

Fach-Magazin für Touristik, Gastronomie, Hotellerie und Großverbrauch/Industrie



Ausgabe Herbst/Winter 2/24

MG MedienGruppe GmbH, Burggring 1, 1010 Wien, 44. Jahrgang, Österreichische Post AG 6717204/226 P, Covergrafik: DALL·E Generative KI

Cover-Story

GREEN SNOW:

WAS KÜNFTIG BEI PLUS-GRADEN GEHT?

Ab Seite 14

Sorg für

A woman with dark hair is lying down in a lush green field of tall grass and red flowers. She is looking up towards the sky with a peaceful expression. She is wearing a red dress with a white floral pattern. The background shows a clear blue sky and distant hills.

Unsere Zukunftsvorsorge.

Auf wienersaetdtische.at, telefonisch
und natürlieh auch persönlieh.

#einesorgeweniger

Ihre Sorgen möehten wir haben.

morgen.



WIR GAMEN!

**Wie 5,8 Millionen Österreicher:innen
im Durchschnittsalter von 38,1 Jahren.***

Mit IP Österreich im Gaming Bereich werben und von
der hohen Aufmerksamkeit Ihrer Zielgruppe profitieren.



Video & Display / DOOH / TV / AddTV & CTV / Influencer Marketing / Gaming / CX Marketing

*GfK-Studie „Gaming in Austria 2023“

ip.at

Inhalt

Cover-Story

Schnee bei Plusgraden – geht das?

Seite 14



Cover-Story: Geht natürlicher Schnee bei Plus-Graden?



Die Insolvenzswelle rollt durch die Gastro-Branche

Seite 10



Mega-Events lassen im Tourismus die Kassen klingeln

Seite 42



Klaus Panholzer wurde mit Standing Ovations gefeiert

Seite 96



Kärntens LH Peter Kaiser zeichnete Mucha zum 70er aus

Seite 108

- 6 **Leitartikel**
Brief des Herausgebers
- 8 **Panorama**
Die heißesten Branchen-News
- 8 **Impressum/Offenlegung**
- 10 **Die Insolvenzswelle rollt**
Immer mehr Lokale sind von der Pleite betroffen. FM fragt nach, woran es liegt. Und fasst die größten Pleiten der letzten Jahre zusammen
- 30 **Veganer Fisch**
Fast Food verliert nach der Corona-Krise Marktanteile. Die Vertreter der Branche zeigen sich davon – noch – unbeeindruckt
- 42 **Der Rubel rollt**
Die heimischen Mega-Events ziehen nicht nur Fanmassen an. Sondern sorgen auch für fette Umsätze.

- 54 **Auf Sternen gebettet**
Woher die Sieben-Stern-Kategorie kommt. Und wer sich dazu zählt
- 72 **Brötchen Kunst in Linz**
Trzesniewski bittet nun auch im Herzen von Linz, in der Landstrasse, zu exquisiten Brötchen
- 80 **Heilende Reisen**
Gesundheitstourismus gewinnt immer mehr an Bedeutung. FM entführt in exklusive Kurorte rund um die Welt
- 88 **Traum-Wochenende**
Wählen Sie Ihr Ferrari-Liebblingsmodell – und gewinnen Sie
- 96 **Ehrung für Schönbrunn-CEO**
Im Rahmen einer Gala wurde Klaus Panholzer der FM-Incomingpreis 2024 überreicht
- 108 **70Grad Fahrenheit = 21° Celsius**
155 Gäste feierten mit FM-Verleger Christian W. Mucha dessen 70er auf Schloss Drasing

BRIEF DES HERAUSGEBERS

Green Snow

Kunstschnee – in Pulverqualität mit weniger Wasser als bisher, der erst bei fünf Grad Celsius schmilzt. Ist so etwas je möglich oder einfach nur irreale Utopie?

Na, das wäre eine Erfindung. Ein Meilenstein. Eine fantastische Innovation.

Wer solches erfindet, der könnte zurecht als „Gamechanger“ bezeichnet werden. Doch geht das? Ist es überhaupt möglich, Schnee zu entwickeln, der auch bei Plusgraden liegen bleibt?

Die Tourismus-Zampanos, die Seilbahnen- und Liftgesellschaften, die Wintersport-Profiteure – sie alle würden sich einen Haxen ausreißen, wenn sie ein Rezept hätten für haltbaren Schnee.

Alle leiden unter der vermaledeiten Klimakrise. Modelle zeigen, dass die Grenze, ab der Schnee dauerhaft liegen bleibt, pro Jahrzehnt um 70 bis 100 Meter steigt. Alle zittern vor dem Tag, an dem der Wintertourismus mangels der weißen Pracht das tut, was wir alle befürchten: sich endgültig verabschieden.

Denn irgendwann, wenn alles nur mehr grün ist, ist's vorbei mit der weißen Herrlichkeit

Was wären die handelnden Proponenten bereit, für den Quadratmeter Schnee, der auch noch bei fünf Grad Celsius liegenbleibt und mit dem die unweigerliche Entwicklung um Jahre hinausgezögert werden könnte, zu berappen? Schnee – wertvoll wie Gold.

Den Traum, zur Lösung dieses Problems beizutragen, habe ich persönlich schon seit Jahren.

Die Wahrscheinlichkeit, dass ich das Zeit meines Lebens noch zusammenbringe, ist freilich gering. Eines der Hauptprobleme für die Entwicklung von künstlichem Schnee ist – Sie werden es nicht glauben – das Umweltbewusstsein der Wissenschaftler, die so etwas entwickeln könnten. Die wollen einfach nicht. Haben Skrupel. Meinen, man sollte sich dem Geschäftsinteresse einer gigantischen Tourismuslobby als Wissenschaftler nicht unterordnen. Denn schließlich müsste man das, was man da an weißer Auflage in die Landschaft platziert, ja auch entsorgen. Man müsste ganz besondere Zusätze hinzufügen. Veränderungen des Schnees vornehmen, damit der länger liegen bleibt. Wie kriegt man das Zeug im Frühjahr wieder weg? Was kostet das? Wer wird das genehmigen? Wie werden die Umweltbehörden darauf reagieren?

Eines ist sicher: Finanzieren lässt sich das Ganze leicht. Denn die Lobby derer, die davon profitieren, würde all ihren Einfluss geltend machen, um dies umzusetzen, und wäre darüberhinaus bereit, eine Stange Geld für die Anwendung dieses Verfah-

rens locker zu machen. „Tagträumerei, Herr Mucha ...“, mögen Sie jetzt sagen. Reine Fiktion. Technisch unmöglich. Geht nicht. Das schafft keiner jemals.

Sie irren. Schon vor Jahren haben es Austro-Wissenschaftler geschafft, Kunstschnee so zu behandeln, dass der eine bessere Konsistenz hat und länger liegenbleibt. Das Verfahren zeigte Wirkung. Und ziemlich ermutigende Ergebnisse. Es wurde beim Umweltamt des Landes Tirol eingereicht. Doch das machte böse Miene zu einer guten Idee. Wasser dürfte nicht behandelt werden. Schluss. Aus. Verboten. Auch das Umweltministerium machte den Innovatoren einen Strich durch die Rechnung. Wie man mir erzählte, ist dieses Verfahren mittlerweile von der Schweiz entdeckt worden. Was ein gut gehütetes Geheimnis ist, über das keiner spricht und das bis dato noch nie in die Medien gelangt ist.

Ob mein Traum von „green snow“ jemals wahr wird? Keine Ahnung. Aber halten Sie mir bitte die Daumen.

Herzlichst

Ihr

Christian W. Mucha
Herausgeber



P.S.: Natürlich habe auch ich das, was die Wissenschaftler haben: Skrupel. Natürlich will ich nichts machen, was unsere Umwelt schädigt. Nur um des Profits willen. Wenn es nicht gelingt – auch kein Problem.

Freilich finden Sie in dieser Ausgabe eine Premiere in 48 Jahren FM-Historie: Erstmals hat einer der bekanntesten Wissenschaftler, Dr. Hinrich Grothe, eine fundierte Reportage zum Thema Schnee – wie er entsteht, wie man Kunstschnee herstellt, welche Alternativen es gäbe, und welche Denkansätze möglich wären, dieses vermaledeite Problem unseres Tourismus zu lösen – verfasst. Keine leichte Kost – aber eine immens spannende Lektüre. Die Pointen zum Thema, wie man „weißes Gold“ erzeugen könnte, stehen freilich nicht in dem Artikel. Sie ahnen vielleicht, warum.

Der Obige

privat



**Sie fliegen.
Wir parken.**
€ 25,-
(exklusive Parkgebühr)

Flughafen Wien

Easy Parking



Entspannter reisen – wir parken Ihr Auto und Sie sparen Zeit. Ihr Premium-Parkservice direkt beim Abflug.

Jetzt online buchen unter:
viennaairport.com/easyparking

Mehr Infos



VIE Vienna Airport

Panorama



**Österreichs Skigebiete bleiben
Touristen-Anziehungspunkte**

Wintersaison: 17 Mio. Gäste erwartet

Das sagt zumindest die Winterpotenzialstudie 2024/25 der Österreich Werbung (ÖW). 2024 planen mehr Alleinreisende, aber auch Familien und Paare, ihre Ferien in Österreich zu verbringen. Die wirtschaftliche Situation der Gäste hat sich spürbar verbessert, was zu einer optimistischeren Stimmung führt. Tourismus-Staatssekretärin Susanne Kraus-Winkler betont, dass die ökonomische Belastung durch die Inflation in den letzten Monaten gesenkt wurde, was zu einem Anstieg des Winterreiseinteresses geführt habe. Österreich liegt mit über 50 Millionen Skier Days international auf Rang zwei hinter den USA. Als Gründe für den Erfolg der Branche nennt Franz Hörll, Obmann des Fachverbandes der Seilbahnen, das unverändert attraktive Preis-Leistungsverhältnis – zum Beispiel im Vergleich mit den Preisen für das Skifahren in der Schweiz, Frankreich oder den USA –, die preisliche und inhaltliche Breite des Angebotes sowie Österreichs gewachsene und unverändert renom-

mierte Tourismus- und Gastronomie-Kompetenz. ■

Stiegl-Ambulanz: Neuer Pächter

Ab 2025 werden die Gastronomen Philipp Pracser und Miridon Berisha (Litus Group) das bierige Wirtshaus im Alten AKH „bespielen“. Zum Portfolio ihrer Litus Group zählen mittlerweile bekannte Wiener Betriebe wie „Augenweide“ und „Die Allee“. Noch bis Jahresende wird die Stiegl-Ambulanz vom bisherigen Pächter betrieben. Die Neueröffnung ist für Mai 2025 geplant. Bevor frischer Wind einzieht, wird umgebaut. „Wir wollen die Bierwelt innovativ und modern präsentieren. Abgerundet wird das Ganze mit einem authentischen Speisenkonzept“, so Pracser. ■



Privatsphäre versprechen die Residenzen der Vila Vita Pannonia

Entschleunigung im Seewinkel

Idyllisch gelegen im burgenländischen Seewinkel mitten in einem über 200 Hektar großen Naturareal erstreckt

sich das Vila Vita Pannonia. 80 Kilometer von Wien entfernt, lädt es ein, in der Ruhe Kraft zu tanken. Und auch den Körper wieder aufzuladen. Neben Joggen und Nordic Walking bietet sich an sonnigen Wintertage ein Radausflug entlang des Neusiedlersees an. Und natürlich ein ausgedehnter Spaziergang in den Ökopark. Wenn sich dann die Sonne am Horizont verabschiedet und die Temperaturen noch einmal anziehen, lockt der Wellnessbereich zum Besuch. Großzügige Pools in- und outdoor sowie das Saunadort laden zur Entspannung ein. So richtig heiß wird es dann in der Panorama-Selbstaufguss-Sauna. Geboten werden zudem Massagen, professionelle Beautytreatments und Körperanwendungen.

Das Vila Vita Pannonia bietet aber auch Erholung in völliger Privatsphäre in einer der luxuriösen Residenzen. Direkt am Wasser in einer Privatbucht finden sich die lakeside-Residenzen. Die großen Panoramafenster erlauben einen Ausblick in die umgebende Naturlandschaft. Die Residenzen sind zusätzlich mit einer finnischen Sauna ausgestattet. Den Blick auf den Naturpark „Pannonia Hills“ geben die hohen Fenster der parkside-Residenzen frei.

Am Abend trifft man sich dann in einem der drei Restaurants wieder, die von burgenländischen Spezialitäten bis zur Gourmetküche des Seerestaurant „Die Möwe“ ein breites Spektrum abdecken. Oder nimmt seinen Schlummertunk an einer der drei Bars.

Storchengasse 1, 7152 Pamhagen

<https://vilavitapannonia.at> ■

Impressum: Medieninhaber & Verleger: MG MedienGruppe GmbH, 1010 Wien, Burggasse 1/7

Redaktion und Anzeigenverwaltung: Telefon: (01) 522 1414 **E-Mail:** fm-online@mgmedien.at **Internet:** www.fm-online.at **Herausgeber:** Christian W. Mucha **Chefredaktion:** Christian W. Mucha, Ekaterina Mucha, Ulrich Bentz (Ltg) **Redaktion:** Daniel Gottfried, Silke Mitteregger, Christian Prenger, Philipp Schütz **Anzeigen-Disposition:** Mario Kaincz **Produktion:** Tommy Spicka **Lektorat:** Moritz Hell **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne GesmbH, 3580 Horn, Wiener Straße 80 **Versand:** Printex **Bankverbindung:** Erste Bank, IBAN: AT572011183767147200, BIC: GIBAATWWXXX **Jahresabonnement:** € 12,-. Alle Artikel mit der Unterzeile „Werbung“ 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 haftet der Auftraggeber der entsprechenden Einschaltung. Allfällig gestellte Fragen – etwa in Polit-Advertorials – werden ausdrücklich nicht von der Redaktion, sondern stets vom Auftraggeber formuliert und gestellt. Sohnt ist jeder Textbaustein in jeder Textanzeige einzig dem Auftraggeber zuzuschreiben und von ihm zu verantworten – niemals trägt dafür die Redaktion oder die MG MedienGruppe Verantwortung. **Offenlegung nach Mediengesetz: Medieninhaber:** MG MedienGruppe GmbH, 1010 Wien, Burggasse 1/7 **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.

MVC
MOTORS

DER NEUE FORD PUMA

WIE GEMACHT FÜR DIE STADT



Aktionspreis ab
€ 25.844,-*
inkl. MwSt.

DER NEUE FORD PUMA

Der neue Ford Puma EcoBoost Hybrid ist mit seinem sportlichen Exterieur und intuitiver Innenraumgestaltung perfekt für das urbane Leben geeignet. Der dynamische SUV bietet Ihnen smarte Lösungen wie die Ford MegaBox für zusätzlichen Stauraum im Kofferraum und ein einzigartiges Fahrerlebnis mit Premium-Komfort.

* Unverbindlich empfohlener, nicht kartellierter Aktionspreis (beinhaltet Importeursbeteiligung) inkl. USt, NoVA und samt 5 Jahre Garantie, beschränkt auf 100.000 km. Ford Puma: Kraftstoffverbrauch kombiniert 5,4-6,3 l/100 km, CO₂-Emission kombiniert 121-143 g/km; Ford Puma ST: Kraftstoffverbrauch kombiniert 6,0-6,5 l/100 km, CO₂-Emission kombiniert 136-146 g/km (Prüfverfahren: WLTP). Vorbehaltlich Änderungen, Irrtümer und Druckfehler. Symbolfoto.

Ihr MVC MOTORS Verkaufsteam berät Sie gerne!

www.mvcmotors.at



MVC WIEN-NORD

Brünner Straße 66, 1210 Wien
T +43 1 277 80-0
E wiennord@mvcmotors.at

MVC WIEN-SIMMERING

Simmeringer Hauptstraße 261, 1110 Wien
T +43 1 760 77-0
E wienzimmering@mvcmotors.at

MVC WIEN-WEST

Guldengasse 1A, 1140 Wien
T +43 1 878 11-0
E wienwest@mvcmotors.at

MVC BRUNN

Wiener Straße 152, 2345 Brunn/Gebirge
T +43 2236 31 600-0
E brunn@mvcmotors.at

Insolvenzwelle rollt über die Gastronomie

Österreichs Lokalbetreiber kämpfen: Immer mehr Betriebe müssen schließen, die Pleitewelle rollt durchs Land und bringt zahlreiche Unternehmer an ihre finanziellen Grenzen. Steigende Kosten und sinkende Gästezahlen verschärfen die Lage zusätzlich.

TEXT: SILKE MITTEREGGER



Heuer soll laut Wirtschaftskammer die Negativ-Rekordmarke von 7.000 Lokalschließungen erreicht werden

Österreichs Gastronomiebranche steht unter starkem Druck. In den letzten Jahren ist die Zahl der Insolvenzen kontinuierlich gestiegen, was auf eine Mischung aus wirtschaftlichen und strukturellen Herausforderungen zurückzuführen ist. Steigende Betriebskosten und Veränderungen im Konsumverhalten setzen Gastronomen stark zu. Hinzu kommen die Auswirkungen der Pandemie, von der sich viele Betriebe nicht vollständig erholen konnten, sowie die jüngste Inflation, die sowohl den Betreibern als auch den Gästen ein tiefes Loch in die Tasche reißt.

Außerdem werden die Überbrückungskredite, die zu COVID-Zeiten vergeben wurden, nun fällig – und viele können die Schulden nicht zurückzahlen.

Gründe für die Insolvenzen

Die Kombination dieser Faktoren hat zur Folge, dass immer mehr Restaurants und Cafés den Betrieb einstellen müssen. Das „Bermuda Bräu“ ist nur eins von vielen Lokalen, das in die Pleite geschlittert ist. Weitere prominente Namen sind der Kult-Wirt „Hausmair's Gaststätte“, das Haubenlokal „Die Sattlerei“ oder das

„Mozaik“, die alle im Oktober ihre Insolvenz öffentlich machten. Andere bekannte Lokale wie die „Prateralm“, „burg.ring 1“ oder das „Café Wortner“ mussten dies schon früher im Jahr machen. Gründe für die gehäuften Konkurse sind unter anderem massive Umsatzrückgänge durch die Auflagen während der COVID-Pandemie und das danach geänderte Konsumverhalten der Bevölkerung. „Die Leute haben sich in der Zeit der Lockdowns daran gewöhnt, weniger fortzugehen. Und sie haben durch die steigende Inflation auch weniger Geld zur Verfügung als früher“, verrät ein Kenner der Szene.

Rekordwert an Pleiten erwartet

Die Zahl der Insolvenzen in der Gastronomie- und Hotellerie-Branche verzeichnete 2023 einen bemerkenswerten Anstieg von 19 Prozent gegenüber dem Vorjahr und erreichte damit einen Höchststand seit mehreren Jahrzehnten. Zum Vergleich: Der durchschnittliche Zuwachs bei Unternehmensinsolvenzen lag bei 13 Prozent. Insgesamt gingen 2023 in Österreich fast 6.000 Gastro-Unternehmen in die Pleite. Für 2024 sieht die Prognose noch bitterer aus: Im ersten Halbjahr meldete der KSV1870 bereits 3.298 Insolvenzen, was einem Anstieg von 26 Prozent gegenüber dem Vorjahr entspricht. In absoluten Zahlen ausgedrückt sind das 18 Betriebe täglich, die zusperren müssen. Bis zum Jahresende wird mit einem Rekordwert von etwa 7.000 Insolvenzen gerechnet.

Überbrückungskredite jetzt fällig

Ein weiterer Grund, neben den oben genannten, für diese Steigerung an Konkursen sind die „staatlichen Besicherungen“ (Überbrückungskredite während der Pandemie), die nun fällig werden. Die wirtschaftliche Lage hat gezeigt, dass es nur wenigen Betrieben möglich war, ihre Kredite innerhalb von drei Jahren zu tilgen. „Es wurden ca. 3.300 Überbrückungskredite vergeben, die jetzt zurückgezahlt werden müssten. Bei etwa 30 Prozent wird das nicht möglich sein“, erklärt Peter Dobcak, Fachgruppenobmann der Sparte Gastronomie der WK Wien. Weiter sagt er: „Es zeigt sich, dass die Banken aufgrund der Vorgaben in ihren Handlungen eingeschränkt sind – sie können die Kredite gar nicht verlängern“. Dobcak nimmt hier auch die Politik in die Verantwortung: „Sich immer auf Brüssel und auf die von dort kommenden Vorgaben herauszureden, geht nicht. Da muss man sich als verantwortungsvolle Regierung stattdessen eine Lösung einfallen lassen.“

Temporäres Aus

Viele Insolvenzen führen nicht zwangsläufig zur endgültigen Schließung. Manches Lokal eröffnet unter neuer Leitung wieder. Dadurch bleibt die Gesamtzahl an Gast-



Das „Bermuda Bräu“ in der Wiener Innenstadt ist in die Pleite geschlittert



Auch das „burg.ring 1“ musste im September seine Insolvenz bekannt geben

ronomiebetrieben in Österreich stabil bei etwa 44.000. Ein prominentes Beispiel für solche Wiedereröffnungen ist die „Roberto American Bar“ in Wien, die zu Jahresanfang mit gleich drei Standorten und Passiva in Höhe von über 2 Millionen Euro in die Insolvenz rutschte. Die erste dieser drei Bars im 1. Bezirk, früher informell „Roberto 1“ genannt, wurde nun unter dem Namen „SameSame-Bar“ wiedereröffnet.

Erfolg oft standortabhängig

Eine Erhebung des KSV1870 in Zusammenarbeit mit RegioPlan Consulting

zeigt, dass der wirtschaftliche Erfolg gastronomischer Betriebe auch stark vom Standort abhängt. Die Nähe zu Geschäften, Arbeitsplätzen und guten Verkehrsanbindungen spielt eine wesentliche Rolle, ob ein Betrieb auf Dauer überleben kann oder nicht. Außerhalb der großen Städte und Ballungszentren verzeichnen viele peripher gelegene Lokale vermehrt Insolvenzen, während touristische Hotspots und Stadtzentren weiterhin attraktiv für Neugründungen sind. Diese Rechnung geht aber nicht immer auf. Obwohl Wien durch hervorragende Infrastruktur, kurze Wege und ein vielfältiges Angebot für Gründer



Es kommen kaum noch Gäste: Immer mehr Lokale bleiben mittlerweile leer

attraktiv ist, verzeichnet die Bundeshauptstadt die höchste Insolvenzichte mit 0,24 Fällen je 1.000 Einwohner. „Durch die hohe Zahl an Einwohnern, Arbeitsplätzen und Freizeitangeboten steigen einerseits zwar die Gründungen, doch aufgrund der vermehrten Konkurrenz werden gleichzeitig auch mehr Insolvenzen verzeichnet“, so Karl-Heinz Götze vom KSV1870.

Forderungen der Gastronomie

Zusätzlich zu den finanziellen Herausforderungen belasten verschärfte Regulierungen und Steuererhöhungen die Gastronomie. Die Branche fordert eine Reihe von Maßnahmen, um das drohende „Gastro-Sterben“ zu verhindern. Die Vorschläge der Betriebe umfassen unter anderem eine

Senkung der Mehrwertsteuer auf fünf Prozent sowie die Reduktion der Lohnnebenkosten um 25 Prozent. Auch ein spezieller Gastro-Liquiditätshilfekredit wird als mögliche Rettungsmaßnahme genannt, um die Fixkosten für Betriebe über einen längeren Zeitraum stunden zu können. Flexiblere Sperrstunden könnten ebenfalls helfen, den wirtschaftlichen Spielraum der Gastronomie zu erweitern und neue Kunden anzulocken.

Harte Zeiten für Lokaltreiber

Die wirtschaftlichen Herausforderungen sind für Lokaltreiber unbestreitbar hart. Hohe Energie- und Rohstoffkosten, die durch die Inflation befeuert werden, zwingen viele Betriebe in die Knie. Die Kosten für Miete und Personal sind in den letzten Jahren rasant gestiegen und treiben Unternehmer an ihre finanziellen Grenzen. In einer Zeit, in der Konsumenten mehr auf ihr Budget achten und weniger oft auswärts essen oder abends ausgehen, steht Österreichs Gastronomie vor einem Wandel. Die nächste Zeit wird zeigen, ob und wie die Branche ihre Anpassungsfähigkeit nutzen kann, um den aktuellen Herausforderungen zu begegnen. ■

Die 15 größten Gastro-Pleiten der letzten beiden Jahre

Nr.	Lokal	Passiva (in Mio.)	Betroffene Mitarbeiter	Bundesland
1	LaLesco	7,54	2	OÖ
2	Restaurant Servus	6,50	12	W
3	Burgerista	5,46	148	OÖ
4	Ristorante Fratelli	4,50	33	W
5	Levante, Il Tempo	4,50	60	W
6	Gxunderia	3,59	11	OÖ
7	Mole West	3,30	29	B
8	Peter Pane	3,09	32	T
9	Auszeit, Cool Mountain	3,00	10	S
10	Taste! Am Donaukanal	2,50	7	W
11	Roberto American Bar	2,40	25	W
12	Skihütte Sunnegg	2,30	-	V
13	Labonca Biohof	1,97	1	STMK
14	Pizzeria Rustika-Oetz	1,93	3	T
15	Bela Italia Steyr	1,86	6	OÖ

The logo consists of the letters 'NV' in a bold, sans-serif font. The 'N' is yellow and the 'V' is white, both set against a blue rectangular background that is tilted slightly to the right.

NV

The background of the advertisement is a photograph of an elderly woman with grey hair and a young girl with long brown hair. Both are wearing winter hats and sweaters and are smiling warmly at the camera. The girl is wearing a yellow beanie and a dark red sweater, while the woman is wearing a dark blue turtleneck. They appear to be outdoors in a park-like setting with trees in the background.

**Da können wir
unbeschwert sein.**

Nähe verbindet.

