowie in den vier darauffolgenden Quartalen. Danach gelangt das vereinbarte Standardkontoführungsentgelt zur Verrechnung. Die detaillierten Entgelte zum
lgt Ende Oktober/Anfang November 2023 bei Erfüllung der oben genannten Kriterien. Nähere Informationen zu diesem Angebot und dem Österreichischen Umweltzeichen finden Sie auf bankaustria.at/gogreenbusinesskonto.

Die Flughafen-Farce

Jahrelang hält sich der Flughafen Klagenfurt schon in den Schlagzeilen. Positives ist da nicht zu berichten. Niedrige Passagierzahlen und finanzielle Probleme plagten den Airport. Nun wollen die Verantwortlichen der Stadt Klagenfurt und des Landes Kärnten diesbezüglich durchgreifen.

TEXT: Maximilian Wetzelsdorfer



Unsplash

Die Privatisierung des Flughafens Klagenfurt hat sich in den letzten fünf Jahren zum veritablen Dauerbrenner-Skandal entwickelt

Corona hat wohl jeden Flughafen der Welt hart erwischt. Doch beim Flughafen Klagenfurt scheint eine globale Pandemie noch das geringste Problem zu sein. 2018 war Investor Franz Peter Orasch mit seiner Lilihill-Gruppe dort eingestiegen. Damals übernahm er mit 74,9 Prozent den Mehrheitsanteil. Das Land Kärnten und die Stadt Klagenfurt, bisherige Eigentümer, halten seitdem nur noch eine Sperrminorität. Die anfänglich ambitionierten gemeinsamen Pläne wichen bald Streits und gegenseitigen Anschuldigungen. Hier den Durchblick zu behalten, fällt nicht leicht. Ein Versuch der Aufarbeitung:

Die Geschichte beginnt bereits 2017. Im EU-Amtsblatt wurde die Teilprivatisierung des Klagenfurter Flughafens veröffentlicht. Gesucht: Investoren und Betreiber. Potenzielle Käufer sollten vor allem ein „Gesamtkonzept" mitbringen, wie die Kärntner Beteiligungsverwaltung betonte. Ein Jahr später wurde im einstimmigen Beschluss des Aufsichtsrates die Lilihill Capital Beteiligung GmbH als Käufer gewählt und für ein „schlüssiges Konzept" und „große Investitions- und Innovationsbereitschaft" gelobt. Viel Auswahl hatte der Aufsichtsrat dabei nicht: Laut dem Bericht des Kärntner Landesrechnungshofes gab es zwei Bieter, von denen mit Lilihill letztlich nur einer ein gültiges Angebot stellte. Bei dem zweiten Bieter handelte es sich wohl um die Strabag, im Bericht wird sie aber nicht namentlich genannt.

Im Laufe des Jahres wurde die Übernahme schließlich finalisiert. Die Kärntner Landesregierung gab ihren Segen, und große Pläne standen im Raum. Die Rede war von der Entwicklung des Flughafens zu einem „Alpen-Adria-Drehkreuz".

Neue Pläne und Enthüllungen

Erst im März 2019, nachdem der Kärntner Landtag eine Rechnungshofprüfung der Übernahme veranlasst hatte, wurden die Details des geheim gehaltenen Beteiligungsvertrages öffentlich. Unter anderem wurde bekannt, dass Investor Lillihill eine Kapitalerhöhung von knapp 3,5 Mio. Euro sowie einen Gesellschafterzuschuss von 4,6 Mio. Euro leisten sollte und sich verpflichtete, den Flughafen öffentlich zu betreiben und in einem Zustand zu erhalten, der diesen Betrieb zulassen würde. In dem Vertrag wurde auch betont, dass es „zur Mobilisierung von brachliegendem Kapital durch die Veräußerung von nicht betriebsnotwendigen Immobilien" kommen könnte. Ein Umstand, der bereits früh Ängste vor einer Verkaufswelle nach der Privatisierung schürte.

Ebenfalls zentral für die Geschichte: Eine „Call-Option", die den ursprünglichen Eigentümern ermöglicht, deren Anteile zurückzuholen. Gründe dafür wären etwa eine Reduktion der Passagierzahl auf unter 100.000 pro Jahr oder das Ende der öffentlichen Führung des Airports.

Noch 2019 stellte Lilihill die Ausbaupläne für den Flughafen vor, die Großes versprachen. Passagierzahlen von über einer Million pro Jahr und Milliardeninvestitionen wurden angekündigt. Neue Gebäude für Abfertigung, Hotel und Messezentrum und ein Technologiecluster sollten Arbeitsplätze schaffen.

2020 strebte die Lilihill-Gruppe eine Erhöhung der Beteiligung auf 89 Prozent an. Kurz darauf wurden jedoch vom Rechnungshof Mängel bei der Privatisierung festgestellt. Der Einfluss der öf-

fentlichen Eigentümer Klagenfurt und Kärnten bei der Verwertung von Liegenschaften sei nicht adäquat verankert. Die notwendige Einstimmigkeit etwa bei Verkäufen von Liegenschaften würde dadurch untergraben, dass die Gesellschafter im Vertrag zugesichert hätten, die Umsetzung des Strategieplans für den Flughafen zu unterstützen. Die Aufstockungsverhandlungen stockten und scheiterten ein Jahr später, womit der ursprüngliche Vertrag bestehen blieb. Im selben Jahr, 2021, kündigte Lilihill angepasste Ausbaupläne an, die die Erwartungen herunterzuschrauben schienen: 500.000 abgefertigte Passagiere pro Jahr und eine Investitionssumme von 450 Millionen Euro waren noch vorgesehen.

Investor Orasch wollte diese Pläne außerdem an einen Grundstücksverkauf knüpfen. 49 Hektar „nicht betriebsnotwendige" Flächen im Besitz der Flughafen-Betriebsgesellschaft wären für den Ausbau notwendig und sollten zu günstigen Konditionen an die Lilihill Aviation City GmbH abgegeben werden. Landesrat Martin Gruber (ÖVP) stellte sich quer, wie bereits bei den Aufstockungsverhandlungen. Das Verhältnis zwischen Privateigentümer und öffentlicher Hand begann zu leiden.

Im März 2022 wurde die Flughafen-Farce um einige Facetten reicher. Pläne, wonach auf den nicht betriebsnotwendigen Flächen eine Großkaserne um mehr als 100 Mio. Euro errichtet werden sollte, wurden publik. Die Call-Option sollte im Zuge dieses Vorhabens wesentlich abgeschwächt werden und der Strategieplan von 2018 sollte durch die neuen Ausbaupläne ersetzt werden. Stadt Klagenfurt und Land Kärnten hätten somit als öffentliche Eigentümer empfindlich an Kontrolle verloren. Die Pointe dabei: Dieter Kandlhofer, Generalsekretär des Verteidigungsministeriums, und Lilihill-Chef Orasch waren am selben Unternehmen, der Hydrotaurus C Tech GmbH, beteiligt.

Die Call-Option

Kurz darauf wurde von der Kärntner Beteiligungsverwaltung erstmals das Ziehen der Call-Option in Betracht gezogen. Sinkende Passagierzahlen und der ausbleibende Ausbau sorgten für



Aus der Satellitenperspektive betrachtet, wirkt das Gelände wie jeder andere Flughafen in Österreich. Doch der Teufel liegt im Detail

Unmut. Das Verteidigungsministerium zog Kandlhofer unterdessen vom geplanten Kasernenprojekt ab. Der Bau der Kaserne sollte auch nicht mehr mit der „Aviation City" verknüpft sein.

Im Mai 2022 kam es erstmals zur Abstimmung über die Call-Option. Kärntens Landeshauptmann Peter Kaiser (SPÖ) warnte vor vorschnellen Entscheidungen, und Lilihill gab an, sich „mit allen Mitteln wehren" zu wollen. Der Rückkauf wurde schließlich Ende Mai abgeblasen. Die SPÖ hatte in der entsprechenden Regierungssitzung den Koalitionspartner ÖVP überstimmt. Laut Lillihil hätte die Vernunft gesiegt.

Im August reichte die Kärntner Beteiligungsverwaltung (KBV) Klage gegen Lilihill ein. Streitpunkt waren 130 Hektar Flughafen-Grundstücke, die im April für 23 Jahre an Lilihill-Unternehmen verpachtet wurden, ohne die KBV zu informieren. Nachdem eine freiwillige Auflösung der Pachtverträge abgelehnt wurde, kam es zur Klage. Landesrat Gruber sprach von einem „Nacht-und-Nebel-Pachtvertrag". Lilihill wehrte sich und witterte „Zerstörungswut". Schlussendlich wurde die Verpachtung aufgelöst. In Folge wollte Lilihill sich die Grundstücke per Baurecht auf 99 Jahre sichern, die Kärntner Beteiligungsverwaltung (KBV) hingegen bestand auf einer Ausschreibung. Kandlhofer, der

EXPERTEN KOMMEN ZU WORT



Stefan Nungesser, Programmleiter und Professor für Hotelmanagement an der Fachhochschule Kärnten, sieht die Bedeutung des Flughafens Klagenfurt für ankommende Touristen bisher als eher gering an. Auto und Bahn seien als Transportmittel wesentlich gefragter. Für Kärntner, die mit dem Flugzeug auf Urlaub fliegen, sei ein Landesflughafen zwar praktisch, die niedrigen Passagierzahlen der letzten Jahre würden allerdings auch hier Raum nach oben aufzeigen. Ein relevanter Faktor sowohl für Privatreisende als auch für Unternehmen sei laut Nungesser auch die relative Nähe Klagenfurts zu Flughäfen wie Salzburg, Graz, Laibach oder Venedig. Ob ein eigener Landesflughafen nicht schlussendlich mehr symbolischen Wert trage, könne man durchaus hinterfragen. Mit einem erfahrenen und gut vernetzten Flughafenbetreiber sei es vorstellbar, dass durch die Anbindung an einen Hub wie Frankfurt oder München deutlich höhere Fluggastzahlen erreichbar seien.

Helge Bauer, CNES Airbus,Maxar Technologies,Kartendaten © 2023



Durch die Rückübernahme des Flughafens soll gesichert sei, dass Klagenfurt auch in Zukunft eine Anflugdestination bleibt

Ex-Generalsekretär des Verteidigungsministers, der bereits durch eine gemeinsame Beteiligung an einem Unternehmen mit Orasch aufgefallen war, stieg unterdes als Geschäftsführer bei Lilihill Industries ein. Schlussendlich blieb der Kärntner ÖVP-Obmann Gruber hart und lehnte die Baurechtsverträge ab. Die ÖVP drängte weiter auf das Ziehen der Call-Option. Landeshauptmann Kaiser präsentierte daraufhin neue Verhandlungsergebnisse, die die Rücknahme der Privatisierung abwenden sollten. Eine zweite Hub-Anbindung neben Wien sollte noch im Dezember vorgelegt werden. Lilihill sollte den Pachtvertrag „umgehend rückgängig" machen. Im Gegenzug würde die Call-Option für 2022 ausgesetzt werden. Im Dezember wurde außerdem die virtuelle Fluglinie Liliair angekündigt, mit Ex-Generalsekretär und Lilihill Industries-Geschäftsführer Kandlhofer sowie dem ehemaligen AUA-Chef Peter Malanik als Geschäftsführern. Während die Kärntner Landesregierung zeitgleich abermals über den Rückkauf abstimmte, kündigte Lilihill eine Investition von 27 Millionen Euro in die Fluglinie an. Es käme kein Steuergeld zum Einsatz und das Risiko liege zu 100 Prozent bei Lilihill. Der Flugbetrieb selbst würde über Partner abgewickelt.
2023 warnte die ÖVP im Zuge der Kärnten-Wahl vor Millionenschäden. Laut einem Gutachten seien die von Lilihill angenommenen Werte für die nicht betriebsnotwendigen Grundstücke viel zu niedrig, so Landesrat Gruber. Orasch wolle sich „Grundstücke ohne Ausschreibung zu einem unverschämt niedrigen Baurechtszins" sichern. Der Flughafen entwickelte sich weiter zu einem der Hauptstreitpunkte zwischen den Koalitionspartnern ÖVP und SPÖ. Bereits zum dritten Mal diskutierte die Landesregierung einen Rückkauf, die SPÖ hatte zweimal dagegen gestimmt. Gestrichene Verbindungen und weiterhin stagnierende Passagierzahlen ließen den Flughafen indes straucheln. Mitarbeitergehälter im April wurden zuerst nicht ausgezahlt.

Zurück zum Start

Die KBV und die Stadt Klagenfurt lehnten einen Antrag des Flughafens Klagenfurt auf eine Kapitalerhöhung ab, nachdem im Dezember des Vorjahres auf eine Liquiditätslücke von 3,7 Millionen Euro hingewiesen worden war. Ein „privates Investment von Lilihill" in der Höhe von 1,7 Millionen Euro kämpfte erfolglos gegen die Zahlungsunfähigkeit an. Ein Vertrag mit Liliair auf 15 Jahre sollte das Geld als Vorleistung aufbringen.
Ein Beschluss zur Kapitalerhöhung durch die Generalversammlung schien die letzte Option zu sein. Die Call-Option lag unterdessen weiter auf dem Tisch, da der Flughafen 2022 weniger als 100.000 Passagiere abgefertigt hatte. Im Mai 2023 kommen wir wieder in der Gegenwart an. Stadt und Land wollen den Flughafen retten, Lilihill ortet fehlende Zukunftspläne. Den Anteil von 2,8 Millionen, den Lilihill nicht einzahlte, wollen Stadt und Land übernehmen, um eine Insolvenz abzuwenden. Gleichzeitig ging es darum, die Öffentliche Hand durch die Kapitalerhöhung wieder zum Mehrheitseigentümer zu machen.
Zuletzt wurde eine Kapitalerhöhung abgesegnet und eine Ziehung der Call-Option vorbereitet. Schon jetzt ist Lilihill also nicht mehr Mehrheitseigentümer des Flughafens. Der neue Geschäftsführer soll mit Anfang Juni sein Amt antreten. Lilihill kündigte unterdessen zivilrechtliche Schritte rund um Übernahme und Call-Option an. ■

EXPERTEN KOMMEN ZU WORT



Paul Perkonig, Geschäftsführer von Realitäten Perkonig, kann die Entscheidung der Stadt Klagenfurt und des Landes Kärnten nachvollziehen, das Ruder wieder in die öffentliche Hand zu nehmen. Wichtige Infrastruktur, wie einen Flughafen, unter öffentlicher Kontrolle zu haben, ergebe für ihn Sinn. Zu hoffen sei jetzt auf eine geeignete Geschäftsführung und positive Schlagzeilen, so Perkonig.

Zum möglichen Verkauf nicht betriebsnotwendiger Grundstücke zeigt sich der Immobilien-Experte skeptisch. Hier seien langfristig gedachte Lösungen gefragt, die nicht nur den momentanen Profit im Auge haben. Etwa eine Verpachtung oder Vermietung. Die abgeblasenen Pachtverträge zu Gunsten von Lilihill sollte man dabei nicht als Vorbild nehmen, die Berichte darüber haben einen fahlen Beigeschmack hinterlassen. Für Perkonig ist hier eine transparente Vergabe zu einem marktkonformen Preisniveau oberste Prämisse.

Adobe Stock, privat

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.mvc-radfabrik.at

HAIBIKE
LAPIERRE
WINORA
XLC

MVC RADFABRIK

Guldengasse 1A, 1140 Wien
T +43 676 84 7272 335
E shop@mvc-radfabrik.at

lake.bike verbindet Bike und See

Nach der Entwicklung der Marke lake.bike entwickelt sich die Kärntner Region Villach – Faaker See – Ossiacher See zu einer Top-Destination für Mountainbiker. Identität und Kooperation mit vielen Partnern auf Augenhöhe sind Erfolgsfaktor – und ein von allen getragenes Logo!

TEXT: Martin Krake



Martin Hofmann

Mit lake.bike wird die Region Villach – Faaker See – Ossiacher See für Mountainbiker_innen noch interessanter

Die Region Villach – Faaker See – Ossiacher See hat in den letzten Jahren mit lake.bike ein beeindruckendes Mountainbike-Angebot geschaffen. Vom familien- und kinderfreundlichen Angebot in der areaone am Kumitzberg über Flowtrails am Faaker See bis hin zu anspruchsvollen Naturtrails in den Ossiacher Tauern reicht das Angebot.

Urbanes und internationales Flair zwischen Berg und See

Der Slogan „Ride the South of the Alps" wurde nicht etwa in Englisch gewählt, weil es so besonders cool klingt. Nein, die Region Villach – Faaker See – Ossiacher See liegt im Dreiländereck von Italien, Slowenien und Österreich. Internationale Einflüsse bestimmen seit jeher das Leben hier. Für Biker_innen bedeutet das grenzüberschreitende Touren und Trails, vielfältige Landschaften und eine grundsätzliche Offenheit in der Region. Auch durch die südliche Lage begünstigt, was die Saisonlänge angeht. Hier wird, je nach Schneelage, schon sehr früh und bis spät in den Herbst Mountainbike gefahren.

Georg Overs, der Geschäftsführer der Tourismusregion, beschreibt den Reiz der Region so: „Für mich ist es nicht nur die kulturelle Vielfalt, auch die Mischung aus Bergen, Seen und Stadt machen die Region zu etwas Besonderem. So kann ich am Vormittag in den Ossiacher Tauern biken, gegen Mittag im Faaker See baden, am Nachmittag auf dem Pumptrack meine Skills verbessern und abends das Villacher Nachtleben auskosten. Auch für Schlechtwetteralternativen ist mit der KärntenTherme und dem wachsenden Indoorkletterangebot bestens gesorgt."

Was ist lake.bike?

Stell dir vor, du kommst in eine Region mit abwechslungsreichen Trails, mit aussichtsreichen Touren, Pumptracks und Skills-Areas für Groß und Klein. Die Berge laufen in kristallklaren Badeseen aus. Die kulinarische Vielfalt setzt sich aus italienischen, slowenischen und Kärntner Einflüssen zusammen. Du kannst mit der ganzen Familie biken, mit Freunden oder allein und triffst auf eine lokale Bikeszene, die in den letzten Jahren stetig gewachsen ist und dieses Angebot mitentwickelt hat. Du bist einfach willkommen. Das ist lake.bike in der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See im Süden der Alpen.

„In den letzten Jahren konnten wir das Bikeangebot in der Region konstruktiv weiterentwickeln – unsere lokale Bikeszene hat uns dabei sehr unterstützt und wächst seitdem stetig. Ein paar Namen der Trails erinnern übrigens an die Grundeigentümer, über deren Land die Wege laufen. Wir wollen damit unsere Verbundenheit zeigen und Danke sagen", erzählt Andreas Holzer, Produktmanager Bike in der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See.

lake.bike steht dabei auch für den Mittelpunkt einer pulsierenden Bikeentwicklung. Von Villach aus sind

Bikeparks wie in Bad Kleinkirchheim, Kranjska Gora und auch der Petzen rasch erreichbar. Aber auch Trail- und Tourengebiete wie Nassfeld und Weissensee liegen ganz in der Nähe. So bietet sich in einem Umkreis von einer Stunde viel mehr, als man in einer Woche tatsächlich abfahren kann.

Angebot für Einsteiger, Kinder und Familien

Während viele alpine Regionen entweder mit Forststraßentouren oder mit schweren, alpinen Trails aufwarten, wurde das lake.bike Angebot authentisch und in enger Abstimmung mit den Nutzer_innen erarbeitet. Die areaone ist ein Übungsareal mit zahlreichen Trailschleifen, Übungslinien und Parcours. Gerade Familien und Einsteiger haben hier Freude und entwickeln ihr Können, um anschließend auf den Flowtrails wie Lowgartner und Flowgartner Spaß zu haben. Auch der überdachte Pumptrack in Drobollach mit seinen verspielten Übungselementen ist ideal für Familien und kurze Bewegungseinheiten an besonders heißen oder feuchten Tagen. Aber auch auf den Touren und Trails rund um den Faaker See kommen Familien und auch Einsteiger auf ihre Kosten.

Trails auf den Ossiacher Tauern

Die Ossiacher Tauern zwischen dem Ossiacher See im Norden und dem Wörthersee im Südosten beherbergen die anspruchsvolleren Trails und Touren im lake.bike Gebiet. Hier gibt es einige Shared-Trails, also von Biker_innen und Wander_innen gleichermaßen genutzte Wege, aber auch speziell angelegte Biketrails. Alle sind sie sehr natürlich, teils felsig, teils wurzelig und mit tollen Weitblicken über den Ossiacher See bis hin zur Gerlitzen Alpe.

Die lake.bike BASECAMPS

Standesgemäß übernachten Biker_innen in den lake.bike BASECAMPS. Diese Unterkünfte haben sich auf die Bedürfnisse der Aktiven perfekt eingestellt. Sie kennen die Trails und Touren, bieten Waschmöglichkeiten und vor allem sichere Abstellplätze für die Bikes. Unter den lake.bike BASECAMPS findet sich für jeden die passende Unterkunft – vom ****-Sterne-Hotel über Ferienwohnungen bis zum Campingplatz.



Villach Tourismus

Der erste Mountainbike-Kreisverkehr in Österreich ging viral durch die Sozialen Medien

lake.bike
RIDE THE SOUTH OF THE ALPS

Das Logo zeigt den Mittagskogel

Entwicklung der Marke lake.bike

Auf der Basis einer starken Corporate Identity wurde in einem kleinen Team an Logo und Bildsprache gearbeitet. Was macht das Angebot im Herzen Kärntens so attraktiv? Die Kombination See und Bike. In Kombination mit der damals erst seit Kurzem möglichen generischen Domain wurde lake.bike daraus. Im Hintergrund der Hausberg Mittagskogel.
Bei der Kommunikation wurde durch die starke Identität in der Region und Szene und durch pfiffige Ideen eine virale Verbreitung möglich.

Perfektes Zusammenspiel aller Partner

Die Partnerschaft zwischen der Region Villach – Faaker See – Ossiacher See, den Tourismusverbänden, Gemeinden sowie den zahlreichen privaten Grundeigentümern, den Österreichischen Bundesforsten und der lokalen Jägerschaft machen solche Projekte für Biker_innen überhaupt erst möglich. Grundsätzlich ist das Mountainbiken im Wald in Österreich nämlich nicht erlaubt. Erst durch die Freigabe der einzelnen Grundeigentümer und die Übernahme der Haftung durch einen Vertragspartner erhalten Mountainbiker_innen eine legale Möglichkeit zur Ausübung ihres Sports. Damit auch in Zukunft dieses perfekte Zusammenspiel funktioniert, braucht es auch die Freizeitnutzer als klare Partner. ■

Die Logo-Revolte

FaktuM machte sich auf die Suche nach einem neuen ÖSV-Logo. Das sind die 10 Sujets, die in Führung liegen.



