Ausgabe 3/2023, Österreichische Post AG GZ 17Z041227P
14. Juli 2023 MG MedienGruppe GmbH, Zieglergasse 1, 1070 Wien

FaktuM

fix & fair: Infos für Touristiker

DAS 30 JAHR– JUBILÄUMS HEFT I

Preis:
€ 5,00
CHF 5,65

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

Wunderbare Jahre

So heißt unser Rückblick auf drei Jahrzehnte. Nun, wunderbar war nicht alles. Manchmal konnte man sich nur *wundern*, wie verrückt diese Branche ist. Ein launiger Rückblick von FaktuM-Herausgeber Christian W. Mucha auf **Seite 5**

Alles Radelt

Kein Tourismusverband, der etwas auf sich hält, kommt ohne Drahtesel-Angebote davon. FaktuM machte sich schlau, mit welchen Ideen Länder, Regionen und Orte Radler anlocken wollen **Seite 30**

Pöbel-Revolte

Ein paar Glaserl zuviel, genervt vom langen Warten, Unzufriedenheit mit dem zugewiesenen Sitzplatz. Pöbelnde und renitente Fluggäste machen den Airlines immer mehr zu schaffen. Ärger im Flieger ist bereits vorprogrammiert. Die Zahlen derartiger Störfälle sind 2022 im Vergleich zum Vorjahr um 37 Prozent gestiegen **Seite 26**

Neues Domizil

Nach über vier Jahrzehnten übersiedelt die MG Mediengruppe. An die noble Adresse Burgring 1. Das gleichnamige Restaurant hat sich in den letzten Wochen zum stetigen – mittlerweile heiß geliebten – Stammrestaurant unseres Hauses entwickelt. Was deren Geheimnis ist und wieso die Küche dort extrem positiv überrascht, lesen Sie auf **Seite 112**



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



MAK

Museum für angewandte Kunst

Stubenring 5
1010 Wien, AT

MAK.at

7.6.–24.9.
2023

Glanz und Glamour



200 Jahre Lobmeyr

Wunderbare Jahre? Von wegen!

Drei Jahrzehnte eine Branchenzeitschrift herauszugeben – da erlebst du deine Wunder.

Vor bald fünf Jahrzehnten ergab sich mein Einstieg ins Verlagsgeschäft – typisch österreichisch – in einem Wiener Kaffeehaus. Dr. Adolf Löwy, mein mittlerweile verwichener Gründungspartner, hatte irgendwie Wind davon bekommen, dass ich über ein seltenes Talent verfüge. Das mir selber völlig unerklärlich war: ich war ein guter Verhandler. Hatte – von meinem wortgewandten Großvater – die Attitüde gelernt, Menschen mit bagdadanischen Geschichten zu beglücken. Und die machten (warum, war mir nicht ganz klar) in neun von zehn Fällen schlussendlich das, was ich vorschlug.

Löwenstein, wie Löwy mit Spitznamen hieß, machte mir also den Vorschlag, ins Zeitschriftengeschäft einzusteigen. Es gäbe da eine Reisezeitschrift zu kaufen. Günstig. „Die krachen", meinte Löwy. Er sollte Recht behalten. Die sind längst pleite.

„Aber ich habe kein Ahnung von Tourismus", warf ich ein. Löwy grinste. „Du brauchst nur zwei Sachen zu wissen", so meinte er: „**Incoming**, das ist der Tourismus, der nach Österreich hereinkommt. **Outgoing** ist das, was rausgeht. Wenn du mit diesen beiden Begriffen möglichst oft um dich wirfst, dann werden sie dich für einen Experten halten. Automatisch."

Die Rechnung ist aufgegangen. Nach kürzester Zeit öffneten sich selbst bei Nikolaus Lauda, der damals seine erste Fluglinie gründete, die Türen. Die Austrian Airlines-Vorstandsdirektoren luden uns exklusiv ein, als Bruno Kreisky (ich erinnere mich noch an den wütenden Heschgl und seine Worte: „Herr Mucha, ich habe noch nie einen Journalisten zu mir gebeten, aber Sie sind ein scharfer Hund, kommen Sie, das lassen wir uns nicht gefallen") vom Austrian-Vorstand vehement die Übergabe des Binnenflugs an Niki Nationale forderte.

Das waren die ersten Jahre mit FM, unserer Schwesterzeitschrift von FaktuM. Dort deckten wir Gastronomie und Hotellerie ab. Logisch, dass wir fast zwei Jahrzehnte später mit FaktuM das Outgoing angingen. Damals, zur Gründungszeit von FaktuM, kämpften die Tour-Operator und Reiseagenten, auf Teufel komm heraus mit den Veranstaltern. Und gegeneinander. Ein Reisebüro konnte damals 12, maximal 15 Prozent an Kommission einheimsen. Kam also ein Kunde bei der Tür herein und luchste denen fünf Prozent Nachlass ab, dann war ein Drittel von deren Marge weg. Schwuppdiwupp.

Also machten wir uns stark für die Reisebüros. Machten ihnen klar, dass man nicht ein Dritt-Teil des Gewinnes beim Fenster hinausschmeißen darf. Dass man Preistreue beweisen soll. Wir machten Testbuchungen und watschten jene ab, die die Hosen bis zu den Knöcheln herunterließen.

Die Schlimmste von allen war damals die RUEFA. Heute im Eigentum des Österreichischen Verkehrsbüros. Die waren die Rabatt-Kaiser und machten alles über Preis-Dumping. Damals Teil der BAWAG, die von einem gewissen Herrn Elsner – auch schon tot und nach dem Konsum-Desaster im Knast gelandet – geführt wurde. Der setzte mich auf die rote Liste. Wenn ich ein Reisebüro betrat, das auf den Namen RUEFA hörte, warf man mit Flugzeugmodellen nach mir.

Ulrich Bentz, der schon seit knapp zwei Jahrzehnten unsere Geschicke in der Chefredaktion leitet, hat unsere Jubiläums-Titelgeschichte verfasst. Ich könnte den Rückblick nicht besser schreiben. Nur eines hat mich gewundert: Seine schönfärberische Headline „Wunderbare Jahre". Naja, das einzige, was daran stimmt, ist, dass man sich nur *wundern* konnte, was da alles passiert ist.

Nach der Pandemie ist die Branche nachhaltig ausgedünnt. Gab es früher noch 14 Fachzeitschriften (geschätzt) in diesem Markt, vegetieren heute noch gerade ein paar Mitbewerber herum. Und wir haben – Kraft der Stärke unseres Verlagshauses – vom Werbekuchen rund 80 Prozent. Wir nähern uns Monopoly. Und – es sieht so aus (bitte schauen Sie sich dieses Heft in aller Ruhe an und auch, wieviel Werbung da drinnen ist) als hätte couragierter, ehrlicher Fachjournalismus auch weiterhin seine Zukunft. Mal sehen, wie lange noch.

Danke für Ihr jahrzehntelanges Vertrauen. Und Ihren Glauben daran, dass es wichtig ist, jemanden wie mich, der keine Angst davor hat, die Wahrheit zu schreiben, mit seinem Medium FaktuM zu unterstützen,



sagt Ihr

Christian W. Mucha
Herausgeber

Covermotiv: Adobe Stock, privat

INHALT



Fakten
FTI-Gruppe tauscht Chefs aus 6
Kongress-Stadt Wien.....6
Nächtigungsplus in Niederösterreich ..8
Urlaubsfaktor Shopping 8
Sommersaison startet fulminant.....9
Zahl der Flugzeuge wächst rasant.....9

Fadenkreuz
Wunderbare Jahre – 30 Jahre FaktuM.12

Stories
Last Minute macht Pause 10
Wiens Gastronomie im Wandel.....28
Der Boom des Fahrradtourismus 32
Haustiere auf Hoher See 40
So reist man in der Zukunft 52
Hand-lich geröstet.....66
Paris kämpft mit Overtourism.....70
Wenn der Fluggast ausfällig wird.....74
Gold als Wertanlage 78
Sonnenschutz für alle Lebenslagen...82
Obere Adria statt Alte Donau 86
Baden im Adamskostüm 98
Urlaub für Adrenalinjunkies 108
Das Gastro-Konzept von Burgring 1..112

Festination
So feiert die Reisebranche.....114

Impressum/Veröffentlichung
nach dem Medien-Gesetz 6

FTI-Gruppe tauscht Chefs aus

Sowohl CEO als auch Aufsichtsratsvorsitzender des kriselnden Konzerns mussten gehen.



Naguib Sawiris übernimmt den Aufsichtsratsvorsitz

Statt Ralph Schiller übernimmt Karl Markgraf das Ruder beim Münchner Reisekonzern. Zuvor fungierte er als CIO, eine Rolle, die er auch weiterhin innehaben wird. Seinen Hut nehmen musste auch Aufsichtsratschef Wolfgang Altmüller. Statt ihm nimmt die Position nun Mehrheitsgesellschafter Naguib Sawiris ein.

Die Entscheidung setzt vorerst den Schlusspunkt hinter ein schwieriges Halbjahr. Denn eigentlich suchte die wirtschaftlich angeschlagene Gruppe nach einem finanzstarken Partner. Doch die Verhandlungen mit DER-Touristik scheiterten.

Wie das *Handelsblatt* bereits im Frühjahr berichtete, sei der Reisekonzern auch in einen Datenskandal verwickelt gewesen. So habe der Verband Raiffeisen Tours Kooperation (RTK) der FTI-Gruppe Umsatzzahlen von Reisebüros und Konkurrenten zukommen lassen.

Der Skandal zeitigte auch deutliche Konsequenzen. Vor allem für den Reisebüro-Verbund Quality Travel Alliance (QTA), in dem auch die RTK-Büros Mitglieder sind. QTA-Sprecher Thomas Bösl ist zugleich RTK-Chef. Und das ist nicht die einzige Personal-Verbindung. Denn Sawiris ist neben FTI-Mehrheitseigentümer Gesellschafter der deutschen Raiffeisen Tours (RT). Bestimmender Faktor im RTK und über QTA noch mit anderen Reisebüros und Veranstaltern verbunden.

TUI, DER Touristik und Schauinsland haben jedenfalls die Notbremse gezogen und ihre Rahmenverträge mit dem Verbund QTA gekündigt. Nicht nur wegen des Datenskandals selbst, sondern auch, weil die Aufklärung einiges zu wünschen übrig lässt. Die TUI fordert zudem eine Entflechtung der Sawiris-Beteiligungen und den Einsatz von unabhängigen Wirtschaftsprüfern.

So habe Bösl bisher nur wissen lassen, was nicht passiert sei. Laut ihm gab es für die Datenweitergabe keine Gegenleistung von FTI. Auch habe diese Weitergabe keinesfalls Kundendaten betroffen. Was denn nun konkret weiter gegeben worden sei, dazu äußerte er sich nicht. ■

Kongress-Ranking: Wien auf Platz 2

Die Union of International Associations (UIA) sieht die Stadt um zwei Ränge verbessert.

Angeführt wird die Städte-Liste von Brüssel mit insgesamt 570 durchgeführten Tagungen. Wien stößt im aktuellen UIA-Ranking mit 252 Tagungen vom vierten Platz vor. Dahinter rangieren Singapur (203), Tokio (201) und Lissabon (167). Die Plätze 6 bis 10 belegen Madrid (153), London (148), Barcelona (147), Seoul (135) und Paris (130). Im Ranking berücksichtigt wurden – der Pandemie geschuldet – nicht nur jene Tagungen, bei denen sich die Teilnehmer vor Ort aufhielten, sondern auch hybride oder rein virtuelle Formen.

„Die neuerliche Top-Platzierung in einem internationalen Ranking zeigt: Wien setzt seinen Weg als globale Meetingmetropole fort", kommentierte Wiens Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke das Ergebnis. Neben der Städte-Statistik gibt das UIA-Kongress-Ranking auch Aufschluss über die Performance auf Länderebene. So nimmt Österreich mit 310 Tagungen in der Statistik weltweit den 8. Platz ein. An der Spitze steht Belgien (646), gefolgt von den USA (573), Spanien (457), Japan (396), Frankreich (345), dem Vereinigten Königreich (327) und Südkorea (320). Deutschland (263) und Italien (261) komplettieren die Top-10-Länder. ■

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 **Chefsekretariat:** Andrijana Stanic **Privatsekretariat:** Mario Kaincz **Leitung Disposition:** Daniela Andric; ab 1.9.: Benjamin Eigelt **Produktion:** Anton Würfel **Lektorat:** Ulrike Keil **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

Von upload user [1] - Naguib Sawiris " on Flickr (Licensing: CC-BY-SA 2.0), CC BY-SA 2.0, https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=24129526



Eine Punktlandung bei Ihrer Zielgruppe

Die modernsten Werbemöglichkeiten, die Sie sich wünschen – aufgewertet durch die Emotionalität des Ortes Flughafen, um sich bei Ihrer Zielgruppe zu präsentieren.

Über die verschiedenen Werbemöglichkeiten wie z. B. die neue digitale Mega Wall im Terminal 3 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

VIE Vienna AirportMedia

Niederösterreich: Steigerung bei Frühjahrs-Nächtigungen

Kumuliert liegt man in diesem Jahr knapp 25 Prozent über dem Vorjahr.



Auch die Wachau war wieder gut besuchtes Ausflugsziel

Im Monat Mai wurden 680.300 Nächtigungen gezählt, ein Plus von 64.000 Nächtigungen oder 10,4 Prozent im Vergleich zum Mai 2022. Besonders die Gäste aus dem Ausland kommen wieder. Sie sind im Wonnemonat für 232.400 Nächtigungen verantwortlich, ein Plus von 24,4 Prozent. Die Nächtigungen von inländischen Gästen steigerten sich um 4,3 Prozent auf 447.900.

Von Jänner bis April konnten alle sechs Tourismusdestinationen Niederösterreichs im selben Vergleichszeitraum des Vorjahres ein deutliches Plus bei den Nächtigungen erzielen. Am stärksten ist dieser Anstieg in den Destinationen Donau Niederösterreich (+40,7 Prozent, +109.634 Nächtigungen) und Mostviertel (+29,5 Prozent; +74.523 Nächtigungen). Die Destination „Donau Niederösterreich" liegt sogar bereits +0,2 Prozent (+914 Nächtigungen) über dem Vorkrisenniveau von 2019.

Dementsprechend gelassen blickt man in die Sommermonate. Auch hier bemerkt man einen deutlichen Anstieg bei Urlaubsgästen aus dem Ausland. Neben den Rad- und Wandergästen sind es meist genussaffine Urlauber, die das Angebot Niederösterreichs schätzen.

„Besonders erfreulich ist, dass alle Bereiche, sowohl der Gesundheits- und Wirtschaftstourismus, als auch der Urlaubstourismus deutlich anziehen. Vergleicht man die vorläufige Jahresstatistik mit dem Zeitraum Jänner bis April 2019, so sieht man, dass das Vorkrisenniveau immer näher rückt (-6,3 Prozent; -124.423 Nächtigungen). Vor allem unsere Nächtigungsgäste aus dem benachbarten Ausland tragen wesentlich dazu bei", so der Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, Michael Duscher, zu den Zahlen.

„In den Monaten Jänner bis April 2023 wurden 1.847.758 Nächtigungen in Niederösterreich verzeichnet. Das entspricht einem stolzen Plus von beinahe 25 Prozent. Niederösterreich liegt mit diesem Zuwachs über dem Österreich-Schnitt. Dem Start der Sommerferien und den damit nächtigungsstärksten Monaten des Jahres blicken wir sehr zuversichtlich entgegen", so Landeshauptfrau Johanna Mikl-Leitner. ■

Einkauf im Sommerurlaub wichtiger Wirtschaftsfaktor

Österreicher geben in den Ferien rund eine Mrd. Euro für Einkäufe aus.



Gehört zum Urlaub dazu: Stöbern in den Souvenirshops

Der Einkauf im Sommerurlaub spielt für österreichische Touristen eine wesentliche Rolle. Dies geht aus einer Analyse der Johannes Kepler Universität Linz hervor. Denn neun von zehn Österreicherinnen und Österreicher werden heuer im Urlaubsort Waren einkaufen und dafür mehr als eine Mrd. Euro ausgeben, so das Institut für Handel, Absatz und Marketing der Universität.

Etwa zwei Drittel der Österreicher im Alter von 16 bis 74 Jahren werden demnach heuer im Sommer wegfahren. Davon werden 30 Prozent in Österreich bleiben und 40 Prozent an die Mittelmeerküste in Italien, Griechenland und Kroatien fahren. Für 70 Prozent sind Baden und Strand wesentlichster Grund, für die Hälfte der Urlauber sind Entspannung, Natur und Sehenswürdigkeiten von Bedeutung. Aber für 20 Prozent sind die Einkaufsmöglichkeiten am Ferienort wichtig. Vor allem bei Reisen außerhalb Europas sowie bei Touristen mit einem höheren Haushaltseinkommen gewinnt das Thema Einkaufen an Bedeutung. Und 45 Prozent messen dem Shopping eine wesentliche Bedeutung zu.

Wobei 74 Prozent der Urlauberinnen und Urlauber vor allem zu regionalen Produkten greifen – besonders für Aufenthalte in Österreich ist dies wichtig. So greifen jeweils 48 Prozent zu Souvenirs und regionalen Lebensmittel-Spezialitäten, etwa ein Drittel zu Bekleidung und 19 Prozent zu Schuhen.

Dabei werden die Befragten im Schnitt 240 Euro für Einkäufe ausgeben. In Österreich liegt das Einkaufsbudget im Schnitt bei 230 Euro, bei Fernreisen hingegen werden rund 410 Euro für Einkäufe ausgegeben. Von den 1,04 Mrd. Euro, die in den Ferien ausgegeben werden, bleiben 28 Prozent in den heimischen Kassen. Etwa 55 Prozent werden in europäischen Urlaubsdestinationen und 17 Prozent bei Fernreisen liegen gelassen. ■

Pixabay

Tourismus legte fulminanten Start in die Sommersaison hin

Heuer im Frühjahr stiegen die Nächtigungen um rund 14 Prozent auf über 8 Millionen.

Urlaub in Österreich war heuer gleich zum Start der Sommersaison kräftig nachgefragt. Die Nächtigungen erhöhten sich laut ersten Daten um 14,1 Prozent auf 8,2 Millionen, wie die Statistik Austria bekanntgab. In den Unterkunftsbetrieben checkten 3,1 Millionen Touristen ein – das waren um fast 17 Prozent mehr als vor einem Jahr. Für den massiven Aufschwung sorgten vor allem die Urlauber aus Deutschland. Aber auch die Feiertage fielen günstig.

Die deutlichen Zuwächse bei den Buchungen sind den ausländischen Touristen zu verdanken. Deren Nächtigungszahlen legten im Mai gegenüber dem Vorjahresmonat um mehr als ein Viertel (25,8 Prozent) auf 5,1 Millionen zu. Das waren auch um 12,6 Prozent mehr als im Mai 2019, vor der Corona-Pandemie. Im Jahresabstand leicht rückläufig entwickelten sich hingegen die Nächtigungen der Urlauberinnen und Urlauber aus dem Inland – mit einem Minus von 1 Prozent auf 3,1 Millionen. Gegenüber Mai 2019 gibt es allerdings auch bei den Gästen aus Österreich ein Plus von 6,7 Prozent.

Besonders dynamisch legten zum Saisonstart die Nächtigungsbuchungen der deutschen Urlauber zu – mit rund 2,8 Millionen lagen sie um 34,6 Prozent über dem letzten Mai vor Corona. Die Pandemie weit hinter sich ließen auch die Niederländer, die den zweitwichtigsten Herkunftsmarkt aus dem Ausland bilden, mit einem Plus von 14,6 Prozent auf 197.800 Übernachtungen.

Die Touristen aus Asien blieben weiterhin großteils aus. Im Vergleich zum Mai 2019 liegen die Nächtigungszahlen aus China mit 24.200 noch um 81,4 Prozent unter Vor-Corona-Niveau, jene aus Japan – mit 13.100 Buchungen – waren den Statistikern zufolge noch um 71,7 Prozent schwächer.

Von Jänner bis Mai 2023 stiegen die Nächtigungszahlen in den heimischen Beherbergungsbetrieben gegenüber der Vorjahresperiode um 22,4 Prozent auf 61,9 Millionen. Im Vergleich zum selben Fünfmonatszeitraum vor Corona gibt es noch einen kleinen Rückstand von 2,9 Prozent. Die Zahl der Gästeankünfte lag heuer im Mai mit 16,78 Millionen um mehr als ein Viertel (27,4 Prozent) über der Vergleichsperiode 2022. ■



Auch am Attersee dürfte es sich diesen Sommer wieder drängen

Boeing und Airbus: Bis 2042 Verdopplung ihrer Flugzeugflotten

Dann dürften bei den Airlines insgesamt etwa 48.600 Maschinen im Einsatz sein.

Der US-Flugzeugbauer Boeing rechnet wie sein größerer Rivale Airbus binnen zwei Jahrzehnten mit einer Verdopplung der weltweiten Flugzeugflotte. Im Jahr 2042 dürften bei den Airlines insgesamt etwa 48.600 Maschinen im Einsatz sein. Boeing-Marketingmanager Darren Hulst schätzt, dass der Trend zu längeren Maschinen mit mehr Sitzen oder einer engeren Bestuhlung gehen wird.

„Ohne solche Produktivitätsgewinne müsste die Flotte im Jahr 2042 noch etwa 20 Prozent größer sein", meinte er. Die Prognose des US-Konzerns deckt sich im Prinzip mit derjenigen des weltgrößten Flugzeugherstellers Airbus. Der europäische Hersteller hatte vor wenigen Tagen für das Jahr 2042 eine Verdopplung der weltweiten Flotte auf 46.560 Maschinen prognostiziert. Allerdings umfasst Airbus' Prognose nur Maschinen mit mindestens 100 Sitzplätzen, während Boeing auch etwas kleinere Regionaljets mitzählt. Vor allem dadurch fallen die Gesamtzahlen bei dem US-Konzern etwas höher aus.

Um die Verdopplung der Flotten zu erreichen, werden nach Boeings Prognose in den Jahren 2023 bis 2042 voraussichtlich knapp 42.600 neue Passagier- und Frachtmaschinen ausgeliefert. Rund jede zweite Maschine ersetze dabei ein älteres Exemplar, die übrigen dienten der Kapazitätserweiterung. „Von den Maschinen, die heute in Betrieb sind, werden in 20 Jahren voraussichtlich noch etwa 6000 im Einsatz sein", sagte Hulst. Vor allem Billigfluggesellschaften dürften stark wachsen und ihre Flotten und Passagierzahlen bis 2042 im Vergleich zu 2022 um das Zweieinhalbfache vergrößern.

Der Löwenanteil der neuen Maschinen dürfte wie bisher auf Schmalrumpf-Flugzeuge mit einem Mittelgang zwischen den Sitzen entfallen. Nach Boeings Prognose werden sie in den Jahren 2023 bis 2042 rund 75 Prozent der Auslieferungen ausmachen. In diesem Segment dominiert Airbus' Modellfamilie A320neo schon seit Jahren den Markt gegenüber dem Konkurrenzmodell Boeing 737 Max, das nach zwei tödlichen Abstürzen zudem mehr als eineinhalb Jahre weltweit nicht abheben durfte.

Bei den Großraumjets für die Langstrecke wie der Boeing 787 und 777 hat der US-Konzern aber bisher die Nase vorn. Hier sagt Boeing ähnlich wie Airbus für die 20 Jahre bis 2042 einen Bedarf an 7440 neuen Passagierflugzeugen voraus. ■

Pixabay

Last Minute Adé?

Früher war die Sache klar: Wer halbwegs flexibel war und sein Geldbörserl schonen wollte, der buchte so spät wie möglich. Aber wo sind sie heuer hin, die Last Minute-Schnäppchen?

TEXT: Ulrich Bentz



Last Minute-Urlaubs-Schnäppchen sind zur Mangelware geworden

Last Minute und die Diskussion darüber – das gehört in der Reisebranche schon zur Tradition. Oder gehörte. Denn in diesem Jahr wurde es leise um die Spätbucher. Ja, es gibt sie noch – Angebote, die man auf den letzten Drücker buchen kann. Aber sie sind spärlich gesät. Und – sie sind nicht unbedingt ein Schnäppchen. Ist es also soweit? Müssen wir uns von Last Minute-Angeboten verabschieden? In diesem Jahr auf jeden Fall. Die Ursache dafür sieht Gregor Kadanka, Vertreter der Reisebüros in der Wirtschaftskammer, in einem knappen Angebot. Denn noch immer beeinflusst die Coronakrise das Geschehen. Konkret: Die Fluggesellschaften sind noch dabei, ihre Kapazitäten aufzubauen. Das dauert. Derzeit seien erst 80 Prozent erreicht. Und diese treffen auf eine durchaus lebhafte Nachfrage. Das beschränkte Platzangebot in den Flugzeugen wird daher zum Nadelöhr. Und sorgt dafür, dass die Preise hoch bleiben.
Ob damit die Last Minute-Schnäppchen allerdings der Vergangenheit angehören, sei laut Kadanka schwer zu sagen. Das werde eben immer darauf ankommen, ob das Angebot der Nachfrage entspricht. Tendenziell jedoch sieht der Mondial-Chef das Pricing in Richtung Frühbucher wandern. Habe man in früheren Jahren den Kunden zum Spätbucher erzogen, würden diese Angebote generell abnehmen.
Walter Säckl, Generalsekretär des Österreichischen Reiseverbandes (ÖRV), erkennt zudem eine deutliche Nachfrage nach höherwertigen Reisen. Dies im Verbund mit dem beschränkten Platzangebot sorge für stabile Preise. Solange der Trend anhalte, bestehe auch kein Grund, Schnäppchen anzubieten.

Fortgesetzter Trend

Bei der TUI macht man den Schnäppchen-Jägern ebenfalls keine große Hoffnung. Ja, es gäbe sie, die Last Minute-Bucher. Tendenziell müssten die aber nun mehr ablegen als die Frühbucher. Und je kurzfristiger, desto teurer. „Auch die Hoteliers und Fluglinien wissen, dass kurzfristig immer noch viel gebucht wird“, so TUI-Geschäftsführer Gottfried Math. Er geht sogar davon aus, dass sich diese Entwicklung weiter fortsetzen wird. „Um die Planungssicherheit zu erhöhen, ist es in unserem Sinne, die Menschen mit Frühbucherangeboten zum zeitigen Buchen zu motivieren“, stellt er klar. Und das habe dieses Jahr auch sehr gut funktioniert. Schon im Januar und Februar zeichnete sich ein guter Sommer ab. Und die Buchungslage sei weiterhin zufriedenstellend – auch, wenn man keine Schnäppchen anbieten könne. Oder fast keine. Denn für Risikopatienten findet sich immer etwas. Sie müssten allerdings in diesem Jahr noch flexibler bei Zimmerauswahl und Reisezeitraum sein. Dann habe man etwa bei den größeren Zielen wie Antalya oder den griechischen Inseln noch Chancen.

Ausnahmejahr

Alexander Kraus, Vertriebschef bei Kuoni, glaubt dagegen nicht, dass Last Minute zum Auslaufmodell wird. Heuer sei ein Ausnahmejahr gewesen. „Je früher man gebucht hat, desto besser ist man weggekommen“, bestätigt er. Weil eben ein noch reduziertes Angebot auf eine hohe Nachfrage getroffen sei. Und zwar auf eine sehr hohe. Kraus stellt eine „um 50 Prozent höhere Nachfrage als 2019“ fest. „Und das war bisher unser bestes Jahr.“ Doch die Kapazitäten würden sukzessive wieder aufgebaut. Nächstes Jahr dürften wieder die vollen Flugkapazitäten zur Verfügung stehen. Dazu sperren wieder einige Hotels auf. Die Chancen auf Schnäppchen für Spätbucher würden in den folgenden Jahren durchaus wieder wachsen. ■

Pixabay


Herzlich willkommen auf eliteblog.at von Ekaterina Mucha
Machen Sie mit bei meinen attraktiven Gewinnspielen
BEAUTY * FASHION * LIFESTYLE
eliteBlog
BY EKATERINA MUCHA

Wunderbare Jahre

In den ersten dreißig Jahren hat FaktuM einiges mitgemacht: War Trauzeuge bei Elefantenhochzeiten, ist gegen Rabattschlachten angelaufen, hat Counterstars gekürt. Ein Parforceritt durch die Zeit.

TEXT: Ulrich Bentz



Archiv

Eigentlich war es nur eine Frage der Zeit. Mit FM, dem FachMagazin für Gastronomie, Hotellerie und Fremdenverkehr, hatte sich der Mucha Verlag bereits erfolgreich dem Incoming angenommen. Und Meilensteine gesetzt. Etwa mit dem FM-Incoming-Preis, der an Personen verliehen wurde, die sich um den Fremdenverkehr in Österreich verdient gemacht hatten.
Da war es nur logisch, dass man sich auch dem Outgoing-Markt widmen würde. Besonders, da sich immer mehr Österreicher einen Urlaub leisten konnten. Und zu diesem Zwecke das Reisebüro aufsuchten. Dort trafen die Angebote der Veranstalter und Fluglinien zusammen. Internetauftritt oder gar Onlinebuchung, das waren damals noch Fremdwörter. Mit den Handys telefonierte man damals bestenfalls. Smartphone und Apps waren noch nicht in Sicht. Von Buchungsplattformen, die in direkte Konkurrenz zu Reisebüros treten könnten, hatte man noch nicht gehört. Die Konkurrenz am Markt war so schon groß genug. Und man kämpfte um jeden Kunden. Schließlich gab es für höhere Umsätze auch höhere Provisionen vom Veranstalter. Um den Kunden zu ergattern, gab man es da auch schon mal billiger. Eine eingeübte Tradition. Die gepflegt wurde. Und über die nicht gesprochen wurde.
Dementsprechend mit Argusaugen wurden die ersten Ausgaben von FaktuM beäugt. Denn, wie es nun einmal Brauch ist beim Mucha Verlag, wird der Branche zum Auftakt nicht Honig ums Maul geschmiert. Sondern im Gegenteil unangenehme Fakten aufgetischt.
Im Falle von FaktuM war es die Rabattitis, der man sich in den ersten Jahren annahm. Monat für Monat wurden die anonymen Tester ausgeschickt, um sich eine Reisebüro-Kette nach der anderen vorzunehmen. Durch geschicktes Verhandeln einen ordentlichen Rabatt herauszuschlagen.
Dabei wurden sie gebrieft, nicht so schnell aufzugeben. Zuerst stand die harmlose Frage nach Rabatt, die in weiteren Stufen bis zur Andeutung, woanders zu buchen, eskalierte. Fazit: Rabatt war damals durchaus üblich und auch als Erstkunde zu haben. Nicht bei jedem, sei hier angemerkt. Und fünf Prozent waren dann doch schon seltener. Allerdings waren sie zu bekommen. Und das bei Margen, die rund 10 Prozent betrugen. Doch blieb man auch in diesen Fällen der Verlagslinie treu: Ging es ja nicht darum, die schwarzen Schafe anzuschwärzen, sondern die Helden vor den Vorhang zu holen. Jene, die die ruinöse Feilscherei abzuwehren wussten. Und damit Vorbilder in der Branche waren.
1996 nahm man sich eines Phänomens an, das bis vor der Coronakrise andauerte: Den Flugpreisen. Genauer: den sinkenden Flugpreisen. Noch waren die Billigflieger spärlich gesäht und Ryanair noch gar nicht am europäischen Festland angekommen. Doch die Flugpreise zeigten bereits abwärts. Und hatten sich in den 15 Jahren bis 1996 bereits halbiert. Die Frage, die sich da stellte: Wie sieht es angesichts der Dumpingpreise mit der Sicherheit aus? Anlass der Warnungen des Präsidenten der österreichischen Pilotenvereinigung war ein Flugzeugabsturz vor Puerto Plata. Bevor sie vom Boden der Dominikanischen Republik abhob, stand die Boeing 757 20 Tage lang auf dem Vorfeld des Flughafens. Ohne Wartung.


Ausgabe Nr. 1/95 30. 11. 1995 öS 20,–

SCHNELLE INFOS FÜR TOURISTIKER

FAKTUM

Für gepflegte Kraft am österreichischen Counter

FRISCH

FLUG & TRUG

Auf wen Österreichs Bundesbedienstete künftig fliegen sollen, hat eine wahre Luftschlacht ausgelöst. Beim Kopf-an-Kopf-Rennen zwischen Austrian und Lauda Air sind die Ellenbogen spitz wie selten zuvor. Schließlich geht's um 70 Millionen. Hintergründe des Streits auf S. 14.

FUNDAMENT

In Zeiten, wo's links und rechts kracht, sollte man die Frage nach der Kapitalausstattung der überlebenden Reiseveranstalter wohl stellen dürfen. Widerspenstig gegebene Kapital/Umsatzziffern ab Seite 16.

TICKET FOR 2

Auch wenn's kalt wird in Europas Städten, wird manch heißer City-Cocktail gemischt. Ein fairer Tour-Operator Preis/Leistungs-Städtevergleich ohne manipulierte Jubelstimmung. Seite 18.

RABATTFIEBER

Man sagt in der Branche, bei der Ruefa seien ganz schöne Rabatte – schnell und ohne viel Widerstand – zu erzielen. Doch der rote Riese präsentiert sich besser als sein Ruf. Drei standhaften Null-Rabatt-Gewährern, nämlich Carmen Moser, Chris Gratzer und Beatrix Pelikan (unten: von links nach rechts), gebührt besonderes FAKTUM-Lob. Mehr in dieser heißen FAKTUM Cover-Story auf S. 10.

HURRICAN-CAN

So stark können die Wirbelstürme gar nicht blasen, daß die Karibik aus dem Rennen rutscht. Trotz aller Zores sollen die meisten Hotels zu Weihnachten weitgehend wieder in Schuß sein. FAKTUM gibt Tips für Ferntrips. Der Spitzenreiter: die Dominikanische Republik! Seite 20.

ROT-SCHWARZ GEWINNT

Machen Sie sich und Ihren KollegInnen und FAKTUM diesen Spaß. Kommen Sie am 6. 12., dem Nikolo-Tag, in den Krampus-Farben Rot und Schwarz in Ihr Büro. Laden Sie unseren FAKTUM-Fotografen ein. (Tel. 521 31–0). Begrüßen Sie das neue FAKTUM in Ihren rot-schwarzen Wahlfarben in der Branche. Wir verwöhnen Sie dafür mit Krampus-Köstlichkeiten. Seite 22.

Das FAKTUM Credo

Wir stehen an der Seite all jener, die die redlichen Erträge unserer Branche erwirtschaften.

Die FAKTUM Hotline: Mucha Verlag (0222) 521 31 0

In den ersten Jahren widmeten wir uns der Rabattitis

1995

Elefantenhochzeit

Ein weiterer Schritt zu mehr Konzentration auf dem Veranstaltersektor ging 1997 über die Bühne. Nachdem die Deutschen, vorrangig TUI und Neckermann/Kuoni, immer stärker in Österreich anklopften, vereinigten sich hier die Veranstaltermarken Touropa Austria, die damals der AUA gehörte, und Gulet. Gemeinsam verfügten die Veranstalter über insgesamt 225 Beschäftigte, die gut 600.000 Urlauber in die



Dumping war weit verbreitet



Erste große Veranstalter-Hochzeit



Noch weniger geht immer



Neue Konkurrenten

verschiedenen Destinationen entsandten. Als kumulierter Umsatz wurden 5,2 Mrd. Schilling (rund 378 Mio. Euro) angeschrieben. Ein neuer Platzhirsch war am entstehen, der rund 45 Prozent Marktanteil einnehmen. Hätte. Können. Doch der Merger hatte ja auch seinen Hintergrund: Die Beiden drohten sich in einem Preiskampf aufzureiben. Die nun entstandene GTT war zwar für österreichische Verhältnisse ein touristischer Großkonzern – doch TUI und Neckermann wussten da locker mitzuhalten. Letztendlich segnete auch die GTT schließlich das Zeitliche.

Damit ging es ihr so wie vielen kleinen Reisebüros. Die sahen sich in den 90er Jahren des letzten Jahrhunderts damit konfrontiert, dass die Reiseveranstalter die Zahl ihrer Agenturnummern reduzierten. Als Hebel setzte man da bei den Mindestumsätzen an. Für TUI lagen die 1998 etwa bei 750.000 Schilling (ca. 55.000 Euro). Die neue Gulet Touropa Touristik wollte 500.000 Schilling (ca. 36.000 Euro) sehen. Gerade für kleinere Büros am Lande, wo eben nicht massenhaft Kundschaft zu erwarten war, wurde es so langsam unmöglich, mehrere Agenturnummern zu halten. Um trotzdem im Geschäft bleiben zu können, verfiel man auf so manche Ideen. Etwa Pauschalreisen überhaupt aufzugeben und sich auf Nischen zu konzentrieren. Oder vom klassischen Urlauber auf den Geschäftsreisenden umzusteigen. Oder eben sich zu Reisebüro-Ringen zusammenzuschließen und zu versuchen, so den Veranstaltern wieder Stärke entgegenzusetzen. Manche verfielen auch auf ganz einfache Lösungen. Sie buchten eben Veranstalter, für die sie keine Agenturnummer erhalten hatten, bei anderen Reisebüros mit.
Der Schritt der Veranstalter sorgte jedenfalls für Unruhe in der Branche. „Die kleinen Reisebüros werden gegenüber den Großen benachteiligt". So eine Bürobesitzerin aus Traiskirchen. Sie vermutete, dass man damit die eigenen Ketten vorantreiben wollte.

Im Klassenzimmer

Doch das Verhältnis der Veranstalter zu den Agents ist nicht nur angespannt. Immerhin versammelt man sie einmal im Jahr auch, um sie auf die besonderen Angebote des kommenden Sommers vorzubereiten. Agentschulungen, so wird das gerne genannt. Für die Agents gibt's dabei nicht nur Information, sondern auch Vernetzung und jede Menge Spaß. Doch wie finden die Agents selbst solche Schulungen? Das wollte FaktuM wissen und rekrutierte unter den Reisebüromitarbeitern anonyme Tester. Was hat die Schulung gebracht? Welche Veranstalter würden nun lieber empfohlen werden als im Jahr zuvor, welche weniger gerne? Aus diesen Kategorien sollte sich die Gesamtnote zusammensetzen. Als Sieger ging 1999 TUI Austria hervor, gefolgt von FTI. Mit Skepsis hatte die GTT zu kämpfen. Ein Punkt, der da gerne angeführt wurde: „Es muss mehr ins Qualitätsmanagement investiert werden".
Das hatte sich aber ein Jahr später , 2000, schon wieder erledigt. Denn da übernahm die TUI GTT. Zumindest zu vorläufig 75 Prozent, 25 Prozent verblieben bei der AUA. Doch der Big Deal auf Veranstalterseite fügte sich in einen Trend ein, dem auch die Reisebüros nicht wiederstehen konnten.

Archiv

Hier war es die Ruefa, die die BAWAG abstoßen wollte. Und Interessenten gab es dafür mehr als genug. FTI war ebenso dabei wie der neue Veranstalter ITS Billa, aber auch das Verkehrsbüro. Es wurde schließlich die Bayrische Landesbank, die den Zuschlag erhielt. Die wollte daraus gemeinsam mit der Aero Lloyd einen Touristikkonzern basteln. Nach der Pleite der Fluglinie ging das Interesse allerdings abrupt verloren. Und 2004 wanderte die Ruefa endlich zum Verkehrsbüro.

2001 war vor allem von einem Ereignis gezeichnet: Dem 11. September. Dem Anschlag auf das World Trade Center. Mithilfe von Passagierflugzeugen. Das änderte nicht nur die Weltpolitik, es änderte auch das Fliegen. Und es versetzte dem Tourismus doch eine ordentliche Delle. Befürchtet wird das zwar nach jedem Terroranschlag, doch zumeist erholt sich der Tourismus schnell wieder. Nach 11/09/01 jedoch war die Angst groß. Die Angst, in ein Flugzeug zu steigen. Das bekamen auch die Reisebüros und Fluglinien zu spüren. Und zwar deutlich. Dafür stieg der Inlandstourismus. Dem brachen allerdings die Amerikaner und die Japaner weg. Die wollten nämlich erst einmal nicht so schnell in ein Flugzeug steigen. Und auch der Kongresstourismus zeigte sich in den Monaten nach der Katastrophe erst einmal zurückhaltend. Aber auch diese Katastrophe hat der Tourismus überstanden.