Unsere Niederösterreichische Versicherung

[nv.at](https://www.nv.at)

Green Snow – Schnee bei

Wärmere Winter, weniger Schnee: Der heimische Wintertourismus gerät angesichts des Klima Kopf darüber, auf welchem passenden Untergrund man auch bei Plusgraden den Hang hinunter



Plusgraden: Geht das?

wandels unter Druck. Doch die Forschung ist schon weiter. Wissenschaftler zerbrechen sich den wedeln kann.

TEXT: HINRICH GROTHE





Alternativer Untergrund für den beliebten Wintersport: Sand

Wenn die Temperaturen um den Gefrierpunkt schwanken und sich früh Dunkelheit über das Land legt, dann wächst die Ungeduld. Sehnt man sich doch schon den Schnee herbei, der in unseren Breitengraden im Winter zu fallen pflegt. Allerdings nicht regelmäßig. Und auch nur selten in der gewünschten Form: als Pulverschnee. Dies ist die Schneeart, die sich dadurch auszeichnet, dass sie leicht und weich ist und aus losen, frischen Eiskristallen besteht. Pulverschnee hat ein hohes Schnee-zu-Flüssigkeit-Verhältnis, was ihn aufgrund seines geringen Gewichts, Weichheit und Glätte ideal zum Skifahren macht. Er bietet Skifahrern und Snowboardern im Vergleich zu anderen Schneearten ein sanftes und angenehmeres Erlebnis. Wegen dieser einzigartigen Eigenschaften, die so auch ein aufregenderes Wintersporterlebnis

ermöglichen, ist er sehr begehrt. Doch Schnee liegt nicht zwangsläufig immer pulverförmig vor. Es gibt eine Reihe von anderen Schneesorten (feuchter, körniger, kompakter Schnee, Schneepellets oder Hagelgranulat), die zum Teil deutlich unangenehmer zu befahren sind und die auch das Verletzungsrisiko erheblich erhöhen können.

Damit sich Schnee bilden kann, muss es in einer Wolke zum Phasenübergang von flüssig nach fest kommen. Während des Schneefalls wächst die Schneeflocke in Abhängigkeit von Feuchtigkeit und Temperatur in den Höhenbereichen, durch die sie fällt. Der Start dieses Gefrier- und Wachstumsvorgangs findet in reinem Wasser aber erst bei -38°C statt. Deshalb braucht es für den Schneefall einen „Nukleationskeim“ (dies ist kein biologischer Keim, der Infektionen auslöst, sondern ein Aerosolpartikel). Der „Nukleationskeim“ ist oft

ein Mineralstaubpartikel oder ein biologischer Partikel (tote Fragmente von Pilzsporen, Bakterien oder Pollen). Diese Partikeln wirken wie ein Katalysator und setzen die Aktivierungsbarriere für den Gefriervorgang herab, so dass der Phasenübergang bereits bei wenigen Graden unter null stattfinden kann.

Das heißt: Schnee bildet sich zwar nicht zwangsläufig unterhalb von 0°C , schmilzt aber immer bei Temperaturen oberhalb von 0°C . Dies offenbart das Dilemma der Wintersportgebiete in niedrigen und mittleren alpinen Lagen. Aufgrund des später einsetzenden Winters und den langfristigen Auswirkungen des Klimawandels im alpinen Raum kann die Skisaison erst spät gestartet werden. Und dabei ist die Qualität des Schnees oftmals unbefriedigend.

Formen von Kunstschnnee

Künstliche Beschneieung ist eine Möglichkeit, um bei unzureichenden meteorologischen Bedingungen Wintersport zu ermöglichen. Mit kommerziellen Beschneieungsanlagen und Schneekanonen lässt sich auch bei geringen Minusgraden eine Skipiste regelmäßig präparieren. Dabei entsteht künstlicher Schnee mit teilweise sehr unterschiedlichen Eigenschaften. Aber es entsteht fast nie der so geliebte Pulverschnee.

Diesem ist man in einem von der Österreichischen Forschungsförderungsgesellschaft (FFG) geförderten Brückenprojekt nähergekommen. Dabei konnten Wissenschaftler im Tiroler Skigebiet Obergurgl-Hochgurgl erste Prototypen für die künstliche Beschneieung testen, die durch Überschallexpansion bei Plusgraden Schnee erzeugen bzw. bei tiefen Temperaturen künstlichen Pulverschnee entstehen lassen.

ORF ON

emoti on

Die neue Streamingplattform
Jetzt App downloaden

ORF
ON



Derzeit setzt man auf Wasser, um via Schneekanonen Pisten zu beschneien

Auch wurde untersucht, ob die gezielte Auswahl des Beschneiwassers einen positiven Einfluss auf die technische Schneeerzeugung hat. Aufgrund einer Gesetzesänderung wurde die Forschungstätigkeit allerdings vorzeitig vom Feld ins Labor verlagert.

Schneegewinnung bei höheren Temperaturen

Es gibt also technische Möglichkeiten, auch bei Plusgraden Schnee zu erzeugen, indem man Wasser unter hohem Druck gemeinsam mit Luft durch eine Düse presst. Dabei kommt es zur Ultraschall-expansion hinter der Düse und es wird Wärme in Arbeit umgewandelt. Diese Wärme wird der Luft und damit auch den Wassertropfen entzogen und der Tropfen gefriert. Pulverschnee ist so zwar nicht möglich, aber mit einem extrem hohen Energieaufwand ließen sich rein theoretisch auch großflächig Pisten beschneien. Einzige Ein-

schränkung dabei: Der Schnee auf dem Boden schmilzt bei Temperaturen über null Grad. Dazu wurden wiederum erste Versuche durchgeführt, mit dem Einsatz von Wärmetauschern dem Untergrund die Wärme zu entziehen. Eine Wärmepumpe könnte diese Energie zum Heizen eines Schwimmbads oder einer Saunalandschaft verwenden. Aus ökologischer Sicht ist dies allerdings fragwürdig, da die Böden geschädigt werden und es zur Boden-erosion kommen kann. Insgesamt muss man die gesellschaftlich relevante Frage stellen, wie viel Kulturlandschaft man bereit ist zu zerstören, um einen Wintertourismus zu fördern, an dem nur ein geringer Teil der Bevölkerung einen (wirtschaftlichen) Nutzen hat.

Eine schonendere, aber bei weitem noch umstrittenere Möglichkeit sind die kontrollierte regionale Wetterveränderung und die gezielte Auslösung von Niederschlägen. Diese Art des Geo-Engineerings wird von dem

UAE Research Program for Rain Enhancement Science (UAE-REP) gefördert und erprobt. Dazu werden Substanzen in die Wolken injiziert, z.B. Silberhalogenid, Proteine, Silicate, etc., die dort einen Phasenübergang zum Eis auslösen und zum Wachstum der Wolkenpartikeln beitragen, sodass es zu einem lokalen Niederschlag kommt. Durch künstliche Wolkenbildung in großer Höhe (ohne Niederschlag) kann zusätzlich auch eine überregionale Abkühlung verursacht werden. Einfallende Sonnenstrahlung wird an solchen hohen, dichten Wolken reflektiert und gestreut. Dadurch fällt die Sonnenstrahlung mit geringerer Intensität auf die Erdoberfläche und diese wird weniger stark aufgewärmt. Überregionale Kühlung und gezieltes Auslösen von Schneefall könnten die Wintersaison wieder in den Spätherbst vorverlegen. Allerdings ist dies ein riskantes Unterfangen, da es keine gesicherten geophysikalischen Daten zu den Auswirkungen und eventuellen unerwünschten Nebeneffekten gibt.

Von Matten bis Sand

Schnee ist ein molekularer Festkörper, der aus H_2O besteht. Wasser zeigt eine Reihe von physikalischen Anomalien, die alle auf die Eigenschaft des Wassers zurückgehen, dass es in der Lage ist, starke intermolekulare Wechselwirkungen zwischen den H_2O -Molekülen zu bilden, sogenannte Wasserstoffbrückenbindungen. Dadurch schmilzt Wasser, obwohl es ein sehr kleines Molekül mit geringer Masse ist, erst bei relativ hoher Temperatur ($\geq 0^\circ C$) und die Schmelzkurve hat eine negative Steigung, d.h. eine Druckerhöhung auf Eis führt zum Anschmelzen der Oberfläche. Eis bildet außer-

Eintauschen & sparen

BETTER  WAY

**Trade-In Service - Eine MediaMarkt
Geschenkkarte erhalten oder
gleich beim Neukauf sparen.**

**Smartphones • Tablets • Smartwatches
Notebooks • MacBooks • iMacs • Kameras**

- Nachhaltige Lösung dem Gerät ein zweites Leben zu schenken
- Sichere Datenentfernung
- Fairer Ankaufpreis

powered by

 **Foxway**



Hier Altgeräte-Wert checken



Immer öfter ziehen sich Skipisten wie weiße Bänder ins Tal

dem eine molekular ungeordnete Oberfläche, die den Gleitvorgang ermöglicht. Es ist also schwierig, ähnliche molekulare Materialien zu finden, die einen noch höheren Schmelzpunkt haben und auf denen man gleiten kann. Die wohl bekannteste Möglichkeit sind Kunststoffmatten, die man häufig auch an Skiliften findet, um das Ein- und Aussteigen zu erleichtern. Der Ski oder das Snowboard gleitet zwar auf einer Kunststoffmatte ähnlich wie auf einer Schneeoberfläche, aber in der Steillage ergibt sich auf einer Kunststoffmatte ein hohes Verletzungsrisiko, weil man hart fällt. Auch wird diese Form des Sommerskifahrens von den Sportlern nicht gut aufgenommen, da das Fahrgefühl unbefriedigend und der Fahrspaß sehr begrenzt ist. Eine andere Möglichkeit bildet feiner Quarzsand (SiO_2). In den Vereinigten Arabischen Emiraten wird „Snowboarden“ in der Wüste angeboten. Bei dieser Variante ist das Fahrvergnügen offensichtlich dem Wintersport sehr ähnlich. Die SiO_2 -Kristalle sind relativ klein und der Sand ist ein feines „Pulver“, auf dem man

wedeln kann, und auch ein Sturz wird entsprechend gedämpft. Ob sich diese Form des Abfahrtslaufs auch in Österreich etablieren lässt, darf bezweifelt werden.

Zukunftsmusik

Neben Matten und Sand lassen sich aber noch andere Alternativen andenken, die Wintersport bei Plusgraden ermöglichen könnten. Denn es gibt Substanzen, die Wasser einlagern und die nicht bei null Grad schmelzen und versickern. Etwa kristalline Hydrate, in denen das Wasser in den Kristallverband eingelagert ist. Oder Gele aus einer organischen Matrix und eingebetteten Wasserclustern. Im Folgenden werden einige Möglichkeiten vorgestellt. Allerdings: Es gibt hierzu noch keine Experimente oder Erfahrungen. Es handelt sich hierbei also nicht um kurzfristige reale Alternativen.

Dendritische Hydrate

Kristalline Dendriten sind baumartige Strukturen, die sich beim Erstarren geschmolzener Subs-

tanzen bilden. Sie zeichnen sich durch ihre verzweigten, fraktalartigen Muster aus, die während des Erstarrungsprozesses entstehen. Kristalline Dendriten bilden sich, wenn ein Material aus einem flüssigen Zustand heraus schnell abkühlt oder erstarrt. Während das Material abkühlt, ordnen sich die Moleküle zu einer sich wiederholenden Kristallstruktur an, aber dieses Wachstum ist nicht gleichmäßig. Bestimmte Kristallflächen wachsen schneller als andere, was zu den verzweigten, baumartigen Mustern von Dendriten führt.

Kristalline Hydrate sind eine Art von festen Verbindungen, die Wassermoleküle in ihre kristalline Struktur einschließen. Diese Wassermoleküle, die als „Kristallisationswasser“ oder „Hydrationswasser“ bezeichnet werden, spielen eine entscheidende Rolle bei der Stabilisierung des molekularen Netzwerks der Verbindung und der Verbesserung der Effizienz der Kristallpackung.

Gele

Ein Gel ist ein kolloidales System, in dem ein poröses Netzwerk aus miteinander verbundenen Nanopartikeln das Volumen eines flüssigen Mediums überspannt, was zu einem geleeartigen Material führt, das größtenteils flüssig ist, aber die strukturelle Kohärenz eines Feststoffs aufweist. Einige Hauptmerkmale von Gelen:

Gele bestehen aus einer Flüssigkeit (häufig Wasser), die in einem festen Netzwerk verteilt ist, was ihnen eine halb feste, geleeartige Textur verleiht.

Gele können weich und schwach oder hart und zäh sein, und viele weisen eine Thixotropie auf – sie werden flüssig, wenn sie bewegt werden, verfestigen sich aber, wenn sie ruhen.



Services
jetzt online
buchen:
ab € 11,-

Mit dem Flughafen Wien stressfrei abheben.

Die besten Services für Ihre entspannte Reise:



Lounges

Die Zeit vor dem Abflug genießen und entspannt abheben.



FastTrack

Weniger Wartezeit durch den extra Zugang zum Security Check.



Begleit-Service

Auf dem schnellsten Weg durch den Flughafen, begleitet von Ihrem persönlichen Betreuer.



Gepäck-Service

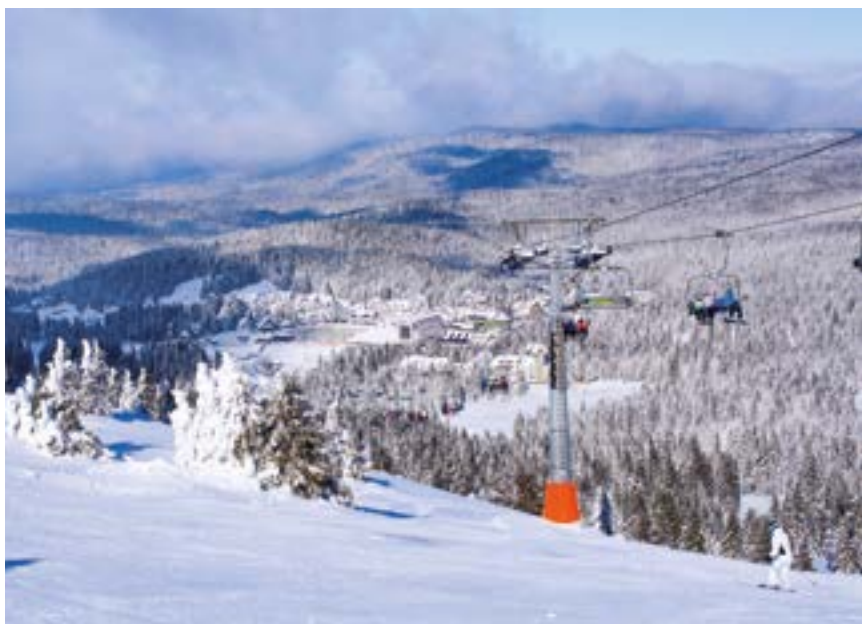
Unbeschwert Abfliegen oder Ankommen: Wir kümmern uns um Ihr Gepäck.

Mehr Infos



vie-shop.viennaairport.com

VIE Vienna
Airport



Dank Klimawandel wird dieses Bild zur Ausnahme: Winterlandschaft und Skipisten mit natürlichem Schnee

Schaum

Schaum ist ein leichtes, luftiges Material, das durch Einschluss von Gasblasen in einer Flüssigkeit oder einem Feststoff entsteht. Er besteht aus einer großen Anzahl sehr kleiner Blasen und kann je nach seiner Zusammensetzung verschiedene Formen annehmen.

Einige der wichtigsten Merkmale von Schaumstoff sind:

- a) Dispergierte Medien mit Gasblasen unterschiedlicher Größe, die durch Flüssigkeitsbereiche getrennt sind, die dünne Filme bilden.
- b) Feste Schaumstoffe können als offenzellig (miteinander verbundene Poren) oder geschlossenzellig (diskrete Gastaschen)

klassifiziert werden. Schaumstoffe können durch Zugabe von Substanzen wie Seifen, Reinigungsmitteln, Proteinen oder anderen Stoffen stabilisiert werden, die verhindern, dass die Gasblasen zusammenwachsen.

Diskussionsbedarf

Forschungsbedarf in Bezug auf den alpinen Wintersport gibt es also noch einigen. Der Wintertourismus ist für Österreich schließlich eine wichtige Einnahmequelle, die zu versiegen droht. Trotzdem muss man sich überlegen, wie weit man bereit ist, zu gehen, um diesen Geschäftszweig in Anbetracht einer signifikanten, überregionalen Klimaveränderung aufrecht zu erhalten. Nicht alles, was sich theoretisch verwirklichen lässt, sollte man aus ökologischer Sicht auch tatsächlich umsetzen. Und man sollte bedenken, dass der alpine Raum Menschen, Fauna und Flora gleichermaßen eine einzigartige Heimat bietet, die es zu erhalten gilt und die sich hoffentlich den klimatischen Änderungen, denen wir alle ausgesetzt sind positiv anpassen wird. ■

BIOGRAPHIE UNIV. PROF. DR. HINRICH GROTHE



Dr. Hinrich Grothe ist Professor für Physikalische Chemie der Atmosphäre am Institut für Materi-

alchemie der TU Wien. Er studierte Chemie an der Leibniz Universität Hannover, Deutschland, wo er auf dem Gebiet der Tieftemperaturchemie promovierte. Dr. Grothes derzeitige Forschungsinteressen liegen im Bereich der heterogenen Eisbildung, die durch biologische Partikeln ausgelöst wird, die von alpinen Wäldern emittiert werden. Außerdem interessiert er sich für Aerosolchemie und Gefrierprozesse in Wolken.

Dr. Grothe leistet einen wichtigen

Beitrag zur Europäischen Geowissenschaftlichen Union (EGU), wo er Leiter der Sektion Atmosphärische Chemie & Aerosole ist. Jedes Jahr organisiert er eine Sitzung zur atmosphärischen Eisbildung auf der EGU-Generalversammlung. Darüber hinaus hat er eine Reihe von Workshops für junge Wissenschaftler über die Mikrophysik von Eiswolken und Bioaerosolen organisiert. Sein ultimatives Ziel ist es, den perfekten Eiskeim der Natur zu finden. ■

Winterzeit im Golden Hill

Anhalten. Innehalten. Die Magie der südsteirischen Winterruhe, kombiniert mit dem Luxus eines völlig ungestörten Chaleturlaubs auskosten. Das ist die kalte, kuschelige Jahreszeit im Golden Hill.

Mit einer Tasse heißer Schokolade ins knisternde Kaminfeuer blinzeln. Sich genussvoll auf der Kuschelinsel im Chalet ausbreiten und mit einem guten Buch in der Hand Zeit und Raum vergessen. Es sind die einfachen Dinge, die während der Winterauszeit im Golden Hill wieder an Bedeutung gewinnen. Und eben auch die besonders luxuriösen!

Wellness ganz privat

Die südsteirische Winterruhe ist anders. Ruhiger, gemächlicher und fast schon mystisch. Statt Ski-Getümmel wandert man andächtig durch die Nebelschwaden der Altenbachklamm. Entdeckt mit Schneeschuhen die Weinberge. Lässt die von Mutter Natur gut durchblutete Haut noch mit einem Beauty-Treatment im eigenen Chalet verwöhnen. Gibt sich der wohligen Wärme in der privaten Sauna, einer Massage vorm Kamin im Chalet oder genüsslichen Zügen im angenehm warmen Infinity-Pool hin. Lässt sich vom Yoga-Teacher durch eine bewegendende Stunde im Kerzenlicht leiten.

Mehrfach ausgezeichnet

Ja, in diesem schon vielfach ausgezeichneten Hideawayshotel für Erwachsene mit seinen nach allen Regeln der Kunst ausgestatteten fünf Luxus-Chalets, einem Premium Chalet mit Pool sowie einem extravaganteren Panorama-Loft findet jeder Zeit und Platz, um anzuhalten. Innezuhalten. Und den entschleunigten Winter im kleinen Paradies von Barbara und Andreas Reinisch ganz für sich zu genießen. Egal ob zum romantischen Advent-Getaway, dem Weihnachtsfest oder dem glamou-



Wunschlos-glücklich-Feeling im Premium Chalet Steppenfuchs mit ganzjahresbeheiztem Infinity-Pool

ösen Jahreswechsel im Chalet – durch ein erstklassiges kulinarisches (Rahmen-)Programm verspricht das Golden Hill immer eine unvergessliche Zeit.

Kochen mit der Gastgeberin

Absolutes Highlight: ein Kochkurs der Sonderklasse mit der Gastgeberin persönlich. Im stimmungsvollen Ambiente des Golden Hill Lofts, das durch seine Show-Küche im „Officine Gullo“-Stil begeistert, wird ein fünfgängiges, erlesenes Winter-Gourmetdinner kredenzt. Welcome-Schluck und finales gemeinsames Schmausen inklusive, verbringt man wunderbar stimmungsvolle Abende, die man so schnell nicht vergisst. Und die das Golden Hill mit zu einem Ort machen, von dessen Zauber man nicht gewusst hat, bevor man ihn gesehen hat.

Luxusurlaub zur off season!

Während der OFF SEASON eröffnet sich im Golden Hill die Chance, den Luxusurlaub zu Kennenlern-Preisen zu genießen. Von 5. November bis 12. Dezember 2024 und von 13. Jänner bis 16. März 2025 ab Euro 295,- pro Person und Nacht je nach Chalet. ■

Golden Hill Country Chalets & Suites

Waldschach/Steinfuchsweg 2
A-8505 St. Nikolai im Sausal

+43 (0) 650 350 59 36
welcome@golden-hill.at

www.golden-hill.at

Ein Stück lebendige Geschichte



Vor 90 Jahren erfolgte die erste Alpenüberquerung auf der noch unfertigen Großglockner Hochalpenstraße. Heute warten auf dieser spektakulären Panoramaroute unberührte Natur und kulturelle Highlights auf die Besucher.





Die Hochalpenstraße schlängelt sich vorbei am Fuschertörl



Spektakuläre Aussichten auf die Bergwelt des Naturparks Hohe Tauern

Vor 90 Jahren, am 22. September 1934, gelang es erstmals, das Bergmassiv der Hohen Tauern mit einem Automobil zu überqueren. Am Steuer seines umgebauten „Steyr 100“ saß kein Geringerer als der damalige Landeshauptmann und politische Wegbereiter Franz Rehrl, begleitet von Franz Wallack, dem Planer und Erbauer der Großglockner Hochalpenstraße, auf dem Beifahrersitz. Ein Jahr vor der offiziellen Eröffnung wagten die beiden Pioniere die erste Fahrt von Salzburg über den unfertigen Verlauf der Panoramastraße und überquerten als erste Menschen das Tauernmassiv mit einem Automobil – ein waghalsiges Abenteuer in den Alpen!

Die halsbrecherische, aber gleichzeitig äußerst werbewirksame Fahrt dauerte knapp sieben Stunden – fünf Stunden von Ferleiten (Salzburg) nach Heiligenblut (Kärnten) und fast zwei Stunden für die Rückfahrt. Diese sportliche Herausforderung ging in die Geschichte ein. Weniger als ein Jahr später, am 3. August 1935, wurde die Großglockner Hochalpenstraße offiziell für den Publikumsverkehr eröffnet. Die Erstbefahrung war ein symbolisches Ereignis, das den Bauarbeitern und Ingenieuren ein erstes Gefühl des Erfolgs gab. Obwohl die Straße noch nicht vollständig fertiggestellt war, bewies sie, dass die Vision einer modernen Alpenstraße Realität werden konnte. Gleichzeitig war sie ein Test für die politischen und touristischen Ziele des Projekts, den alpinen Raum für den aufkeimenden Tourismus zu erschließen. Mit der Eröffnung der Straße für das breite Publikum war schließlich der Traum einer alpinen Verbindung zwischen Salzburg und Kärnten Wirklichkeit geworden.

Lebendiges Kultur-Denkmal

Die Großglockner Hochalpenstraße hat sich seither zu einer

der bekanntesten Touristenattraktionen in Österreich und einer der bedeutendsten Panoramastraßen der Welt entwickelt und symbolisiert den Triumph der Technik über die Herausforderungen der Natur in hochalpinen Gefilden. Auf einer Länge von 48 Kilometern führt dieses grandiose Beispiel österreichischer Straßenbaukunst und größte bzw. längste Denkmal Österreichs bis auf 2.571 Metern ins Herz des Nationalpark Hohe Tauern, dem größten Schutzgebiet Mitteleuropas – direkt zum Fuße des Großglockners, dem höchsten Berg Österreichs!

Unendlich viel zu entdecken!

Die Erstbefahrung 1934 bleibt ein wichtiger Meilenstein in der Geschichte dieses Projekts und der Erschließung der Alpen.

AUSSTELLUNGS-TIPP:

Die Replika des original „Steyr 100“, in dem LH Franz Rehrl und Ing. Franz Wallack die Erstüberquerung des Tauernmassivs gewagt haben, ist in Österreichs höchster Automobilausstellung auf der Kaiser-Franz-Josefs-Höhe auch 2025 zu sehen. Das Besucherzentrum ist täglich von 10:00 bis 17:00 Uhr geöffnet (ab Anfang Mai 2025). Wie zu allen anderen Ausstellungen entlang der Großglockner Hochalpenstraße ist der Eintritt frei.

Entlang der Strecke warten zahlreiche Infopunkte, insgesamt 15 Ausstellungen und zwölf Erlebnisstationen, viele gemütliche Restaurants und urige Hütten sowie viele Lehr- und Themenwege darauf, von den Besuchern entdeckt zu werden. Außerdem durchzieht ein großes Netz von Wanderwegen – von kinderwagentauglichen Spazier-



Die Replika des Steyr 100, mit dem die erste Überquerung bewältigt wurde



Am Steuer bei der Premiere: der damalige LH Franz Rehrl

wegen bis hin zu hochalpinen Steigen – die Bergwelt des Nationalparks Hohe Tauern. Sie endet dann an der Kaiser-Franz-Josefs-Höhe – auf Augenhöhe mit dem Großglockner, und hoch über der Pasterze, dem längsten Gletscher der Ostalpen. ■

Entdecken Sie noch mehr auf grossglockner.at

Großglockner
Hochalpenstraßen AG
Tel. 0043 / 662 873673-0
info@grossglockner.at

Wo der Gast Kaiser ist

Im Kitzhof in Kitzbühel will man den Gästen möglichst alle Wünsche erfüllen. Die kommen gerne immer wieder. Im Interview gewährt Geschäftsführender Direktor Johannes Mitterer einen Einblick in das Erfolgsrezept.