Das umstrittene neue Original-Logo des Skiverbandes

Diese Geschichte bewegt Österreich: Nach dem Launch eines als Mikado-Missgeburt von den Österreichern empfundenen neuen Logos in Verbindung mit einer CI, für die der Österreichische Skiverband (Ski Austria) dem Vernehmen nach 130.000 Euro ausgegeben hat, gingen im Lande die Wogen hoch: Ein gewaltiger Shitstorm ergoss sich über ÖSV-Präsidentin Roswitha Stadlober und die kreierende Agentur Scholz & Friends.
Was vom Skiverband zynisch damit kommentiert wurde, dass man ja ein fantastisches Echo auf das neue Logo habe. Nun – Michael Kapfer, CEO der Agentur GGK MullenLowe, sieht das Ganze ein wenig anders, wenn er laut Facebook meint (ein durchaus provokantes Statement, das freilich diskussionswürdig ist, für uns jedoch ein wenig zu abgehoben): „Die dümmste Argumentationslinie ist: ‚Wir haben durch das neue Logo so viel Aufmerksamkeit bekommen.' Ein Shitstorm ist Aufmerksamkeit, die ohne Sympathie nichts bewirkt, weil mehr als 70 Prozent das Logo ablehnen. Ginge es nur um Aufmerksamkeit, müsste man zukünftige Kampagnen mit Adolf Hitler als Testimonial machen, weil seine Bekanntheit bei 100 Prozent liegt. Und 100 Prozent Aufmerksamkeit wäre auch garantiert. Weil aber die Likeability und der positive Konnex zur Marke fehlt, macht das natürlich niemand."
In unserer Schwesterzeitschrift FM haben wir als Titelgeschichte den Logo-Wettbewerb ebenso wie in der letzten Ausgabe des ExtraDienst (Österreichs größter Werbe-, Medien- und Kommunikationszeitschrift) gefeatured. Und auch Sie als FaktuM-Leser sind herzlichst eingeladen, mitzuvoten. Mit Hilfe des QR-Codes geht es direkt auf die Voting-Plattform, wo Sie noch bis zum 31. Mai für Ihre Favoriten stimmen können. Machen Sie davon Gebrauch. Nutzen Sie Ihr Stimmrecht dafür, dass ein Logo, das uns weltweit – vor allem touristisch – repräsentieren soll, so daherkommt, dass man auf den ersten Blick weiß, worum es geht. Und dass hier klar erkennbare Akzente gesetzt werden.
Im Juni werden wir die Top-Platzierten einer Expertenjury vorlegen, wobei die Publikum-Votes ein Drittel der Stimmkraft ausmachen werden, die Profis dann zwei Drittel an Gewicht über ihre Stimmen erhalten. Das Sieger-Sujet werden wir den Medien vorlegen. Und dann im direkten Vergleich zwischen dem Mikado-Logo und unserem Logo die Leser der großen Medien abstimmen lassen. Mal sehen, ob der Österreichische Skiverband, der ja nichts anderes will, als dass Gras über die Sache wächst (ja, stimmt, wir haben eh kaum mehr Schnee), die Sache sang- und klanglos vorübergehen lässt. Oder auf das neue Logo der Österreicher zurückgreifen will. Immerhin wurden unglaubliche 118 Vorschläge bei uns eingereicht, von denen es 102 auf die Wertungsliste schafften. Darüberhinausgehend nach Redaktionsschluss eine ganze Reihe weiterer Ideen.
Sehen Sie hier im Anschluss jene zehn Logos, die zum Zeitpunkt des Redaktionsschlusses die Spitzenplätze einnahmen. ■

Ski Austria

DIE TOP TEN ZU REDAKTIONSSCHLUSS



Platz 1: Agentur Essence



Platz 2: Olaf Sacher



Platz 3: Eder Generalplaner



Platz 4: Agentur Essence



Platz 5: Agentur Cayenne



Platz 6: Agentur Cayenne



Platz 7: Marcus Hofer



Platz 8: Agentur Cayenne



Platz 9: Christian Lorenz



Platz 10: Tobias Monte

JETZT MITVOTEN

Wollen Sie ein besseres ÖSV/Ski Austria-Logo als die Mikado-Missgeburt? Nutzen Sie diesen QR-Code:

NACH REDAKTIONSSCHLUSS EINGETROFFEN



Oliver Stolz



Oliver Stolz



Gerald Herrmann



Helmut Steindl



Helmut Steindl

GRENZENLOSE ÖSTERREICHWEITE

Einsame Spitze: Mit dem auto touring erreichen Sie 1.832.000 Leserinnen und Leser[1)] in Österreich. Und das zum besten TKP[2)] des Landes.



Österreichs größtes Magazin
laut Media-Analyse
2022

1.832.000 Leser:innen und 24,1 % Reichweite[1)].
Der auto touring ist auch laut MA 2022 Österreichs größtes Magazin.
Und mit einem TKP von nur € 14,85[2)] auch das effizienteste.

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

1) Quelle: MA 2022 (Erhebungszeitraum 01–12/22). Netto-Reichweite: Leser pro Ausgabe in Österreich 14plus, max. Schwankungsbreite ±0,7%.
2) Berechnungsbasis: 1/1 Seite 4c

auto touring
Das Mobilitätsmagazin des ÖAMTC

Weintourismus Burgenland stellt sich vor…

Seit Juni 2022 ist der Verein „Weintourismus Burgenland“ mit der Mission der Schaffung attraktiver, themenübergreifender Erlebnisangebote in und um den Burgenländischen Wein und den Burgenländischen Tourismus aktiv. Sowohl Tourismus als auch Weinwirtschaft sollen nachhaltig gestärkt werden.



Bei der Verleihung der „Rot-Goldenen Traube“ waren zahlreiche Branchenvertreter vor Ort

Auch die Ziele sind klar definiert. So sollen bestehende Synergien noch stärker genutzt werden und auch kreative neue Wege bei Events, Verkostungen und touristischen Packages eingeschlagen werden. Neben der Stärkung des Ab-Hof-Verkaufs sollen Erlebnisse mit Mehrwert kreiert werden, um die Aufenthaltsdauer zu erhöhen. Ganz nach dem Motto: „one more night“!

Rückblick auf das vergangene Jahr

Bereits im „Geburtsjahr“ des Vereins konnten neben klassischer Administrationsarbeit zahlreiche große Projekte selbst umgesetzt oder der Burgenland Tourismus bei jenen solchen aktiv unterstützt werden. Highlights waren mit Sicherheit die „Rot-Goldene Traube“, die Kreation des „Jahrhundertweins“ und die weintouristische Herbstkampagne mit Nicholas Ofczarek.

Mit der **„Rot-Goldenen Traube“** wurde eine neuer weintouristischer Award erfolgreich ins Leben gerufen. Mit einer glanzvollen Gala ging die erstmalige Verleihung im Oktober 2022 in der Cselley-Mühle in Oslip über die Bühne. Neu war auch das Format der Finalverkostung als Teil des Gala-Abends: Mehr als 150 Gäste, an der Spitze Landeshauptmann Hans Peter Doskozil, kürten in einer Publikumsverkostung in neun Tastingkategorien mit jeweils drei Weinen den jeweiligen Sieger. Weitere Preise gab es für die besten weintouristischen Konzepte und die besten klassischen Heurigen des Landes.

Volksabstimmungen, Aufstände und Diskussionen führten 1921 zur Integration des heutigen Burgenlandes in die Republik Österreich. 1923 wurden schließlich als letzte Gemeinden Luising, Rattersdorf und Liebing Österreich zugesprochen und so das Burgenland als jüngstes Bundesland begründet.

Anlässlich des 100-Jahre-Burgenland-Jubiläums wurde ein Jahrhundertwein – eine Cuvée – gemeinsam von den vier Winzern Erich Scheiblhofer, Georg Prieler, Albert Gesellmann und Thomas Kopfensteiner kreiert. Nur Trauben aus den besten Weingärten der Betriebe wurden hierfür verwendet: der Zweigelt des

Holunder/Weintourismus Burgenland

Weingutes Scheiblhofer aus der Andauer Riede Prädium, Prielers Blaufränkisch aus den Rieden Goldberg und Marienthal, Gesellmanns Blaufränkisch aus der Ried Hochberg und Kopfensteiners Blaufränkisch aus der Ried Saybritz. Der Wein wird das Etikett eines/einer heimischen Künstlers/Künstlerin tragen sowie in edler Holzkiste in limitierter Form im Herbst 2023 auf den Markt kommen.
Mit einem bekannten Gesicht gingen Burgenland Tourismus und Weintourismus Burgenland in die Herbst-Offensive 2022. Niemand Geringerer als Burgschauspieler **Nicholas Ofczarek** verkörperte in der **Kampagne** die Eigenschaften der sechs wichtigsten Weine des Burgenlands. Der Erfolg kann sich sehen lassen: 51,3 Millionen Bruttokontakte, ein Brutto-Werbewert von rund 890.000,- Euro und über 2,1 Millionen Video-Viewer, die den TV-Spot zu 100 % im Gesamten gesehen haben.
Aber auch qualitativ überzeugt die Kampagne. Die TV-Spots, Print-Sujets, Plakate und digitalen Werbeformen sorgten nicht nur in Österreich, sondern auch international für Furore. Der Werbe-Amor in Bronze sowie eine Nominierung zum Staatspreis Werbung konnten bereits 2022 eingefahren werden. Derzeit ist die Kampagne national und international beim Clio Award, The One Show, ADC Award und dem CCA mit guten Chancen auf Spitzenplatzierungen im Rennen. Das Interesse an der Kampagne ist jedenfalls von Cannes bis New York sehr groß, das zeigen auch Diskussionen in internationalen Fachmedien und Foren.

Aktivitäten 2023

Die Schwerpunkte für das Jahr 2023 sind mannigfaltig. Ein zentraler Punkt im Weintourismus ist es, das Wissen um touristische, weintouristische und weintechnische Angebote in der Gastronomie, den Beherbergungsbetrieben, Heurigen und auch bei den Winzern zu steigern. Dies soll mit gezielten Schulungen und Masterclasses bei Partnern oder auch mit Unterricht in öffentlichen Bildungseinrichtungen erzielt werden.
Ein Bereich, der über die kommenden Jahre entwickelt werden soll, ist die



Das Team Weintourismus Burgenland fungiert als aktive Schnittstelle zwischen Tourismus & Weinwirtschaft

weintouristische Infrastruktur, die die Voraussetzung für einen funktionierenden Weintourismus darstellt. Im Jahr 2023 sollen erste Konzepte geplant sowie umgesetzt werden. Darunter fällt neben der Beschilderung der Gebiete, Radwege, etc. auch die Entwicklung von Packages sowie die Kreation von Bike and Wine- sowie Hike and Wine-Routen.
Der Verein Weintourismus Burgenland soll auch weiterhin aktiv als Schnittstelle zwischen Tourismus und Weinwirtschaft fungieren. Dies beinhaltet auch die **Unterstützung und Präsenz bei den relevanten Veranstaltungen** des Burgenland Tourismus und der Wein Burgenland. Ziel ist auch die Entwicklung und Umsetzung von gemeinsamen Projekten wie zum Beispiel die burgenländische Skiwoche in Zauchensee, die Messen F.ree in München, die Ferienmesse in Wien und den Blaufränkischland Marathon, um nur einige zu nennen.
Für Gäste im Burgenland ist es in manchen Bereichen äußerst schwierig, ohne das eigene Auto von einem touristischen Besuch (z.B. Weingut, Veranstaltung, Heuriger…) zum Beherbergungsbetrieb oder zu einer weiteren touristischen Lokation zu gelangen. Hier soll gemeinsam mit den Verkehrsbetrieben Burgenland und auch sonstigen Anbietern ein Gesamt-Burgenländisches Projekt unter dem Titel **„Vinotaxi**“ entwickelt und umgesetzt werden.
Mit einer der renommiertesten Weingläsermanufakturen weltweit, der Firma Riedel, wurde bereits im Jänner ein Workshop mit mehrstufigem Prozess zur Findung der besten Allround-Gläser durchgeführt. Eine Fachjury – bestehend aus Weinakademikern, Sommeliers/Sommelièren und WinzerInnen aus allen Regionen des Burgenlands – hat sich dieser Herausforderung angenommen. Seit April 2023 sind die **Riedel my.burgenland Weingläser** – mit dem Burgenland-Logo gebrandet – im my.burgenland Shop in Parndorf erhältlich.
Auch soll die überaus erfolgreiche gemeinsame **Kampagne mit Nicholas Ofczarek** in leicht geänderter Form im Herbst 2023 wieder im TV, Radio, Print und Out-of-Home als Hauptkampagne für den Weinherbst ausgespielt werden. Auch die **Rot-Goldene Traube** soll 2023 wieder verliehen werden. Das Datum hierfür wurde mit dem 13. Oktober bereits fixiert.

Holunder/Weintourismus Burgenland

Zwischen Küste und Vulkan

Traumhafte Küsten, atemberaubende Architektur, vorzüglicher Gaumenschmaus – das alles ist Kampanien. Die Region Italiens, die unter anderem Neapel, Capri und Pompeji umfasst, zählt zu den schönsten des Landes – und bietet viel zum Staunen.



In Capri liegt nicht nur eine traumhafte Atmosphäre in der Luft, sondern auch der Duft der Zitronen, die hier für den originalen Limoncello angebaut werden

Eine Woche inmitten eines unglaublichen Zusammenspiels von Natur und Architektur: Im Rahmen einer Gruppenreise von Kneissl Touristik entdecken wir die schönsten Plätze Kampaniens.

Capri: Urlaubs-Hotspot der Promis

Vor den Toren Neapels am gleichnamigen Golf gelegen, nur 30 Kilometer südlich der kampanischen Hauptstadt, befindet sich die Felseninsel Capri. Besonders durch ihre Höhlen am Meer, darunter die Blaue Grotte, ist die Insel berühmt. Jede Fähre und jedes Schnellboot legen am Hafen von Capri an, der „Marina Grande". Von dort aus gibt es diverse Möglichkeiten, zum Hauptplatz Capris, der „Piazzetta", zu gelangen.
Von diesem zentralen Punkt aus kann man bis zu den Augustus-Gärten spazieren. Hier reifen die Zitronen für den berühmten Limoncello von Capri. Für diese Zitronen, nach denen die gesamte Insel riecht, ist Capri weltbekannt.
Alljährlich wird Capri von vielen Prominenten besucht. Einer der Lieblingsurlaubsorte von Jackie Kennedy, Audrey Hepburn und Grace Kelly war es früher schon. Heute genießen Stars wie Heidi Klum, Gerald Butler und Naomi Campbell die atemberaubende Insel und ihre Vorzüge. Auf Promi-Sichtungen hat man untertags aber eher wenige Chancen. Die Reichen und Schönen genießen ihre Tage nämlich gerne auf ihren Jachten oder im Luxushotel und flanieren erst abends über die Piazzetta und durch die verwinkelten Gassen von Anacapri. Dafür sollte man allerdings unbedingt gutes Schuhwerk einpacken.
In Anacapri ist ein Besuch der Villa San Michele von Axel Munthe empfehlenswert. Der Besuch im Haus des schwedischen Arztes und Schriftstellers birgt eindrucksvolle Ausblicke und verspricht ein Erlebnis, das ein Leben lang im Gedächtnis bleibt.

Amalfi: Schwindelerregend und atemberaubend zugleich

Ebenso verhält es sich mit einem Ausflug zur Costiera Amalfitana, die zum UNESCO-Welterbe zählt. Die Fahrt dorthin ist bereits ziemlich atemberaubend, so kommt man auch bei einem Aussichtspunkt mit herrlichem Blick auf Positano vorbei. Aber der Trip ist auch ein wenig abenteuerlich: Auf der schmalen Strada Statale 163 Amalfitana, die in Serpentinen neben einem 100 Meter tiefen Hang ins Meer verläuft, sollte man möglichst schwindelfrei sein. In Amalfi selbst bietet sich ein Rundgang durch die charmanten, engen Gässchen an, bis man beim Wahrzeichen der Stadt, dem Dom, ankommt. Der Domplatz mit dem Barockbrunnen Sant' Andrea lädt zum Flanieren ein.

Pompeji: Aus Asche und Staub

Bei einem Trip nach Kampanien sollte ein Ausflug in die geschichtsträchtige Stadt Pompeji keinesfalls fehlen. Die Stadt am Fuße des Vesuvs wurde 79 nach Christus an nur einem einzigen Tag unter Schutt und Asche begraben. Der verheerende Vulkanaus-

unsplash

bruch sorgte dafür, dass die Architektur, aber auch Lebewesen in Lava und Asche konserviert wurden, was rund 1.700 Jahre später zu einem der größten und eindrucksvollsten archäologischen Funde der Menschheitsgeschichte führte.
Heutzutage ist die Stadt ein beliebter Touristen-Hotspot. Hier kann man zahlreiche Häuser und andere teilweise erhaltene Bauwerke der Antike besichtigen, darunter auch drei Theater. Außerdem kann man eine Fahrt zum 1277 Meter hohen, immer noch aktiven Vesuv unternehmen. Bei einem unvergesslichen Rundgang um den Vulkan wandert man zum rauchenden Kraterrand.

Außerdem sehenswert

Aber auch ein Abstecher nach Neapel, die Hauptstadt Kampaniens, lohnt sich. Das Archäologische Nationalmuseum zeigt die eindrucksvollsten Funde der Region. Aber auch einen Stadtrundgang vom Castel Sant' Elmo zur Piazza Plebiscito, vorbei am Castel Nuovo und durch die Gassen der Altstadt, sollte man unternehmen.
Außerdem sehenswert: Salerno. Ein Besuch des UNESCO-Weltkulturerbes lohnt sich in jedem Fall, denn hier kann man unter anderem die alte Kathedrale San Matteo besuchen.
Einen Tag sollte man zudem für einen Trip nach Herculaneum einplanen. Eine Fahrt dorthin lohnt mit dem Anblick der spektakulären Ruinen dieser antiken Stadt.

Kulinarik vom Feinsten

Auch die Geschmacksknospen werden einen Besuch in der Region Kampanien danken. Der Start in den Tag wird hier von den Einheimischen traditionell zwar lediglich mit einem klassischen Cappuccino und einem Cornetto (Croissant, Kipferl) oder allenfalls ein paar Scheiben Weißbrot mit Marmelade oder Honig zelebriert. In den Hotels ist das natürlich etwas anderes, da hier stets auf ein vielfältiges Buffet für die Touristen geachtet wird.



Die Stadt Pompeji wurde 79 n.Chr. von der Asche des bis heute aktiven Vulkans Vesuv begraben – die Ausgrabungsstädte ist ein Touristen-Hotspot

Zu Mittag oder zum Abendessen begeistert der in der Region sehr beliebte Caprese-Salat aus Tomaten, Mozzarella, Olivenöl, Basilikum, Oregano und Salz. Auch eine Kostprobe wert sind die „Ravioli alla Caprese": Die vorzüglichen Teigtaschen werden mit frischer Tomatensauce und Basilikum serviert. Die Insel Capri ist kulinarisch vor allem für eines bekannt: Die „Caprese" oder „Torta Caprese" ist eine Köstlichkeit aus Schokolade, Mandeln, Butter, Eier und Zucker. Eine gelungene Caprese ist außen knackig und innen locker. Zum Ende gibt es noch einen eisgekühlten Limoncello und/oder einen Espresso.
Apropos Limoncello: Für seine Liebsten zuhause empfiehlt es sich, eine der unzähligen Sorten des Original-Limoncello mitzubringen, für den die Region bekannt ist. Als Souvenir bietet sich zudem die bunte, traditionelle Keramik an, die mit der Majolika-Technik gefertigt wird – ein Kunsthandwerk mit jahrhundertelanger Tradition.

IHRE REISE NACH KAMPANIEN

Haben wir Ihr Interesse geweckt? **Kneissl Touristik** bietet in diesem Jahr noch einige Gruppenreisen in die Region Kampanien an.

Für folgende Termine gibt es noch einige freie Plätze:

30. September bis
7. Oktober 2023

7. Oktober bis
14. Oktober 2023
(Kleingruppe bis max. 20 Personen)

29. Oktober bis
5. November 2023

27. Dezember 2023 bis
3. Jänner 2024

unsplash

Seitenwechsel

Sie sind die Profis, die anderen zur schönsten Zeit des Jahres verhelfen. Aber wo machen sie selbst Urlaub? Und verändert der professionelle Blick die Wahrnehmung als Gast? Sechs österreichische Touristiker erzählen.

TEXT: Rosa Vogel



Adobe Stock

Touristiker sind irgendwie immer im Dienst – auch der Urlaub fällt dann ein bisschen anders aus

Wie machen eigentlich diejenigen Urlaub, deren Job es ist, anderen den Urlaub möglichst angenehm zu machen? Sind Touristiker, die in Hotels der Luxusklasse arbeiten, auch bei der Wahl ihres eigenen Urlaubsortes ähnlich anspruchsvoll wie ihre Gäste? Bei unserer kleinen Umfrage stellte sich heraus, dass kaum jemand ein wirkliches Lieblingsziel hat, alles sind global aufgestellt und stets interessiert an neuen Destinationen.

Aber können Touristiker im Urlaub von jetzt auf gleich „umschalten" auf die Gastrolle? Gelingt es ihnen, im Urlaub überhaupt nicht an die Arbeit zu denken, oder vergleichen sie immer ihr Ferienhotel mit dem eigenen Betrieb? „Ich nehme die Dinge, Eindrücke und Ideen um mich auf, um diese – wenn möglich – im eigenen Betrieb umzusetzen." Sätze wie dieser von Michael Dorfer verraten, dass der professionelle Blick auch im Urlaub stets aktiv ist.

Sind urlaubende Touristiker – vor allem, wenn sie aus der Luxushotellerie kommen – am Ende der ultimative Horror für ihre Gastgeberhotels, weil ihnen jeder Fehler auffällt? „Man überprüft als Touristiker schon, wie die Mitarbeiter in anderen Ländern geschult werden und welches Hintergrundwissen vermittelt wird", sagt Marie-Theres Püchl und verrät damit, dass Touristiker den prüfenden Profi-Blick nie so richtig abschalten könnden.