Doch nicht immer drehte sich in FaktuM alles um die nackten Zahlen. Der Branche verpflichtet, so das Motto, heißt auch: Für jene da zu sein, die ganz an der Front werken. Etwa für die Reiseleiter. Dem Beruf nahm sich FaktuM 2002 genauer an. Und präsentierte nicht nur die „Stars" der Branche wie Erwin Friesenbichler, der über seine Website auch selbst Stammkundschaft mitbrachte, oder den als Reiseyeti bekannt gewordenen Werner Ploner. Sondern beleuchtete den Beruf von allen Seiten. Viel Leidenschaft braucht es, um die Strapazen auf sich zu nehmen. Der Erste zu sein, der aufsteht und der Letzte, der schlafen geht. Dazwischen nicht nur auf jede Frage zu reagieren, sondern auch Geheimtipps und Wechselkurs parat zu haben. Und das für eine wahrhaft bescheidene Entschädigung. Der Beruf ist wohl mehr Berufung. Nicht nur das Land, das man präsentiert, sollte man lieben, sondern auch jene Menschen, denen man es präsentiert. Dazwischen mit einem Lächeln Konflikte lösen. Trotzdem zieht der Beruf viele Menschen an. Friesenbichler brachte es so auf den Punkt: „Wenn ich zwei Monate nicht unterwegs bin, werde ich unruhig."



Die letzten Grenzen



Terror beherrscht den Tourismus



Reiseleiter haben's nicht leicht



Schaufensterdekorateure gesucht

Aufgeräumt

Unruhig machte FaktuM auch so manches Erscheinungsbild eines Reisebüros. Immerhin war in früheren Zeiten die wichtigste Auslage nicht der Internetauftritt, sondern das Schaufenster. Das galt auch noch 2003, als sich eine Expertenjury die verschiedenen Dekorationen der einzelnen Büros in Wien vornahm. Die Juroren machten es sich wahrlich nicht leicht. Nach stundenlanger Diskussion waren die Top 3 allerdings gefunden. Die es heute übrigens alle nicht mehr gibt. Den Sieg holte sich die ATS Urlaubsbörse in der Wiener Landstrasse. Übersichtlich, bunt, schnelle Kommunikation – so urteilte die Jury damals.



Harte Zeiten für Reisebüros und Reisende



Vertriebsalternativen gesucht



Antreten zum Counterstar



Profit durch Nebengeschäfte

Doch nicht immer ist alles schön aufgeräumt. Vor allem in den Urlaubs-Destinationen. Dort erwartet den Erholungssuchenden so manchen Nepp. 2004 etwa war Griechenland groß in den Schlagzeilen. Dort gingen damals die Olympischen Spiele über die Bühne. Wer trotzdem den Sommer in Hellas verbringen wollte, der durfte ordentlich draufzahlen. Die Zimmerpreise erreichten neue Dimensionen durch Steigerungen von 300 bis 400 Prozent. Nachgelassen wurde erst, als sich abzeichnete, dass doch eine Reihe von Gästen diesen Olympia-Aufschlag nicht mehr zahlen wollte. Doch auch Italien machte Schlagzeilen: Dort wurde schon damals an manchen Stränden 40 Euro für zwei Liegestühle samt Sonnenschirm fällig. Pro Tag. Und was damals noch viele Heimkehrer überraschte: Die Handy-Rechnung. Denn mit den so genannten Roaming-Gebühren verdienten sich die Anbieter ein Körberlgeld. Zumindest in der EU ist der Wahnsinn nun abgeschafft. Doch wer sich nach Übersee aufmacht, sollte sich nach den einschlägigen Gebühren im Vorhinein erkundigen.

Und dann gab es auf Seiten der Reisebüros noch die eine oder andere Idee, den Vertrieb zu attraktivieren. Eine Idee, die sich in Österreich allerdings nicht durchsetzen konnte, waren die „Home Based Travel Agents". Das Prinzip funktionierte ganz nach dem Vorbild der Versicherungsvertreter. Doch statt jede Menge Zahlen und Verträge brachte der Reisevertreter viel Information mit. Und das eine oder andere Goodie. In Deutschland waren 2005 immerhin 3.000 derartige Travel Agents im Lande unterwegs. Und sorgten für rund vier Prozent des Gesamtvolumens am deutschen Reisemarkt. Die Zukunft malte man sich zu der Zeit jedenfalls noch optimistisch aus. Und tatsächlich war geplant, auch Österreich mit dieser Idee zu infiltrieren. Doch zuerst stand die andere Rechtslage einer schnellen Expansion entgegen. Und schließlich war es das Internet, das den Traum vom großartigen neuen Geschäftsfeld des Travel Agent wie eine Seifenblase zerplatzen ließ.

Die Stars vom Counter

Doch FaktuM ist nicht nur bei den wirtschaftlichen Themen, die der Branche unter den Nägel brennen, immer ganz vorne dabei. Es war uns schon immer ein Anliegen, jene Menschen, die am Counter ihr Bestes geben und damit für die Umsätze in der Branche sorgen, vor den Vorhang zu holen. Und 2006 ließen wir uns schließlich etwas Besonderes einfallen: FaktuM sucht den Counterstar. In vier Events konnten sich die Counterkräfte dabei für die Schlussrunde qualifizieren. Gefragt waren Schnelligkeit, Geschicklichkeit und Wissen. Drei Runden mussten die Kandidaten überstehen, bevor sie sich sicher sein konnten, den Weg ins Finale geschafft zu haben. Nach zwei beinharten Fragerunden hatte sich die FaktuM-Mannschaft etwas ganz Spezielles ausgedacht: Vor einer Dalli-Klick-Leinwand mussten die Kandidaten erraten, welche Destinations-Highlights sich da langsam auf dem Screen offenbarten. Und natürlich lockten die Events mit ausgelassener Stimmung, viel Musik und bester Kulinarik. Mancher Kandidat brachte

Archiv

TUI
Live Happy

Geschichte hautnah.

Jetzt Flüge, Hotels und über
480 Erlebnisse in Rom buchen.



Städtereisen entdecken:

Buchung in Ihrem Reisebüro und
unter www.tui.at/staedtereisen



Das Wirrwarr mit All Inclusive



Von der Business- zur Holzklasse



Tanz um die Ticketgebühr



Die Fluglinien des Niki Lauda

gar seinen eigenen, gar nicht so kleinen, Fan-Club mit. Und der eine oder andere war vom Start im Austria Center bis zum Finale in der Hofburg mit dabei. Der Sieger erhielt schließlich die Schlüssel zu einem nagelneuen Volvo S40 überreicht.

Viel Spaß also auf der einen Seite. Auf der anderen Seite kamen die Reisebüros immer mehr unter Druck. Nicht nur durch Direktvertrieb oder die langsam aufblühenden Internetplattformen. Auch der Handel hatte sich eingeschaltet. Hofer, Billa oder Lidl verkauften plötzlich auch Reisen. Und zwar gar nicht wenige. Dazu kam, dass die Veranstalter und Fluglinien für den Vertrieb immer weniger bezahlen wollten. Heißt: Die ohnehin schon spärliche Provision wurde weiter zurückgefahren. Vom Verkauf von Reisen alleine, von Pauschal- über Geschäfts- bis hin zu Flugreisen, wurde das Überleben schwierig. Also machten sich die Büros auf die Suche nach zusätzlichen Geldquellen. Welche sie gefunden haben, darüber gab FaktuM 2007 einen Überblick. An erster Stelle standen zusätzliche Provisionen vom Verkauf der Reiseversicherungen und Mietwagen. Wobei vor allem die Vermittlung von Reiseversicherungen begehrt waren. Denn die versprachen die höchste Provision. Andere entwickelten sich hin zu Veranstaltern. Im kleinen Stil. Da wurden etwa Ajurveda-Reisen oder Abenteuerreisen auf die Beine gestellt. Die nicht von tausenden Reiselustigen, sondern nur von ein paar hundert Interessierten gebucht wurden. Die dafür als Stammgäste erhalten blieben. Als Nebeneffekt. Denn als Veranstalter konnte man doch einen größeren Deckungsbeitrag einfahren. Andere wiederum entdeckten das Incoming für sich. Wieder andere verdienten ihr Zusatzgeld damit, zur Städtereise gleich die Konzertkarte mitzuverkaufen. Oder den Theatereintritt. Oder den Musicalbesuch. Kurz: Damit, nicht nur die Reise, sondern auch die Freizeit zu organisieren.

Und natürlich verkauften die Reisebüros auch All-Inklusive-Angebote. Aber ganz leicht machten es einem die Veranstalter da nicht. 2008 etwa schaute FaktuM einer Counter-Beraterin über die Schulter, die versuchte, für ein Ehepaar den Unterschied zwischen zwei Angeboten aufzudröseln. Und dabei scheiterte. Das Ehepaar buchte schließlich – obwohl man genau deswegen gekommen war – gar nicht. Warum denn das mit All Inklusive so schwierig sei, wollte FaktuM daraufhin wissen. Und klapperte die Anbieter ab. Fazit: All Inklusive ist jedesmal etwas anderes. Das kann die Verpflegung beinhalten, den Sport, Animationsprogramm bis hin zur Kinderbetreuung. Leider machten es einem die Veranstalter damals nicht gerade leicht, zu erfassen, was denn noch alles dabei ist und worin die Unterschiede, die vor allem preislich zutage traten, denn liegen.

Luft-Verwirrungen

Im Gedächtnis blieb 2008 allerdings durch den großen Wirtschaftseinbruch. Nicht lange dauerte es, bis dessen Auswirkung überall zu spüren war. Auch in der Reisebranche. Konkreter: bei den Geschäftsreisen. Da wurde 2009 ein heftiger Sparkurs eingeleitet. Holzklasse statt Entspannung in der Business, lautete das Motto.

Archiv



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



Restplätze zum Weltuntergang



Plattformen lassen Reisebüros schwitzen



Trend Busreisen



Branche rüstet sich für die Zukunft

Wenn überhaupt. Denn Geschäftsreisen zum Zwecke der Weiterbildung wurden gleich ganz gestrichen. Einen Rückgang von rund 20 Prozent musste die Branche da hinnehmen. Doch nicht nur das. Bis dahin leistete sich das eine oder andere Unternehmen einen Privat-Jet. Doch zählte man zu Anfang des Jahres noch 174 solcher Geräte, standen zwei Monate später schon 32 zum Verkauf. Aber auch in dieser Konstellation gab es Gewinner. In diesem Falle die Low Cost Carrier. Denn was an Business Class bei den etablierten Anbietern eingespart wurde, wurde nun in die eng bestuhlten Maschinen gepfercht. Zu dieser Zeit konnte etwa flyNiki noch von kräftigen Buchungszuwächsen schwärmen, bevor die Fluglinie den Weg aller von Niki Lauda gegründeten Airlines ging.

Und schon kam die nächste schlechte Botschaft angeflogen: 2010 stand in Österreich „Budgetsanierung" an. Und wie jede Bundesregierung, die sich diese auf die Fahnen heftete, versprach auch jene damals, diese „ausgabenseitig" anzugehen. So verhandelte man, bis das Jahr fast vorübergezogen war. Mangels Ergebnis mussten dann schnelle Schritte her. Nur gut, dass man da einfach von den Deutschen abkupfern konnte und mir nichts dir nichts eine Ticketabgabe einführte. Praktisch über Nacht. Der Aufschrei war groß. Denn Touristiker sahen schon grenznahe Flughäfen von der deutschen Ticketsteuer profitieren. Pech gehabt. 2011 kam sie dann und betrug erst einmal 8 Euro für die Kurz- und 20 Euro für die Langstecke. Der befürchtete Passagierschwund blieb aber aus. Ebenso wie die großen Einnahmen. Eine Steuer auf Kerosin, so Experten, wäre wesentlich effizienter gewesen. Jedoch für ein Land exklusiv wohl nicht zu machen. Heute führt man in der Regel pro Ticket rund 12 Euro ab, bei Entfernungen unter 350 Kilometer 30 Euro. Und man hat sich an den Obulus gewöhnt.

Schließlich widmete sich FaktuM 2011 ausführlich Niki Lauda. Anlass war die Veräußerung der Mehrheit seiner flyNIKI an die Air Berlin. Der umtriebige Lauda fühlte sich in Cockpits, sei es jenen von Formel 1-Autos oder jenen von Flugzeugen, durchaus wohl. Jedoch musste er die meisten seiner Unternehmungen wieder aufgeben. Gestartet mit zwei Fokker 1979 schaffte er es aber immerhin, mit der Lauda Air den österreichischen Flugmarkt, dominiert von dem damaligen Monopolisten AUA, aufzumischen. Gerade mit der Lauda Air wollte er zeigen, dass man für wenig(er) Geld auch luxuriös fliegen könne. Und holte sich Caterer Do&Co an Bord. Gespart wurde dafür beim Personal. Gefightet mit der AUA. Dafür lehnte er sich immer mehr an die Lufthansa an. Doch 1997 beteiligt sich schließlich die AUA an der Lauda Air. Die Reibereien mit dessen Chef nahmen allerdings kein Ende, bis die AUA 2000 den Konkurrenten vollständig übernimmt. Lauda zieht es danach zu neuen Ufern. Konkret als Berater zurück in die Formel 1. Doch schon 2003 taucht er wieder als Unternehmer auf. Zuerst mit der Mietwagen-Werbeflotte Laudamotion. Dann mit der Fluglinie flyNIKI. Mit der er schließlich eine enge Kooperation mit Air Berlin eingeht. Bis die Deutschen den heimischen Billigflieger übernahmen. Bevor sie selbst der Pleite zuflogen. Aus ihrem Nachlass holte sich Lauda schließlich noch einmal Teile der ehemaligen NIKI zurück.

Archiv



Kampanien: Golf von Neapel und Sorrent

+ Amalfitana, Vesuv und Insel Capri
+ Antike Pracht in Pompeji, Oplontis, Herculaneum und Paestum

7. - 14.10., 29.10. - 5.11., 27.12.23 - 3.1.24, 25.3. - 1.4.2024 Flug ab Wien, Bus, ****Hotel/HP, Schifffahrt, Eintritten, RL
ab € 1.630,–

Andalusien

Einzigartige Städte und Landschaften in Südspanien

17. - 24.9., 22. - 29.10., 29.10. - 5.11., 26.12.23 - 2.1.24, 23. - 30.3.24 Flug ab Wien, Bus, meist ****Hotels/tw. HP, Eintritte, RL
ab € 1.730,–

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 u. 4x Abendessen, 2x Mittagessen, Eintritte, RL
ab € 2.190,–

Höhepunkte Sardiniens

10. - 17.9., 17. - 24.9.2023 Flug ab Wien, Bus, ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL
€ 1.630,–

Montenegro - Kleinod am Mittelmeer

+ 6 Tagesausflüge u.a. zum Tara-Canyon u. nach Dubrovnik

9. - 16.9., 23. - 30.9., 21. - 28.10.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, ****Hotel/HP, Bootsfahrten, Eintritte, RL
ab € 1.490,–

Islands Herbstlichter

Auf den Spuren der Herbstlichter rund um Island

6. - 14.10.2023 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, *** und ****Hotels/meist HP, Eintritt, RL
€ 3.050,–

Mit dem Havila-Postschiff zum Nordkap

+ Geführte Landgänge mit österr. Reiseleitung inkl.

27.10. - 3.11.23, 23. - 31.3.2024 Flug ab Wien, Ausflüge, 1x ****Hotel/HP, SchiffsReise auf Havila/Außenkabine/VP, Landgänge, Eintritte, RL
ab € 3.050,–

Usbekistan: Entlang d. Seidenstraße

30.9. - 9.10., 26.10. - 4.11.23, 23.3. - 1.4.24 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, *** u. ****Hotels/meist HP, Eintritte, RL
ab € 1.990,–

Höhepunkte Mexikos

Vom Hochland bis zur Karibikküste in Yucatan

11. - 26.11., 23.12.23 - 7.1.24, 10. - 26.2.24 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, meist ****Hotels/NF, Eintritte, RL
ab € 3.980,–



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



FaktuM verlieh die Airline-Krone



Trump erschüttert die Reisewelt



Wenn Passagiere um sich schlagen



Schnell ein Selfie

Um unter dem Namen Laudamotion noch einmal abzuheben. Doch letztendlich verkauft er das Geschäft an seinen Konkurrenten Ryanair.

Untergangsstimmung

Nicht nur für Unternehmer, für alle sollte es 2012 gewesen sein – zumindest, wenn es nach dem Maya-Kalender gegangen wäre. Denn laut diesem hätte am 21. Dezember dieses schicksalhaften Jahres der Weltuntergang über die Bühne gehen sollen. Und so wartete man denn auf das unausweichliche Schicksal. Allerdings nicht untätig: Die Menschen in der Reisebranche bemerkten bald, dass damit auch Geld zu machen ist. Vor allem die Destination Mexico mit ihren Maya-Bauten wurde ins Zentrum der Bewerbung gestellt. Und die Mexikaner nahmen das Ereignis dankbar auf. Polierten sich und vor allem ihre Maya-Stätten auf. Und konnten so um ca. 52 Mio. Touristen mehr als üblich begrüßen. Für das durch Bandenkrieg gekennzeichnete Land eine Wohltat. Auch wenn der Weltuntergang noch ein bisschen verschoben werden musste. Denn ausgerechnet im Mai 2012 wurde in Guatemala ein weiterer Maya-Kalender entdeckt. Und laut dem ist das Ende der Welt noch 7.000 Jahre entfernt. Echtes Unwohlsein machte sich in der Branche dagegen anlässlich der heraufdräuenden Konkurrenz der Buchungsportale im Web breit. Und 2013 gab es da schon einige, die man auch heute noch kennt. Allen voran booking.com. Etabliert auch bereits checkfelix oder swoodoo. Und die großen, durchwegs internationalen Konzerne ließen ihre Macht spüren. Zuerst gegenüber den Hoteliers, die dazu gedrängt wurden, auf den Plattformen mit ihren günstigsten Preisen präsent zu sein. Immerhin erreichten die mit einem Klick auch Publikum am anderen Ende der Welt, das nun plötzlich ein österreichisches Hotel vorgeschlagen bekommt, von dem sie ansonsten wahrscheinlich nie etwas gehört hätten. Dafür wurde dann auch genug Provision fällig. Doch auch für die Reisebüros wurde es enger. Denn natürlich hatten auch österreichische Reisewillige die entsprechenden Websites längst entdeckt. Die Büros versuchten, ihre Vorteile noch stärker herauszukehren: Reisezusammenstellung aus einer Hand, Insidertipps für Unternehmungen vor Ort, keine Überraschungen bei der Unterkunft. Doch die Zukunft zeichnete sich bereits ab: Standardbuchungen wandern immer mehr zu den Plattformen, während beratungsintensivere und aufwändigere Ideen noch immer übers Reisebüro gesammelt werden.

Als Auslaufmodell bekamen auch Busreisen ein schlechtes Image angehängt. Brachte man sie in der Regel vor allem mit den sogenannten Kaffeefahrten oder ähnlichen Ereignissen in Verbindung, die umgangssprachlich unter Nepp fallen. 2014 sah sich FaktuM die Sache etwas näher an und klopfte die gängigen Klischees auf ihren Wahrheitsgehalt hin ab. Das Ergebnis: Ja, es ist vor allem eine ältere Zielgruppe, die diese Reiseform erwählt. Aber nein, Busreisen sind nicht unangenehm und auch kein Auslaufmodell. Im Gegenteil. Die Anbieter rüsteten ihre Flotten modern auf. Der Busreisende kann sich rundum verwöhnen lassen: Ein Entertainment-Angebot ist ebenso inkludiert wie ein Drink zwischendurch oder auch ein Snack. Die Sitze laden zum Beobachten der Landschaft ebenso wie zu einem Nickerchen ein. Man ist längst nicht mehr wie Sardi-

Archiv

DU:

RHO

DEIN KOFFER:

IBZ

#einesorgeweniger ums Gepäck:
mit unserer Reiseversicherung.

Jetzt online abschließen
auf wienerstaedtische.at

Ihre Sorgen möchten wir haben.

WIENER STÄDTISCHE
VIENNA INSURANCE GROUP



Corona schlägt ein



Agents leben mit Onlinekonkurrenz

nen aufgereiht. Und muss sich um nichts kümmern. Die Route ist vorgegeben, die Hotels elegant, die Reiseleitung informativ und längst ist auch das Ansinnen passé, möglichst viele Highlights in möglichst wenig Zeit zu verpacken. Dafür stehen die Anbieter auf anderer Front unter Druck. Denn immer dieselben Ziele anzubieten, das war früher vielleicht noch möglich. Heute sind immer neue Ideen gefragt. Und dabei sollte immer darauf geachtet werden, dass die Buszeiten nicht zu lange werden.

Glamourös

Österreich sah sich 2014 aber mit einem anderen Weltereignis konfrontiert: Conchita Wurst obsiegte beim internationalen Wettsingen, bekannter als Song Contest, in Kopenhagen. Die Konsequenz: 2015 war der ganze Showtross zu Gast in Österreich. Und das wollte man nutzen. Nicht nur der ORF, der sich mit einer stimmungsvollen Show als Player in der Oberliga profilieren wollte, sondern auch Österreich und nicht zuletzt die Stadt Wien. Obwohl nicht von vorneherein feststand, dass der Song Contest dort über die Bühne gehen würde. Im Gespräch war auch Graz. Jedenfalls wusste man sich, trotz des üblichen Vorab-Gejammers (da wird wieder alles teurer, „wos brauch ma des“) professionell zu inszenieren. Nicht nur in der Wiener Stadthalle, auch in Wien selbst. Wo die Contest-Fans aus aller Welt positiv aufgenommen wurden. Und das Ereignis im Mittelpunkt stand, ohne aufdringlich zu wirken. Selbst die befürchtete Song Contest-getriebene Teuerung blieb aus.

Glamourös ging es 2016 weiter. Denn da widmete sich FaktuM den besten Airlines der Welt. Preise gibt es diesbezüglich einige. Als Oscar der Branche gilt die weltweit größte und bedeutendste Passagierbefragung, die in die Vergabe der World Airline Awards mündet. Veranstaltet wird das Spektakel von der britischen Unternehmensberatung Skytrax. Über 40 Themenfelder werden hier – von Sitzkomfort über Speisen und Getränke bis hin zu Freundlichkeit – abgefragt. Demgegenüber stehen als Golden Globes der Branche die Airline Excellence Awards. Sie werden vom australischen Flugreiseportal AirlineRatings.com vergeben. Ausschlaggebend für die Bewertungen sind die Rückmeldungen der User. Zusätzlich findet ein Monitoring durch erfahrene Redakteure statt, um Fehlinformationen zu vermeiden. Aus den beiden Listen erstellte die FaktuM-Redaktion schließlich eine Kombiwertung. Das Ergebnis: Als beste Airline der Welt flog 2016 Cathay Pacific vor Emirates und Etihad.

2017 erschütterte ein weiteres Ereignis die Welt: Donald Trump trat seine Präsidentschaft an. Und eine der ersten Handlungen war der Ausspruch eines Reisebanns. Er bezog sich auf sieben mehrheitlich muslimische Länder, dessen Einwohner vorübergehend nicht gerne in den USA gesehen wurden. Als Begründung nannte Trump Schutz vor Terror-Risken. Der Reisebann wirkte sich allerdings weltweit aus. Der Branchendienst ForwardKeys registrierte einen Rückgang der Buchungen in die USA von 6,5 Prozent. Am stärksten fiel er mit 37,5 Prozent wenig überraschend im Nahen und Mittleren Osten aus. Doch auch aus Westeuropa registrierte man ein Minus von 13,6 Prozent, aus dem nordeuropäischen Markt machte das Minus immer noch 6,6 Prozent aus. Und auch in Österreich merkte der eine oder andere ein Nachlassen der Nachfrage. Das reichte von einem „leicht nachlassenden Interesse“ bis hin zu einem Minus von 12 Prozent.

Verhaltensauffällig

Doch es sind nicht immer nur die großen Katastrophen, die den Reisenden den Urlaub vergällen. Nicht selten sind es auch die Mitreisenden. Da muss man nicht erst warten, bis wieder jemand mit dem unsäglichen Handtuch die Poolliege reserviert. Der Ärger kann schon beim Abflug los gehen. Etwa damit, dass die Maschine überbucht ist. Oder in der Rotation Probleme aufgetreten sind und das Flugzeug am gebuchten Datum gar nicht mehr abfliegt. Doch es können auch ganz einfach die Mitreisenden sein, die einen wünschen lassen, man hätte statt All Inclusive am Pool lieber Klosterurlaub in Indien gebucht. Vor allem das Flugzeug als Tatort hat an Bedeutung gewonnen. Die Enge, die Angst vorm Fliegen, die Höhenluft – man weiß es nicht, was die Menschen zu ihren merkwürdigen Handlungen treibt. Mitreisende beginnen, um sich zu schlagen, ziehen sich im Flieger aus, versuchen, in 10.000 Metern die Tür zu öffnen, wollen plötzlich woanders hin und schicken sich an, das dem Piloten aggressiv klar zu machen. Die Flughafenpolizei bekommt jedenfalls immer mehr zu tun. Daher widmete sich auch FaktuM 2018 dem Phänomen des verhaltensauffälligen Flugpassagiers. Das reichte vom Rauchen auf der Toilette über sexuelle Belästigung der Flugbegleiterinnen bis zu handfesten Schlägereien am Airport.

Archiv

Grazer Uhrturm bekommt Digital-anzeige.



Glaub nicht alles, was du irgendwo liest.

Selbstverständlich bleibt der Grazer Uhrturm so, wie er ist.

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



Das legendäre Flughafenchaos



Trotz Inflation mehr Reisen als je zuvor

Und natürlich öffentliches Pinkeln. Der Eindruck, dass die Probleme von Jahr zu Jahr zunehmen, wurde auch von der Flughafenpolizei bestätigt. Von Jahr zu Jahr mehr Flugpassagiere, weniger Personal, mehr Flugstress – das entlädt sich manchmal in irrationalen Taten an Bord. Oft, so ein Flughafenpolizist, seien aber auch die Carrier schuld. Wenn etwa bei Verspätung oder Annullierung nicht ordentlich kommuniziert wird. Oder durch Überbuchung Passagiere am Boden bleiben – und man es nicht für notwendig hält, sich ordentlich zu entschuldigen.

Doch auch die Urlaubsgewohnheiten haben sich im Laufe der Zeit geändert. Für alle, die sich noch an Vor-Internet-Zeiten erinnern können – die Erinnerungen, die man daraus mitbrachte, wurden auf Film gebannt und an dem einen oder anderen Abend mit Familie und Freunden geteilt. Gerne hielt man ungewöhnliche Naturerscheinungen, Sehenswürdigkeiten und die Straßenschluchten in den Städten fest. Und traf hier und da jemanden, der ein Foto vom Urlaubenden schoss. Heute dagegen: Selfie vor Wasserfall, Selfie vor dieser und jener Sehenswürdigkeit. Dazu gilt es, möglichst lustig oder möglichst dämlich auszusehen. Und schon geht's ab auf Insta oder Facebook oder was auch immer. Der Stress, allen zu zeigen, wie cool man auch im Urlaub ist, steigt, konnte FaktuM 2019 feststellen. Dazu gesellte sich noch ein gewisser Widerspruch: Die Flug-Scham. Immerhin hinterlässt diese Art des Reisens keinen kleinen ökologischen Fußabdruck.

Greta hat es vorgemacht: Es geht auch mit Zug und Schiff. Ganz nach dem Motto: Der Weg ist das Ziel. Und Greta eiferten damals viele nach. So wurde Fliegen langsam zu etwas, was man nicht tun sollte. Trotzdem: es flogen so viele Menschen wie nie zuvor. Man kann sich nach der Rückkehr ja immer noch schämen.

Tourismus im Dauerstress

Und dann kam Corona. 2020 war es aus mit dem Umherfliegen. Selbst eine Reise mit der Bahn war nicht immer ganz leicht zu bewältigen. Unter diesen erschwerten Umständen feierte ein bereits heraufdröhnender Trend seinen Boom. Ganz wie zu Großvaters Zeiten packte man wieder das Zelt ein. Oder setzte auf die etwas luxuriösere Variante, den Camper. Jedenfalls konnten zumindest die Besitzer der Campingplätze nach einigen geschlossenen Monaten wieder aufatmen. Denn schnell hieß es: ausgebucht. Campen, da fühlten sich die Menschen sicher. Man musste nicht so viele Einschränkungen auf sich nehmen. Denn man war ja hauptsächlich im Freien. Und Social Distancing war auf dem Campingplatz ebenfalls leichter herzustellen als in der Hotelanlage. Und – man erlebte wieder etwas Neues. Wobei: Die Campingplätze waren auch 2020 längst nicht mehr mit jenen aus Großvaters Zeiten vergleichbar. Luxus geht auch mit der mitgebrachten Unterkunft. Und selbst das ist nicht mehr Voraussetzung. Denn kaum ein Campingplatz, der nicht Bungalows anbietet. Manche auch durchaus luxuriöse Behausungen.

Corona begleitete uns noch weiter. Die Folge: Arbeitskräfte in Gastro und Hotellerie wanderten ab. Denn für sie gab es kaum etwas zu tun. Als es 2021 schließlich wieder aufwärts zu gehen schien, war die Tourismusbranche vorbereitet. Zumindest – fast vorbereitet. Denn die Arbeitskräfte, die durch die Schließungen während Corona neue Betätigungsfelder entdeckten, wollten nicht mehr so einfach zurück. Die Folge: Arbeitskräftemangel. Und zwar akuter Arbeitskräftemangel. Der sich auch auf die Gäste auswirkte. Denn: Gastronomiebetriebe konnten nicht mehr sieben Tage in der Woche bis spät in die Nacht offen halten. Sondern mussten sich auf die Zeiten mit stärkstem Andrang beschränken. Oft wurde man dafür dann gleich vom Chef oder der Chefin serviciert. Auch Hotels mussten ihr Angebot zurückfahren. Zimmerservice Tag und Nacht – das ging sich nicht mehr aus. Um Arbeitskräfte anzulocken, versuchten es die Arbeitgeber mit Goodies, die bisher nicht wirklich denkbar waren. Flexible Arbeitszeiten, Vier-Tage-Woche, bessere Bezahlung – die Ideen gingen nicht so schnell aus. Doch gesucht wird noch immer.

Und dann – endlich – war die Coronakrise vorüber. Die Buchungen sprangen an wie ein Formel 1-Motor. Bis – ja, bis 2022 der Krieg in der Ukraine kam. Haben wir uns doch schon so an Katastrophen gewöhnt. Und auch der Krieg hinterließ eine im Tourismus. Wenn auch die Auswirkungen nicht so dramatisch waren, wie befürchtet. Doch gerade die Gäste aus Übersee, Amerikaner oder Asiaten, ließen da lieber noch Vorsicht walten. Und natürlich blieben auch die Russen aus. Manche Destinationen litten auch mehr. Etwa die Türkei, die jährlich eine relevante Zahl sowohl an Russen als auch an Ukrainern bis dahin als Gäste begrüßte.

Der Krieg hatte zudem noch eine andere Auswirkung: Er heizte die ohnehin schon anziehende Inflation weiter an. 2023 – ein weiteres Krisenjahr? Interessanterweise scheint es ein Jahr des Durchatmens zu sein. Ein Rekordjahr für den Tourismus. Gebucht wurde so viel wie nie zuvor – Inflation hin oder her – die Menschen lassen sich nicht abzuhalten, ihrer Lieblingsbeschäftigung nachzugehen – dem Reisen. ■

Archiv

DIE ENERGIE VON WIEN

schert sich ums Klima.



Für den Klimaschutz in und um Wien setzen wir alle Hebel in Bewegung. Damit Sie zuhause nachhaltig mit Strom und Wärme versorgt sind und e-mobil mit 100 % Ökostrom unterwegs sein können. Wie wir bis 2040 klimaneutral werden und was das mit einem Solarschaf zu tun hat: **wienenergie.at/Amählie**

WIEN ENERGIE

Wien Energie, ein Unternehmen der Wiener Stadtwerke-Gruppe.

Gastronomie in Wien: Vielfältige Chancen und Wege in einer dynamischen Zeit

Die aktuellen Herausforderungen und Zukunftsaussichten für die Gastronomie in Wien. ÖVP-Obmann Karl Mahrer steht Rede und Antwort.



Karl Mahrer ortet große Herausforderungen aber auch vielversprechende Zukunftsaussichten

Die Wiener Volkspartei

Faktum: Guten Tag, Herr Mahrer. Vielen Dank, dass Sie sich die Zeit für dieses Interview nehmen. Wir möchten gerne über die Gastronomie in Wien sprechen, insbesondere über die Gastronomie auf den Wiener Märkten. Wie würden Sie den aktuellen Zustand der Gastronomie in Wien beschreiben?
Karl Mahrer: Die Gastronomie in Wien steht vor vielfältigen Herausforderungen, aber auch vielversprechenden Zukunftsaussichten. In Zeiten des Wandels und der zunehmenden Diversität sind es gerade die Traditionen und bewährten Konzepte, die Stabilität und Vertrauen bieten können. Ich sehe die Gastronomie in Wien vor der Herausforderung, den Anforderungen einer modernen Gesellschaft gerecht zu werden, ohne dabei die Wurzeln und das Erbe zu vernachlässigen. Eine der größten Herausforderungen war zweifelsohne die COVID-19-Pandemie, die zu erheblichen wirtschaftlichen Einbußen geführt hat. Dennoch haben die Gastronomiebetriebe bewundernswertes Durchhaltevermögen gezeigt und sich an die neuen Gegebenheiten angepasst. Nicht zuletzt mit den Maßnahmenpaketen der Bundesregierung. Doch es wird erst jetzt deutlich, wie groß die Herausforderungen tatsächlich sind. Die Teuerung und der Fachkräftemangel setzen auch dieser Branche sehr zu.


Die Gastronominnen und Gastronomen benötigen mehr Unterstützung

Faktum: Welche spezifischen Probleme gibt es für die Gewerbetreibenden in der Gastronomie?
Mahrer: Eine der größten Herausforderungen für die Gewerbetreibenden in der Gastronomie sind die finanzielle Belastung durch die Teuerung und die bürokratischen Vorschriften und Abgaben. Die Gastronomiebetriebe haben mit Kostensteigerungen bei Strom, Lebensmitteln und verschiedenen Abgaben zu kämpfen, was ihre Gewinne schmälert. Bei den Abgaben sind vor allem zwei Wiener Eigenheiten zu nennen: Die Heizschwammerlabgabe und die sogenannte Luftsteuer. Erstere hat sich mit Jänner 2023 verdoppelt, dass ist eine maßgebliche Mehrbelastung. Zwar ist mit Anfang des Jahres die Luftsteuer gefallen, wodurch keine Abgaben für Markisen, Rollläden, Vordächer, Ladenvorbauten oder Windfänge mehr fällig sind. Davon ausgenommen sind jedoch Leuchtreklamen, für diese muss weiterhin bezahlt werden.

Faktum: Gibt es Hürden von Seiten der Stadt Wien, insbesondere vom Marktamt, die die Gastronominnen und Gastronomen auf den Wiener Märkten beeinträchtigen?
Mahrer: Ja, definitiv. Die bürokratische Abwicklung bei der Beantragung von Standplätzen und die damit verbundenen Genehmigungsverfahren sind ein Problem. Die Gastronominnen und Gastronomen benötigen mehr Unterstützung und schnellere Entscheidungsprozesse, um ihre Geschäfte auf den Märkten effizient führen zu können.

Faktum: Welche bürokratischen Hürden sollten Ihrer Meinung nach abgebaut werden, um den Gastronominnen und Gastronomen zu helfen?
Mahrer: Um den Gastronominnen und Gastronomen zu helfen, sollten wir bürokratische Hürden abbauen und den Genehmigungsprozess vereinfachen. Die Stadt Wien sollte die Anliegen der Gas-

Die Wiener Volkspartei



Die Teuerung und Inflation haben einen erheblichen Einfluss auf die Gastronomie

tronomiebetriebe ernst nehmen und proaktiv Lösungen anbieten. Bürokratische Verfahren sollten beschleunigt, digitalisiert und transparenter gestaltet werden, um den Gewerbetreibenden das Geschäftsleben zu erleichtern.

Faktum: Welche anderen Themen beschäftigen die Gastronominnen und Gastronomen in Wien?
Mahrer: Neben den genannten Abgaben und bürokratischen Hürden beschäftigen die Gastronominnen und Gastronomen in Wien auch Themen wie die Sicherung von qualifiziertem Personal, steigende Lebensmittelkosten, die Anpassung an veränderte Kundenbedürfnisse und die Förderung der Nachhaltigkeit in der Gastronomie.

Faktum: Die Teuerung und die allgemeine Inflation sind ebenfalls wichtige Themen. Wie wirken sich diese auf die Gastronomen aus und gibt es dadurch auch einen Rückgang der Kundschaft?
Mahrer: Die Teuerung und Inflation haben einen erheblichen Einfluss auf die Gastronomie. Die gestiegenen Kosten für Lebensmittel, Energie und Mieten belasten die Gewerbetreibenden und können zu höheren Preisen für Speisen und Getränke führen. Dies kann potenziell Kunden abschrecken und zu einem Rückgang der Kundschaft führen. Die Gastronomen müssen daher einen schwierigen Spagat zwischen Kostensteigerungen und wettbewerbsfähigen Preisen bewältigen.

Faktum: Bemerken Sie persönlich oder in Ihrem Umfeld, dass die Gastronomie in Wien mit Problemen zu kämpfen hat?
Mahrer: Ja, definitiv. Sowohl aus Gesprächen mit Gastronominnen und Gastronomen als auch aus persönlichen Beobachtungen lässt sich erkennen, dass die Branche mit vielfältigen Herausforderungen zu kämpfen hat. Die schwierige wirtschaftliche Lage, der Fach- und Arbeitskräftemangel und die steigenden Kosten machen es den Gewerbetreibenden nicht leicht.

Faktum: Welche konkreten Probleme sehen Sie in der Marktordnung, die die Gastronomie auf Märkten beeinträchtigen?
Mahrer: Die aktuelle Marktordnung in Bezug auf die Gastronomie auf Märkten ist aus meiner Sicht nicht optimal. Es gibt einige Regelungen und bürokratische Hürden, die den Gastronomen das Leben schwer machen und ihre wirtschaftliche Entwicklung beeinträchtigen. Die größten Probleme in der Marktordnung sind aus meiner Sicht die überbordenden Vorschriften und die hohen Kosten, mit denen Gastronomen auf Märkten konfrontiert werden. Diese können dazu führen, dass es für kleine Betriebe schwierig wird, wettbewerbsfähig zu bleiben und innovative Konzepte umzusetzen. Märkte sind und waren schon immer ein Ort des Zusammentreffens und das gilt es weiterhin zu unterstützen.

Faktum: Welche Änderungen oder Erleichterungen würden Sie vorschlagen, um allen Gastronomie-

Die Wiener Volkspartei

betrieben mehr Flexibilität und Unterstützung zu bieten?
Mahrer: Um allen Gastronomen in Wien mehr Flexibilität und Unterstützung zu bieten, schlage ich vor, die Steuerlast zu reduzieren und die Kosten für die Schanklizenzen und -konzessionen zu senken. Dadurch würden alle Betriebe entlastet und hätten mehr finanziellen Spielraum für Investitionen und Innovationen. Gerade im Zusammenhang mit dem Mangel an Arbeitskräften ist die Dienstgeberabgabe zu nennen. Diese Abgabe erhöht die Lohnkosten und macht es für Gastronomiebetreibende schwieriger, neue Mitarbeiter einzustellen oder bestehende Beschäftigungsverhältnisse aufrechtzuerhalten. Sie sind dann in weiterer Folge auch ein Hindernis für Wachstum und Investitionen. Es ist wichtig, dass alle Akteure zusammenarbeiten und innovative Lösungen finden, um die gesamte Gastronomiebranche weiterzuentwickeln und die Bedürfnisse der Gäste zu erfüllen. Mit der richtigen Balance zwischen Tradition und Fortschritt kann die Gastronomie in Wien auch in Zukunft erfolgreich sein.