Viel Natur umgibt die Gäste in der großzügigen Hotelanlage

FM: Herr Mitterer, Sie sind in diesem Jahr wieder als einer der besten Arbeitgeber Österreichs ausgezeichnet worden und nahmen auch den Preis für das beste Employer-Branding entgegen. Was ist das Besondere an Ihrer Personalführung?

Johannes Mitterer: Wir haben schon vor sechs Jahren gemerkt, dass die Luft in dem Bereich dünn wird und ein Mitarbeitermangel da ist. Durch die Corona-Zeit hat sich das noch deutlich verstärkt. Daher entschieden wir uns 2018, in einen Employer Branding-Prozess einzutreten. Besonders wichtig ist es hierbei, unsere Werte, wie Fairness, Respekt, ein ehrlicher Umgang sowie Entwicklungsmöglichkeiten anhand von Marketingmaßnahmen auch nach außen zu kommunizieren. Das war der

Gamechanger. Wir suchten uns dann in Form von Great Place to Work eine Plattform, die uns auch zertifiziert. Das passiert in Form von jährlichen Befragungen der Mitarbeiter. Und so haben wir nun zwei Jahre hintereinander die branchenübergreifende Auszeichnung erhalten.

FM: Wirkt sich das auch gegenüber den Gästen aus?

Mitterer: Ja. Seitdem wir diesen Prozess gestartet und unsere Werte definiert und zu Papier gebracht haben, sind wir im Betrieb noch etwas homogener geworden. Das merkt auch der Gast. Unser größtes Asset ist, dass unsere Mitarbeiter und Mitarbeiterinnen sehr engagiert sind. Das ist sicherlich ein ausschlaggebender Punkt für den Erfolg.

FM: Das Hotel wurde in den letzten 15 Jahren sukzessive ausgebaut. Was sind denn die wichtigsten Eckpunkte? Und ist das nun abgeschlossen?

Mitterer: Abgeschlossen ist so etwas nie. Aber der Kitzhof wurde in der Tat in den letzten 15 Jahren einer kontinuierlichen Weiterentwicklung unterzogen. Einerseits wurden Zimmer reduziert und Suiten gebaut. Wir haben jetzt 38 Suiten und insgesamt 160 Zimmer. Damit ist der Kitzhof immer noch das größte Hotel in Kitzbühel. Es wurden auch alle weiteren Zimmer saniert und teilweise umgebaut. Aber auch die öffentlichen Räumlichkeiten und Gartenanlagen wurden einer Renovierung unterzogen. 2019 wurde ein sehr exklusiver Fitness- und Yogaraum errichtet. In den letzten 15 Jahren wurden rund 50 Millionen Euro investiert.

FM: Worauf haben Sie bei der Gestaltung der Zimmer wert gelegt?

Mitterer: Wir sind ein Mountain Design Resort. Das definiert sich durch die Architektur. Die ist sehr großzügig angelegt mit sehr vielen Naturstoffen wie Lärchen- und Eichenhölzer, Naturstein, Lodenstoffe, etc. Das Haus ist in einem sehr attraktiven alpinen Architekturstil gehalten. Was im Hotel Kitzhof besonders ist: Das Hotel Kitzhof bietet viel Platz, um die Auszeit ausgiebig zu genießen. Seien es die Gänge, die Lobby, das Restaurant oder auch die Gartenanlage. Dies wird noch durch Designelemente untermauert. Wie etwa durch Guaxs-Vasen oder Schotten & Hansen-Böden. Sehr hochwertige Materialien. Wie auch die Baxter-Ledermöbel in der Lobby.

FM: Werden im Hotel Kitzhof auch Konferenzen und Seminare abgehalten?

Mitterer: Das ist ein sehr wichtiger Teil unseres Angebotes. Schon vor 18 Jahren wurden beim großen Umbau Räume für Meetings, Incentives, Firmenfeste, aber auch Hochzeiten vorgesehen.

FM: Wer hat denn da schon alles Konferenzen bei Ihnen abgehalten?

Mitterer: Das waren schon sehr viele. So nutzen auch Fußballvereine, die in Kitzbühel ihr Trainingscamp abhalten, gerne unser Haus. Viele Clubs kommen aus der deutschen Bundesliga wie etwa Hoffenheim oder Stuttgart. Dieses Jahr war West Ham United aus der englischen Premier League zu Gast. Es gibt aber auch viele Firmenveranstaltungen im Kitzhof. Letztes Jahr war der FC Bayern mit einer Sponsorenveranstaltung zu Gast. Audi ist regelmäßig bei uns, ebenso wie Infineon. Eigentlich alle größeren Autokonzerne sowie Modelabels wie Jack Wolfskin oder Hugo Boss.

FM: Wie ist das bei Hochzeiten? Gibt es da Packages?

Mitterer: Wir können alles Inhouse anbieten. Der Kitzhof verfügt über eine hervorragende Küche mit einem Küchenchef, der schon seit 30 Jahren in der internationalen Top-Gastronomie unterwegs ist. So können wir vom Zwei Hauben à la carte-Gast über Hochzeiten mit 200 Gästen bis hin zu Flying Buffets für 500 Personen alles gut abwickeln.

FM: Wie heißt Ihr Küchenchef?

Mitterer: Jürgen Bartl. Ein sehr routinierter Mann. Er war schon sieben Jahre mein Küchenchef im Hotel Zur Tenne und ist mir dann in den Kitzhof gefolgt.

FM: Welche Zusatzservices dürfen sich die Gäste im Kitzhof erwarten?

Mitterer: Sie können sich an unser Concierge-Team wenden. Die beraten unsere Gäste in allen Belangen. Wir kooperieren auch mit einer Outdoor-Firma, Element 3, für geführte Wanderungen und Touren. Außerdem bieten wir auch einen Shuttle-Service. Unser



In den letzten Jahren wurde in geräumige Suiten investiert

Concierge-Team ist geprägt durch die Liebe zum Detail und versucht, alle Wünsche der Gäste zu ermöglichen. Wenn etwa ein Gast Hochzeitstag hat, wird das Zimmer dementsprechend präpariert. Wir stellen an uns selbst einen hohen Serviceanspruch und davon profitieren selbstverständlich die Gäste des Hauses. ■

Porträt Johannes Mitterer

1985 Johannes Mitterer startete seine Karriere als Chef de Rang im Hotel de la Paix in Genf.

1988 wechselte er ins Hotel Plaza Athenee in New York, wo er den Posten eines Assistant Managers einnahm.

1991 war Mitterer als Empfangsdirektor und Direktionsassistent im Münchner Hotel Rafael tätig.

1997 wurde er zum stellvertretenden Direktor der Mandarin Oriental Hotel Group ernannt.

2003 übernahm er die Position des General Manager im Kitzbüheler Hotel Zur Tenne.

2015 Seither führt Mitterer als Geschäftsführender Direktor das Hotel Kitzhof Mountain Design Resort.



Der moderne Fitnessraum glänzt mit spektakulärer Aussicht

Veganer Fisch

Fast Food verliert in Österreich nach Corona weiterhin Marktanteile. Die Branche zeigt sich davon unbeeindruckt.

TEXT: CHRISTIAN PRENGER



Eine britische Kult-Mahlzeit in veganer Ausführung zeigt, dass Fast Food heute auch anders geht: „Vish & Chips“ aus dem Hause der Kette Swing Kitchen

An fette Einnahmen war kaum noch zu denken. Vielmehr stand plötzlich allorts radikale finanzielle Diät auf den Speisekarten. Corona erwies sich auch für die heimische Gastronomie als drastischer wirtschaftlicher Appetitzügler. Mit allen negativen Konsequenzen. Zweckoptimismus und Bestellungen via Abholung fungierten als höchst schmaler geschäftlicher Notausgang. Trotz staatlicher Hilfen kochten zahlreiche Akteure vermehrt mit dem Rücken zur Wand. Flankiert von diversen Lockdowns, reichlich düste-

ren Zukunftsperspektiven und massiv verunsicherten Gästen.

Nach Insolvenzen, Schließungen und dem Ende der Pandemie lautete die Devise: Rückkehr in die Normalität. Obwohl der monetäre Motor aufgrund von Inflation und Teuerung keineswegs wieder gänzlich rund läuft, ist das Comeback weitgehend geglückt. Genügend Verbraucher besuchen wieder Lokale, Home Cooking im Home Office hat offenbar das Ablaufdatum erreicht. Große Hoffnungen auf rasche Rückkehr zu gewohnten Verhältnissen haben sich

trotzdem nicht für sämtliche Sparten erfüllt. Die Zone von Burgern, Pizzaschnitten, Pommes, Döner und gebratenen Nudeln registriert doch noch kommerzielle Luft nach oben.

Schnelles Essen, verzögerte Sättigung: Österreichs Fast Food-Versorgung laboriert teilweise immer noch an sehr zähen ökonomischen viralen Auswirkungen. Wenig wohlschmeckende Zahlen zur Entwicklung serviert das Institut branchenradar.com Marktanalyse. Demnach musste jene Branche 2023 bereits das zweite Jahr in Folge einen Marktanteil-Verlust hinnehmen.

Trotz ansehnlich gefüllter Kassen. Das deutliche Umsatzplus von acht Prozent gegenüber dem Vorjahr bescherte den Teilnehmern Einnahmen von rund 1,2 Milliarden Euro.

Moderate Würstelstände und Imbisse

Der Vergleich mit der Konkurrenz relativiert dann jene Summe. Insgesamt lukrierte die Gastronomie 2023 um fast 14 Prozent mehr Geld als in den vorangegangenen zwölf Monaten. Der Marktanteil von Fast Food an den gesamten Erlösen reduzierte sich jedoch von 8,2 auf 7,8 Prozent, so der Branchenreport. Bei Würstelständen und Imbissen stiegen die Einkünfte im Jahresvergleich um schmale 0,7 Prozent. Was auf handfesten Ursachen basiert. Die Zahl der Standorte hat sich um fast vier Prozent gesenkt, das Preisniveau wurde hingegen nur moderat angehoben.

Die Systemgastronomie konnte indessen ihren Umsatz um fast zehn Prozent steigern, die Betriebsstätten blieben nahezu völlig erhalten. Studienautor Andreas Kreutzer liefert eine Erklärung für besagte Schiefelage: „Dass Fast Food nicht im vollen Umfang am Aufschwung partizipieren konnte, war angesichts der hohen Inflation und speziell der massiven Teuerung in der klassischen Gastronomie nicht zwingend zu erwarten. Im Lokal, am Würstelstand oder im Imbiss wird für eine Mahlzeit die Hälfte oder weniger als beispielsweise im Gasthof oder der Pizzeria bezahlt“.

Geld spielte also beim Konsum außerhalb der Wohnstätte für viele Gäste eine eher nachrangige Rolle. Ungeachtet des unterschiedlichen Speiseangebots wollten die Verbraucher Freunde treffen, kommunizieren und Spaß haben. Im Zentrum stand keineswegs bloß schnöde Verpflegung, sondern vielmehr geselliges Zusammensein. „Der Eventcharakter eines Restaurantbesuchs hat die massive Preisdiskrepanz zwischen der



Die Branche bleibt am Ball: Der „McMuffin Fresh Avocado“ gehört zu den Newcomern des erweiterten Frühstücksangebotes von McDonald's

klassischen Gastronomie und Fast Food ausgestochen“, sagt Kreutzer.

Anhaltende Popularität bei Konsumenten

Selbst wenn solche Analysen kaum schmeichelhaft klingen – die bekannt selbstbewusste Branche zeigt sich davon unbeeindruckt. In der täglichen Realität versalzen keine Abnützungserscheinungen das Geschäft. Zügige Abhilfe gegen allfälligen Hunger hat bei der Community kaum an Popularität eingebüßt, Covid-19 hat hier wenige Spuren hinterlassen. Obwohl manche Zielgruppen ein verändertes Konsumverhalten zeigen, bleibt Fast Food ein konstantes Element der Welt von Kohlehydraten und Kalorien. Die Aktivitäten der Profis sprechen eine sehr klare Sprache.

Abseits von Fakten und Analysen wird nämlich intensiv an den Absatzschrauben gedreht. McDonald's Österreich hat erst kürzlich sein Frühstücksangebot mit neuen Kreationen ausgebaut. Dazu zählen die Varianten „McMuffin



Andreas Kreutzer, branchenradar.com

Fresh Avocado“, „McMuffin Beef & Egg“ sowie „McMuffin Ham & Egg“. Komplettiert wird besagte Range durch den „Sweet Morning Muffin“ mit Nougatcreme. Die morgendliche Zugabe bildet der „Avocado & Egg Wrap“, bestehend aus cremiger Avocado, Eierspeise, Tomate sowie Käse.



Öko-Zutaten in der wiedereröffneten Burger King-Filiale in Oberwart: Photovoltaikanlage für erneuerbare Energie und Ladestationen für E-Fahrzeuge von Besuchern

„Mit unserem erweiterten Sortiment bieten wir für jeden Frühstückstyp noch mehr abwechslungsreiche Optionen. Vom schnellen McMuffin über den Wrap to go bis zum ausgiebigen Wiener Frühstück mit der ganzen Familie“, erklärt Tanja Wallner, Team Lead Marketing bei McDonald's Österreich. Ganz dem aktuellen Zeitgeist entsprechend wird der Großteil der McMuffins zusätzlich mit optionalem glutenfreien English Muffin-Bun offeriert.

Vielfalt an kulinarischen Optionen

Ein weiteres Indiz nicht nur für die Anpassungsfähigkeit der Branche. Sondern gleichzeitig nach dem Verlangen eines Abbaus hartnäckiger Vorurteile, die dem Absatz kaum förderlich sind. Das beharrliche Klischee vom fetttriefenden, ungesunden Essen, das bloß dick macht, haftet zumindest in Restbeständen

an jenem Sektor. Der Imagewandel ist im Gange, nicht bloß geprägt durch hohe Investments in bunte Werbung und zündendes Marketing. Die große Vielfalt an kulinarischen Optionen abseits von Pommes, Bratwurst und Leberkäsesemmel macht diese Zunft für interessierte Verbraucher potenziell attraktiver. Dazu gesellen sich gezielte Reaktionen auf wesentliche Ernährungstrends. Viele Anbieter setzen verstärkt auf vegetarische und vegane Produkte, der fade Quoten-Salat hat ausgedient. In der Speisekarte wird der Anteil nicht-fleischlicher Alternativen konsequent ausgedehnt. Die Motive liegen im Mund: Verzicht auf tierische Nahrung ist keine Randerscheinung mehr, besonders bei jungen Menschen. Wer solche Geschehnisse ignoriert und auf der alten Schiene verharrt, gefährdet seinen guten Ruf. Themen wie Tierwohl, Nachhaltigkeit oder Klimaschutz zählen heute für Firmen zum glatten Business-Parkett.

Denn der moderne Käufer ist heute kritisch, lässt sich nicht mit lauwarmeren Floskeln abspeisen und wechselt häufig sofort die Marke, wenn ihm etwas nicht in den Kram passt. Auch am Würstelstand oder im Schnellkost-Restaurant müssen sich die Betreiber Fragen nach der Herkunft ihrer Waren gefallen lassen. Geschichte sind jene Zeiten, als fugsame Kunden einfach bestellt und gegessen haben, ganz ohne lästige Anmerkungen. Diese Haltung hat das Fast Food-Genre gleichermaßen erreicht und beschert nun so manchen Anbietern ein neues Informationszeitalter.

Forderung nach Engagement

Von einem flüchtigen Phänomen kann schließlich keine Rede sein. Laut dem Beratungsunternehmen Wider Sense fordern fast 60 Prozent der Konsumenten von Betrieben gesellschaftliches Engagement. Sonst bleibt die Geldbörse für schweigsame Firmen verschlossen. 44 Prozent der Befragten denken bei der Anschaffung neuer Produkte an ökologische Folgen. Eine monetäre Belohnung für den Aufwand kennt die Strategieberatung Simon-Kucher & Partners. Demnach sind 62 Prozent der Verbraucher bereit, für nachhaltig verpackte Produkte tiefer in ihre Börse zu greifen. Bis zu sieben Prozent darf eine solche Ware mehr kosten bei einer passenden Umhüllung. Das neue ökologische und soziale Bewusstsein macht also vor Fast Food nicht Halt. Deshalb können Angebote wie „Vish & Chips“ mit gesteigerter Resonanz spekulieren. Die britische Kultspeise findet sich seit kurzem im Programm der veganen Fast Food-Kette Swing Kitchen. Als Beilage zu veganem Fisch samt Pommes und einer Zitronenscheibe wird zusätzlich ein ambitioniertes Konzept serviert. Die Gastronomen Charly und Irene Schillinger wollen auf diesem Wege Tierleid und die Überfischung der Meere vermeiden. Was zur For-

*Wer keinen Einheitsbrei mag,
greift zu redaktionellen Medien.*



Vielen Dank
für Ihren
Abo-Beitrag!

Unabhängiger Journalismus hat einen hohen gesellschaftlichen Wert als Basis für eine freie Demokratie. Er liefert vielfältige Analysen, beleuchtet diverse Facetten eines Themas und sichert die Meinungsvielfalt.

dubistwasduliest.at

DU BIST,
WAS DU
LIEST.





Österreichische Automatenlokale im Aufwind und als neue Konkurrenz für den gewohnten Fast Food-Sektor: Die „BistroBox“ liefert frische Pizza in wenigen Minuten



Technologie für Self Order-Stores: Kundenerwartungen an Geschwindigkeit oder Komfort sowie Personalknappheit sollen die Nachfrage nach der heimischen Lösung „BistroBrain“ fördern

derung moderner Verbraucher passt, Unternehmen mögen doch endlich konkret Stellung beziehen zu den brisanten gesellschaftlichen Problemen. Begleitet von entsprechenden Taten. Auf dem Territorium will die Fast Food-Branche offenbar stark Flagge

zeigen, signalisiert auch Burger King. Die wiedereröffnete Filiale im burgenländischen Oberwart wurde mit besonderem Fokus auf Nachhaltigkeit und Energieeffizienz errichtet. Eine Photovoltaikanlage des lokalen Anbieters Sailer Sonnenstrom ver-

sorgt die Örtlichkeit mit erneuerbarer Energie. Direkt gegenüber diesem Restaurant warten außerdem eigene Ladestationen für die E-Fahrzeuge von Besuchern. Vergrößerte Fensterflächen erhellen wiederum das Innere des Lokals mit einer Extraportion Tageslicht.

Vollständig digitalisierter Drive-in

Als weiteres Element fungiert an diesem Ort moderne Technologie. Der Drive-in wurde vollständig digitalisiert, um den Bestellprozess effizienter zu gestalten. Im Innenbereich stehen diverse Self-Order-Terminals zur Verfügung, die ebenso schnelles wie einfaches Bestellen ermöglichen sollen. „Das neue Gebäude, ein ansprechendes Design sowie die neuen Angebote unterstreichen unser Engagement für Qualität und Zufriedenheit der Gäste“, verkündet Jan-Christoph Küster, Geschäftsführer der heimischen Burger King-Betriebe. Glückliche Gesichter durch gut gefüllte Mägen dürften empfehlenswert sein angesichts gewisser Markttendenzen. Auch Fast Food-Platzhirsche sind nämlich mit einer aufstrebenden Konkurrenz konfrontiert: Automatenlokale öffnen in Österreich vermehrt ihre Türen, hauptsächlich im urbanen Bereich. Tendenz weiterhin steigend. Der dortige Hausgebrauch folgt klaren Convenience-Regeln: Kein Personal, rund um die Uhr geöffnet, eine vielseitige Produktpalette und manchmal sogar frische Speisen.

Die Ausstattung ist zwar selten an den neuesten Trends der Innenarchitektur orientiert, aber zumeist erträglich. Was Stammgäste derartiger Destinationen kaum verblüffen dürfte. Die Betreiber sind augenscheinlich bemüht, nur ja keine Gedanken an ein tristes, abschreckendes Ambiente aufkommen zu lassen, wo dieses desolate Fach mit der Flasche schon wochenlang klemmt. Vielmehr wird auf Sauberkeit und ein erträgliches Umfeld geachtet. Damit niemand zur nächs-

Der schnellste Weg zu deinem Paket.



Mit den Empfangsoptionen der Post entscheidest du selbst, wie und wo du deine Pakete bekommst.



Alle Infos auf post.at/empfangsoptionen

#zusammenbringen



BosnaPlus!, das weltweit erste „Bosna Fast Casual Restaurant“, möchte in Oberösterreich eine heimische Spezialität neu interpretieren

ten Tankstelle in der Nähe wechselt, die gleichermaßen durchaus brauchbar mit Waren bestückt ist.

Geschwindigkeit statt Geselligkeit

Hinter dem System thront eine zeitgeistige Philosophie der Effizienz. Statt Geselligkeit dominiert Geschwindigkeit, die Customer Journey funktioniert als simpler Prozess mit wenigen Handgriffen. Der eilige Kunde entnimmt aus den jeweiligen Fächern Sandwich, Sushi, Kuchen, Kaffee, Bier, Mineralwasser, Snacks, Softdrinks oder Gulasch. Anschließend werden besagte Waren sofort verbraucht, unterwegs verzehrt oder später der Aufwärmkompetenz einer Mikrowelle anvertraut. Viel schneller kann die Beschaffung von Esswaren kaum übe die Bühne gehen. Ein heimischer Verteter ist „BistroBox“. Das

Unternehmen aus Oberösterreich betreibt an über 40 Austro-Standorten eine 24-Stunden-Pizzeria, wo der fleißige Ofen Tag und Nacht seinen Job erledigt. Die Entscheidung für das kulinarische Objekt der Begierde erfolgt via Touchscreen, nach abgeschlossener Kartenzahlung beweist die Hardware, was ihre Heißluft draufhat. Ohne jedes menschliche Zutun. Nach wenigen Minuten ist der italienische Teigfladen fertig. Bestenfalls Pizzaschnitten aus dem Imbisstand übertreffen jenes rasante Tempo.

Die Verantwortlichen bleiben weiter höchst aktiv. Nicht zuletzt in technologischer Hinsicht. So präsentiert etwa BistroBox seine neueste technologische Errungenschaft namens „BistroBrain“. Diese Self Order-Store-Technologie soll autonomen Shops ohne Personal ein neues Level

bescheren. Jenes digitale Gehirn steht jetzt einem breiten Nutzerkreis zur Verfügung. „Wir konnten in den letzten zehn Jahren umfassendes technologisches Know-how im Bereich der Self-Order Stores aufbauen. Dafür haben wir eine umfassende Lösung aus Software, Hardware und digitaler Intelligenz entwickelt. Mit dem Launch besitzen ab sofort auch andere Unternehmer Zugriff auf die Technik“, unterstreicht Klaus Haberl, Geschäftsführer von BistroBox.

Smarte Automaten als Zukunftsoption

Immer mehr Experten sehen smarte Automaten ohnehin als Expresszug in die Zukunft. Solche Helfer passen perfekt in eine Welt, in der schon nahezu alles automatisiert wird. Warum also nicht die persönliche Logistik betreffend Ernährung adaptieren? Immer mehr Anbieter drängen auf diesen Hoffungsmarkt. Das Portfolio reicht von der spartanisch eingerichteten Mini-Besenkammer mit drei Apparaten über gut sortierte Komfort-Locations bis hin zur aufgepeppten Niederlassung mit homöopathisch dosiertem Restaurantflair. Die steigende Zahl solcher Stätten dürfte auch in der Fast Food-Branche ein Nachdenken auslösen. Einstweilen lassen kreative Konzepte aufhören. In Altenfelden, Oberösterreich, haben Profikoch Jürgen Ecker und Systemgastronom Stefan Pühringer mit BosnaPlus! das weltweit erste „Bosna Fast Casual Restaurant“ ins Leben gerufen. Die heimische Spezialität soll in dem Erlebniskonzept neu interpretiert werden. Digitalisierung gilt als zusätzliche Beilage in der Lokalität. Analog werden jene Kreationen voluminöser und stilvoll auf schwarzen Tellern serviert. Offen ohne Alufolie. Ecker: „Es ist wichtig, die gesamte Optik der Bosna zu präsentieren und sie nicht in Papier eingehüllt zu verstecken. Wir kochen frisch nach individueller Bestellung. Schnell ohne lange Wartezeit.“ ■



APA Raumkonzept: WHO CARES?! DESIGN®

Raum für Themen

APA-Presszentrum: Die perfekte Location für Pressekonferenzen, Podiumsdiskussionen, Präsentationen oder Workshops – egal ob digital, hybrid oder analog.

APA-Presszentrum buchen: +43 1 36060-1234

APA-PRESSEZENTRUM
Raum für Themen



Gastronomie: Zwischen Tradition und Innovation

Die Gastronomie steht vor zahlreichen Herausforderungen. Dennoch zeigen innovative Lösungen und Unterstützungsmöglichkeiten der Wirtschaftskammer, dass die Branche anpassungsfähig bleibt.



Das gesellige Zusammensein im Gastgarten gehört bei vielen Österreichern zum Freizeiterlebnis

Die österreichische Gastronomie ist tief in Traditionen verwurzelt. Die Geschichte reicht von den klassischen Gasthäusern und Kaffeehäusern bis hin zu den berühmten Heurigen und modernen Sternrestaurants. Diese Mischung aus Tradition und Innovation hat es der Branche ermöglicht, sich kontinuierlich zu entwickeln und zu wachsen. Dennoch

sind die Veränderungen in der Gesellschaft und in der Wirtschaft nicht zu übersehen. Die Gesellschaft verändert sich, und das Konsumverhalten der Gäste entwickelt sich in neue Richtungen. Jüngste Veränderungen in den Lebensgewohnheiten, etwa durch die Pandemie und die Boom-Branche der Lieferdienste, stellen die Gastronomen vor neue Herausforderungen.