Michael Dorfer, General Manager Jaz in the City Vienna

Michael Dorfer ist aufgewachsen in einer Tourismusregion in Kärnten. Mit einem touristischen sozialen Umfeld war der Weg für ihn schon vorgezeichnet.
Seit 2010 ist er in der österreichischen Hauptstadt verwurzelt. Von 2010 bis 2016 war er bereits als Front Office Manager und Executive Assistant Manager im Steigenberger Hotel Herrenhof Wien tätig. Nach seiner Ausbildung an der Höheren Lehranstalt für Tourismus Bad Hofgastein führte ihn sein Weg zunächst über Tirol nach München in das heutige Westin Grand Hotel München, bis er schließlich nach Wien zog. Dort war der 42-Jährige zuletzt im Moxy Vienna Airport tätig, das er ab 2016 eröffnete und als General Manager leitete. In dieser Rolle gewann Michael Dorfer 2019 den „General Manager of the Year Award by Marriott International" – der Kärntner überzeugte die Jury vor allem mit seinen Networking-Fähigkeiten und seinem herzlichen Führungsstil.
Dorfer über seine Aufgabe im „Jaz in the City Vienna: „Das Hotel Jaz in the City im 6. Wiener Bezirk zwischen Naschmarkt und Mariahilfer Straße als auch die Rooftop-Bar Mariatrink am Wiener Markt zu positionieren und erfolgreich zu machen ist mein Ziel. Kollegen und Mitarbeiter an mich zu binden, um mit ihnen gemeinsam einen Ort zum Wohlfühlen, Feiern und Genießen im 6. Bezirk zu schaffen. Die Umgebung und meine Nachbarn in unser Hotelgeschehen einzubinden – Hotels wie wir sind ein Ort der Begegnung, und so soll unser Jaz auch von unseren Nachbarn wahrgenommen werden. Die Wertigkeit der Wiener Hotellerie in einer der lebenswertesten Städte der Welt auch zimmerpreislich abbildbar zu machen, um den wirtschaftlichen Erfolg in unserer Stadt überhaupt abbilden zu können."
Das Lieblingsreiseziel des Generals Managers sind Orte, an denen er vor allem Sonne tanken kann und zur Ruhe kommt. Abschalten kann. Seychellen, Mauritius oder Malediven – diese Destinationen haben es ihm angetan. Im Sommer darf es gerne Europa sein: Griechenland, Frankreich, Italien oder Portugal. Als Touristiker lässt er sich auf seinen Urlauben gerne inspirieren: „Ich nehme die Dinge, Eindrücke & Ideen um mich auf, um diese – wenn möglich – im eigenen Betrieb umzusetzen. Soweit als möglich versuche ich die Gastrolle einzunehmen und wirklich abzuschalten." Abschalten! Das ist das Wichtigste im Urlaub für einen Mann, der für sein Hotel – im Namen des Service und seiner Gäste – normalerweise 24/7 erreichbar ist. Da sind es die kleinen Dinge, die ganz groß geschrieben werden: „Mit Freunden & Family gemeinsam zu essen, zu trinken und beim Lesen die Nachmittage vorbeiziehen zu lassen – keine Business-Mails – private Mobile Only – Digital Detox – das sind für mich Ferien."



Elisabeth Schartner, Operations Managerin Adler Resort, Saalbach

Die 38-jährige Salzburgerin Elisabeth Schartner ist in ihrer Position als Operations Managerin „das Mädchen für alles" im Saalbacher Adler Resort. Egal ob Front Office-Agenden, Einteilung der Mitarbeiter, Reservierungsmanagement, Housekeeping, Gästebetreuung... Schartner „troubleshootet" und organisiert und ist immer da, wo „der Hut brennt". Oder sorgt im besten Fall dafür, dass dieser niemals Feuer fängt. Sie sorgt für einen reibungslosen Ablauf im Betrieb. Planung, Steuerung, Kontrolle und Optimierung von Prozessen und Geschäftsabläufen… All das ist ihr „Daily Business".
Mit Menschen in Kontakt sein, das war stets ihr Berufswunsch. „Ich habe schon in jungen Jahren im Hotel meiner Patentante ausgeholfen, dort meine ersten Erfahrungen im Service gesammelt und gemerkt, mir liegt es. Eine Ausbildung in der Tourismusschule bietet außerdem nicht nur die Möglichkeit, im Gastgewerbe zu arbeiten, sondern auch im Hotelbetrieb, im Reisebüro und so vieles mehr. Nach der Matura bin ich ins Ausland gegangen und war 12 Jahre lang in den unterschiedlichsten Ländern beruflich unterwegs. Von 2011 bis 2016 zum Beispiel in England, wo ich unter anderem die Leitung der Rezeption in einem Fünf-Sterne-Hotel übernommen habe. Aus persönlichen Gründen bin ich wieder nach Österreich zurückgekehrt und seither im Adler Resort in Saalbach-Hinterglemm."
Jedes Jahr packt Schartner aber zumindest einmal selbst ihre Koffer und verreist: „Ich war immer schon mehr ein ‚Sommer-Strand-und-Meer-Typ'. Daher waren es auch immer die südlichen Länder, welche mich angesprochen haben. Dies hat sich schon in meiner Zeit auf Teneriffa herauskristallisiert."
Als leidenschaftliche Touristikerin schaut sie bereits beim Buchen ihrer Reisen ganz genau hin: „Da ich mein Leben lang nur in der gehobenen 4-5 Sterne Kategorie gearbeitet habe, ist dies auch ein Hauptkriterium bei der Auswahl meiner Hotels. Selbstverpflegung oder gar ein Camping-Urlaub würde für mich nicht in Frage kommen – dafür ist mir das Nichtstun im Urlaub zu wichtig. Für mich gibt es nichts Schöneres, als auch mal fünf Stunden nur am Strand zu liegen und mir die Sonne auf den Bauch scheinen zu lassen – am besten noch mit einem Kaltgetränk mit Schirmchen in der Hand. Aufgrund meiner jahrelangen Erfahrung im Hotelgewerbe würde ich mich nicht als einfacher Gast bezeichnen. Schon bei Check-in achte ich auf die Schnelligkeit, die Abwicklung und Informationsweitergabe der Mitarbeiter. Der erste Eindruck zählt, daher gibt es für mich nichts Schlimmeres als Mitarbeiter mit schmutziger Uniform oder gar Kaugummi im Mund. Kulinarisch würde ich mich schon als Feinschmecker und Genussmensch bezeichnen, daher ist dies einer meiner Schwerpunkte im Urlaub. Ich war schon in Malaga und in Barcelona, wo wir Frühstück im Hotel hatten und jeden Abend die Tapas-Bars der Umgebung ausprobiert haben. Andererseits war ich auch schon auf Mauritius und habe mich all-inclusive im 5-Sterne-Hotel verwöhnen lassen."

Jürgen Hammerschmid, Adler Resort



Barbara Göttling bevorzugt Sharm El Sheikh. Im Sommer – wegen der Hitze

Als kritischer Geist und Gast nimmt sich Schartner kein Blatt vor den Mund: „Ich bin ein Mensch, der etwas sagt, sollte etwas nicht in Ordnung sein. Auch bei der Lage des Zimmers."
Auf Animationsprogramm oder Entertainment kann sie beim Urlauben getrost verzichten. „Der eine oder andere Ausflug wird schon gemacht, jedoch mehr etwas mit Booten, Katamaran und verbunden mit Schnorchel-Trips anstatt mit 20 anderen Personen im Bus zu sitzen, um eine Kirche anzuschauen. Ich liebe nichts mehr, als auch mal ein Buch zu lesen, mit meiner Reisebegleitung ein Kartenspiel zu spielen oder auch einfach mal nichts zu machen. Ruhe ist für mich das Wichtigste, daher gibt es auch nichts Schlimmeres, als ständig von Personal angesprochen zu werden."



Marie-Theres Püchl, Duty Managerin im Park Hyatt Vienna

In ihrer Rolle als Duty Manager beschäftigt sich Marie-Theres Püchl mit Vorbereitungen in Gästezimmern und Sonderwünschen im Hotel: „Ich bin die Schlüsselstelle, um die Extrawünsche unserer Gäste umzusetzen und diese zwischen all unseren Abteilungen und Mitarbeitern zu kommunizieren. Ich begrüße die Gäste bei Anreise und bin auch bei Beschwerden die erste Ansprechpartnerin. Ich kümmere mich darum, auf diese Beschwerden zu reagieren oder den Gästen zu zeigen, dass uns ihre Meinung sehr wichtig ist und wir sie nicht unzufrieden abreisen lassen möchten. Oftmals genügt es da, an der Kommunikation zwischen Gästen und dem Hotel zu arbeiten."
Direkt nach der Matura zog es sie in Richtung Luxushotellerie. „Ich bin ein sehr detailverliebter Mensch, und in einem Fünf-Sterne-Hotel kommt mir diese Eigenschaft sehr zu Gute. Außerdem finde ich es unheimlich spannend, in die Welt der Reichen und Schönen einzutauchen, ohne wirklich Teil davon zu sein. Ich liebe es, in der Hotellerie nicht nur Gäste von allen Ecken und Enden des Globus in Wien willkommen zu heißen, sondern auch mit Kolleginnen und Kollegen aus verschiedenen Herkunftsländern zusammenzuarbeiten. Man lernt nicht nur durch die Gäste andere Kulturen kennen, sondern auch durch die Mitarbeiter. Noch dazu sehe ich mich mit meiner Erfahrung als Lehrerin, die ihr Wissen an die Mitarbeiter weitergibt."
Püchl ist eine leidenschaftliche Reisende. Das Netzwerk von Hyatt Hotels ist für sie perfekt, denn dadurch kann sie zu Mitarbeiterkonditionen die ganze Welt bereisen. Daher fällt die Entscheidung, was denn nun die Lieblingsdestination sein soll, denkbar schwer: „Ich habe kein Lieblingsreiseziel – Reisen ist immer toll und aufregend, egal ob es auf die Berge in Österreich geht oder in die Wüste von Katar. Als Brancheninsider reist man jedoch schon anders, vor allem, wenn man in der Luxusbranche tätig ist. Ich stecke mein Herzblut und Energie in meinen Job um Gästen einen tollen Aufenthalt in Wien zu bieten, da möchte man das auch woanders spüren. Man überprüft als Touristiker schon, wie die Mitarbeiter in anderen Ländern geschult werden und welches Hintergrundwissen vermittelt wird. Zusätzlich weiß man als Mitarbeiter, was möglich ist, da man ja auch selbst diese Entscheidungen treffen und umsetzen kann."
In ihren Urlauben ist ihr die Authentizität besonders wichtig. Als Tourist über den Tisch gezogen oder ausgenommen zu werden, dass widerstrebt Püchl zutiefst. Übrigens: Wer sich von der Duty Managerin ein kitschiges Reisesouvenir erhofft, ist bei ihr an der falschen Adresse. „Aber über eine schöne, altmodische Postkarte, darf man sich freuen."



Barbara Göttling, General Managerin, Park Hyatt Vienna

Seit knapp zehn Jahren ist Barbara Göttling im Park Hyatt Vienna tätig. Im April 2023 übernahm die 40-jährige Hotelmanagerin die Position als General Managerin des Luxushotels von Monique Dekker. Göttling gilt als erfahrene Führungspersönlichkeit mit zwei obersten Prioritäten: Service und Qualität.
Die gebürtige Wienerin ist im Gasthaus „Stillfrieder Hof" ihrer Eltern in

Krischanz, Park Hyatt Vienna, Adobe Stock

Kneissl-Reisende erleben mehr ...



Gaztelugatxe © Foto Julius

Spanien: Baskenland

Naturschönheiten und kulturelle Highlights in Spaniens grünster Ecke

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

Sächsisch-Böhmische Schweiz - Dresden

Wanderungen u. Kultur im Elbsandsteingebirge

7. - 12.10.2023 Bus inkl. Zubringer ab Wien, meist ***Hotels/HP, Elbschifffahrt, Eintritte, RL **€ 1.130,–**

WanderReise Algarve

+ Schifffahrt zur Höhle von Benagil mit Delfinbeobachtung

7. - 14.10.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus/Geländewagen, ****Hotels/HP und 1 Mittagessen, Schifffahrt, Eintritte, RL **€ 2.290,–**

Blumeninsel Madeira

+ tägliche Ausflüge und leichte Kurzwanderungen

10. - 17.8., 21. - 28.9., 19. - 26.10.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, ****Hotel/HP, Weinkost, Eintritt, RL **ab € 1.590,–**

Azoren - die 4 schönsten Inseln

São Miguel - São Jorge - Pico - Faial

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

Wandern in den Baltischen Staaten

23.7. - 2.8.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, meist ***Hotels/meist HP, Moorschuh-Wanderung, Seilbahnfahrt, Eintritte, RL **€ 2.020,–**

Türkei: Naturwunder Kappadokiens

+ Kurzwanderungen

1. - 7.10., 27.10. - 2.11.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, *****Hotel/HP, Eintritte, RL **ab € 1.070,–**

Wandern auf den Kapverden

Santiago - Fogo - São Vicente - Santo Antão

25.10. - 4.11., 28.12.23 - 7.1.2024 Flug ab Wien, Kleinbus, Schiff, Wanderungen, meist *** u. ****Hotels, 1x Pension/meist HP, tw. VP, Eintritte, RL **€ 3.380,–**

Jordanien WanderReise

22.9. - 1.10.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, Geländewagen, Hotels und Camps/HP, Eintritte, RL **€ 2.240,–**

Naturerlebnis Costa Rica

+ Wanderungen in den schönsten Nationalparks
+ Regenwald der Österreicher

18.11. - 3.12., 24.12.23 - 8.1.24 Flug ab Wien, Kleinbus/Bus, *** u. ****Hotels u. Lodges/meist HP u. 2x VP, Bootsfahrten, Eintritte, RL **ab € 5.480,–**



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



Anna Fedl verreist privat am liebsten zum Wandern nach Vorarlberg

Niederösterreich aufgewachen und arbeitete schon früh fleißig im elterlichen Betrieb mit.
So richtig startete ihre Karriere aber erst 2003 in der Palais Coburg Residenz als Personal Assistant des Hotel Managers. „Unverändert bin ich auch immer noch der Meinung, dass es die schönste und bereicherndste Branche ist, die es gibt." 2008 wechselte sie für zweieinhalb Jahre ins Grand Hyatt Berlin. Nach ihrer Rückkehr nach Wien war sie in die Eröffnung der Eventlocation „Das Badeschiff" am Donaukanal sowie in die des Sofitel Vienna Stephansdom involviert. Als im September 2013 das erste Hyatt-Hotel in Wien Am Hof eröffnete, gehörte sie schon dem Pre-Opening-Team des Park Hyatt Vienna an.
„Mein Job bietet mir die Möglichkeit, Teil eines renommierten Luxushotels in einer der schönsten Städte Europas zu sein und im wunderschönen historischen Ambiente eines 100-jährigen Gebäudes zu arbeiten, das einst als Bank diente und zu einem einzigartigen Hotel umgebaut wurde. Als General Manager des Park Hyatt Vienna schätze ich auch sehr die Vielfältigkeit meines Jobs – jeder Tag ist anders, jeder Tag bringt neue Situationen. Ich mag die täglichen neuen Herausforderungen, die mit meinem Job einhergehen, und die Weiterentwicklung, die ich vorantreiben kann. Ganz besonders schätze ich auch die Möglichkeit, jeden Tag mit Gästen und Kollegen aus der ganzen Welt zu interagieren und inspiriert vom Feedback unserer Gäste ein engagiertes und talentiertes Team an Mitarbeitern zu leiten, zu motivieren und zu fördern."
Wenn es um die Lieblingsurlaubsdestination geht, will sich die Weltenbummlerin nicht so richtig (und doch ein wenig) festlegen: „Ich habe nie und würde nie ein bestimmtes Urlaubsland ausschließen. Ich liebe es, zu reisen und unterwegs zu sein. Aber die letzten Jahre war es weniger abwechslungsreich, und ich habe meinen Urlaub immer in Ägypten verbracht. Da mein Mann leidenschaftlicher und auch sehr erfolgreicher Apnoe-Taucher ist und es dort die besten Trainingsmöglichkeiten gibt, bin ich einfach immer mit dazu gekommen. Außerdem haben wir nun schon langjährige Freunde dort und somit ist es für uns immer ganz entspannt und sehr vertraut. Somit: Sharm El Sheikh.
Was zeichnet Göttlings Lieblingsreiseziel dann aus? „Es ist wirklich super heiß, love it. Das Meer ist unschlagbar, love it. Unterwasserwelt großartig, love it. Fast keine Menschen im Sommer, weil es so heiß ist, love it. Und das kann man positiv oder auch negativ sehen, aber in Sharm gibt es einfach nichts zu sehen. Somit hat man auch kein schlechtes Gewissen, einfach nichts zu unternehmen. Nur Sonne und Meer."
Ob sie als Hotelmanagerin strenger und genauer hinschaut, wenn es ums „Urlauben" geht? „Ich schaue bestimmt genauer hin, aber kommentiere es nicht. Dafür sind in den Hotels, in denen ich wohne, andere Leute zuständig, und das ist auch gut so. Somit schau ich lieber weg, wenn etwas vielleicht nicht so ganz perfekt ist, und genieße einfach meine freie Zeit."
Das Wichtigste ist für die charmante Gastgeberin „gutes Wetter, eigentlich durchgehend Sonne und schönes Meer. Wenn es Destinationen sind, in welchen man auch viel wandern kann, umso besser. Freunde würden behaupten, ich habe eine kleine Bewegungsstörung und muss immer viel zu viel gehen. Aber ich liebe es wirklich, ausgiebig einfach loszugehen und Kilometer weiter irgendwo ins Meer zu springen. Mehr brauche ich nicht, um im Urlaub zufrieden zu sein."



Anna Fedl, Hoteldirektorin im Boutiquehotel Stadthalle

Als Hoteldirektorin im Boutiquehotel Stadthalle, einem familiengeführten Hotel im 15. Bezirk in Wien, kümmert sich Anna Fedl um operative Angelegenheiten. Ist Gastgeberin und Troubleshooterin in einem. Vor unserem Interview kümmert sie sich selbst souverän noch um das Check-in der Gäste, da ein Server-Problem für erschwerte Arbeitsbedingungen sorgte, denn natürlich läuft auch in diesem Hotel alles schon digital.
Anna Fedl verliebte sich gleich nach der Schule in dieses Hotel. Sie verlässt „das grünste Herz Österreichs für das grünste Hotel Wiens", berichtet sie uns. „Seit mehr als zehn Jahren darf ich nun schon Teil des Boutique Hotel Stadthalle Teams sein und durfte jede Abteilung von innen sehen." Fedl hat als Zimmermädchen begonnen und sich langsam und bestimmt mit einem

Franzi Schaedl, Adobe Stock



PREMIUM SCREEN – DIE BESTE KOMBINATION AUS FLEXIBILITÄT UND SICHTBARKEIT

- Flexible Buchung
- Premium-Standorte mit hoher Reichweite
- Keine Druckkosten
- Schnelle Umsetzung.

Jetzt informieren auf www.gewista.at

gewista



Kristina Schlüter hat sich in New York verliebt

klaren Ziel vor Augen in der Hotel-Hierarchie hochgearbeitet. Sie ist eine passionierte Hoteldirektorin, der man also so leicht nichts vormachen kann und die – aufgrund ihrer eigenen Vita – jedem Mitarbeiter Raum gibt, um sich zu entfalten und zu entwickeln: „Im Hotel ist kein Tag wie der andere, und das gefällt mir sehr! Ich liebe es, kreativ zu sein und auszuprobieren, die Talente jedes Einzelnen zu fördern und für meine Mitmenschen da zu sein."

Privat vereist sie gerne in die Berge zum Wandern, am liebsten nach Vorarlberg, ans Meer oder sie macht ein Yoga-Retreat. Fedl ist gerne „in Bewegung", um durch diese auch zur Ruhe zu kommen. Kein Widerspruch! „Einer meiner schönsten und erholsamsten Urlaube war ein Wanderurlaub. 14 Tage wandern war Erholung pur! Trotzdem möchte ich auch neue Städte erkunden und kombiniere das meist mit einem Entspannungsurlaub in der Natur. Dieses Jahr geht es zuerst nach Mainz und dann an den Achensee. Ein wenig Yoga machen." Denkt die Hoteldirektorin an Urlaub, dann kommen ihr sehr bodenständige Bilder in den Kopf. Dinge, die sie erden…

„Vorarlberg – tolle Bergkulisse, Natur, schöne Architektur im Bregenzerwald und Freundinnen, die ich dort besuche. Das sind meine ersten Urlaubsassoziationen… Am Meer finde ich es überall schön und freue mich immer, neue Länder zu entdecken."

Auch sie schaut als „Frau vom Fach" bei ihren Urlauben immer etwas genauer hin: „Es ist eine Mischung aus dem kritischen Blick für die Details – weil ich auch immer etwas fürs Hotel mitnehmen möchte – und Verständnis, wenn einmal etwas nicht so läuft. Ich kann mich immer in die Mitarbeiter hineinversetzen und verstehe ihre Situation. Nur bei der Sauberkeit mache ich keine Ausnahmen."



Kristina Schlüter, Bassena Managerin im Bassena Wien Donaustadt

Kristina Schlüter ist der Beruf quasi in die Wiege gelegt worden: „Ich wurde als Gastgeberin geboren. Meine Eltern waren nämlich lange Zeit in der Tourismusbranche und in unterschiedlichen Hotels tätig. Bereits in jungen Jahren habe ich sehr zielstrebig meinen Berufswunsch verfolgt, eines Tages Hoteldirektorin zu werden. Heute bin ich glücklich, das Ziel mit sehr viel harter Arbeit erreicht zu haben." Schlüter arbeitet dort, wo andere Menschen Urlaub machen. „Im Hotel ist kein Tag wie der andere – es gibt ständig neue Herausforderungen. Man hat mit so vielen unterschiedlichen Persönlichkeiten zu tun. Bei Bassena leben wir Gastfreundschaft auf Augenhöhe, unsere Gäste lieben die lokalen Empfehlungen unserer Bassena-Hosts. Mein Team und ich geben jeden Tag unser Bestes, um unseren Besuchern einen unvergesslichen Aufenthalt in Wien zu bereiten."

Reisen ist für Schlüter das Schönste, und sie hat schon einige spannende Destinationen gesehen: „Ich mag es abenteuerlich im Dschungel in Asien oder auf einer Safari in Südafrika. Auch klassische Städtereisen, Roadtrips durch Italien und Frankreich oder auch einfach ganz entspannt am Meer zu relaxen sind echte Urlaubshighlights für mich." Ihre schönste Reise war erst unlängst ein Trip nach New York: „Die Stadt begleitet mich bereits mein ganzes Leben aufgrund diverser Filme und Serien. Besonders liebe ich die kulinarischen Highlights, die unterschiedlichen Viertel und Kulturen."

Auf die Frage ob man als Touristikerin anders urlaubt als andere, also strenger ist und genauer hinschaut, muss Schlüter schmunzeln: „Ertappt! Ich schaue in der Regel genauer hin und bin vielleicht in Sachen Sauberkeit und Service eine Spur kritischer als meine Reisebegleitungen. Ich denke, dass viele Menschen in unserer Branche dieses kritische Auge auch im Urlaub haben. Aber ich finde das grundsätzlich positiv. Man muss offen gegenüber neuen Konzepten sein. Reisen öffnet dabei den Blick für neue Ideen. Nur so können wir uns weiterentwickeln und Großartiges schaffen."

Schlüters Reisemotto lautet „act like a local": „Ich finde es faszinierend, abseits des Touristen-Trubels in unterschiedliche Kulturen einzutauchen und auf eigene Faust geheime Locations zu entdecken. Gerade bei Städtetrips lohnt es sich, nicht immer entlang der empfohlenen Strecke zu gehen. Bei meinen Reisen bin ich schon öfters ‚falsch' abgebogen und habe so unvergessliche Erfahrungen gemacht." ■

Adobe Stock, Bassena Hotel

Italienische Tradition

48 Jahre nach ihrer Eröffnung ist Wiens damals erste Pizzeria nicht mehr aus der Branche wegzudenken. Die Besonderheit: Der Pizzateig ist fett- und zuckerfrei und durch das Backen im Holzofen knusprig.