Faktum: Welche Maßnahmen würden Sie ergreifen, um die Vielfalt und Qualität der gastronomischen Angebote in Wien zu fördern?
Mahrer: Wien ist bekannt für kulinarische Vielfalt und eine lebendige Gastronomieszene. Um diese Vielfalt und vor allem die Qualität der gastronomischen Angebote zu fördern, sollten wir Anreize für innovative Konzepte und regionale Spezialitäten schaffen. Die Zusammenarbeit mit lokalen Produzenten und Landwirten kann dazu beitragen, frische und hochwertige Lebensmittel anzubieten und gleichzeitig die lokale Wirtschaft zu stärken. Es ist großes Potenzial da, neue Konzepte zu entwickeln, nachhaltige Ansätze zu verfolgen und die Zusammenarbeit mit lokalen Produzenten und Landwirten zu stärken. Die Gastronomie ist weiterhin ein wichtiger Motor für die Wirtschaft und den Tourismus in Wien.



Zusammenarbeit zwischen Marktordnung und anderen Behörden ist entscheidend

Faktum: Wie beurteilen Sie die Zusammenarbeit zwischen Gastronomen und Behörden, um die Einhaltung der Vorschriften und die Sicherheit der Verbraucher zu gewährleisten?
Mahrer: Die Zusammenarbeit zwischen Gastronomiebetreibenden und Behörden ist entscheidend, um die Einhaltung der Vorschriften und die Sicherheit der Verbraucher zu gewährleisten. Es sollte eine enge Abstimmung geben, um effiziente Kontrollmechanismen und einen regelmäßigen Austausch von Informationen sicherzustellen.

Faktum: Vielen Dank, Herr Mahrer, für Ihre Einblicke. Es scheint, dass die Gastronomie in Wien mit verschiedenen Herausforderungen konfrontiert ist, sowohl durch bürokratische Hürden als auch durch wirtschaftliche Faktoren. Es bleibt zu hoffen, dass Maßnahmen ergriffen werden, um die Situation für die Gastronomen zu verbessern und ihnen eine erfolgreiche Zukunft zu ermöglichen. ■

Die Wiener Volkspartei

Alles Radelt!

Kein Tourismusverband, der auf sich hält, kein Reisevermarkter von New York bis Hintertupfing kommt ohne Drahtesel-Angebot davon. FaktuM machte sich schlau und zeigt, wie in verschiedensten Regionen das Thema „Radler anlocken“ angegangen wird.

TEXT: Larissa Bilovits



Kombinationen aus Rad- und Busreisen werden immer beliebter

Adobe Stock

Das Glück der Erde liegt auf dem Rücken der…Radel! Egal ob in der Großstadt, in ländlichen Regionen oder mitten in der unberührten Natur: Wer die Welt sehen will, hat im Sattel seines Drahtesels sitzend die besten Chancen. Denn das Fahrrad bietet nicht nur zahlreiche Vorteile gegenüber vielen anderen Verkehrsmitteln – Radfahren wird auch von den einzelnen Destinationen gefördert. Um die Radler anzulocken, wird mancherorts viel Arbeit investiert. Sowohl in Österreich als auch international.

Begleitetes Fahren

Radfahren wird immer beliebter, ebenso der Urlaub auf dem Rad. Fahrradtourismus boomt. Kein Wunder, bietet das Rad doch zahlreiche Vorteile, wie etwa die Tatsache, dass man viel eher als mit dem Auto versteckte, traumhafte Plätzchen entdeckt, die Umgebung mehr in sich aufsaugen kann. Den Trend zum Radtourismus haben auch viele Reisebüros bereits entdeckt und dementsprechende Angebote entwickelt.

Besonders beliebt und oft gesehen ist dabei die Kombination aus Rad- und Busreise. Hier gibt es neben der einfachen Busreise, bei der man sein Rad im Bus zu den angefahrenen Destinationen mitnimmt und von dort auf zwei Rädern losstartet, auch zahlreiche andere Möglichkeiten, mit denen man versucht, die Nachteile von Radreisen weitestgehend auszumerzen und attraktive Angebote zu schaffen.

Ein Beispiel stellt hier etwa das Thema Gepäck dar. Während ein Auto genügend Platz für einen Koffer voller Kleidung, Hygieneartikeln etc. bietet,

DU:

IBZ

DEIN KOFFER:

RHO

#einesorgeweniger ums Gepäck:
mit unserer Reiseversicherung.

Jetzt online abschließen
auf wienerstaedtische.at

Ihre Sorgen möchten wir haben.

WIENER STÄDTISCHE
VIENNA INSURANCE GROUP



Bei der Klimaschutz-Initative „Österreich radelt“ kann man mit jedem auf dem Drahtesel zurückgelegten Kilometer gewinnen

schaut das, wenn man mit dem Rad unterwegs ist, eher schwierig aus. Dementsprechend werden mittlerweile vielerorts Radreisen mit Busbegleitung angeboten. Man selbst erkundet die Umgebung auf dem Rad, während ein Bus das Gepäck von Ort zu Ort transportiert. Außerdem kann das Begleitfahrzeug bei ungemütlichem Wetter oder bei starken Steigungen als Etappenfahrzeug benutzt werden, wodurch man sich keine Sorgen machen muss, eine Tagestour nicht zu schaffen.
Eine weitere Variante ist der Reisebus als fahrendes Hotel. Dies bietet sich besonders für Strecken an, die über keine geeigneten Unterkünfte entlang der Route verfügen. Dieses Prinzip funktioniert ähnlich wie das eben genannte – der Bus fungiert also als Begleitfahrzeug – mit dem Unterschied, dass die Busse auch Schlafmöglichkeiten, eine Küche und oftmals auch Möglichkeiten zur Fahrradreparatur bieten, womit die Radreise komplett autark durchgeführt werden kann.

Österreich radelt

Das Rad als Transportmittel wird aber auch von vielen unter anderem dafür favorisiert, dass man sich emissionsfrei bewegt und somit zum Klimaschutz beiträgt. Dementsprechend ist es nicht verwunderlich, dass das österreichische Bundesministerium für Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie (BMK) dies im Rahmen der Initiative klimaaktiv unterstützt. Wie bereits in den beiden vorhergehenden Jahren wurde auch 2023 in Zusammenarbeit mit Sponsoren wie ÖBB, KTM und radlobby Österreich das Projekt „Österreich radelt“ gestartet.
Hierbei kann man sich online oder per App registrieren und jeden Kilometer, den man im Zeitraum zwischen 20. März und 30. September auf seinem Drahtesel zurücklegt, eintragen. Als Belohnung winken zahlreiche Preise von den Sponsoren, darunter etwa hochwertiges Radzubehör und Bikes. Dabei gibt es Gewinne für die einzelnen Bundesländer sowie österreichweite Preise. Dass die Aktion Anklang findet, zeigt sich an den Teilnehmerzahlen, die zu Redaktionsschluss bei etwa 34.000 Menschen liegen.

Destinations-RADschlag

Wie wichtig das Rad für uns Österreicher ist, schlägt sich etwa auch in einem kürzlich veröffentlichten Ranking des Online-Reiseveranstalters weloveholidays nieder. Demnach ist Wien unter den fahrradfreundlichsten Städten Europas auf Platz zwei, gleich hinter Berlin und vor Barcelona, Paris und Helsinki.
Österreich hat in Bezug auf Radfahren also viel zu bieten. Wien ist vor allem für die Zwecksradler ein absolutes Paradies. Rund 1.721 Kilometer ist das Radverkehrsnetz in Wien lang. Und es wird stets ausgebaut. Man kommt fast überall sicher und schnell von A nach B. Aber auch für die Genuss-Radler bietet Wien zahlreiche interessante Routen. Ein Klassiker, vor allem beliebt bei Touristen: Eine Runde um die Ringstraße. Diese führt kreisförmig um die Wiener Altstadt und somit vorbei an zahlreichen Sehenswürdigkeiten, wie unter anderem dem Parlament, dem Rathaus, der Staatsoper, der Hofburg und der Universität. Von dieser Strecke kann man zudem zum Donaukanal abbiegen und die Promenade entlangfahren. Ein weiterer Tipp ist die Prater-Hauptallee, auch bekannt als das grüne Herz der Stadt. Auf einer Länge von rund 4,4 Kilometern kann man auf einer autofreien Straße gemütlich im Schatten der Bäume entlangradeln. Viel Grün ohne Straßenlärm findet sich aber beispielsweise auch auf der Donauinsel.
Im Ranking der fahrradfreundlichs-

Adobe Stock

ORF
WIE WIR.



ORF KULTUR-SOMMER 2023

LIVE VON DEN BREGENZER FESTSPIELEN:
ERÖFFNUNG BREGENZER FESTSPIELE | MI 19. JULI | 9:55 | ORF 2

LIVE VON DEN SALZBURGER FESTSPIELEN:
ERÖFFNUNG SALZBURGER FESTSPIELE | DO 27. JULI | 10:45 | ORF 2
CHRISTIAN THIELEMANN & WIENER PHILHARMONIKER | SO 30. JULI | 11:00 | ORF 2

ALLE INFOS AUF: DER.ORF.AT

ORF 2 | ORF III | ÖSTERREICH 1 | ORF RSO | B | K | NÖ | OÖ | S | St | T | V | W



Alleine in Wien gibt es ein 1.721 Kilometer langes Radverkehrsnetz

ten Städte zwar nur auf Platz 6, aber durchaus erwähnenswert als Paradebeispiel ist Amsterdam. Hier gibt es nicht nur ein dichtes Netz von Fahrradwegen, die sich – für Touristen gut beschildert – durch Städte, Dörfer, Feldwege und Naturschutzgebiete schlängeln. Tatsächlich wird das Rad auch von Einheimischen als bevorzugtes Transportmittel genutzt. Vor allem in Amsterdam wird das Auto aufgrund der oftmals engen Gassen und Brücken immer unbeliebter und weicht dem Fahrrad. Dementsprechend ist es wenig verwunderlich, dass die Niederlande im EU-Vergleich den höchsten Radfahreranteil haben – rund zwei Drittel der Bevölkerung ab 15 Jahren fährt Rad – und dass auf 17 Millionen Einwohner rund 22,1 Millionen Fahrräder kommen.

Schaut man weg von Europa über den „großen Teich", der sich auch Atlantik nennt, findet man auch in den USA zahlreiche Angebote für Radler. Gerade in überlaufenen Städten, in denen man mit dem Auto, aber auch mit den überfüllten Öffis kaum zum Ziel kommt, ist das Rad für Einheimische wie Touristen oft das präferierte Transportmittel. Beispielsweise in New York City: Die hunderten Meilen an Radweg laden dazu ein, die Wolkenkratzer-Stadt mit all ihren Sehenswürdigkeiten im eigenen Tempo zu erkunden. Dazu gibt es auch speziell buchbare Pakete von Hotels, wie etwa das des Mandarin Oriental. Hier zahlt man für eine Übernachtung im Luxushotel und bekommt eine zweistündige geführte Privattour auf dem Fahrrad durch den berühmten Central Park oben drauf.

Radfahrer als Hassobjekt

Das Fahrrad ist also ein zeitloses Transportmittel, das Menschen auf der ganzen Welt verbindet – mehr oder weniger. Oftmals verwandeln sich der Drahtesel und sein Pilot nämlich in ein Objekt des Hasses. Irgendwie ist das ja auch verständlich. Gerade dann, wenn man mit dem Auto am Verkehr teilnimmt. Hier kann es nämlich schnell zu gefährlichen Situationen kommen. Auf breiteren Straßen muss man sie zwangsweise überholen, was zu einem Crash mit einem anderen Fahrzeug führen könnte. In engen Gassen hingegen bleibt oftmals kaum Platz zum Vorbeifahren. Und wer würde sich nicht ärgern, wenn man ausweglos mit 20 km/h hinter einem Radler nachschleichen muss.

Noch schlimmer wird es aber, wenn einem in gerade solchen engen Gassen ein Radfahrer entgegenkommt. Denn Radfahrer dürfen in vielen Fällen ja auch gegen die Einbahn fahren. Schließlich nehmen sie ja kaum Platz auf der Straße weg…aber gerade, wenn seitlich Autos parken, kann es schon einmal eng werden. Und wohin soll man dann ausweichen, ohne dass es zu einem Unfall kommt? Oder zumindest das eigene Auto unschön zerkratzt wird? Letzteres wird auch zum Problem, wenn Radfahrer sich im Stau oder vor einer roten Ampel durch die stehenden Autos schlängeln.

Aber warum trifft man überhaupt so viele Radfahrer auf der Straße, wenn es doch so viele Radwege gibt? Allein in Wien umfasst das Radverkehrsnetz ja circa 1.721 Kilometer. Es sollte also genügend Ausweichmöglichkeiten geben, damit sich Auto- und Radlenker möglichst wenig in die Quere kommen. Als Argument, warum sich einige doch für die Straße entscheiden, wird oft genannt, dass Straßen den Radlern eine höhere Geschwindigkeit und Effizienz bieten. Gerade dann, wenn man eine längere Strecke zurücklegen will, kommt man manchmal schneller und direkter an sein Ziel. Zudem kann sich die Navigation einfacher gestalten. Dieses Argument kann durchaus Sinn

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



Radfahrer auf der Straße sorgen oft für Ärger bei Autofahrern und Fußgängern

machen – zumindest in Regionen, in denen die Infrastruktur für Radfahrer eben nicht gegeben ist. Ich, die aus einem der ländlichsten Gebiete Österreichs stammt, kann das verstehen. Zwar gibt es dort einen Radweg – dieser ist aber so ein massiver Umweg, dass man mindestens die doppelte Strecke zurücklegen muss, um an das Ziel zu kommen. Logisch, dass sich da viele für die Straße entscheiden. Zumindest die, die das Radfahren als Mittel zum Zweck – als Transportmittel – und nicht als Freizeitspaß betrachten.

Aber Radler sind nicht nur auf den Straßen ein potenzielles Sicherheitsrisiko. Auch Fußgänger und Radfahrer geraten immer wieder aneinander. Eben beispielsweise dann, wenn man als Fußgänger in einer Einbahn die Straßenseite wechseln will und vergisst, einen Kontrollblick in beide Richtungen zu werfen, weil schließlich ein Radfahrer aus der Gegenrichtung daherschießen könnte. Oder ein anderes Beispiel, das für uns Mitarbeiter der MG Mediengruppe, die (noch) in der Zieglergasse 1 – und somit direkt an der Mariahilferstraße – ansässig ist, ein tägliches Dilemma darstellt. So herrscht auf der Mariahilferstraße als einer der wichtigsten Einkaufsstraßen des Landes an manchen Tagen ein regelrechtes Verkehrschaos. Sie gilt als eine sogenannte „Begegnungszone“ und wird als Einbahnstraße stadteinwärts geführt – natürlich mit Ausnahme der Radfahrer. Die dürfen sich wie die Fußgänger in beide Richtungen bewegen, jedoch ebenso wie Autos nur auf der inneren Spur, die durch die Entwässerungsrinnen abgegrenzt ist. Die beiden seitlichen Streifen sind nur den Fußgängern gewidmet. Problem: Die Fußgänger dürfen sich auch auf der Fahrbahn aufhalten. Solange sie den Verkehr nicht „mutwillig behindern“, dürfen sie auch auf der Auto- und Radspur schlendern. Nicht selten kommt es da vor, dass man mal einen Radfahrer, der aus der entgegengesetzten Richtung kommt, aufgrund der Menschenmengen übersieht…

Der Depp auf dem Rad

Ein weiteres Argument ist, dass Radler ach so aggressiv seien. Sie würden sich nicht an Verkehrsregeln halten, etwa bei Rot über die Ampel fahren. Nun ja, Radfahren darf eben jeder. Es braucht keinen Führerschein, keine Prüfung über das Wissen um Verkehrsregeln, wie etwa beim Auto. Von daher liegt es in der Eigenverantwortung, sich solche Sachen anzueignen. Und wer setzt sich schon hin und lernt über 400 Verkehrszeichen, zahlreiche Vorfahrtsregeln und vieles mehr, bevor er sich auf ein Rad schwingt?

Trotz allem ist es dennoch falsch, von „den Radfahrern“ als Kollektiv zu sprechen, sie zu pauschalisieren, in einen Topf zu werfen. Denn: Schwarze Schafe gibt es immer. Wie oft haben Sie beispielsweise schon fluchende Autofahrer, wild gestikulierende Busfahrer, aggressive Fußgänger gesehen? Ein Depp auf einem Rad ist also kein Depp, weil er ein Rad fährt. Er ist einfach ein ganz gewöhnlicher Depp. Sich angemessen zu verhalten, die Verkehrsregeln zu kennen und sich an diese zu halten, seine Aggressionen im Griff zu haben – das alles liegt in der Verantwortung jedes einzelnen. ■

Adobe Stock

Auf Du und Du mit der Natur

Warum der Großglockner Hochalpenstraßen AG die Natur am Herzen liegt.

Die 1935 eröffnete Großglockner Hochalpenstraße ist das größte Denkmal Österreichs. Sie wird jährlich von zahlreichen Menschen mit Autos, Motorrädern und Bussen besucht. Trotzdem – oder gerade deswegen – ist sie untrennbar mit der umliegenden Natur verbunden. Die Großglockner Hochalpenstraßen AG (GROHAG) als Betreiberin ist sich bewusst, dass die spektakuläre, abwechslungsreiche Natur des Hochgebirges links und rechts der Straße sie erst zu so etwas Besonderem macht. Das Credo ist, die Naturlandschaften rund um den Großglockner (3.798m) zu schützen und sie im Sinne des Nationalparkgedankens für viele Menschen zugänglich und erlebbar zu machen. Neben ihren straßenbaulichen Besonderheiten bietet die Großglocknerstraße tausenden Menschen die einmalige Chance, einen Blick ins Herz des ab 1981 gegründeten Nationalpark Hohe Tauern, dem größten Schutzgebiet Mitteleuropas, zu werfen. Dass man der Kernzone eines so bedeutenden Nationalparks so einfach so nahe kommt, gibt es weltweit nur selten. Genau aus diesem Grund arbeitet der Betreiber eng mit dem Nationalpark Hohe Tauern zusammen, bei Ausstellungen, Führungen und Wanderungen. Ein Beispiel für diese Bemühungen ist auch die „Ökologische Mahd", so werden die Wiesen entlang der Glocknerstraße erst spät im Sommer gemäht, damit die kostbaren Blüten für Bienen und Insekten möglichst lange als Futterquelle zur Verfügung stehen. Damit wird die Artenvielfalt gefördert.

Viele kleine Schritte für ein großes Ziel …

Bei allen Entscheidungen bemüht sich die GROHAG, die umweltfreundlichere Variante zu wählen. So werden alle Werbefolder der GROHAG auf PEFC-zertifiziertem Papier gedruckt, alternative Bio-Treibstoffe verwendet, der Fuhrpark auf elektrische Fahrzeuge umgestellt. Außerdem werden Alternativen zum Individualverkehr angeboten: So gibt es nicht nur regelmäßige geführte Fahrten mit dem Glocknerbus auf die Kaiser-Franz-Josefs Höhe, sondern wurden in den letzten Jahren auch weltweit beachtete Leistungstests mit E-Bussen oder E-LKWs durchgeführt. Denn emissionsfreie E-Mobilität ist im Interesse der Natur und folgender Generationen. Aus diesem Grund betreibt die GROHAG entlang der Großglockner Hochalpenstraße und in der Hohe Tauern-Region seit Jahren zahlreiche E-Ladestationen. Bald werden es 200 E-Ladepunkte sein, die mit Glockner-E-Power aus 100% Grünstrom für alle, auch ohne einer Clubmitgliedschaft, zur Verfügung stehen. Darüber hinaus zahlen E-Autos seit 2012 einen vergünstigten Tarif, hier war die GROHAG erster Straßenbetreiber Europas. Seit 2022 ist die Großglockner Hochalpenstraße für alle E-Mobilisten noch attraktiver: die Glockner E-Genusstour durch den Nationalpark Hohe Tauern verbindet emissionsfreies Fahrvergnügen mit regional-nachhaltigen Genüssen. Heuer gibt es einen weiteren Grund zum Feiern: seit 30 Jahren unterstützt der Glockner-Öko-Fonds mit einer jährlichen Fördersumme von 10.000,- Euro die Arbeit von Forschern. Damit wurden mit dem Glockner-Öko-Fonds bereits 40 (!) wissenschaftliche Natur- und Umweltschutzprojekte sowie ökologische Forschungsarbeiten im Nationalpark Hohe Tauern gefördert.

…aber in Summe ein großer Schritt zu mehr Nachhaltigkeit

Die bestmögliche Auflösung der Spannungsfelder aus Natur, Technik und Tourismus benötigt täglich viele kleine Schritte, von der Einführung der Wintersperre und des Nachfahrverbotes, bis zum fahrzeugbezogenen Öko-Tarif, reduzierten Öffnungszeiten und der aktuellen Einführung von 70km/h Beschränkung. All diese Bemühungen der GROHAG als Betreiberin von mehreren Infrastrukturen in Schutzgebieten sind erfolgreich und international anerkannt. Das Bestreben, die Menschen so nachhaltig wie möglich in die Natur des Hochgebirges zu bringen, führte im Verlauf der letzten Jahrzehnte bereits zu einer Emissionsreduktion um 90%. Vor allem die E-Mobilität wird hilfreich sein, um die letzten 10% der Schadstoffe im Verlauf der nächsten zehn Jahre noch einmal zu halbieren. Denn die GROHAG will auch in Zukunft vielen Menschen den Zugang zum Hochgebirge ermöglichen und ihnen auch gleichzeitig vor Augen führen, wie großartig die Natur des Nationalpark Hohe Tauern ist. Jeder Einzelne kann einen Beitrag dazu leisten; Die Auffahrt mit einem alternativ angetriebenen Fahrzeug wäre ein guter Beitrag dazu.



Die Großglockner Hochalpenstraße fügt sich natürlich in die Landschaft ein

Flughafen Wien

Wauwau, ahoi!

Die Pandemie ist vorbei, die Kreuzfahrtschiffe erobern wieder die Weltmeere. Doch Minki und Bello einfach zuhause zurücklassen? Für viele ist das keine Option. Das geliebte Haustier darf nicht wasserscheu sein und muss mit in die Kajüte. Aber wie einfach gestaltet sich die Mitnahme von Chihuahua bis Perserkatze?

TEXT: Rosa Vogel



Es gibt es eigene Bereiche, in denen Hunde und Katzen untergebracht werden

Seegang und Sehnsucht: Eine Kreuzfahrt schlägt in Sachen Beliebtheit hohe Wellen. Ein Luxusdampfer mit allem Pipapo ankert an mehreren Destinationen, das scheint ein reizvoller Gedanke einiger Reisender zu sein, warum sie sich auf Hohe See begeben. Doch wer auf den Erinnerungsfotos vom „Leichtmatrosen-Urlaub“ nicht fehlen darf: der beste Freund und der hat manchmal eben vier Beine. Hund und Katz stechen in See, beziehungsweise wünschen sich das Frauchen und Herrchen. Eine Kreuzfahrt mit Hund und Katze: Ein Szenario, dass für manche absurd klingt, für manche völlig logisch. Gerade Hunde und Katzen gelten heutzutage als vollwertige Familienmitglieder und seine Kinder parkt man während seines Urlaubs ja auch nicht zwingend irgendwo anders. Durch kristallklares Wasser zu segeln und sich die Meeresbrise um die Nase wehen zu lassen, hört sich wunderbar an. Die Tatsache, dass Ihr pelziger Freund Sie begleiten kann, ist das Tüpfelchen auf dem i. Der beste Freund des Menschen kann mittlerweile fast überall mitkommen. In den letzten Jahren wurden viele Zugeständnisse für die liebenswerten Geschöpfe gemacht. Tiere zur emotionalen Unterstützung (Emotional Support Animals, ESA) sind in vielen Verkehrsmitteln zu finden, aber Kreuzfahrtschiffe gehören nicht zwingend dazu. Dort gelten sehr strenge Hygienevorschriften und die Hunde brauchen Platz, um sich bewegen und erleichtern zu können. Aber zum Glück für Tierliebhaber gibt es einige Kreuzfahrten, die das Unmögliche möglich machen! Doch wie klappt es, mit Haustier auf Schifffahrt zu gehen?

Wer darf aufs Deck?

Das erste Hindernis auf dem Weg zu einer Kreuzfahrt mit Haustieren ist die Wahl der richtigen Reederei. Nicht alle Unternehmen erlauben tierische Passagiere an Bord und selbst diejenigen, die es tun, haben oft strenge Regeln und Vorschriften. Schließlich muss das Wohl der Tiere gewährleistet sein und gleichzeitig die Bedürfnisse der anderen Passagiere berücksichtigt werden. Wenn Sie also beschlossen haben, Ihre pelzigen Begleiter mit auf hohe See zu nehmen, müssen Sie zuerst das richtige Schiff finden. Zum Glück gibt es mittlerweile einige Reedereien, die spezielle Kreuzfahrten für Tierliebhaber anbieten. Dort gibt es eigene Bereiche, in denen Hunde und Katzen untergebracht werden können, sowie Tierärzte und ausgebildetes Personal, das sich um ihr Wohlbefinden kümmert.

Planung ist alles

Sie merken schon, die Vorbereitung und die Planung ist für die Mitnahme des geliebten Haustieres wesentlich. Bei der Buchung muss das Tier gemeldet werden. Das kostet! Auch das Futter für die Tiere muss in den meisten Fällen selbst mitgebracht werden, denn Bello frisst meistens nicht alles, was man ihm vorsetzt. Bei empfindlichen pelzigen Freunden kann das zu einer dünnflüssigen Bescherung führen, bei der ein Sackerl fürs Gackerl nichts mehr hilft. Soll heißen: Futterumstellung an Bord, das ist eher nicht ratsam. Stubenrein sollte er – falls die „Fellnase“ ein Hund ist – auch sein, damit man anderen Passagieren kein Malheur bereitet. Für Landgänge müssen Urlauber passende Spaziergänge einplanen. Außerdem sollten sich Hundebesitzer vor Reiseantritt über die Impfvorschriften im Zielland informieren und abklären, ob es eine

REWE/DERTOUR



ITAL FFICE

BÜROMÖBEL
DIE NEUE
OFFICIENZ!

italoffice.at

Räumen Sie Ihre alten Büromöbel aus und
geben Sie Ihrem Raum einen ganz neuen Look.
Wir haben alles, was Sie brauchen,
um Ihren Arbeitsplatz effizienter, komfortabler
und schöner zu gestalten.

Schauraum:
Zetschegasse 21 - 1230 Wien
office@italoffice.at - T: 01 892 64 64

www.italoffice.at



Katze „Bug Naked", eine Sphinx, also Nacktkatze, ist eine „Bordkatze"

Maulkorbpflicht gibt. Wer seinen Hund mit auf eine Kreuzfahrt nehmen möchte, sollte sich auch Gedanken über die Anreise zum Hafen machen. Wie komme ich überhaupt dorthin? Mit dem Auto oder mit dem Flugzeug? Bei den meisten Airlines können Hunde bis zu einem Gesamtgewicht von acht Kilogramm in der Kabine mitgenommen werden. Die Kosten und Bedingungen variieren jedoch je nach Fluggesellschaft. Schafft man es zum Hafen und an Bord des Kreuzfahrtschiffes, dann hoffen die Besitzer, dass auch dem Vierbeiner etwas geboten wird. Eine Reederei tut sich da besonders hervor.

Hunde-Kreuzfahrt

Die Reederei Cunard Line bietet an Bord der Queen Mary 2 ein Tierprogramm speziell für Hunde und Katzen. Auf der Atlantik-Kreuzfahrt von Southampton in England nach New York haben die Vierbeiner ein ganzes Deck für sich. Dort warten zwölf Hundeboxen auf ihre vierbeinigen Gäste, die stets ausgebucht sind, wie das Portal Seetours.de berichtet. Zum Gästebereich haben die Tiere keinen Zugang. Dafür genießen sie ihre Intimsphäre auf dem Sonnendeck. Zu den Highlights an Bord der Queen Mary 2 gehören ein eigener Laternenpfahl zum Beinchen heben, selbst gebackene Hundekekse und ein Hundemantel mit Queen Mary Logo.

Außerdem gibt es einen sogenannten Dog Master, der sich um die Tiere kümmert. Er geht Gassi, spielt mit den Hunden und füttert sie, denn auch der Hund verdient wohl mal einen Urlaub von Frauchen und Herrchen.
Auch auf den berühmten Postschiffreisen in die norwegischen Fjorde darf das Haustier mit. Eine Mitnahme ist nur in speziellen Haustier-Kabinen möglich und der Hund darf die gebuchte Kabine auf See nicht verlassen.
Eine Ausnahme von all diesen Regelungen bilden Begleit- und Assistenzhunde wie Blindenführhunde. Diese bekommen bei vielen Reedereien Sondergenehmigungen und dürfen mit auf das Schiff und in die Kabine.

The Goodtime II - Seattle, Washington

Seit 65 Jahren veranstaltet Argosy Cruises in Seattle ein Weihnachtsschiff-Festival. Es ist die größte schwimmende Weihnachtsparade der Welt und es gibt auch eine haustierfreundliche Kreuzfahrt. Hunde und ihre Besitzer können Champagner schlappern, ein Gourmetbuffet (von The Dining Dog Cafe) futtern und Fotos mit „Santa Paws" machen. Die Goodtime II macht diese tierliebe Ausnahme aber tatsächlich nur während der Weihnachtsfeiertage.
Bei kleineren Reedereien, Flusskreuzfahrten und generell kürzeren Distanzen ist die Chance, seinen Vierbeiner mitnehmen zu dürfen, übrigens größer. Bei der DDSG fahren Hunde gratis mit. Maulkorb und Leine sind aber während der gesamten Schifffahrt zwingend erforderlich. Bei Fahrten nach Bratislava muss zusätzlich ein gültiger EU-Impfpass mitgebracht werden inklusive Nachweis einer Tollwutimpfung.

Katzenjammer an Bord

Katzen – die ja als etwas sturer und weniger leicht zu bändigen gelten als Hunde – für die heißt es: ab in die Transportbox! Dort ist der Stubentiger am besten aufgehoben, denn man will doch vermeiden, dass die Katze abhaut. Falls die Reederei „Minki" überhaupt an Bord erlaubt. Außerdem: Katzen sind eher ortsgebunden als zwingend personenbezogen. Viele Katzen sind während einer Reise ängstlich und/oder gestresst und eigentlich nicht die besten Reisebegleiter. Aber natürlich kann es sein, dass die Katze bereits ein Schiff ihre Heimat nennt. Schiffskatzen hat es immer schon gegeben. Sie haben der Besatzung Ratten vom Leib gehalten. Noch bis etwa in die 1970er Jahre sind Schiffskatzen auf Kriegs- und Handelsschiffen häufig zu finden gewesen. Heute bestimmt der Kapitän, ob die Anwesenheit einer Schiffskatze auf seinem Schiff erwünscht ist und toleriert werden kann.

Nackt auf hoher See

Katze „Bug Naked", eine Sphinx, also Nacktkatze, ist so eine Art „Bordkatze". Sie ist wohl die einzige ihrer Art, die 2023 ständig auf Kreuzfahrt geht. Egal ob Karibik oder Mexiko, Bahamas oder Florida, das Tier schippert gerne durch die Meere. Kate McCue – ihres Zeichens Kapitänin des Luxusschiffs „Celebrity Beyond" – ist die Besitzerin des Kätzchens. Die felllose Katze ist der USP des Schiffes. Seitdem sie als Maskottchen mit auf Reisen kommt, sind die Passagiere ganz verrückt nach der Mietze und sie hat eine beachtliche Instagram-Fanbase: fast 67.000 Follower „liken" das Kreuzfahrt-Tier.
Das bringt selbst den größten Skeptiker rund um das Thema „Tiere auf Kreuzfahrtschiffen" vor Verwunderung zum Schnurren. ■

REWE/DERTOUR

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

Kultur mit einem Glaserl Wein

„Kultur bei Winzerinnen und Winzern“ geht in die vierte Runde und verbindet das touristische und kulturelle Angebot Niederösterreichs zu einem Gesamterlebnis.



Bei „Kultur bei Winzerinnen und Winzern“ treffen vom 29. Juni bis zum 3. September hochwertige Weine auf eine rege Kulturszene



Heuer finden 37 Veranstaltungen in acht Weinbaugebieten statt

Kultur und Wein sind in Niederösterreich eng miteinander verflochten. Diese harmonische Verbindung prägt die Veranstaltungsreihe „Kultur bei Winzerinnen und Winzern“, die zum vierten Mal in Folge stattfindet. Hochwertige Weine treffen vom 29. Juni bis 3. September 2023 auf eine rege Kulturszene. In Niederösterreichs Kellergassen, Heurigen, Winzerhöfen und Weingütern wird wieder musiziert, Lesungen gelauscht, über den Wein philosophiert und das Leben genossen. Hier kommt zusammen, was zusammengehört: Künstlerinnen und Künstler, Winzerinnen und Winzer sowie ein Publikum, das Niederösterreichs gebündelte Wein- und Kultur-Kompetenz serviert bekommt.

Hommage an Niederösterreichs Weinregionen

Insgesamt werden heuer 37 Veranstaltungen in acht Weinbaugebieten ausgetragen. Mit dabei sind Kulturgrößen wie Martin Spengler *(27. Juli, Weingut Haimel)*, Monika Ballwein *(3. August, Weingut Mayer-Resch)*, Tini Kainrath *(16. August, Weingut Herzog)*, Otto Lechner *(24. August, Weingut Förthof)*, Clara Luzia *(29. August, Winzer Mike Nährer)*, Sarah Bernhardt *(3. September, Vitikultur MOSER)* und viele mehr. Dieses innovative Veranstaltungsformat schafft Begegnungen zwischen Wein-, Kunst- und Kulturinteressierten und bildet zugleich eine Hommage an Niederösterreichs Regionen und Weingüter. Es ist offensichtlich: „Kultur bei Winzerinnen und Winzern“ macht Lust auf ein gutes Stück Niederösterreich und ist ein idealer Anlass, um das größte Bundesland Österreichs bei einem Kurzurlaub oder einer ausgiebigen Entdeckungstour für sich zu erleben.

Mehr Informationen zu „Kultur bei Winzerinnen und Winzern“ unter:

www.niederoesterreich.at/kultur-bei-winzer-innen

Niederösterreich Werbung/Julius Hirtzberger; Niederösterreich


NIEDERÖSTERREICH
Einfach erfrischend.
Musik, Literatur und Kleinkunst bei 37 Winzerinnen und Winzern
29.6.–3.9.2023
Kultur bei Winzerinnen & Winzern
WO DER ABGANG STANDING OVATIONS AUSLÖST.
NIEDEROESTERREICH.AT/
KULTUR-BEI-WINZER-INNEN
© Julius Hirtzberger
KULTUR NIEDERÖSTERREICH
WEIN NIEDERÖSTERREICH

50 Jahre Beste Pause

Gestartet ist café+co mit 38 einfachen Kaffeeautomaten. Heute sorgt das Unternehmen mit individuellen und flexiblen Lösungen für die Beste Pause zwischendurch.



Sie sind unverzichtbare Begleiter jeder guten Pause geworden: In den Automaten von café+co findet man neben Getränken auch ein Snack-Sortiment

Damals, vor 50 Jahren, schien es einer Revolution gleichzukommen: Statt in der Pause in die enge Küche zu schlürfen und mühsam den Kaffee aufzubrühen, reichte ein Gang zum Automaten. Ein, zwei Knöpfe gedrückt und schon ergoss sich das koffeinhaltige Getränk in den Becher. Damals, in den ersten Kaffeeautomaten in Wien und Niederösterreich, war die Auswahl natürlich noch etwas bescheidener. Zwischen vier Variationen konnte man wählen: Melange, Großer Brauner, Kleiner Brauner und Kaffee Schwarz.

50 Jahre später lässt sich resümieren: Die Revolution hat sich jedenfalls durchgesetzt. Aus 38 Kaffeeautomaten in Wien und Niederösterreich sind 13.000 Heißgetränkeautomaten alleine in Österreich geworden. In weiteren acht Ländern sind es über 30.000 weitere Kaffeeautomaten, die mittlerweile nicht mehr nur Arbeitnehmerinnen und Arbeitnehmer, sondern auch Reisende oder Besucher von öffentlichen Einrichtungen verwöhnen.

Mehr als Kaffee

Auch das Angebot ist nicht mehr mit damals zu vergleichen. Die beste Pause, der sich café+co verschrieben hat, bietet mittlerweile neben Heißgetränken eine breite Auswahl an kalten Erfrischungen bis hin zu süßen und salzigen Snacks sowie kleinen Mittagsmenüs zum Selberaufwärmen. „café+co hat sich von einem Kaffeeautomaten-Anbieter zu einem Vollversorger für Pausenlösungen entwickelt, der den Anspruch hat, für jeden Kunden seine oder ihre individuelle Pause zu gestalten“, bringt es Fritz Kaltenegger, Sprecher der Geschäftsführung der café+co International Holding, auf den Punkt. Immerhin betreibt man heute international auch 16.500 Kaltgetränke- und Snackautomaten. Besonders beliebt sind dabei die von café+co an den Standorten Graz und Linz täglich selbst zubereiteten Brötchen und Weckerl mit Zutaten aus der Region.
Aber auch die Produkte der Eigenmarke „allMe“ haben es der Kundschaft angetan. Die Palette reicht dabei von Erfrischungsgetränken wie „Tasty Grapefruit zuckerfrei“ über die Schokoriegel „Creamy Coffee“ und „Creamy

café+co

Noisette“, drei verschiedenen Nussvariationen bis hin zu sorgfältig zubereiteten Fertigmenüs wie Paprikahenderl, Rindsroulade, Huhn süß-sauer sowie Champignonschnitzerl. Insgesamt wurden international bisher mehr als 1,3 Milliarden Snackportionen verkauft.

Exquisite Röstung

Aber auch in punkto Kaffee hat sich ein enormer Wandel vollzogen. Griff man zum Start noch auf Kaffee aus verschiedenen Röstereien zurück, kann man heute dem Kunden überwiegend hochwertige Kaffeesorten aus den eigenen Kaffeeröstereien bieten. Dafür stehen die Naber Kaffeemanufaktur in Wien und die Traditionsrösterei Excelsior in Klagenfurt. Sie produzieren ein vielfältiges Geschmacksangebot in höchster Qualität. „Unser Kaffeeangebot spiegelt den Wandel von Kaffee als bloßem Wachmacher hin zu einem hochwertigen Getränk wider, das für Genuss, Entspannung und Geselligkeit steht“, umreißt Kaltenegger die Entwicklung.
Und café+co bleibt weiter am Puls der Zeit. Denn, möge sich die moderne Arbeitswelt noch so entwickeln, der Kaffeeautomat bleibt ein Fixpunkt, zeigen Studien. Dennoch trägt auch café+co dem Trend der „New Work“ Rechnung, indem neue, flexible und ganzheitliche Lösungen in der Mitarbeiterversorgung vorangetrieben werden. Etwa mit dem Modell „mocca manufaktur“, das individuell zusammenstellbare Kaffeelösungen mit handgerösteten Kaffees, Frischmilch und modernsten kompakten Maschinen für Kaffee in Baristaqualiät bietet. Mit dieser Philosophie konnte café+co bisher mehr als 7,2 Milliarden Kaffeeportionen verkaufen.

Neu-Positionierung

Auch in Zukunft wird café+co dafür sorgen, dass die kleinen Pausen im Alltag zur besten Pause werden. Das drückt sich auch in der neuen Positionierung durch das Motto „Zeit ist kostbar“ aus. Und diese Zeit will und soll man genießen. Sichtbar gemacht wird dies über ein farbenfrohes Design, das die Freude und die Begeisterung widerspiegelt, mit der café+co seine Dienstleistungen auch für die kommenden Jahre anbietet.