Rauchverbot im Schanigarten?

Ein Thema, das in der Gastronomie immer wieder für Diskussionen sorgt, ist das Rauchverbot in den Schanigärten. In Österreich ein besonders heißes Eisen, da der Genuss von Zigaretten in den sommerlichen Außenbereichen der Gaststätten traditionell

weit verbreitet ist. „Ein Rauchverbot in den Gastgärten würde nicht weniger Raucher bedeuten, sondern lediglich dazu führen, dass diese auf die Straße ausweichen. Die Konsequenzen wären massive Umsatzrückgänge für die Wirte, insbesondere bei Getränken, die für viele Betriebe überlebenswichtig sind“, erklärt Peter Dobcak, Fachgruppenobmann Gastronomie der Wirtschaftskammer Wien. Derzeit diskutiert man intensiv über die Zukunft dieser Regelung. Experten befürchten, dass eine vollständige Umsetzung der EU-Richtlinie über das Rauchverbot in den Schanigärten den ohnehin schon schrumpfenden Gastgartenmarkt erheblich beeinträchtigen könnte.

Einbußen durch neues Konsumverhalten

Das Rauchverbot ist ein Paradebeispiel dafür, wie externe Eingriffe das Geschäft beeinträchtigen können. Gastronomiebetriebe stehen ohnehin unter Druck: Die Konsumgewohnheiten haben sich geändert, und Lieferdienste boomen. Viele Menschen bevorzugen es, zuhause zu essen und sich die Getränke selbst zu kaufen, um Kosten zu sparen. Diese Entwicklung wird durch steigende Preise in der Gastronomie zusätzlich verstärkt. „Beschränkungen wie das Rauchverbot könnten dazu führen, dass die ohnehin rückläufige Gästezahl weiter sinkt. Das wäre in der aktuellen Situation fatal“, warnt Fachgruppenobmann Dobcak.

Pandemiefolgen: Kredite und Insolvenzen

Die Corona-Pandemie hat das Gesicht der Gastronomie nachhaltig verändert. Viele Betriebe mussten in den Lockdowns schließen, ihre Geschäftsmodelle anpassen und ihre betrieblichen Abläufe völlig neu denken. Zu den wichtigsten Hilfsmaßnahmen, die die Regierung während der Pandemie bereitgestellt hat, gehörten die Überbrückungskredite. Diese Kredite wurden vor allem den kleineren Gastronomie-



Das drohende Rauchverbot in den Schanigärten könnte Gäste fernhalten

betrieben zur Verfügung gestellt, die keine eigenen Rücklagen hatten, um die Krise zu überstehen. Doch nun, da diese Kredite auslaufen, stehen viele vor einer schwierigen finanziellen Situation. „Wir rechnen aus diesem Grund österreichweit mit rund 3.600 Konkursanträgen in diesem Jahr“, prognostiziert Dobcak. Besonders in Wien, wo die Mietpreise für Lokale immens hoch sind, führt dies zu einem erhöhten finanziellen Druck. Ein weiteres Problem sind die starren EU-Vorgaben, die eine Verlängerung der Kreditlaufzeiten nicht zulassen. „Es braucht dringend flexiblere Regelungen, damit Betriebe Zeit haben, sich zu stabilisieren. Es kann nicht sein, dass bürokratische Hürden Betriebe in den Konkurs treiben“, fordert Dobcak.

Konflikte zwischen Gastro und Anrainern

Die Gastronomie in urbanen Räumen, insbesondere in Wien, sieht sich mit besonderen Herausforderungen konfrontiert. Ein zentraler Konfliktpunkt ist

die Lärmbelästigung durch Gäste, die oft zu spät abendlichen Beschwerden durch Anrainer führt. Besonders die Nachtgastronomie leidet unter diesen Spannungen. „Die Verantwortung wird oft ganz allein den Lokalbetreibern zugeschoben, obwohl sie vorbeugende Maßnahmen wie Türsteher oder Gästelenker umsetzen. Doch die Lokalbesucher ziehen einfach ums Eck und machen dort Lärm“, erklärt der Obmann. Manchmal sind es nicht die Gäste, sondern der hohe Lärmpegel ist Veranstaltungen geschuldet.

Arena: Streit um Lautstärke

Ein bekannter Fall dafür ist die Wiener Arena, ein alteingesessener Veranstaltungsort mit angeschlossener Eventgastronomie. Die dort stattfindenden Open Air-Konzerte führten zu Konflikten mit Bewohnern nahegelegener Neubauten. Die Arena musste daher teils Sperrstunden verkürzen und Events sogar absagen. Eine neue, leisere Soundanlage soll nun zur Beilegung des Konflikts führen. Es gibt eine



Partystimmung in und vor den Clubs – doch oft kommt es zu Beschwerden

städtische Förderung von 595.000 Euro dafür, den Rest müssen die Veranstalter selbst berappen. Eine Entscheidung, die Dobcak so nicht unterstützt. Ein Lösungsansatz könnte seiner Ansicht nach von anderen Städten übernommen werden. In London etwa liegt die Verantwortung bei den Bauträgern, schalldichte Fenster und andere Lärmschutzmaßnahmen zu installieren, wenn Wohnraum in der Nähe von Lokalen geschaffen wird. „Wir brauchen ähnliche Regelungen in Wien, um ein faires Gleichgewicht zwischen Gastronomie und Anrainern zu schaffen“, fordert er.

Nachwuchs und Fachkräftemangel

Ein weiteres, großes Problem in der Gastronomiebranche ist der Fachkräftemangel. Es mangelt an ausgebildeten Köchen, Servicekräften und Barkeepern. Dieser Trend hat sich in den letzten Jahren immer weiter verstärkt. Laut Dobcak ist es entscheidend, junge Menschen für den Gastronomieberuf zu begeistern. Die Fachgruppe Gastronomie hat deshalb die Kampagne „Wiener Genuss“ ins Leben gerufen, die junge Menschen mithilfe von Social-Media-Videos und -Kampagnen für die Branche

gewinnen soll. „Wir haben bereits über eine Million Klicks auf die Videos erzielt und mehr als 5.000 direkte Zugriffe auf die Jobplattform Gastrojobs“, berichtet Dobcak. Diese Zahl zeigt das Potenzial der Kampagne, den Nachwuchs für den Gastronomiebereich zu gewinnen. Besonders viel Wert wird auf die Ausbildung gelegt, und die Gastgewerbeschule am Judenplatz in Wien gilt als eine der besten ihrer Art in Europa. Die Schüler werden nicht nur auf die praktischen Anforderungen des Berufs vorbereitet, sondern lernen auch die Bedeutung der traditionellen österreichischen Küche zu schätzen.

Reservierungen als Problem

Ein weiteres Problem, das vielen Gastronomen Kopfzerbrechen bereitet, ist der sorglose Umgang von Gästen mit Reservierungen. Es kommt oft vor, dass für viel mehr Personen reserviert wird, als dann tatsächlich erscheinen. Oder dass in mehreren Lokalen reserviert wird und man erst in letzter Minute entscheidet, wo man wirklich hinget – ohne den anderen Gastronomen abzusagen. „Das führt zu erheblichen Umsatzeinbußen, vor allem bei kleineren Betrieben“, erläutert Dobcak. Eine mögliche Lösung sieht er in der Einfüh-

rung von Kreditkartenhinterlegungen bei Reservierungen. Diese Praxis, die in vielen Urlaubsländern gang und gäbe ist, könnte auch in Österreich für mehr Planungssicherheit sorgen.

Innovative Ansätze und Wertschätzung

Trotz der vielen Herausforderungen gibt es auch Lichtblicke. Aktionen wie die Wahl des „Lieblingsschmieds“, bei der Gäste ihren favorisierten Gastronomiebetrieb küren können, fördern die Wertschätzung für die Branche. Die jährliche Auszeichnung sorgt nicht nur für Aufmerksamkeit, sondern stärkt auch das Bewusstsein für die Bedeutung der Gastronomie. Zusätzlich bietet die Wirtschaftskammer umfassende Unterstützung für ihre Mitglieder. Von Beratung bei Betriebsgründungen über Schulungen zu Themen wie Hygiene und Kalkulation bis hin zur rechtlichen Unterstützung – die Fachgruppe Gastronomie setzt sich aktiv für die Belange der Betriebe ein. „Unsere Aufgabe ist es, Stolpersteine aus dem Weg zu räumen und den Betrieben bestmögliche Rahmenbedingungen zu schaffen“, betont der Fachgruppenobmann.

Ein Blick in die Zukunft

Die Gastronomie in Österreich steht an einem entscheidenden Punkt. Mit der richtigen Unterstützung, innovativen Konzepten und einer verstärkten Wertschätzung der Arbeit der Gastronomen kann sie auch weiterhin ein wichtiger Teil des gesellschaftlichen Lebens bleiben. Doch dafür sind sowohl politische als auch gesellschaftliche Veränderungen notwendig. Es bleibt abzuwarten, wie sich die Branche in den kommenden Jahren entwickeln wird – eines ist jedoch sicher: Die Gastronomie wird sich weiter anpassen und wachsen. ■



„Die Herausforderungen sind vielfältig“

Peter Dobcak spricht über aktuelle Schwierigkeiten in der Gastro-Branche

FM: Herr Dobcak, die Diskussion um das Rauchverbot in Schanigärten hat in der Branche hohe Wellen geschlagen. Warum stößt dieses Thema auf so viel Widerstand?

Peter Dobcak: Das Rauchverbot betrifft die Gastronomen in einem ihrer sensibelsten Bereiche: dem Umsatz. Viele unserer Betriebe leben von den Schanigärten, insbesondere in der warmen Jahreszeit. Ein Rauchverbot würde nicht nur Raucher vertreiben, sondern sie buchstäblich auf die Straße schieben. Dort stehen sie dann, rauchen weiter – und konsumieren nicht mehr in unseren Lokalen. Wir reden hier also von einer direkten Beschränkung der Geschäftstätigkeit, die weder den Gästen noch den Gastronomen hilft. Die meisten Menschen suchen ein Gesamterlebnis, und solche Maßnahmen zerstören genau das.

FM: Ein weiteres Dauerthema in der urbanen Gastronomie ist die Lärmbelästigung. Wie begegnen Sie dieser Herausforderung, gerade in einer Stadt wie Wien?

Dobcak: Wien ist eine pulsierende Großstadt, und natürlich wollen Menschen in einer lebendigen Stadt auch nachts ausgehen und sich unterhalten. Das ist ihr gutes Recht. Gleichzeitig verstehe ich die Anrainer, die ihre Ruhe haben wollen. Die Balance zu finden, ist nicht einfach. Wir sehen aber, dass Gastronomen oft unfair behandelt werden. Viele setzen bereits Maßnahmen um, wie die Gästelentkung oder Türsteher, um Lärm vor ihren Lokalen zu reduzieren. Doch was passiert? Die Gäste weichen aus, gehen ums Eck, und dort entstehen dann neue Probleme.

FM: Viele Gastronomen kämpfen aktuell mit der Rückzahlung von Überbrückungskrediten. Was muss sich ändern, damit Betriebe nicht reihenweise in Konkurs gehen?

Dobcak: Die staatlich besicherten Kre-

dite waren während der Pandemie eine große Hilfe, aber die Bedingungen sind zu starr. Wir haben es mit einer Branche zu tun, die sich noch immer nicht vollständig von den Folgen der Pandemie erholt hat. In vielen Betrieben ist der Umsatz nicht so hoch, wie er sein sollte, und die Konsumgewohnheiten haben sich verändert. Das Problem ist: Diese Kredite laufen jetzt aus, und viele Betriebe können sie nicht zurückzah-



Peter Dobcak, Obmann der Fachgruppe Gastronomie Wien

len. Vor allem in Städten wie Wien, wo hohe Mieten zusätzliche Belastungen sind, fehlen oft die finanziellen Reserven. Wir brauchen flexiblere Laufzeiten oder neue Sicherheiten, um Betrieben das Überleben zu ermöglichen. Brüssel und die Bundesregierung sollten hier enger zusammenarbeiten.

FM: Personalmangel ist ein großes Problem in der Gastronomie. Was tun Sie, um junge Menschen für die Branche zu begeistern?

Dobcak: Unsere Kampagne „Wiener

Genuss“ hat sich als ein sehr erfolgreiches Instrument erwiesen. Mit authentischen Videos, in denen Mitarbeiter ihren Beruf und die Gastronomie vorstellen, erreichen wir eine breite Zielgruppe, vor allem über Social Media. Junge Menschen sollen sehen, dass die Gastronomie nicht nur harte Arbeit bedeutet, sondern auch kreative Entfaltung und die Chance, Menschen glücklich zu machen. Darüber hinaus setzen wir auf eine erstklassige Ausbildung, etwa an der Gastgewerbefachschule am Judenplatz. Die Kombination aus theoretischem Wissen und über 50 Prozent Praxisanteil macht sie zu einer der besten Schulen in Europa. Hier lernen die Schüler alles: von der Verarbeitung von Wildbret bis hin zur perfekten Gästebetreuung. Solche Angebote sind essenziell, um die nächste Generation für unsere Branche zu gewinnen.

FM: Was macht die Wiener Gastronomie aus Ihrer Sicht so besonders?

Dobcak: Die Vielfalt. Wir haben hier rund 8.000 Betriebe, vom traditionellen Beisl bis hin zur modernen Fusionsküche. Diese Dichte an Lokalen ist einzigartig und zeigt, wie wichtig die Gastronomie für die Stadt ist. Die Wienerinnen und Wiener sind stolz auf ihre Lokale, und das zu Recht. Was uns aber auch ausmacht, ist die Gastfreundschaft. Viele sehen die Gastronomie als ihr zweites Wohnzimmer, und das ist etwas, das wir bewahren müssen. Gleichzeitig ist es wichtig, die wirtschaftliche Realität nicht aus den Augen zu verlieren. Wir sind keine Wohlfahrtseinrichtungen, sondern Unternehmer, die ihre Mitarbeiter bezahlen und ihre Betriebe am Laufen halten müssen. Diese Balance zwischen Gastlichkeit und Wirtschaftlichkeit ist es, die die Wiener Gastronomie so einzigartig macht.

FM: Danke für das Gespräch.

Events in Österreich: Der Rubel rollt

Vom Donauinselfest in Wien über das Aufsteirern in Graz bis hin zu den Salzburger Festspielen oder dem Nova Rock in Burgenland – die Mega-Events im Land ziehen Millionen von Fans in ihren Bann und sorgen jedes Jahr für Umsätze in Milliardenhöhe.

TEXT: SILKE MITTEREGGER



Jedes Jahr werden in Österreich durch Großveranstaltungen Milliardenumsätze erwirtschaftet

Österreich ist bekannt für seine Vielzahl an Veranstaltungen, die das ganze Jahr über Menschen aus aller Welt anziehen. Von kleinen Dorffesten und regionalen Feierlichkeiten bis hin zu den großen Events mit hunderttausenden oder gar Millionen von Gästen – das Land bietet eine beeindruckende Bandbreite an

Erlebnissen für jedes Interesse. Diese Events sind nicht nur kulturelle Highlights, sondern auch bedeutende wirtschaftliche Faktoren. Viele Fans kommen nicht nur aus dem eigenen Land, sondern reisen von weit entfernt an, verbringen mehrere Tage in Österreich und greifen dafür auch tief in ihre Taschen.

Wertschöpfung für die Region

Die lukrativen Auswirkungen von Großveranstaltungen auf die Wirtschaft sind unbestreitbar. Festivals, Konzerte, Sportereignisse und Messen generieren nicht nur direkte Umsätze durch Ticketverkäufe, Gastronomie und Merchandising, sondern auch eine erhebli-

che Umwegrentabilität. Diese Sekundäreffekte, wie zum Beispiel durch zusätzliche Ausgaben für Hotels, Gastronomie und lokale Geschäfte, haben eine immense Wirkung auf die regionale Wirtschaft. So kann ein Event das 10- bis 20-Fache des eingesetzten Budgets als Wertschöpfung für die Region erzielen.

Gesamtumsatz von fast 4 Milliarden

Die letzten konkreten Daten stammen aus einer Studie des Instituts für Höhere Studien (IHS) aus dem Jahr 2017. Diese besagt, dass Eventagenturen im Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von 3,8 Milliarden Euro machten. Touristen, die während ihres Aufenthalts in Österreich Großveranstaltungen besuchten, gaben weitere 2,12 Milliarden Euro für Transport, Beherbergung, Verpflegung etc. aus. Repräsentative Auswertungen zu den ökonomischen Effekten von Veranstaltungen im Land werden alle paar Jahre gemacht, die Pandemie hat der letzten Aktualisierung allerdings einen Strich durch die Rechnung gemacht. Eine Folgestudie ist schon seit einiger Zeit geplant und wird 2025 umgesetzt. Laut IHS betrug die 2015 durch Veranstaltungsausgaben ausgelöste Bruttowertschöpfung in Österreich insgesamt fast 8,9 Milliarden Euro, das entspricht fast 2,9 % der gesamten österreichischen Bruttowertschöpfung. Die öffentliche Hand profitierte, indem sie rund 3,5 Milliarden an Steuern und Abgaben einnahm. Davon entfiel am meisten auf die Sozialversicherung, gefolgt von Bund und Ländern. Neben den Veranstaltern waren die größten Nutznießer naturgemäß der Beherbergungs- und der Gastronomiektor. Außerdem wurden mehr als 140.000 Arbeitsplätze durch die Veranstaltungen gesichert.

40 Millionen zum Jubiläum

Zu den größten Events für Musikliebhaber zählt das Wiener Donauinselfest mit etwa drei Millionen Besuchern pro Jahr. Es ist Europas größtes Freiluft-Festival bei gratis Eintritt. Im Vorjahr



Bis zu drei Millionen Besucher zählt das Donauinselfest an einem Wochenende

– zum 40-Jahres-Jubiläum – generierte das Megaspktakel laut den Veranstaltern einen Umsatz von etwa 40 Millionen Euro. „Berücksichtigt man zusätzlich sogenannte Sekundäreffekte, die sich beispielsweise durch Reinvestitionen der beauftragten Firmen ergeben, so kann die Umwegrentabilität für zwei Folgejahre mit rund 86 Millionen Euro und für drei Folgejahre mit 99 Millionen Euro beziffert werden“, klärt Dr. Dieter Scharitzer von der WU Wien auf. Das Donauinselfest hatte 2023 ein Budget von rund 6 Millionen Euro und brachte einen signifikanten wirtschaftlichen Nutzen. Zu diesem Schluss kommt auch eine Studie, die das Pro Event Team für Wien, der Organisator des Festes, beauftragte. Demnach kann das Donauinselfest das 14- bis 16-Fache des eingesetzten Budgets als Wertschöpfung für die Region in den Folgejahren lukrieren, wie es bei der Präsentation der Ergebnisse hieß. Auch der Gesamtwerbewert, der durch die starke Medienresonanz der größten kostenlosen Freiluftveranstaltung Europas generiert wird, wurde ermittelt. Für 2023 belief sich dieser Wert auf 140 Millionen Euro. Weitere große Highlights für Rockfans sind jedes Jahr das Frequency Festival

in St. Pölten in Niederösterreich mit durchschnittlich bis zu 40.000 und das Nova Rock auf den Pannonia Fields nahe Nickelsdorf im Burgenland mit bis zu 60.000 Besuchern täglich. Hochgerechnet auf drei bis vier Veranstaltungstage ergibt das einen Besucherandrang von bis zu 350.000 Menschen bei beiden Veranstaltungen. Der Gesamtumsatz des Nova Rock Festivals wird auf etwa 12 bis 15 Millionen Euro geschätzt. Diese Schätzung umfasst Einnahmen aus Ticketverkäufen, Gastronomie, Merchandising und Sponsoring. Zur Umwegrentabilität liegen keine Zahlen vor. Das Frequency Festival erwirtschaftet etwas niedrigere Umsätze, bringt aber 8 bis 10 Millionen an zusätzlichen Einnahmen durch Tourismus, Gastronomie und Einzelhandel für die Region St. Pölten.

Ein Muss für Fans der elektronischen Musik ist das Electric Love Festival am Salzburgring. Seit seiner Gründung im Jahre 2013 hat es sich zum größten EDM (Electronic dance music)-Festival des Landes mit international bekannten DJs entwickelt. Um die 180.000 Besucher aus aller Welt kommen mittlerweile und lassen geschätzte 17 bis 20 Millionen Euro durch Übernachtun-



Das Nova Rock Festival in Burgenland begeistert hunderttausende Fans

gen, Gastronomie und Tourismus in der Region. Es gibt einige der breiten Masse noch weniger bekannte Festivals wie beispielsweise das Snowbombing in Mayrhofen, Tirol. Es findet jedes Jahr im April statt und kombiniert Ski fahren mit Musik. Unter den 5.000 bis 6.000 Besuchern finden sich sowohl Musikliebhaber als auch viele Wintersportbegeisterte. 92 Prozent der Gäste kommen derzeit aus dem Ausland. „Die Veranstaltung erzielt einen Umsatz von in etwa 15 Millionen Euro in der Region. Hinzu kommt der B2B-Umsatz für die Produktion bzw. regionale Eventleistungen wie z.B. Sicherheitsmaßnahmen, Eventinfrastrukturen, Transportleistungen und ähnliches. Diese sind schwer zu beziffern“, wie Andreas Lackner, Geschäftsführer des Tourismusverband Mayrhofen verrät.

Kritik von Umweltschützern

Was man bei den Veranstaltungen nicht unterschätzen darf, ist der Umweltschutzgedanke. Organisationen wie Greenpeace oder der Umweltdachverband kritisieren zum Beispiel die Emissionen, die bei An- und Abreise zu Mega-Events entste-

hen, und fordern, dass Veranstalter mit öffentlichen Verkehrsanbietern zusammenarbeiten, Rabatte für Öffi-Tickets anbieten oder eine Fahrkarte direkt im Veranstaltungsticket inkludieren. Weitere Faktoren sind bei Festivals auch der vor Ort entstehende Müll und die nicht nachhaltige Verpflegung der Besucher. Proteste gab es auch gegen den Vienna City Marathon: Hier wurden Bedenken bezüglich der Umweltbelastungen, die durch die große Anzahl an Teilnehmern und Zuschauern verursacht werden, sowie den Ressourcenverbrauch geäußert. Ursula Bittner, Greenpeace-Sprecherin in Österreich: „Großevents können einen gravierenden Einfluss auf Natur und Klima haben. Veranstalter müssen sich ihrer Vorbildrolle bewusst werden. Künstler oder Sportler sind oft Idole, und ihr Einsatz zur Nachhaltigkeit und Schutz der Natur kann Fans berühren.“ Grundsätzlich hält Greenpeace Events für problematisch, die massiv in die Natur eingreifen und/oder viele Emissionen verursachen. Neben Großveranstaltungen wie Festivals ist der Organisation zum Beispiel die Formel 1 ein Dorn im Auge, da sie nicht klimaneutral ist.

Dass die Zukunft im Bereich der Green Events liegt, bestätigt auch Wolfgang Suitner, Fachgruppenobmann-Stv. der Freizeit- und Sportbetriebe der Wirtschaftskammer: „Green Events gewinnen immer mehr an Bedeutung, nicht nur im Bereich Sport. Es wird in der Branche mittlerweile großer Wert auf die Bereiche Nachhaltigkeit, Sicherheit und Digitalisierung/KI gelegt. Für nachhaltige Veranstaltungen gibt es auch Beratungs- und Förderangebote der Wirtschaftskammer.“

Pleite durch Pandemie

Konzert- und Eventveranstalter haben nicht nur mit Umweltschutzorganisationen zu kämpfen. Ganz generell hatten sie mit der Pandemie eine schwere Zeit zu bewältigen; so manche haben die Lockdowns nicht überlebt. Waren 2019 noch 6.064 Eventagenturen bei der Wirtschaftskammer Österreich registriert, sank deren Anzahl Ende 2020 auf 5.884. Mittlerweile hat sich die Zahl der Eventveranstalter aber nicht nur erholt, sondern übertrifft sogar die Zeit vor Corona: Mit Stand November 2024 zählt die WK wieder 6.881 Mitglieder in diesem Bereich.

Zu den derzeit fast 7.000 Eventveranstaltern kommen noch um die 18.000 „nachgelagerte Zulieferer.“ Dabei handelt es sich um Caterer, Tontechniker, Bühnentechniker, Transport- und Logistikunternehmen, Sicherheitsdienstleister, Toiletten- und Sanitärservices usw. Alle gemeinsam sind als Pyramide verantwortlich für das Gelingen und den wirtschaftlichen Erfolg einer Veranstaltung. Dieser Erfolg wirkt sich auf die gesamte Region aus und bringt über die Umwegrentabilität ein Vielfaches des eingesetzten Budgets als Wertschöpfung. „Die Eventbranche ist neben der Hotellerie und Gastronomie eine wesentliche Säule im touristischen Gesamtgefüge“, so Suitner.

Auch Klassik-Liebhaber spülen Geld in die Kassen der Veranstaltungsorte. Die Salzburger Festspiele, die immer im Juli und August stattfinden, locken jedes Jahr insgesamt etwa eine Viertel-

KAMPAGNEN,

DIE ALLE

**SEHEN
SOLLEN,**

**MÜSSEN
ÜBERALL**

**ZU SEHEN
SEIN.**

Mehr Channels, mehr erreichen.
Nutzen Sie das Multichannel Portfolio
von IP Österreich.