Unvoreingenommen über ein Lokal zu berichten, in dem seit über 40 Jahren unsere gesamte Belegschaft ein und aus geht, gestaltet sich als durchaus schwierig. Das Il Mare, das nur einen Steinwurf – genauer gesagt 65 Schritte – von unserem Büro in der Zieglergasse entfernt liegt, gilt allerdings nicht nur in unseren Mitarbeiterkreisen als absoluter Geheimtipp. Die prominenten Kreise Wiens bezeichnen es als den mit Abstand authentischsten und besten Italiener. Kein Wunder, ist die Eigentümer-Familie doch echt italienisch, wodurch sich jeder Besuch – auch angesichts der Bewandertheit der Mitarbeiter in der italienischen Nationalsprache – wie ein Ausflug in unser südliches Nachbarland anfühlt. Und diese geschmackliche Reise unternahmen bereits berühmte Persönlichkeiten wie Hermann Maier, Michael Haneke, die Kabarettisten Stermann, Grissemann und Palfrada, Eros Ramazotti, Zucchero, Carrisi, Toni Polster, Steffen Hoffmann, DJ Ötzi und Alexander Wrabetz.

Das Il Mare prägt eine Tradition, die über Jahrzehnte hinweggeht. So gründete Pasquale Tavella im Jahre 1975 das Il Mare – und revolutionierte damit die Gastronomiebranche in Wien. Als erste Pizzeria der Landeshauptstadt entstand im siebenten Bezirk in einem Restaurant, das in jedem Winkel die Liebe zum Heimatland des Gründers erkennen lässt. Seit 2004 gestaltet auch die Tochter des aus der italienischen Provinz Trentino-Alto Adige stammenden Mannes das Lokal mit. Nach seinem Tod im Oktober 2016 übernahm Tochter Grazia schließlich den Betrieb und führt ihn bis heute in seinem Sinne weiter.





Das Lokal trägt die Auszeichnung „Premio Ospitalità Italiana“, die kontrollierte Top-Qualität aus Italien garantiert

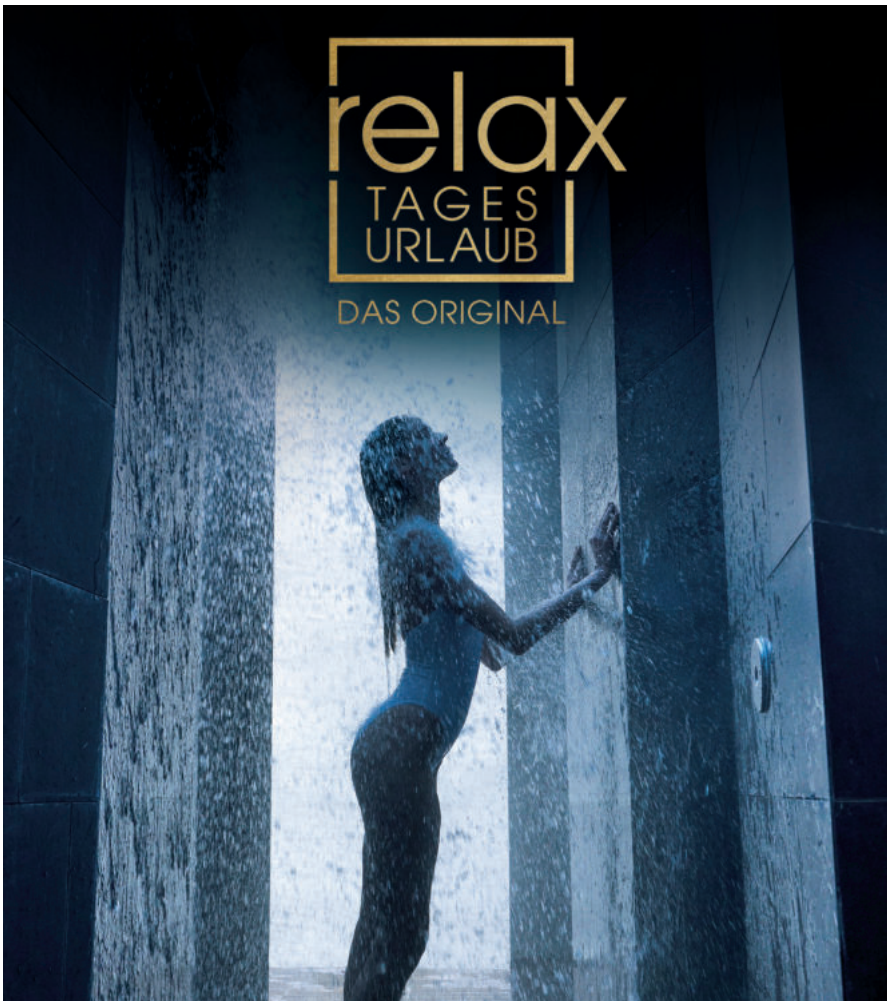
Im Il Mare werden Pizzas alla Bella Italia nach Geheimrezept serviert. Die Besonderheit: Der Teig ist sowohl fett- als auch zuckerfrei. Viele Lebensmittel für die dargebotenen südlichen Spezialitäten werden direkt von ausgesuchten Lieferanten aus Italien bezogen. Besonders beliebt ist bei den Gästen aus Nah und Fern „Bistecca alla Fiorentina“, ein T-Bone-Steak auf toskanische Art mit Rindfleisch aus dem Waldviertel. Es wird vor den Augen des Gastes auf einem speziellen Holzofengrill zubereitet. Natürlich darf in einem Restaurant, das „das Meer“ sogar im Namen trägt, eine Auswahl an Fisch-Spezialitäten nicht fehlen. So stehen beispielsweise Wolfsbarsch, Steinbutt oder gratinierte Capesante (Jakobsmuscheln) auf der vielfältigen Speisekarte.

Das italienische Flair findet sich neben dem Essen und der traditionellen Einrichtung aber auch im Weinsortiment wieder. Vom leichten Soave und Pinot Grigio über Primitivo und Chianti Classico bis zum mächtigen Barolo findet garantiert jeder den perfekten Wein, um seine Geschmackserlebnis-Reise abzurunden.

Il Mare, privat

10 Jahre Relax! Tagesurlaub

10 Jahre und mehr als 400.000 relaxte Gäste: Zum Jubiläum feiert die VAMED Vitality World ihre einzigartige Thermen-Business-Class mit neuer Premium-Kampagne und vielen Highlights für die Gäste!



Die hochwertige Kampagne zum Jubiläum des Relax! Tagesurlaubs entstand in Zusammenarbeit mit Reichl & Partner und dem Fotografen Andreas H. Bitesnich

Seit einem Jahrzehnt gilt der Relax! Tagesurlaub – das Original in den Thermen der VAMED Vitality World – als Österreichs erste und einzige Thermen-Business-Class. Zum diesjährigen Jubiläum wartet der Thermen- und Themenführer VAMED Vitality World mit tollen Highlights für seine Gäste auf. Eine hochwertige Jubiläums-Kampagne wurde gemeinsam mit der Agentur Reichl und Partner sowie dem Fotografen Andreas Bitesnich in Szene gesetzt.

Das Konzept ist so einfach wie genial: „Beim Relax! Tagesurlaub brauchen Gäste nur ihre Badebekleidung einzupacken und sie erleben in unseren Resorts einen Kurzurlaub mit Langzeitwirkung!“, so Gerhard Gucher, Direktor der VAMED Vitality World. Alles, was einen Premium-Thermentag sonst noch ausmacht – angefangen beim VIP-Empfang ohne Warteschlange über kuschelige Leih-Bademäntel, einer eigens reservierten Liege im In- und Outdoor-Bereich bis hin zu regionaler Kulinarik, Erfrischungen, Liegenservice, Behandlungsgutscheinen und vielem mehr – erwartet die Thermengäste in der eleganten **Relax! Lounge**, einem separaten Exklusivbereich, nur für Relax! Tagesurlauber. Nicht umsonst gilt der Relax! Tagesurlaub seit mittlerweile zehn Jahren als Österreichs

VAMED Vitality World



Absolute Entspannung garantiert die Relax! Lounge

erste und einzige Thermen-Business-Class und steht für leistbaren Luxus in der Therme.

10 Jahre Relax! Tagesurlaub – alle feiern mit!

„Aus unzähligen Gesprächen und aus Marktforschungen wussten wir, dass die Thermengäste unseren besonderen Service sowie die vielfältigen Thermenangebote schätzten, sich jedoch nach mehr Ruhe, Exklusivität und einem fixen Liegeplatz sehnten. Aus diesem Wissen haben wir ein **Exklusivpaket für den perfekten Thermentag geschnürt**“, erzählt Susanne Nitsch, Marketingexpertin der VAMED Vitality World.
Ein großes Gewinnspiel für Mitglieder im VAMED VitalityClub startete Anfang Mai in der mobilen Vitality Club-App. Ab Juni dürfen alle Relax! Tagesurlauber außerdem hochwertige Produkte von Kooperationspartner Vossen als Geschenk mit nach Hause nehmen. Am 15. Juli wird das Jubiläum in den Thermen mit Luftballons, Torte und Sekt für alle Relax! Tagesurlauber gefeiert. Tagesthermengäste haben die Chance, ein kostenloses **Upgrade** oder **Gutscheine** für den nächsten Relax! Tagesurlaub zu gewinnen.
Unser Tipp: Am besten jetzt gleich die persönliche Wunschliege im Lieblingsresort der VAMED Vitality World buchen: **www.vitality-world.com**

VAMED Vitality World



Relax! Tagesurlaub Die Thermen-Business-Class

Diese Inklusivleistungen und vieles mehr erwarten Sie:

- Zutritt zum gesamten Thermenareal und dem dazugehörigen Wellness- und Saunabereich.
- Beim Relax! Check-in erhalten Sie einen hochwertigen Leih-Badekorb, gefüllt mit einem kuscheligen Leih-Bademantel und einem Leih-Badetuch für Ihren Besuch.
- Ihre persönliche Relax! Liege ist bereits in der exklusiven Relax! Lounge für Sie vorbereitet. Individueller Liegenservice, Lesestoff und vieles mehr inklusive!
- Relax! Genießerhäppchen werden direkt an Ihre Liege serviert, und Sie erhalten einen Relax! Gourmetgutschein in Höhe von 12 Euro für die Thermengastronomie.
- Relax! Snacks wie Obst und Trockenfrüchte sowie Relax! Refreshments wie Wasser, Tee oder Fruchtsäfte, den ganzen Tag lang.
- Relax! Rabatt von 15 % auf ein Treatment Ihrer Wahl – egal ob Massage, Gesichtsbehandlung oder Fußpflege.
- Ihr Relax! Tagesurlaub beginnt schon zu Hause: Buchen Sie ganz bequem vorab online Ihre persönliche Liege in der exklusiven Relax! Lounge.

In die Ferne schweifen

Krisenbedingt eingeschränkt präsentierten sich die möglichen Urlaubsdestinationen in den vergangenen Jahren. Nun stehen wieder alle Fernziele offen. Aber wohin zieht es die Österreicher?

TEXT: Ulrich Bentz



Mauritius hat in den letzten drei Jahren deutlich an Attraktivität gewonnen

Auf die Frage nach der Destination für den nächsten Urlaub war man im Sommer vergangenen Jahres schon versucht, „In die umliegenden Dörfer" zu antworten. Damals verspürte man im Sommertourismus endlich wieder Aufwind. Doch auch die Sorgenfalten waren in den Gesichtern der Branchenexperten schon zu erkennen. Denn kaum neigte sich die eine Krise dem Ende zu, erhob sich schon die nächste: Diesmal der Krieg in der Ukraine. Samt Sanktionen und Energiekrise. Das werde auch die Mobilität einschränken, so die Vermutungen.
Ende des Jahres war dann die Inflation der Dämpfer der Reiselust. Die offizielle liegt schon mit neun Prozent ziemlich hoch. Doch davon können Urlaubsreisende nur träumen. Mit rund 20 Prozent Mehrkosten, so der derzeitige Stand der Dinge, muss man schon rechnen gegenüber dem Vorjahr. Da sich das bereits zu Beginn des Jahres abzuzeichnen drohte, trommelten die Reise-Professionisten die Zauberwörter „Frühbucher" und „Rabatt" diesmal besonders laut. Und anscheinend wurden sie gehört, denn so viel so früh gebucht wurde noch nie. Für Last-Minute-Bucher dürfte dies ein harter Sommer werden: Es gibt kaum freie Plätze. Und für die, die es noch gibt, dürften diesmal vergleichsweise happige Preise zu löhnen sein.
Eines ist jedenfalls klar: Trotz des Preisschocks drängt es die Österreicher in den Urlaub. Das dürfte einerseits noch ein Nachzieh-Effekt aus Coronazeiten sein, andererseits sehen auch viele keinen Sinn darin, bei einer derartigen Inflation dem Geld beim Schrumpfen auf der Bank zuzusehen. Also lieber das Geld im Urlaub auf den Kopf stellen.
Wobei: Ganz ohne Gürtel enger schnallen geht es nicht. Gespart wird an den Extras. An Eintritten, am Essen, eventuell geht auch das Hotel eine Spur billiger. Pauschalreisen haben da gegenüber dem Selbstbuchen den Vorteil, schon mit ganz guten Preisen auf den Markt zu kommen. Und trotzdem einen Hauch von Luxus zu bieten. Besonders, wenn es in die Ferne geht.

Beschränkungen gefallen

Apropos Ferne. Hier ist dieser Sommer definitiv anders als die letzten drei. Erstmals sind wieder alle Länder ohne einem Mehr an Beschränkungen als den jeweils üblichen zu bereisen. Das wird besonders für die Destinationen USA und Thailand spannend, die vor der großen Krise zu den beliebtesten Erndestinationen zählten. Doch in den letzten drei Jahren haben sich viele umorientiert, beobachtete Daniela Ebeert, für Marketing und Kommunikation bei Billa Reisen verantwortlich. Die strengen Auflagen haben doch abgeschreckt.
In der Reiseabteilung von REWE sieht man die Malediven und Mauritius als die Gewinner. „Die Malediven haben sich zur Top-Ganzjahresdestination in der Ferne entwickelt, genauso wie Mauritius. Mauritius punktet mit beeindruckender Natur, kilometerlangen Sandstränden und malerischen Städten mit historischem Charme. Man kann den Urlaub dort aktiv oder auf Wellness anlegen, für jeden Geschmack ist etwas dabei", preist Ebeert die Insel im Indischen Ozean an. Zu beobachten sei

REWE/DERTOUR

ORF. WIE WIR.



ORF 2

SOMMERNACHTSKONZERT

DER WIENER PHILHARMONIKER

SOLISTIN: **ELĪNA GARANČA** | DIRIGENT: **YANNICK NÉZET-SÉGUIN**

DO 8. JUNI 21:20

LIVE AUS SCHÖNBRUNN



Neben den USA sind auch Destinationen wie Südafrika wieder im Kommen



Martin Neugebauer, Zuklin: „Thailand punktet nach wie vor durch gute Preise“



Nina Haberl, Haberl Tours: „Kunden wenden sich von ‚Klassikern‘ ab“

auch wieder eine verstärkte Nachfrage nach Thailand und den USA, aber, so Ebeert: „Wir bemerken immer noch eine Zurückhaltung beim Buchen.“
Inseldestinationen sieht Martin Neugebauer, Geschäftsführer vom Reisebüro Zuklin, ganz vorne, wenn es um Sehnsucht nach der Ferne geht. Neben den Malediven und Mauritius seien es in erster Linie die Seychellen und Sansibar, wohin seine Kunden gerne aufbrechen. „Diese Inseln sind während der Pandemie sehr beliebt geworden, da es eine überschaubare Gästezahl, weitläufige Anlagen und vernünftige Einreisebedingungen gab. Viele Kunden haben darum diese Destinationen während der Pandemie bevorzugt. Und viele andere, die nicht gereist sind, holen dies nun ebenfalls dort nach“, so Neugebauer.
Im Gegensatz zu Ebeert sieht er aber auch Thailand hoch im Kurs. „Thailand punktet nach wie vor durch gute Preise, da es ja einen merklichen Anstieg von Kosten bei Flugtickets und Hotels gab. In Thailand gibt es da noch sehr vernünftige Angebote“, beurteilt der Zuklin-Geschäftsführer die Destination. Neben Thailand sei aber auch ein Drang nach Asien erkennbar. Mit der großen Ausnahme China. Dafür erkennt Neugebauer mehrere Ursachen: „Ganz klar schrecken die teuren Flüge ab, da noch nicht alle Airlines den Flugplan in diese Destination normalisiert haben. Bis April gab es auch kein Touristenvisum. Zudem sind die Einreisebestimmungen betreffend Covid-19 immer noch recht mühsam, besonders, wenn Hongkong im Reiseplan dabei ist. Und auch vor Ort wird man mit vielen umständlichen Prozeduren bemüht.“
Wieder an Attraktivität gewinnen sieht Neugebauer Afrika und die USA. Die Einreisevorschriften hätten sich normalisiert, zudem hätten die Reisenden wieder Vertrauen in Afrika, was die Gesundheitsstandards betreffe.

Spitzenreiter Asien

Keinen besonderen Shift in den Lieblings-Ferndestinationen der Österreicher kann man bei Mondial erkennen. Auch hier lautet die Analyse ganz klar: Top-Anziehungspunkte sind die Inseln im Indischen Ozean sowie Asien. Hier beobachtet man auch seit einigen Monaten die Rückkehr der USA als äußerst beliebtes Reiseziel. „Definitiv sind es das gute Wetter und die tolle Wasserqualität“, führt Geschäftsführer Gregor Kadanka die Beliebtheit auf zwei wesentliche Faktoren zurück. Daneben gäbe es aber noch andere. In Asien sei dies einfach das gute Preis-Leistungs-Verhältnis vor Ort. Im Falle USA ortet er einen starken Nachholbedarf. Als Verlierer auf der touristischen Landkarte identifiziert er China und Russland.
Bei der TUI kommt die USA 2023 sogar auf den ersten Platz. Vor allem Städtereisen nach New York und Badeurlaub in Miami erweisen sich als beliebt. Als Aufsteiger des Jahres sieht man beim Reisekonzern Thailand und Indonesien. Verhaltener identifiziert man das Interesse für die Dominikanische Republik.
Auf individuelle Reisen in die Ferne hat sich der Veranstalter Haberl Tours spezialisiert. In Zeiten der Krise wurde aufgrund der vielen Beschränkungen auch die Kurz- und Mittelstrecke ausgebaut. Doch man bleibt Spezialist in der Fernstrecke. Und dort sieht man bei der eigenen Klientel neben den Malediven vor allem Destinationen in Afrika und Lateinamerika sowie Vietnam und Sri Lanka in der Beliebtheitsskala ganz vorne. Destinationen, die viel zu bieten hätten und wo „der Hotel- bzw. Lodge-Standard sehr hoch“ sei, wie Geschäftsführerin Nina Haberl betont. Ihre Kunden würden sich von Klassikern wie Thailand und Mauritius eher abwenden. ■

Pixabay, Reisebüro Zuklin, WK Tirol





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

Die Schönste der Alpen

Die Großglockner Hochalpenstraße führt Besucher durch eine majestätische Natur und bietet viel Abwechslung und Kultur.



Die Großglockner Hochalpenstraße – Österreichs größtes Denkmal

Der höchste Gipfel Österreichs, der 3.798 Meter hohe Großglockner, ist eine wahre Bergmajestät, die von zahlreichen Dreitausendern umringt wird. Schon vor über 80 Jahren wurde die Großglockner Hochalpenstraße an seinem Fuße erbaut. Heute zählt die schönste Panoramastraße Europas zu den meistbesuchten Sehenswürdigkeiten in den Alpen. Mit dem Auto geht es ganz bequem auf die 2.369 Meter hohe Kaiser-Franz-Josefs-Höhe, wo der Gipfel zum Greifen nahe erscheint. Hier kann man auch den längsten Gletscher der Ostalpen entdecken. Schneeballschlachten, Ausstellungsbesuche und Wildtierbeobachtungen versprechen ein wahrlich fürstliches Vergnügen.
Die Großglockner Hochalpenstraße, die bis zu 2.571 Meter hoch hinauf in das Herz des Nationalparks Hohe Tauern führt, ist ein grandioses Beispiel für gigantische Straßenbaukunst und eine Ausflugsstraße der Superlative mit 15 kostenlosen Ausstellungen – darunter die höchstgelegene Automobil- und Motorradausstellung der Welt.

Aussicht statt Tempo

Auch hoch oben in den Bergen spielt das Thema Nachhaltigkeit eine überragende Rolle. Eine Maßnahme: Ganz nach dem Motto „Aussicht statt Tempo“ setzt die Großglockner Hochalpenstraße auf „Slow Driving“ und damit auf Tempo 70 entlang der gesamten Strecke. Und die Großglockner E-Genusstour ist eine 230 km lange Rund-Strecke über die Großglockner Hochalpenstraße und durch den Nationalpark Hohe Tauern in Salzburg, Tirol und Kärnten. Ein Roadtrip, der ausgestattet ist mit einem dichten Netz an Lademöglichkeiten für E-Autos entlang der Strecke – inklusive der Glockner-E-Power Tankstellen, an denen 100 Prozent erneuerbare Energie fließt. Die Genusstour kann aber natürlich auch mit dem normalen PKW gefahren werden.
www.grossglockner-genusstour.at

Paradies für Naturliebhaber

Die denkmalgeschützte Großglockner Hochalpenstraße ist 48 Kilometer lang: An ihrem südlichen Ende befindet sich der Kärntner Talort, das berühmte Bergsteigerdorf Heiligenblut am Großglockner. Von hier führt die Straße stetig bergan, und nach nur 16 Kilometern ist die

Großglockner Hochalpenstraßen AG

WERBUNG

Kaiser-Franz-Josefs-Höhe erreicht. Hier können wunderbare Spaziergänge und Wanderungen, etwa auf dem Pasterzengletscher oder über den „Panoramaweg Kaiserstein“ zur Wilhelm-Swarovski-Beobachtungswarte, unternommen werden. Im Besucherzentrum auf der Kaiser-Franz-Josefs-Höhe können kostenlos mehrere Ausstellungen zur Region und die weltweit höchstgelegene Automobil- und Motorradausstellung besichtigt werden. Darüber hinaus begeistern diesen Sommer zwei neue Sonderausstellungen die Besucher: Die Ausstellung „Driven by Dreams – 75 Jahre Porsche Sportwagen“ und die Schau „100 Jahre BMW-Motorräder“ sind ab Ende Juni zu sehen.

Atemberaubende Flora und Fauna entdecken

Von der Kaiser-Franz-Josefs-Höhe aus geht es weiter in Richtung Norden ins Bundesland Salzburg: Diese beeindruckende Strecke auf über 2.400 Metern Seehöhe bietet der Natur eine dramatisch schöne Bühne. Ein kleiner Rundweg am Rasthaus „Schöneck“ samt Naturschau informiert über die Tier- und Pflanzenvielfalt. Auf 2.262 Metern Seehöhe liegt die Fuscher Lacke, ein im Original erhaltenes Wegmacherhaus zeigt die Ausstellung „Bau der Straße“ mit preisgekröntem Besucherfilm.