Die café+co International Holding-Geschäftsführer Kurt Miesenböck und Fritz Kaltenegger blicken auf 50 Jahre Innovationsgeschichte zurück



Von Wien 23 aus in acht weitere Länder Zentral- und Osteuropas



Auch die Eigenmarken erweisen sich als äußerst beliebt

café+co


30

30 Jahre FaktuM

Die Druckerei Berger bedankt sich für die jahrzehntelange gute Zusammenarbeit und gratuliert unserem Geschäftspartner sehr herzlich zum 30-Jahr-Jubiläum .

Unsere Partnerschaft beruht auf Verlässlichkeit und gegenseitigem Vertrauen.

Wir wünschen weiterhin alles Gute und freuen uns auf viele weitere gemeinsame Jahre!

Peter Berger



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

Herzlichen Glückwunsch!

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

Gewerbeimmobilien auf hohem Niveau

Offenheit, Engagement und Handschlagqualität – dafür steht Immobiliaris. FaktuM sprach mit Geschäftsführer Mag. Bernhard Kramer-Drauberg und Partner Andreas Ebner über ihre langjährige Zusammenarbeit bei zahlreichen Projekten.



Der Schwerpunkt liegt in der Vermarktung hochwertiger Immobilien mit Fokus auf den Großraum Wien

FaktuM: Könnten Sie uns einen Überblick über die Entwicklung und Erfolge Ihrer Immobilienfirma geben? Welche Meilensteine haben Sie erreicht und welche Projekte haben Sie besonders stolz gemacht?

Bernhard Kramer-Drauberg: Die Firma Immobiliaris in ihrer jetzigen Form gibt es ca. 11 Jahre. Begonnen hat alles mit einem Gewerbeimmobilien-Investment in Oberösterreich. Diese Immobilie habe ich nach wie vor und die Begeisterung für diese Assetklasse besteht seitdem unverändert.
Dies war auch der Grundstein dafür, dass wir den Maklerschwerpunkt auf diesen Bereich gelegt haben und viele Kunden sowohl beim Erwerb, als auch bei der Miete begleiten durften. Die spannendsten Geschäftsfälle sind nicht immer die größten – mir persönlich gefällt an der Branche die Abwechslung und die Bandbreite der Kunden und Projekte. Was mich persönlich freut und stolz macht, ist, dass wir trotz der turbulenten Zeiten der letzten Jahre die Unternehmensperformance stetig steigern konnten. Hier gilt mein Dank vor allem meinem Team und meinem Geschäftspartner, Andreas Ebner.

Andreas Ebner: Ich darf mich ebenfalls für die inzwischen mehrjährige gute Zusammenarbeit bedanken. Über die Zeit gab es natürlich einige größere und kleinere Meilensteine, auf die wir stolz sein können. Besondere Freude macht es, wenn Projekte zu einem positiven Abschluss kommen, die wir bereits von der Planungs- und Konzeptionierungsphase bis zur Übergabe der letzten Einheiten begleiten und unterstützen durften.

FaktuM: Welche besonderen Kenntnisse und Fähigkeiten bringen Sie mit, die für den Verkauf oder die Vermietung von Immobilien relevant sind?

Kramer-Drauberg: Meine besonderen Kenntnisse und Fähigkeiten… Na ja, ich denke es ist ein Cuvée aus meiner früheren juristischen Tätigkeit im M&A Bereich, meiner eigenen Investment Tätigkeit und der dahingehenden Hands-on-Erfahrung in speziell dieser Assetklasse. Gleichzeitig sind natürlich das Netzwerk, die Marktkenntnis und vor allem die Begeisterung für Gewerbeimmobilien aller Art wichtige Zutaten.

Ebner: Entsprechend möchten wir unseren Kunden eine umfassende Beratung bieten und sie bei der Vermarktung ihrer Immobilien unterstützen. Ich sehe mich hier als Vertrauensperson und Berater unserer Kunden und versuche entsprechend auf die jeweilige Situation einzugehen.
Besonders wichtig sind dabei klassische Qualitäten wie Offenheit, Engagement und Handschlagqualität. Immerhin vertrauen unsere Kunden uns eines der wertvollsten Dinge, die sie haben, an – ihre Immobilie.

FaktuM: Können Sie uns etwas über Ihre Erfahrung und Hintergrund in der Immobilienbranche erzählen?

Kramer-Drauberg: Gemeinsam bringen wir über 20 Jahre Erfahrung in der

Andreas Ebner

Immobilienbranche mit, die wir jetzt schon seit einigen Jahren gemeinsamer Arbeit in der Immobiliaris GmbH bündeln. Vor allem auch dadurch, dass wir uns auf persönlicher Ebene für Immobilien-Investments interessieren, sind wir in der Lage, erfahrenen und unerfahrenen Interessenten strategische Tipps zu geben und ihnen wirklich zu helfen, das Beste aus ihrem Investment herauszuholen.

FaktuM: Wieso haben Sie sich auf die Gewerbeimmobilien spezialisiert und nicht etwa auf Luxusimmobilien?

Ebner: Unser Schwerpunkt liegt in der Vermarktung hochwertiger Immobilien mit Fokus auf den Großraum Wien, wobei sich dabei in den vergangenen Jahren eine verstärkte Ausrichtung hin zur Vermittlung von Gewerbeimmobilien herauskristallisiert hat. Die Komplexität dieses Geschäftsfeldes und die entstehenden Herausforderungen halten den Arbeitsalltag spannend. Es ist schön, hier zu Lösungen beitragen zu können. Neben privaten Kunden unterstützen wir auch institutionelle Investoren und Stiftungen, von denen viele uns schon Jahre begleiten.

Kramer-Drauberg: Bei Gewerbeimmobilien ist der professionelle Ablauf mit Kunden meist sehr angenehm. Auch die Causen sind teilweise extrem spannend und wir bleiben danach oft noch lange in Kontakt mit den Kunden. Die Assetklasse der Gewerbeimmobilie ist eine der wenigen Bereiche, welche trotz der turbulenten Zeiten noch gut performen. Der Luxusimmobilienbereich ist allerdings ebenfalls hochinteressant und vielleicht wird auch dieser irgendwann zu einem neuen Schwerpunkt heranwachsen. Wir sehen dem offen entgegen.

FaktuM: Wie halten Sie sich über die aktuellen Entwicklungen in der Immobilienbranche auf dem Laufenden, insbesondere im Hinblick auf Gewerbeimmobilien?

Kramer-Drauberg: Wichtig ist meiner Meinung nach die allgemeine Marktbeobachtung (hier geben einige Marktberichte einen recht guten Überblick).
Ich selbst führe außerdem laufend interessante Gespräche mit allen möglichen Akteuren der Branche, insbesondere Investoren, Bankern, Steuerberatern, Rechtsanwälten und Maklerkollegen. Außerdem besuchen wir regelmäßig diverse Branchenveranstaltungen, so wie zB. die Expo Real in München, welche wir auch diesen Oktober wieder besuchen werden. Dieser ständige Austausch hilft einem immer Up-To-Date zu bleiben. Aber das Wichtigste ist das persönliche Interesse und dass wir beide selbst jeden Tag mit Leidenschaft bei dem Thema sind.



Mag. Bernhard Kramer-Drauberg, Geschäftsführer von Immobiliaris



Andreas Ebner, Partner

FaktuM: Wie hat sich der Gewerbeimmobilienmarkt, insbesondere der Büromarkt verändert?

Ebner: Die schlagartige Umstellung vieler Unternehmen Richtung Home Office zu Beginn der Pandemie begleitet uns nach wie vor. Die dadurch gewonnene Flexibilität wollen viele Mitarbeiter nicht mehr missen. Nichtsdestotrotz bemühen sich viele Firmen, ihre Mitarbeiter wieder verstärkt zurück ins Büro zu holen. Ein größeres Angebot an gemeinschaftlich genutzten Räumen und das Büro als Wohlfühlort anstelle eines nüchternen Arbeitsplatzes spielt damit ebenso eine Rolle wie die Lage. Entsprechend werden verstärkt zentrale innerstädtische Lagen sowie auch klassische Bürocluster, die über eine geeignete Infrastruktur verfügen, nachgefragt.

FaktuM: Welche Bereiche werden Ihrer Ansicht nach in den nächsten Jahren interessant für Investoren und welche Empfehlungen können Sie diesen mitgeben?

Kramer-Drauberg: Der Markt ist dabei, sich nach Jahren steigender Preise etwas abzukühlen. Dadurch ergeben sich vermehrt interessante Investitionsmöglichkeiten, besonders für eigenkapitalstarke Investoren. Interessant sind neben klassischen Wohnimmobilien auch Lagerhallen, Bürohäuser, Fachmarktzentren oder das Thema Nachhaltigkeit und erneuerbare Energie im Immobiliensektor.

Ebner: Aufgrund der aktuell wirtschaftlich angespannten Situation und auch der wiederholten Zinssteigerung der vergangenen Monate agieren viele Marktteilnehmer deutlich vorsichtiger. Die Zahl der angebotenen Objekte ist gestiegen und die Zahl der Interessenten geringer. Gerade in spannenden Zeiten wie diesen ergeben sich dadurch interessante Möglichkeiten für Investoren, die aber auch einer entsprechenden Prüfung bedürfen. Wir stehen dabei gerne mit Betreuung und Beratung als kompetenter Partner rund um das Thema Immobilie zur Seite.

Lukas Suk

Freundlicher Roboter

Neue Verbraucherprofile, ökologisches Bewusstsein, technologische Innovationen, Nachhaltigkeit: Die Zukunft des Reisens steht im Zeichen eines stetigen Wandels.

TEXT: Christian Prenger



Schmachtl/Pudu Robotics

Smarte mobile Serviceroboter wie BellaBot sind eine Job-Reserve der Zukunft

Das eine oder andere Souvenir dürfte heuer budgetbedingt im Laden bleiben. Die Bevölkerung steht im Sommerurlaub auf der Kostenbremse, verkündet eine Untersuchung von Integral im Auftrag der Immobilienrendite AG. Laut des Gewerbeimmobilien-Spezialisten bleibt finanzielle Lockerheit diesmal zu Hause. Verantwortlich dafür ist die Teuerung. Das Inflationsgeschehen wirkt auf die Laune so wie Hagelkörner am Strand: 27 Prozent der befragten Österreicher müssen beim Urlaub sparen. Sie packen weniger oft ihre Koffer oder buchen günstige Unterkünfte.
Weitere 14 Prozent schonen die Geldbörse, indem sie weniger oder kürzer verreisen, verhalten sich aber am Erholungsort wie in guten Zeiten. 23 Prozent pfeifen schon lange auf Fernweh und wählen Balkonien oder das nächste Freibad. Nur 25 Prozent der Befragten bleiben hingegen treue Stammgäste: Diese Klientel macht sich schon seit Jahren auf den Weg und pflegt jene Tradition auch 2023. Weil nach der Pandemie wieder alles möglich ist, fahren elf Prozent in den heißen Monaten sogar häufiger weg. Speziell unter 30-Jährige und Menschen mit höherer Bildung spüren jetzt offensichtlich Aufholbedarf.
„Diese Umfrage zeigt deutlich, dass fast die Hälfte der Befragten aufgrund der enormen Teuerungen im Alltag sparen muss. Am einfachsten geht das beim Urlaub ohne Buchung eines Hotels, ohne Pauschalreise und ohne kostspieliges Essen in Restaurants. Unter den Folgen leiden Wirtschaftstreibende und jeder Einzelne“, bedauert Michael Rajtora, Vorstand der Immobilienrendite AG.



Die Reisebürokette Thomas Cook als früher Anwender von Virtual Reality-Clips



Götz Reinhardt, SAP Concur: Die Transformation der Reiseprogramme erfordert eine solide Datengrundlage



Zukunftsforscherin Anja Kirig: Die Menschen sehnen sich nach Touren, die Erfahrungen generieren

Eigene Ferienbehausung

Keine breitenwirksame Alternative verkörpert zudem das günstigere Candlelight Dinner im Garten der eigenen Ferienbehausung. Nur ganze 10 Prozent besitzen nämlich ein solches Objekt. Weitere drei Prozent planen immerhin demnächst einen Kauf. Ein Viertel der Befragten möchte gerne eine solche Wohnung erwerben, kann sich jenes Investment aber nicht leisten. 62 Prozent der Befragten müssen nicht erst lange über Geld nachdenken: Sie besitzen kein derartiges Objekt und planen keinen Erwerb.
Vielleicht genügt dieser Gruppe die Ausfahrt mit dem Auto, das als populärstes Transportmittel für 76 Prozent der verreisenden Österreicher fungiert. 44 Prozent fliegen in die Ferien, 22 Prozent sitzen im Zug. Die Generation unter 30 Jahren nutzt sogar mehrheitlich Fortbewegung über den Wolken. Sechs Prozent erreichen per Drahtesel ihren Zielort. Petra Starecek, Studienleiterin von Integral: „Das Auto vor dem Flugzeug als beliebteste Transportmittel ist keine Überraschung. Im Gegensatz zur nicht so kleinen Zahl an Menschen, die entweder aus sportlichen Gründen oder wegen des Klimaschutzes mit dem Rad verreisen.“

Urs Bauer, SAP Concur, Thomas Cook



Die App Tripit von SAP Concur optimiert Geschäftsreisen



Werner Taurer, Kohl & Partner: Der Klimawandel wird sich in den kommenden 10 Jahren auf die Alpen auswirken



Andreas Kapferer; Deloitte Österreich: Diese enorme Kostensteigerung ist eine echte Hürde

Die Indizien für eine Wende in der Welt der Erholung, Erkundung und Entspannung mehren sich also in vielerlei Hinsicht. Traditionelle Konzepte zeigen immer stärkere Abnutzungserscheinungen, das Verhalten der Verbraucher nimmt frische Richtungen. Bewegung ist hinter und vor den Kulissen des Tourismus spürbar, der Schwung auf den Märkten schafft neue Perspektiven. Gesellschaftliche Trends fungieren als Treibstoff für Reformen: Das Reisen der Zukunft steht nun im Zeichen eines stetigen Wandels.

Neue Kommunikation

„Hier ist eine Veränderung im Gange. Diese betrifft Motive, Ziele sowie die genutzte Infrastruktur. Die Art und Weise des Unterwegsseins unterscheidet sich stark von der Situation vor 20 Jahren. Neue Technologien wie das Smartphone oder die Finanzkrise sind die Kennzeichen einer markanten Zäsur. Unbegrenzte Angebote, niedrigere Preise, mehr kürzere Trips oder Städtereisen waren prägend für das Verhalten. Die Kommunikation hat sich ebenfalls umgestaltet“, sagt Zukunftsforscherin Anja Kirig.
Kirig weiter: „Die Pandemie fungierte als zusätzlicher Wendepunkt. Sie wirkte als Katalysator für Trends, die schon vor 2020 aufgetaucht waren. Hier wird ein Wechsel bei den Vorstellungen ersichtlich, was Urlaub eigentlich bedeutet. Treiber sind unter anderem größere Umbrüche wie der Strukturwandel der Arbeit. Ein Resultat sind Phänomene wie Workation oder Digitale Nomaden. Die Menschen sehnen sich nach Touren, die Erfahrungen generieren. Es geht weniger um kurzfristigen Spaß oder ein schnelles Erlebnis, sondern um Impressionen, die das Individuum nach der Heimkehr bewegen und bereichern.“
Die Evolution fördert neue Zielgruppen zu Tage, beleuchtet eine Untersuchung des globalen Forschungsunternehmens Northstar Research Partners, beauftragt von Amadeus. Gemäß dem Reisetechnologie-Anbieter entstehen in den nächsten 10 Jahren vier neue Profile von Menschen im Fernweh-Modus. Für den Blick hinter die Kulissen wurden keineswegs nur kommende Entwicklungen abgefragt, die Leben aus dem Koffer anders definieren,sondern auch künftige Eigenschaften, Verhaltensweisen oder Vorlieben.

Instinktives Handeln

Dazu gehört unter anderem die „Einfach ausprobieren“-Haltung der sogenannten „Excited Experientialists“. 44 Prozent jener Fraktion sind kinderlos und haben einen Job mit mittlerem bis hohem Einkommen inklusive flexiblen Arbeitsmöglichkeiten. Solche Personen frönen der Einstellung, dass jeder nur einmal lebt. Ihr instinktives Handeln macht sie zu den „Anti-Planern“ des Jahres 2033. Dafür stehen auf-

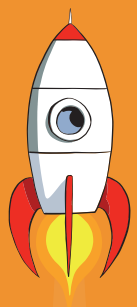
Hannes Pachleiner, Die Fotografen, TripIt

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



Das Flugzeug ist nach dem Auto das zweitbeliebteste Reisemittel



Michael Rajtora, Immobilienrendite AG: In Österreich wird aufgrund der enormen Teuerungen beim Urlaub gespart



Walter Säckl, Österreichischer ReiseVerband: Nachhaltige Aspekte sind im Tourismus vielfach noch nicht umgesetzt

regende Erlebnisse im Vordergrund. Aber auch Offenheit gegenüber Technologien, die bestimmte Reiseaspekte beschleunigen. Deshalb wird auch der Einsatz von Künstlicher Intelligenz auf Airports gefordert.

„Memory Makers" wiederum präferieren eine einfachere Vorgehensweise bei ihren Trips. Diese Konsumenten wollen Orte besuchen und Erinnerungen schaffen. 44 Prozent des Klientels sind 42 Jahre plus und bevorzugen ein konventionelles Auftreten. Die Zukunft wird teilweise als beängstigend eingeschätzt. Hier dominiert latenter Pragmatismus, deshalb steht der Mensch über Computern. Trotz aller Skepsis gegenüber Technologie finden Touren mit Künstlicher und Erweiteter Realität Anklang. Die Mehrheit in dieser Kategorie möchte sich Virtual Reality-Präsentationen vor einer Buchung zu Gemüte führen.

Weitere Newcomer ziert das hippe Etikett „Travel Tech-fluencers". In diese Sparte fallen beispielsweise junge Geschäftsreisende mit zukunftsorientierter Perspektive. 48 Prozent davon sind unter 32 Jahre alt. Deren Blickwinkel auf die Welt wird durch stattlichen Besitz an Technologie symbolisiert. Dennoch herrscht Uneinigkeit, was sie am Fortschritt von Hardware und Software in Bezug auf Reisen begeistert oder frustriert. Viele sind sich über die Nachhaltigkeit von Verkehrsmitteln bewusst, besitzen aber nur geringe Kenntnisse über die Öko-Praxis ihrer Hotels.

Aufregendes Leben

Nummer Vier der Travel Tribes bilden dann die „Pioneering Pathfinders". Solche Akteure führen ein aufregendes Leben, stets auf der Suche nach dem nächsten Abenteuer. 82 Prozent sind zwischen 23 und 41 Jahre alt. Sie planen gerne, haben keine Angst vor Risiken und sind offen für neue Erfahrungen. Die Community ist eher als andere bereit, Nachhaltigkeit in ihre touristischen Beschlüsse einzubeziehen. Außerdem werden jene Charaktere 2033 sämtliche Formen alternativer Zahlungsmethoden von Kryptowährungen bis zu Virtual Reality-Payment pflegen.

Was der Fernweh-Industrie insgesamt eine ganze Menge Denkaufgaben beschert. „Beim Reisen geht es um Ziele, Unterkünfte und Erfahrungen. Für viele ist es wichtig, dass wir positiven Einfluss auf Orte ausüben, die wir aufsuchen. Diese Tendenz wird an Bedeutung gewinnen. Wir besitzen unterschiedliche Bedürfnisse, orientiert an der jeweiligen Reise, unserer Begleitung und unseren Motiven. Die Herausforderung für die Branche besteht jetzt darin, auf geänderte Vorlieben zu reagieren. Damit Destinationen bieten können, was Konsumenten verlangen", betont Paco Pérez-Lozao Rüter, President Hospitality bei Amadeus.

Ökologische Vorgaben werden dabei im Vordergrund stehen. Denn die intensive Debatte rund um Klimakrise und Umwelt setzt auch das Tourismusgeschäft unter Zug-

Immobilienrendite AG, Adobe Stock

Wir bringen Ihre Marke ins Spiel!

Mit In-Game Advertising bei der Zielgruppe punkten.



Jetzt buchen & neuen Highscore für Ihre Marke erreichen.

ip.at

CROSS VERMARKTEN.

ZUM GOLDENEN HIRSCHEN

UMWELTSCHONENDE PRAKTIKEN

Bessere Stimmung trotz Teuerung und Fachkräftemangel: Die Tourismusbranche zeigt wachsenden Optimismus.

Corona hat die Branche mental und monetär radikal durchgerüttelt. Jetzt zieht besseres geschäftliches Wetter auf. Nach der pandemiebedingten Flaute zeigt sich jedenfalls eine merklich aufgehellte Grundstimmung, ermittelt eine Studie der Unternehmungsberatung Deloitte mit der Österreichischen Hoteliervereinigung (ÖHV). Befragt wurden rund 230 Fachkräfte zu wirtschaftlichen Entwicklungen. Das Ergebnis: Die nachfrageseitige Erholung sorgt für einen überwiegend optimistischen Blick nach vorne. Aber finanzielle Belastungen wiegen schwer.

Neun von 10 Befragten spüren die negativen Folgen der Teuerung. „Diese enorme Kostensteigerung ist eine echte Hürde, weil viele Betriebe solche Belastungen nicht vollständig an ihre Gäste weitergeben können. Die Politik ist hier also gefordert. Unterstützungen bei den Energiepreisen sind zwar hilfreich, trotzdem sind zusätzlich Maßnahmen notwendig, um den Druck zu verringern und die Wettbewerbsfähigkeit dieser Branche zu sichern“, fordert Andreas Kapferer, Partner bei Deloitte Österreich.

Trotz aller Mühen ist ein Aufschwung in ganz Österreich spürbar. Die Mehrheit der Befragten zeigt sich mit der Entwicklung im eigenen Bundesland zufrieden. Vor allem Städte boomen. Besonders groß sind die Hoffnungen hinsichtlich der Umsatzentwicklung in Wien. „92 Prozent der befragten Betriebe gehen von einer Verbesserung im Vergleich zum Vorjahr aus. Gleichzeitig ist der Optimismus in einem hohen Maß darauf zurückzuführen, dass der Städtetourismus den pandemiebedingten Einbruch am stärksten zu spüren bekam. Der Aufwind war also dringend gefragt“, betont ÖHV-Generalsekretär Markus Gratzer.

Ob wieder Gegenwind einsetzt, dürfte auch vom Zustand der Payroll abhängen: Das Dauerthema Fachkräftemangel bleibt 2023 weiterhin omnipräsent. Dennoch verweist die Studie auf positive Tendenzen bei möglichen Lösungen. Obwohl die Mitarbeitersuche für 87 Prozent gleich schwierig oder noch schwieriger ausfällt, zeigt das Personal-Management zunehmend Wirkung. Während 2021 noch 80 Prozent der Akteure an der Arbeitsmarkt-Misere laborierten, sind es heuer nur mehr 58 Prozent.

Gratzer: „Die Betriebe passen sich der neuen Situation an. In der gehobenen Hotellerie werden praktisch flächendeckend Extras angeboten, um sich als Dienstgeber von der Masse abzuheben. Das sind flexible Arbeitszeiten, Mitarbeiterunterkünfte oder Betreuung von Kindern. Jene Maßnahmen überzeugen das Personal.“

Während also die Belegschafts-Problematik Tendenzen in Richtung Entspannung aufweist, hat sich das Thema Finanzierung weiter zugespitzt. Laut der Studie gelangen 58 Prozent der Unternehmen nämlich schwerer an Kredite. 36 Prozent mussten deshalb ihre für 2023 geplanten Investitionen reduzieren. Eine voraussichtliche Änderung der Vergabekriterien dürfte die Laune auch kaum heben. In den nächsten fünf Jahren werden gemäß einer neuen EU-Richtlinie die meisten Banken in Sachen Nachhaltigkeit, Soziales und Unternehmensführung berichtspflichtig.

Für Tourismusbetriebe könnte eine Folge sein, dass als nicht nachhaltig eingestufte Vorhaben nur mehr schwer an Geld kommen. 96 Prozent der Befragten haben jedoch bereits reagiert. Kapferer: „Die Betriebe sind gut beraten, Maßnahmen zu setzen und strukturiert zu dokumentieren. Dazu zählen neben umweltschonenden Praktiken und sozialem Engagement ein Diversitätskonzept oder Programme zur Geldwäschebekämpfung. Detaillierte Aufzeichnungen werden für jeden Betrieb, der eine Kreditfinanzierung anstrebt, von großer Bedeutung sein.“ ■

zwang. Emissionen im Flugverkehr, verschmutzte Meere und Strände, Energieverbrauch, komplett überfüllte Städte, Plastikmüll, Staus, Autoschlangen oder Besucher ohne jegliche Rücksicht auf Menschen, Ressourcen und Natur werden nicht mehr achselzuckend akzeptiert. Was früher eher wenige kritische Geister auf den Plan gerufen hat, beschäftigt immer mehr Konsumenten. Sie pochen heute auf verantwortungsvolles gesellschaftliches Handeln.

Nachhaltige Dynamik

Der Sprung von der Theorie zur Praxis passiert einstweilen relativ langsam. Ambitionen, Absichtserklärungen und Ansätze sind vorhanden, vom umweltverträglichen Flugzeugtreibstoff über Naturschutz bis zum Elektrobike für speziell ausflugsfreudige Kundschaft. Insgesamt muss der strategische E-Motor erst auf Touren kommen. „Nach Corona hat nun wieder große Reiselust eingesetzt. Nachhaltigkeit ist aber im Tourismus vielfach zu wenig effizient umgesetzt. Die Branche zeigt dennoch steigende Dynamik bei ihren Bemühungen. Nachholbedarf gibt es in dem Zusammenhang auch bei Schulungen“, erklärt Walter Säckl, Generalsekretär im Österreichischen ReiseVerband.

Das Problem lässt sich ohnehin nicht ignorieren oder vom Tisch wischen. „Der Klimawandel wird immer spürbarer und wird sich in den kommenden 10 Jahren auf die Alpen auswirken. Winter ohne Schnee vom Himmel könnte in vielen Regionen Normalität werden. Trotzdem verzeichnet Wintersport Nachfrage. Skifahren bleibt präsent, allerdings steigen die Kosten. Die Räume für solche Angebote werden zusehends limitierter. Möglicherweise profitiert der Alpenraum jedoch von der zunehmenden sommerlichen Hitze in den Mittelmeerländern“, erläutert Werner Taurer, Managing Partner der Tourismusberatung Kohl & Partner.

Merkliche Handlungen sind in absehbarer Zukunft dringlich gefragt,


LEDLENSER
Christian W. Mucha
präsentiert
Blackout:
Wir bringen
Licht ins
Ungewisse.
www.check-list.at
Österreichische Post AG MZ 23Z043836 M, MG MedienGruppe GmbH, Zieglergasse 1, 1070 Wien
AUSGABE 1/23 - 31.3.2023 / EUR 6,–
CHECK LIST
DAS MAGAZIN FÜR VORSORGE, NACHHALTIGKEIT, BLACKOUT & SURVIVAL
BEREIT SEIN:
SEITE 68
KRISENVORSORGE LEICHT GEMACHT
BESTSELLER-AUTOR SAURUGG GIBT BLACKOUT-TIPPS
BEI BLACKOUT: EINFACH RUHIG BLEIBEN UND DEMMERS TEE TRINKEN
Jetzt: PROBE-EXEMPLAR bestellen! check-list.at
Im Aufzug gefangen:
WENN WIENWEIT 50.000 LIFTE STECKEN, WIRD'S ENG SEITE 24
Kluge Bevorratung:
WAS FÜR ELTERN, KINDER, HUND & KATZ IMMER IN DER „SPEIS" SEIN SOLLTE SEITE 50
Daten retten:
WIE MAN SICH DIGITAL HÖCHST EFFIZIENT SCHÜTZEN KANN SEITE 188
Die Wahrscheinlichkeit dafür ist hoch, dass es früher oder später zum Blackout kommt. CHECK-LIST zeigt Ihnen die Wege, wie Sie ihn sicher überstehen.



Künstliche Intelligenz wird im Tourismus immer wichtiger

sind sich Touristiker und Verbraucher meist einig. Das Planeten Gewissen soll in den Ferien keine Pause einlegen. Viele Konsumenten sind auch aufnahmebereit für ein ökologische Umdenken, das statt blumigen Worten samt Greenwashing zählbare Taten bringt. Eine Befragung von MindTake Research unter 1.000 Gästen im Auftrag der Österreichischen Hoteliervereinigung macht klar, dass für wirksame Aktivitäten ein fruchtbarer Boden vorhanden ist.

Erneuerbare Energien

Denn 50 Prozent der Befragten legen bei der Planung der Urlaubsreise Wert auf Nachhaltigkeit, etwa bei der Wahl des Hotels oder der Anreise. Das Thema ist vor allem für die junge Zielgruppe von großer Bedeutung. 20 Prozent der 18- bis 20-jährigen sind hier sehr behutsam. 58 Prozent wollen für Aufenthalte in nachhaltig orientierten Unterkünften sogar mehr bezahlen. 50 Prozent sind Anreisemöglichkeiten mit öffentlichen Verkehrsmitteln sehr wichtig oder wichtig. Weitere 51 Prozent favorisieren erneuerbare Energien in den Herbergen. Die Präsenz von regionalen Waren schätzen 76 Prozent der Verbraucher.

Hoch im Kurs steht allerorts die elektronische Seite des Reisens. Digitalisierung erweist sich auch in dieser Industrie als Gamechanger. Gäste informieren sich vor Ausflügen im Internet, bei der Reisebürokette Thomas Cook konnten Destinationen durch Virtual Reality-Clips vorab beschnuppert werden. Am Strand reservieren Gäste Plätze im Restaurant via Smartphone, bezahlen mit dem Endgerät ihre Drinks, suchen bei Google Maps die Route zurück zum Hotel und posten den Abend bei Instagram. Mineralwasser und Aspirin bringt vielleicht ein freundlicher mobiler Serviceroboter wie BellaBot bald auf das Zimmer.
Technologie wird die nächsten Dekaden weiter intensiv prägen. Mitarbeiter auf Achse bilden keine Ausnahme. „Unternehmen müssen mehr denn je sicherstellen, dass Geschäftsreisende produktiv arbeiten können. Mitarbeiter fordern mehr Flexibilität und möchten unterwegs neue Mobilitätsangebote nutzen. Am wichtigsten bleibt jedoch Nachhaltigkeit. Verantwortungsbewusste Reiseprogramme verlangen eine solide Datengrundlage für klimaschonende Abläufe. Diese Faktoren lassen sich nur durch digitalisierte Prozesse effizient abbilden“, unterstreicht Götz Reinhardt, Managing Director bei SAP Concur, Anbieter von integrierten Lösungen für Geschäftsreisen-Management.

Künstliche Intelligenz

Eine tragende Rolle in sämtlichen High-Tech-Szenarien dürfte jene Anwendung übernehmen, die momentan global massive Diskussionen auslöst – Künstliche Intelligenz. Reinhardt: „Solche Lösungen werden nahezu alle Bereiche verändern, auch Geschäftsreisen. KI findet sich bereits in vielen Segmenten. Wir nutzen die Technologie etwa im Bereich Auditierung, um fehlerhafte Kostenabrechnungen früh zu erkennen zugunsten einer effizienteren Gestaltung von Prozessen. Weiters können Fachkräfte in der App TripIt KI-basierte Wetterinformationen abrufen und damit nachhaltigere Entscheidungen während der Reise treffen.“
Die IT-Think Tanks liefern also immer neue Innovationen, Beifall dürfte es trotzdem kaum von allen Tribünen geben. Denn nicht alle Menschen sind hingebungsvolle User, die vielleicht sogar lieber ihren Partner daheimlassen als das Mobiltelefon. Taurer: „Es wird noch eine Zeit lang zwei Welten geben. Jene der Digital Natives und die von analog aufgewachsenen Reisenden. GenZ und GenY werden nachhaltiger und elektronischer agieren. Babyboomer spielen trotzdem eine bedeutende Rolle durch tradierte Formen der Reisevorbereitung und gewohnte Touchpoints entlang der Customer Journey. Für diese Gruppe sind Bestellungen via QR-Code und bloß digital vorhandene Speisekarten oder Infomedien ein notwendiges Übel“.
Das Hi Tech-Rad dreht sich trotzdem mit hoher Zukunfts-Geschwindigkeit. Während gepriesene Anwendungen wie Künstliche oder Erweiterte Realität im Tourismus bislang kaum die Erwartungen erfüllen konnten, befindet sich der nächste vermeintliche Überflieger im Hype-Status: Das Metaverse erhält den in der IT-Branche üblichen Applaus als Next Big Thing. In künstlichen 3D-Welten, wo Nutzer über Avatare shoppen, spielen oder Clubs aufsuchen, soll Reistätigkeit ebenfalls möglich sein. Sofern sich überhaupt sinnvolle Geschäftsmodelle finden. Dann dürfen Personen mit Ortswechsel-Allergie ihren Trip im neuen zeitgeistigen E-Balkonien durch eine rosarote Datenbrille betrachten. ■

Adobe Stock

Wenn es plötzlich dunkel wird

Das Thema Energiesicherheit rückt immer mehr in den Fokus. Doch die Passagiere können beruhigt sein: Der Flughafen ist bestens auf mögliche Stromausfall- oder gar Blackout-Szenarien vorbereitet.

Plötzlich wird es dunkel in Europa. Aus keiner Steckdose kommt mehr Strom, das Handynetz bricht zusammen, Züge stehen still. Seit dem Beginn des russischen Angriffskriegs auf die Ukraine mit seinen massiven Auswirkungen auf die europäische Energieversorgung wird dieses Szenario immer wieder diskutiert. Auch am Flughafen Wien hat man sich umfassend auf das Szenario vorbereitet.
Der Stromverbrauch am Flughafen Wien entspricht in etwa dem der Stadt Innsbruck. Seit 2023 wird der gesamte Flughafen CO2-neutral betrieben.
Täglich frequentieren über 80.000 Passagiere den Airport, rund 600 Flugzeuge starten und landen. Am Flughafen-Standort sind rund 23.000 Menschen in mehr als 250 Firmen beschäftigt. Damit diese Stadt reibungslos funktioniert, verfügt der Airport über eine eigene Straßen- und Bahnverkehrsinfrastruktur sowie über ein umfassendes Ver- und Entsorgungssystem.

Binnen weniger Sekunden wieder am Netz

Der Flughafen „hängt" an zwei verschiedenen Umspannwerken, eines in Schwechat (Niederösterreich), eines in Kaiserebersdorf (Wien). Bernhard Weixelbraun, Leiter der Energieversorgung am Flughafen, erklärt die redundante Stromversorgung über die beiden Netze folgendermaßen: „Gibt es an einem der Umspannwerke eine Störung, dann dauert es nur drei Sekunden, bis die Energieversorgung vollautomatisch auf das andere Netz umspringt. Sollte der Strom in der gesamten Ostregion ausfallen, so springt binnen neun Sekunden eines unserer vier Diesel-Notstromaggregate an."
Gegen Ausfälle der Pistenbefeuerung hat man sich speziell abgesichert, erzählt Weixelbraun: „Die Pistenbefeuerung hängt ohnehin an Puffer-Batterien, die sowohl an der Stromleitung als auch am Notstromaggregat angeschlossen sind und kurze Stromausfälle problemlos ausgleichen können." In weniger als einer Minute nach einem Stromausfall sind die Notstromaggregate so weit hochgefahren, dass sämtliche kritische Systeme am Flughafen wieder regulär laufen.
Was aber, wenn ein Blackout eintritt, der ganz Europa betrifft? Dann hat es in Phase eins der Krise Priorität, jene Flugzeuge herunterzuholen, die gerade in der Nähe von Wien-Schwechat in der Luft sind.
In die Kommunikation am Flughafen müssen im Krisenfall neben der Austro Control und den Airlines auch die Blaulichtorganisationen sowie die Behörden eingebunden werden. Dies wird bei Stromausfall über Funkgeräte sichergestellt. Die Notstromaggregate sorgen dafür, dass der Krisenstab auch über Festnetz-Telefone in Verbindung bleiben kann. Kritisch in der Phase zwei der Krise ist unter anderem die Wasserversorgung und -entsorgung für die Menschen am Flughafen. Die Versorgung mit Nahrungsmitteln ist über die Shops und die Gastronomie vor Ort für einige Zeit gegeben. 72 Stunden hält der Flughafen mit seinen Notstromaggregaten dieses Szenario durch – ein europaweiter Standard in der Krisenplanung.

Regulärer Flugbetrieb kann länger gestört sein

In Phase drei der Krise erfolgt dann ein geordnetes Hochfahren des Flughafens bzw. des europäischen Flugbetriebes. Für die „Stadt" Flughafen kann dies rasch gelingen, sobald das Stromnetz wieder stabil ist. Der Flugverkehr braucht länger, ist er doch von Kerosin abhängig, das auch angeliefert werden muss.
Der Flughafen Wien nimmt seine Verantwortung als Einrichtung der kritischen Infrastruktur in der Krisenplanung also umfassend wahr. Flughafen Wien-Vorstand Dr. Günther Ofner: „Unsere Krisenorganisation ist sehr gut aufgestellt und unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter agieren hier sehr engagiert und professionell.". Flughafen Wien-Vorstand Mag. Julian Jäger ergänzt: „Wir stehen dabei immer in enger Abstimmung mit unseren Systempartnern, den Behörden und Einsatzorganisationen. Damit unsere Passagiere sich auf uns verlassen können – im regulären Flugbetrieb und erst recht im Krisenfall."


Der Flughafen Wien: Eine kleine Stadt, auf Sonderereignisse gut vorbereitet

Flughafen Wien

Informationen:
www.viennaairport.com

STARS IM HOTEL

Tourismusmarken benötigen künftig mehr strategischen Mut, fordert eine Studie der Markenberatung BrandTrust.

Der harte Wettbewerb bleibt ein Stammgast im Tourismus. Wer die Nase vorne haben will, benötigt neben Qualität ein wirksames Vorgehen bei der Kundengewinnung. Mit einer Studie auf der Basis von Künstlicher Intelligenz analysiert die Strategieberatung BrandTrust das digitale Auftreten von 25 Destinationsmarken im DACH-Raum. Jene Studie bietet Einblicke in die Kommunikationsstrategien, deren Umsetzung und Erfolge bei verschiedenen Generationen.

Das Resultat verweist auf gewisse strukturelle Defizite. Als bedeutendste Währung für positive Resonanz gelten heute Nächtigungszahlen. Damit die Kasse nach der Pandemie wieder fest klingelt, forcieren die Akteure geschäftliche Kommunikation – mit allen und jedem. Möglichst viele Konsumenten sollen durch diese Methode aufmerksam werden. Falsch, behaupten die Profis von BrandTrust, und geben eine Devise aus: Die Zukunft gehört den Mutigen.

Wie die Analyse zeigt, mündet das Everybody's Darling-Konzept in einer beliebigen und oftmals austauschbaren Positionierung. Das breite Sortiment spiegelt sich dann hauptsächlich durch einen inkonsistenten Außenauftritt wider. Destinationen, egal ob Metropole oder ländliches Gebiet, sollen umsatteln: Weg vom Volumendenken hin zur Wert-Schaffung. Mit dem Willen zu unerwarteten Kontrasten, Spezifik und Emotion. Wer sich differenziert, entgeht dem oft zitierten Wettbewerb der Ähnlichkeiten.

Spannend, schön und vielfältig zu sein lässt die Kasse trotzdem nicht automatisch klingeln, vermerkt BrandTrust. Es mangelt den Mitspielern an der Bereitschaft, außergewöhnliche Angebote mit einem starken Charakter und besonderen Werten zu vermitteln. Durch das ständige gegenseitige Überbieten der Destinationen werden bloß laufend neue, aber verwechselbare Produkte und Aktivitäten angeboten. Es braucht Positionierungen über das übliche Naturerlebnis oder Kulturvielfalt hinaus. So wie die mutigste Region Deutschlands, die exklusivste Region Österreichs oder die gemütlichste Stadt der Schweiz.