Video & Display / DOOH / TV / AddTV & CTV / Influencer Marketing / Gaming / CX Marketing

ip.at



Das Snowbombing in Tirlol vereint Ski fahren, Livemusik und Partys

million Gäste in die Stadt und sind ein touristisches Aushängeschild. Die Einnahmen aus den Ticketverkäufen liegen zwischen 15 und 20 Millionen Euro, die geschätzten Gesamteinnahmen (inklusive Gastronomie und Hotellerie) betragen bis zu 30 Millionen Euro. Ein anderes Klassik-Event ist die Schubertiade in Vorarlberg, sie gehört zu den weltweit bedeutendsten Veranstaltungen, die sich mit der Musik von Franz Schubert beschäftigt. Bis zu 600.000 Euro werden jährlich durch die Eintrittskarten erwirtschaftet, zusätzliche Einnahmen von etwa 1 bis 2 Millionen Euro werden durch die Ausgaben der Besucher für Unterkünfte, Gastronomie und lokale Geschäfte generiert. Auch die Mörbischer Seefestspiele im Burgenland mit durchschnittlich 20 bis 30 Aufführungen pro Person bringen geschätzte 5 bis 7 Millionen Euro Umsätze pro Jahr.

Sportevents als Wirtschaftsmotor

Sportevents sind ebenfalls immens lukrativ. Der große Preis von Spielberg ist beispielsweise ein wahrer Publikumsmagnet. Am gesamten Rennwochenende drängen sich bis zu 300.000 Fans der Formel 1 entlang der Strecke. Diese Zahl macht den Bewerb zu einem der

bestbesuchten im Formel-1-Kalender. Die Einnahmen aus dem Rennen, Sponsoring, Merchandise und Gastronomie belaufen sich insgesamt auf schätzungsweise 20 bis 30 Millionen Euro. Dazu kommen indirekte wirtschaftliche Effekte: Hotels, Restaurants und lokale Geschäfte in der Region profitieren stark vom Ansturm der Fans und erzielen zusätzliche Einnahmen von bis zu 50 Millionen Euro durch Tourismus und Infrastruktur. In den letzten zehn Jahren wurden aus den allen Veranstaltungen am Red Bull Ring sowie den Investitionen in der Region Umsätze von 1,07 Milliarden Euro in Österreich generiert. Die zusätzliche Wertschöpfung durch den Ring beträgt 686,5 Millionen, wie economix, ein Institut für angewandte Wirtschafts- und Sozialforschung, bekannt gab. Ebenfalls ein großer Wirtschaftsfaktor ist der Vienna City Marathon (VCM), Österreichs größtes Laufevent. Jährlich nehmen rund 40.000 Läufer aus über 130 Ländern teil. Hier tummeln sich sogar noch mehr Fans als bei der Formel 1: Bis zu 400.000 Menschen säumen die Strecke, um die Läufer anzufeuern. Auch der Organisationsaufwand ist nicht zu unterschätzen. Um die 1.500 Helfer sorgen für einen im wahrsten

Sinne des Wortes reibungslosen Ablauf. Der wirtschaftliche Effekt des Marathons: Wien generiert zusätzliche Einnahmen von etwa 25 Millionen Euro durch den Tourismus, die Gastronomie und den Einzelhandel. Eine Studie aus dem Jahr 2018 beleuchtet die touristischen Effekte des Vienna City Marathons genauer. Österreichs größte Laufveranstaltung führte demnach zu 127.000 Nächtigungen und zusätzlichen touristischen Ausgaben von 24,7 Millionen Euro in Wien. Somit ist das Event ein bedeutender Tourismusfaktor. Er war in den Jahren 2021 und 2022 das größte touristische Ereignis in Wien seit Beginn der Pandemie.

Ungewöhnliche Events

Abseits von Musik und Sport gibt es noch andere, etwas speziellere Themen, die die Massen anziehen. Im oberösterreichischen Linz findet zum Beispiel schon seit den späten 90ern das so genannte Pflasterspektakel statt. Es dauert in der Regel drei Tage. Jedes Jahr treten dort etwa 150 Straßenkünstler aus verschiedenen Ländern auf, darunter Musiker, Akrobaten, Tänzer, Theatergruppen und Straßenperformer. Die Künstler präsentieren eine breite Palette von Darbietungen. Das Pflasterspektakel zieht jährlich zwischen 250.000 und 300.000 Besucher an, die die unterschiedlichen Darbietungen genießen. Zum genauen Umsatz gibt es keine Zahlen, Schätzungen gehen aber davon aus, dass es sich um mehrere Millionen Euro handelt.

Seit dem Jahr 2000 wird das Aufsteuern in Graz veranstaltet. Beim Event konnten in den letzten Jahren im Schnitt um die 130.000 Besucher in der Grünen Mark begrüßt werden. 2023 waren es sogar über 170.000. Der Großteil kommt aus der Steiermark, allerdings sind auch die Gäste aus Italien, Ungarn, Slowenien, Kroatien und der Schweiz „deutlich spürbar“, wie Dieter Hardt-Stremayr vom GrazTourismus verrät. Die Hotellerie verbucht an diesem Wochenende eine Auslastung, die 15-20 % über dem Durchschnitt eines

MVC
MOTORS

DER NEUE FORD KUGA

MEHR VON ALLEM



Aktionspreis ab
€ 33.695,-*
inkl. MwSt.

DER NEUE FORD KUGA

Neues, markantes Design. Modernste Konnektivität. Intelligente Technologien. Der neue Ford Kuga: Als Plug-in-Hybrid, Hybrid oder Verbrenner sowie in den Modellvarianten Titanium, ST-Line und jetzt auch Active erhältlich.

* Unverbindlich empfohlener, nicht kartellierter Aktionspreis (beinhaltet Importeursbeteiligung) inkl. USt, NoVA und samt 5 Jahre Garantie, beschränkt auf 100.000 km. CO₂-Emission: 145 g/km, Abgasverhalten: gesamt 6,4 l/100 km, Lieferzeit: ca. 16 Wochen, Rabatt inkl. Ford Credit Bonus und Modell-Bonus. Vorbehaltlich Änderungen, Irrtümer und Druckfehler. Symbolfoto.

Ihr MVC MOTORS Verkaufsteam berät Sie gerne!

www.mvcmotors.at



MVC WIEN-NORD

Brünner Straße 66, 1210 Wien
T +43 1 277 80-0
E wiennord@mvcmotors.at

MVC WIEN-SIMMERING

Simmeringer Hauptstraße 261, 1110 Wien
T +43 1 760 77-0
E wienzimmering@mvcmotors.at

MVC WIEN-WEST

Guldengasse 1A, 1140 Wien
T +43 1 878 11-0
E wienwest@mvcmotors.at

MVC BRUNN

Wiener Straße 152, 2345 Brunn/Gebirge
T +43 2236 31 600-0
E brunn@mvcmotors.at



Der Wiener Opernball macht einen Reingewinn von über einer Million Euro

„normalen“ Herbstwochenendes liegt. „Jeder Förder-Euro von Stadt und Land löst eine Wertschöpfung von etwa 33,5 Euro aus“, sagt Hardt-Stremayr über den Mehrwert der Veranstaltung für die Stadt. Heuer musste das Aufsteuern Mitte September aufgrund der Jahrhundertunwetter über ganz Österreich abgesagt werden. Dieses Schicksal teilte es mit vielen anderen Events im Lande. Manch andere Veranstaltung, wie zum Beispiel die Wiener Elektrotage, konnte nur in verkürzter Version stattfinden.

Wiener Saison-Highlights

Im Allgemeinen bleibt Wien aber vom Wettergott meist verschont. Zu den beliebtesten saisonalen Freiluft-Events in der Bundeshauptstadt gehört der Christkindlmarkt am Rathaus. Er zieht seit fast fünf Dekaden Besucher aus der ganzen Welt an. Jährlich besuchen drei bis vier Millionen Menschen die Weihnachtsattraktion, etwa die Hälfte von ihnen sind internationale Gäste. Besonders beliebt ist der Christkindlmarkt bei nordamerikanischen, vor allem kanadischen Touristen. Der Umsatz des Wiener Christkindlmarkts wird auf etwa 17

bis 20 Millionen Euro geschätzt. Dieser Betrag umfasst die Einnahmen aus dem Verkauf von Speisen, Getränken, Kunsthandwerk und anderen Weihnachtsartikeln. Die Einnahmen aus der Gastronomie und dem Einzelhandel in der Umgebung des Marktes können ebenfalls mehrere Millionen Euro betragen. Im Juni wiederum setzt mit der Regenbogenparade eine der größten LGBTQIA+-Demonstrationen in Europa ein Zeichen für mehr Toleranz. Die schrille Parade findet im Rahmen des Pride Month statt. Laut den Veranstaltern haben im heurigen Jahr 340.000 Personen an der Veranstaltung am Wiener Ring teilgenommen. Der gesamte Pride Monat inklusive der Regenbogenparade bringt geschätzte 20 bis 30 Millionen Euro an Einnahmen in die Region. Dieser Betrag stammt hauptsächlich aus den Ausgaben der zusätzlichen Touristen für Unterkünfte, Gastronomie, Shopping und Veranstaltungen.

Bälle als Wirtschaftsmotor

Ein klassischer Event, der nicht aus Wien wegzudenken ist, ist der Opernball, der ebenfalls Besucher aus aller

Welt in Österreichs Hauptstadt lockt. Er findet traditionell am Donnerstag vor dem Faschingsdienstag statt und zieht international viel mediale Aufmerksamkeit auf sich. Normale Eintrittskarten kosten im kommenden Jahr 395 Euro das Stück, Logen werden ab 15.000 Euro angeboten. Insgesamt macht der Opernball einen Umsatz von etwa vier bis fünf Millionen Euro. 2017 beispielsweise erwirtschaftete die Staatsoper mit dem Großereignis Einnahmen in Höhe von 4,6 Millionen Euro. Dem standen Gesamtausgaben von 3,5 Millionen Euro gegenüber, sodass am Ende ein Gewinn von 1,1 Millionen Euro erzielt wurde. Weiters wird geschätzt, dass der Wiener Opernball der Stadt und Region jedes Jahr etwa 10 bis 15 Millionen Euro an zusätzlichen Einnahmen bringt.

Zusammen erwirtschafteten alle Bälle der letzten Saison in Wien einen Umsatz von 175 Millionen Euro. Davon profitieren nicht nur die Veranstalter selbst, sondern auch umliegende Gewerbebetriebe wie Kostümverleiher, Schneider, Fotografen und Floristen. Insgesamt fanden über 400 Bälle statt, zu denen etwa 540.000 Besucher kamen. „Für 2024/2025 wird erwartet, dass jeder Ballbesucher zwischen 360 und 370 Euro für die jeweilige Veranstaltung ausgibt. Dazu zählen nicht nur Kartenpreise und Konsumation, sondern auch Ausgaben für Übernachtung, Taxi, Bekleidung, Friseur und nicht zu vergessen Tanzschulen“, klärt Freizeitbetriebe-Fachgruppenobmann-Stv. Suitner auf.

Eine Wirtschaftskraft mit Hürden

Zusammenfassend lässt sich sagen, dass Österreichs Eventbranche ohne Frage ein mächtiger Wirtschaftsfaktor ist, der über die kulturelle Bereicherung hinaus auch maßgebliche Einnahmen generiert. Doch hinter den beeindruckenden Zahlen stehen Herausforderungen, die nicht ignoriert werden können. Auch die Abhängigkeit von Touristenströmen und internationalen Gästen macht die Branche anfällig für globale Krisen, wie die Pandemie deutlich zeigte. ■

ORF ON

faszinati on

A man with brown hair and a light blue shirt is looking through a glass of water. The glass is partially filled with water. In the foreground, there is a reflective sphere that shows a distorted reflection of the man's face. The background is a solid blue color.

Die neue Streamingplattform
Jetzt App downloaden

ORF
ON

Mon Cher: Ein kulinarisches Juwel



Die Wiener Gastronomieszene hat einen neuen Star: Mon Cher. Im Herzen der Stadt gelegen, begeistert das Restaurant mit exquisiter mediterraner Küche, die die Eleganz der französischen Kochtradition mit den Aromen des Mittelmeers vereint.





Einladend und optisch sehr ansprechend angerichtet: Das Auge isst mit



Die Schmackhaftigkeit der Gerichte begeistert den Gaumen jedes Gourmets



Die Speisekarte bietet eine bunte Vielfalt an mediterraner Kochkunst

Mon Cher vereint die Eleganz der französischen Kochtradition mit den lebhaften Aromen des Mittelmeers. Geleitet wird die Küche von einem Team hochqualifizierter Köche, die ihre Leidenschaft für kulinarische Meisterwerke in jedem Gericht spürbar machen. Mit langjähriger Erfahrung in renommierten Häusern haben sie ein Menü geschaffen, das nicht nur von höchstem handwerklichem Können zeugt, sondern auch von der Liebe zu den frischesten und edelsten Zutaten. Jedes Gericht ist ein Ausdruck von Kunstfertigkeit, Liebe zum Detail und dem Anspruch, ein unvergessliches Genusserlebnis zu bieten.

Kulinarik trifft aristokratischen Charme

Doch Mon Cher steht nicht nur für außergewöhnliche Kulinarik – es verkörpert ein einzigartiges Konzept, inspiriert von einem aristokratischen Gentleman, der Eleganz und Verspieltheit perfekt miteinander verbindet. Geprägt von den mediterranen Reisen seines Namensgebers, vereint das Restaurant Raffinesse, Kultur und einen Hauch von Unvorhersehbarkeit. In dieser Welt aus Stil und mutigen Aromen sind nur die besten Profis und die anspruchsvollsten Gäste willkommen.

Kaan Aras' Vision für Wien

Ins Leben gerufen wurde Mon Cher vom renommierten Gastronomen Kaan Aras, der das Konzept entwickelt und ein herausragendes Team um sich geschart hat. Gemeinsam mit den talentierten Küchenchefs Mario Dervi und Patrick Müller, die für das kulinarische Erlebnis verantwortlich zeichnen, setzt Mon Cher neue Maßstäbe in der Gastronomieszene. Mario Dervi ist ein versierter und vielseitiger Chefkoch mit 15 Jahren umfassender Erfahrung in verschiedenen kulinarischen Stilen und globalen Umgebungen. Patrick Müller wiederum ist bekannt geworden als der schweigende Koch aus der erfolgreichen Kochsendung „Silent Cooking“.



Ob Süßes zum Nachtisch oder Meeresfrüchte als Hauptgang: Chefkoch Mario Dervi begeistert die Gäste mit seinen unnachahmlichen Kochkünsten und lässt keine kulinarischen Wünsche der Restaurantbesucher offen

Sharing-Konzept: Teilen, genießen, erleben

Das Restaurant zeichnet sich durch ein »Sharing-Konzept« aus, bei dem Gruppen (idealerweise für 4-6 Personen) gemeinsam in gemütlichen Lounges speisen und die Gerichte teilen können. Ein Highlight der Speisekarte ist das »Vitello Tonnato«, das durch die Verbindung von zartem Kalbfleisch und einer feinen Thunfischsauce neue Akzente setzt. Der »Salade Niçoise« erhält durch künstlerisch angerichtete Komponenten wie grüne Bohnen, Kartoffelsalat und Kohlrabi eine moderne Note, die an die traditionellen Wiener Heurigen erinnert. Eine besondere Empfehlung gilt den südfranzösischen

Austern, die mit ihrer intensiven Meeresfrische und ihrer buttrigen Textur bisher zu den beliebtesten Gerichten zählen. Auch die Weinkarte lässt keine Wünsche offen: Über 70.000 Euro investierte der Inhaber in eine erlesene Auswahl internationaler Weine.

Ein kreatives Team und Live-Musik

Ein Team aus 18 Kreativköpfen, darunter Designer und Künstler der Kunstuni, hat das elegante Ambiente mit Liebe zum Detail gestaltet. Freitags und Samstags wird das Erlebnis durch Live-Musik mit Jazz und französischen Klassikern bereichert, was den Flair des Restaurants unterstreicht. ■



MON CHER
RESTAURANT & BAR

Mon Cher

Opernring 11, 1010 Wien

+43 660 5169696

booking@mon-cher.at

mon-cher.at

Auf Sternen gebettet

Die Erfüllung jedes Wunsches. Luxuriöser Aufenthalt. Spektakuläre Räumlichkeiten. Das versprechen die 7-Sterne-Hotels dieser Welt. Doch wer zählt dazu? Und gibt es diese Kategorie wirklich?

TEXT: ULRICH BENTZ



Das erste als 7-Stern-Hotel gepriesene Hotel: das Burj Al Arab in Dubai

Schönes Zimmer, feines Essen, alle Annehmlichkeiten im Haus – geht es um Urlaub, will man sich nichts versagen. Und genießt auch einmal einen Hauch von Luxus. Davon profitieren vor allem die 4- und 5-Stern-Hotels, die in den letzten Jahren durchaus regen Zulauf registrieren konnten. Immerhin sind in Österreich 67 5-Stern-Hotels beheimatet, 19 davon zählen gar zur Superior-Klasse. Dazu gibt es noch 243 4-Stern superior Hotels. Erhalten haben sie alle ihre Auszeichnungen von der Hotelstars Union. Die Vereinigung vergibt in fast ganz Europa die Sterne nach einheitlichen Kriterien.

Aber wer möchte nicht noch den Hauch von Luxus mehr? Sich während des Aufenthaltes um nichts mehr kümmern müssen? Einen eigenen Butler?

Luxuriös ausgestatteten Spa-Bereich? Vielleicht sogar Privatstrand? Nichts ist unmöglich: Auch solche Hotels sind auf der Welt zu finden. Doch sie sind rar gesät. Bekannt geworden sind derartige Luxushotels als so genannte „7-Stern“-Hotels. So genannt, weil es diese Kategorie nicht gibt. Auch nicht in Asien, Afrika oder auf Maui. Bei fünf Sternen ist generell Schluss. Verpasst bekamen diese Hotels ihre zwei weiteren Sterne in erster Linie von der Presse oder der eigenen Marketingabteilung.

Erfindung der Journaille

Aufgekommen ist der Begriff „7-Stern-Hotel“ mit dem Bau des Burj Al Arab Jumeirah in Dubai, das 1999 eröffnet wurde. Das Haus, das in Form eines Segels gebaut wurde, bietet sei-

nen Gästen nicht nur eine prägnante Architektur, sondern auch alle möglichen Annehmlichkeiten. Als da wären: ein eigenes Rolls Royce-Service, Helikopter-Landeplatz, Privatstrand oder Butler-Service. Obwohl sich das Hotel nie selbst als 7-Stern-Haus bezeichnet, dürfte es über die von der Presse erfundene Klassifizierung nicht ganz unglücklich sein. Gibt es doch in der Hauptstadt der Vereinigten Arabischen Emirate rund 30 5-Stern-Hotels. „Es ist ein umkämpfter Markt. Und dort ist das ein guter Marketing-Gag, um sich abzuheben“, glaubt Michael Hönigmann, General Manager der Harisch Hotels Kitzbühel.

Doch das Konzept lässt sich nicht unbedingt eins zu eins auf die ganze Welt umlegen. Denn die Probleme sind ähnlich wie in der Hauben- und Sterne-Gastronomie. Um diesen lukulischen Luxus bieten zu können, bedarf es hochwertiger Produkte, Fachpersonal und entsprechenden Equipments. Also: einiges an Investition. In Österreich schaffen es aber doch immerhin fünfzehn Restaurants, sich mit Sternen, vergeben vom Guide Michelin, zu schmücken. Acht Lokalen wurden zudem von Gault & Millau fünf Hauben zuerkannt.

Hohe Investitionen

Dafür schließt nun das Noma in Kopenhagen, das fünfmal vom Restaurant Magazine zum „World's Best Restaurant“ gekürt wurde, seine Pforten. Die Begründung seines Chefs René Redzepi: Die Bedingungen, unter denen Fine Dining entstehe, seien kein Modell für die Zukunft. Zumindest

nicht in Europa. Doch auch schon bis dahin wurde dem Lokal von der Stadt Kopenhagen unter die Arme gegriffen. Seine Kollegen sind mit ihm auch nicht ganz einverstanden: Mit Reservierungspflicht, vorgegebenem Menü, Partnern aus der Landwirtschaft und begrenzten Öffnungszeiten könne man auch mit hochwertigem Essen noch Geld verdienen.

Bei den Hotels ist das nicht ganz so einfach. Besonders in Europa. „5-Stern Superior-Häuser sind eh schon Top“, meint Hönigmann. Da stelle sich die Frage, wie man einen noch herausragenderen Stellenwert begründe. Und das gehe nur über Dienstleistung. Doch die Personalkosten seien in Europa deutlich höher als etwa in Asien. Da geht es dann ans Rechnen. Und es zahlt sich wohl nur in den seltensten Fällen aus.

Dem stimmt auch Oliver Sturmayer, Direktor des Sheraton Grand Salzburg, zu. Obwohl es Ausnahmen gebe. Dazu zählt er etwa das George V in Paris. Der Art Déco-Palast überzeugt nicht nur mit Fünf-Stern-Spa, 3-Stern-Restaurants oder Limousinenservice. Auch die Lage nahe Champs-Élysées und mit Blick auf den Eiffelturm hebt das Hotel von anderen ab. „Dafür kostet die Nacht auch so um die 4.000 bis 5.000 Euro“, gibt Sturmayer zu bedenken. Es sei auch nicht nur die Dienstleistung, die es ausmache, glaubt der Sheraton Grand Salzburg-Direktor. Die exotische Lage, die Architektur, die Ausgestaltung der ganzen Anlage gehöre da auch dazu. Das koste. In weiterer Folge brauche es auch das Personal, um die Anlage immer in Top-Zustand zu halten.

„7-Stern-Hotels setzen auf ein Erlebnis, das sich mit einem herkömmlichen Luxusaufenthalt kaum noch vergleichen lässt“, definiert es Johannes Mitterer, Direktor des Hotel Kitzhof in Kitzbühel. „Solche Häuser ziehen wohlhabende Gäste an, die nicht nur genießen, sondern auch investieren und immer wiederkehren. Die Gewinnspannen sind dabei durchaus realisierbar, aber die Betriebskosten und das Inve-



Mit dem Emirates Palace eröffnete gleich das zweite Luxushotel in Dubai



Europäischer Palast in Indien: das Taj Falaknuma Palace

stitionsvolumen sind außergewöhnlich hoch“. Letztendlich hänge die Profitabilität stark vom Standort, dem Markt und den individuellen Gästen ab.

Millionärsklientel

Dabei ist die Zielgruppe ist zwar nicht klein, aber überschaubar. 22,83 Millionen Dollar-Millionäre zählte man 2023 weltweit. Die würden wohl am ehesten für einen derartigen Luxusurlaub in Frage kommen. Und ihre Anzahl ist in den letzten zehn Jahren auch um rund zehn Millionen angewachsen. Doch auch die Zahl jener Hotels, die als 7-Stern-Häuser in den Medien herumgereicht werden, stieg in diesem Zeitraum an.

„Die Frage ist natürlich, wie nachhaltig dies alles ist“, gibt Sturmayer zu bedenken. Dieses Thema gewinne in Europa immer mehr an Bedeutung. Dem trägt auch Hotelstars Union Rechnung, indem im neuen Klassifizierungskatalog ab 2025 Nachhaltigkeit stärker berücksichtigt wird. Viele Hotels gehen aber über diese Kriterien hinaus. Immerhin ergab eine Umfrage von booking.com, dass 53 Prozent der Reisenden eine Unterkunft suchen, die Komfort mit innovativer Nachhaltigkeit vereinen soll.

Arabischer Luxus

Doch welche Häuser sind es nun, die als 7-Stern-Hotels Eingang ins Gedächtnis



In Drachenform vor dem Olympia Park in Peking erhebt sich das Pangu 7 Star



Privatinsel mit Villenanlage: COMO Laucala Island auf Fidschi

der Welt gefunden haben? Da es sich um keine offizielle Kategorie handelt, wird die Auszeichnung in erster Linie von Journalisten vergeben. Und hier hängt es davon ab, in welches Portal man einen Blick wirft. Aber bei vielen Häusern ist man sich ziemlich einig. Wie beim Burj Al Arab Jumeirah. Gelegen auf einer eigenen Insel, bietet das Luxushotel nur Suiten an. Bei den größeren Suiten wird auch ein eigener Butler zur Verfügung gestellt. Erholung suchen kann man in einem der Luxus-Spas. Die kulinarischen

Bedürfnisse werden in einem der acht hochwertigen Restaurants erfüllt. Ein Hubschrauber-Landeplatz gehört ebenso zur Ausstattung wie ein Privatstrand. Konkurrenz erhielt das Burj Al Arab Jumeirah 2005 durch das nunmehrige Emirates Palace Mandarin Oriental, ebenfalls in Abu Dhabi gelegen. Ursprünglich wurde es als Location errichtet, in der sich die Regierungschefs und Scheichs aller Arabischen Emirate zu ihrem jährlichen Gipfel

treffen sollten. Nachdem der einladende Scheich jedoch vor diesem Treffen verstarb, wurde es an einen anderen Ort verlegt. Und das Bauwerk wurde als Hotel umgewidmet. So kann es mit fürstlichem Service aufwarten. Auch das Emirates Palace wurde an einem unberührten Privatstrand errichtet. Zudem zählt ein eigener Yachthafen zur Ausstattung des Hauses. Hier kann man auch mit dem Wasserflugzeug anreisen. Ein Butler-Service ist selbstverständlich. Die Zimmer scheinen aus 1.001 Nacht entnommen und bieten Balkon sowie übergroße Badewanne. Acht Restaurants sorgen für das leibliche Wohl der Gäste. In diesen werden übrigens pro Jahr rund fünf Kilogramm reines, essbares Blattgold verzehrt.