Erlebnis für Groß und Klein

Über das Fuscher Törl und einen Abstecher auf die 2.571 Meter hohe Edelweiß-Spitze – den höchsten Punkt der Straße – geht es von hier aus wieder zurück ins Tal. Wer die Straße jedoch nicht so schnell wieder verlassen möchte, der übernachtet stilecht im Reich der Murmeltiere, Gletscher und Steinböcke: Belohnt wird man mit einem königlichen Sonnenaufgang inmitten des größten Naturschutzgebietes Zentraleuropas. Entlang der Großglockner Hochalpenstraße befinden sich zahlreiche Berg- und Ausflugsrestaurants, Almhütten, Shops und Bikers-Points für Motorradfahrer.

www.grossglockner.at



Der Großglockner – Österreichs eindrucksvollste Bergmajestät – lädt ein zum Besuch



Auch hoch oben in den Bergen spielt Nachhaltigkeit eine besonders große Rolle



Ein Erlebnis für Groß und Klein

Großglockner Hochalpenstraßen AG

Zusammen stark

Kräfte vor Ort zu bündeln und die Menschen zu kennen – das ist die Idee hinter einer starken Regionalversicherung. Damit wird vieles möglich, was sonst unerreichbar wäre.



Generaldirektor Stefan Jauk (links) mit Moderatorin Alina Zellhofer und Aufsichtsratspräsident Franz Raab

Verantwortung, Vertrauen, Zusammenhalt – an diesen Werten richtet die Niederösterreichische Versicherung all ihre Handlungen aus. Als verlässlicher Partner der Menschen im Osten Österreichs fördert sie das kulturelle und soziale Leben in seiner ganzen Vielfalt, damit Niederösterreich eine lebenswerte Heimat für die Menschen ist.

Gegründet vor 100 Jahren als Feuerversicherung für die Bauern, ist das Unternehmen heute die Nummer 1 der Versicherungen in Niederösterreich. Regionalität und die Nähe zu

NV intern

den Menschen sind seine Stärken. Modern konzipierte Produkte machen es möglich, für jeden Lebensbereich das passende Angebot zu finden.

100-Jahr-Jubiläum

Die Niederösterreichische Versicherung feierte am 14. April diesen Jahres ihren hundertsten Geburtstag. Seit dem 15. Jänner 1923 trägt das Unternehmen Verantwortung für die Menschen im Land. Sie ist für ihre Kund:innen ein wichtiger, vertrauensvoller Partner, auf den sie zählen können, wenn es darauf ankommt. Für ihre Mitarbeiter:innen ist sie ein verlässlicher und attraktiver Arbeitgeber. Die NV ist aber nicht nur Versicherer, sondern auch Gestalter und Ermöglicher. Sozialprojekte, Sportler und Kulturschaffende in Niederösterreich profitieren von ihrer Unterstützung. Diese Erfolgsgeschichte feiert der Konzern im heurigen Jahr mit zahlreichen Aktivitäten.
Franz Raab, Aufsichtsratspräsident der NV, brachte die Erfolgsgeschichte der NV auf den Punkt: „Diese Entwicklung erfüllt uns alle mit großem Stolz und ebenso großer Freude, zeigt sie doch deutlich, was mit großem Engagement, einer tiefen regionalen Verwurzelung und intensiver Vertrauensarbeit alles möglich ist."
Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner dankte für die gelebte Partnerschaft mit Land und Leuten und wünschte zum Jubiläum, „dass sich die NV ihre Kreativität, ihr Herzblut und ihre Innovationskraft behält, denn damit hat sie sich in den vergangenen 100 Jahren zu einem verlässlichen und vertrauensvollen Partner ihrer Kundinnen und Kunden sowie des Landes Niederösterreich entwickelt. Alles Gute für die nächsten 100 Jahre!"



V.l.n.r.: Franz Raab, die Vorstandsdirektoren Bernhard Lackner und Christian Freibauer, Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner, Stefan Jauk und LK NÖ-Präsident Johannes Schmuckenschlager



Vertreter der Spendenempfänger „Rettungshunde Niederösterreich" und „Rettet das Kind NÖ" mit den NV-Vorständen

Nähe und Vertrauen zu den Menschen

Zu den wichtigsten Grundbausteinen des Unternehmens gehören vor allem das Vertrauen und die Nähe zu den Leuten. Aus diesem Grund baten die Unternehmsvertreter anstelle von Geschenken um Spenden zugunsten von „Rettet das Kind NÖ" sowie „Rettungshunde NÖ". Jeder noch so kleine Beitrag zur Erhaltung unserer Umwelt zählt. Daher hat die Niederösterreich Versicherung ihre 100-Jahr-Jubiläumsfeier als Green Event durchgeführt.

Seit der Gründung im Jahr 1923 ist es ein wesentliches Ziel, zu Sicherheit und Wohlstand in der Region beizutragen. Zusammen mit den Mitarbeitern werden Erfolge gemeinsam gefeiert und schwierige Zeiten bewältigt – so bleibt das Unternehmen eine große Familie, die immer zusammenhält, auch wenn es einmal brenzlig wird ■

Finanzielle Erholung

Urlaub mit der Online-Sparbüchse: Reisesuchmaschinen erfreuen sich schon seit Jahren hoher Beliebtheit. Durch die Teuerung gewinnen sie jetzt weiter an Popularität.

TEXT: Christian Prenger



Reisesuchmaschinen im Internet werden immer beliebter

guenstiger.de GmbH, Adobe Stock

Der Blick auf Preisschilder kann momentan unerfreuliche Nebenwirkungen auslösen. So wie ungläubiges Staunen, Kopfzerbrechen oder Zornesröte. Als Auslöser fungiert die vieldiskutierte Teuerung in allen Lebenslagen. Der Tourismus bildet keine Ausnahme. Auch hier müssen die Gäste seit einiger Zeit bittere Pillen schlucken. Viele Kunden dürften bei wohligen Gedanken an heiße Sommerferien sogar leises Frösteln verspüren. Denn die ersehnte Sparschiene verbleibt auch weiterhin auf einem ausgedehnten Urlaub.

Zahlreiche Erholungsbedürftige müssen daher ihr Konto genau unter die Lupe nehmen. Die Resultate werden zwischen Verzicht, Einschränkung und Achselzucken pendeln. Auf den Punkt bringt es eine Studie des Online-Reiseunternehmens Skyscanner: Der Preis bildet 2023 das oberste Kriterium, wenn Konsumenten ihre Koffer packen. Jene oberste Priorität basiert vorwiegend auf strukturellen Notwendigkeiten. Zwei von drei Befragten geben hier an, dass sich die steigenden Aufwendungen gleichermaßen auf ihre Buchungsentscheidungen auswirken werden.

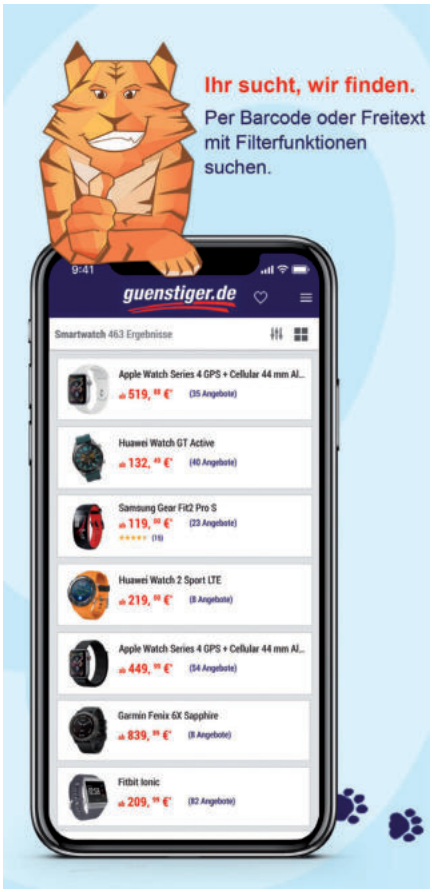
Das Kaufverhalten befindet sich ohnehin im Wandel, zeigt eine Studie von PwC. Laut jener Unternehmensberatung wollen 96 Prozent der weltweit Befragten in den nächsten Monaten

MUTTER ERDE IS WATCHING US AND SOMETIMES IN THE NIGHT SHE SINGS

fm4.orf.at
#radiofm4

radio FM4

ORF WIE WIR.



Online-Preisvergleiche sind für viele Konsumenten ein Mittel zur Kostensenkung – auch bei der Suche nach touristischen Angeboten

die Kostenbremse betätigen. Das Stimmungsbild von 9.180 Teilnehmern aus 25 Ländern wirkt ernüchternd. Die Hälfte gibt sich hinsichtlich ihres finanziellen Status sehr oder sogar extrem besorgt. Die direkten Konsequenzen kommen eher wenig überraschend: Kürzungen in allen untersuchten Einzelhandelsbereichen sind angedacht. Der stärkste Rückgang betrifft Designerprodukte oder Waren aus dem Segment Luxus und Premium. Danach folgen bereits Reisen, Online-Veranstaltungen sowie Mode.

Optimiertes Budget

Manche Verbraucher gehen trotzdem in die Offensive. Mit dem Griff zu einem digitalen Präparat gegen monetäre Magenschmerzen, das eine rasche Besserung zumindest in Aussicht stellt. „In Zeiten der Inflation spielen Online-Preisvergleiche eine wichtige Rolle. Viele Verbraucher suchen wegen der wachsenden Belastungen verstärkt nach Wegen, wie sie ihr Budget optimieren können. Solche Seiten machen auch die Folgen solcher Steigerungen für Dienstleistungen und Produkte transparent", weiß Harald Schiffauer, Geschäftsführer des Portals guenstiger.de.

Von einer neuen Erfindung kann aber keine Rede sein. Vielmehr sind Reisesuchmaschinen schon geraume Zeit ein Standard-Inventar der Fernweh-Industrie. Was zu Beginn des E-Commerce eine kaum ausgereifte und daher nur bedingt hilfreiche Angelegenheit war, präsentiert sich heute als professioneller Geschäftszweig. Mit einem zugkräftigen Image bei den diversen Zielgruppen. Schließlich ist es heute für moderne Kunden bereits selbstverständlich, vor jeder Investition das Netz nach Information abzuklopfen.

Niemand muss daher zwingend Kataloge und Prospekte stapeln, um den Abend mit ausgedehnter Feldforschung zu verbringen. Verminderten Aufwand verspricht wie gewohnt die Datenleitung. Als Alternative liefern jene informellen digitalen Finanzberater via Knopfdruck relevante Zahlen und Fakten rund um die geplante Reise. Egal ob es sich um Destinationen, Flüge oder Unterkünfte handelt. Solche Eigenschaften garantieren die anhaltende Popularität jener Cyber-Spezies. Durch die allgemeine Teuerung verbuchen virtuelle Sparbüchsen jetzt ein spezielles Popularitätshoch.

Übersichtliche Darstellung

Die Nachfrage basiert auf handfesten Ursachen. „Trotz gestiegener Preise möchten die Menschen nicht auf ihren Urlaub verzichten. Der Service von Reisesuchmaschinen ist für Verbraucher in Zeiten hoher Lebenshaltungskosten sehr wichtig. Hier lassen sich mit einem Klick jede Menge Optionen vergleichen. Durchsucht werden in maximal zwei Minuten Hunderte Reise-Websites weltweit. Die besten Angebote folgen in übersichtlicher Darstellung. Das kann Zeit und in vielen Fällen Geld sparen", betont John-Lee Saez, Senior Director der Reisesuchmaschine checkfelix.

In eine ähnliche Richtung argumentiert Sandra Dotan, Sprecherin des Online-Vergleichsportals idealo: „Diese Preisvergleiche gewinnen derzeit an Bedeutung. So führen beispielsweise die erhöhten Tarife für Flüge dazu, dass Konsumenten noch wesentlich genauer hinsehen, was sie eigentlich für ihr Geld erhalten. Die momentan bestehende Verunsicherung erhöht das Bedürfnis nach Transparenz. Viele Kunden müssen aufgrund ihrer finanziellen Situation sensibler agieren und die günstigste Chance aufspüren."

Hier leisten solche Maschinen gleich tätige Hilfe an der Basis. Interessenten können ihre Kreditkarte in der Lade liegen lassen, jene Leistung erfolgt nach bekanntem Web-Hausbrauch gratis. Was die Beliebtheit ebenso wenig schmälern dürfte wie ein weiteres smartes Service namens Online-Preisagent. Dabei handelt es sich um nicht um eine Nebenbeschäftigung von Detektivbüros. Verbraucher auf der Suche nach dem besten Tarif müssen bei jenen Tools bloß ihren Auftrag deponieren und Geduld zeigen. Den Rest erledigen diese überaus wachsamen Beobachter. Wenn der anvisierte Überdrüberpreis im Netz aufpoppt, wird der Konsument sofort verständigt und kann buchen.

Langes Warten

Eine Garantie für Glückseligkeit wird aber nicht mitgeliefert. Manchmal warten Urlauber lange und vergebens, weil einfach keine Schnäppchen vorhanden sind. Genügend Anwender halten zudem an falschen Vorstellungen fest: Trotz aller blumigen Versprechen machen jene Maschinen keine Preise. Vielmehr beobachten sie den Markt und seine Entwicklung. Weiters lässt sich die Aktualität jener Daten, die unter Beobachtung stehen, von außen nicht nachvollziehen. Letztlich wissen nur die Verantwortlichen, welche und wie viele Offerte in den Suchradar gelangen.

Kritische Worte finden analoge Mitbewerber aber auch für gewisse Praktiken. „Online-Preisagenten haben die

guenstiger.de GmbH

Digitale Schulnoten: Nur noch Nuller und Einser.



Glaub nicht alles, was du irgendwo liest.

Natürlich bleiben die Schulnoten so, wie sie sind.

Aber bei vielen anderen Meldungen lässt sich nicht so einfach zwischen Wahrheit und „Fake News“ unterscheiden. Deshalb braucht gerade unsere Jugend im Umgang mit Medien einen geschulten Blick und ein kritisches Auge. Um das zu fördern, unterstützen die österreichischen Zeitungen und Magazine die Initiative MISCHA – Medien in Schule und Ausbildung.

Mehr auf www.mischa.co.at

mischa*

Medien in Schule und Ausbildung



Sandra Dotan, Idealo: „Viele Kunden müssen aufgrund ihrer finanziellen Situation sensibler agieren“



Gregor Kadanka, Mondial: „Geschäftsmodelle von Online-Preisagenten sind manchmal fragwürdig“



Harald Schiffaufer, guenstiger.de: „In Zeiten der Inflation spielen Online-Preisvergleiche eine wichtige Rolle“



John-Lee Saez, checkfelix: „Reisesuchmaschinen sind in Zeiten hoher Lebenshaltungskosten wichtig“

Beschaffung von Informationen erheblich erleichtert. Diese sind teilweise irreführend, weil einige Plattformen nicht den günstigsten Preis nach vorne reihen. Sondern Anbieter mit den besten Provisionen. Daher sind Transparenz und Geschäftsmodelle manchmal fragwürdig. Die Leistungen von Reisebüros gehen weit über solche Vergleiche hinaus, mit Beratung und maßgeschneiderten Angeboten. Daher existiert wenig direkte Konkurrenz“, sagt Gregor Kadanka, Geschäftsführer des Reiseunternehmens Mondial.
Was die Maschinen-Macher weniger irritieren dürfte als bestimmte Prognosen. Experten erwarten eine wachsende Zahl von Online-Preisvergleich-Start-ups mit frischen Ideen, sollte die ökonomische Schieflage das touristische Business noch lange belasten. Im Schatten der Inflation könnten solche Newcomer den Wettbewerb ankurbeln. Die Geiz-ist-Geil-Schiene verfügt angesichts der Inflation über erhebliches Potenzial bei den Zielgruppen. Das gesteigerte Interesse an der Preissuche verspricht den Betreibern gute Werbegelder von Unterkünften, Airlines oder Gastronomie.
Dazu kommt die Digitalisierung: Die Customer Journey wird auch im touristischen Geschäft künftig noch stärker über Online-Angebote laufen. Weltweit besteht deshalb auch ein anhaltendes Interesse von Geldgebern an Travel Tech-Unternehmen. Reisesuchmaschinen bilden hier keine Ausnahme aufgrund ihres Anklangs bei den Konsumenten. Der aktuelle Hype rund um Künstliche Intelligenz sollte das Interesse bei Venture Capitalists und Zielgruppen noch weiter anheizen. Smarte Technologie kann Suchvorgänge massiv optimieren, die Resutat weiter stark verbessern und das Nutzererlebnis auf ein völlig neues Service-Level heben.

Effektive Sparmaßnahmen

Einstweilen fokussieren sich die Plattformen noch stärker auf das monetäre Wohlergehen ihrer Klientel. Neue Ideen sollen die Anziehungskraft auf einem kompetitiven Sektor zusätzlich stabilisieren. So hat etwa Skyscanner heuer in Deutschland zahlreiche Buchungstipps analysiert für effektive Sparmaßnahmen. Als besonders wichtige Faktoren gelten dabei der beste Zeitpunkt für die Buchung sowie der günstigste Reisetag. Durch eine Order im geeigneten Moment sparen Reisende laut dem Anbieter rund 85 Euro. Die Wahl des günstigsten Reisetages bringt einen durchschnittlichen Bonus von weiteren 89 Euro pro Person.
Die gesparten Beträge können Konsumenten künftig gleich selbst vor Ort berechnen. Für diese mathematische Übung dient der „Skyscanner-Ersparnis-Rechner“ mit kompaktem Material zu den 15 beliebtesten Flugzielen. „Die meisten Menschen sind sich vieler ganz einfacher Buchungstipps nicht bewusst, die ihr Budget enorm schonen könnten. Diese Hinweise müssen kein gut gehütetes Branchen-Geheimnis bleiben. Wir verfügen über Zugriff auf Tausende von Datenpunkten, von denen wir Empfehlungen ableiten können“, weiß Friederike Burge, Expertin bei Skyscanner. Burge weiter: „Bei der Suche nach dem besten Tarif ist es wichtig, immer aktuell im Bilde zu bleiben. Die Seite ist so konzipiert, dass sich Reisende bei der Buchung sicher fühlen können. Wer sich dann über Änderungen für ein bestimmtes Ziel auf dem Laufenden halten möchte, kann die Preisalarm-Funktion nutzen. Reisende werden damit direkt mittels E-Mail über Senkungen informiert.“ Diese Post dürfte bei den Verbrauchern stets willkommen ■

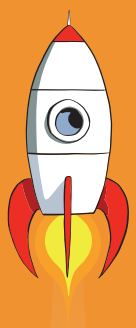
guenstiger.de GmbH, Kayak, Idealo, Raimo Rudi Rumpler

AirportCity

SPACE



DIE LOCATION FÜR MEETINGS & EVENTS



Im AirportCity Space am Flughafen Wien finden Sie großräumige und helle Konferenzflächen sowie abwechslungsreiche und inspirierende Kreativ-Landschaften für Workshops oder Meetings für bis zu 650 Personen.

airportcityspace.com

Book me!

VIE VIENNA AIRPORTCITY


WIR LÄSST
UNS ALLE
WACHSEN.
WIR MACHT'S MÖGLICH.


PEFC
PEFC/08-01-01
MUSTER
www.pefc.at
raiffeisen.at

Nur ned hudeln

Reisen wie vor hundert Jahren, der Weg als Ziel: Nostalgiereisen garantieren Entschleunigung und Entspannung. Am besten funktioniert das auf der Schiene.

TEXT: Rosa Vogel



Der Orient-Express: Der Edelzug ist der Inbegriff einer Nostalgiereise

Reisen wie anno dazumal – das klingt nach Entschleunigung, nach bewusst gewählter Langsamkeit. Bewusst und vor allem achtsam. So soll man „urlauben", wenn man eine sogenannte Nostalgiereise antritt. Hier soll sich der Reisende Zeit nehmen, die Natur genießen und die Einheimischen kennenlernen. Ohne Selfiestick in der Hand und Airpods im Ohr.

Im Ranking der sichersten Verkehrsmittel belegt der Zug den zweiten Platz. Ein guter Grund, sich auf eine Nostalgiefahrt mit der Transsibirischen Eisenbahn zu geben?! Eventuell. Egal ob mit dem Zug durch die Gegend dampfen oder mit einem historischen Flussschiff durch Kanäle und Aquädukte, Schleusen und Seen beispielsweise von der Nord- zur Ostseeküste zu schippern. Nostalgiereisen nehmen den Fuß vom Gas. Entschleunigung ist angesagt, und „Slow Travel" steht in neonfarbener Überschrift auf der To-do-Liste von so manchem gestressten Workaholic, der in seiner Work-Life-Balance im Alltag stets nach dem „Life" sucht.

Reisetrend Slow Travel

Langsam unterwegs sein. Weniger Stress, dafür mehr sehen. Corona hat uns das „Slow Travelling" schmackhaft gemacht, denn das pandemiebedingte „Owa vom Gas" empfanden viele von uns als doch recht angenehm. Slow Travel ist der Gegentrend zu einem Jet-set-Leben. Ankommen ist dabei nicht das Ziel, das Unterwegssein an sich erfährt die größte Wertschätzung auf einer solchen Reise. Beim Slow Travel tauscht man Tempo gegen Reflexion und Entfernungen gegen Tiefgang. Schon einmal an eine Seereise auf einem Containerschiff gedacht? In 15 Tagen von Bremerhaven über die USA nach Mexiko – alles möglich. Arne Gudde, Geschäftsführer des Veranstalters „Langsamreisen" aus Berlin, meint dazu: „Auf einer Frachtschiffreise hat man keine Ablenkung." Es gehe darum, der Natur nah zu sein und Zeit zu haben.

Aber auch der ökologische Fußabdruck spielt eine signifikante Rolle bei der Entscheidung für eine Nostalgiereise, denn dabei ist man sich über die Auswirkungen seines Handelns bewusst. Langsamer und damit auch länger reisen und somit auch seltener, dafür nachhaltiger – das hat durchaus Vorteile für das Klima.

Massentourismus? Nein, danke!