Touristische Marken und ihre favorisierten Positionierungs-Attribute

Die Gunst der Kunden soll dabei ganz besonders über Soziale Medien gewonnen werden. Durch jene Plattformen können Betriebe potenziellen Gästen so nah sein wie nie zuvor. Destinationen versäumen jedoch diese Chance durch den Einsatz von generischen Texten und Bildern. So entsteht keine Wohlfühlatmosphäre, Menschen werden nicht berührt, meinen die Spezialisten. Wiedererkennbar und gefühlvoll sollten die Bilder sein. Beispiele finden sich in Hotels: Unterkünfte inszenieren ihre Besucher jetzt als Stars und wecken somit Empfindungen oder Sehnsüchte.

Die Untersuchung nimmt weiters die Generationen-Wertefitness unter die Lupe. Dabei sprechen Städte die ganz junge Generation Z besonders gut an. Speziell Wien erzielt diesen Effekt, abseits wird Aufholbedarf registriert. Obwohl urbane Highlights genauso kaufkräftiges älteres Publikum benötigen, wie Regionen heranwachsende Urlauber. Die generationenspezifische Kommunikation ist also im Tourismusgeschäft gelandet. Interessensflüsse sollten daher in weiterer Folge gezielte Stimulation erfahren.

Für eine einträgliche Zukunft sollten Regionen sowie Städte daher ihre Attraktivität einem Test unterziehen und sich zielgruppenorientiert neu definieren, vor allem jedoch nachhaltig differenzieren.

801 Attribute, mit denen die Bestimmungsorte ihre Kontaktaufnahme lenken, wurden mit diesem Blick hinter die Kulissen festgemacht. Vielfalt sieht laut BrandTrust dennoch anders aus: Die meisten Begriffe sind fast identisch. Ihre Verdichtung zum Markenkern beweist Beliebigkeit sowie Austauschbarkeit.

Andererseits finden einfallsreiche Destinationen viel Raum vor für Ideen. Städte sollten auch das Vorwissen der Reisenden nutzen. Schließlich muss nicht alles gleich dem Publikum mitgeteilt werden. Vielmehr lässt sich ein Fokus leicht implementieren. So wie Musik und Kultur für Wien. Trotzdem dürfte jeder Besucher wissen, dass Österreichs Hauptstadt wesentlich mehr zu bieten hat. Berlin hingegen zieht seinen Kreis sehr weit und bemüht sich, alles in das Rampenlicht zu befördern. Zürich hingegen verwässert gemäß den Analysten seines Status als einladend und edel durch beliebige Mitteilsamkeit zu allen Bereichen. Was wohl kaum der Sinn der geschäftlichen Sache sein kann. Das Fazit von BrandTrust: Ein Tourismusverband kann sich von seinem Produkt keinesfalls lösen. Mit einer differenzierenden Strategie lässt sich aber klar festlegen, wie eine Destination kommunizieren will, warum sie eine Reise wert ist und wer eigentlich die Zielgruppen darstellen. ■

BrandTrust

200 Jahre Lobmeyr

Zum 200-jährigen Bestehen der Glasmanufaktur Lobmeyr zeigt die MAK Austellungshalle mit „GLANZ UND GLAMOUR. 200 Jahre Lobmeyr“ eine Sammlung der Sonderklasse.

Seit nunmehr 200 Jahren ist Lobmeyr der bekannteste Glasverleger des Landes. Um das Jubiläum gebührend zu feiern, präsentiert die MAK Ausstellungshalle – ein langjähriger Partner – die Ausstellung „GLANZ UND GLAMOUR. 200 Jahre Lobmeyr“. Noch bis zum 24. September können hier die vielfältigen, stilbildenden Erzeugnisse der traditionsreichen Glasmanufaktur bestaunt werden.
Über 300 Objekte spannen in der Ausstellung den Bogen von Formen des Historismus und Orientalismus des 19. Jahrhunderts bis zu Klassikern wie den Servicen und Objekten nach Entwurf von Josef Hoffmann, Adolf Loos, Oswald Haerdtl oder Stefan Rath, die bis heute in Produktion sind. Hier finden sich Objekte aus allen wesentlichen Bereichen des Lebens, von der Raumgestaltung bis zu Essen und Trinken, ausgewählt von Gastkuratorin Alice Stori Liechtenstein und „intuitiv“ gruppiert und geordnet. Aus der gezielten Mischung von Stilen, Verarbeitungstechniken, Materialinnovationen und Designer*innen lassen sich überraschende Bezüge zwischen den Objekten und zu historischen Details erkennen.



Die Ausstellung umfasst über 300 einzigartige Exponate





„GLANZ UND GLAMOUR. 200 Jahre Lobmeyr“

MAK Ausstellungshalle
MAK, Stubenring 5, 1010 Wien

Ausstellungsdauer:
7. Juni bis 24. September 2023

Öffnungszeiten:
Di 10–21 Uhr, Mi bis So 10–18 Uhr

Lobmeyr, Leonhard Hilzensauer

Italienisches Flair

Mediterrane Lebensfreude gepaart mit bester italienischer Kulinarik: Das findet man in Österreich in den mittlerweile 16 L'Osterien. Der beste Ort, um sich vom Alltag auszuklinken und Urlaubsgefühl zu tanken.



In heimeliger Atmosphäre laden die Restaurants von L'Osteria zu einem bezaubernden italienischen Abend

Die sommerlichen Temperaturen lassen die Gedanken aus dem Büro abschweifen. Doch zum Glück muss man nicht mehr auf den nächsten Italien-Urlaub warten: L'Osteria lädt mittlerweile an 16 Standorten in Österreich zu echt italienischem Genuss. Das Konzept ist schnell erklärt: Echt italienisch eben. Und das umfasst nicht nur die Speisen. Sondern zieht sich durch von der Inneneinrichtung über das Flair bis hin zur Bedienung. In der L'Osteria geht die Tür auf und schon fühlt man sich wie in der typisch italienischen Osteria aus Federico Fellinis Film „Roma". Hier kommen Freunde, Familien und Pärchen, jung und alt, zusammen, um gut zu essen. Es ist ein bisschen laut und lebhaft und über all dem schwebt der Duft der echten italienischen Küche.

Jede L'Osteria pflegt natürlich ihren eigenen Stil, dennoch ist allen gemeinsam: Es soll gemütlich und atmosphärisch sein. Also legt man großen Wert auf die Ausstattung, die ebenfalls an südliche Gefilde erinnert. Was die L'Osterien zudem noch verbindet: Man kann sich darauf verlassen, dass man hier sieben Tage die Woche durchgehend bis 23:00 Uhr mit warmen Speisen verwöhnt wird. Lediglich zu Weihnachten ist geschlossen. Denn da wird auch den Mitarbeitern eine entspannte Zeit im Kreise ihrer La Famiglia gegönnt.

Weitere Expansion

An dem Konzept in Österreich ändert auch der Verkauf der Firmenanteile der Gründer an die Investgesellschaft McWin nichts. Denn hinter der L'Osteria hierzulande steht Maria Klara Heinritzi als Franchisenehmerin. Sie beurteilt den Verkauf der Anteile beim Franchisegeber sehr positiv. Die Masterlizenz für Österreich bleibt weiterhin bei ihr und ihrem Team. Das noch einiges vorhat. Nachdem man die drei Jahre Coronakrise durch Kreativität und gezieltes Angebot gut überstanden hat, stehen die Zeichen weiter auf Expansionskurs.

Service für jeden

In der L'Osteria, so könnte man das Konzept vereinfacht auf den Punkt bringen, soll man sich wohl fühlen. Und zwar jeder Gast. Für viele ist das Restaurant daher schon zu einer zweiten Heimat geworden. Hier genießt man ein unterhaltsames, üppiges Dinner ebenso, wie die Pizza in der Mittagspause. Hier laden die Eltern gerne zum Kindergeburtstag ihres Nachwuchses. Wo dann gemeinsam jeder seine Pizza backen darf. Aber auch die Erwachsenen kommen hier gerne zusammen. Die größeren Restaurants eignen sich hervorragend für Geburtstags- und Familienfeiern.
Die freundliche Bedienung ist bemüht, jeden Wunsch von den Augen abzulesen. Unterstützt auch gerne bei der Auswahl von Speisen und Getränken und nimmt die Reservierungen entgegen.

Verwöhnte Gaumen

Aber das Highlight des Besuches bildet wohl die Speisekarte. Auf ihr finden sich echt italienische Schmankerl. Als Beispiel sei das der beliebten und mit Liebe zubereiteten Pasta angeführt. Die stammt nicht aus dem Großmarkt, sondern wird seit 2013 von der eigenen

L'Osteria

Pastamanufaktur hergestellt. Und frisch und al dente nach Großmutters Rezept – oder wie es in Italien so schön heißt: alla nonna – in der einsehbaren Küche zubereitet. Ein Unterschied, der sich am Gaumen auswirkt. Natürlich hat man auch den zweiten Klassiker im Programm: die beste Pizza. Und zwar die beste beste Pizza. Eine Augenweide für alle Sinne. Köstlich im Geschmack und einmalig in der Größe. Die Pizza reicht weit über den Tellerrand hinaus. Und wird daher oft für zwei Personen mit unterschiedlich belegten Hälften bestellt. In der Speisekarte finden sich dazu noch zahlreiche weitere Spezialitäten aus der italienischen Küche. Von Antipasti über verschiedene Salatvariationen bis hin zu unwiderstehlichen Dolci sowie einem Menu della casa mit saisonalen Köstlichkeiten. Die Zutaten kommen dabei zum größten Teil direkt aus Italien. Verantwortlich für die Spezialitäten zeichnet der Director of Operations, Tonino Sofra, der selbst aus Kalabrien stammt. Er hat die eine oder andere Gaumenfreude mitentwickelt. Also – alles angerichtet für einen Kurzurlaub mitten in der Stadt.

losteria.at



Genuss wird bei L'Osteria groß geschrieben

Unsere Restaurants

L'OSTERIA ÖSTERREICH

Graz
Mehlplatz 1
8010 Graz
graz@losteria.at

Innsbruck
Erlerstraße 17
6020 Innsbruck
innsbruck@losteria.at

Linz
Promenade 22
4020 Linz
linz@losteria.at

Oberwart
Europastraße 2
7400 Oberwart
oberwart@losteria.at

Parndorf
Richard Erlinger Platz 1
7111 Parndorf
parndorf@losteria.at

Pasching
Pluskaufstr. 7/Markusplatz
4061 Pasching
pluscity@losteria.at

Salzburg
Dreifaltigkeitsgasse 10
5020 Salzburg
salzburg@losteria.at

Steyr
Anton-Plochberger-Straße 2
4400 Steyr
steyr@losteria.at

Villach
Maria-Gailer-Straße 18
9500 Villach
villach@losteria.at

Völs
Cytastraße 1
6176 Völs
voels@losteria.at

Wien Auhof Center
Albert-Schweitzer-Gasse 6
1140 Wien
wien-auhofcenter@losteria.at

Wien Bräunerstraße
Bräunerstraße 11
1010 Wien
wien-braeunerstrasse@losteria.at

Wien Florianigasse
Florianigasse 55
1080 Wien
wien-florianigasse@losteria.at

Wien Grinzing
Grinzinger Straße 1
1190 Wien
wien-grinzing@losteria.at

Wien Hauptbahnhof
Am Hauptbahnhof 1/EG 152
1100 Wien
wien-hauptbahnhof@losteria.at

Wien Wirtschaftsuni
Freudplatz 2
1020 Wien
wien-wirtschaftsuni@losteria.at

L'Osteria

Gaumen-Kitzel

Die Geschmacksknospen zu überraschen, das ist das Ziel der Naber Kaffee Manufaktur. Dabei setzt man nicht nur auf eine Handröstung, sondern auch auf exklusive Schaumweine direkt vom Winzer im neuen Schaumweinkontor. Wie das zusammenpasst, was die Expansion in den Süden bedeutet und warum man mit weiteren Zuwächsen rechnet, darüber sprach FaktuM mit Gesellschafter Marco Salvatori und Geschäftsführer Bernd Nitschmann.



Geschäftsführer Bernd Nitschmann und Gesellschafter Marco Salvatori

FaktuM: Herr Nitschmann, Sie sind seit kurzem Geschäftsführer. Was ist Ihr besonderer Bezug zu Kaffee, speziell zu Naber Kaffee?
Bernd Nitschmann: Ich komme aus der Bierbranche. Und bei Terminen wurde hier auch nicht ausschließlich Bier getrunken, sondern natürlich auch Kaffee. Bei Naber hat mich ganz besonders die Mischung aus Regionalität, Handwerk und Tradition begeistert. Das durfte ich bereits bei meiner letzten Position erleben und daher fühle ich mich bei Naber sehr gut aufgehoben.
FaktuM: Bierbrauen ist ja auch eine Handwerkskunst …
Nitschmann: So ist es. Es zählen dieselben Werte, die auch die Gastronomie begeistern. Es ist das Handwerk. Die Zeit, die man dem Produkt gibt. Die Veredelung in Österreich, in einem 114 Jahre bestehenden Unternehmen. Auch die Wertschöpfung. Das sind einfach unschlagbare Argumente.
FaktuM: Naber hat sich im Süden mit dem Zukauf der Kaffeerösterei Exzelsior verstärkt. Was war die Strategie dahinter?
Nitschmann: Wir haben mit der Übernahme von Exzelsior in Klagenfurt einen Standort geschaffen, um den vertrieblichen Ausbau in der Gastronomie im Süden Österreichs voranzutreiben. Für uns ein wichtiger Schritt, österreichweit Kunden zu bedienen und zu servicieren. Gleichzeitig ist es uns damit gelungen, den Fortbestand der ältesten Kaffeerösterei in Kärnten zu sichern. Zudem können wir unsere Produktionskapazitäten durch die zweite Rösterei extrem erhöhen.
FaktuM: Wer ist denn die Zielgruppe, die Sie mit Naber Kaffee anpeilen?
Nitschmann: Wir sind auf die Gastronomie spezialisiert. Kaffee ist ein sehr emotionales, erklärungsintensives Produkt. Es steckt viel Leidenschaft dahinter. Dementsprechend setzen wir auf Gastronomen, die sich mit dem Produkt, mit der Qualität, mit der Zubereitung auseinandersetzen. Die finden wir vor allem in der gehobenen Gastronomie.
FaktuM: Wo liegt denn der USP von Naber im Vergleich mit dem Mitbewerb?
Nitschmann: Der größte USP ist sicher die Erfahrung von 114 Jahren Handröstung, die sich im Haus angesammelt hat. Da unterscheiden wir uns stark von unseren Mitbewerbern. In der Zeit, die wir uns für die Röstung nehmen. Bei uns ist der Röstmeister nicht Beobachter eines computergesteuerten Prozesses, sondern greift aktiv in den Röstvorgang ein. Er bestimmt mit Sensorik den nächsten Schritt der Röstung und stellt so die hohe Qualität sicher. Ein zweiter Punkt ist unsere Service-Philosophie. Neun Vertriebsmitarbeiter und wir Geschäftsführer sind ständig unterwegs und stellen sicher, dass die Maschinen in der Gastronomie regelmäßig nachjustiert werden, überprüfen die Qualität des Kaffees, nehmen Schulungen und Barista-Kurse vor und arbeiten eng mit den Gastronomen zusammen. Diese Mischung aus Tradition, Manufakturröstung und Service-Fokus macht uns unique.
FaktuM: Schwierig ist es derzeit mit den Lieferketten. Haben Sie da als österreichischer Betrieb einen Vorteil?
Marco Salvatori: Über Regionalität können wir leider nur in der Veredelungsphase sprechen, denn der Kaffee kommt nach wie vor aus den Ursprungsländern. Wir haben den Vorteil, dass wir die Ware aufgrund der Gegebenheiten sehr schnell zum

Naber Kaffeemanufaktur

Kunden bringen können und sie nicht irgendwo in Europa in einem Lager herumliegt. Die Coronakrise brachte zudem die Werte Regionalität und Tradition mehr ins Bewusstsein. In dieses Anforderungsprofil passen wir sehr gut hinein.

FaktuM: Bei Naber wird die Veredelung per Hand durchgeführt. Wie schwierig ist es, dafür Mitarbeiter zu finden?

Salvatori: Wir sind immer auf der Suche nach Vertriebsmitarbeitern. Das funktioniert hauptsächlich durch Mundpropaganda. Wobei natürlich die Werte, die wir dem Kunden als Marke anbieten, auch die Werte sind, die wir in unserem Betrieb leben. Überbezahlung in jedem Bereich, Vier-Tage-Woche in der Produktion, flache Entscheidungshierarchien.

FaktuM: Wie schwer ist es, einen Röster zu finden, der sich mit Handröstung auskennt?

Salvatori: Den gibt es nicht. Wir schulen die Mitarbeiter extra dafür auf unserer über 60 Jahre alten Rösttrommel ein.

FaktuM: Sie haben nun auch einen Schaumweinkontor eröffnet. Was ist der Hintergrund für diesen Schritt?

Nitschmann: Verkostungstechnisch passen Kaffee und Schaumwein einfach sehr gut zusammen. Schaumwein neutralisiert den Geschmack des Kaffees und daher entstand die Idee die beiden Genussprodukte miteinander anzubieten. In der gehobenen Gastronomie konnten wir beobachten, dass die Kunden verstärkt auf der Suche nach speziellen Schaumweinen sind. Weg vom Mainstream, hin zu speziellen Produkten. Nicht unbedingt die großen Marken, sondern die Geschichte, die Qualität suchen. Wir haben uns mit dem Schaumweinkontor zum Ziel gesetzt, der Gastronomie etwas Besonderes zu bieten. Es sind jetzt bereits 120 Sorten aus ganz Europa, die wir exklusiv für Österreich im Vertrieb haben.

Salvatori: Wir stehen dabei direkt mit den Winzern in Kontakt und können daher aus ganz Europa interessante Spezialitäten anbieten. Wir merken, dass die Reife an Gaumenentwicklung beim Endkunden und die Lust, etwas Spezielles zu kosten, steigt.

Dafür haben wir zwei Diplomsommeliers an Bord, die selbst vertrieblich unterwegs sind, aber auch unserer Kaffee-Vertriebsmannschaft die Produkte nahebringen. Es ist nicht so selbstverständlich, dass jemand, der Kaffee-Spezialist ist, plötzlich auch Schaumweine verkaufen kann.



In dieser über 60 Jahre alten Rösttrommel wird der Kaffee langsam und schonend von Hand geröstet

FaktuM: Wie findet man diese Winzer?

Salvatori: Dafür habe ich mir im Laufe der Jahre ein privates Netzwerk aufgebaut, aus dem ich aus ganz Europa mit Informationen versorgt werde. Dazu gibt es als jährlichen Fixtermin die Pro-Wein in Düsseldorf, bei der man sehr viele neue Kontakte knüpfen kann.

FaktuM: Wie wird das Angebot angenommen?

Nitschmann: Gerade die Haubenlokale nehmen unser Angebot mit großem Interesse an. Durch unsere bestehenden gastronomischen Verbindungen haben wir zudem schon ein sehr großes Netzwerk an Gastronomen, die das Besondere suchen.

Salvatori: In einem Restaurant, das eine etwas größere Schaumweinkarte hat, sind garantiert welche dabei, die über uns bezogen wurden. Es ist übrigens leichter, einen Schaumwein-Kunden zu generieren als einen Kaffee-Kunden.

FaktuM: Schaumwein-Kunden sind leichter zu finden?

Salvatori: Ja. Der Kaffee-Bereich ist die heilige Kuh in einem Betrieb. Die Kaffeemarke wird nur generationsweise gewechselt. Das ist mittlerweile auch unsere Stärke. Denn familiengeführte Hotelbetriebe, die über Generationen agieren, haben schon einige Marken ausprobiert. Und so groß ist die Auswahl nicht. Jetzt gibt es einen Kaffeeröster aus Wien, der eine neue Geschichte erzählt und sich auf die Betreuung der Gastronomiekunden spezialisiert hat. Das ist genau unsere Strategie.

FaktuM: Was erwarten Sie für dieses Jahr?

Salvatori: Wir werden um rund 10 Prozent wachsen.

FaktuM: Führen Sie das auf den Schaumwein oder auf den Kaffee zurück?

Salvatori: Beides. Nach der Pandemie zeigt sich, dass Gastronomen das Spezielle suchen. Das sowohl im Kaffee- als auch im Schaumweinbereich Qualität und Handwerkskunst im Vordergrund stehen.

FaktuM: Danke für das Gespräch. ■

Naber Kaffeemanufaktur

Gerüstet für den Blackout

Auch wenn man jetzt nur an Sommer, Urlaub und Strand denkt, sollte man das mögliche Szenario eines Blackouts nicht ganz außer Acht lassen. Und weiter die Vorbereitungsmaßnahmen im Auge behalten.



Bei der Bevorratung auch an das Lieblingsessen denken

Es kann schon vorkommen, dass es im einen oder anderen Grätzl eines Bezirks einen Stromausfall gibt. In der Regel sind die drei Bs dafür verantwortlich: Bagger, Baum oder Blitz. Und solche Unterbrechungen der Stromversorgung sind auch schnell wieder behoben.
Bei einem Blackout dagegen gehen alle Lichter – und nicht nur die – aus. Hervorgerufen werden kann eine derartige massive Störung durch extrem seltene Ereignisse, wie etwa ein starkes Erdbeben, das Grundpfeiler der Stromversorgung mitbetrifft. Oder durch einen Cyberangriff. Doch gegen all diese Ereignisse wird das Netz ständig aufgerüstet. Dennoch: Ganz ausschließen kann man ein Blackout nicht, wenn auch die Wahrscheinlichkeit dafür sehr gering ist. Daher ist Vorsorge besser als Nachsicht. Stellen wir uns also vor, der Strom fällt in ganz Österreich aus, und das nicht nur für zwei oder drei Stunden, sondern für ein paar Tage.

Was funktioniert noch?

Nur das, was man zu Hause vorbereitet hat. Hilfe von außerhalb ist nicht mehr möglich. Einfaches Einkaufen, wie wir es kennen, existiert nicht mehr, da technische Systeme ausfallen. Somit bricht die gesamte Logistik zusammen.
Zur Vorsorge sollte man sich daher überlegen, was man für rund zwei Wochen benötigt. Das geht über **Nahrungsmittel** oder **Leuchtkörper** hinaus. Etwa: Wer hat besondere Bedürfnisse? Gibt es genug Babynahrung? Brettspiele, um die Zeit zu überbrücken? **Batterien** fürs Radio? Medikamente? Können die Haustiere weiter versorgt werden? Ist ausreichend **Bargeld** – pro Person ca. 100,- Euro in kleinen Scheinen oder Münzen – im Haushalt?
Für umfassende Informationen und Tipps rund um alle Arten von Sicherheitsfragen haben sich in Wien *Die Helfer Wiens* als Ansprechstelle etabliert. Diese geben nicht nur Tipps, sondern beraten in Vorträgen und Workshops intensiv zu diversen Themen.

Vorräte für zwei Wochen

Grundpfeiler der Vorsorge ist die eigene Bevorratung. Europaweit wird ein **Vorrat für 14 Tage** empfohlen. Vor allem sollte man da an Lebensmittel denken. Natürlich auch **Trinkwasser**. Aber hier ist Wien in einer besonderen Situation: Aufgrund der Gravitation in Verbindung mit Höhenunterschieden ist in Wien für 95 Prozent der Haushalte die Wasserversorgung gewährleistet.
Bei den Nahrungsmitteln sollte man an eine ausgewogene Ernährung denken. Drei Grundstoffe sind dafür wesentlich: Zum einen Kohlenhydrate, die man etwa im Brot, in Erdäpfeln, Honig oder Marmelade findet. Zum anderen Eiweiß. Für dessen Aufnahme eignen sich etwa Milch, Käse, Eier, Fisch oder Fleisch. Und nicht zuletzt Fette wie Öle, Butter oder Margarine. Aber ausgewogene Ernährung ist nicht alles. Greifen Sie zu **Lebensmitteln**, die in Ihrem Haushalt gerne gegessen werden. Das dürfen ruhig auch die Lieblingskekse,

Die Helfer Wiens

das liebste Salzgebäck und beste Fruchtsäfte sein. Denken Sie aber auch daran, das Lebensmittel nicht ewig haltbar sind. Der Vorrat sollte also auch **aufgebraucht** werden, wenn keine Blackout-Situation herrscht. Und dementsprechend mit frischen Lebensmitteln **wieder aufgefüllt** werden.

Vereinbarungen treffen

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

Was funktioniert nicht mehr?

In den eigenen vier Wänden ist die Folge eines Blackouts vor allem der Ausfall der Beleuchtung, aber auch Kühlgeräte und die meisten Heizsysteme sind betroffen. Das Absetzen eines Notrufes wird nicht mehr möglich sein. Besonders die Versorgung mit Lebensmitteln, Hygieneartikeln oder Medikamenten fällt in dem Zeitraum aus. Das Anlegen eines entsprechenden **Medikamentenvorrates** sollte daher ebenfalls bedacht werden.
In der Regel ist auch der Herd vom Stromausfall betroffen. Für den Fall des Falles gilt es daher, sich über die Essenszubereitung Gedanken zu machen. Meist reicht schon ein **Campingkocher** aus. Ebenso kann man sich aber auch eine Notkochstelle einrichten. Die gibt es etwa über den Zivilschutz zu beziehen.



Tipps für alle Fragen der Sicherheit halten Die Helfer Wiens bereit

Was passiert nach dem Blackout?

Ein bis zwei Tage müssen vermutlich in Österreich vergehen, bis großteils im Land wieder eine Stromversorgung verfügbar ist. Für ganz Europa rechnet man dafür mit bis zu einer Woche. Bis nach dem Blackout das Handy, das Festnetz und auch das Internet wieder funktionieren, können nochmals mehrere Tage vergehen. Sicher ist, dass wir nicht so schnell zur gewohnten Alltags-Routine zurückkehren können. Wichtig zu wissen ist, dass eine derartige Krise nur gemeinsam bewältigt werden kann. Es kommt auf jede Einzelne, jeden Einzelnen von uns an, die schwerwiegenden Komplikationen eines Blackouts zu meistern. Das beginnt schon bei der **Vorsorge** und setzt sich fort in der Krise, während der **Kooperation** gefragt ist. Vor allem auf die Selbstorganisation in der Nachbarschaft kommt es an.
Entscheidend für die sichere Bewältigung eines Blackouts ist, dass die Bevölkerung selbst **vorbereitet** ist und richtig handelt. Wie stark ein Blackout unser Leben in Mitleidenschaft zieht, hängt von jeder und jedem selbst ab.

Alle Informationen unter:
diehelferwiens.wien.gv.at/blackout

Blackout-Infos

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

Nach einem Blackout sollte man sich zuerst an folgende **Handlungsempfehlungen** halten:
- Überprüfen Sie, ob zuletzt eingeschaltete **Geräte** ausgeschaltet sind (Herd, Bügeleisen, Fön etc.).
- Schalten Sie nur Geräte ein, die Sie unbedingt benötigen.
- Überprüfen Sie wichtige Geräte auf ihre Funktionalität.
- Vermeiden Sie nicht wichtige **Anrufe**.
- Bleiben Sie zu **Hause**, außer es ist anderes notwendig.
- Gehen Sie weiterhin vorsichtig mit Ihren **Ressourcen** um.
- **Helfen** Sie in Ihrer Nachbarschaft.

Sie möchten **mehr erfahren** und sich gut auf ein mögliches Blackout vorbereiten?
- Sehen Sie sich das Webinar der Helfer Wiens zum Thema an: **youtube.com/watch?v=QiNNydar1E8**
- Testen Sie im E-Learning der Helfer Wiens Ihr Wissen: **diehelferwiens.wien.gv.at/blackout-elearning**

Die Helfer Wiens

Paris erwacht

Bekannt für das französische Flair, unglaubliche Kunst und romantische Liebe – überfüllt mit Touristen. Der Massentourismus in Paris boomt und es ist kein Ende in Sicht.

TEXT: Hannah Minichshofer



Der Eiffelturm und der Louvre platzen aus allen Nähten

Paris, die Stadt der Liebe, der Kunst und der Kultur, hat seit Jahrzehnten Touristen aus aller Welt angezogen. Während der Pandemie war die Stadt wie lahmgelegt und im Ausnahmezustand. Die Straßen, die einst von Besucherströmen überflutet waren, wurden plötzlich still und leer. Der Massentourismus, der die Stadt zuvor überforderte, wurde zur Zeit der Pandemie auf eine harte Probe gestellt. Es war, als ob Paris in einen Dornröschenschlaf fällt. Aufgrund der weltweiten Reisebeschränkungen und der Angst vor einer Ansteckung gingen die Touristenzahlen drastisch zurück.
Die langen Warteschlangen vor den Museen und Sehenswürdigkeiten gehörten der Vergangenheit an. Anstatt stundenlang in der Schlange zu stehen, konnten die Besucher nun die Kunstschätze und historischen Monumente in aller Ruhe erkunden. Die Mona Lisa im Louvre konnte ohne die üblichen Menschenmassen bewundert werden.
Die Cafés und Restaurants, die zuvor von Touristen überlaufen waren, fanden zurück zu ihrer wahren Essenz. Anstatt hastig einen Tisch zu ergattern, konnten die Gäste nun die kulinarischen Köstlichkeiten in entspannter Atmosphäre genießen. Die Straßenkünstler, die zuvor von den Menschenmassen kaum wahrgenommen wurden, erhielten nun die Aufmerksamkeit, die sie verdienten.
Die Pariser konnten ihre Stadt endlich in einem ganz neuen Licht sehen. Die Straßen von Montmartre waren nicht mehr von Selfie-stick-schwingenden Besuchern übersät, sondern wurden zu einem Ort der Kreativität und des Austauschs. Laut Statista weist Paris 2019 51,58 Millionen Ankünfte auf – 2020 zu Beginn der Pandemie sank diese Zahl dann auf mickrige 15,54 Millionen.

Revenir – die Touristen sind zurück

Nach der Wiedereröffnung des Tourismus sah sich Paris mit einer neuen Herausforderung konfrontiert - den touristischen Menschenmassen. Paris, die bezaubernde Hauptstadt Frankreichs, ist berühmt für ihre ikonischen Sehenswürdigkeiten wie den Eiffelturm, den Louvre und Notre-Dame. Auch bei Bootstouren, Hop-on/Hop-off-Bus etc. braucht man sehr viel Geduld und sollte sich für die Standzeit Snacks und ein Wasser mitnehmen.
Paris leidet unter dem gegenwärtigen Massentourismus. Jährlich strömen über 30 Millionen Besucher in die Stadt der Liebe, was zu überfüllten Straßen und überlasteten Sehenswürdigkeiten führt. Der Eiffelturm und der Louvre platzen aus allen Nähten. Die einheimische Bevölkerung leidet unter steigenden Mietpreisen und dem Gedränge der Touristenmassen. Die Straßen rund um die beliebtesten Sehenswürdigkeiten sind oft überfüllt, was zu Verkehrsstaus und Gedränge führt. Bürger, die den öffentlichen Nahverkehr nutzen wollen oder einfach nur ihren täglichen Besorgungen nachgehen, sehen sich mit den Auswirkungen des Massentourismus konfrontiert. Trotzdem spielt der Tourismus eine wichtige Rolle für die Wirtschaft der Stadt. Er bringt Einkommen und schafft zahlreiche Arbeitsplätze in den Bereichen Gastgewerbe, Transport und Einzelhandel. ■

unsplash

MVC MOTORS

MUSTANG MACH-E

VOLLELEKTRISCH IN DIE ZUKUNFT.

MVC MOTORS electric



JETZT AB
€ 51.600,–**
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

Zum fünfjährigen Jubiläum mit zweiter Niederlassung in Steyr

Seit fünf Jahren unterstützt die DEKRA Arbeit Austria GmbH Arbeitnehmer ebenso wie Arbeitgeber bei deren individueller Karriere- und Personalplanung.



Die DEKRA Arbeit Austria ist ein moderner Personaldienstleister für Fachkräfte nahezu aller Branchen

Die DEKRA Arbeit Austria GmbH feiert das fünfjährige Bestehen innerhalb der DEKRA Arbeit Gruppe. Das Tochterunternehmen des international angesehenen DEKRA Konzerns steht für professionelle Personaldienstleistung und moderne Wege am Arbeitsmarkt.

Die Gründung der DEKRA Arbeit GmbH erfolgte 1998 mit dem Anspruch, Verantwortung für das Schaffen von Arbeitsplätzen sowie deren Erhalt gesellschaftspolitisch mitzugestalten. Ziel war und ist, sich hierfür in eine Reihe namhafter Unternehmen mit derselben Philosophie einzureihen. Dieser Herausforderung konnte man auf Basis eines vermittlungsorientierten und wirtschaftsnahen Zeitarbeitskonzeptes gerecht werden und innerhalb von wenigen Jahren am Arbeitsmarkt neue Impulse setzen.
Den Schlüssel der verantwortungsvollen und effektiven Personaldienstleistung bildet die Kombination aus Arbeitnehmerüberlassung, passgenauer Arbeitsplatzvermittlung und praxisrelevanter Qualifizierung. Einer Vielzahl der Mitarbeiter unterschiedlicher Generationen ebnete dieses moderne Zeitarbeitsmodell den Weg in eine neue berufliche Zukunft.

Zusammenhalt macht erfolgreich

„Die letzten Jahre waren alles andere als einfach, doch gleichzeitig haben die Corona-Pandemie, der Ukraine-Krieg und die Teuerungswelle viele Werte gefördert, für die wir seit fünf Jahren als Personalpartner stehen“, sagt Geschäftsführerin Mag. Doris Kropacz. „Schon weit vor den schlimmen Ereignissen haben wir uns, genau wie die ganze DEKRA Arbeit Gruppe, die Vision auf die Fahne geschrieben: Stell dir eine Welt vor, in der Zusammenhalt erfolgreich macht. Miteinander agieren. Zueinander stehen. So sind wir und so wollen wir bleiben! Und in diesen Tagen zählt dieses gemeinschaftliche Handeln mehr denn je.“

DEKRA

Flexible Mitarbeiterlösungen

Die DEKRA Arbeit will gerade jetzt mit flexiblen Mitarbeiterlösungen neue Akzente setzen und Betriebe mit viel Erfahrung am Arbeitsmarkt, mit Fachkräften für nahezu alle Branchen- und Berufsbereiche und mit modernen Mitarbeiterlösungen, die sich individuell an der aktuellen Auftragslage in Österreich orientieren, aktiv unterstützen.
„Wir wollen gemeinsam mit unseren Kunden den Blick nach vorne richten“, erläutert die Geschäftsführerin. „Es gilt, die Wirtschaft wieder in Schwung zu bringen. Wir von der DEKRA Arbeit Gruppe haben hierfür die notwendige Personalkompetenz und Arbeitsmarkterfahrung, die es insbesondere in schwierigen Phasen benötigt.“
Wer ebenfalls voller Tatendrang in die Zukunft schaut oder mehr zu modernen Personal-Tools – wie zum Beispiel „Chat Your Job“, eine Bewerberplattform, die per SMS, WhatsApp, Viber oder Email freie Stellen anbietet, oder DEKRA HR.net, das neueste Tool, das Kunden- und Mitarbeiterzufriedenheit misst – erfahren will, kann sich jederzeit und unverbindlich an die DEKRA Arbeit Austria GmbH wenden.

Von der KfZ-Überwachung zum Allrounder

Die DEKRA Arbeit Gruppe ist einer der führenden vermittlungsorientierten Personaldienstleister in Europa. An derzeit 130 Standorten bietet man moderne Personallösungen für Arbeitnehmer und Arbeitgeber. Dabei beginnt die Historie von DEKRA bereits im Jahr 1925 – dem Gründungsjahr des Deutschen Kraftfahrzeug-Überwachungs-Vereins. Was mit dem Automobil startete, umfasst heute eine Vielzahl an sicherheitsrelevanten Dienstleistungen. Egal ob im Verkehr, bei der Arbeit oder zu Hause – in allen wesentlichen Lebensbereichen schaffen die erfahrenen Experten von DEKRA mehr Sicherheit. Und das tun sie weltweit: Die Expertenorganisation engagiert sich mit 44.000 Mitarbeitern in über 60 Ländern auf fünf Kontinenten.



An 130 europaweiten Standorten bietet man moderne Personallösungen für Arbeitnehmer und Arbeitgeber



Die internationale Expansion von DEKRA begann 1988 mit dem Markteintritt in Frankreich und Italien. Seitdem hat das Unternehmen seine globale Position durch strategische Zukäufe weiter ausgebaut – mit Standorten unter anderem in China, USA, Südafrika und Neuseeland.

Im Jahr 2022 hat DEKRA einen Umsatz von rund 3,8 Milliarden Euro erzielt. DEKRA ist die weltweit größte nicht börsennotierte Expertenorganisation der sogenannten TIC-Branche (Testing, Inspection, Certification).

DEKRA

Pöbel-Passagiere

Renitente Gäste sorgen immer wieder für Ärger im Flieger. Die Zahl derartiger Vorfälle ist 2022 deutlich angestiegen.

TEXT: Christian Prenger



Ruhe an Bord: Das Personal der Swiss ist auch für allfällige Probleme mit Passagieren trainiert

Gute Nerven sind auch über den Wolken ein kostbares Gut. Zumindest für das jeweilige Bordpersonal. Denn die Begegnung mit zahlender Kundschaft, die sich nur bedingt im Griff hat, kann an die Substanz gehen. Schließlich finden sich auch im Fluggeschäft diverse schwarze Reise-Schafe mit Potential für ziemlich unangenehme Momente. Während die große Mehrheit in der Maschine komplett normales Verhalten an den Tag legt, zeigt sich jene Minorität in gewissen Fällen von ihrer schlechteren Seite.

Diesen dunklen Fleck beleuchtet eine Untersuchung der IATA (International Air Transport Association). Laut dem weltweiten Verband der Fluggesellschaften ist im Vorjahr die Zahl der Zwischenfälle mit jenen Passagieren gestiegen, die Vorschriften ganz einfach missachten. Obwohl Handlungen von Unruly Passengers, wie solche Personen im Fachjargon heißen, nach der Corona-Maskenpflicht anfangs zurückgegangen sind, liefert die Endabrechnung ein ernüchterndes Resultat. 2022 lag die negative Verhaltensrate um 37 Prozent höher als 2021.

Damals registrierten die Carrier ein Ereignis im Lauf von 835 Flügen, 12 Monate später läuteten die Alarmglocken einmal während 568 Transporten. Die gute Nachricht: Besonders gefährliche Ausraster bleiben weiterhin eine Ausnahme. Tätliche Attacken durch völlig ausrastende Menschen passieren höchst selten, trotzdem besteht Anlass zum Nachdenken: Konkrete physische Übergriffe haben im Vergleich mit 2021 um 61 Prozent zugelegt. Im Durchschnitt kracht es damit einmal auf 17.200 Flügen.

Kein Sicherheitsgurt

Andere Turbulenzen reichen ohnehin und zählen laut IATA zu den Hauptärgernissen, so wie absichtliches Ignorieren von Instruktionen des Personals. Dann entfällt das Anschnallen mit dem Sicherheitsgurt oder der Sitz wird bei Start und Landung nicht in aufrechte Position gebracht. Für gröbere Turbulenzen sorgt gleichermaßen immer wieder falsch verstautes Handgepäck. Allfällige freundliche Ordnungsrufe lassen die betreffenden Querulanten kalt.

Was die Verantwortlichen hingegen ganz ordentlich heiß macht. „Diese Entwicklung ist besorgniserregend. Passagiere sowie Besatzung haben das Recht auf ein sicheres und problemloses Erlebnis an Bord. Es ist keinesfalls zu akzeptieren, dass eine hartnäckige Minderheit Anweisungen nicht be-

Swiss

folgt, die der Sicherheit aller dienen. Dafür gibt es auch keine Entschuldigungen“, mahnt Conrad Clifford, stellvertretender Direktor der IATA.
Was ebenso für trinkfeste Zeitgenossen gilt. Übermäßiger Genuss von Alkohol ist nämlich ein weiteres fragwürdiges Markenzeichen von Krawallmachern. Einschlägige Flüssigkeiten werden von Passagieren auch selbst an Bord gebracht – in der Tasche oder bereits im Kopf wirksam. Mögliche Folgen sind dann Pöbeleien, Geschrei, Unruhe an Bord, aufkeimende Hektik, irritierte Mitreisende. Was im Extremfall sogar dazu führen kann, dass Maschinen landen müssen und die Polizei einschreitet.