Von Wasser umgeben

Nicht fehlen darf in einer Aufstellung der weltweiten Luxusresorts das COMO Laucala Island auf Fidschi. Auf dieser Privatinsel können die Gäste gleich auf dem hoteleigenen Inselflughafen landen. Residiert wird mitten in der Natur, in einem der luxuriös ausgestatteten Villen. Mit Swimmingpool praktisch vor der Haustüre. Und viel Ruhe. Wem es zu ruhig wird, der kann sich mit seinem „Täu“-Butler unterhalten. Oder sich mit dem vom Hotel zur Verfügung gestellten Golf-Buggy auf den hoteleigenen Golfplatz begeben. Oder man entspannt sich auf der eigenen Terrasse, umgeben von traumhaftem Dschungel, Regenwald und zuckerweißen Sandstränden. In Istanbul, auf der europäischen Seite des Bosphorus gelegen, empfängt das Shangri-La Bosphorus mit unglaublichem Luxus seine Gäste. Das Hotel besticht einerseits durch seine Lage in der Nähe der wichtigsten Sehenswürdigkeiten der Stadt sowie durch sein außergewöhnliches Chi-Spa-Angebot mit eigenem Hamam. Ein Hallenbad, Saunen und ein Fitnessstudio stehen ebenfalls zur Verfügung. In den zwei Restaurants erwarten die Gäste asiatische Köstlichkeiten. In China steht wohl das einzige Hotel, das die sieben Sterne im Namen führt.

BEWEGT WIE NIE ZUVOR.



Mit aktuellen News und
neuen Möglichkeiten der
Bewegtbildvermarktung
auf allen Devices.
Buchen Sie Erfolg.



Saunen über London im Shangri-La The Shard



Logieren wie ein Doge im Aman Canal Venedig

Auch, wenn es mit fünf Sternen klassifiziert ist. Das Pangu 7 Star Hotel in Peking, nahe dem Olympiapark, verwöhnt seine Gäste mit einem eigenen Butler-Service. Die geräumigen Hotelzimmer wurden nach europäischem Konzept design und mit chinesischen Kunstwerken versehen. Abkühlung findet man wahlweise im Indoor- oder im

Outdoor-Pool. Kraft tanken lässt sich im Fitnessraum.

Von der Wildnis in die Großstadt

Praktisch mitten in der südafrikanischen Wildnis nahe Pietermaritzburg erheben sich die 16 Villen des Karkloof Safari Spa. Schon beim Frühstück

lässt sich der Ausblick über die Savanne genießen. Und vielleicht läuft einem dabei eine Herde Giraffen oder Antilopen über den Weg. Im Floating Pool kann man seine Seele baumeln lassen. Aber das Herz der Anlage ist natürlich der Spa-Bereich. In 16 Räumen werden die Gäste mit exotischen Behandlungen verwöhnt. Die Manikür- und Pedikür-Lounge bietet mit ihren Glaswänden dazu einen atemberaubenden Ausblick auf die umgebende Natur.

In Indien, in Hyderabad, steht das Taj Falaknuma Palace. Erbaut wurde er 1883 bis 1890 vom damaligen Premierminister von Hyderabad als Privatesidenz. Der hat sich dazu auf einer Europareise inspirieren lassen. Und so ist das Gebäude allein schon erfüllt von Luxus und Großzügigkeit. 2000 wurde es aus seinem damaligen Schlaf erweckt, komplett restauriert und als Hotel zugänglich gemacht. Der Innenraum glänzt mit Kunstwerken und Manuskripten, einer Sammlung von Jade-Artifakten und belgischen Osler-Kronleuchtern. Die 60 Räume sind großzügig und luxuriös ausgestattet.

Einen einzigartigen Ausblick bietet das Signiel Seoul. Ist es doch hoch über der Stadt im Lotte World Tower untergebracht. Seine Zimmer und Suiten verbinden klassisches und modernes Design und vereinen so die Einflüsse von Ost und West. Eines der Highlights ist die Sternenküche, die in den hoteleigenen Restaurants geboten wird. Ein anderes das außergewöhnliche Spa-Erlebnis.

Sterne über Europa

Aber auch in Europa sind einige Hotels beheimatet, die in diversen Aufzählungen von 7-Stern-Hotels immer wieder erwähnt werden. In Italien ist es etwa das Galleria Vik in Mailand, das regelmäßig angeführt wird. Es hat sich sogar als erstes offizielles 7-Sterne-Hotel der Welt zertifiziert. Ein Marketing-Streich. Spektakulär ist die Location mitten in der Einkaufspassage Galleria Vittorio Emanuele II. mit Ausblick auf dieselbe. Jede der 25 Hotel-Suiten ist anders eingerichtet.

MVC
MOTORS

Der neue vollelektrische **FORD EXPLORER**



MVC
MOTORS
electric



Aktionspreis ab
€ 40.173,-*
inkl. MwSt.

ABENTEUER NEU ENTDECKEN.

Das revolutionäre vollelektrische SUV wurde gebaut, um Sie zu begeistern. Mit seiner kompakten Größe und seinem markanten Design sowie kurzen Ladezeiten ist der neue vollelektrische Ford Explorer bereit für jedes Abenteuer.

Gemäß Worldwide Harmonised Light Vehicle Test Procedure (WLTP) können bis zu 602 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. WLTP CO₂-Emissionen (kombiniert): 0 g/km, WLTP Stromverbrauch (kombiniert): ab 13,9 kWh/100 km. * Unverbindlich empfohlener, nicht kartellierter Aktionspreis (beinhaltet Importeursbeteiligung) inkl. USt, NoVA und 2 Jahre Garantie (beginnend mit Auslieferungsdatum), unbegrenzte Kilometer. Auf Batterie und Hochvoltkomponenten 8 Jahre, unbegrenzte Kilometer. Berechnungsbeispiel am Modell Explorer 204 PS SUV Elektromotor mit Extended Range - 79kWh - RWD 1-Gang-Automatikgetriebe Heckantrieb: Aktionspreis € 38.590,00; beinhaltet bereits Importeursbeteiligung sowie € 2.400,- Ford Credit Bonus und € 576,00,- Versicherungsbonus. Leasing über Ford Credit (Bankübliche Bonitätskriterien vorausgesetzt), Abschluss eines Vorteilssets der Ford Auto-Versicherung (Versicherer: GARANTA Versicherungs-AG Österreich) vorausgesetzt sowie € 2.400,- E-Mobilitätsbonus inkl. MwSt und € 3.000,- Förderung seitens Bundesministerium Klimaschutz, Umwelt, Energie, Mobilität, Innovation und Technologie. Vorbehaltlich Änderungen, Irrtümer und Druckfehler. Symbolfoto.

Ihr MVC MOTORS Verkaufsteam berät Sie gerne!

www.mvcmotors.at



MVC WIEN-NORD

Brünner Straße 66, 1210 Wien
T +43 1 277 80-0
E wiennord@mvcmotors.at

MVC WIEN-SIMMERING

Simmeringer Hauptstraße 261, 1110 Wien
T +43 1 760 77-0
E wienzimmering@mvcmotors.at

MVC WIEN-WEST

Guldengasse 1A, 1140 Wien
T +43 1 878 11-0
E wienwest@mvcmotors.at

MVC BRUNN

Wiener Straße 152, 2345 Brunn/Gebirge
T +43 2236 31 600-0
E brunn@mvcmotors.at



Fürstlich Speisen im Plaza Athénée

Während ihres Aufenthaltes steht den Gästen ein Butler zur Verfügung.

In Venedig am Canale Grande erhebt sich das Aman Canal Venedig. Untergebracht in einem Palazzo aus dem 16. Jahrhundert, überzeugen die Suiten durch Geräumigkeit und Luxus. Entspannen lässt es sich bei einem der vielfältigen Wellness-Behandlungsangebote. Oder bei einem Rundgang im weitläufigen Garten direkt am Canal. Des Abends sollte man sich einen Besuch im Restaurant Avri nicht entgehen lassen. Hier spürt man nicht nur das Ambiente des früheren Venedigs, sondern verwöhnt den Gaumen auch mit lokalen Spitzengerichten.

Die luxuriöse Reise geht weiter über die französische Grenze nach Paris. 7-Stern-Liebhaber steigen hier im Plaza Athénée ab. Es liegt direkt gegenüber dem bekanntesten

Wahrzeichen der Stadt und bietet so einen ungetrübten Ausblick auf den Eiffelturm. Ausgestattet mit einem eigenen Balkon, ist jedes Zimmer mit luxuriösen Materialien gearbeitet. Noch dazu findet man sich in jedem Stockwerk in einer anderen Zeit wieder. Von klassisch über Louis XVI. bis Art Déco.

Auf der anderen Seite des Ärmelkanals wurde die Glaspyramide des Shard zum neuen Wahrzeichen Londons. Dort ist auf 19 Etagen das Shangri-La The Shard untergebracht. Jedes Zimmer verfügt hier über bodentiefe Fenster, Marmorbäder sowie Regenduschen. Und bietet damit eine spektakuläre Aussicht auf die englische Hauptstadt. Zumindest einmal sollte man in den Infinity Sky Pool im 52. Stock hüpfen. Und die Sky Sauna aufsuchen. ■

MODERNE BUTLER

Ein Hotel, das sich als eines der besten der Welt bewirbt, schafft dies in erster Linie über Dienstleistung. Privater Zugang zum Spa, Housekeeping oder – ein eigenes Butler-Service. Wer nun an die Serie Downton Abbey denkt, der liegt nicht ganz falsch. Auch im 21. Jahrhundert gehört das Servieren des Nachmittagstees oder des Dinners im Zimmer zu den Aufgaben eines Butlers. Darüberhinausgehend kümmert er sich aber vor allem um praktische Dinge. Als da wären: die Organisation von Transfers, das Auspacken der Koffer, Reservierungen fürs Spa, das Konzert oder das Theater. Die Organisation von Golfkunden sowie Liegestühle am Strand. Und je nach Destination fallen ihm auch noch spezifische Aufgaben zu. Sei es als Gesellschafter oder Organisator von Spitzenplätzen bei Formel 1-Rennen. Kurzum: Sie versuchen, auf alle Bedürfnisse und Wünsche der Gäste einzugehen. Möglichst, bevor dieser ausgesprochen wird. Ein Butler ist also Koch, Kellner, Gesellschafter, Sommelier, Haushaltshilfe, Berater in

Destinationsfragen, Organisator. Und das mit perfekten Umgangsformen. So etwas wird einem nicht unbedingt von Natur aus mitgegeben. Vielmehr haben sich eigene Butlerschulen etabliert, die die moderne Dienerschaft ausbilden. Wer die Ausbildung erfolgreich hinter sich bringt, kann danach mit einem Brutto-Jahressalär von 50.000 bis zu 150.000 Euro rechnen – allerdings nicht unbedingt bei einer 40-Stunden-Woche. Die Absolventen finden nicht nur in Hotels Arbeit. Auch in gesetzten privaten Haushalten hat man den Butler wieder entdeckt. Und wer sich keinen eigenen leisten kann oder will, greift auf einen Miet-Butler zurück. Ein spezielles Service leistet man sich auf der Turracher Höhe: Dort sind die Pisten-Butler unterwegs. Mit dem Ski-Doo steuern sie sonnige Plätze an und verteilen Prosecco, Taschentücher oder andere kleine Aufmerksamkeit an die Gäste. Doch in erster Linie organisieren sie geführte Touren, besondere Erlebnisse und Wanderungen für Kleingruppen.

STARS UND STERNCHEN: DAS SYSTEM DER HOTELSTERNE

Wem ist das nicht schon passiert? Man bucht in ein 3-Stern-Hotel ein. Doch die Zimmer sind klein und dreckig, der Föhn kaputt und das Service – naja. Da ist man doch von zuhause ganz anders gewohnt. Die Ursache: Auf der ganzen Welt ist man sich zwar einig, dass an Hotels ein bis maximal fünf Sterne vergeben werden können – doch die Kriterien sind durchaus unterschiedlich. Und können von Land zu Land variieren. So bezieht sich etwa in Frankreich die Klassifizierung vor allem auf die Räumlichkeiten. In Spanien, wo die Hotelklassifizierung gesetzlich vorgeschrieben ist, werden zusätzlich regionale Kriterien herangezogen.

Im Großen und Ganzen aber hat man sich in Europa darauf geeinigt, die Klassifizierung von Hotelstars Union, einer Organisation des Europäischen Dachverbandes für Hotels, Restaurants & Cafés, durchführen zu lassen. Und somit zumindest am Kontinent eine größtmögliche Vereinheitlichung zu schaffen. Die Bewertung erfolgt auf freiwilliger Basis und gilt jeweils für drei Jahre. Wobei der höchste zu vergebende Standard 5-Stern superior ist. Superior steht dabei für ein über den 5-Stern-Standard deutlich hinausgehendes Mehr an Serviceangebot und Dienstleistung. Was auch durch einen Inkognito-Test überprüft wird.

Sicher Sauber

Werterhaltende Reinigungsmethoden, langjährige Tradition, faire Arbeitsbedingungen und eine treue Stammkundschaft: Das macht das Reinigungsunternehmen Germania aus. FM wirft einen Blick auf die blitzblanke Fassade.

Wer bei der Reinigung auf Qualität setzen möchte, ist mit Germania genau an der richtigen Adresse. Da sticht gleich einmal die über 100-jährige Geschichte hervor. Die Firma wurde im Jahr 1917 von Anton Neuherz gegründet. Heute führt Prokurist Peter Dichtl die Tradition fort. Er ist seit rund 30 Jahren im Business. Inzwischen ist auch sein Sohn in das Unternehmen eingestiegen. Das Arbeitsklima: familiär. Und das nicht nur in der Chefetage, sondern auch bei der ca. 80-köpfigen Belegschaft. Viele davon sind bereits seit Jahrzehnten dabei. Manche sogar bis zu ihrer Pensionierung. Das gilt ebenso für viele Kunden, die Germanias Dienste seit bis zu 60 Jahren in Anspruch nehmen.

Privathaushalt bis Denkmalreinigung

Das Angebot ist breit aufgestellt: Angefangen bei der Reinigung von Privathaushalten über Unternehmen, Hausbetreuung und Böden. Bis hin zu Spezialreinigungen und Außenbereichen. Letztere umfassen heikle Denkmäler, graffitibeschierte Fassaden, großflächige Fenster oder Swimmingpools. Mit Hilfe von Heißwasser-Hochdruckreinigung sowie dem Einsatz schonender Reinigungsmittel erstrahlen die Pools in neuem Glanz. Bei Büroreinigungen kommen ausschließlich Produkte mit Gütesiegel und EU-Eco-Label zum Einsatz. Ganz ohne unnötige Schadstoffe. 2022 kam es zu einem ganz besonderen Projekt: Die Reinigung der denkwürdigen Skulpturen in der Hofburg'schen Michaelerkuppel. Dank eines aufwändigen, mehrstufigen Reinigungsverfahrens gelang es, die Figurengruppen quasi in den Originalzustand zurückzusetzen.



„Wir machen überall sauber“



Aufwendige Skulpturreinigung

rens gelang es, die Figurengruppen quasi in den Originalzustand zurückzusetzen.

Alles ganz nach dem Germania-Motto: *Wir machen überall sauber.*

Hands-on-Qualität

Das Reinigungsunternehmen hat von Jänner bis Dezember geöffnet – ganz ohne Betriebssperre. Und das von Montag bis Freitag bereits ab sieben Uhr. Peter Dichtl und sein Sohn pa-

cken dafür auch selbst fleißig mit an. Der Prokurist verfolgt dabei eine Devise – und die lautet: Hands-on! Er selbst führt die Kundengespräche, macht Besichtigungen vor Ort und betreut sämtliche Nachbearbeitungen der Projekte. Damit auch wirklich jeder Wunsch des anspruchsvollen Klientels erfüllt wird.



Prokurist Peter Dichtl führt viele Kundengespräche selbst



Mit Sicherheit feiern

Ein unbeschwerter Abend braucht ein maßgeschneidertes Sicherheitskonzept. Die Profis von Ante Portas wissen, wie es geht. Ihre bestens ausgebildeten Teams haben die Situation immer im Blick und handeln nach dem Motto: Vorrang für Prävention und Deeskalation.



Schnappschuss eines Einsatzes mit Gründer Mag. Laurin Levai (4.v.l.)

Entspannt abhängen. Mit Freunden auf ein Clubbing. Mit Arbeitskollegen auf ein Event. Oder mit der Family auf eine öffentliche Veranstaltung. An oberster Stelle steht gute Laune, viel Spaß und friedliches Miteinander. Dafür sorgen nicht zuletzt Mag. (FH) Laurin Levai, MAS, und sein Partner Mag. Rüdiger Rader, MSc, die gemeinsam das Security-Unternehmen Ante Portas leiten. Sie verfolgen ihre Tätigkeit unter dem Motto „Mit Sicherheit menschlich bleiben“. Das Ziel sei, nur in Notfällen Menschen mit entsprechendem Druck der Veranstaltung zu verweisen. Möglichst gewaltfrei die Security-Tätigkeit auszuüben. Um das ermöglichen zu können, brauche es einige Kompetenzen. In erster Linie sind Deeskalations-

strategien gefragt. In zweiter Linie aber auch ein gutes Auge und Feingefühl. Denn, so Levai, warte man darauf, dass etwas passiert, sei es zu spät. Man müsse aktiv auf die Menschen zugehen, sollten sich Probleme anbahnen. Um diese im Keim ersticken zu können. Prävention stehe im Vordergrund, so der Geschäftsführer. Und zwar in erster Linie durch Deeskalation.

Studium, Kunst, Mediation

Das für ein Security-Unternehmen nicht ganz alltägliche Konzept hängt ursprünglich mit seinem Gründer zusammen: Laurin Levai. Der ist zwar schon lange im Geschäft, sein Werdegang trotzdem nicht alltäglich. Als Sicherheitsmann

begonnen hat er während seines Studiums. Seines Studiums als Sozialarbeiter. Zudem ließ sich Levai zum Deeskalationstrainer ausbilden. In jüngerer Zeit nahm er das Studium der Kunst auf, das ihm noch einmal einen ganz eigenen Blickwinkel bescherte. Über einen ähnlich vielfältigen Hintergrund verfügt Rüdiger Rader, seit 2022 Partner bei Ante Portas. Rader ist Polizeibeamter und war mehrere Jahre bei der Cobra engagiert. 2002 machte er sich zudem selbständig, ist ausgebildeter Mediator und seit 25 Jahren als Unternehmensberater in der Personalorganisationsentwicklung tätig.

Wertschätzende Atmosphäre

Ihre Erfahrungen und ihr Wissen prägen die Unternehmenskultur bei Ante Portas. Und die heißt: keine Gewalt anwenden, wenn es nicht notwendig ist. Niemanden diskriminieren. Vielmehr versucht man, eine fröhliche, durchaus auch ausgelassene, Stimmung zu ermöglichen. Dementsprechend sind Levai und Rader bemüht, auch im Betrieb eine wertschätzende Atmosphäre zu schaffen. Das drückt sich auch bei der Personalauswahl aus: „Wir sind das erste Security-Unternehmen, das mit diversen Teams, also Menschen unterschiedlicher Kultur und unterschiedlichen Geschlechts, arbeitet“, erzählt Levai. „Ein Team sollte die Gesellschaft, in der gearbeitet wird, wiedergeben“, so seine Devise. Doch die Teams werden nicht nur danach zusammengestellt, sondern auch nach unterschiedlichen Kompetenzen. Von Erster Hilfe

über Rechtliches Know-how bis hin zu Selbstverteidigung.

Professionelle Schulung

Viele Kompetenzen werden den Mitarbeitern dabei in eigenen internen Schulungen vermittelt. Vor allem sind dies Deeskalationsstrategien, aber auch rechtliche Hintergründe. Und der Bereich soll weiter vertieft werden. „Wir sind gerade dabei, Konzepte für weiterführende Fortbildungen aufzusetzen, damit die Mitarbeiter sich weiterbilden können“, so Levai. Und, so die Überlegung: Die Workshops könnten auch für Externe geöffnet werden. „Unser Ziel ist es, die Professionalisierung der Security-Branche voranzutreiben“, begründet der Ante Portas-Geschäftsführer den Plan. Denn noch immer sei die Qualität in Sicherheitsdiensten oft mangelhaft, wie aktuelle Entwicklungen zeigen.

„Bei Ante Portas wollen wir auf so viele Situationen wie nur möglich, die uns im Rahmen unserer Tätigkeit begegnen können, vorbereitet sein“, argumentiert Levai den Schulungsschwerpunkt in seinem Unternehmen.

Awareness-Markte vor Start

Der professionelle Ansatz von Ante Portas hat sich auch in der Politik herumgesprochen. So bat man Levai, in Kooperation mit der MA 57 der Stadt Wien, dem Frauenservice, ein Konzept zu entwickeln, damit auch Frauen und Mädchen unbeschwert das Wiener Nachtleben genießen können. Der „Rettungsanker“ war geboren. Dafür stellte Levai ein Schulungskonzept zusammen, das Clubmitarbeiter sensibilisiert, sodass diese auf der Stelle helfen können. An diese „Rettungsanker“, die auch deutlich gekennzeichnet sind, können sich Frauen, die wiederholt unangenehm von Männern angesprochen oder aufdringlich angetanzt werden, wenden.

Aber nicht nur die öffentliche Hand, auch einige namhafte Akteure des Wiener Nachtlebens haben bereits die Hilfe von Ante Portas gesucht, um ihre Sicherheitskonzepte zu optimieren. Da-



Auch auf Konzerten sorgen die Profis von Ante Portas für Ordnung

mit sich die Gäste noch wohler fühlen. Dementsprechend ist Ante Portas auch für die Zukunft gerüstet. Denn laut der Novelle des Wiener Veranstaltungsgesetzes müssen künftig für Veranstaltungen in Clubs oder bei Konzerten mit 300 Gästen, wenn es eine Tanzfläche oder Stehplätze vor einer Bühne sowie Alkoholausschank gibt und das Event bis nach 21 Uhr dauert, Awarenesskonzepte vorgelegt werden. Die auch Awareness-Beauftragte vorsehen. Dementsprechend packt Levai sein Wissen bereits in die nächste Idee: eine eigene Awarenessmarke. Im deren Rahmen sowohl Menschen aus dem Security-Bereich einschlägig geschult werden als auch umgekehrt Interessierte aus den Bereichen Psychologie, Sozialarbeit oder Pädagogie einen Security-Kurs mitbekommen. „Das Ziel ist, Gäste mit Dialog zu erreichen. Probleme im Gespräch aufzulösen“, so die Ante Portas-Chefs.

Stark nachgefragt

Kein Wunder daher, dass die Mitarbeiter von Ante Portas gut gebucht sind. Ob die Politik, namhafte Player des Nachtlebens, der Handel, private Veranstaltungen oder soziale Einrichtungen: Ante Portas wird von allen Branchen gerne nachgefragt.

Auch die MG Mediengruppe setzte zum Schutz des Galaabends anlässlich der Verleihung des FM-Incomingpreises auf das Know-how der Profis von Ante Portas. Die ihre Aufgabe gewissenhaft und zuvorkommend erfüllten.

Und: Auf Ante Portas ist Verlass. Auch, wenn der Hut brennt. Das Unternehmen ist 24 Stunden am Tag erreichbar. Und das sieben Tage die Woche. Um für die Kunden sofort da zu sein, wenn Hilfe benötigt wird. ■



ANTE PORTAS
YOUR SECURITY SERVICE

Sprengersteig 10
1160 Wien

Tel.: +43 1 416 55 10
E-Mail: office@ante-portas.at

NEBEN- WIRKUNG GARANTIERT.

Scharfe Kampagnen,
die wirken.



cayenne



Alles wird besser.

40 Jahre Kneissl Touristik – 40 Jahre Reise Glück

Seit mehr als 40 Jahren begeistert Kneissl Touristik ihre Gäste und Reisebüropartner mit einem anspruchsvollen Reiseportefeuille. Das Reiseprodukt und die starke Marke haben sich über Jahrzehnte entwickelt und geformt.



Studienerlebnisse und exotische Entdeckungen: Die neuen Kataloge für 2025 sind da!

Dabei wurde immer großer Wert auf Prospektwahrheit, Transparenz, durchdachte Reiseprogramme und sehr gute Reiseleiter*innen gelegt. Heute und in Zukunft sind auch die Themen Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung Kernthemen. In diesem Kontext stellt sich Kneissl Touristik gerade einem Zertifizierungsprozess.

„Zelte vor dem Luxor-Tempel“

Kneissl Touristik war auf dem österreichischen Markt ein Pionier und ist angetreten, leistbare Reisen für Menschen mit Reiselust, Fernweh und Neugierde anzubieten. (Flug-)Reisen und Fernreisen waren teuer. Und so startete das Kneissl-Produkt mit ZeltReisen und Campingküche. Der Markt hat auf die-

ses Angebot gewartet und viele Menschen sind begeistert mitgereist. Viele Lehrer waren unter den Erstkunden und für sie wurden in all den Jahren die besten Ferientermine ausgeschrieben. Ehen wurden auf den ZeltReisen gestiftet und immer wieder begegnen dem Kneissl-Team Stammgäste, die verträumt von ihren Reiseerlebnissen der ersten Stunde erzählen: „Drei Wochen waren wir bei der Irland-Reise unterwegs, natürlich mit Bus ab/bis Österreich, mit Zelten und Küchenzelt und viel Spaß!“. Oder sie schwärmen von Ägypten-Reisen mit Zelten vor dem Luxor-Tempel. Ein Kneissl-Vollcharter von Budapest nach Kairo in den Weihnachtsferien, heute unvorstellbar! Oder ein Vollcharter nach Damaskus! Gut vorstellbar, aber leider undurchführbar ist auch die Transori-

entrout, die in 23 Reisetagen mit dem Bus ab Österreich durch die Türkei nach Syrien und Jordanien führte, heimgefliegen wurde von Damaskus. Es gab aber auch Badeferien in Südfrankreich und Griechenland, Radreisen (u.a. mit dem Fahrrad durch Irland und Island) sowie ein umfangreiches USA-Programm, über das man nur staunen kann.