Slow Travel ist die erfolgreiche neue Form von Erlebnisreisen. Slow Travel ist flexibel. Es lässt sich im Luxus- wie im Low-Budget-Segment realisieren, in der freien Natur ebenso wie in Städten, privat und im Rahmen geschäftlicher Anlässe. „Das Phänomen hat seine Wurzeln im Megatrend Individualisierung und ist Teil des wachsenden Anspruchs nach Selbstgestaltung des eigenen Urlaubsideals. Das Tempo drosseln, Qualitätserlebnisse anders wahrnehmen, wirklich genießen statt nur Eindrücke sammeln – all das hat mit einer neuen persönlichen Haltung zu tun. Bedingt wird der Wandel durch das immer stärker verbreitete Gefühl, dass die Welt schneller zu werden scheint und der Alltag definitiv komplexer wird. Hier werden die Zeiten des Resets, des Pausierens, Tiefdurch-

Orient Express


NICHOLAS OFCZAREK
ALS
DIE WEINE
DES
BURGEN
LANDS
SO EINEN WEIN
SPIELT'S NUR DA.
burgenland
die sonnenseite österreichs



Nostalgie pur: Blick in eine Schlafkabine des Venice Simplon-Orient-Express

atmens und Anhaltens umso wertvoller", so ein Blog-Beitrag auf der Website zukunftsinstitut.de.
Wer den Wunsch nach Entschleunigung hat, vermeidet auf Reisen jede Form des „Durchgeschleustwerdens", eines passiv erlebten Spektakels, wie es häufig für Touristen im Pauschal-Segment inszeniert wird. Dem Slow Traveller geht es darum, „Slowness" mit verschiedenen Aktivitäten zu verbinden. Und diese Slowness erlebt man meistens eben auf Schiene.
Nostalgiereisen klingen nach „Zurück nach damals", nach einer „Zeitreise" mit nostalgischen Verkehrsmitteln und Eisenbahn-Romantik. Holzbänke, lautes Rumpeln und eine zischende Dampflock – so muss echtes Bahnfahr-Feeling sein. Aber auch mit Oldtimer-Fahrzeugen lässt sich ein Gefühl von „Langsamkeit" leicht herbeizaubern. Das goldene Zeitalter des Reisens erleben, fernab vom heutigen Massentourismus. In unserer hektischen Zeit, einer Zeit der verkehrten Werte, gibt es dadurch eine Rückbesinnung auf eine Epoche weitab vom Pauschaltourismus.

Mythos Orient Express

Machbar ist das etwa mit dem Orient-Express, der mehr als nur ein Mythos ist. Der belgische Ingenieur Georges Nagelmackers holte sich die Inspiration für diesen Zug in den USA, wo er im 19. Jahrhundert zum ersten Mal in einem Fernreisezug unterwegs war. In der damaligen Zeit waren Schlafwaggons noch eine absolute Rarität und für viele Reisende eine Faszination. Nagelmackers war von der Idee, Schlafen und Reisen zu verbinden, angetan. Die Idee für den Orient-Express war geboren.
Nach seiner Rückkehr nach Europa gründete er die Firma „Compagnie International des Wagons-Lits", zu deutsch „Internationale Gesellschaft für Schlafwagen". Am 5. Juni 1883 fuhr der Orient-Express seine erste Strecke von Paris nach Konstantinopel, das heutige Istanbul. Er war ein Zug der absoluten Luxusklasse. Ausschließlich feinste Materialien wurden für den Bau verwendet. Edles Teakholz schmückte die Waggons, schwere Teppiche bedeckten den Boden, hochwertige Ledersessel gab es als Interieur. Champagner wurde in Kristallgläsern serviert. Schauspieler, Sänger, Schriftsteller und Künstler gingen mit dem Orient-Express auf Reisen.
Doch diese glamouröse Epoche dauert nicht allzu lange. Nach dem Ersten Weltkrieg wurde das Luxuskonzept immer weiter aufgeweicht, bald war der Orient-Express ein gewöhnlicher Fernzug. Komplikationen infolge der beiden Weltkriege und der Eiserne Vorhang gaben dem Zug den Rest.
Seit dem 25. Mai 1982 ist der Zug unter dem Namen „Venice Simplon-Orient-Express" mit 17 authentisch renovierten Original-Waggons wieder auf Europas Schienen unterwegs. Liebhaber des besonderen Reisens können im legendären Luxuszug verschiedene Teilstrecken der Originalroute bereisen. Der heutige Orient-Express steuert zahlreiche europäische Städte an. Wer eine Zugreise der besonderen Art erleben will, hat daher eine große Auswahl an verschiedenen Strecken. Eine der beliebtesten ist Venedig-Paris-London. Diese Reise dauert nur zwei Tage und kostet über 2.000 Euro. Nostalgie ist also nicht zwingend ein Schnäppchen. Wer vollkommen in die Welt des Orient Express versinken will, kann auch die historische Route von Paris nach Istanbul buchen. Die Reise auf der legendären Original-Route dauert circa sechs Tage und kostet knapp 9.000 Euro. In den Ticketpreisen ist die Verpflegung an Bord immerhin inklusive, nur für die Getränke zahlt man extra.
Wer Anfänger in Nostalgiereisen ist, für den tut es vermutlich auch eine Schmalspurvariante. In Niederösterreich fährt der „Reblaus Express", eine Verbindung zwischen Wein- und Waldviertel. Die nostalgische Erlebnisbahn pendelt auf 40 Kilometern zwischen den sonnenverwöhnten Retzer Weingärten und den stillen Wäldern und Teichen des Waldviertels. Mit 17 Euro ist man da pro Kopf und Nase mit dabei.

Tschüss, Terminkalender!

Endlich wieder selbst über die eigene Zeit entscheiden. Eines nach dem anderen statt „Multitasking". Die hektische Zeit, der Termindruck dank digitaler Technik und die permanente Zeitnot haben ein kollektives Problem geschaffen. Um wieder zu sich selbst und die eigene Geschwindigkeit zurückzufinden, hilft nur das eine: Auf die Bremse steigen. Ein paar Gänge runterschalten. Und das Ganze – warum nicht – mit einem Hauch von Nostalgie. Schreibt man dann noch eine Postkarte statt einer WhatsApp-Nachricht aus seinem Urlaub, ist das Retro-Feeling perfekt. ■

Orient Express

Die kostenlosen Services der Österreich Werbung

Von Videoformaten mit aktuellen Infos für die Branche bis zur Bilddatenbank rund um Urlaub in Österreich: Mit zahlreichen kostenlosen Services unterstützt die Österreich Werbung die Branche bei ihrer täglichen Arbeit. Ein Auszug.

Mobilität: kostenlose Publikation

Die neue Publikation der ÖW-Tourismusforschung zu Mobilitätstrends und praktischen Use Cases ist für die Branche kostenlos. Bestellen Sie hier die Publikation „Wissenschaft der mobilen Zukunft – über das Nachhaltige, das Smarte und das Nahtlose der Mobilität des 21. Jahrhunderts“:
https://to.austriatourism.com/mobilitaet

ÖW Aktuell

Im regelmäßigen Live-Videoformat der Österreich Werbung geben Expertinnen und Experten aus den ÖW-Büros weltweit und der Branche Insights zu aktuellen Themen. Während der Live-Sendung haben Sie die Möglichkeit, Fragen zu stellen. Infos zur nächsten Sendung plus alle bisherigen Sendungen zum Nachsehen unter
www.austriatourism.com/oew-aktuell

ÖW Change

Das monatliche Zukunftsmagazin der Österreich Werbung beleuchtet die neuesten Entwicklungen in den Bereichen Digitalisierung und Nachhaltigkeit. Expertinnen und Experten stellen ihre innovativen Projekte aus dem Tourismus vor. Alle Sendungen zum Nachsehen unter
www.austriatourism.com/oew-change



Das regelmäßige Live-Format ÖW Aktuell bietet aktuelle Branchen-Insights



ÖW Change thematisiert News zu Digitalisierung und Nachhaltigkeit

Bilddatenbank

Sie suchen Motive rund um das Thema „Urlaub in Österreich“ zur Bewerbung Ihrer Angebote? In der ÖW-Bilddatenbank finden Sie buchstäblich tausende Fotos zur kostenfreien Nutzung. Bitte beachten Sie die bei den Fotos jeweils vermerkten Nutzungsbedingungen.
https://views.austria.info

Märkteseiten

Hier finden Sie alle relevanten Informationen zu den von der ÖW bearbeiteten Märkten. Von Nächtigungen über Saisonverteilung bis zur Gästestruktur, übersichtlich aufbereitet in einem Dashboard, bis zu Ferienterminen, Studien und Infos zu B2B-Veranstaltungen.
www.austriatourism.com

Österreich Werbung

Knappe Ressource Wasser

Beim Thema Nachhaltigkeit im Tourismus wird eine Ressource meist übersehen: Wasser. Doch angesichts immer häufigerer Trockenperioden besteht Handlungsbedarf, denn der Tourismus ist ein durstiges Gewerbe.

TEXT: Martin Krake



Eine traumhafte Ferienanlage – aber der Wasserverbrauch ist in trockenen Gegenden ein Problem

Adobe Stock

Das Thema Ressourcenverbrauch und Nachhaltigkeit ist längst auch im Tourismus angekommen. Doch wenn davon die Rede ist, dreht sich fast alles um CO_2-Äquivalente und vielleicht noch um Müllvermeidung. Aber es gibt noch eine andere Ressource, die vom Tourismus belastet wird: Wasser. Genauer gesagt das Süßwasser, das vor allem in den typischen Urlaubsländern im Süden schon immer ein knappes Gut war. Der Klimawandel verstärkt das Problem durch immer größere Hitze und durch häufigere und längere Trockenperioden. Und der Tourismus verschlingt in vielen Ländern einen hohen Anteil der sich verknappenden Ressource.

Auf den Baleareninseln etwa verbraucht der Tourismus 24 Prozent des Trinkwassers, wie eine Studie der Balearen-Universität belegt: Forscher verglichen dort den Wasserverbrauch während des Corona-Lockdowns, bei dem sich keine Touristen auf den Inseln aufhielten, mit den üblichen Zahlen. Ein Tourist verbraucht auf Mallorca im Schnitt 440 Liter Wasser pro Tag, hat Iván Murray, Geograf an der Balearen-Universität, auf Grundlage dieser Daten errechnet. Das ist rund dreimal so viel wie ein Einheimischer – und rund dreimal so viel wie zu Hause: In Österreich beträgt der durchschnittliche Verbrauch im Haushalt rund 130 Liter pro Kopf und pro Tag, in Deutschland sind die Zahlen ähnlich.

Zum Teil dürfte dieser Unterschied auf andere Nutzungsgewohnheiten zurückzuführen sein: Während die meisten Menschen zu Hause einmal täglich duschen, springen sie bei ei-

ENTERPRISE.ORF.AT

BUCHEN SIE ERFOLG.

ORF ENTERPRISE

BUCHEN SIE REICHWEITE.



Große Reichweite
macht Ihre Kampagne erfolgreich.

BUCHEN SIE ERFOLG

TV · RADIO · DIGITAL



Meerwasserentsalzung ist ein energieintensives Geschäft

nem Strandurlaub mehrmals täglich unter die Dusche. Aber die großen Wasserfresser im Tourismus sind gar nicht die Duschen und Toiletten. Sondern Gärten, die bewässert werden müssen, und Pools, die frisch gehalten werden müssen. Auch Wäschereien und Hotelküchen tragen ihren Teil zum hohen Wasserverbrauch im Tourismus bei.

Hoher Verbrauch

Eine Studie von Stefan Gössling von der Universität Lund und Paul Peeters von der Fachhochschule Breda, die 2015 im Journal of Sustainable Tourism veröffentlicht wurde, beziffert den Wasserverbrauch im Tourismus weltweit sogar auf abenteuerliche 6575 Liter pro Tag und Person. Der drastische Unterschied zu den Zahlen der Balearen-Universiät kommt dadurch zu stande, dass diese Studie noch die Nahrungsmittelproduktion mit einbezieht. Dieser Bereich wird alleine mit rund 6000 Litern pro Tag und Person veranschlagt und macht den weitaus größten Anteil daran aus.
Tatsächlich ist der Wasserbedarf für die Lebensmittelproduktion erheblich: So verbraucht ein Kilogramm Tomaten über 200 Liter Wasser, für Rindfleisch werden sogar verheerende 15.500 Liter pro Kilogramm genannt. Mit dem Verzehr eines einzigen Steaks verbraucht der Gast also mehr Wasser als während des gesamten Urlaubs unter der Dusche. Nun kann man freilich damit argumentieren, dass dies nicht alleine dem Tourismus zuzurechnen ist, denn Lebensmittel verbrauchen die Menschen auch zu Hause. Bei Hotelbuffets werden allerdings deutlich größere Mengen benötigt, weil vieles nicht verzehrt wird und im Abfall landet.
Aber auch Freizeitangebote wie Wellness oder Golf steigern die „Wasserschulden" erheblich. Studien sprechen hier von Zahlen zwischen 10 und 875 Liter pro Reisetag. Vor allem Golf ist in dieser Hinsicht verheerend, weil große Flächen bewässert werden müssen, um den feinen Rasen grün zu erhalten.

CO_2-Schleuder Meerwasserentsalzung

In vielen touristischen Schwerpunktregionen im Süden ist natürliches Wasser Mangelware. Zudem findet der typische Strandtourismus überwiegend in den Jahreszeiten statt, in denen kaum Regen fällt. Die Grundwasservorkommen würden bestenfalls zur Versorgung der lokalen Bevölkerung ausreichen, nicht aber für die Touristen. Deshalb muss hier in großem Stil mit Meerwasser-Entsalzungsanlagen nachgeholfen werden. Das gängige Mittel dazu ist die Umkehrosmose, ein energieintensives Verfahren, das viel Strom verbraucht. Dieser wird in der Regel durch Dieselkraftwerke oder andere fossile Kraftwerke erzeugt. Damit steht Wasserverbrauch in einer direkten Relation zum CO_2-Ausstoß.
Der Strombedarf einer Umkehrosmoseanlage liegt bei drei bis vier Kilowattstunden Strom pro Kubikmeter Wasser. Bei einer Destillationsanlage, wie sie etwa in Saudi-Arabien üblich sind, liegt der Wert sogar bei 25 KWh. Ein Kohlekraftwerk stößt für jede erzeugte Kilowattstunde um die 1100 Gramm CO_2 aus, selbst bei einem vergleichsweise umweltfreundlichen Erdgaskraftwerk sind es noch über 400 Gramm CO_2 pro KWh. Auf Inseln werden vor allem Dieselkraftwerke betrieben, da sich Schweröl als Brennstoff am leichtesten transportieren lässt. Auf Zypern etwa werden 90 Prozent des Stroms mit Dieselkraftwerken erzeugt, auf Mallorca kommt der Strom zu 75 Prozent aus Erdgaskraftwerken. Das macht, je nach der Art der Stromerzeugung, pro Kubikmeter entsalztem Meerwasser zwischen 1200 und 4400 Gramm CO_2. Umgerechnet auf einen Durchschnittsverbrauch von 440 Litern pro Tag und Person verursacht ein zweiwöchiger Urlaub in einer Region, die auf Meerwasserentsalzung angewiesen ist, zwischen 6,7 und 27,1 Kilogramm CO_2. Das ist soviel wie bei einer Autofahrt von 50-300 Kilometern. Alleine diese Zahlen belegen schon, dass Meerwasserentsalzung keine dauerhafte Lösung sein kann, um den touristischen Wasserbedarf zu decken.
In Entwicklungsländern kann der Wasserverbrauch der Touristen sogar drastische Auswirkungen auf die Lebensbedingungen der lokalen Bevölkerung haben. In vielen dieser Länder ist eine ausreichende Versorgung der Bevölkerung mit hygienisch einwandfreiem Wasser nämlich nicht gewährleistet. Die britische NGO TourismConcern berichtet, dass im indischen Goa ein

Adobe Stock

Kneissl-Reisende sehen und erleben mehr ...



Kneissl touristik
Studien Erlebnis Reisen

Tunesien RundReise: Karthager, Römer und Berber

27.10. - 5.11., 27.12.23 - 5.1.2024 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, meist ****Hotels/HP, Eintritte, RL **ab € 1.690,–**

Naturerlebnis Uganda

Auf den Spuren von Berggorillas und Schimpansen

10. - 24.7., 12. - 26.8., 23.12.23 - 6.1.2024 Flug ab Wien, Geländefahrzeuge, Schimpansen- & Gorilla-Tracking, *** und ****Hotels u. Lodges/meist HP, Bootsausflüge, Wildbeobachtungsfahrten, Eintritte, RL **€ 7.390,–**

Große Namibia RundReise - Chobe NP/Botsuana - Vic Falls

18.7. - 4.8., 3. - 20.10., 17.10. - 3.11.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, *** u. ****Hotels u. Lodges/meist HP, Bootsfahrten, Wildbeobachtungsfahrten, Eintritte, RL **€ 5.990,–**

Kirgistan

26.7. - 11.8.2023 Flug ab Wien, Kleinbus, Hotels, Gästehaus, Privatquartiere, Jurtencamps u. 1x Zeltcamp/meist VP, Eintritte, RL **€ 3.850,–**

Oman RundReise - Abu Dhabi

26.10. - 4.11., 28.12.23 - 6.1.2024 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, Geländefahrzeuge, *** u. ****Hotels u. 1x Wüsten-Camp/meist HP, Schifffahrt, Eintritte, RL **ab € 3.320,–**

Indien: Rajasthan

14. - 26.11. (Pushkar-Fest), 26.12.23 - 6.1.2024 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, **** u. *****Hotels u. 1x Heritage-Hotel/HP, Bootsfahrt, Eintritte, RL **€ 3.200,–**

Japan: Tempel, Technik, Traditionen

15. - 29.10., 16. - 30.11.2023 (Blattfärbung) Flug ab Wien, Kleinbus/Bus, Zug, ***Hotels/NF, Eintritte, RL **ab € 6.130,–**

Vietnam - Kambodscha

15.11. - 1.12., 22.12.23 - 7.1.24, 29.1. - 14.2. (Tet-Fest), 21.2. - 8.3.24 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, Schiff, ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL **ab € 4.290,–**

Höhepunkte Neuseelands

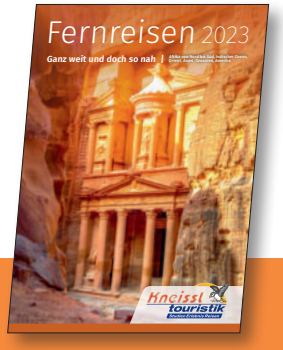
19.10. - 8.11.23, 23.2. - 14.3.2024 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, *** u. ****Hotels/NF, 1x HP, Bootsfahrten, Eintritte, RL **ab € 7.660,–**

Höhepunkte Mexikos

11. - 26.11., 23.12.23 - 7.1.2024 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, meist ****Hotels/NF, Eintritte, RL **ab € 3.980,–**

Chile - Land d. Kontraste

21.10. - 4.11., 23.12.23 - 6.1.2024 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, *** u. ****Hotels u. Hosterias/NF, Bootsfahrt, Eintritte, RL **ab € 6.290,–**



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



Üppige Gärten sind Wasserfresser Nummer eins

5-Sterne-Ressort 1785 Liter Wasser pro Zimmer und Tag verbraucht, während die in der Nähe lebende Bevölkerung mit täglich 14 Litern auskommen muss. Wegen Wassermangel und Verunreinigungen mussten dort schon Brunnen geschlossen werden.
Auf der indonesischen Insel Bali werden 65 Prozent des vorhandenen Wassers im Tourismus verbraucht. Da der Wasserdruck der öffentlichen Leitungen oft gering ist, besitzen die meisten Hotels eigene Brunnen, die im Gegensatz zu den Brunnen der Bevölkerung motorbetrieben sind. Diese Brunnen werden immer tiefer gebohrt, so dass der Wasserspiegel zunehmend fällt und Salzwasser das vorhandene Grundwasser verunreinigt. Spätestens dann wird der touristische Wasserverbrauch zum ethischen Problem.

Reaktion erst bei Leidensdruck

Es wäre also an der Zeit, die Ressource Wasser genauer in den Blick zu nehmen und nach Einsparungspotenzialen zu suchen. Manchmal muss aber erst ein gewisser Leidensdruck herrschen, damit sich etwas tut: Nachdem Zypern im Sommer 2008 von einer kritischen Wasserknappheit betroffen war und Trinkwasser unter hohem Aufwand aus Griechenland importiert werden musste, setzten zahlreiche Hotels Sparprogramme um. Diese waren so effektiv, dass der Tourismus auf Zypern seinen Wasserverbrauch um 9 Prozent reduzieren konnte.
Im schlimmsten Fall müssen die lokalen Regierungen die Wassernutzung stark einschränken. So hatte die Ferieninsel Mallorca im Sommer 2016 mit einer außergewöhnlichen Wasserknappheit zu kämpfen. Drastische Beschränkungen waren nötig: Die Wassermenge wurde auf 300 Liter pro Tag und Haushalt rationiert, das Bewässern von Gärten und das Befüllen von Pools verboten. Der Tourismus war zu dieser Zeit nicht von Einschränkungen betroffen, bei größeren Wasserkrisen wird es aber wohl unumgänglich sein, auch den Hotels ihr Wasserbudget zu kürzen. Wenn Hotels ihren Gästen das Duschen limitieren müssen und Gärten verdorren, wirkt sich das auf die Zufriedenheit der Gäste aus. Ein trockener Pool könnte sogar ein Grund für Stornos und Rückforderungen sein.
Es wäre also höchst dringlich, dem Thema Wasserverbrauch mehr Aufmerksamkeit zu widmen und ernsthaft nach Einsparpotenzialen zu suchen. Doch während sich in Sachen CO_2 in den letzten Jahren enorm viel getan hat, ist der Wasserverbrauch noch nicht wirklich in den Köpfen der Touristiker und ihrer Kunden angekommen, in den Nachhaltigkeitsprogrammen der großen Veranstalter findet man meist nur ein paar Sätze zu diesem Thema. Nur die 2019 implodierte Thomas Cook AG nahm das Thema ernst und berechnete 2015 beispielhaft den „water footprint" in 12 ihrer Hotels und Resorts auf der griechischen Insel Rhodos mit wissenschaftlichen Methoden. Als Ergebnis lieferte der Konzern mit dem „Water Management Manual" substanzielle Handlungsanweisungen für ihre Partnerhotels.
Das Ergebnis teilt den Wasserverbrauch in einen direkten und einen indirekten Anteil. Der direkte Anteil entsteht in der Unterkunft sowie durch Aktivitäten, der indirekte Anteil bezieht dazu noch die Anreise, den Energieverbrauch der Hotelanlagen sowie den Lebensmittelkonsum mit ein. Das Ergebnis erstaunt: Während der direkte Verbrauch mit 370 Litern Wasser pro Gast und pro Übernachtung schon recht hoch ist, explodiert der indirekte Verbrauch vor allem durch den Lebensmittelkonsum auf exorbitante 6200 Liter pro Gast und Tag.
Beim Wasserverbrauch gibt es deutliche Unterschiede in den einzelnen Komfortklassen: So verbraucht ein Luxushotel in einer mediterranen Gegend zwei-bis dreimal so viel Wasser pro Gast (450-650 Liter pro Nacht) wie ein niedrigpreisiges Hotel (150-200 Liter pro Nacht). In tropischen Gegenden ist der Verbrauch noch einmal deutlich höher mit 600-900 im Luxusbereich bzw. 300-400 Liter im Budget-Bereich.