Alkohol vor dem Start

Clifford ersucht deshalb um externen Beistand, falls Passagiere schon vor dem Start mit Promille abheben wollen. Es geht um ein Quäntchen mehr Vernunft am Tresen: „Die Mehrheit der Rauschzustände stammt von Getränken, die vor dem Flug konsumiert werden. Daher ist Unterstützung der Bars und Restaurants auf den Flughäfen wichtig für den verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol.“
Ob solche Botschaften sonderlich viel Gehör bei gastronomischen Betrieben finden, die am Airport Umsatz machen müssen, dürfte eher fraglich sein. Andere Substanzen vernebeln manchen Konsumenten gleichfalls das gute Benehmen. Tatsächlich finden sich auch noch Personen, die in der Kabine und auf der Toilette Zigaretten rauchen oder E-Alternativen dampfen. Die Gefahr eines Brandes scheint jenen rücksichtslosen Anhängern des blauen Dunsts offenbar reichlich wenig Sorgen zu bereiten.
Über die Ursachen des Fehlverhaltens in luftiger Höhe sind Experten geteilter Meinung. Die Einschätzungen pendeln zwischen Gedankenlosigkeit, fehlenden Informationen, mangelndem Risikobewusstsein, Flugangst, überzogener Ferienstimmung oder purer Dummheit. „Manche dieser Gäste lenken gleich ein, andere sind bloß mit Mühe zu bremsen und dürften glauben, sie könnten sich mit dem Kauf des Tickets alles leisten. Für uns ist es



Lufthansa

Carrier wie Lufthansa stärken ihrem Personal den Rücken – tätliche Angriffe oder Verstöße gegen das Rauchverbot werden zur Anzeige gebracht

wichtig, ruhig zu bleiben. Obwohl das bei gewissen, besonders lästigen Personen auf die Dauer hart ist“, erzählt ein Flugbegleiter.

Vorbereitete Mitarbeiter

Profis an Bord treffen aber auch keineswegs unvorbereitet auf Pöbel-Passagiere. Vielmehr sind Airline-Mitarbeiter einsatzbereit, wenn Störenfriede loslegen. „Wir trainieren und sensibilisieren das Personal regelmäßig darauf, auffällige Passagiere bereits am Boden zu identifizieren. Unser Kabinenpersonal verfügt über eine umfassende Ausbildung. Die Schulung geht dahin, unterschiedliche Situationen im Einzelfall beurteilen zu können und zu deeskalieren. Sollte dieser Vorgang jedoch wirkungslos bleiben, werden weitere Maßnahmen initiiert“, erläutert Silvia Exer-Kuhn, Sprecherin der Fluglinie Swiss.
Die Airlines stärken also ihrer Belegschaft den Rücken. „Vorfälle wie ein tätlicher Angriff oder Verstöße gegen das Rauchverbot werden regelmäßig zur Anzeige gebracht. Zu bemängeln bleibt aber dennoch, dass weltweit das jeweils anzuwendende nationale Recht höchst unterschiedliche Sanktionen für ein und denselben Verstoß vorsieht“, kritisiert Michael Lamberty, Sprecher der Lufthansa.
Dieser Modus soll sich ändern. IATA appelliert nicht nur an staatliche Institutionen sowie die Luftfahrtindustrie, gemeinsame Lösungen gegen Unruhestifter zu finden. Der Verband fordert, dass mehr Länder das Montrealer Protokoll 2014 ratifizieren. Dieses Papier ermöglicht eine strafrechtliche Verfolgung von Passagieren, die Grenzen überschreiten. Bislang wurde das Dokument erst von rund 45 Ländern angenommen – Luft nach oben ist vorhanden.
Clifford: „Wer unterzeichnet, sendet eine klare Botschaft, dass ungebührliches Verhalten sanktioniert wird. Niemand möchte die Leute stoppen, wenn sie auf Urlaub gehen und eine gute Zeit haben. Doch es gibt diese Verantwortung, gegenüber der Crew und anderen Reisenden Respekt zu zeigen. Wir werden uns also nicht entschuldigen, gegen das Verhalten einer Minderheit entsprechend vorzugehen.“ ■

10 Jahre Relax! Tagesurlaub

10 Jahre und mehr als 400.000 relaxte Gäste: Seit einem Jahrzehnt gilt der Relax! Tagesurlaub – das Original in den Thermen der VAMED Vitality World – als Österreichs erste und einzige Thermen-Business-Class. Am 15. Juli wird gefeiert!



Die elegante Relax! Lounge, ein seperater Exklusivbereich nur für Relax! Tagesurlauber, bietet alles, was das Herz begehrt



Beim Relax! Tagesurlaub in den Resorts der VAMED Vitality World brauchen Gäste nur ihre Badebekleidung einzupacken, und sie erleben einen Kurzurlaub mit Langzeitwirkung. Alles, was einen Premium-Thermentag sonst 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.
Am 15. Juli knallen die Korken, wenn in den Thermen mit Luftballons, Torte und Sekt für alle Relax! Tagesurlauber gefeiert wird! Tagesthermengäste haben die Chance auf ein kostenloses Upgrade oder Gutscheine für den nächsten Relax! Tagesurlaub. Zusätzlich gibt es in der mobilen VitalityClub-App ein großes Gewinnspiel für Mitglieder des VAMED VitalityClubs.

Feiern Sie mit?

Wir feiern Jubiläum!

Feiern Sie mit uns.
Jetzt gleich
Wunschliege buchen:

www.vitality-world.com

VAMED Vitality World

ORF. WIE WIR.



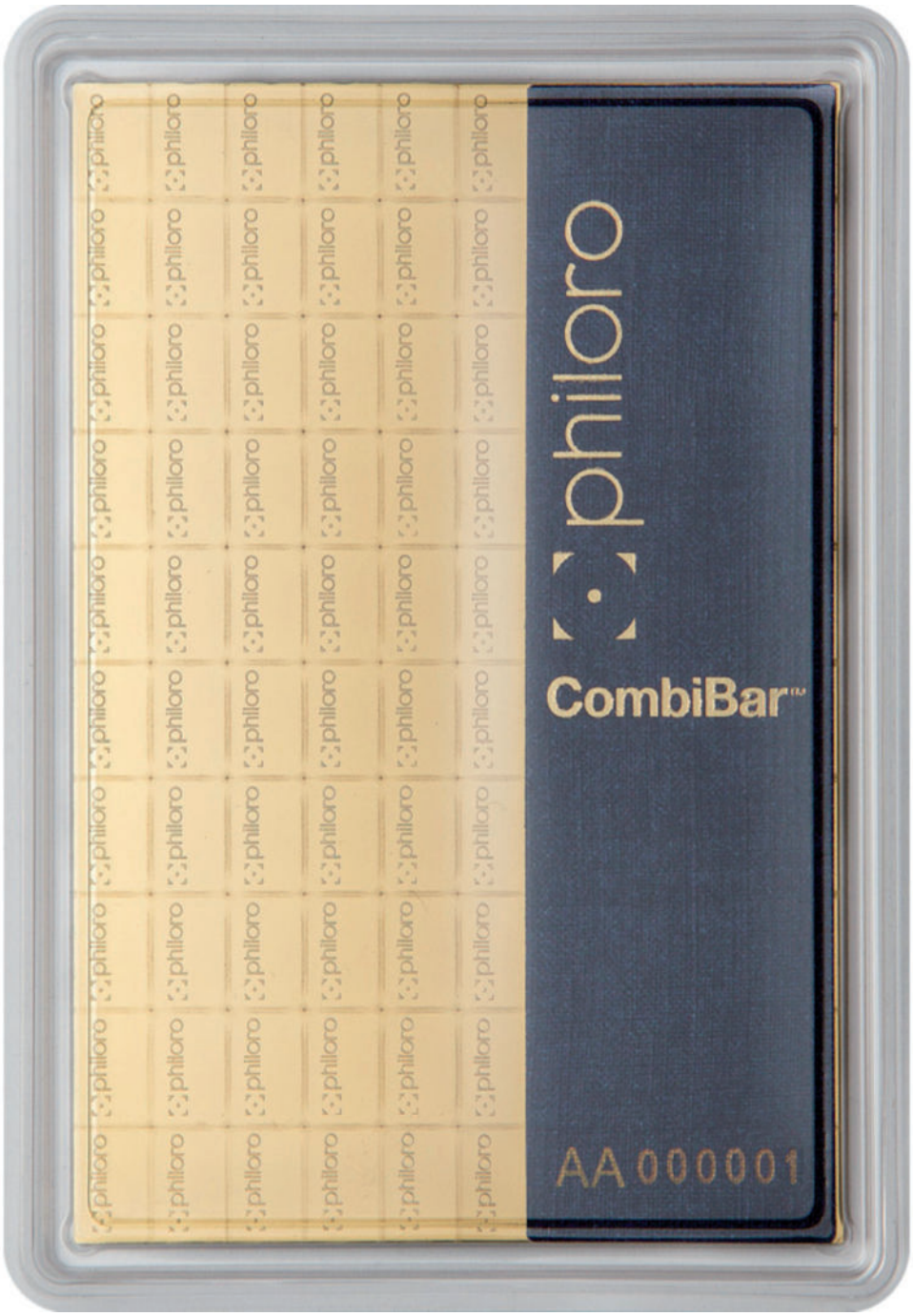
INFORMATION
WANN UND **WO**
SIE WOLLEN.

ORF
TVTHEK

TVthek.ORF.at

Gold für jede Lebenslage

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



Höchste Flexibilität mit dem philoro CombiBar

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

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

philoro

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

Schnelles Gold

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



Neu im Angebot finden sich die Unzenbarren in verschiedenen Größen



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

philoro



Die Kurse werden bei philoro alle drei Minuten aktualisiert



Ob gegossen oder geprägt: Barren in jeder Gewichtsklasse

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

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

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

Unzenbarren

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

Für jeden etwas

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

philoro

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

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

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



Den CombiBar gibt es auch in kleinerer Stückelung



Goldbarren zu 1 Gramm



Goldbarren zu 1 oz

Absolute Sicherheit

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

philoro

Lebensräume schaffen mit Pergodesign

Seit mehr als 20 Jahren ist Schraml-Pergodesign Spezialist für Sonnenschutzsysteme und überzeugt dabei seine Kundinnen und Kunden mit einer außerordentlichen Vielfalt an Produkten, die es erlauben, großflächige Bereiche stilvoll und praktisch zu überdachen.



Die Beschattungssysteme von Schraml-Pergodesign bieten im Sommer und Winter einen ultimativen Schutz

Es ist nun mehr als zwei Jahrzehnte her, dass Johann Schraml seinen einstigen Betrieb „Johann Schraml Sonnenschutz“ gegründet hat. Damals noch sesshaft in 3052 Neustift-Innermanzing, handelte der Österreicher mit Innenjalousien, Liftkarniesen und Rollläden. Doch schnell sollte der Betrieb das Produktportfolio um Markisen und Wintergartenbeschattung erweitern und so seinen Marktanteil ausbauen.
Immer auf der Suche nach neuen Innovationen und Erweiterungen für den Gartenbereich, wurde alsbald das Sortiment um qualitativ hochwertige und im Design vollkommen italienische Pergolen ergänzt, die bis heute unter anderem ein Aushängeschild des Sonnenschutzsystem-Unternehmens sind.

Es werde Pergodesign

Im Jahr 2011 erlebte das Unternehmen eine weitere Veränderung im Portfolio und ergänzte dieses um Terrassenbeschattungssysteme. Mit der Gründung von Schraml-Pergodesign wurde der heutige Standort mit Indoor- und Outdoor-Schauraum eröffnet, sodass Kundinnen und Kunden die Möglichkeit haben, sich vorab die hochwertigen Terrassenbeschattungen anzusehen und auszuprobieren. Drei Jahre später wurden aus zwei Firmen eine GmbH. Seitdem agiert das Unternehmen in der Hauptstraße 46 in Innermanzing.
Der Schraml-Pergodesign GmbH war und ist vor allem wichtig, dass Kundinnen und Kunden die verschiedensten Produkte auch in real betrachten können. Deswegen hat sich der Betrieb dazu entschlossen, 2018 den Outdoor-Schauraum zu vergrößern und diesen 24 Stunden an sieben Tagen die Woche für Interessierte zugänglich zu machen. 2019 wurde dieser dann feierlich eröffnet. Kundinnen und Kunden können seitdem auf über 1.000 m2 eine Vielzahl an verschiedenen Sonnenschutzsystemen und Wintergärten bestaunen, ganz unabhängig von der Uhrzeit.

Alles aus einer Hand

Seit 1995 strebt Schraml-Pergodesign nach Qualität in allem, was es tut. Das beinhaltet sowohl die Beratung der Kundinnen und Kunden als auch die Auswahl der Lieferanten. Und auch auf die Montage der Sonnenschutzsysteme legt das Unternehmen großen Wert. Der Spezialist für Sonnenschutzsysteme vielfältiger Anforderungen schafft es, durch eine außerordentliche Vielfalt der Produkte großflächige Außenbereiche stilvoll und gleichzeitig praktisch zu überdachen. So

Schraml-Pergodesign

verwandeln Schraml-Pergodesign jede Terrasse oder Gartenbereich ihrer Kundinnen und Kunden in ein exklusives mediterranes Ambiente, geschützt vor Sonnenstrahlen, Regen oder starkem Wind. Dabei bietet das Unternehmen seinen Abnehmerinnen und Abnehmern „alles aus einer Hand" – von der Planung bis zur Fertigstellung.
Zum vielfältigen Service des Betriebs zählt unter anderem die Kundenorientierung. Schraml-Pergodesign baut erfolgreiche Partnerschaften mit ihren Kundinnen und Kunden auf. Zudem zeichnen sie sich dadurch aus, dass sie stets nach Spitzenleistungen streben und nie den Willen verlieren, die Besten sein zu wollen in allem, was sie tun. Gemeinsam als Team nutzen sie ihre persönlichen Stärken, um ihre Tätigkeit besten Gewissens zu erledigen und ihre Arbeit qualitativ auszuführen. Zu ihrem Service gehören zudem der Stofftausch von Markisen, Reparaturen von Rollläden, Raffstores, Jalousien sowie Faltstores beziehungsweise Plissees, das Umrüsten vom händischen auf elektrischen Betrieb, der nachträgliche Einbau von Funksteuerungen sowie Fensterservice und Wartungsleistungen – quasi ein Rundumpaket.



Gut durchdachte Beschattungsmöglichkeiten können vor Ort betrachtet werden

Terrassenbeschattung

Die Produktvielfalt bei der Terrassenbeschattung ist groß. Unter anderem haben die Kunden die Möglichkeit, Pergolen für ihren Außenbereich auszuwählen. Eine Pergola ist eine funktionale Erweiterung der äußeren Gefilde. Sie bietet durch ein wasserdichtes Dach den idealen Wetterschutz, aber auch gleichzeitig einen verlässlichen Sonnenschutz. Darüber hinaus sind Pergolen aus dem Sortiment Schraml-Pergodesign (Corradi, Pratic) für sich alleine schon Objekte mit einem ansehnlichen Design. Pergolen gibt es für Terrassen – auch freistehend – in verschiedenen Dachvarianten und in verschiedenen Materialien wie Holz oder Aluminium. Zudem bietet Schraml-Pergodesign seinen Kundinnen und Kunden zu den Pergolen passende Funksteuerungen und Beleuchtungen an.
Wer keine Pergolen möchte, kann auch auf ein Glasdach zurückgreifen. Diese eignen sich perfekt zur Überdachung der Terrasse fürs ganze Jahr und bieten die Möglichkeit eines herrlichen Ausblicks, ganz gleich, ob es schneit, stürmt oder die Sonne strahlt. Bei den Glasdächern versprechen statisch geprüfte Systeme lange Stabilität und Freude am Produkt. Dank des Verbundsicherheitsglases ist das Glasdach für alle Wetterlagen geeignet. Zusätzlich besteht die Möglichkeit, es optimal mit Solarpaneelen zu kombinieren. Um der Hitze entgegenzuwirken, werden die Glasdächer gleich vorab oder im Nachhinein mit schienengeführten Ober- oder Unterglasmarkisen ausgestattet. Für das absolute Finish können LED-Beleuchtungssysteme, Ganzglasschiebeelemente, vertikale Senkrechtmarkisen mit ZIP-System (Reißverschlusssystem) oder Heizstrahler verbaut werden.
Wer nicht auf Glas zurückgreifen will, kann Lamellendächer auswählen. Ein modernes Design, gepaart mit hoher Qualität – Lamellendächer aus Aluminium sorgen für das gewisse Flair. Mit Lamellen, welche bis zu 140 Grad drehbar sind, können der Sonneneinfall und die Luftzufuhr selbst reguliert werden. Dabei dienen sie nicht nur als Schattenerzeuger, sondern auch als zuverlässiger Regenschutz. Ähnlich wie bei den Glasdächern können auch hier dimmbare LED-Streifen oder LED-Spots sowie vertikale Schließungen und weitere Optionen angebracht werden, um so die perfekte Wohlfühloase zu gestalten.
Zum Produktrepertoire von Schraml-Pergodesign gehören auch Markisen. Diese sind die ideale Lösung, wenn es darum geht, preiswert Terrassen und Balkone zu beschatten. Markisen schützen nicht nur vor schädlichen UV-Strahlen. Sie verringern auch die Hitze und sorgen für eine schattige Atmosphäre im Freien. Im Schauraum des Unternehmens sind die gängigsten Modelle ausgestellt und können jederzeit besichtigt werden. Dort zu finden sind auch einige Sonnensegel. Diese bieten über die komplette Terrasse Beschattung und Regenschutz. Die Sonnensegel sind (elektronisch) aufrollbar oder starr und in einer Vielzahl von Formen erhältlich – vom Dreieck bis zu individuellen Formen, die Produktvielfalt bei Schraml-Pergodesign ist groß. Das bis ins Detail durchdachte und im Design einzigartige Sonnensegel, gepaart mit hochwertigsten Materialien, spendet langfristig und wartungsfrei Schutz vor allen Witterungsbedingungen. Auf der Homepage des Unternehmens finden Interessierte auch Markisen, Glasdächer, Sonnensegel und Pergolen im Abverkauf.

Wohlfühloase Wintergarten

Auch eine Fülle an Produkten rund um den Wintergarten finden Interessierte bei Schraml-Pergodesign. Besonders

Schraml-Pergodesign



Statisch geprüfte Systeme versprechen bei Glasdächern lange Freude und Stabilität am Produkt

begehrt dabei ist der PENTA. Trotz großer Glasflächen zeichnet sich das PENTA-Wintergartensystem durch seinen hohen Dämmwerte aus. Dabei gilt PENTA als komplette Wohnraumerweiterung, die – individuell gestaltbar in allen Farben, Glaselementen und Ausstattung – das ganze Jahr vor Regen und Schnee schützt und wohlige Wärme spendet. Durch hochwertiges Aluminium außen und entweder Aluminium oder Kunststoffverkleidungen innen ist PENTA damit langlebig, robust und vor allem pflegeleicht. Wer sich nicht für PENTA entscheiden möchte, kann auch die Wintergartenbeschattung wählen. Egal ob es zu hell oder zu heiß wird, durch die Wintergartenbeschattung können Kundinnen und Kunden draußen sein und vollsten Schutz genießen.

Starker Schutz von außen

Die wohl gängigste Beschattungslösung sind Rollläden. Durch die komplette Aluminiumausführung und die ausgeschäumten Lamellen können Käuferinnen und Käufer ihr Zuhause vor Hitze und Kälte bewahren. Mit zusätzlich integrierten Insektenschutzrollos bei Fenstern und Dreh-, Schiebetüren oder Plisseelösungen bei größeren Elementen sind Rollläden die ideale Absicherung für eine insektenfreie Zone. Zudem zeichnen sie sich als einbruchshemmend aus und sind entweder als klassische Variante mit Schnur- oder Gurtbedienung oder vollmotorisiert erhältlich. Wer direkt auf einen Insektenschutz zurückgreifen will, kann bei Schraml Pergodesign maßgeschneiderte Insektenschutzgitter für Fenster, Balkon- oder Terrassentüren erwerben. Ein wenig unbekannter, aber dafür umso praktischer sind Raffstores. Diese lassen sich in nahezu jedem beliebigen Winkel einstellen – ganz bequem von innen. Mittels der vorhandenen Lamellen kann so Tageslicht in den Raum gelassen werden, während unerwünschte Blicke ausgesperrt bleiben. Der außenliegende Sonnenschutz reguliert den Lichteinfall, wodurch erhitzende Sonnenstrahlen erst gar nicht durch das Fenster gelangen können. Ebenso können Zip-Rollos und Senkrechtmarkisen bei Schraml-Pergodesign ausgewählt werden. Durch das seitliche ZIP-System können ZIP-Rollos entstehen, die selbst bei hoher Windgeschwindigkeit keine Probleme mit der Beschattung haben. ZIP-Rollos verdunkeln und schützen vor Hitze und Blicken. Gleichzeitig fungieren sie auch als Alternative zu einem separaten Insektenschutz.
Etwas bunter daher kommt die Fassadenbeschattung. Die Fassadenrollos sind in 270 modischen Gewebefarbtönen erhältlich. Jeder einzelne erzeugt dabei eine einzigartige Lichtstimmung im Innenraum. Beliebt sind auch die Markisoletten – eine Kombination aus Markise und Außenrollo für das Fenster.

Innen wie außen

Schraml-Pergodesign bietet nicht nur Beschattung für äußere Bereiche an. Auch der Innenraum kann mithilfe des Unternehmens zur wahren Wohlfühloase werden. Faltstores beziehungsweise Plissees bieten nicht nur einen verlässlichen Sonnenschutz für innen, sondern sind auch Dekor für den Wohnraum. Dabei bieten Faltstores einen guten Sichtschutz. Interessierte können aus über 230 Stoffen auswählen. Ein weiterer Vorteil dieser Beschattungseinrichtung ist ihre Flexibilität. Kleine bis große Glasflächen, Kippfenster, komplette Wintergärten und viele weitere Fensterformen können durch die Plissees bestens ausgestattet werden.
Wer seinen Räumen optisch mehr Größe verleihen möchte, sollte zu Vertikaljalousien greifen. Die so genannten Lamellenvorhänge fungieren als Gestaltungsmittel und bieten idealen Sicht- und Sonnenschutz. Ähnlich wie bei Faltstores können auch hier Kundinnen und Kunden zwischen verschiedenen Farben und Mustern diverser Hersteller wählen.
Eine weniger unbekannte Lösung, um sich vor Sonnenstrahlen zu schützen, sind Rollos. Mit Rollos aus Stoff erzielt man eine ganz ähnliche Lichtwirkung wie mit einem Vorhang. Dank der großen Stoffauswahl findet sich für jede Raumsituation das richtige Rollo bei Schraml-Pergodesign. Alle Versionen sind im Schauraum des Unternehmens ausgestellt.
Wer auf zeitlose Eleganz setzen möchte, kann auch auf Flächenvorhänge zurückgreifen. Diese sind vielseitig einsetzbar und stellen einen preiswerten Sonnenschutz dar. Ob an Fenstern, Fensterfronten oder Türen – der klassische Vorhang verblüfft mit einem zeitlosen Design.
Eine weitere Alternative, um den

Schraml-Pergodesign

Innenraum abzudunkeln, sind Innenjalousien – ein Klassiker für den Innenraum. Die Lamellen lassen sich stufenlos schließen oder öffnen. Dadurch wird die Lichtmenge im Innenraum perfekt reguliert. Die Jalousien bieten nicht nur idealen Sichtschutz, sondern tragen zusätzlich zur (Hitze-)Dämmung bei.

Traumhafte Böden

Das Innermanzinger Unternehmen bietet neben Sonnenschutzsystemen auch WPC-Böden an. Die WPC-Volldielen werden für den Terrassenbelag genutzt und bestehen aus einem speziellen Holz-Kunststofffaser-Gemisch. In verschiedenen Farben, fein gerillt, glatt strukturiert und mit Holzmaseroptik veredelt machen sie jede Fläche zu einem Hingucker. Eine spezielle Kunststoffummantelung der Dielen macht diese kratzfest, pflegeleicht und unempfindlich gegen Flecken. Zudem ist die Oberfläche rutschfest sowie splitter-, spalt- und wartungsfrei.

Praktisches Zubehör

Wer seiner Beschattungsvorrichtung den letzten Schliff geben möchte, kann bei Schraml-Pergodesign auf diverses Zubehör zurückgreifen. Unter anderem kann LED-Beleuchtung angebracht werden. Die Lichtsysteme sind die perfekte Ergänzung für die Markisen oder Pergola. Sie lassen sich individuell zusammenstellen und sind der letzte Stand der LED-Technik.
Für einen einfacheren Umgang mit den Sonnenschutzsystemen sorgen die drahtlosen Bedienungen. Kundinnen und Kunden können ihren Sonnenschutz optimieren, indem sie sich für eine drahtlose Steuerung entscheiden. Sensoren steuern den Sonnenschutz, der vor Sonne schützt und bei Wind wieder eingefahren wird. Angefangen von der einfachen Fernbedienung über Mehrkanalsteuerung bis zur Hauszentrale für Wohnhäuser, die mittels Smartphone-App gesteuert werden kann – Schraml-Pergodesign bietet für alle Anforderungen die passende Lösung. Dabei setzt das Unternehmen sowohl bei verdrahteten als auch bei per Funk gesteuerten Lösungen auf namhafte Hersteller.
Des Weiteren bietet der Sonnenschutzspezialist Elektro-und Gasheizstrahler im stilvollen Design an. Durch Heizstrahler können Außenterrassen noch länger genutzt werden. Elektro-, Gas- oder tragbare Heizgeräte erlauben es, die Heizstrahler perfekt in den Außenbereich zu integrieren. Neben ihrer ausgeklügelten Technik überzeugen die Wärmespender mit hoher Sicherheit bei der Benutzung.



Der Spezialist für Sonnenschutzsysteme schafft es, durch eine außerordentliche Vielfalt der Produkte Außenbereiche stilvoll und praktisch zu überdachen

Hingucker im Garten

Der perfekte Sonnenschutz kann durch maßgeschneiderte und auf die Bedürfnisse von Kundinnen und Kunden abgestimmte Pflanzgefäße abgerundet werden. Mit hoher Langlebigkeit und weiteren Adaptierungsmöglichkeiten wie LED-Beleuchtung oder einem Sichtschutz, dienen die Gefäße als wunderschöne und stilvolle Ergänzung in jedem Garten. Die selbst bewässernden Pflanzentröge können individuell auf das gewünschte Maß angefertigt werden, wodurch sie auch balkontauglich sind. Zudem haben die exklusiven Pflanzentröge einen weiteren funktionalen Aspekt: Mit einer bestimmten Befüllung und Anbindung an die Steher bieten diese genug Stabilität, sollte einmal keine Bodenverankerung möglich sein.
Zusätzlich wird das Produktportfolio von Schraml-Pergodesign durch Griller ergänzt, welche im italienischen Stil gehalten sind. Mit Grillern von Modularte Outdoor Lap können Interessierte beweisen, dass Grillen auch stilvoll geht. Dabei heißt das Motto „Back to the nature“. Mit Holz als Brennstoff können die Griller sowohl für die Speisenzubereitung als auch als Wärmequelle genutzt werden. Passend zum Grillabend sind auch die Design-Gartenmöbel und Sonnenschirme, die das österreichische Unternehmen anbietet. Von exklusiven Essgruppen bis hin zu stilvollen, bequemen Couchlandschaften und Sonnenliegen hat Schraml-Pergodesign alles im Repertoire. Ihre Produktpalette bietet auch Sonnenschirme – sowohl für den Privatgebrauch als auch für die Gastronomie. Diese sind nicht wie gewohnt einfach nur quadratisch, rechteckig oder rund, sondern auch in Sonderformen erhältlich, welche individuell an die Gegebenheiten angepasst werden. Durch die robusten Gestänge, die Möglichkeiten der LED-Beleuchtung, Heizung und Motorisierung der Schirme ist für jeden Interessierten etwas dabei. ■

Schraml-Pergodesign

Baba, Kaisermühlen! Servus, Adria!

Die „Strada del Sole“. Synonym für Urlaub am Hausmasta-Strand, am Lido an der oberen Adria. Damals ein leistbarer und langersehnter Urlaub, heute pure Nostalgie. Oder etwas, das es wert ist, noch einmal erlebt zu werden?

TEXT: Rosa Vogel



Erinnerungen an bunte Schirme und „Cocco Bello“

Tennissocken, Sandalen, das vergilbte, weil stets etwas verschwitzte Feinripp-Unterhemd und dazu eine Goldkette. Im Idealfall mit Kreuzanhänger. Der Österreicher ist katholisch. Der Österreicher, den man sich so vorstellt, der macht Urlaub in Italien. Kind und Kegel werden spätnachts auf den Rücksitz des VW Golf verfrachtet, und ab geht es Richtung Süden. Man will ja nicht in den Stau geraten. Somit fährt die Familie zur unchristlichsten Uhrzeit der Sonne entgegen. Um endlich wieder was zu erleben. Weg vom Gänsehäufel. Hin zum sardinenbüchsenartig besiedelten Sandstrand an der Adriaküste. Es rufen uns Jesolo, Lignano, Bibione oder Grado. Es ist ja ganz in der Nähe. Und fliegen muss nicht sein, wenn der Autogrill einen stets zu einer kleinen Pause verführt, um sich den Weg zum Sommerurlaub mit einem Tankstelleneis zu versüßen.

Urlaub wie in Kindheitstagen

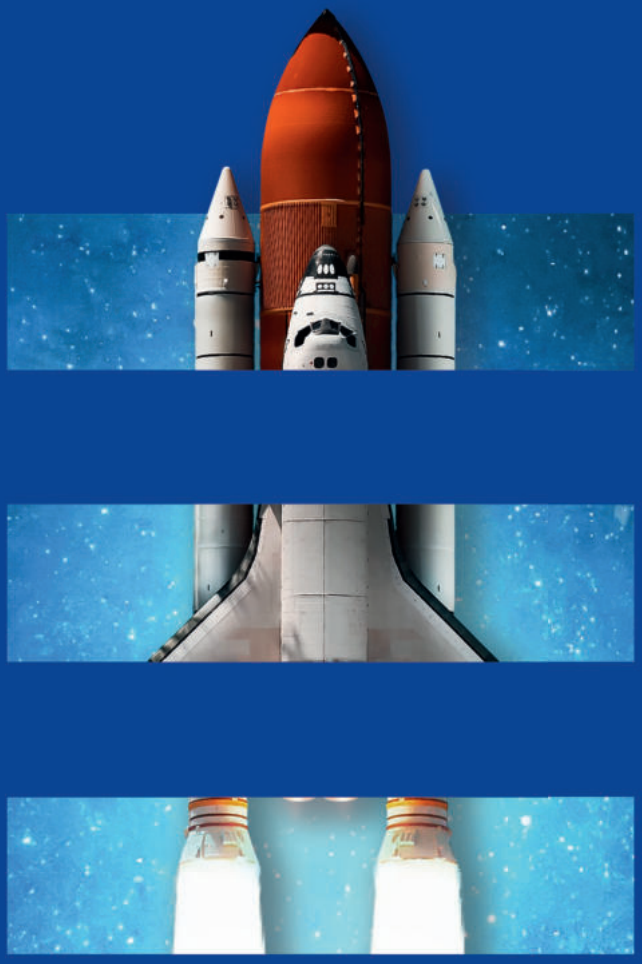
Das ist Urlaub, den auch wir gemacht haben. Nur, dass meine Eltern nicht aus Wien, sondern aus der Steiermark kommen und mein Vater kein Feinripp getragen hat. Goldkette schon. Das ist obligatorisch. Damals wartete nach sieben Stunden Autofahrt der Campingplatz, mit einer Karte, wo der Stellplatz markiert ist. Dort gingen nach der spaßigen Fahrt, samt Stau und ganz ohne Klimaanlage, die Freuden des Urlaubs erst richtig los. Denn wer sucht, der findet, oder findet eben lange nicht, das Platzerl „Dolce Vita“, das für einen unter schattigen Pinienbäumen reserviert ist.
Danach beginnt der „Mann des Hauses“ damit, das orange-braune Retro-Zelt aufzuschlagen. Leider wird nur Jahr für Jahr vergessen, wie das noch gleich alles zusammen und ineinander passt. Heringe werden eingeschlagen. Der Vater flucht. Die Mutter schimpft. Denn die Ameisen haben jetzt bereits das gerade erst ausgepackte Lebensmittelpaket begutachtet, wo der Zucker – für den Morgenkaffee, den man sich am Bunsenbrenner in der Kanne zubereiten wollte – zu verführerisch gerochen hat. Erst nach viel „Löwingerbühne“ folgt dann das,

Adobe Stock

ENTERPRISE.ORF.AT

BUCHEN SIE ERFOLG.
ORF ENTERPRISE

BUCHEN SIE REICHWEITE.



Große Reichweite
macht Ihre Kampagne erfolgreich.

BUCHEN SIE ERFOLG

TV · RADIO · DIGITAL



80er-Kulisse: Die Adria war bekannt für Bettenburgen statt Noblesse

worauf man gewartet hat: die erste Inspektion des „Hausmasta-Strandes". Willkommen!
Der Urlaub in Bibione. Damals eine leistbare Auszeit für eine vierköpfige Familie. Etwas, das man als Kind, das zum Jugendlichen herangewachsen ist, irgendwann verflucht hat. Und was man heute als Erwachsener mit Nostalgie betrachtet und sich denkt: Da will ich wieder hin. Aber wie viel Romantik – von „Cocco Bello", den Rufen der Strandverkäufer und Salzwasser auf der Haut – bleibt übrig, wenn man den Urlaub, den man in den 90er-Jahren gemacht hat, mehr als 20 Jahre später wiederholen möchte? Ohne Lira, mit Euros. Schafft man es heute überhaupt noch, im Sommerurlaub mit einer Reise an die obere Adria für seine Kinder ebenso schöne Erinnerungen zu erschaffen?
Eine Woche Strandurlaub im Juli, das war ein Fixpunkt im Familien-Jahreskalender. Samt Pizzaschnitte und den Wespen, die das Fanta kosten wollten, das man ausnahmsweise einmal bekommen hat, weil man ja im Urlaub ist. Ach, und die Boccia spielenden Senioren am überfüllten Strand. Und das endlos flache Meer, wo man mit seinem Schauferl und seinem Küberl bewaffnet wie in einer riesigen Sandkiste die tollsten Burgen bauen konnte und den Papa in den Sand eingegraben hat. Herrlich! Und dann waren da noch die unzähligen Restaurants mit eindeutig zu vielen Österreichern und Deutschen darin. Dort hat man Spaghetti mit Meeresfrüchten von der Mama gekostet und so sein erstes Tintenfischringerl verschlungen. Wagt man dieses Abenteuer wieder, findet man dort angekommen – zwischen den Papagalli und den „belle ragazze" – dieses Gefühl von Vertrautheit. Als wäre man nach langer Zeit wieder in sein Grätzel zurückgekehrt. In „seine Hood".

Die letzte Bastion

Irgendwann ist uns beiläufig eine Meldung der Zeitung „Der Standard" untergekommen: „Jesolo und Lignano wollen jetzt exklusiver werden". Mit sorgenvollem Blick liest man diesen Satz immer wieder. „Exklusiver", das klingt nicht gut. Das klingt nach Teuerung. Das klingt nach Veränderung. Veränderung ist also was für reiche Leute. Nein, wir wollen nicht, dass sich etwas ändert. Wir wollen die fettigen Pommes, die bunten Sonnenschirme, die marktschreierischen Strandverkäufer und die leicht „abgerockten", kitschig mit Seidenblumen dekorierten Hotelzimmer.
Exklusive Erlebnisse im Hinterland und feine Herbergen, Beach Clubs und Design Distrikts – die sollen im Kommen sein. Doch die Adria, die soll für viele doch das bleiben, was sie ist: die letzte Bastion der Neunziger-Jahre-Kinder. Die Badeorte Jesolo und Lignano setzen auf Massentourismus. Das lässt sich natürlich nicht leugnen und das ist für die Einheimischen vermutlich ziemlich nervig, aber brachte eben auch Geld ins Land. Blütenweiße, filigrane Hotelfassaden, die hat man dort stets vergebens gesucht. Worte wie cool, lässig oder stylisch. Nein, diese Attribute sind einem nicht eingefallen, wenn man an den Italien-Urlaub gedacht hat. Auch nicht an einen Spa-Bereich mit hawaiianisch inspirierten Behandlungen oder gar ein Fitnessstudio oder servicierte Appartements. Italien, das war eine plumpe Bettenburg in beige.
Wenn jetzt am Lido Sprudel statt Dosenbier fließt, dann wird es wohl nichts mit dem Traum eines Retro-Urlaubes. Loungemusik löst Eros Ramazzotti ab. Das kann man vermutlich verschmerzen. Auch für die Shop-Betreiber kann man verstehen, dass sie irgendwann die Schnauze voll haben vom heiteren Fußgängerzonen-Treiben und sich auf Luxus-Bootsfahrten verlegen. Es ist wohl angenehmer, sich eine raue Meeresbrise um die Nase wehen zu lassen, anstatt die von Zuckerwattebuden. Der kilometerlangen Betonpromenade entfliehen, auch das stößt auf Verständnis. Doch wir wissen, wenn es um Urlaub geht, dann ist man egoistisch. Wo kauft man seinen Kindern also zukünftig das Kaugummi-Eis und wo verschmilzt die Sonnencreme mit Sand auf der Haut zukünftig zu einer klebrigen Pampe?

Adria geht immer

Auf der Suche nach nahen Urlaubsländern will der Österreicher mit Familie auf altbekannte Badeziele setzen. Bulgarien soll es nicht sein. Der Evergreen Italien – der steht ganz oben auf der Urlaubswunschliste. „La dolce farniente" ist populärer denn je. Eine Umfrage im Freundes- und Bekanntenkreis beweist es: Alle wollen sie am liebsten nach Italien. Vielleicht liegt es an der derzeitigen Stimmung im Land und

Qubes Pictures/Pixabay

MVC MOTORS

JETZT NEU: MVC MOTORS APP

IHRE VORTEILE:

- alle Rechnungen einsehbar
- Probefahrten direkt buchbar
- Werkstatttermine buchbar
- Information über Service oder §57a Überprüfungen
- Information über alle aktuellen Angebote



HIER GEHT'S ZUR APP

MVC MOTORS

Laden im App Store

JETZT BEI Google Play

Jetzt kostenlos herunterladen und immer top informiert sein!



Urlaub wie in der Sardinenbüchse: Was ist an einer Reise nach Jesolo oder Lignano noch reizvoll?

den ganzen Geschichten von Krieg und Krise, dass Jungfamilien auf etwas bauen wollen, das jahrelang eine Konstante in ihrem Leben gewesen ist: Die gemeinsamen Ferien am „Stiefel".
Italien ist nach wie vor das beliebteste Auslandsreiseziel der Österreicher. Die Reisedestination punktet bei den heimischen Urlaubern mit ihrer langen touristischen Erfahrung und einem nach wie vor unnachahmlichen Flair. Egal wie „shabby chic" das auch sein mag. An die nördliche Adria, sprich Grado, Lignano Sabbiadoro, Caorle, Jesolo… Ja, dorthin soll die Reise gehen. „Unvergessliche Momente am goldgelben Sandstrand mit zahlreichen sportlichen Aktivitäten. Verbringen Sie unbeschwerte und sichere Urlaubstage und fühlen Sie sich auf Anhieb wohl. Für die ganze Familie." So wird um die Reisenden geworben.
Vertrautes erstrahlt aber mittlerweile im neuen Glanz. Das lässt sich nicht mehr wegdiskutieren. Die italienischen Lieblingsorte haben sich herausgeputzt, die Investitionen in den vergangenen Jahren sind deutlich sichtbar: Promenaden sind saniert, billige Imbissbuden sind modernisiert worden und es gibt schicke Osterien und stylische Boutiquen statt Billigfetzen-Geschäfte. Auch das Unterhaltungsprogramm ist facettenreicher geworden. Es gibt nicht nur mehr eine Disco und ein paar Spielhöllen, in denen man sich am Airhockey oder Flipper auspowern kann. Mit Open-Air-Konzerten und hippen Bars will man bei den Gästen punkten. Auch in der Hotellerie ist das Angebot – wie bereits erwähnt – breiter und exklusiver geworden: Von den klassischen Apartmentwohnungen über Boutiquehotels mit Zusatzservices, wie Kinderbetreuung und All-inclusive, gibt es alles. Gereist wird am häufigsten im Hochsommer. Aber auch für ein verlängertes Wochenende ist die Adria eine Reise wert. Der September gewinnt zunehmend an Beliebtheit, da ist das Strandleben ein wenig ruhiger.