„Ich veranstaltete, was mich interessierte“

Firmengründer Christian Kneissl (1950-2024) in einem Interview über die Anfänge: „Ich war bei der Naturschutzjugend OÖ/Wels aktiv und organisierte für die Jugendlichen Reisen im Rauriser Tal, in der Schweiz, in Süditalien, Rumänien, ... Die Kinder und Jugendlichen

waren begeistert und die Eltern wollten diese Reiseziele auch kennenlernen. Das war die Keimzelle der Kneissl Touristik – Jahre bevor das Unternehmen gegründet wurde, ging es nach Ägypten, Island, Ladakh, Florida, Südafrika ... Ich studierte ursprünglich Geografie in Salzburg und auch da organisierte ich die Exkursionen. Eines ergab das andere, eine weitere Station war „natur & reisen“ bei sabtours und im September 1984 startete ich mit Unterstützung meiner Frau Gertraud und meiner Schwester Elisabeth durch und gründete die Kneissl Touristik. Der Rest ist Geschichte. Ich habe meine Lebenserfüllung in dieser Aufgabe gefunden, die ich bis 2015 mit Herzblut erfüllte. Es war leicht. Ich veranstaltete, was mich interessierte. Meine besondere Liebe galt und gilt der Fotografie von Wildtieren und Vögeln im südlichen Afrika.“

„Ich kann mir keinen schöneren Beruf vorstellen“

Die Geschäftsleitung übernahm 2015 Elisabeth Kneissl-Neumayer: „Ich bin als kleine Schwester des großen Bruders in das Reiseveranstalten hineingewachsen, war schon in jugendlichen Jahren in Island. Der Insel gehört meine absolute Zuneigung. Ich finde es schön, dass ich mich mit dem Reisemarkt über die Jahrzehnte entwickeln konnte. Unbedingt will ich mit meinem Team etwas von dem ursprünglichen Kneissl-Spirit aus Abenteuer und Entdeckerfreude bewahren. Mein Bruder und ich haben das ‚Handwerk‘ von der Pike auf gelernt. Es ist unsere Lebensaufgabe geworden, für meinen Bruder seine Lebensaufgabe gewesen. Ich kann mir keinen schöneren Beruf vorstellen. Ich wünsche mir, dass unser Mut, unsere Begeisterung und unsere Risikofreude weiterleben. Dass wir auch durch Krisenzeiten mit Resilienz und Tatkraft kommen können, haben wir eindrücklich in der Pandemie bewiesen: Mitarbeiter*innen, Reiseleiter*innen, Partner*innen aus aller Welt und Freunde beteiligten sich bei zwei Durchgängen des Social-Media-Projekts ‚In 80 Tagen um die Welt‘ und



Geschäftsführerin Elisabeth Kneissl

posteten an JEDEM Tag, an dem man nicht reisen konnte, einen Reisebeitrag. Das Echo war überwältigend und die Posts Lichtblicke in einer heruntergefahrenen Welt.“

Im September 2024 feierte das (fast komplette) Kneissl-Team das 40-jährige Firmenjubiläum in Istanbul. Ende November gab es einen fulminanten Reigen an Jubiläumsvorträgen mit Michael Martin, Sepp Friedhuber und Günter Grüner im Stadttheater Greif in Wels – ein Geschenk von Kneissl Touristik an seine vielen (Stamm-)Kunden – und eine Hommage an Firmengründer Christian Kneissl, der im Oktober 2024 unerwartet verstarb.

Zukunftspläne

Geschäftsführerin Elisabeth Kneissl-Neumayer über die Zukunftspläne: „Wir haben gemeinsam mit unserem Mutterkonzern sabtours einen Prozess der Stafettenübergabe gestartet, der bis August 2026 dauern wird. Einer der Eigentümer von sabtours, Mag. Johannes Schierl, ist mein Co-Geschäftsführer. Unsere langjährige Mitarbeiterin Prokuristin Isolde Spitzbarth, sie ist seit 1987



Der Reise-Pionier: Firmengründer Christian Kneissl (1950-2024)

im Unternehmen, wird ab August 2026 gemeinsam mit Mag. Johannes Schierl die Geschicke von Kneissl Touristik leiten und weiterführen. Sie können auf ein gut eingespieltes Team in der Zentrale Lambach, in den Reisebüros und auf exzellente Reiseleiter und Reiseleiterinnen vertrauen. Und so, wie wir in den letzten 40 Jahren immer auf Weiterentwicklung, Neugierde, Optimismus, Fairness und Nachhaltigkeit gesetzt haben, wird dies auch in Zukunft sein. Ich werde mich an meinem 65. Geburtstag mit August 2026 aus der Geschäftsleitung zurückziehen. Ein paar interessante Bereiche werde ich aber (hoffentlich) weiterbearbeiten.“

Tipp: Die Kataloge Europa 2025, Nordland 2025 und FernReisen 2025 sind in Kürze in den Reisebüros erhältlich. Auf fast 600 Seiten gibt es StudienErlebnis-Reisen weltweit und zusätzlich zu den 11 JubiläumsReisen, die schon im Übergangskatalog 2024/25 ausgeschrieben waren, versprühen neue JubiläumsReisen, u.a. in Island, Irland, Lappland (Sápmi), Turkmenistan mit Mannghystau, Mustang im Norden Nepals und Piemont Entdeckerlust und Reisefreude. ■

Dynamo für Wien – seit 50 Jahren

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



Die Stadthalle zählt zu den erfolgreichsten Kernunternehmen der Wien Holding

Bis Anfang der 1970er-Jahre wurden die Unternehmungen der Stadt Wien in der Hoheitsverwaltung betreut und kontrolliert. Nach einer intensiven Diskussions- und Vorbereitungsphase wurde – letztlich durch einstimmigen Gemeinderatsbeschluss – die Wien Holding als „WABVG – Wiener Allgemeine Beteiligungs- und Verwaltungsgesellschaft“ gegründet und am 27. Juni 1974 in das Handelsregister eingetragen. Zu den Kernunternehmen, die sich auch heute noch im Eigentum der Wien Holding befinden, zählten die Wiener Stadthalle, die Vereinigten Bühnen Wien, die Therme Wien in Oberlaa, die Messe Wien oder

der Hafen Wien und die Kabel-TV-Wien (heute WH Media GmbH).

Ein geglücktes Experiment

Weder in Österreich noch in anderen EU-Ländern gab es damals einen vergleichbaren Konzern mit einer ähnlich heterogenen Struktur. Aufgrund des experimentellen Charakters gab es weder Vorbilder noch Erfahrungen, auf die das Management der Wien Holding hätte zurückgreifen können. Darüber hinaus wurden Unternehmungen zusammengeschlossen, die zum Teil schon seit Jahrzehnten bestanden und deren Strukturen und Aktivitäten erst an den neuen

Konzern angepasst werden mussten. Allein in den ersten 15 Jahren nach der Gründung haben die Wien Holding-Unternehmen rund 1,1 Milliarden Euro investiert. Anfang der 1980er-Jahre zählte die Wien Holding bereits zu den 30 größten Unternehmen Österreichs und über 6.000 Mitarbeiter waren im Konzern beschäftigt.

Privatisierungsdruck ab 1989

Nach einer intensiven Diskussion wurde 1989 ein Teil der Wien Holding-Unternehmen privatisiert. Die Stadt veräußerte 49 Prozent ihrer Anteile am Konzern an Banken und Versicherungen. Der

zweite Schritt in Richtung Privatisierung erfolgte 1993. Die Stadt zog sich auf einen Anteil von 21 Prozent zurück, der Großteil der Anteile wurde nun von der Bank Austria AG gehalten. Nur einige Unternehmen, die mit kommunalen oder öffentlichen Aufgaben beauftragt waren, verblieben im Konzern und eine Unternehmensauflösung stand im Raum.

Neustart und dynamische Entwicklung ab 2002

Im Jahr 2002 wurde von der Stadt Wien der Entschluss zu einem Neustart samt Reorganisation und Neupositionierung der Wien Holding gefasst. Dadurch hat das Unternehmen geeignete Rahmenbedingungen und Strukturen erhalten, um in einem verstärkten Wettbewerb auf den liberalisierten und globalisierten Märkten bestehen zu können. Seitdem hat sich die Wien Holding dynamisch und konsequent weiterentwickelt. Sie hat ihr Unternehmensportfolio erweitert und ist in das Projekt- und Development-Business eingestiegen, teils mit Public-Private-Partnership-Modellen und teils mit eigenen Ressourcen. Sukzessive hat sie auch Dienstleistungs- und Managementaufgaben der Stadtverwaltung übernommen und erfüllt sie neu strukturiert nach privatwirtschaftlichen Kriterien. Europaweit gilt die Wien Holding mit ihren rund 75 Unternehmen mittlerweile als Musterbeispiel für New Public Management.

Realisierte Projekte – eine Auswahl

Der Konzern hat eine große Vielzahl von Projekten realisiert, die zur Wiener Wertschöpfung, zum Wirtschaftswachstum und zur hohen Wiener Lebensqualität beitragen.

Der Hafen Wien mit den Standorten Alberner Hafen, Hafen Freudenau und Ölhafen Lobau wurde zu einem trimodalen Logistikzentrum ausgebaut. Güter können über die Straße, die Bahn und das Schiff in beliebiger Kombination umgeschlagen werden und auch der



Auch am Schlosspark Laxenburg ist die Wien Holding beteiligt



Das Otto Wagner Areal wird in den nächsten Jahren total umgestaltet



Wien Ticket ist der größte Ticketdienstleister in österreichischer Hand



Die MS Admiral Tegetthoff gehört zur Flotte der DDSG Blue Danube



Die Therme Wien: eine hervorragende Wellness-Oase in Oberlaa



W24 ist der Stadtsender des Wien Holding-Unternehmens WH Media

Flughafen Wien befindet sich nur wenige Kilometer entfernt. Heute ist der Hafen Wien einer der wichtigsten Hinterland-Hubs in der Europäischen Union, vor allem für die großen Nordseehäfen und die italienischen Häfen.

Schiff ahoi!

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

Museums-Kleeblatt

Räumlich nicht weit davon entfernt befindet sich das Mozarthaus Vienna, dessen Entwicklung zu den ehrgeizigsten Kulturprojekten der Wien Holding zählt. Das Gebäude mit der Wohnung des großen Komponisten befand sich in den 1990er Jahren in Privatbesitz und in einem baulich katastrophalen Zustand. Im Vorfeld des Mozartjahres erhielt die Wien Holding von der Stadt den Auftrag, das Haus zu sanieren und rund um Mozarts Wohnung ein neues Mozartzentrum einzurichten. Das Jüdische Museum Wien, ein weiteres Museum der Wien Holding, wurde ab 2010 nicht nur generalsaniert und umgebaut, sondern auch inhaltlich als jüdischer Kraftplatz mitten in Wien neu positioniert. Das Museum ist ein Symbol dafür, dass die Geschichte der Stadt untrennbar mit ihrer jüdischen Bevölkerung verbunden ist. Weitere Museen im Besitz der Wien Holding sind das Kunsthaus Wien und das Haus der Musik. Viele jüngere Projekte sind den

Klimaschutz- und Nachhaltigkeitszielen der Stadt Wien verpflichtet. Dazu zählen unter anderem große Photovoltaikanlagen im Hafen Wien, die erst kürzlich eröffnete Anlage auf der Therme Wien sowie die kürzlich erweiterte Anlage auf dem Dach der Wiener Stadthalle.

Nachhaltig bauen für Wien

Wohnen, Kultur, Bildung, Sport – wo immer es in Wien um zukunftsgerichtete Neuerrichtung oder um Sanierung, Erweiterung und Modernisierung bestehender Objekte geht, ist vielfach die WSE Wiener Standortentwicklung GmbH mit an Bord. Die WSE ist in den Bereichen Projektentwicklung, Bauprojektmanagement und Liegenschaftsmanagement tätig und somit die zentrale Ansprechstelle, Initiatorin und Ausführende ambitionierter Stadtentwicklungsprojekte in Wien. Dazu zählen beispielsweise der Wirtschaftspark Breitensee, das Areal Neu Marx, das Areal Neu Leopoldau, das Quartier in der Kurbadstraße in Wien-Oberlaa oder das Otto Wagner Areal, wo in den nächsten Jahren ein Mix aus Bildung, Wissenschaft, Technologie, Kultur und Kontemplation das ehemalige Krankenhaus zu einem Ort für alle machen wird.

Neue Sport Arena

Auf dem Gelände des ehemaligen Ferry-Dusika-Stadions in Wien-Leopoldstadt entsteht unter der Federführung der WSE-Tochter WIP Wiener Infrastruktur Projekt GmbH die vielfältig nutzbare Sport Arena Wien. Der Bau der Sport Arena Wien ist so wie auch die Sanierungen bestehender Rundturnhallen oder die Modernisierung von insgesamt 28 Vereinssportanlagen Teil des großen Sportstättenprogramms, das die Stadt Wien gemeinsam mit der WSE umsetzt. Auch daran mitzuwirken, dass gute und leistbare bauliche Grundlagen für die Bildung und Ausbildung der nächsten Generationen geschaffen werden, ist die Aufgabe der WIP. Neben einem halben Dutzend weiterer Projekte im Bildungsbereich konzentrierte sich die WIP im



Der Großmarkt Wien gehört seit 2019 ebenfalls zur Wien Holding



Der Logistiker Wien Cont ist ein Tochterunternehmen des Hafen Wien

Jahr 2024 auf die Fertigstellung eines Bildungscampus in der Hinaysgasse 1 in Wien-Floridsdorf. Dieser konnte mit Beginn der Schuljahres 2024/25 in Betrieb gehen.

Wien Holding feiert 50. Geburtstag

Ihren 50. Geburtstag feierte die Wien Holding unter anderem mit einem Tag der offenen Tür mit rund 25.000 Besuchern, mit einem Österreich-Bild am Sonntag und mit einem Gewinnspiel,

das bereits über 60.000 Teilnehmer verzeichnen konnte (www.wienholding.at/Gewinnspiel). Unter dem Motto „50 Jahre – 50 Preise“ werden im Jahresverlauf spannende Preise aus den 75 Unternehmen der Wien Holding verlost.



Brötchen-Kunst in Linz

In Wien seit über einem Jahrhundert bekannt und geliebt: Jetzt erobert das Traditionsunternehmen Trzesniewski mit seinen exklusiven Brötchen-Kreationen und feinsten Aufstrichen aus liebevoller Handarbeit auch die Linzer Gastro-Szene.

TEXT: CLAUDIA HOLZER



Seit März 2024 können die Brötchen auch in Linz genossen werden

Für diejenigen, die ihre Geburtstagsfeier, geschäftliche Besprechung oder Veranstaltung zu einem unvergesslichen Erlebnis machen möchten, ist eine erstklas-

sige Verpflegung unerlässlich. Für ein präsentables Ergebnis, das den Gästen auch in Erinnerung bleibt, reicht der Gang in den nächsten Supermarkt nicht aus. Und obwohl selbst-

gemacht zwar meist ganz akzeptabel schmeckt, fällt diese Option ab einer gewissen Besucherzahl für die meisten schnell weg. Wie findet man also die perfekte Balance zwischen hausge-

macht, ästhetisch ansprechend, preiswert und trotz allem schnell serviert? Für viele Bewohner Wiens ist die Antwort klar: Trzesniewski-Brötchen. Mit handwerklichem Geschick, Liebe zum Detail und den feinsten Zutaten kreiert das Wiener Traditionsunternehmen eine Auswahl an Speisen, die mehr als beeindruckend ist. Die abwechslungsreichen Aufstriche von Trzesniewski, gepaart mit ausgewählten Getränken, bieten eine Vielfalt, die selbst die anspruchsvollsten Gaumen zufriedenstellt. Die Kombination aus Tradition und ehrlichem Geschmack macht Trzesniewski zu einer beliebten Wahl für jeden Anlass.

Handarbeit mit Erfolgsfaktor

Aber wer sich jetzt viel Firlefanz mit wenig dahinter – oder besser gesagt darunter – erwartet, liegt falsch: Geschmack und Qualität stehen bei Trzesniewski schon seit Beginn an erster Stelle. Egal ob Vegetarier, Veganer, Fisch- oder Fleischliebhaber: Bei den rund 26 Aufstrichen ist für jeden etwas dabei. Das aktuelle Sortiment ist bereits seit den Anfängen mit unveränderter – und natürlich streng gehüteter – Rezeptur auf der Karte zu finden und bietet jene traditionelle Geschmackserfahrung, die die Marke so besonders macht. Die speziellen Saisonbrötchen, die je nach Jahreszeit variieren, sorgen auch bei den ältesten Trzesniewski-Kennern immer wieder für eine Überraschung. Aber egal, um welche Variation es sich handelt: Für den unverwechselbaren Geschmack sorgt nicht nur ein gutes Rezept, sondern auch die Auswahl der richtigen Zutaten. Deshalb werden beim Brötchenhersteller nur lokale Lebensmittel mit bestmöglicher Qualität genutzt, die in ehrlicher Handarbeit dann zu dem verarbeitet werden, was wir heute unter einem echten Trzesniewski-Brötchen verstehen. Und gemeint ist hier wirklich Handarbeit, die hinter jedem Bissen steckt. Denn auch heute bleiben – trotz verschiedenster Versuche, den Herstellungs-



Kein Firlefanz, keine Verzierungen – Trzesniewski setzt auf puren Geschmack

vorgang für die Mitarbeiter mithilfe moderner Technik zu vereinfachen – allein die „Brötchenschneidemaschine“ und die „Eierschälmaschine“ als Hilfsmaschinen fester Bestandteil der Trzesniewski-Teams.

Auch für Zuhause

Die flache Form, für die die Brötchen bekannt sind, macht diese nicht nur perfekt für den unkomplizierten Verzehr, sondern auch für den Transport. So erhalten Kunden ihre Bestellung ganz problemlos, ohne auf das Alleinstellungsmerkmal – die Rillen in den Aufstrichen, die liebevoll mit der Gabel per Hand auf jedem Brötchen kreiert werden – verzichten zu müssen. Dafür sorgte bereits Tochter Maria Trzesniewski, die 1939 die heute noch genutzten Mitnahmekartons

etablierte. So konnten sie bereits damals – so wie heute – problemlos in der nächstgelegenen Filiale abgeholt werden.

Heute können die Leckerbissen natürlich auch online bestellt werden. Hier kann sich jeder sein Brötchen-Paket ganz individuell zusammenstellen. Geliefert wird in Wien und auch im Wiener Umland. Innerhalb weniger Stunden finden die Brötchen dann ihren Weg vom Bestelleingang direkt vor die Haustür – selbst bei großen Mengen von mehreren hundert Brötchen, die frisch auf Bestellung zubereitet werden. Um die Mahlzeit abzurunden, können Getränke und Desserts gleich mitgewählt werden.

Das perfekte Menü

Denn zu jedem Trzesniewski-Brötchen gehört traditionell ein „Pfiff“.



Über 26 Sorten stehen zur Auswahl – natürlich auch vegan und vegetarisch

Das – eigentlich eher unübliche – Achterl Bier passt in Menge und Größe perfekt zu den kleinen Brötchen. All jene, die auf Alkohol lieber verzichten, müssen sich jedoch keinesfalls Sorgen. Auch für sie hat das Traditionsunternehmen die perfekte Ergänzung für den Brötchen-Genuss bereits entdeckt. Finden lässt sich dieses Erlebnis am Hauptbahnhof in Wien. In Zusammenarbeit mit Demmers Teehaus, welches gemeinsam mit Trzesniewski im selben Unternehmen organisiert ist, wurde dort eine ganz eigene Filiale entwickelt – mit einem einzigartigen Angebot: Hier werden die kleinen Happen mit feinstem Tee kombiniert. Und dabei bleibt kein Wunsch offen. Im Sortiment reihen sich bekannte Sorten wie Schwarz-, Grün- und Kräutertee neben exquisiten, innovativen Geschmacksexplosionen wie Mate, Oolong oder Pu-Erh.

Aber nicht nur das: Zusätzlich bietet der integrierte Shop die Möglichkeit, den Teegenuss in Form von liebevoll verpackten Teegeschenken, originären Kannen und passenden Tassen mit nach Hause zu nehmen oder an seine Liebsten zu verschenken. Sel-

biges gilt selbstverständlich auch für die Brötchenkreationen von Trzesniewski.

Fliegende Brötchen

Jene, die das Fliegen dem Fahren bevorzugen, müssen keineswegs auf eine schmackhafte Verpflegung verzichten. Denn auch in der Franchise-Filiale am Vienna International Airport verwöhnt die Brötchen-Manufaktur ihre internationalen Gäste mit ihren Kreationen. Direkt am Terminal 2 können sich hier nationale und internationale Reisende von den Köstlichkeiten faszinieren lassen. Sei es vor Abflug, nach Ankunft oder gar – da die Häppchen problemlos durch die Sicherheitskontrollen mitgenommen werden können – über den Wolken direkt an Bord.

Gaumenfreuden in Linz

Nach dem Erfolg von 13 Filialen in Wien war es für das traditionsreiche Unternehmen an der Zeit, auch andere österreichische Städte zu erobern. Seit dem 1. März 2024 dürfen sich auch die Bewohner von Linz über die einzigartigen Köstlichkeiten

freuen. Und das direkt in der Linzerie im Herzen der Stadt, in der Landstraße. Die Linzerie bietet ein breites Sortiment an kulinarischen Erlebnissen. So fügen sich die Brötchenkreationen, die von klassischen Favoriten wie „Speck im Ei“ bis hin zu innovativen Variationen wie „Matjes mit roten Rüben“ reichen, nahtlos in das vielseitige gastronomische Angebot der Mall ein. 2021 eröffnet, bietet diese mittlerweile insgesamt sechs Restaurants und 23 Geschäfte, die zum Entdecken und Verweilen einladen, und gleichzeitig das kulinarische und Einkaufserlebnis in Linz bereichern.

Liebe zur Tradition

Der Erfolg von Trzesniewski in Wien und nun auch in Linz kommt nicht von ungefähr. Die Geschichte des Unternehmens reicht weit zurück, bis ins Jahr 1902. Seit nunmehr 122 Jahren verwöhnt Trzesniewski also seine Kunden mit unvergleichlichen Kreationen. Die Ursprünge dieser Firmengeschichte liegen am Tiefen Graben in Wien, wo Namensgeber Franciszek Trzesniewski das erste Geschäftslokal eröffnete. Schon bald darauf entschied sich der gebürtige Krakauer, sein Feinkostgeschäft in die renommierte Dorotheergasse 1 zu verlegen. Bis heute ist dieser traditionsreiche Standort das wohl bekannteste Aushängeschild der Marke Trzesniewski.

Das Erfolgsrezept war dabei ebenso einfach wie genial – und es funktioniert bis heute: Bereits von Anfang an zerkleinerte Franciszek Trzesniewski die Beläge seiner Brote zu köstlichen Aufstrichen. Dann dauerte es nicht lange, bis ihm die geniale Idee kam, die Brote in mundgerechte Stücke zu schneiden. So entstanden die berühmten Trzesniewski-Brötchen, die nicht nur für ihren unvergleichlichen Geschmack, sondern auch für ihre praktische Handhabung bekannt und geliebt wurden. Ohne Besteck und Teller konnten und können die Gäste die köstlichen Häppchen genießen und sich voll und ganz dem Genuss hingeben. ■



vektorama.city

Digitales Lesevergnügen

450 österreichische und internationale Tageszeitungen, Zeitschriften und Magazine – für Ihre Kundinnen und Kunden oder Gäste kostenlos und ohne Registrierung über W-LAN abrufbar – das gibt's nur in der Austria-Kiosk FreeLounge.

Wir beraten Sie gerne: +43 1 36060-1234



Stefan Embacher baut die schlagkräftigste Sicherheitsgruppe im gesamten DACH-Raum

Er ist der neue Shooting-Star am Security-Himmel. Stefan Embachers Unternehmensgruppe, RocFortis, entwickelt sich zum effizientesten Troubleshooter in Sachen Sicherheit, Digitalisierung und Verteidigung



Dienstleistungen zur Abwehr und Aufklärung von Wirtschafts- und Cyberdelikten werden immer wichtiger

Er zählt zu den einflussreichsten Jungunternehmern des Landes. Mit seiner internationalen Expertise, einschlägigem Fachwissen und einem ordentlichen Drive mischt Embacher die Branche auf. Nur schade, dass wir (aus Sicherheitsgründen) nicht all die spektakulären Troubles benennen dürfen, die sein Unternehmen jüngst elegant, effizient und preis-/wertgünstig ihren Auftragge-

bern aus dem Weg geräumt hat. Embachers Vision ist es, mit seiner RocFortis Group zum größten Sicherheitsdienstleister im digitalen und physischen Bereich im gesamten deutschsprachigen Raum zu werden. Mit mehr als 100 Mitarbeitern ist die RocFortis Group schon eine der am schnellsten expandierenden Firmengruppen der Branche in Österreich. Zu der stetig wachsenden Klientel der Holding

zählen unter anderem Botschaften, Banken, Rechtsanwaltskanzleien und internationale Organisationen.

Tradition trifft Technologie

„Wir kombinieren traditionelle Ermittlungsmethoden mit den neuesten digitalen Forensikwerkzeugen, um ein umfassendes Bild der Situ-

ation unserer Kunden zu erstellen. Unsere Dienstleistungen umfassen unter anderem die Überprüfung von Hintergründen und Verbindungen. Die Analyse finanzieller Transaktionen. Und die Aufdeckung versteckter Risiken, um unsere Kunden in strategischen Entscheidungen zu stärken und ihre Wirtschaftsinteressen zu sichern“, berichtet Embacher. Seine Firma agiere dabei stets unter strikter Einhaltung rechtlicher und ethischer Rahmenbedingungen, um die Integrität der Kunden und die Vertraulichkeit ihrer Daten zu gewährleisten. „Mit unserer multidisziplinären Expertise helfen wir unseren Klienten in schwierigen Situationen, sich strategisch richtig zu verhalten“, versichert Stefan Embacher. Der übrigens nicht nur ein versierter Sicherheitsexperte im realen Leben ist, sondern sich zu diesem Thema auch schon als erfolgreicher Buchautor einen Namen gemacht hat. In seinem Werk „White Crime“ gibt er einen Überblick über die gängigen Bedrohungen im Wirtschaftsleben und verrät, wie Firmen reagieren sollten.