Wasserfresser Nummer eins: Gärten

Die luxuriösen Resorthotels im Süden glänzen durch großzügige Grünanlagen und fallen auf Satellitenfotos oft als üppig grüne Inseln in wüstenhafter Umgebung auf, etwa auf Fuerteventura oder in Ägypten. Dass eine Grünanlage umweltschädlich sein kann – darauf kommt man erstmal nicht. Aber das üppige Grün hat einen Preis, denn in regenarmen Gebieten kann es

Adobe Stock



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



Poolanlagen sind für rund ein Drittel des Wasserverbrauchs verantwortlich

nur mit intensiver Bewässerung erhalten werden – es hat ja seinen Grund, dass die natürliche Vegetation in diesen Gegenden ganz anders aussieht. In einem Resorthotel der Luxusklasse ist alleine die Gartenbewässerung für 30-50 Prozent des Wasserverbrauchs verantwortlich, bei einem Stadthotel sind das nur 5-25 Prozent.
Aber in diesem Bereich sind wesentliche Einsparungen möglich, ohne dass der Gast das mitbekommt. So können wassersparende Bewässerungssysteme wie Tröpfchenbewässerung einen wichtigen Beitrag leisten, dass das Wasser auch wirklich bei den Pflanzen ankommt und nicht schon bei der Bewässerung verdunstet. Und es muss auch nicht unbedingt Trinkwasser sein: Für die Bewässerung reicht auch gesammeltes Regenwasser oder aufbereitetes Grauwasser aus den Duschen. Die Wahl von trockenheitsresistenten Grassorten und lokalen Zierpflanzen, die an lange Trockenperioden besser angepasst sind als Arten aus feuchteren Gegenden, kann alleine eine Ersparnis von 30-50 Prozent bewirken. Bei porösen Böden kann das Aufbringen einer dicken Humusschicht das Versickern des Wassers signifikant bremsen.

Das alles lässt sich aber nicht von heute auf morgen umsetzen: Technische Anlagen müssen erst installiert werden, ein wassersparender Garten müsste völlig neu angelegt werden. Am einfachsten ist die Umsetzung daher, wenn solche Maßnahmen gleich bei Planung und Bau einer Anlage mit einbezogen werden.

Wasserfresser Nummer zwei: Pools

Kein Ferienhotel im einer warmen Gegend kommt ohne einen Pool aus. In der Luxusklasse sind ausladende Poollandschaften mit großflächigen Becken ein wichtiges Verkaufsargument. Aber der Pool muss gefüllt und das Wasser regelmäßig aufgefrischt werden. In der Hitze verdunsten große Mengen und müssen ersetzt werden. Daher sind Pools alleine für einen Wasserverbrauch von 50-100 Litern pro Gast und pro Tag verantwortlich.
Maßnahmen wie das Abdecken der Pools in der Nacht können die Verdunstung reduzieren. Springbrunnen und künstliche Wasserfälle, die einen hohen Verdunstungsgrad haben, müssen nicht unbedingt den ganzen Tag über in Betrieb sein. Zahlreiche Umfragen haben ergeben, dass die Gäste durchaus Verständnis für kleinere Einschränkungen haben, wenn sie den Grund dafür kennen.
Erst an dritter Stelle kommt der direkte Wasserverbrauch der Gäste durch die Nutzung der Sanitäranlagen. Die Erhebung von Thomas Cook weist hier einen Anteil von 37 Prozent am Gesamtverbrauch aus, davon wiederum 70 Liter pro Gast und Übernachtung für Duschen und 56 Liter für Toiletten und Waschbecken.
Nicht unwesentlich sind auch zwei weitere Verbraucher: Wäscherei und Küche. Die Hotelwäscherei kommt auf 9 Prozent (30 Liter pro Gast und Nacht). Dieser Verbrauch kann ganz einfach halbiert werden, wenn Zimmer- und Poolhandtücher nicht mehr täglich, sondern nur noch jeden zweiten Tag gewechselt werden. Umfragen zeigen, dass die Gäste eine solche Frequenz zu einem hohen Anteil akzeptieren; erst bei einem Wechsel nur alle drei Tage bröckelt die Zustimmung. Auch sind Schilder wie „Legen Sie die Handtücher auf den Boden, wenn Sie einen Wechsel wünschen“ schon lange üblich. Etwas weniger einfach ist es, in der Küche zu sparen, die für 7 Prozent (25 Liter pro Gast und Nacht) verantwortlich ist.
Das „Water Management Manual“ von Thomas Cook rät Hotelbetreibern zur Installation von Durchflussmessgeräten, um den Wasserverbrauch der einzelnen Sektoren genau beobachten zu können. Diese Geräte nützen freilich nur dann etwas, wenn sie in festgelegten Intervallen abgelesen und die Werte über einen längeren Zeitraum aufgezeichnet und ausgewertet werden. So können auch versteckte Verbraucher wie etwa ein marodes Leitungsnetz, durch das viel Wasser versickert, oder eine ineffiziente Nutzung aufgespürt werden. Die Installation moderner Armaturen mit niedrigen Durchflussraten in den Bädern kann den Verbrauch um zehn bis zwanzig Prozent senken, ohne dass die Gäste einen Komfortverlust erleben.
Es gibt also viele kleine Schrauben, an denen man drehen kann. Dazu müssen Hoteliers und Veranstalter aber erstmal ein Bewusstsein für das Problem entwickeln. ■

Adobe Stock

„KIND SEIN“ auf der Schallaburg

Die Schallaburg lädt heuer ihre Besucherinnen und Besucher ein, dem Alltag zu entfliehen und die Welt wieder mit Kinderaugen zu sehen.

Kinder bauen sich Luftschlösser, müssen aber in einer Welt der Erwachsenen leben. Sie sollen Erwartungen erfüllen und sind zugleich von vielem ausgeschlossen. Die Kindheit prägt uns wie keine andere Zeit. Manche können es nicht erwarten, ihr zu entwachsen – andere blicken mit Wehmut und Sehnsucht auf sie zurück. Aber was bedeutet „Kind sein“ damals und heute? Und wie schaut eine Welt für Kinder aus? Oder könnte ausschauen?

„Kind sein“ heißt: „Alles und noch viel mehr“. Dominik, 38 Jahre

„Jetzt verstehen wir uns“

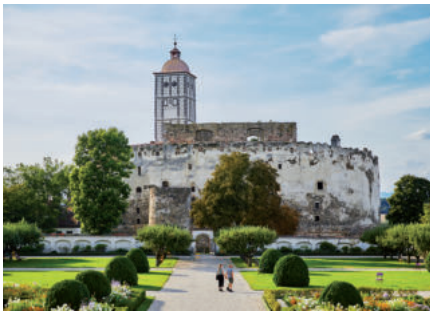
In allen Lebensbereichen müssen Menschen unterschiedlicher Generationen miteinander kommunizieren – ob im Beruf oder in der Schule, in der Familie oder in der Freizeit. Dabei muss auf verschiedene Bedürfnisse und Wertvorstellungen Rücksicht genommen werden. Das kann eine Herausforderung sein. Das Gesprächslabor „Jetzt verstehen wir uns!“ bietet die Möglichkeit, gemeinsam mit Menschen zu erforschen, wie eine generationenübergreifende Kommunikation besser gelingen kann.

Zeitkapsel der Erinnerung

Die Kindheit ist eine Frage des Blickwinkels: In jungen Jahren durchleben wir sie intensiv, als Erwachsene erinnern wir uns meist nur bruchstückhaft an sie. Doch welche Erinnerungen bleiben wirklich haften? Wir laden unsere jungen Gäste ein, eine Zeitkapsel mit ihren Emotionen und Erwartungen zu füllen – eine Schatztruhe für die Zukunft. Erst im Jahr 2033 darf die „Zeitkapsel der Erinnerung“ geöffnet werden!



Die Schallaburg bietet ein umfassendes Programm für Groß und Klein



Gesamterlebnis Schallaburg

Kulturwellness auf der Schallaburg

Spannende, abwechslungsreiche Ausstellungen am Puls der Zeit, ein belebter Arkadenhof, pure Entspannung im Schlossgarten, Bogenschießen sowie Air-Badminton in der historischen Spielstätte und kulinarische Highlights im Restaurant – das ist die Erlebniswelt Schallaburg.

Schallaburg

Öffnungszeiten:
13. Mai – 5. November 2023
Montag bis Freitag 9 – 17 Uhr
Samstag, Sonn- und Feiertage 9 – 18 Uhr
Kassaschluss jeweils eine Stunde vorher

Kontakt & Buchung:
+43 (0) 2754 6317-0
buchung@schallaburg.at

Weitere Informationen unter:
www.schallaburg.at

Klaus Pichler, Rupert Pessl

Mein teurer Solo-Trip

Alleine verreisen – das klingt für viele Menschen ziemlich befremdlich. Aber welche Chancen bietet ein Solo-Trip? Und vor allem: Auf welche Tücken muss man sich gefasst machen? FaktuM schaut genauer hin.

TEXT: Larissa Bilovits



Die Entscheidungsfreiheit ist für viele Menschen der Hauptgrund für eine Solo-Reise

unsplash

Schaut man sich Reisekataloge an, lachen einem zwangsläufig glückliche Menschen entgegen: Kinder, die im leuchtend weißen Sand spielen, während sich ihre Eltern mit Blick auf das türkisblaue Meer auf Liegestühlen entspannen. Verliebte Pärchen, die ihren verträumten Blick über die Dächer einer Großstadt schweifen lassen, und dennoch nur Augen für sich selbst haben.

Jene Bilder im Kopf erwecken den Eindruck, dass eine Reise nur dann schön sein kann, wenn man das Erlebte mit seinen Liebsten teilt. Aber wo bleiben die Singles? Was ist mit den Menschen, die einfach nur einmal dem öden Alltagstrott entkommen wollen – und sich komplett allein und unabhängig in neue Gefilde aufmachen wollen? Während die Vorzüge des Einzelurlaubs in Prospekten schon kaum abgebildet werden, bleiben Alleinreisende auch bei den Angeboten selbst deutlich benachteiligt.

Für die Freiheit

Laut einer Umfrage der Einkaufsplattform Picodi verbrachten 2019, im Jahr vor Beginn der Coronapan-

demie, etwa 39 Prozent der Österreicherinnen und Österreicher ihren Urlaub zu zweit mit dem Partner bzw. der Partnerin. Auch der traditionelle Urlaub mit der Familie war damals hoch im Kurs: 36 Prozent nahmen etwaige Partner, Kinder und Haustiere mit in den Urlaub. Gerade junge Menschen, die frisch das Nest der Eltern verlassen haben, gönnen sich zudem gerne eine Auszeit mit Freunden. So zog es 2019 rund 21 Prozent zusammen mit Freunden und Bekannten in die Ferne.

Aber wie sieht es mit Alleinreisenden aus? Hier schreibt die Statistik für das Vorkrisenjahr gerade einmal 4 Prozent. Ein signifikanter Trend nach oben ist hier nach wie vor nicht zu beobachten. Die wenigen Menschen, die sich dennoch in das Abenteuer Alleinreise stürzen, machen das vor allem aus einem Grund: Freiheit. Demnach ist für 45 Prozent die große Entscheidungsfreiheit der Hauptgrund für einen Single-Trip, wie eine Umfrage von inspektour zeigt. Zusätzlich geben 28 Prozent an, einen Urlaub im Alleingang zum Kontakteknüpfen mit neuen Bekanntschaften zu machen. Zudem wollen 22 Prozent sich selbst besser kennenlernen, während 15 Prozent eine Soloreise als Experiment sehen.



Hotelzimmer sind für Alleinreisende ein mitunter problematischer Kostenfaktor



Ein Bett im Schlafsaal kann die Kosten senken, ist aber nicht jedermanns Sache

unsplash

Übernachtungsfalle

Der erste Schock bei der Planung eines Urlaubs im Alleingang dürfte die meisten Menschen bereits bei der Hotelbuchung treffen. Während Doppel- oder Familienzimmer meist auf die Personenzahl gerechnet das beste Preis-Leistungs-Verhältnis bieten, schneiden Einzelzimmer hier oft deutlich schlechter ab. Kein Wunder, denn für ein Hotel sind die Fixkosten nicht automatisch nur halb so hoch, wenn etwa statt zwei Personen nur eine in einem Zimmer übernachtet. Reinigung, Strom, Wasser, Heizung, Einrichtung – das alles muss bezahlt werden. „Und die Kosten dafür sind nicht halb so hoch", sagt etwa Christopher Lück, Sprecher des Deutschen Hotel- und Gaststättenverbandes (Dehoga). Zudem kommt es hin und wieder vor, dass so mancher Alleinreisende sich über Zimmer im hintersten Eck, schlechte Internetverbindung oder schlechte Plätze im hoteleigenen Restaurant ärgern muss. Immerhin kann man eine Einzelperson deutlich einfacher in eine kleine, noch freie Stelle zwängen, als dies mit einer vierköpfigen Familie der Fall ist.

Möchte man sparen, lässt sich allerdings in einigen Fällen gut ausweichen. So kann man etwa ein Bett im Schlafsaal eines Hostels buchen. Zwar muss man sich dann damit ab-



Vor allem für Frauen kann es auch gefährlich sein, alleine zu verreisen

finden, mit mehreren fremden Menschen das Zimmer zu teilen. Jedoch kommt man so deutlich günstiger weg. Zudem bieten manche Budget-Hotels sogenannte französische Betten (150x190 cm) an, in denen – je nach Bedarf – ein oder zwei Menschen schlafen können. Die Zimmer sind also von Größe, Ausstattung etc. gleich, egal ob man allein oder zu zweit verreist. Hier werden dann oftmals die Zimmerpreise für eine Person angegeben, wobei man für eine weitere Person nur ein paar Euro draufzahlt.

Hohe Nebenkosten

Natürlich besteht ein Urlaub aber nicht nur aus den reinen Hotelkosten. Eine Reise bringt unzählige Kosten mit sich, die sich im Vorhinein kaum kalkulieren lassen – sei es nun für Verpflegung, Ausflüge, Eintrittspreise etc. Das beginnt bereits bei der Anreise. Entscheidet man sich für eine Fahrt mit dem eigenen PKW, muss man die Kosten für Benzin, Maut und etwaige Zwischenstopps als Single alleine stemmen. Gleiches gilt für Mietwägen, bei denen man als Reisegruppe den monetären Aufwand einfach teilen kann.
Aber auch bei öffentlichen Verkehrsmitteln wird man als Alleinreisender oftmals benachteiligt. Beispielsweise bieten viele Bahnunternehmen Familientickets zu Sonderpreisen an, die im Preis-Leistungs-Verhältnis deutlich besser abschneiden. Das könnte allerdings unter anderem daran liegen, dass man das Zugfahren für Familien attraktiver gestalten möchte. Fährt 2022 laut einer Statistik des ÖAMTC bereits jeder zweite Alleinreisende mit der Bahn in den Urlaub, benutzen 79 Prozent der Familien den privaten PKW.
Entscheidet man sich aber als Alleinreisender trotz der oftmals hohen Preise für die „Öffis“ und ist dann endlich am Urlaubsort angekommen, geht es mit den Benachteiligungen bereits weiter. Etwa mit einer Taxifahrt vom Bahnhof oder Flughafen zum Hotel. Auch das ist alleine natürlich bedeutend teurer.
Selbstverständlich will man im Urlaub aber auch etwas erleben. Während es sich mit Eintrittspreisen für Sehenswürdigkeiten, Museen und andere Aktivitäten ebenso verhält wie etwa mit Zugtickets – auch hier kommen Familien deutlich besser weg –, braucht man vor allem für Tagesausflüge oftmals ein großes Portemonnaie. Deswegen ein Tipp: Oftmals bietet die Unterkunft Gruppenausflüge an, bei denen man sich anschließen kann. Hier spart man nicht nur Geld, sondern kann auch nette Leute kennenlernen.

Sicherheitsrisiko

Möchte man Menschen kennenlernen und Freundschaften schließen, sind gesicherte Umgebungen – wie eben organisierte Gruppenausflüge – ohnehin die beste Gelegenheit dafür. Erkundungstouren auf eigene Faust können zwar ebenfalls schön, aber gleichzeitig auch durchaus gefährlich sein. Und zwar aus mehreren Gründen: Zum einen wird man als Alleinreisender eher zum Ziel von Betrügern, Abzockern, Taschendieben und Räubern. Reisegruppen schrecken diese nämlich eher ab, da so die Gefahr, aufzufliegen, für die Kriminellen deutlich größer ist.
Besondere Vorsicht ist geboten, wenn man abends ausgehen will. Alkohol sollte man – wie natürlich sonst auch – nur in Maßen konsumieren. Generell sollte man seine Getränke auch nie aus den Augen lassen. Denn K.O.-Tropfen setzen das Opfer meist außer Gefecht, bevor man überhaupt etwas spürt.
Gerade alleinreisende Frauen sollten auf der Hut sein. Auch wenn Frauen in der westlichen Welt tragen können, was auch immer sie wollen, ist diese Freiheit der Frau am Reiseziel möglicherweise nicht so ausgeprägt. Dementsprechend kann es durchaus sinnvoll sein, die Arme und Beine zu bedecken. Experten raten zudem zu einer Sonnenbrille, da es in manchen

unsplash

MUTTER ERDE

ORF
WIE WIR.

Weißt du, wo deine Lebensmittel herkommen?



Regionales und saisonales Obst und Gemüse ist besonders klimafreundlich. Informiere dich unter muttererde.ORF.at
Programmschwerpunkt in allen Medien des ORF | 17. bis 30. Mai

MUTTER ERDE dankt: Kronen Zeitung Tchibo LIDL WIEN ENERGIE



Selbstmitleid ist bei Alleinreisenden keine Seltenheit

Ländern sogar verpönt ist, anderen Menschen – und insbesondere Männern – auf der Straße in die Augen zu schauen.

Das (Selbst-)Mitleid

Die Frage, die sich hier stellt: Sollte man bei all diesen Nachteilen und potenziellen Gefahren überhaupt allein reisen? Eines steht fest: Auf sich selbst gestellt zu verreisen, kann durchaus seine Vorzüge haben. So kann man sich am besten vom Alltagsstress abkapseln und hat ein paar Tage ausschließlich für sich. Dennoch muss man sich auch darauf gefasst machen, dass man so auch von manchen bemitleidet wird. Was natürlich vor allem vom Reiseziel abhängt.
Tatsächlich ist es in manchen Ländern dieser Welt für die einheimische Bevölkerung gar nicht vorstellbar, alleine zu verreisen. Beispielsweise in Kulturen, in denen das Familienleben die höchste Priorität besitzt. Dort wird man sich vermutlich an Fragen gewöhnen müssen wie etwa: „Warum reist du alleine? Bist du nicht verheiratet? Hast du keine Kinder?“ Gerade als Frau wird man an solchen Orten vermutlich mit Vorurteilen zu kämpfen haben, weil bei den Einheimischen der Eindruck entstehen könnte, dass man in ihr Land gekommen ist, um einen Mann zu suchen. Natürlich kann man sich Standardantworten für diese Themen überlegen. Trotzdem muss man sich vor der Wahl des Reiseziels aber im Klaren darüber sein, ob einen solche Äußerungen persönlich treffen. Ebenso wie mitleidige Blicke, wenn man alleine am Frühstückstisch sitzt und in sein Handy starrt.
Das Mitleid von außen ist aber nicht das Einzige, was an einem nagen kann. Gerade dann, wenn einmal nicht alles so glatt läuft – und das tut es auf fast keiner Reise ausschließlich – kann ein Gefühl entstehen, das mit Selbstmitleid zu vergleichen ist. „Was mache ich hier eigentlich?“, ist eine Frage, mit der sich gerade weniger selbstbewusste Menschen auf Single-Urlauben möglicherweise konfrontiert sehen. Fakt ist aber: Schafft man es dann doch, sich auf eigene Faust durch fremdes Gefilde zu schlagen, stärkt das das Vertrauen in die eigene Person ungemein.

Aber wohin?

Grundsätzlich gilt: Nur weil man alleine reist, hat man nicht automatisch eingeschränktere Möglichkeiten. Vor allem nicht in der Wahl der Zieldestination. Nahezu jedes Land und jede Stadt verfügen über geeignete Angebote für Alleinreisende. Je nachdem, wofür man sich interessiert – sei es nun ein klassischer Strandurlaub, ein aufregender Städtetrip oder die Erkundung fremder Kulturen – findet man im Internet zahlreiche Reisetipps für seinen Solo-Trip. Besonders hoch im Trend liegen dabei Länder wie die USA, Spanien oder Australien. Diese sind etwa auch bei Backpackern recht angesagt.
Gerade für Frauen bietet sich aufgrund der hohen Sicherheit aber auch Nordeuropa an. Laut einer Erhebung des OECD Better Life Index ist beispielsweise Norwegen das sicherste Land Europas. Demnach sagen 93,2 Prozent der Einheimischen, dass sie sich sicher fühlen, wenn sie nachts alleine nach Hause gehen. Zum Vergleich: Österreich liegt hier mit 85,7 Prozent europaweit auf Platz 6, der OECD-Durchschnitt liegt bei 73,9 Prozent.
Besonders sicher und ebenfalls hoch im Kurs bei Alleinreisenden ist auch Island. Zwar ist ein Urlaub auf dem kleinen Inselstaat nicht ganz so günstig wie etwa in Indonesien oder Thailand, allerdings gibt es hier aufgrund der atemberaubenden Natur viel zu entdecken und genügend Platz, um die Seele baumeln zu lassen.
Egal wofür man sich schlussendlich entscheidet: Alleine zu reisen ist eine große Chance – vor allem für das eigene Selbstbewusstsein. Und fast in jedem Fall gibt es Möglichkeiten, die großen Kostenfallen für Alleinreisende zu umgehen. ■

unsplash

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



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

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

Luft nach oben

Corona hat die Gastronomie wirtschaftlich keineswegs abserviert. Eine zusätzliche Portion Geduld bei der Rückkehr zur Normalität benötigt die Fast Food-Branche.

TEXT: Christian Prenger



In den Schnellrestaurants bleiben immer öfter die Tische leer

Viele Kochbücher bauen jetzt eine neue Staubschicht auf. Nach der Pandemie kehrt jene Alternative zu Take Away, Tiefkühltruhe und Fertiggerichten in den Schrank zurück: Die Türen der Gastronomie sind wieder dauerhaft geöffnet. Gäste können wie einst gewohnt im Lokal ihrer Wahl das Mittagsmenü ordern und die Kassen füllen. Nach einer langen Zeit der Ungewissheit, begleitet von staatlicher Unterstützung und Zukunftsängsten, kehrt Hoffnung in die Stuben ein. Corona hat die Gastronomie nicht abserviert, statt kalter Küche wird auf gepfefferte Einnahmen gehofft.

Doch das Zittern vor einer Pleitewelle ist noch nicht vom Tisch. Multiple Krisen machen die Sache nicht leichter, trotz aller positiven Tendenzen. Zäh verläuft der Aufschwung offenbar in einer bisher erfolgsverwöhnten Branche: Fast Food wird rasch an den Gast gebracht, die Rückkehr zur Normalität hält mit dem Tempo aber noch nicht Schritt. Vielmehr ist global eine zusätzliche Portion Geduld gefragt angesichts einer langsameren Erholung. In Österreich jedenfalls können Burger, Bratwurst, Döner, Pizzaschnitten oder Nudeln zusätzliche monetäre Kalorien vertragen.