Für jeden was dabei

Wer es ein wenig Instagram-tauglicher als früher haben will, dem wird mittlerweile auch einiges geboten. Das schlägt sich dann aber natürlich in den Reisekosten zu Buche. Teurer geht es immer, das haben auch die an der Adria begriffen. Und vielleicht sind viele der Kinder von damals mittlerweile Banker, Anwälte oder Ärzte.

Trotzdem findet man, wenn man es will, ein gutes, altes, günstiges Apartment, wo man sich sein Abendessen selber kochen kann. Die Ansprüche dürfen eben nicht von eventuellen „Likes" beeinflusst werden. Und somit bekommt man all die Adria-Klischees, wenn man sie denn haben möchte. Alle kleinen Ecken und Kanten, die man kennt und ins Herz geschlossen hat. Der Strand ist noch genauso flach wie damals. „Bagno", also Strandbad, reiht sich nach wie vor an Bagno, endlose Liegestuhlreihen mit bunten Schirmen in Reih und Glied, Kinderspielplätze mit Figuren aus buntem Plastik, Gelato-Verkäufer und die klapprigen Fahrräder mit Dach für die Strandpromenade für 4-6 Personen, auch die gibt es noch. Das ist Adria-Nostalgie. Das ist Retro-Urlaub.
Wem das zu langweilig ist, der kann einen Ausflug nach Rimini oder Ravenna machen und die schöne Altstadt erkunden. Oder man macht einen Abstecher nach Cesenatico – ein kleines Fischerdorf mit einem schönen alten Ortskern und alten Fischer- und Segelbooten. Aber am Ende will der Old-School-Adriatourist meist das, was er einst einmal hatte. Und das bekommt er auch. Gut, dass die Italiener nicht dafür bekannt sind, den Fortschritt bis ins kleinste Detail voranzutreiben. Dafür ist die italienische Sonne zu heiß, und das Temperament verlangt vielleicht zu viel nach Amore ....

Viva Italia

Was wohl immer gleichbleiben wird, ist die Autofahrt Richtung Süden im Morgengrauen, die endlosen Strandtage mit mindestens einem Gelato pro Tag und der typische Einkaufsbummel am Abend. Somit fällt das Abschiednehmen auch in den 2020ern noch genauso schwer wie damals. Diesmal ist man nicht wehmütig, weil man weiß, dass am Ende des Urlaubs wieder die Schule beginnt. Nein, irgendwas rührt sich im Innersten. Und so pathetisch es klingt: Am Ende des Urlaubs weiß man nicht, ob es ein wenig Meerwasser ist, das man auf seiner Oberlippe schmeckt, oder ob tatsächlich ein salziges Tränchen die Wangen runterrinnt. Forza Italia! ■

Reinhard Thrainer/Pixabay

Gut ausgerüstet

Outdoor, Military, Alternative, Biker oder Streetwear: Im Army-Shop Abbey Road ist garantiert für jeden was dabei. Coole Looks und 1A-Qualität inklusive.

Eigentlich hat alles mit der Liebe zu Geländewagen begonnen. Aus dem Hobby für amerikanische Autos der 40er-Jahre wurde bei Familie Jandl die Idee geboren, neben einer Glaserei ein zweites Standbein aufzuziehen. So eröffnete 1977 der erste Army-Shop in Salzburg. Über 45 Jahre und diverse Geschäftslokale später konzentriert die Geschäftsführerin Annemarie Jandl nun ihre ganze Energie auf den Standort in Wien. Eine bewusste Entscheidung.

Was getrennt war, ist wieder vereint. Vor über zehn Jahren eröffnete Annemarie Jandl mit ihrer Tochter Christina neben dem Army-Shop, der sich damals im Generali Center auf der Mariahilfer Straße befand, einen weiteren mit dem Namen Abbey Road. Nun sind Army-Shop und Abbey Road wieder vereint. Mit viel Liebe wurde aus einem ehemaligen Wirtshaus in der Zieglergasse 1 das heutige Geschäftslokal. „Ein ganz schöner Kraftakt", erinnert sich Jandl an die Zeit der Eröffnung. Für den Umbau waren ein Architekt und der Schwiegersohn von Jandl verantwortlich, die Innenarchitektur ist ganz ihren eigenen Ideen entsprungen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen: Die Räumlichkeiten sind luftig, das Design modern und stilvoll dekoriert, etwa mit Vintage-Originalschildern, die Annemarie, einem gewissen Gefühl folgend, damals nicht entsorgt hat.

Breites Sortiment

Neben Camouflagemustern, Military-Boots und Outdoor-Bekleidung findet sich eine Auswahl an Alltags-Kleidungsstücken und Accessoires verschiedenster Marken im Brit-Style. Was alle Produkte gemeinsam haben? Sie sind strapazierfähig, funktional, haben Style und sind für die hohe Qualität äußerst preiswert. Fans von Abbey Road-Marken wie Dr. Martens, Fred Perry und Ben Sherman sind oft sogenannte „Mods", Anhänger einer im England der 50er-Jahre entstandenen Subkultur: Coole, vespafahrende Jungs und Mädels, die auf grüne Parkas und Vintage-Mode stehen. Die Army-Shop-Artikel sind beliebt bei Harley- und Jeepfahrern, Menschen aus dem Security-Bereich, Outdoor-Freaks und Leuten, die einfach gern cool gekleidet sind, funktional, für alle Witterungen und dabei immer noch stylish!



Der Army-Shop bietet eine große Auswahl an Kleidung und Accessoires

Army-Shop Abbey Road



Zieglergasse 1
1070 Wien
Tel.: +43 (0)1 5964995
office@army-shop-austria.at
www.army-shop-austria.at

MG MedienGruppe



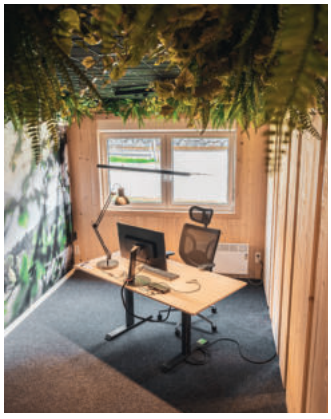




#wirsindKitzbühel

Kitzbühel soll zum Sehnsuchtsort für alle werden

Wie Destinationsentwicklung zukunftsgerichtet gestaltet werden kann, zeigt das co-kreative Pilotprojekt #wirsindKitzbühel



KITZ Office im START.N

2020 stand der Tourismus für kurze Zeit still. Eine herausfordernde Zeit, in der sich Kitzbühel Tourismus die Frage stellte, wie Strategieentwicklung im Einklang diverser Interessen gelingen kann. Darauf aufbauend, wurde ein Markenbildungsprozess ins Leben gerufen – mit der Grundidee: Alle können sich aktiv an der Entwicklung des Freizeit-Lebensraumes beteiligen. Mittels einer angelegten Befragung, zahlreichen Interviews, Workshops und Diskussionen wurde ein Zukunftsbild geschaffen, das nun die Grundlage für strategische Entscheidungen des Aufsichtsrates von Kitzbühel Tourismus bildet.

Auch wenn sich einige gesellschaftliche Veränderungen bereits vor der Pandemie abzeichneten, so wurden sie durch diese doch teilweise verstärkt oder beschleunigt. Kitzbühel Tourismus rief daher zur gemeinsamen Destinationsentwicklung auf. Rund 70 engagierte KitzbühelerInnen überlegten, wie sich eine Premium-Marke in einer VUCA-Welt transformiert, ohne Werte und Historie zu verlieren. Das Ziel war, eine proaktive strategische Weiterentwicklung der Marke zu forcieren, welche neue und alte Sehnsüchte der Gäste und BesucherInnen in einem konsistenten Rahmen abbildet.

„Gemeinsam ein Verständnis für Markenwerte sowie Identität zu kreieren und gleichzeitig den Nexus zu neuen Bedürfnissen und Trends zu schaffen, war eines der großen Ziele des Markenbildungsprozesses."

DR. VIKTORIA VEIDER-WALSER
GESCHÄFTSFÜHRUNG KITZBÜHEL TOURISMUS

TRADITION UND INNOVATION

Nach einer umfassenden Evaluation des Status Quo mit über 1.200 Befragten wurde nach intensiven und teils spannungsgeladenen Diskussionen ein großer Meilenstein geboren: ein gemeinsames Verständnis für die künftige Entwicklung des touristischen Kitzbühels. Dabei entstanden ist ein Zukunftsbild mit fünf Erfolgsmustern und einem gemeinsamen Leistungskern.

© ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG













FOTOS © KITZBÜHEL TOURISMUS

TeilnehmerInnen Markenbildungsprozess



Während bei bereits erfolgreichen Produkten weiter an Qualität und Spitzenleistungen gearbeitet werden soll – Stichwort „Outdoor Active" und „Culinary Delights", wurden im Zukunftsbild auch Trendthemen berücksichtigt, wie das noch in den Kinderschuhen befindliche Thema „Workation". Alles, was aus diesem neuen Zukunftsbild von Kitzbühel Tourismus entsteht, dient einem Zweck: Kitzbühel als Lebensraum noch attraktiver zu machen (My preferred Place for Being) – für Gäste ebenso wie für Einheimische, Zweitheimische und MitarbeiterInnen.

SICHTBARE ERFOLGE

Um auch Taten folgen zu lassen, wurde in spezifischen Arbeitsgruppen an konkreten Leuchtturmprojekten und Produkten gearbeitet, die auf alle Erfolgsmuster einzahlen. Besonders erfolgreich gestaltete sich das Forcieren von Quick Wins und konkreten Projekten, wie beispielsweise die wöchentlich stattfindende Sommerveranstaltung „PURA VIDA", „KITZ Kulinarik x Piemont" im Oktober, die Nachwuchsinitiative „Kitzbühel Klassik" gemeinsam mit Elīna Garanča und der Wiener Staatsoper sowie eine regionsübergreifende Produktentwicklungsinitiative im Bike- und Running-Segment.

OWNERSHIP UND START-UP-FLAIR

Um dem Spirit darüber hinaus auch künftig Rechnung zu tragen, wurde ein Steuerungsgremium ins Leben gerufen, welches unkompliziert und schnell Anschubfinanzierungen und Unterstützung von möglichen Leuchtturmprojekten bereitstellt. Ein erstes Zukunftsprojekt mit Namen „Metagonia" – einer Konferenz zum Thema digitale Welten, ist bereits für Oktober 2023 in Kitzbühel geplant.

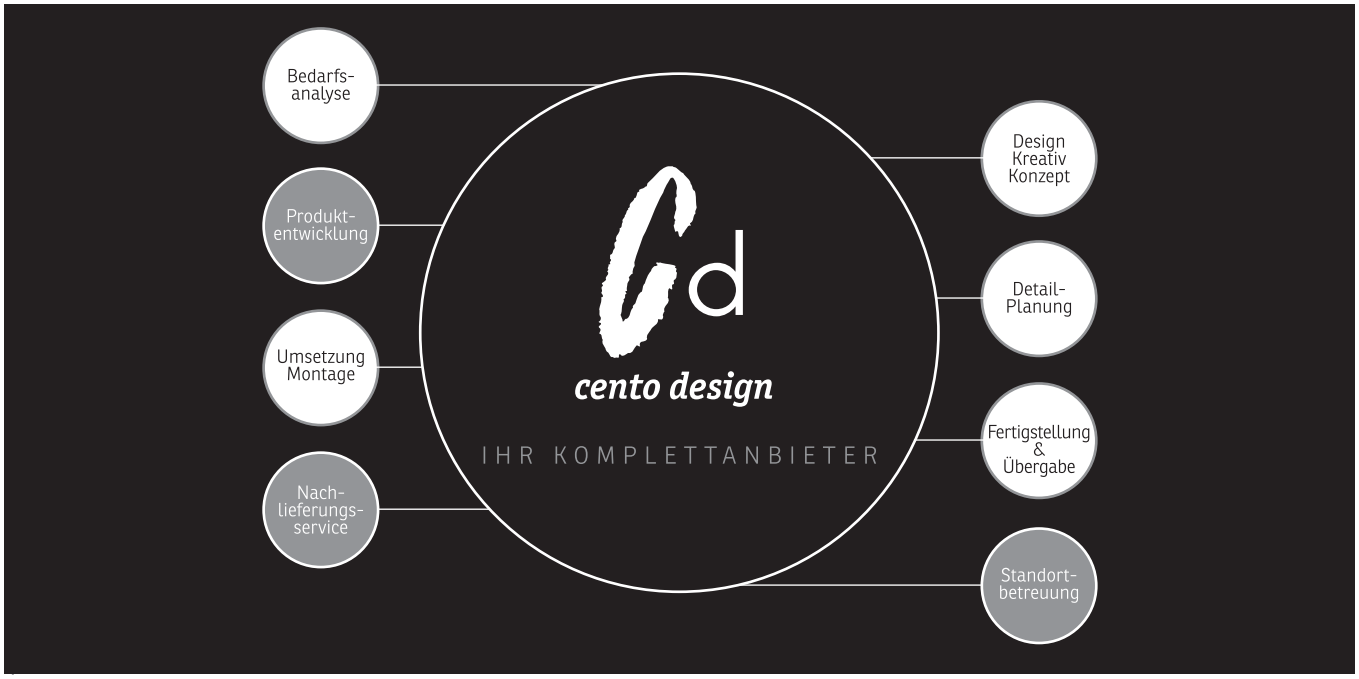
5 ERFOLGSMUSTER

- Outdoor Active
- Inspiring Networks
- Culinary Delights
- New Premium
- The Best Workaktion Experience in the Alps

Alle Informationen zum Markenbildungsprozess finden Sie unter **marke.kitzbuehel.com**

KONTAKTDATEN
KITZBÜHEL TOURISMUS
Hinterstadt 18
6370 Kitzbühel
T +43 5356 66660
info@kitzbuehel.com
wwww.kitzbuehel.com

to act in your spirit



Ihr kompetenter Partner als GU und Komplettanbieter für Objekteinrichtungen sowie individuelle Produktentwicklung für Ihr indoor / outdoor Projekt



Cento Design als GU für eine individuelle Skybox im Allianz Stadion

Cento Design, Wolfgang Amri, Amriphoto



Cento Design hat die komplette Stadionbestuhlung im Allianz Stadion entwickelt und eingebaut

Im Jahr 1983 wurde Cento Design von Gerhard Steinbrecher gegründet. Schon 1986 bezog das Unternehmen seine Räumlichkeiten in der Karl Schweighofergasse - in den ehemaligen kaiserlichen Hofstallungen - in 1070 Wien. In den Anfangsjahren lag der Fokus auf der Einrichtung hochwertiger Büros und Objekte. Eine kleine Tischlerei und später auch eine eigene Schlosserei für Sonderanfertigungen gehörten damals zum Unternehmen.

In den 90er Jahren übernahm Cento Design zusätzlich einige Generalvertretungen für Österreich und belieferte ausgewählte Fachhändler.

Der Geist der Forschung trieb Cento Design immer schon an.

Im Jahr 2004 wurden eigene Produkte auf den Markt gebracht. Seitdem wird kontinuierlich an der individuellen Produktentwicklung – sowohl indoor, als auch outdoor – für das jeweils nächste Projekt in den Bereichen Hotel, Gastronomie, Club, Bar, Stadien (inkl. Skyboxen), Office, … gearbeitet. Diese zeichnen sich vorallem durch zeitgenössische Formensprache, Funktionalität und Ergonomie aus.

Entwicklungen im Eiltempo. Ein Beispiel war die Entwicklung der Serie Desmos für die Erste Bank im Jahr 2014. Innerhalb von nur drei Monaten wurde die Serie geplant und entwickelt, und schon im Februar 2015 wurden die ersten Bänke und Loungemöbel ausgeliefert.

Kurz darauf wurden in nur zehn Wochen zehn verschiedene Modelle von Sitzmöbeln á ca. zehn Stück für das Royal Hotel Opatija entwickelt und umgesetzt.

Rund um die Uhr, rund um die Welt - Als innovative Spezialisten für das Sonderthema „24/7-Stühle“ (für Kontrollräume, zB. für Austro Control, Notruf NÖ, über den JFK Airport New York bis hin zum Königspalast „Bayan Palace“ in Kuwait) konnte Cento Design seine Position als kompetenter Anbieter kontinuierlich stärken und ist heute weltweit in diesem Bereich tätig.

Jahrhundertprojekt

Ein Meilenstein war der erste Auftrag für eine komplette Stadionbestuhlung für das Allianz Stadion von Rapid Wien, den Cento Design im Dezember 2015 erhielt. Für die „Westtribühne“ wurde eine spezielle Sitzbank entwickelt, die sich vom Sitz- zum Stehplatz verstellen lässt und zum Patent angemeldet wurde. Innerhalb von nur sechs Monaten, bis Juni 2016, wurden 25.000 Sitzmöbel und 450 verstellbare Wellenbrecher für die verschiedenen Bereiche des Stadions (Public/VIP/Home/Guest/Press Seats) geliefert und eingebaut. Zudem wurden Möbel für verschiedene spezifische Bereiche im Stadion (zB. Spielerbänke und Spielertunnel) sowie die individuelle

Cento Design, Wolfgang Amri, Amriphoto



Cento Design entwickelt individuelle Outdoorbänke für das Café Landtmann



Planung & Einrichtung Moby Dick Cocktailbar

Planung und Umsetzung von mehreren Sky-Loungen (zB. Präsidiums Loge SK Rapid, Magenta, OMV, …) realisiert.
Cento Design konnte seine Leistungsfähigkeit einmal mehr unter Beweis stellen, indem unmittelbar nach dem erfolgreichen Stadionprojekt knapp 400 individuelle Polstermöbel und über 70 Tische an das Leading Family Hotel & Resort Dachsteinkönig (jetzt Familux Resort) - rechtzeitig zur großen Eröffnungsfeier - geliefert wurden.

Familie Querfeld

Im Jahr 2017 wurden individuelle Outdoorbänke für das Cafe Landtmann geplant und angefertigt; der Radius der Bänke musste perfekt an die Balustrade angepasst werden. Nach dem Erstprojekt über 39 Laufmeter wurden in den folgenden Jahren die Gastgärten der anderen Betriebe wie zB. Café Museum, Café Mozart, Landtmann Tortenstation und das Crossfield ausgestattet, sowie diverse Nachfolgeaufträge im Café Landtmann umgesetzt.

Kompetenter Partner

Die gewünschten Eröffnungstermine konnten auch während der besonders anspruchsvollen Corona Pandemie eingehalten werden, so zum Beispiel für das Sorell Hotel St. Peter in Zürich, die beiden Clubs VIE i PEE und Dots the hidden Club, der als GU von Cento Design geplant und individuell umgesetzt wurde, uvm.

Aktuelles Großprojekt

Nachdem im Sommer 2021 die individuellen Skybox VIP Sitze für Red Bull Salzburg entwickelt und eingebaut wurden, arbeitet Cento Design derzeit an diversen Stadionbereichen für die SAP Arena von Red Bull München, die im nächsten Jahr eröffnet werden soll.
Mit diesen Schritten in die Zukunft möchte sich Cento Design im Bereich der Objekteinrichtung immer mehr als kompetenter Partner für Architekten und Bauherren etablieren. Das umfangreiche Portfolio, die Expertise und der Spirit der Innovation macht Cento Design zu einer verlässlichen Wahl für hochwertige und zeitgemäße Objekteinrichtungen.

Sonderthema Rückengesundheit

Wer Interesse an einer BGF – Betrieblichen Gesundheitsförderung – hat, ist bei Cento Design in den besten Händen. Für alle MitarbeiterInnen welche bereits eine Erkrankung des Bewegungsapparates aufweisen, übernimmt Cento Design die bürokratischen Förderungshürden bei der PVA / SVS, um bis zu 100% Förderung für TAS geprüfte Sitze (für PKW, LKW, NFZ, in Sonderfällen auch im Office) und den Bewegungscoach (für Innendienst & Außendienst) zu bekommen.
Unter www.tasgesundheit.at kann vorab online ein Bewegungs-Check in weniger als 5 Minuten am Handy durchgeführt werden.
Über Ihre Anfrage würden wir uns sehr freuen !

+43 1 523 36 64

Cento Design, Mila Zytka

Vienna Gallery öffnet ihre Türen

Der Unternehmer und begeisterte Kunstsammler Otmar Zehetmayr hat sich einen lange gehegten Traum erfüllt: In der Schulgasse 40 im 18. Bezirk schuf er einen Hotspot für Kunstinteressierte, Sammler und Experten.

Die frisch gegründete Vienna Gallery präsentiert junge Studierende von den Wiener Kunstakademien genauso wie etablierte österreichische Künstler. Auch aufstrebende Künstler aus dem Ausland, die man noch nicht in Österreich gesehen hat, sollen hier vorgestellt werden. Auf 150 Quadratmetern Ausstellungsfläche werden zeitaktuelle und mit scharfem Blick vielfältige Diskurse abgebildet, welche sich mit gesellschaftlich relevanten Problemstellungen befassen. Besonders die junge Generation, die hier zu Wort kommt, bringt frischen Wind und ermöglicht Einblicke in zeitgenössische Entwicklungen, Veränderungen und Brüche in den unterschiedlichen Kunstgattungen. Selbstverständlich stehen auch die etablierten Positionen den jungen in Sachen Relevanz und Zeitlosigkeit in nichts nach. Das beste Beispiel dafür bietet schon die Eröffnungsausstellung.



Auf 150m² Ausstellungsfläche werden die Gemälde in Szene gesetzt

Obsessed

Kurator Jonathan Seiffert konnte mit dieser Ausstellung einen beeindruckenden Überblick über das Werk und Schaffen von Alois Riedl präsentieren, der nicht passender betitelt sein könnte. „Obsession", wie Seiffert betont, hat eine Doppelbedeutung: Übersetzt kann es auch „Besessenheit" heißen. Damit wird auf den nahezu obsessiven Fokus Bezug genommen, mit dem der österreichische Künstler Sitzmobiliar malerisch verarbeitet. Ein schwarzes Rechteck, darüber ein schwarzer Halbkreis. Die inneren Flächen sind gefüllt mit schwarzen, transluzenten Pinselstrichen, während sich der Hintergrund in einem einheitlichen Grau zeigt. Oder: Ein dunkelvioletter Farbblock mit weißen Tupfern, drumherum mit scharfem Strich eine Linie aus Kohle, die Rücken- und Armlehne sowie Stuhlbeine andeutet. In hunderten Bildern und Zeichnungen gelingt es ihm immer wieder auf neue Weise, Sessel, Fauteuils oder Hocker darzustellen.

Die Ausstellung bietet einen umfangreichen Querschnitt durch das Oeuvre des Künstlers, das sich über verschiedene Phasen erstreckt. Wo am Beginn oft noch eine stilllebenähnliche Darstellung überwiegt, rückt der Anspruch auf Realismus mit der Zeit mehr in den Hintergrund. Besonders deutlich wird das in der Werkreihe „Tropea", bei der sich einzelne Elemente wie z. B. eine Rückenlehne nur noch andeuten. Hier stehen die Farbflächen, das Spiel mit den Ebenen und der Pinselstrich im Vordergrund. Sie ist zudem die einzige Serie, die Riedl betitelt hat. Die übrigen Arbeiten verbleiben stets „Ohne Titel" und entziehen sich somit einer vorgegebenen Interpretation.

Bei der erfolgreichen Vernissage und Galerieeröffnung konnten Sammler und Enthusiasten bereits besondere Werke ergattern. Doch nach wie vor bietet die Ausstellung die Möglichkeit, Bilder des Künstlers zu erwerben, die bis her noch nicht am offenen Markt angeboten wurden. Sammler und Kenner erhalten hier die Chance, bisher ungesehene Werke zu besichtigen. Aber auch Kunstinteressierte und Zufallsgäste können in der Galerie in Bestlage, direkt um die Ecke zum Kutschkermarkt, spontan vorbeischauen und sich überraschen lassen.

Kunstfreunde können die verlängerte Ausstellung „Obsessed" noch bis 27. Juli besuchen, in der Vienna Gallery im 18. Bezirk, Schulgasse 40/Ecke Martinstraße. Mehr Informationen und Updates zu zukünftigen Ausstellungen findet man auf **www.viennagallery.at**

Vienna Gallery

Baden im Adamskostüm

Es gibt sie noch, die FKKler – eine fast ausgestorbene Randgruppe mit Freude am Nacktsein. Warum Nacktbaden nichts mit Erotik zu tun hat und wo auch Sie baden können, wie Gott Sie schuf, erfahren Sie hier bei FaktuM.

TEXT: Janet Teplik



Nacktbaden ist auch heute nicht überall erlaubt

Nacktsein ist heutzutage noch immer tabuisiert. Das ist verwunderlich, wenn man bedenkt, dass nackte Körper als größter Marketing-Trick der Neuzeit gelten. Sex Sells – nackte Haut im erotischen Sinne scheint gesellschaftlich akzeptiert. Doch was ist mit Nacktsein im natürlichen Sinne?
Auch heutzutage gibt es sie noch, die Anhänger und Anhängerinnen der Freikörperkultur (FKK). Menschen, die am liebsten nackt sind. Wie Gott sie schuf, verbringen sie ihren Urlaub auf Campingplätzen, am Meer oder an einem See. Vor allem in Österreich scheint „nahtlos braun" der Leitsatz vieler Einheimischer zu sein. Laut einer Online-Umfrage des Reisebüros Expedia.at lassen Österreicherinnen und Österreicher besonders gerne ihre Hüllen fallen, gefolgt von den Deutschen auf Platz zwei.

Kulturkampf um die Badehose

Ab Mitte der 1960er-Jahre erlangten Nacktbadestrände neue Popularität. Jene in Jugoslawien, in Frankreich und an der Ostseeküste wurden zu beliebten Urlaubszielen. Besonders in der DDR war das hüllenlose Baden seit den 1970ern weit verbreitet und entwickelte sich zur Massenbewegung. Mit der Wiedervereinigung ist die Motivation für das Nacktsein allerdings entfallen. Seitdem wird im Gegensatz zum eigenen Selbstverständnis die Freikörperkultur in der Öffentlichkeit in der Fremdwahrnehmung mitunter in die Nähe von Exhibitionismus und Voyeurismus gerückt. Es scheint der modernen Gesellschaft

Pixabay



BÜROMÖBEL
DIE NEUE
OFFICIENZ!

italoffice.at

Räumen Sie Ihre alten Büromöbel aus und
geben Sie Ihrem Raum einen ganz neuen Look.
Wir haben alles, was Sie brauchen,
um Ihren Arbeitsplatz effizienter, komfortabler
und schöner zu gestalten.

Schauraum:
Zetschegasse 21 - 1230 Wien
office@italoffice.at - T: 01 892 64 64

www.italoffice.at



Auf der Wiener Donauinsel gibt es ausgewiesene FKK-Bereiche

schwerzufallen, hüllenlose Körper außerhalb eines engen privaten Bereichs nicht automatisch mit Sexualität zu verbinden. Dabei zeigen Studien, dass sich FKK positiv auf die eigene Psyche auswirkt.

Nackte Wahrheiten

Laut einer britischen Studie fühlen sich Menschen, die viel Zeit ohne Kleidung verbringen, wohler in ihrer Haut. 850 Briten wurden mittels Online-Fragebögen befragt. Das Ergebnis: Diejenigen, die schon lange und regelmäßig FKK betrieben, waren selbstbewusster und zufriedener mit ihrem Körper und insgesamt glücklicher im Leben. Der Grund dafür: Das Betrachten von anderen nackten Menschen, die oftmals nicht dem gesellschaftlichen Schönheitsideal entsprechen, steigert die Zufriedenheit mit dem eigenen Körper – so die Annahme. Aber nicht nur das: Auch die Funktionen aller Körperorgane sollen stimuliert und der Stoffwechsel angeregt werden. Mal ganz abgesehen davon, dass lästige Bräunungsstreifen kein Thema mehr sind und man sich eine Menge Geld für Badebekleidung spart.
Für FKK scheint also vieles zu sprechen, dennoch verlieren nach und nach die Vereine ihre Mitglieder. Dabei seien es vor allem die jüngeren Generationen, die sich schämen, ihre Kleidung abzulegen. Doch der starke Rückgang der FKK-Fans bedeutet nicht das Aus der Bewegung. FKK wurde schon oft totgesagt, und doch bleiben die letzten Bastionen der Nackigen standhaft.

Platzerl für Nackerpatzerl

Wien präsentierte sich bereits in den 1920ern überaus tolerant gegenüber den Anhängerinnen und Anhängern der Freikörperkultur. Auch heute noch bietet ihnen die Stadt verschiedene Rückzugsorte: Das FKK-Gebiet auf der Donauinsel erfreut sich großer Beliebtheit – wohl nicht zuletzt durch ATVs kultige Reportage-Reihe „Donauinsel – Leiwand am Eiland“. An der Nord- und Südspitze kann auf einer Länge von zirka acht Kilometern blank gezogen werden. Der Zugang ist für jedermann frei. Aber auch außerhalb der eigentlichen FKK-Zonen wird gerne auf die Badebekleidung verzichtet.
In der Lobau gibt es ein weiteres FKK-Gebiet, die Dechantlacke, die seit vielen Jahrzehnten schon Zielpunkt der Wiener Nudisten ist. Auch der Naturistenpark Lobau eignet sich für hüllenlosen Badespaß. Wiens größter Naturistenverein liegt mit seinem rund sechs Hektar großen Gelände am Rande des Nationalparks Donau-Auen in der Wiener Lobau direkt am Mühlwasser.
Eine grüne Oase mitten in Wien stellt der Ziegelteich beim Wienerberg dar. Auf einer der beiden kleinen Halbinseln ist Nacktbaden erlaubt. Und auch Wiens wohl bekanntester Badeort, das Gänsehäufel-Strandbad, hat einen eigenen Bereich für FKK-Fans.

Hüllenlos in Österreich

Außerhalb von Wien können FKKler in Graz im Freibad Straßgang in einem durch eine Wand abgeschirmten Nacktbadebereich mit eigenem Becken die Sonne genießen. Ein weiteres FKK-Gebiet befindet sich am Schwarzlsee. Dort ist in der nördlichen Hälfte des Badestrands Nacktbaden erlaubt. Der Ritzensee im Salzburger Land bietet FKKlern eine Liegefläche von 20.000 m^2. Da mithalten kann der FKK-Strand in Hard in Vorarlberg. Dieser bietet dieselbe Fläche und liegt in einem vollständig eingezäunten Naturschutzgebiet.
Wer nicht so weit von Wien wegfahren möchte, kann den Ratzersdorfer See nördlich des St. Pöltener Stadtzentrums aufsuchen oder südlich von Wien am Figur-

Hans Ringhofer/picturedesk.com

Eindrucksvolle Tradition seit mehr als 150 Jahren

Seit Generationen stehen wir als österreichisches Familienunternehmen und international agierender Traditionsbetrieb für höchste Qualität und absolute Verlässlichkeit. Modernste Technologien und umsichtiges Handeln sorgen dafür, dass wir diesen Ansprüchen auch in Zukunft gerecht werden.



Ihr Peter Berger – peter@berger.at

PRINTED IN AUSTRIA

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

Qualität aus Tradition

Vertrauen Sie auf über 150 Jahre Erfahrung und höchste Qualitätsstandards. Wir beraten Sie gerne.

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



An vielen Badeseen ist das Nacktbaden erlaubt

teich bei Guntramsdorf nackt baden. Blanke Freuden mit Ausblick kann man an der FKK-Badestelle in Obertraun am Hallstättersee genießen. Der FKK-Bereich ist dort durch natürliche Barrieren vom normalen Badeplatz getrennt und frei zugänglich. Am Hallstättersee gibt es noch einen Naturisten-Bereich im Strandbad Untersee.

Andere Länder, andere Sitten

Österreich bietet seinen Nackerpatzerln einige Plätze. Doch nicht alle Länder sind offen gegenüber Nacktheit. Wer sich nicht traut, sich im eigenen Land zu entblößen, kann das auch im Ausland tun. Natürlich nur dort, wo es rechtlich erlaubt ist. Dänemark zum Beispiel ist weltweit der einzige Staat, der Textilfreiheit prinzipiell an allen Küsten und Stränden erlaubt. Alle anderen Länder Europas nutzen eine spezielle Kennzeichnung für Nacktbadestrände.

Wer noch etwas weiter weg will, um sich zu entkleiden, kann es in den Vereinigten Staaten ausprobieren. Dort gibt es in den südlichen Bundesstaaten zahlreiche Urlaubs-Privatgelände, wo das Nacktsein erlaubt oder sogar erforderlich ist. Insgesamt verfügen die USA über 229 FKK-Strände und 253 FKK-Campingplätze. Außerhalb von diesen ist das Nacktsein an öffentlichen Badestränden allerdings nahezu überall untersagt. Um nicht wegen Erregung öffentlichen Ärgernisses verhaftet zu werden, sollten FKK-Begeisterte am besten nach Florida oder Kalifornien reisen: Diese beiden Bundesstaaten gelten als Hotspots für Naturisten.
Etwas näher an Österreich ist Kroatien. Dieses Land gilt in der Mittelmeer-Region als Ort mit der ausgeprägtesten FKK-Tradition. Zahlreiche Strände, Campingplätze und Hotels stehen hier im Zeichen der Freikörperkultur, die 1953 im damaligen Jugoslawien erlaubt wurde und bis heute in der östlichen Adria-Region stark verbreitet ist. Einen Schritt weiter geht da Spanien. Frankreichs Nachbar besitzt 422 FKK-Strände, es ist aber auch an den meisten anderen Stränden normalerweise kein Problem, sich nackt zu sonnen. Dies scheint über die Grenzen zu gehen. Denn auch in Frankreich gibt es fast 400 Strände für FKKler. Es gibt sogar ein ganzes Dorf, in dem Kleidung völlig freiwillig ist. Das „Village Naturiste“ in Cap D'Age ist ein Touristenmagnet.
Doch sowohl für Spanien als auch für Frankreich gilt: Nicht an allen Stränden ist das textilfreie Abkühlen im kalten Nass erlaubt. Wer sich beispielsweise am Pariser Stadtstrand nur mit String oder ganz entkleidet zeigt, muss Strafe zahlen. Auch in Barcelona wird allzuviel nackte Haut nicht gerne gesehen: Wer abseits des Strandes mit blankem Oberkörper durch die Stadt flaniert, riskiert Geldbußen in Höhe von bis zu 120 Euro. Wer ganz auf Kleidung verzichtet, muss sogar mit 500 Euro Strafe rechnen.
Verboten ist das Nacktbaden beispielsweise in Russland, China, Ägypten, Brasilien, Albanien, in der Türkei, im Iran oder in Saudi-Arabien. Aber auch auf den Malediven gilt: Wer hier hüllenlos Baden geht, riskiert hohe Geldstrafen.

Nacktheit als Lebenskonzept

Es zeigt sich also: Der Kulturkampf um die Badehose ist tief in der Geschichte verwurzelt. Einige Länder sind toleranter, andere wiederum nicht. Die schier unendliche Debatte um die Moral nackter Körper wird sich auch weit über unser aller Lebenszeit hinaus erstrecken. Fakt ist allerdings, dass Nacktheit etwas Natürliches ist und dass das kleiderlose Baden auch heute noch einige Anhängerinnen und Anhänger hat, die die FKK-Gebiete nutzen.
Gerade in einer Zeit, wo durch die Klimaerwärmung jeder Fetzen Stoff auf der Haut als Belastung wahrgenommen wird, stellt Nacktbaden eine erfrischende Alternative dar. Und an eines sollten wir uns immer erinnern: Es ist nur nackte Haut. ■

Franz Soukup/picturedesk.com

my burgenland shop

Eine pannonische Genusswelt auf 300 Quadratmetern im Designer Outlet Parndorf

Mitten im Designer Outlet Parndorf gibt es ab sofort pannonischen Genuss zum Erleben. Auf knapp 300 Quadratmetern bietet der Shop mit seiner großzügigen Terrasse und dem auffälligen „Burgenland-Haus“ als Ausschank- und Take-Away-Bereich den Gästen ein umfassendes Burgenland-Erlebnis aus Genuss, Kulinarik, Wein und Tourismus.

Über 150 burgenländische Produzent:innen präsentieren im Shop in Parndorf und auch im neuen Online-Shop unter myburgenland.shop ihre Waren. Das Sortiment umfasst rund 600 Produkte aus Genuss, Wein, Tradition und Brauchtum wie auch Burgenland-Merchandising-Artikel.

Neben dem breiten Angebot an burgenländischen Produkten begeistert auch die Gastronomie im my burgenland Shop. Ob indoor oder auf der großzügig angelegten Terrasse: Verkostungen und burgenländische Schmankerln runden die Shopptingtour perfekt ab.

Über 350 verschiedene Weine aus den drei burgenländischen Regionen spiegeln die Vielfalt der edlen Tropfen im my burgenland Shop wider. Vielfalt spielt’s auch abseits der Weine: Fruchtsäfte, Bier und Hochprozentiges füllen unsere burgenländischen Produzenten mit dem pannonischen Extra für Sie in Flaschen. Wo getrunken wird, da wird auch gegessen. Daher finden auch raffinierte Genussprodukte, vollgepackt mit zahlreichen Sonnenstunden und Leidenschaft, ihr Plätzchen im my burgenland Shop. Alle haben ein gemeinsames Ziel: Genussmomente für Feinschmecker aller Art. Abgerundet wird die pannonische Produktvielfalt von dem ein oder anderen Alltagshelfer – aus dem Burgenland und für alle Liebhaber von Regionalität.



Im my burgenland Shop kann kann man auch allerlei burgenländische Schmankerl verkosten, sowohl indoor als auch auf der großen Terrasse

Die Sonnenseite Österreichs

Neben unzähligen regionalen Spezialitäten aus dem Nord-, Mittel- und Südburgenland zeigt sich das Burgenland auch als Urlaubsziel im my burgenland Shop von seiner besten Seite. Nicht nur die Produktpalette des Burgenlands ist vielfältig. Auch das Angebot an Ausflugszielen für die gesamte Familie: Burgen, Schlösser, Museen und eindrucksvolle Naturlandschaften.

So viel zu erleben, zu genießen und zu verkosten

Legen Sie einen kleinen Zwischenstopp im my burgenland Shop ein, lernen Sie die Sonnenseite Österreichs in ihrer vollen Pracht kennen und nehmen Sie sich ein Stückchen pannonische Leichtigkeit mit nach Hause. Oder verkosten Sie ausgewählte Spezialitäten im my burgenland Bistro. Vorbeischauen oder unter **myburgenland.shop** bestellen lohnt sich!



Burgenland Tourismus / Nadine Kreyska

Der feine Unterschied

Österreich, ein Land der Mehlspeisbäcker:innen? Von wegen. Denn wir sind Pizzabäcker:innen! Die beliebte Fini verrät Ihnen jetzt überraschende Neuigkeiten.



Rund 39 Prozent aller Österreicher:innen backen gerne selbst Pizza

Corine Sicher

Der Weg von Hobby-Bäcker:in zu Küchenmeister:in ist kein so steiniger, wie man vielleicht meinen mag. Es bedarf das richtige Rezept, ein bisschen Zeit und Hingabe – und das perfekte Mehl für die jeweilige Kreation. Fini's Feinstes, Teil von GoodMills, der größten Mühlengruppe Österreichs, setzt hier an und macht den Küchenspaß besonders einfach und schmackhaft – mit besonders viel Liebe für die Region.