Das Geschäft blieb 2022 deutlich hinter den Erwartungen zurück, dokumentieren Zahlen der Marktanalyse Branchenradar.com. Laut dem Marktforschungsinstitut hat sich der Umsatz zu Endverbraucherpreisen gegenüber 2021 nur moderat um 3,5 Prozent auf rund 1.052 Millionen Euro erhöht. Bei Würstelständen und Imbissen verzeichneten die Erlöse im Jahresvergleich ein Plus von 2,7 Prozent. Die Systemgastronomie nahm um 3,7 Prozent zu. Was den Hunger der Macher nach fetten Umsätzen sicher nicht stillen konnte: Für die gesamte Gastronomie berechnete Statistik Austria einen stattlichen Anstieg von 46 Prozent.

Höhere Verkaufspreise

Damit reduzierte sich keineswegs nur der Fast Food-Anteil bei allen Branchenerlösen von 9,9 auf 7,0 Prozent. Im Gegensatz zur klassischen Gastronomie blieb die flotte Verköstigung auch unter dem Niveau von 2019, als niemand etwas von einer weltweiten Gesundheitskrise ahnte: Die Differenz betrug im Vorjahr fast 20 Prozent. Außerdem war das ohnehin mäßige Wachstum gemäß Branchenradar durch höhere Verkaufspreise getrieben. Diese kletterten im Jahresdurchschnitt um 8,8 Prozent. Die Nachfrage bei Snack und Co. zeigte damit rückläufige Tendenzen.

Für diese wenig schmackhafte Entwicklung existieren offenbar handfeste Ursachen. Als ein monetärer Fatburner gilt der Umstand, dass Schnellgerichte in Haushalten mit Kindern und in weniger betuchten Kreisen überdurchschnittlich stark verankert sind. Dort sorgt die massive Teuerung jedoch für enorme Belastungen. Wer überlegen muss, ob sein Einkommen für Lebensmittel, Energie, Treibstoff und Miete reicht, spürt vermutlich geringeren Appetit auf ein kulinarisches Zusatzvergnügen.

Auch das Verhalten der Kunden macht sich nachteilig bemerkbar. Die Experten orten hier eine weitere Hürde: Der sprunghafte Anstieg in der klassischen Gastronomie beruht überwiegend auf dem Wunsch nach einem feinen Leben wie vor der Pandemie. Die Konsumenten gehen endlich wieder aus, treffen sich, kommunizieren und haben ihren Spaß. Professionelle Schnellgaststätten werden jedoch nur bedingt mit geselligen Zusammenkünften, längeren angeregten Gesprächen sowie Kontaktpflege assoziiert.

Adobe Stock

Gewinnen Sie mehr Kunden



© Foto: shutterstock.com/Pressmaster

mit dem feibra Streuplantool

Online unter www.feibra.at/streuplan

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.



Das wirtschaftliche Schönwetter meldet sich in der Fast Food-Branche mit Verzögerung zurück – die Verantwortlichen sind dennoch überzeugt vom großen Revival



Die Schnellversorgung geht neue Wege: In der 24h Selfservice Pizzeria BistroBox kann der Gast in nur zwei Minuten Teigfladen in Eigenregie backen

Standardisierte Qualität

Was zwar in der Natur der Sache liegt, den Umsatz aber nicht fördert. „Das Leistungsspektrum des Fast Food-Angebots ist diesbezüglich überschaubar. Zumal auch in Werbung und Öffentlichkeitsarbeit primär das Produkt im Fokus steht. Aber nicht die sozialen Aspekte eines Besuchs", meint Branchenradar-Studienautor Andreas Kreutzer.

Die Nachfrage orientiert sich an anderen Faktoren: Rasche Verfügbarkeit, standardisierte Qualität sowie gutes Preis-Leistungs-Verhältnis. Diese Tugend weist besonderes Potenzial auf: Wenn die Tarife in traditionellen Lokalen und Restaurants weiter zügig nach oben gehen, könnte die Lust auf Fast Food erneut merklich zulegen.
Optimismus ist jedenfalls allerorts ausreichend vorhanden. „Die Pandemie hat alle von uns stark beeinflusst. Viele Restaurants mussten schließen, andere ihre Kapazitäten reduzieren. Viele haben sich bis heute nicht erholt. Aber Fast Food ist ein wichtiger Bestandteil des Alltags. Viele Menschen haben oft keine Zeit, eine richtige Mahlzeit zu genießen. Daher sind gute Mitbewerber wichtig. Niemand kann oder soll jeden Tag das Gleiche essen. Wir haben seit der Pandemie unser Take Away-Geschäft stark verbessert und werden weiter darauf bauen", sagt Ronny Luerong Chen, CCO der asiatischen Kette Noodle King.
Die aktuelle Situation macht es trotz aller Ambitionen für keinen Betrieb einfach, wieder auf die kommerzielle Überholspur zu gelangen. „Nachwirkungen der Pandemie, hohe Energiekosten und steigende Inflation stellen die gesamte Gastronomie vor Herausforderungen. Das betrifft ebenso den Außer-Haus-Konsum. Die Österreicher legen aber viel Wert auf das gute Preis-Leistungs-Verhältnis und eine breite qualitative Angebotsvielfalt. Wichtig ist auch ein zeitgemäßes Restauranterlebnis und eine Infrastruktur mit attraktiven Services für sämtliche Generationen", erläutert Wilhelm Baldia, Sprecher von McDonald's Österreich.

Fleischlose Waren

Bei KFC blicken die Verantwortlichen gleichermaßen positiv gestimmt nach vorne. „Grundsätzlich geht es der Systemgastronomie in Österreich gut, und wir konnten uns weiterentwickeln. Sowohl mit bestehenden Restaurants als auch mit Neueröffnungen. Luft nach oben ist vorhanden, der lokale Markt ist noch keineswegs gesättigt", vermerkt Agnieszka Imsirovic, Marketingchefin von KFC Österreich. Dort erhält ein spezieller Trend mehr Platz auf der Speisekarte: Kentucky Fried Chicken offeriert neben dem gewohnten Sortiment zunehmend fleischlose Waren, die keineswegs versteckt, sondern explizit promotet werden.
International springen immer mehr Fast Food-Spezialisten auf jenen Zug auf. Was nur bedingt auf Überlegungen zum Tierwohl basiert. Vielmehr lässt sich das wachsende gesellschaftliche Bewusstsein für eine Ernährung ohne Huhn, Schwein und Co. nur mehr schwer ignorieren. „Mittlerweile

McDonald's Österreich, BistroBox

Alle MÄNNER SIND SCHWEINE



Robert Sommer

Satirisches über die politische Korrektheit

echomedia



Andreas Kreutzer, Branchenradar.com: „In der Fast Food-Branche stehen soziale Aspekte eines Besuchs nicht im Fokus“



Wilhelm Baldia, McDonald’s Österreich: „Energiekosten und Inflation stellen die Gastronomie vor Herausforderungen“



Tim Lenke, Burger King Deutschland: „Premium funktioniert auch im Fast Food“



Karl Schillinger, Swing Kitchen: „In zehn Jahren wird die Branche fast alles vom Tier in pflanzlicher Qualität ersetzen“

gibt es zahlreiche sehr gute Alternativen. In zehn Jahren wird die Branche fast alles vom Tier in authentischer pflanzlicher Qualität ersetzen. Deshalb sind wir überzeugt, dass mittelfristig zumindest die Hälfte des Sortiments bei den Anbietern rein vegan sein wird. Da solche Optionen immer günstiger werden, lassen sich damit keineswegs nur die Umsätze, sondern auch die Gewinne ankurbeln“, weiß Karl Schillinger, Gründer der veganen Kette Swing Kitchen.
Solche Perspektiven dürften dazu motivieren, strategische Akzente am Puls der Zeit zu platzieren. Generell zeigen sich viele Player sehr bemüht, ihre Kompetenzen spürbar zu optimieren. Schließlich fördern eintönige Kost, sterile Atmosphäre oder mieses Service selten das Image und schon gar nicht den Absatz. Die Konsumenten sind generell anspruchsvoller geworden, auch bei der schnellen Zufuhr von Kalorien und Kohlehydraten. Deshalb verschwindet ein unterkühltes Abfertigungs-Ambiente mit Fließband-Flair in der gesamten Industrie zusehends von der Bildfläche.

Smartes Auftreten

Vielmehr präsentieren gerade Newcomer ihre Örtlichkeiten im schicken Look, der sogar Hipstern und Bobos gefallen könnte. Was durchaus hilfreich sein dürfte beim Erreichen von Zielgruppen, die bisher bei der bloßen Erwähnung von Fast Food dankend abgewunken haben. So beweist unter anderem eine neue Generation von Würstelständen in Wien wie „Alles Wurscht“, dass es auch anders geht. Selbst solche nicht zwingend zeitgeistigen Institutionen können jetzt durch neue Erfindungen und smartes öffentliches Auftreten wieder vermehrt Besucher anlocken. So verfügt der „Wiener Würstelstand“ über ein Biogütesiegel. „Eh Wurst“ ist wiederum die Würstelbar für vegane Genießer.
Die Fast Food-Branche, deren Dynamik noch immer leicht unterschätzt wird, zeigt sich also kreativ, modern orientiert und flexibel. Bei Burger King ziert Premium die Auswahl: „King‘s Selection“ verspricht feinste Zutaten und spezielle Geschmackserlebnisse. In Deutschland wurde mit dem „King‘s Crunchy Pepper Chicken“ ein weiteres Gourmet-Objekt gelauncht. „Viele Gäste wollen sich bewusst einen Burger mit außergewöhnlichen Kombinationen gönnen. Die King‘s Selection zeigt, dass Premium auch im Fast Food funktioniert“, betont Tim Lenke, Senior Manager Product Development & Innovation bei Burger King Deutschland.
Ob sich hingegen eine neue Version des mobilen Verzehrs etablieren kann, wird sich weisen: In urbanen Gebieten mehrt sich unaufhaltsam die Versorgung durch Automaten-Lokalitäten ohne Mitarbeiter, die rund um die Uhr geöffnet sind. In den Fächern kompakter Mini-Restaurants finden sich Getränke, Snacks, Sandwiches und andere Erzeugnisse für die eiligen Entnehmer.
Die Objekte von Foodie Fridge können noch mehr. Dort lagern in den Fächern von Bowls über Wraps bis zum Wochenmenü frisch zubereitete Speisen, die zu Hause in wenigen Minuten aufgewärmt sind. Ohne jeglichen Smalltalk mit dem Personal oder zufällig anwesenden anderen Selbstverköstigern. Alles funktioniert rasch, anonym und mit wenig Aufwand. Perfekt für Singles oder Nachtschwärmer, denen die Burger-Bude ums Eck schon als zu stressig erscheint. Vielleicht erwärmen sich solche Kunden auch für die italienischen Spezialitäten des österreichischen Start-ups BistroBox. In jener 24h Selfservice Pizzeria ersetzt das Touch-Display die Bedienung. Der User kann in zwei Minuten selbst Steinofen-Kreationen backen. Fast Food bringt offenbar ungeahnte Talente an das Tageslicht. ■

SI.MA. pix , McDonald’s Österreich, Barbara Nidetzky, Swing Kitchen

Werden Sie Teil der Petition:

STOPPT DIE ORF STEUER!

ÖSTERREICH/OE24-PETITION gegen ORF-Haushaltsabgabe unterstützen:

Mitmachen auf www.oe24.at/orf

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: 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** erhebt sich ein modernes Wohnprojekt mit hoher Lebens- und **Aufenthaltsqualität**. Im Mittelpunkt stehen die 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**. Doch es gilt, sich schnell zu entscheiden. Es sind nur noch wenige Wohnungen frei.

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.

Kollitsch Immobilien GmbH, GS Visuals, Render Vision

Sich zurückzieht für einen Kaffee. Oder sich im Garten trifft für einen Plausch. Sich 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

Puren Luxus erleben

An erster Stelle steht bei MERBAG die Qualität. Dicht gefolgt von Kompetenz und Leidenschaft. Diese Kombination macht sie seit über 100 Jahren zu einem zuverlässigen Partner. Mit der Ausstellung des kompletten Mercedes-Benz-Modellportfolios lädt der bald neu eröffnete Merbag-Standort im 22. Bezirk in der Donaustadtstraße alle Mercedes-Benz-Liebhaber zum exklusiven Erleben ein.



Herzlich willkommen: ein erster Blick auf den neuen Merbag-Standort in der Donaustadtstraße

Mit 27 Standorten in der Schweiz, 5 in Italien, 5 in Luxemburg, 6 im Großraum Wien und 7 neuen Standorten in Deutschland sorgen rund 3000 Mitarbeitende mit Leidenschaft und hoher Fachkompetenz für zufriedene Kunden. Analog zur Luxusstrategie von Mercedes-Benz werden zukünftig auch die Kunden beim Betreten des Schauraums in Wien-Donaustadt in die neue Merbag-Welt entführt. Nach nur viermonatiger Umbauzeit befindet sich der neue Schauraum in der Donaustadt knapp vor der Fertigstellung. Mit einer Schauraumfläche von über 1.400 m² bietet der Standort ein exklusives Markenerlebnis. Planung und Umsetzung gelangen in Rekordzeit dank vieler Mitarbeiter, die tat-

Tatiana Weber

kräftig unterstützten. Das Ziel ist es, eine neue, innovative Erlebniswelt à la Merbag zu erschaffen. Geboten wird ein individuelleres Service für Merbag-Kunden, an deren Wünschen man sich mit dem Umbau noch stärker ausgerichtet hat.

Look and feel – besonderes Erlebnis

Im neuen, großzügigen Schauraum erleben alle Besucher haptisch sowie digital die Merbag-Welt. Die gestalterischen Elemente wie der Infotainmentbereich bringen nicht nur die ausgestellten Sterne zum Leuchten, sondern bieten auch viel Platz zum Verweilen. Am Empfangspult direkt im Eingangs-Bereich heißt zukünftig ein Merbag „Star Assistant" alle Kunden und interessierte Mercedes-Benz-Freunde „herzlich willkommen". Durch die Designsprache und das offene Raumkonzept empfinden Besucher alles noch intensiver und bekommen ein Gefühl für die Exklusivität, die Merbag ihnen bietet. Bei Fragen stehen geschulte Mitarbeiter bereits an diesem Touchpoint gerne zu ersten, informellen Gesprächen bereit.
Im Lounge-Bereich, dem Zentrum des Geschehens, kommt der Wohlfühlfaktor nicht zu kurz. Besucher sind herzlich eingeladen, in ganz entspannter Atmosphäre ihre Eindrücke auf sich wirken zu lassen. Bei einem gemütlichen Kaffee wird gerne auf die individuellen Bedürfnisse der Kunden eingegangen. Wenn gewünscht, können Besucher auch gleich nach ihrer persönlichen Begrüßung in ein Gespräch mit einem Berater gehen, der die Wünsche und Anliegen aufnimmt und anschließend gerne Modelle vorstellt und berät.
„Zu unseren Werten und Grundparadigmen gehören nicht nur das Vertrauen der Kunden, sondern auch die herausragende Qualität aller Leistungen. Angefangen bei der Beratung über die Betreuung vor und während des Kaufs bis hin zu Top-After-sales-Leistungen", erläutert Martin Heger, Geschäftsführer der Merbag GmbH.

Luxus durch Technik

Nach der Fertigstellung in Donaustadt kann der neue EQS SUV und ein Großteil der umfassenden Produktpalette begutachtet werden. Nicht erst seit vollelektrische Fahrzeuge den Markt revolutionieren, setzen Mercedes-Benz und Merbag auf einzigartigen Komfort, gepaart mit mo-



Im neuen, großzügigen Schauraum erleben alle Besucher sowohl haptisch als auch digital die Merbag-Welt



Gestalterische Elemente wie der Infotainmentbereich bringen nicht nur die ausgestellten Sterne zum Leuchten



Besucher können ihre Traumautos in der Merbag-Welt aus der Nähe begutachten

Tatiana Weber



Das Ziel ist es, eine neue, innovative Erlebniswelt zu erschaffen



Bei der großzügigen Auswahl an Mercedes-Benz-Autos ist für jeden Geschmack etwas dabei

dernster Technik. Die jetzt in allen Modellreihen enthaltenen Mercedes-EQ-Fahrzeuge heben den Standard nochmals deutlich. Der vor Kurzem in Österreich präsentierte EQS SUV von Mercedes-EQ ist ganz klar als ein reichweitenstarkes Luxusmodell positioniert. Er ist kein gewöhnliches SUV, sondern sorgt für einzigartige E-Mobilität im Premium-Segment mit sorgfältig durchdachter Raffinesse. Die Fahrzeuge und die Verkaufsstandorte sind allerdings nicht die einzigen leuchtenden Sterne bei Merbag. Auch die Merbag Servicewelt strebt nach mehr.

Die Servicewelt der MERBAG

Seit es das Hol- und Bringservice und andere Mobilitätslösungen gibt, geht Luxus bei Merbag weit über den Verkauf hinaus. Merbag bietet nicht nur Convenience, sondern auch Dienstleistungen, die maßgeschneidert und immer am neuesten Stand der Technik sind. Die neue Wheel-Doctor Felgenreparatur oder die ECARF-zertifizierte Klimaanlagenreinigung zum Beispiel. Bei Merbag wird jetzt eine ganz neue Methode benutzt, um Ihr Auto nicht nur sauber zu halten, sondern auch die Luftqualität auf einen neuen Standard zu heben. Besonders für Allergiker, Kleinkinder, Senioren und Menschen mit Atemwegserkrankungen sollte eine regelmäßige Klimaanlagenreinigung gemacht werden, um abgestandenes Kondenswasser und dadurch entstehende Bakterien, Keime, Gerüche, aber auch aus der Luft gefilterte Pollen zu mildern.

Merbag legt ein großes Augenmerk auf bestgeschulte Mitarbeiter. „Unsere Kunden sollen ihren Termin bei Merbag als ein Serviceerlebnis erster Stufe wahrnehmen“, so Martin Heger. „Top-Dienstleistungen wie Wartung, Reparatur oder Werterhalt mit hochtechnischen Fahrassistenzsystemen verlangen bestausgebildete Techniker. Merbag bildet diese aus.“

Der Luxus, den der Standort nach außen repräsentiert, wird bei Merbag bis ins kleinste Detail gelebt. Bei den sich wiederholenden Wartungen und Fahrzeugservices sind die Standorte der Merbag eine große Hilfe. Der rechtzeitige Werterhalt des Fahrzeuges ist nämlich sehr wichtig. Im Angebot des Merbag Service ist die Reparatur und der Umbau des Fahrzeuges sowie die Fahrzeugpflege, falls Sie Ihrem Auto wieder einmal etwas Gutes tun wollen. Die Reifen und die Felgen werden so vorbereitet, dass sie auf der Straße den besten Grip haben und ein großartiges Fahrerlebnis versprechen. Werden verschiedene Ersatzteile oder weiteres Zubehör benötigt, kann die Merbag mit Originalzubehör der jeweiligen Autos punkten. Auch verschiedene Aktionen und Top-Angebote gibt es immer wieder, welche für große Kundenzufriedenheit sorgen.

Der aktuelle Frühjahrscheck ist sehr beliebt bei den Kunden, da das Auto nach den kalten Temperaturen, dem Streusalz und dem Schmutz wieder rundum versorgt und für den Frühling startklar gemacht wird. Ein weiteres aktuelles Angebot ist, dass Merbag Ihre Räder umsteckt und die saisonalen Reifen im Räderdepot einlagert. Viele Keller quellen schon aufgrund anderer Sachen über, weswegen das für viele eine gute Ausweichmöglichkeit darstellt. Bevor die neuen Reifen angesteckt werden und zur Ausfahrt bereit sind, werden sie noch auf Beschädigungen, Verschleißbild und die Profiltiefe geprüft. So können Sie gut und sicher in die kommende Saison starten, ohne sich Sorgen um Ihre Sicherheit oder den Platz im Keller zu machen. Das Notfall-Center der Merbag ist 24 Stunden lang bei Pannen oder Unfällen für Sie da.

Tatiana Weber

Volle Aufmerksamkeit für Ihre Marke.

Wir platzieren Ihre Werbebotschaft zur richtigen Zeit am richtigen Ort.



CROSS VERMARKTEN.

ip.at

ZUM GOLDENEN HIRSCHEN

IP

RTL

RTL ZWEI

sport1

sky

R9

KRWONE TV

influence vision

ZUGKRAFT

aeneasmedia

monitor werbung

KULINARISCHE ERLEBNISSE

Ob Sie ein Liebhaber von Steak oder ein Genießer der italienischen Küche sind – für jeden Geschmack gibt es bei den exklusiven Veranstaltungen im The Ritz-Carlton, Vienna etwas Passendes.



The Ritz-Carlton, Vienna

Dstrikt goes Nussberg – Rare & Well Done

Ein abendlicher „Steakbrunch" des Dstrikt Steakhouse erwartet Sie am 7. Juni 2023 mit regionalem Fleisch, besten Weinen und tollen Beats eines Radio Superfly DJs.
Entspannen Sie bei sommerlicher Stimmung beim Heurigen Wieninger am Nussberg. Genießen Sie den Sonnenuntergang mit Blick über die Weinberge Wiens, während Fritz Wieninger und das Dstrikt Team Sie mit allem verwöhnen, was zu einem abendlichen Grillen dazugehört.
Neben köstlichen Steaks, Brettljausn, Wein und erfrischenden Getränken rundet ein Dessert den Abend in den Weinbergen perfekt ab. Tickets für €199,- pro Person können Sie entweder auf Eventbrite.at oder direkt im Dstrikt Steakhouse erwerben.

Datum: 7. Juni 2023, 18:00-22:00 Uhr
Preis: €199,- pro Person
Telefon: +43 131 188 150



Lisa M. Leutner

Tasca Conti D'Almerita meets Ciccio Sultano at Pastamara – Bar con Cucina

Genießen Sie einen besonderen Abend im Pastamara – Bar con Cucina mit sizilianischen Köstlichkeiten des renommierten Zwei-Sterne-Kochs Ciccio Sultano, begleitet von den außergewöhnlichen Weinen des Gutes Tasca D'Almerita aus Sizilien.
Seit über acht Generationen produziert die Grafenfamilie Tasca D'Almerita ihre hochwertigen Weine auf fünf verschiedenen Weingütern in Sizilien. Die Bewahrung der Tradition und der Schutz der Ökosysteme haben höchste Priorität und zeichnen sie aus.
Seit mehr als fünf Jahren erfreut sich das Pastamara – Bar con Cucina an der Kreativität und den Kreationen von Consulting Chef Ciccio Sultano, der auch maßgeblich für das Konzept des beliebten Hotelrestaurants mit sizilianischem Flair beteiligt ist. Lassen Sie sich von den wundervollen Speisen und den erstklassigen Weinen von Tasca Conti D'Almerita bei einem genussvollen Abend im Pastamara – Bar con Cucina verwöhnen. Reservierungen können entweder direkt im Restaurant oder telefonisch vorgenommen werden.

Datum: 29. Juni 2023, 18:30 Uhr
Preis: €150,- pro Person
Telefon: +43 131 188 150

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

HILSCHER

IHR JUWELIER IN MÜNCHEN

















Zur Website

HILSCHER

Stammhaus Schwabing · Nordendstraße 50 · Tel + 49 89 2727 5178 · servus@juwelier-hilscher.de · www.juwelier-hilscher.de