Gemeinsamer Genuss

Selbst Gerichte auf den Tisch zaubern mag für viele wie eine Kunst wirken. Der Unterschied zwischen glattem oder griffigem Mehl beispielsweise ist für unerfahrene Hobby-Bäcker:innen und -Köch:innen ein oftmals nur schwer zu durchblicken. Dass Spätzle, Kuchen, Pizza oder Nockerl leichter zubereitet sind, als so mancher denken mag, will Fini's Feinstes mit ihren drei regionalen Bio-Mehlen und einem regionalen Bio-Grieß zeigen. „Die regionalen Bio-Mehle sind eine Hommage ans Selbstgekochte", so GoodMills-Geschäftsführer Peter Stallberger. „Bei jungen Menschen oder Hobby-Köch:innen beobachten wir, dass vielmehr konkrete Gerichte im Vordergrund stehen: Zielgerichtet suchen sie einfache Rezepte dafür, die sicher gelingen."
Dementsprechend bietet die Traditionsmühle Mehlrezepturen in hochwertiger Bio-Qualität an, die direkt auf Lieblingsgerichte wie Spätzle, Kuchen, Pizza und Nockerl zugeschnitten sind. Damit wolle man vor allem das Miteinander beim Essen wieder in den Mittelpunkt rücken, etwa innerhalb der Familie oder des Freundeskreises. Schließlich ist die Küche der beste Ort zum Reden, das ist gesund und stärkt Beziehungen", so Stallberger, der mit seiner eigenen Familie besonders gerne den Pizza-Ofen anheizt. Dass gemeinsame Mahlzeiten innerhalb der Familie besonders wichtig sind, belegen tatsächlich auch mehrere Studien. Sie stärken nicht nur den Zusammenhalt, sondern wirken sich auch positiv auf die Gesundheit und soziale Entwicklung der Kinder aus. Außerdem kann so dafür gesorgt werden, dass sich gesunde Essgewohnheiten bereits im Kindesalter verankern. Das betrifft aber nicht nur mehrköpfige Familien, sondern auch Paare: Gemeinsames Kochen und Essen sorgt nachweislich für eine glücklichere



Peter Stallberger, Geschäftsführer von GoodMills Österreich



Mit den einzigartigen Bio-Mehlen von Fini's Feinstes gelingt jedes Gericht besonders einfach



Die Fini's Feinstes Vollkornmehle bestehen aus heimischem, niederösterreichischem Getreide

GoodMills; Corine Sicher



Ob Spätzle, Pizza oder Kuchen – mit den Mehlen von Fini's Feinstes wird Kochen kinderleicht und zum Spaß für die ganze Familie

Beziehung, etwa weil dadurch mehr miteinander geredet wird. „Bei allem, was wir im Leben tun, können wir mit Kleinigkeiten den feinen Unterschied zaubern: Wer sich beim Genuss bewusst die Liebsten dazu holt, anstatt alleine zu essen und sich auch die Zeit nimmt, selbst und mit guten Zutaten zu kochen, tut der körperlichen und mentalen Gesundheit etwas Gutes", erklärt Peter Stallberger.

Österreich, das Land der Pizzabäcker:innen

Wer ans Backen denkt, denkt wahrscheinlich an Mehlspeisen: Gugelhupf, Kardinalschnitten, Sachertorte sind Klassiker in der österreichischen Küche. Tatsächlich ist es aber eine italienische Spezialität, die hierzulande besonders gern in selbstgemachter Form auf den Tisch kommt: Wie eine Studie von GoodMills Österreich zeigt, sind rund 39 Prozent der in Österreich lebenden Menschen begeisterte Pizzabäcker:innen, während etwa 38 Prozent am liebsten Mehlspeisen backen. Besonders leicht gelingt erstere mit dem richtigen Mehl. Dementsprechend hat Fini's Feinstes eigens ein „Bio-Pizzamehl" entwickelt, das aus einer Mischung von regionalem Bio-Weizen und fein vermahlenem, italienischem Bio-Hartweizengrieß besteht. Durch diese Mischung wird Flüssigkeit besser aufgenommen und es entsteht ein geschmeidiger Pizzateig, der besonders knusprig bleibt und auch wunderbar für Focaccia und Ciabatta geeignet ist.
Gehört man zu den 38 Prozent der Österreicher:innen, die gerne Mehlspeisen oder Kuchen backen, bietet sich das Fini's Feinstes Bio-Kuchenmehl an. Dieses wird aus regionalem Getreide gefertigt und extra glatt vermahlen. Damit ist es ideal für flaumige Kuchen, Biskuit, Feingebäck und Torten. Selbsternannte Meisterköch:innen mit einer Vorliebe für Spätzle hingegen greifen am besten zum Fini's Feinstes Bio-Spätzlemehl aus Bio-Weizen mit fein vermahlenem Hartweizendunst und Weizengrieß. Das verleiht den Spätzle eine goldgelbe Farbe und sorgt für den richtigen Biss. Suppen, pikante Hauptspeisen und Beilagen wie Knödel und Nockerl gelingen am besten mit dem Fini's Feinstes Nockerl-Grieß. Die Beigabe von 5 Prozent Bio-Keimlingsmehl (Linse, Hirse, Erbse, Lein, Hafer und Luzerne) machen die Nockerl gleich noch herzhafter im Geschmack. Zusammen mit dem richtigen Rezept, ein bisschen Zeit und Hingabe gelingt's bestimmt.

Zurück zur Urkraft des Mehls

Apropos Weizen: Dass in jedem Weizenkorn ein kleiner Schatz versteckt ist, feiert Fini's Feinstes mit dem neuen „Fini's Feinstes Bio-Weizenkeime". Denn: Weizenkeime sind das Herz des Korns und ein wahres heimisches Superfood. Neben dem hohen Nährstoffgehalt, darunter viele Vitamine, Mineralstoffe, wertvolles Eiweiß und reichlich Ballaststoffe, liegt das vor allem an der hohen Konzentration von „Spermidin" – eine Substanz, die die Wissenschaft schon seit mehr als 150 Jahren begeistert. Bei dieser vermutet man nämlich, dass sie eine positive Rolle im Alterungsprozess spielen könnte, da sie den körpereigenen Prozess der Zellerneuerung fördert. Dementsprechend bringt die Traditionsmühle die Nährstoffbömbchen in ihrer puren Form, zu 100 Prozent natürlich und unbehandelt in die heimischen Küchen.
„Bio-Weizenkeime erfüllen alle Anforderungen an innovative, zeitgemäße Ernährung: Aus regionaler Bio-Landwirtschaft, nachhaltig hergestellt, 100% natürlich und unglaublich nährstoffreich kommen die gold-gelben Flocken direkt aus der Mühle auf die Teller der Österreicher:innen", so der Geschäftsführer Peter Stallberger über das süßlich-nussig-schmeckende Innovationsprodukt fürs Frühstück.
Die Verarbeitung von Weizenkeimen, die nur etwa 2 bis 3 Prozent eines reifen Weizenkorns ausmachen, ist eine wahre müllerische Meisterleistung. Die Weizenkeime ohne die bitteren Schalenanteile vom Weizenkorn zu trennen, erfordert erfahrenes Fingerspitzengefühl, wie auch Peter Stallberger erläutert: „Weizenkeime im Mehl machen zwar die

Corine Sicher

Produktion komplizierter und aufwendiger, aber geben dem Mehl die Urkraft zurück.“ Umso größer ist seine Freude, den Österreicher:innen mit dem „Fini’s Feinstes Bio-Weizenkeime“-Mehl diesen puren Genuss näherzubringen.

Regionales Getreide

Fini’s Feinstes macht nicht nur das Kochen und Backen besonders leicht, sondern auch den Schutz heimischer Böden und Regionen. Der feine Unterschied zeigt sich vor allem im Nachhaltigkeitskonzept der Schwechater Traditionsmühle. „Von Grund auf Nachhaltig“ umfasst verschiedene Initiativen, die allesamt auf die regionale Landwirtschaft, klimaschonende Lebensmittelproduktion und Bodengesundheit einzahlen.
Ein Aspekt davon ist etwa, dass die Getreide für die Mehle auf Äckern gedeihen, die maximal 80 Kilometer von der Mühle entfernt sind. Das hält die Transportwege kurz und die Ökobilanz sauber. Außerdem macht es angesichts der Hochwertigkeit des regionalen Getreides, das sogar internationalen Standards vorauseilt, absolut Sinn, die heimischen Landwirtschaftsbetriebe im Umfeld zu fördern.
So bietet etwa der niederösterreichische Boden rund um Wien eine ideale Basis für hochwertiges Vollkorngetreide. Kein Wunder also, dass im Weinviertel – dank dem charakteristischen pannonischen Klima – eine der weltweit besten Dinkelsorten wächst. Aus dieser Region stammt der „Weinviertler Dinkel“, den Fini’s Feinstes für ihre Weizenmehl-Alternative verarbeitet, womit sich besonders fluffige Palatschinken, Brot und Kuchen backen lassen. Aber auch das Waldviertel hat viel zu bieten: Das „Waldviertler-Roggen“-Mehl besitzt besonders viele Nährstoffe und verdauungsfördernde Eigenschaften, und bietet sich etwa für Lebkuchen, Roggenbrot oder Spezialgebäck an. Im Marchfeld – der „Kornkammer Österreichs“ – schließlich bringen das trockene, sonnenreiche Wetter und die humusreichen Böden Weizen mit ausgezeichneten Backeigenschaften hervor. Fini’s Feinstes Weizenvollkorn aus „Weizen aus dem Marchfeld“ hat einen herzhaften Geschmack und quellt als Vollkornvariante gut auf.

Die grüne Mühle

Neben der Verwendung von regionalem Getreide wird für mehr Nachhaltigkeit besonderer Wert auf den Ausbau des Sortiments im Bereich Bio-Mehle gelegt. Zusätzlich dazu werden regionale Landwirtschaftsbetriebe bei der Förderung der Bodengesundheit, dem Humusaufbau und dem Erhalt der Artenvielfalt unterstützt. Außerdem wird am Betriebsstandort in Schwechat E-Mobilität gefördert. Es wurden 101 Bäume gepflanzt, Blumenwiesen angelegt und elf Bienenstöcke direkt vor der Mühle aufgestellt. „In der Fini’s Feinstes Mühle arbeiten wir schon immer nach dem Zero-Waste Prinzip. Jedes Korn und alle seine Bestandteile sind wertvoll und werden verwendet“, so Geschäftsführer Stallberger. Auch beim Verpackungsmaterial arbeitet die Mühle ausschließlich mit recyclingfähigen Rohstoffen.
Der Erfolg des Nachhaltigkeitskonzepts zeigt sich beispielsweise dadurch, dass die Fini‘s Feinstes-Mehle der „grünen Mühle“ bereits seit 2021 klimaschonend zu 100% CO2-neutral hergestellt werden können, und zwar durch Energieeffizienz gleichermaßen wie durch Kompensationsprojekte. Diese Bemühungen von Fini’s Feinstes liegt weit über dem gesetzlich vorgeschriebenen Maß, wie Stallberger – dessen Herzensprojekt etwa auch die Bienenstöcke vor der Mühle sind – hervorhebt: „Wir wissen, dass jede zusätzliche Bemühung – ganz gleich ob klein oder groß – entscheidend für die Versorgungssicherheit und eine gesunde Zukunft ist.“



Mit den Bio-Weizenkeimen bringt Fini‘s Feinstes dem „Mehl die Urkraft zurück“ und sorgt für ein besonders nahrhaftes Frühstück

Fini‘s Feinstes

Schmidgasse 3/7
2320 Schwechat

Tel.: 01 70776910

www.finis-feinstes.at

Corine Sicher

Der ultimative Kick

Im Rausch der Geschwindigkeit, der Höhe und der puren Lebensgefahr finden sie ihren Kick - die Adrenalin-Junkies. Für sie gibt es keine Grenzen, keine Hindernisse und keine Ängste, die sie nicht überwinden können. Sie suchen nach dem Nervenkitzel, nach dem Moment, der sie lebendig fühlen lässt.

TEXT: Hannah Minichshofer



Surfer warten immer auf die perfekte Welle und werden eins mit dem Meer

Doch was sind die Risiken, die sie eingehen? Was passiert, wenn die Grenzen überschritten werden und das Unvorhergesehene eintritt? Tauchen wir ein in die Welt der Adrenalin-Junkies und erforschen wir die Höhen und Tiefen ihrer Leidenschaft für den Extremsport.

Die Faszination Extremsport

In den letzten Jahren hat sich der Extremsport zu einer regelrechten Bewegung entwickelt. Immer mehr Menschen sind auf der Suche nach dem intensiven Adrenalinkick und lassen sich von der Faszination dieser wagemutigen Aktivitäten mitreißen. Von Bungee-Jumping über Base-Jumping bis hin zum Wingsuit-Flying gibt es eine Vielzahl von Extremsportarten, die den Puls rasen lassen. Doch was macht sie so attraktiv?
Extremsportler üben eine faszinierende Anziehungskraft aus, die weit über ihre sportlichen Fähigkeiten hinausreicht. Sie verkörpern den extremen Ausdruck von Mut, Adrenalin und Leidenschaft. Mit jedem riskanten Sprung, waghalsigen Stunt oder atemberaubenden Kunststück fordern sie die Grenzen des Möglichen heraus und trotzen den Gesetzen der Schwerkraft. Es ist diese Mischung aus Risikobereitschaft und Kontrolle, die Adrenalinjunkies so fesselnd macht. Sie werfen sich in die Tiefe des Abgrunds, lassen sich von den Wellen in die Höhe treiben oder stürzen sich in die Lüfte, wissend, dass ein einziger falscher Schritt katastrophale Konsequenzen haben kann. Doch gleichzeitig sind sie Meister ihres

unsplash

Fachs, beherrschen ihre Sportart bis ins kleinste Detail und vertrauen auf ihre Instinkte und ihr Training, um die perfekte Balance zwischen Kontrolle und Hingabe zu finden.
Ihr unbändiger Wille, sich immer wieder neuen Herausforderungen zu stellen, inspiriert Menschen, die eigenen Grenzen zu überschreiten und mutig zu sein.
Die Athleten strahlen eine Aura des Abenteuers aus, die uns in ihren Bann zieht. Sie brechen die Routine des Alltags und leben in einer Welt, in der Grenzen keine Rolle spielen.
Die Sportler verkörpern einen Lebensstil, der mit Freiheit, Individualität und dem Streben nach dem Außergewöhnlichen verbunden ist. Sie gehen ihren eigenen Weg, fernab von Konventionen und Sicherheitsnetzen, und leben nach dem Motto: „Carpe Diem". Sie faszinieren die Gesellschaft, weil sie zeigen, dass das Leben voller Möglichkeiten steckt und dass man es wagen sollte, die Komfortzone zu verlassen, und Träume zu verwirklichen.



Motocross zählt aufgrund des großen Verletzungsrisikos zu den Extremsportarten

Wo Abenteuerlustige auf ihre Kosten kommen

Tief im Herzen der unberührten Wildnis, dort, wo die majestätischen Gipfel den Himmel berühren und die Wälder von geheimnisvoller Schönheit erfüllt sind, liegt das Paradies der Abenteuerlustigen verborgen. Ein Ort, der den Mutigen und Neugierigen gewidmet ist, die bereit sind, über ihre Grenzen hinauszugehen und das Unbekannte zu erkunden. Hier erwacht das Gefühl der Freiheit zum Leben, während der Wind durch die Haare weht und das Adrenalin durch die Adern rauscht.
Dort erwarten die Abenteurer atemberaubende Herausforderungen in jeder Ecke. Mutige Wanderer können steile Klippen erklimmen, um von den Gipfeln aus einen atemberaubenden Panoramablick auf die schier endlose Landschaft zu genießen. Kühne Kajakfahrer stürzen sich in die wilden Flüsse, die sich durch die Täler schlängeln, und erfreuen sich an den aufspritzenden Funken des sprudelnden Wassers. Tapfere Taucher können die unerforschten Tiefen des Meeres erkunden und eine Welt voller faszinierender Kreaturen und Korallenriffe entdecken.
Doch Abenteuerlustige kommen nicht nur durch physische Aktivitäten auf ihre Kosten, sondern auch durch das Eintauchen in neue Kulturen und Traditionen. Sie können die pulsierenden Märkte der exotischen Städte erkunden, wo der Duft von Gewürzen und die Melodien der einheimischen Musik in der Luft schweben. Sie können mit den Einheimischen in Kontakt treten, ihre Geschichten hören und ihre Traditionen kennenlernen, um so ihre eigene Perspektive auf die Welt zu erweitern.
Destinationen auf der ganzen Welt haben erkannt, dass sie mit Extremsportangeboten eine spezielle Zielgruppe ansprechen können – die Adrenalin-Junkies. Von atemberaubenden Bergen über wilde Flüsse bis hin zu abgelegenen Wäldern bieten diese Orte die perfekte Kulisse für atemberaubende Abenteuer. In den tiefen Wäldern British Columbias, Kanada, können sie sich mit einem spektakulären Helikopterflug inmitten der majestätischen Gipfel auf atemberaubende Mountainbike-Trails stürzen. Die steilen Hänge und herausfordernden Abfahrten bieten den ultimativen Adrenalinkick, während die unberührte Natur ihre Sinne belebt.
In Neuseeland hingegen lockt der berühmte Kawarau River mit seinem Bungee-Jumping-Angebot, das die Wagemutigsten an den Rand des Wahnsinns bringt. Von der historischen Kawarau Bridge stürzen sie sich in die Tiefe und erleben den freien Fall, gefolgt von einem wilden Pendelschwung über dem tosenden Fluss. Die landschaftliche Schönheit und der Nervenkitzel des Sprungs bilden eine unwiderstehliche Kombination.
Im Herzen der Schweizer Alpen in der kleinen Stadt Interlaken tummeln sich Adrenalinjunkies aus der ganzen Welt. Hier haben sie die Qual der Wahl zwischen verschiedenen Extremsportarten. Von Fallschirmspringen über Gleitschirmfliegen bis hin zu Canyoning in den rauschenden Schluchten bietet Interlaken ein wahres Paradies für Abenteuerlustige. Die majestätischen Berggipfel und die klaren Seen bilden eine atemberaubende Kulisse für diese adrenalinschwere Erfahrung.
Wer nach einem exotischeren Ziel sucht, sollte die Küste von Queenstown in Neuseeland besuchen. Hier können sie mit einem Jetboot über das smaragdgrüne Wasser des Lake Wakatipu schießen, mit spektakulären Drehungen und rasanten Manövern. Das Gefühl der Geschwindigkeit, gepaart mit der malerischen Umgebung, sorgt für eine unvergessliche Reise in die Welt der Adrenalinsucht. Egal ob in der kanadischen Wildnis, den neuseeländ-

unsplash



Majestätische Berggipfel sind eine atemberaubende Kulisse für den Sport

dischen Landschaften, den Schweizer Alpen oder anderen aufregenden Orten auf der ganzen Welt - Adrenalinjunkies haben die Möglichkeit, ihren Durst nach Nervenkitzel zu stillen und gleichzeitig die Schönheit der Natur zu erleben. Diese Orte sind die Spielplätze für Abenteuerlustige, wo sie ihre Grenzen überschreiten und Momente purer Ekstase genießen können.

Die dunkle Seite des Nervenkitzels

Hinter dem Rausch des Extremsports lauern auch die Schatten der Gefahr. Destinationen auf der ganzen Welt locken diese wagemutigen Abenteurer mit ihren spektakulären Angeboten an. Obwohl der Extremsport einzigartige Erfahrungen und unvergessliche Momente bietet, sind die Risiken nicht zu unterschätzen. Trotz aller Vorsichtsmaßnahmen und Sicherheitsvorkehrungen ereignen sich immer wieder schwere Unfälle im Extremsport. Diese tragischen Ereignisse dienen als mahnende Beispiele für die Gefahren, denen Adrenalin-Junkies ausgesetzt sind. Von tödlichen Kletterunfällen bis hin zu verheerendem Fallschirmversagen – die Liste der schlimmsten Unfälle der letzten Jahre ist erschütternd und verdeutlicht die potenziellen Risiken des Extremsports. Trotz der Gefahren ist der Extremsport nicht zwangsläufig riskant. Eine umfassende Vorbereitung, das Erlernen der richtigen Techniken und das Einhalten von Sicherheitsrichtlinien können das Risiko erheblich reduzieren. Es ist unerlässlich, dass Extremsportler ihre Fähigkeiten realistisch einschätzen und sich niemals überfordern. Zudem sollten sie auf erfahrene Trainer und Guides vertrauen, die ihnen bei ihren Abenteuern zur Seite stehen.

Warum Adrenalin-Junkies weitermachen

Adrenalin-Junkies sind die wagemutigen Seelen, die stets auf der Suche nach dem nächsten Nervenkitzel sind. Sie finden ihren Lebenssinn in der atemberaubenden Intensität, die sie während ihrer riskanten Abenteuer erfahren. Für sie ist das Adrenalin wie eine magische Droge, die sie in eine andere Dimension katapultiert, in der alles möglich scheint. Es ist eine Sucht, die ihr Herz schneller schlagen lässt und ihre Sinne auf höchste Alarmbereitschaft stellt.
Warum machen sie weiter? Vielleicht liegt es daran, dass sie den Alltag und die Routine des gewöhnlichen Lebens einfach nicht ertragen können. Für sie ist die Vorstellung, in einer festgefahrenen Routine gefangen zu sein, unerträglich. Sie sehnen sich nach dem Gefühl von Freiheit und Lebendigkeit, das sie nur in den gefährlichsten Momenten finden können. Es ist eine Rebellion gegen die Konventionen und Grenzen, die die Gesellschaft ihnen auferlegt hat.
Darüber hinaus gibt es in der Welt der Adrenalin-Junkies auch eine tiefe Gemeinschaft. Sie teilen eine Sprache, die nur die Mutigsten verstehen, und finden Trost und Unterstützung bei Gleichgesinnten. Sie pushen sich gegenseitig zu immer neuen Grenzen und inspirieren sich, immer weiterzumachen. Denn nur wer seine eigenen Grenzen überschreitet, kann wahre Selbsterkenntnis und persönliches Wachstum erreichen.
Und letztendlich gibt es auch diesen unwiderstehlichen Kick, der sie antreibt. Dieses unglaubliche Gefühl, wenn sie sich in die Leere stürzen, den Boden unter den Füßen verlieren und das Leben in seiner intensivsten Form spüren. Es ist ein Rausch, der ihre Sinne überwältigt und ihre Seele zum Singen bringt. Die Adrenalin-Junkies wissen, dass das Leben kurz ist, und sie wollen jeden Moment in vollen Zügen auskosten.
Also machen sie weiter, immer auf der Suche nach dem nächsten Adrenalinschub. Sie sind die lebenden Beweise dafür, dass manchmal der größte Nervenkitzel im Leben darin besteht, alles zu riskieren, um wirklich zu leben.

Adrenalin und Vernunft

Der Extremsport ist zweifellos aufregend, doch es ist wichtig, die Balance zwischen Adrenalinrausch und Vernunft zu finden. Indem man sich den Herausforderungen bewusst stellt, aber auch die eigenen Grenzen respektiert und angemessene Vorsicht walten lässt, kann man den Nervenkitzel des Extremsports in vollen Zügen genießen. Am Ende geht es darum, das Leben voll auszukosten – mit der gebotenen Verantwortung und dem nötigen Respekt für die eigenen Grenzen. ■

unsplash

Bezahlte Anzeige



Wien ist für dich da. Tag für Tag.

Und das mit der gesamten digitalen Infrastruktur. Erledige deine erforderlichen Amtswege immer und überall über dein Smartphone. Denn die neue Version der Stadt Wien-App ermöglicht dir jetzt mit „Mein Wien“ einen personalisierten Zugriff darauf. Nutze auch du dieses praktische Angebot und richte gleich dein kostenloses Stadt Wien Konto ein!

Scanne den QR-Code und entdecke alle digitalen Angebote.

Stadt
Wien

daseinsvorsorge.wien.gv.at

Romantische Baustelle mit Wiener Charme

Das BURG.RING1 bietet mit einem außergewöhnlichen Konzept, einer freundlichen Firmenphilosophie sowie einer vielseitigen Karte Café, Bar und Speisesalon in einem.

TEXT: Larissa Bilovits



Das Ecklokal am Burgring 1, 1010 Wien

Mitten im Herzen Wiens befindet sich ein Meeting-Point der besonderen Art: Das BURG.RING1. Rund 120 Gäste drinnen und 100 Gäste im Schanigarten können hier die Neuinterpretation eines klassischen, Wiener Kaffeehauses erleben.
Die kreativen Köpfe dahinter: Lukas Bawart & Alan Bandini, die damals nach rund zweijähriger Suche nach der perfekten Location für ihre gastronomische Vision am Burgring 1 – wie auch der Name des Cafés vermuten lässt – fündig wurden. Man suchte ein Ecklokal, „das sich auf ein Platzl öffnet", erinnert sich Bandini im Gespräch mit FaktuM. Denn – „wenn man etwa den ganzen Tag in einem Büro arbeitet, wünscht man sich in seiner Freizeit einen schönen Ausblick." Und den hat man hier dank des grünen Burggartens mit dem Mozartdenkmal gegenüber sowie dem Ring als Prachtboulevard direkt vor der Türe allemal.

Aus Alt mach Neu

Wo früher ein altes Admiral Lokal hausierte, wagte man mit dem BURG.RING1 vor mittlerweile über einem Jahrzehnt einen kompletten Neustart nach dem Motto: „Aus Alt mach Neu". So wurden unter anderem Wände herausgerissen, Eingänge sowie die Bar versetzt. Für die damalige Zeit ein recht gewagtes Unterfangen, steht der erste Bezirk doch traditionell für Luxuslokalitäten mit klassischer Einrichtung, die so mancher als antiquiert bezeichnen würde. Schroffe Steinwände und alte, wiederverwendete Möbelstücke verliehen dem neueröffneten Lokal den – nicht ganz so positiv gemeinten – Beinamen „Baustelle". Während es also anfangs Kritik und schlechte Presse hagelte,

BURG.RING1

hat sich das BURG.RING1 mittlerweile genau um seiner Einzigartigkeit wegen einen Namen gemacht. „Heutzutage versteht man, wenn man reinkommt, dass das beabsichtigt ist“, scherzt Bandini.
Während tagsüber vor allem die Anrainer, Passanten und Touristen sowie Mitarbeiter der umliegenden Büros hier Speis und Trank genießen, bietet das BURG.RING1 abends einen beliebten Treffpunkt für junges Publikum. Ob als Ausgehstätte, Date-Lokal oder einfach für ein gemütliches Get-together: Während der große, offene Speisesaal bei Tageslicht auf den ein oder anderen schroff, gar frech wirken mag, verwandelt sich das BURG.RING1 bei Nacht in eine „romantische Baustelle“, wie es Geschäftsführer Alan Bandini so schön formuliert. Die Glühbirnen, die tief von den hohen Decken hängen, werden gedimmt und erinnern an ein schimmerndes Sternenzelt. Die Spitzkerzen auf den Tischen tun den Rest und tauchen das Lokal in ein gar magisches, schummriges Licht und verbreiten eine romantische Stimmung.



Abends verbreitet das BURG.RING1 einen romantischen Flair


Die beiden Teilhaber Alan Bandini & Lukas Bawart haben am BURG.RING1 ein gemütliches Zuhause für ihre Mitarbeiter als auch ihre Gäste geschaffen

Die Wiener Dreifaltigkeit

Das vielseitige Konzept des BURG.RING1 findet sich aber auch in der Speisekarte wieder. Bandini, dessen Wurzeln zur Hälfte in Italien und zur anderen Hälfte in Wien liegen, betont, dass die traditionelle Wiener Küche an diesem Standort quasi ein MUST sei: „Dementsprechend findet sich auf unserer Speisekarte die Wiener Dreifaltigkeit: Schnitzel, Gulasch, Tafelspitz.“ Um ein breiteres Publikum anzusprechen, steht aber selbstverständlich auch so manch internationaler Klassiker auf dem Menü, darunter etwa Caesar Salad, Big Club Sandwich, Premium Beef Burger oder Tasty Veggie Burger. Zudem werden hier auch zahlreiche vegetarische und vegane Gerichte angeboten.
Für all das verwendet das Küchenteam weitestgehend regionale, hochwertige Produkte. Das spiegelt sich auch in der gut sortierten aktuellen Weinkarte wider: Ausschließlich europäische Weine, viele davon aus Bio-Anbau. Ebenso wird beim Fleisch streng auf Regionalität geachtet, und vor allem auch darauf, dass es dem Tier zu Lebzeiten gut ging. So wird das BURG.RING1 mit Fleisch von Strohschweinen aus Niederösterreich und Maishenderln aus der Steiermark beliefert.

Ein Zuhause mit Wohlfühlfaktor

Das BURG.RING1 zeichnet sich neben der umfassenden Speisekarte und der einzigartigen Einrichtung besonders durch seine Wohlfühlatmosphäre aus. Das beginnt schon beim Personal: Man geht hinein und spürt sofort, wie gerne hier alle arbeiten, vom Keller bis zur Küchenkraft. Die 25 Mitarbeiter sind alle per Du und generell gibt es eine sehr flache Hierarchie. Diese Freude am Job überträgt sich dementsprechend auch auf die Gäste. Bawart & Bandini haben hier, an dieser historischen Adresse mitten in der Wiener Innenstadt, ein gemütliches Zuhause für jedermann geschaffen. ■

BURG.RING1

Beatrice Turin präsentiert duftende Neuigkeiten



Mit „Bea Crystal“ steigt Beatrice Turin in die Parfüm-Branche ein



Der Duft ist eine weitere Sprosse auf der steilen Karriereleiter der Model-Ikone

Während andere Beauty-Queens ebenso schnell von der Bildfläche verschwanden, wie sie aufgetaucht sind, ist Beatrice Turin gekommen, um zu bleiben. Seit nunmehr vier Jahren gehört sie zu den namhaftesten Prominenten des Landes – und hat sich all dies selbst erarbeitet. So gewann die 1,82 Meter große Beatrice mit 23 Jahren die Wahl zur Miss Vienna, was den Grundstein ihres weiteren Werdegangs darstellt. Seitdem arbeitet sie hart und unermüdlich an ihrer Karriere, bei der es nahezu keinen Stillstand zu geben scheint.

Nur zwei Jahre später holte sie sich den Titel der Miss Europe, welchen sie bis heute den ihren nennen darf – und machte sich damit einen internationalen Namen in der Model-Szene. Zudem verfolgte sie in den letzten Jahren ihre große Leidenschaft, das Singen, weiter. Seit 2020 lieferte Beatrice mehr als 20 Songs, die hunderttausendfach auf Spotify und auch im Radio abgespielt wurden. Kürzlich veröffentlichte sie ihr erstes Album „Gold“, womit das Multitalent einmal mehr beweist, dass alles, was sie anfasst, zu Gold wird.

Das zeigte sich auch in ihrer eben erschienen ersten eigenen Mode-Linie: Die Astrid Söll Dirndl-Kollektion by Beatrice Turin mit dem Namen „Bellice“ sorgt bei Fans und Dirndl-Liebhabern für große Begeisterung. Zahlreiche Foto-Shootings, Projekte, Catwalk und Society-Auftritte – oft in Begleitung ihres Ehemanns Heimo Turin – später wagt sie nun einen Sprung in ein gänzlich neues Segment. Und präsentiert ihr erstes eigenes Parfüm.

„Bea Crystal“ ist der ganze Stolz der Blondine und soll Frauen vor allem Luxus, Eleganz, Extravaganz und

Beatrice Turin

Selbstbewusstsein mit auf den Weg geben. Zu ihrem Eau de Parfum meint Beatrice selbst: „Mit meinem eigenen Parfüm will ich noch mehr als je zuvor alle Frauen dazu ermutigen, etablierte Konventionen herauszufordern und mit Entschlossenheit und Konsequenz ihren eigenen Weg zu gehen. Ich freue mich über jede einzelne, die ich mit meiner Geschichte und meinem Parfüm inspirieren kann."

Die Kopfnote von „Bea Crystal" kombiniert Petitgrain, schwarze Johannisbeere, französisches Lavendelöl und Mandarinenöl. Im Herzen entfaltet sich eine harmonische Mischung aus arabischem Jasmin, Orangenblüte, indischem Jasmin und Lavendel. Die Basisnote verführt mit Zedernholz, Ambra, Moschus und Madagaskar-Vanille.

Die Unverwechselbarkeit des Duftes wird auch durch das außergewöhnliche Design des Flacons unterstrichen: Ein kristallbesetzter High-Heel mit Krone. Bewundern, testen und kaufen kann man „Bea Crystal", welches passend zu Beas Nachnamen in Italien hergestellt wird, ab sofort in allen BIPA-Filialen Österreichs und in ausgewählten Parfümerien. ■





Der Flakon in Form eines kristallbesetzten High-Heels ist ebenso einzigartig wie der Duft selbst und der ganze stolz der Blondine

Beatrice Turin

Grüne Nacht feiert Grünes Herz

Rund 200 Gäste folgten der Einladung der Steirische Tourismus und Standortmarketing. Landeshauptmann **Christoph Drexler**, Landeshauptmann-Stv. **Anton Lang**, Landesrätin **Barbara Eibinger-Miedl** und STG-Geschäftsführer **Michael Feiertag** machten kräftig Stimmung für das Grüne Herz, heißt es doch in diesem Sommer *Ein Herz geht um die Welt*. Im Juli und August ruft eine Fotoaktion dazu auf, das Grüne Herz in den Urlaub mitzunehmen und vom Ausseerland bis Alaska und vom Zirbenland bis Zypern zu fotografieren und hochzuladen. Die besten Fotos werden schließlich prämiert.

Im Rahmen der Grünen Nacht packte die Steiermark aber erst einmal ihre kulinarische Kompetenz aus: mit Grillspezialitäten von **Richard Rauch** und **Robert Buchberger** über Köstliches vom Kulinarium Steiermark-Betrieb Landgut Riegerbauer bis hin zum süßen Finale mit den Pralinen von **Eveline Wild** oder Käse von Aichstern. Für die musikalische Begleitung sorgten die Band *Endlich Montag* sowie ein Gastauftritt von Johannes Lafer.

Den Grünen Event genossen unter anderem **Astrid Steharnig-Staudinger** (GF Österreich Werbung), **Christian Contola** (Thermen- & Vulkanland), **Stefan Schindler** (Oststeiermark), **Philip Borkenstein-Quirini** (Therme Loipersdorf), **Gernot Deutsch** (Heiltherme Bad Waltersdorf), **Andrea Jobstl-Prattes** und **Stefan Potzinger** (Wein Steiermark), die Schauspieler **Hary Prinz** und **Gerhard Liebmann**, **Claudia Rossbacher** (Krimiautorin), **Alexandra** und **Markus Lientscher** (ivents), **Andreas Malek** und **Michael Urban** (elements), **Arnold Oberacher** (Conos Tourismusberatung) sowie **Hannes Rinnerhofer** (Rinnerhofer Grafik Design). ■



STG-GF Michael Feiertag, LH Christopher Drexler, LR Barbara Eibinger-Miedl und LH-Stv. Anton Lang bei der Eröffnung

Geschäftsreiseverband traf sich in Graz



Präsident Roman Neumeister begrüßte die Gäste

Unter dem Motto „Alles im Aufbruch" begrüßte ABTA-Präsident **Roman Neumeister** rund vierzig Teilnehmer zur Jahrestagung, die sich über zwei Tage zog. Zum Auftakt zog Neumeister erst einmal Bilanz über die Aktivitäten, die im letzten Jahr gesetzt wurden. Wieder aufgenommene Eventreihen zählen da ebenso dazu wie die stärkere Implementierung des Themas Nachhaltigkeit oder der Beitritt zum europäischen Travelnetzwerk BT4Europe.

Zudem berichtete Neumeister über personelle Veränderungen im Verband, die sich durch Mehrarbeit ergeben hätten. So wurde **Peter Tolinger** als Generalsekretär bestellt. Der ABTA-Vorstand wird künftig durch **Georg Nader**, Geschäftsführer der BTU Business Travel Unlimited, verstärkt.

Das Fachprogramm der diesjährigen Tagung startete mit einem Update des Projekts Transflight durch **Alfred Posch** und **Annina Thaller** vom Umweltinstitut der Uni Graz. Cybercrime Insights eröffnete Oliver Hietz, Gründer des Cybercrime Komplettschutz Netzwerkes. Über den neuen Standard ISO 31030 im Travel Risk Management referierte **Wolfgang Hofmann**, Regional Security Manager Germany & Austria von International SOS. Neumeister selbst schließlich brachte den neuen Trend *Traveller Wellbeing* den Teilnehmern näher. **Angela Lille**, Travel Managerin der Erste Group und Vizepräsidentin der ABTA, beschäftigte sich unter dem Titel *Nachhaltige Geschäftsreisen – Wo stehen wir?* mit bereits erfolgten Aktivitäten der Arbeitsgruppe Nachhaltigkeit auf europäischer Ebene.

Erholung von den vielen Vorträgen fanden die Teilnehmer im Abendprogramm. Dieter Krasa, Direktor des Grazer Convention Büro, führte durch die Altstadt. Ausklingen ließ man den Spaziergang mit einem Abendessen im Landhauskeller. ■

„160 Jahre Martini" in der Wiener City



An einem echt italienischen Sommertag bat Barbaro zur Feier von 160 Jahren Martini

Die umtriebige Gastronomen-Familie rund um Padrone KR **Luigi Barbaro** sen. und seine beiden Söhne **Antonio** und **Luigi jun.** sowie die italienische Weltmarke Martini haben vor drei Jahren gemeinsam auf einem der schönsten Plätze der Wiener Innenstadt, der Freyung, den mittlerweile beliebten Italo-Hotspot für Dolce Vita-Fans ins Leben gerufen: die *Piazza Martini by Barbaro*.

Barbaro bürgt mit mediterraner Küche und charmantem Service aus der „Trattoria Martinelli" auch weiterhin für original italienisches Flair. Die italienische Marke Martini, die vor 160 Jahren in Turin gegründet wurde, kristallisiert sich als der perfekte Partner für italienischen Lifestyle im Glas heraus.

Am 29. Juni galt es schließlich, das Jubiläum der Kultmarke zu feiern: 160 Jahre Martini. Rund um das Herzstück des beliebten City Hotspots, die Majolika-Bar aus Vietri sul Mare, luden die Familie Barbaro und Martini ausgewählte Gäste in den mediterranen Gastgarten, in dem man unter Palmen, Zitronen- und Orangenbäumen echt italienisches Dolce Vita vom Feinsten genießen kann. Solo musica italiana sorgte für das richtige Feeling beim Aperitivo Italiano.

Unter den Gästen waren unter anderem der italienische Botschafter S.E. dott. **Stefano Beltrame**, Wirtschaftsstadtrat **Peter Hanke**, „Stolz auf Wien"-Geschäftsführerin **Barbara Forsthuber**, die Wiener Landtagsabgeordnete **Yvonne Rychly**, **Georg v. Liechtenstein**, Unternehmer **Heimo Turin** mit Miss Europe **Bea Turin**, Mr. Ferrari **Heribert Kasper**, „Fräulein Lutz" SchauspieNetworker und Society Beau **Mauro Maloberti** sowie Entertainer **Robert Steiner**. ■

Ulrike Rauch, TheFirstThought/Stefan Brandstetter


ORF 1
ORF. WIE WIR.
FIFA
WOMEN'S
WORLD CUP
TM
FIFA Frauen
Weltmeisterschaft™
Ab 20. Juli alle Spiele live in ORF 1
& als Live-Stream in der ORF-Fußball-App und ORF-TVthek
ORF



Und wieder Branchen-Champion in Kundenzufriedenheit

Ihre Zufriedenheit ist unsere ständige Motivation. Danke!

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

ÖGVS | Gesellschaft für Verbraucherstudien GmbH

Branchen Champion 2023

1. PLATZ
KUNDEN ZUFRIEDENHEIT
RECHTSSCHUTZ-VERSICHERER
Im Vergleich: 21 Unternehmen
Befragung 02/2023, ögvs.at/6774

News

DAS

DAS ORIGINAL IM RECHTSSCHUTZ

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

Ein Unternehmen der ERGO Group