Analysten und Strategen

„Wir sind Analysten, entwickeln Strategien, wir kommunizieren und wir beschützen!“, das ist das Credo von Embacher. Das Leistungsspektrum seiner Sicherheits-Holding reicht von der Aufdeckung und Verhinderung von Wirtschaftskriminalität, Betrug, Spionage und Erpressung bis hin zu Cyber- und Kryptoermittlungen. Mit einem multidisziplinären Team aus Analysten, IT-Sicherheitsexperten und forensischen Spezialisten sowie einem globalen Netzwerk aus Partnern bietet RocFortis maßgeschneiderte Lösungen, um Unternehmen in einer zunehmend komplexen und vernetzten Welt abzusichern. Ein herausragendes Beispiel für die Arbeit von Embacher und seinem Team ist die Abwehr von Industriespionage. Für einen Klienten konnten durch forensische Untersuchungen von



Stefan Embacher gewährte uns Einblicke in sein Unternehmen

digitalen Geräten entscheidende Beweise gesichert werden, die zur erfolgreichen rechtlichen Verfolgung der Täter führten. In einem weiteren Fall unterstützte sein Unternehmen eine internationale Luxusmarke bei der Aufdeckung von Fälschungen und illegalen Produktionsstätten, was zur Beschlagnahme gefälschter Waren im Wert von mehreren Millionen Euro führte.

Schutz vor Cyberkriminalität

Unternehmen – nicht nur hierzulande – geraten immer stärker ins Visier von Cyberkriminellen. Angriffe aus dem Netz, die zu Datenverlust,

finanziellen Schäden oder gar zur Lahmlegung ganzer Firmen führen, nehmen stetig zu. Cyberkriminalität ist mittlerweile ein „profitabler“ Markt als der Drogenhandel. Hier setzt beispielsweise Foreus, ein Tochterunternehmen der RocFortis Group, an. Mit maßgeschneiderten Sicherheitslösungen und umfassender Expertise im Bereich der digitalen Forensik hilft Foreus, Unternehmen vor diesen Gefahren zu schützen und Bedrohungen aktiv zu bekämpfen. Die Sicherheitsfirma ist spezialisiert auf Finanzrisiko-Analyse, Cyber- & Krypto-Schutz und Specialservices. „Diese Dienstleistungen umfassen hochspezialisierte Ermittlungen, strategische Beratung und



RocFortis ist auch Mitglied in einem Unterausschuss im deutschen Bundestag der FDP und berät zum Thema Sicherheit im Zahlungsverkehr

operative Unterstützung in komplexen und sensiblen Situationen, um sicherzustellen, dass die Kunden optimal auf außergewöhnliche Risiken und Szenarien vorbereitet sind“, verrät Embacher. Zum Schutz vor Hackerangriffen gehört auch intensive Beschäftigung mit der Bedrohung. Zum Beispiel letztes Jahr die Teilnahme als Juror an einem internationalen Hackerwettbewerb in Rio, wo Embacher Mitglied der Jury war und sich davon überzeugen konnte, wie verboten gut manche Teilnehmer

waren. Ähnliche Hacker-Wettbewerbe gibt es mit der Security Challenge des Innenministeriums auch in Österreich.

Sicherheit durch den Intelligence Cycle

Die Herangehensweise von Foreus basiert auf dem sogenannten „Intelligence Cycle“, einem strukturierten Prozess, der alle Phasen der Informationsbeschaffung und -analyse abdeckt. Dieser Zyklus wird von den

erfahrenen Ermittlern eingesetzt, um wirtschaftliche und digitale Bedrohungen zu identifizieren und effizient zu neutralisieren. Insbesondere in den Bereichen Cyberkriminalität und Kryptoermittlungen setzt das Unternehmen auf modernste Technologien und forensische Methoden, um Betrug, Datendiebstahl, Hackerangriffe und andere Formen des Missbrauchs digitaler Systeme zu bekämpfen. Dabei kommen sowohl klassische Ermittlungsmethoden als auch hochentwickelte digitale Forensik zum Einsatz. Durch eine Kombination aus forensischer Expertise und tiefgehender Datenanalyse bietet Foreus seinen Kunden Klarheit über Risiken und ermöglicht so fundierte Entscheidungen.

Kryptoermittlungen für digitale Sicherheit

Die zunehmende Verbreitung von Kryptowährungen stellt viele Unternehmen vor neue Herausforderungen. Foreus bietet spezialisierte Kryptoermittlungen an, um illegale Aktivitäten in diesem Bereich, wie Geldwäsche oder Krypto-Diebstahl, aufzudecken. Es werden Blockchain-Analysen genutzt, um verdächtige Transaktionen zu verfolgen. Die Sicherheitsfirma hilft ihren Kunden, die Integrität ihrer digitalen Vermögenswerte zu bewahren. „Wir entlarven betrügerische Schemata, verhindern finanziellen Missbrauch und stellen sicher, dass digitale Währungen gegen unautorisierten Zugriff gesichert sind. Mit tiefgreifender Analyse und modernster Aufklärung bewahren wir die Integrität der Transaktionen und helfen unseren Kunden, sich im volatilen Krypto-Markt zu behaupten“, so Embacher.

Weitere Unternehmen von RocFortis

Auch C24 ist ein globales Public Affairs- und Beratungsunternehmen der RocFortis Group mit Hauptsitz

in Wien. Spezialisiert ist es auf Politikberatung, Krisenkommunikation sowie Lobbying & Strategie. Daneben gibt es noch SecFortis, das seinen Fokus auf den Schutz von Botschaften und Flughäfen legt. Es bietet umfassende Lösungen im Bereich Flughafensicherheit an, um den Schutz von Passagieren, Personal und Infrastruktur zu gewährleisten. Durch den Einsatz modernster Technologien und bewährter Sicherheitsprotokolle unterstützt die Firma Flughäfen dabei, Risiken zu minimieren, Sicherheitsvorgaben einzuhalten und auf potenzielle Bedrohungen effektiv zu reagieren. Mit erfahrener Sicherheitspersonal und modernster Technologie stellt SecFortis auch sicher, dass Botschaften rund um die Uhr überwacht werden und ein Höchstmaß an Sicherheit für Personal und Besucher gewährleistet ist. Embacher: „Unser großes Team verfügt über vielfältige Backgrounds, Branchenkenntnisse und Marktexpertise, was es uns ermöglicht, unseren Kunden ein vollständiges Sicherheitsdienstleistungspaket anzubieten“.

Globale Präsenz für RocFortis Group

Die RocFortis Group operiert in mehr als 40 Ländern weltweit, bietet ihre Dienste in sechs verschiedenen Sprachen an und verfügt über ein großes politisches und diplomatisches Netzwerk. „Unsere globalen Kontakte verbinden uns mit Ländern nah und fern und verschaffen uns Zugang zu wertvollen Informationen“, plaudert Embacher aus dem Nähkästchen. So konnten schon immens erfolgreiche Ermittlungen unter anderem in den USA, Brasilien, Großbritannien und Japan durchgeführt werden, wie er erzählt. Zu den weiteren Ländern, in denen Embachers Unternehmen tätig ist, zählen unter anderem die Vereinigten Arabischen Emirate, Kroatien, Polen, Südafrika und Estland. Dank eines



„White Crime“: Embachers Buch verkaufte sich erfolgreich

Netzwerks von Partneranwälten in über 30 Ländern kann Embachers RocFortis Group seine Kunden bei internationalen Ermittlungen und komplexen rechtlichen Fragen umfassend unterstützen.

Umfassende Sicherheitsservices

Neben den Kerndienstleistungen in den Bereichen Wirtschaftsermittlungen, Cyber- und Kryptoermittlungen bietet die RocFortis Group auch eine Reihe von Spezialservices an. Diese umfassen beispielsweise Abhörschutz und Lauschabwehr, das Auslesen von Geräten wie PCs und Mobiltelefonen sowie die Bekämpfung von Markenpiraterie. Weitere Angebote sind die Verfolgung von Patentrechtsverletzungen, die Durchführung von Background-Checks und die Unterstützung bei außergerichtlichen Vergleichen. Ein besonderes Augenmerk liegt dabei auf Vertraulichkeit und Diskretion, die Embacher in jeder Phase der Zusammenarbeit garantiert. Auch im Bereich der physischen Sicherheit



Die Firma Foreus ist spezialisiert auf Cyberkriminalität

bietet RocFortis wertvolle Unterstützung an. Das Unternehmen führt beispielsweise tiefgehende Überprüfungen durch, um potenzielle Sicherheitsrisiken zu identifizieren und zu beheben.

Mitarbeiter sind sorgfältig geschult

Es wird stets unter strenger Einhaltung der rechtlichen Rahmenbedingungen und ethischen Standards gearbeitet. Dabei legt Embacher besonderen Wert auf die Einhaltung aller relevanten Datenschutzgesetze und sorgt durch fortlaufende Schulungen seiner Mitarbeiter dafür, dass höchste Sicherheitsstandards eingehalten werden. Die Gewährleistung von Vertraulichkeit und der Schutz sensibler Daten seiner Klienten stehen immer im Fokus. „Dabei greifen wir sowohl auf technologische Expertise als auch auf juristisches Know-how zurück, um sicherzustellen, dass wir allen rechtlichen Anforderungen entsprechen und unsere Kunden vor finanziellen Verlusten geschützt sind“, berichtet Embacher. ■

Heilende Reisen

In einer Zeit, in der das Bewusstsein für Gesundheit und Wohlbefinden stetig wächst, gewinnt der Gesundheitstourismus immer mehr an Bedeutung. Dieser besondere Reisetrend verbindet das Angenehme mit dem Nützlichen.

TEXT: EKATERINA MUCHA



Medizin-Reisen: Körper, Geist und Seele entspannen

Urlaub und Erholung werden mit gezielten medizinischen oder therapeutischen Behandlungen kombiniert, um Körper und Geist zu stärken. Ob eine wohltuende Ayurveda-Kur in Indien, spezialisierte Behandlungen in Schweizer Kliniken oder heilende Salztherapien für Gelenkprobleme – der Gesundheitstourismus bietet eine Vielzahl von Möglichkeiten, um dem hektischen Alltag zu entflie-

hen und gleichzeitig aktiv etwas für die eigene Gesundheit zu tun.

Erholung in der Schweiz

Bekannte Ziele im Gesundheitstourismus umfassen unter anderem die Schweiz, die für ihre hochmodernen Schönheitskliniken und erstklassigen Rehabilitationseinrichtungen berühmt ist. Schönheitskliniken bieten medizini-

sche Dienstleistungen zur ästhetischen Verschönerung und Verbesserung des körperlichen Erscheinungsbildes an. Sie kombinieren oft fortschrittliche Technologien mit Fachwissen in der Schönheitschirurgie und -pflege, um individuelle ästhetische Bedürfnisse zu erfüllen. Die dortigen Schönheitskliniken sind für ihre exzellente medizinische Versorgung und hochwertige Dienstleistungen weltweit bekannt.

Zu den prominenten Einrichtungen gehören unter anderem:

- **Klinik Beau-Site:** Diese renommierte Klinik in Bern bietet ein breites Spektrum an plastisch-chirurgischen Eingriffen sowie ästhetischen Behandlungen unter der Leitung erfahrener Fachärzte.
- **Klinik Pyramide am See:** Mit einer Lage am Zürichsee ist diese Klinik bekannt für ihre Spitzenleistungen in der ästhetischen Medizin, einschließlich Schönheitsoperationen und nicht-invasiver Verfahren.
- **Clinique La Prairie:** Diese exklusive Gesundheits- und Wellnessklinik in Montreux ist weltweit bekannt für ihre Anti-Aging-Behandlungen, medizinischen Spa-Dienstleistungen und ganzheitliche Schönheitsprogramme.

Ayurveda-Kuren

Indien ist bekannt für Ayurveda, ein uraltes Gesundheitssystem, das vor über 5.000 Jahren entwickelt wurde. Ayurveda betrachtet Gesundheit als das Gleichgewicht zwischen Körper, Geist und Seele. Diese ganzheitliche Heilkunst nutzt Pflanzenheilkunde, spezielle Ernährung, Yoga-Übungen, Massagen und Reinigungstechniken, um die natürliche Balance im Körper wiederherzustellen und die Selbstheilungskräfte zu fördern.

Für viele Menschen ist Indien ein Ziel für Medizintourismus, insbesondere aufgrund seiner traditionellen Ayurveda-Zentren. Diese Orte bieten nicht nur eine umfassende Palette an Ayurveda-Behandlungen an, sondern integrieren auch moderne medizinische Dienstleistungen und hochqualifiziertes Fachpersonal. Diese Kombination aus alter Weisheit und modernen Ansätzen zieht Menschen aus der ganzen Welt an, die ganzheitliche Heilmethoden suchen und ihre Gesundheit auf natürliche Weise verbessern möchten.

Kur im Norden

Deutschland kann mit renommierten Kurorten wie Bad Kissingen und Baden-Baden aufwarten, die hochwer-



Thailand ist für seine vielseitigen Massagen bekannt



Indien gilt als Ursprung der Ayurveda-Behandlungen

tige Heilbäder und Thermen für verschiedenste gesundheitliche Beschwerden anbieten. Diese Kurorte haben eine lange Tradition als Zentren für Gesundheit und Erholung und sind für ihre mineralhaltigen Quellen bekannt, die seit Jahrhunderten zur Linderung von Beschwerden wie Rheuma, Atemwegsproblemen und Hauterkrankungen genutzt werden. Die Kombination aus natürlichen Heilressourcen und moderner medizinischer Betreuung zieht jedes Jahr Tausende von Menschen an, die gezielt nach Rehabilita-

tion, Prävention oder einfach nur nach Entspannung suchen.

Asiatische Medizinkunst

Thailand ist bekannt für seine luxuriösen Wellness-Resorts und bietet zudem hochwertige medizinische Behandlungen zu erschwinglichen Preisen an. Neben traditionellen Massagen umfassen die Angebote auch Ayurveda-Behandlungen, Akupunktur und physiotherapeutische Dienstleistungen. Diese Resorts verfügen über modernste medi-



Budapest: In royaler Kulisse in warmem Quellwasser Entspannung suchen

zinische Ausstattung und qualifiziertes Fachpersonal, das individuelle Gesundheitsbedürfnisse gezielt anspricht.

Zusätzlich zu den Wellness-Angeboten ist Thailand ein attraktives Ziel für Schönheitschirurgie, Zahnmedizin und orthopädische Eingriffe, dank der hohen Qualität medizinischer Versorgung zu vergleichsweise niedrigen Kosten. Diese Kombination aus medizinischer Exzellenz und Erholung macht das Land zu einer bevorzugten Wahl für Gesundheitstourismus weltweit.

Heilende Quellen

In Tschechien sind die historischen Kurbäder wie Karlsbad für ihre heilenden Mineralquellen bekannt, während Ungarn mit Budapest als „Stadt der Bäder“ zahlreiche Thermalbäder für Entspannung und Genesung bietet. Karlsbad (Karlovy Vary) in Tschechien lockt seit Jahrhunderten Kurgäste aufgrund seiner Mineralquellen. Diese natürlichen Quellen sind berühmt für ihre Wirksamkeit bei Verdauungsproblemen, Stoffwechselstörungen und anderen gesundheitlichen Beschwerden. Karlsbad vereint traditionelle

Heilmethoden mit modernen Wellness-Angeboten und ist daher ein bedeutendes Ziel im Gesundheitstourismus.

Die Bäder von Ungarns Hauptstadt Budapest hingegen dienen sowohl der Entspannung als auch medizinischen Therapien. Die heißen Thermalquellen von Budapest werden zur Behandlung von Muskel- und Gelenkschmerzen, Hauterkrankungen sowie zur allgemeinen Erholung genutzt. Die Bäderkultur, die bis in die Römerzeit zurückreicht, ist ein integraler Bestandteil der ungarischen Kultur und ermöglicht Besuchern einzigartige Erlebnisse in historischen Gebäuden aus der Jahrhundertwende.

Gesund nach Mayr

Im weltweiten Konzert des Medizintourismus hat aber auch Österreich einiges zu bieten. Stark nachgefragt wird etwa die Kur nach F.X. Mayr. Hier bietet das Bleib Berg F.X. Mayr Retreat im kärntnerischen Bad Bleiberg moderne Mayr-Medizin in idyllischer Lage kombiniert mit einer echten Thermalwasserquelle an. Bereits nach einer Woche sollen die Auswirkungen der Entgiftungsmethode spürbar sein. Jeder Gast durchläuft

eine umfassende Diagnostik und erhält auf Basis dieser eine maßgeschneiderte Therapie sowie eine ärztliche Ansprechperson. Dabei gestaltet sich die Angebotspalette an Kurprogrammen durchaus vielfältig: von der klassischen F.X. Mayr Kur über spezialisierte Programme wie Fasten und geführte Wanderungen bis hin zu maßgeschneiderten Therapien.

Zukunftstrends

Die Zukunft des Gesundheitstourismus verspricht spannende Entwicklungen mit neuen Technologien, einem wachsenden Interesse an ganzheitlicher Gesundheit und einer Vielfalt an Angeboten.

Die Nutzung von künstlicher Intelligenz ermöglicht eine genauere Diagnose, präzisere Prognosen und die Optimierung von Behandlungsplänen. Fortschritte in der Genomik und personalisierten Medizin erlauben maßgeschneiderte Therapien und Präventionsstrategien, die auf die individuellen genetischen Profile und Gesundheitsrisiken der Patienten zugeschnitten sind. Technologische Fortschritte erleichtern es Patienten, medizinische Beratungen und Nachsorge aus der Ferne zu erhalten, was den Zugang zu Spezialisten weltweit erleichtert.

Ein zunehmendes Interesse an ganzheitlicher Gesundheit und Wohlbefinden führt zu einem Anstieg von Gesundheitsreisen, die integrative Medizin, alternative Therapien, Wellness-Programme und ganzheitliche Ansätze zur Gesundheitsförderung anbieten.

Diese Trends zeigen, dass der Gesundheitstourismus nicht nur wächst, sondern auch durch technologische Innovationen, Veränderungen im Verbraucherverhalten und neue Geschäftsmodelle transformiert wird. Unternehmen und Destinationen, die diese Entwicklungen antizipieren und sich darauf einstellen, könnten in Zukunft einen signifikanten Wettbewerbsvorteil im globalen Gesundheitstourismusmarkt erlangen. ■

ICH: MUNTER

DU: MÜDE



ö3

**VERBINDET
DAS GANZE LAND**

ORF. FÜR ALLE

Traumurlaub am Wörthersee

Ruhe, Komfort, Erholung und einen dezenten Hauch von Luxus: Das bietet das Hotel-Suiten aenea seinen Gästen. Für kulinarische Überraschungen sorgt das neu eröffnete Bistro SEENSUCHT.



Speisen mit spektakulärer Aussicht und in karibischem Flair

Einfach mal abseits vom Trubel die Seele baumeln lassen. Sonne tanken am Strand. Eintauchen in das karibisch anmutende Türkisblau des Wörthersees. Sich kulinarisch verwöhnen lassen beim Frühstück und Abendessen, begleitet von unvergesslichen Seepanoramen und stilvoller Eleganz. Die Suiten im designaffinen aenea bieten am Cap Sekirn bei Reifnitz Luxusurlaub mit viel Erholung und Ruhe.

Den Wörthersee pur fühlen

Seen gibt es viele. Aber der Wörthersee hat etwas Besonderes an sich. Es ist nicht nur die Farbe des Wassers, die kitschig-romantischen Sonnenuntergänge hinter dem Pyramidenkogel und die südliche Leichtigkeit. Es ist die stille Eleganz und das entschleunigende Pure des Wassers. Architektur und Design der Hotel-Suiten aenea spiegeln genau das wider – die Exklusivität und Ruhe.

Innen und außen ist der Hauptdarsteller immer der See. Beim Entspannen auf der Terrasse. Bei den Fensterfronten in der Suite. Sogar auf dem Weg zum privaten Badestrand hat der Lift Panoramafenster, damit der See immer wieder aus einer neuen Perspektive erlebt werden kann.

Sommerurlaub deluxe

Sonnenanbeter und Seeschwimmer hüpfen vom Badesteg ins erfrischende Nass und können sich im großzügigen Uferbereich des Strandes so richtig ausbreiten. Bootsliebhaber schätzen die Marina mit den Shuttlebooten. Segeln. Surfen. Wasserski, Stand Up Paddeling. Fallschirmfliegen. Alles ist möglich. Aktive treffen sich am Tennisplatz, beim Pool oder entdecken die Umgebung bei leichten Wanderungen oder mit dem Rad. Danach dürfen sich die müden Muskeln in der Seesauna im Strandhaus erholen. Auch im Herbst wirkt der See mit seiner sanften Landschaft entschleunigend.



Mit einem völlig neuen Konzept überrascht das Bistro SEENSUCHT seine Gäste



Gemütliche Betten garantieren erholsamen Schlaf



Vom Hotel geht's direkt mit dem verglasten Panoramalift zum Badestrand. Oder zur hoteleigenen Marina



Die Hotel-Suiten wurden komplett neu ausgestattet

Hotel mit Anspruch

Obwohl das aenea allen Komfort eines Hotels bietet, hat es zusätzlich noch einen Extrapunkt: mehr Privatheit und Individualität. Es gibt viel Raum zum Genießen und unter sich Bleiben. Über die Lobby und Hotellounge im Erdgeschoss geht es zu den siebzehn stylischen Hotel-Suiten, die über mehrere Stockwerke verteilt sind. Dadurch haben Gäste von jeder Hotel-Suite aus einen fantastischen Blick auf den See und können auf den Terrassen ihre Privatsphäre zelebrieren.

Die komplett neu ausgestatteten Hotel-Suiten haben eine Größe zwischen 53 und 240 Quadratmetern mit Flachbild-SAT-TV, Kingsize-Bett, Klimaanlage, Bad und einer gekühlten Flasche Prosecco im Kühlschrank. Zum Anstoßen auf unvergessliche Momente. Zum Feiern kleiner und großer Glücksgefühle. Zum Date mit dem See. Frühstück und Abendessen werden im funkelnagelneuen Bistro SEENSUCHT serviert.

Kulinarik-Highlight direkt im Haus

Es ist wohl die Neueröffnung des Jahres: Am 9. Mai übernahm Spitzenkoch Hubert Wallner gemeinsam mit Klaus Michael Dolleschall das Restaurant in den Hotel-Suiten aenea. Für das neue Bistro SEENSUCHT wurde ein komplett neues kulinarisches Konzept entworfen. Modern. Regional. Voller Leichtigkeit und Raffinesse. Passend zum bunten Interieur und der Panoramaaussicht.

Die Weinkarte hat ebenfalls einen neuen Weg eingeschlagen: Zum einen rückt sie die hervorragenden Weine aus den Kärntner Weinregionen in den Mittelpunkt, zum anderen präsentiert sie gute Weine aus Österreich und dem Alpe-Adria-Raum. Damit wird der Sundowner jeden Tag erschwänglich. Ergänzend zum à-la-carte-Angebot gibt es mittags ein leichtes Menü und sonntags wird zum Cross-over-Brunch geladen. Auch das exquisite Frühstück

kann von auswärtigen Besuchern gebucht werden.

Vom Schwärmen und Ausschwärmen

Während sich manche so gar nicht von ihrem Domizil am See losreißen können, erwacht in anderen ein wenig Abenteuerlust. Für beides eignet sich das aenea perfekt. Denn durch seine zentrale Lage sind viele Ausflugsziele und Sehenswürdigkeiten schnell erreicht. Aussichtsturm Pyramidenkogel. Wallfahrtskirche Maria Wörth. Wörthersee-Lifestyle in Velden. Schifffahrt. Stadtfair mit Kunst und Kultur in Klagenfurt. Boutiquen und Galerien. Adler auf der Burg Landskron. Seen mit Trinkwasserqualität. Tropfsteinhöhlen. Alpenstraßen. Wanderwege durch Wälder. Radtouren von See zu See. Sanfte, grüne Hügel. Eine unglaubliche Vielfalt an regionalen Köstlichkeiten, zum Beispiel auch direkt am Bauernmarkt in Reifnitz oder in den umliegenden Hofläden der Landwirte. Mediterrane Küche und südliche Gelassenheit.

Kärnten hat viel zu bieten. Lassen Sie sich darauf ein und gönnen Sie sich Ihre private Auszeit mit Luxus, Natur und Wohlfühlambiente. Sie werden den Wörthersee von einer anderen Seite kennen lernen und noch lange davon schwärmen. ■

Hotel Aenea

Wörthersee Süduferstraße 86
9081 Sekrin
T: +43 664 822 9000
E: hotel@aenea.at
www.aenea.at

Bistro Seensucht

Wörthersee Süduferstraße 86
9081 Sekrin
T: +43 664 26 29 530
E: bistro@seen-sucht.com



Für jeden Geschmack: gemütlich auf der Couch einen Prosecco genießen oder sonnenbaden auf der Terrasse



Nach der Sauna kurz abtauchen in den Hotel-Pool

Ein Ferrari und ein Schloss fürs Wochenende

So etwas gibt es nur in FM: Wir erfüllen Ihren automobilen Traum und bringen Sie als leidenschaftliche Ferraristi – in Begleitung – mit Ihrem Traum auf Schloss Drasing in Krumpendorf in Kärnten. Sie müssen sich nur für Ihr Lieblingsmodell entscheiden. Und dann wartet im Mai 2025 völlig gratis ein Traumwochenende auf Sie.

TEXT: SILKE MITTEREGGER

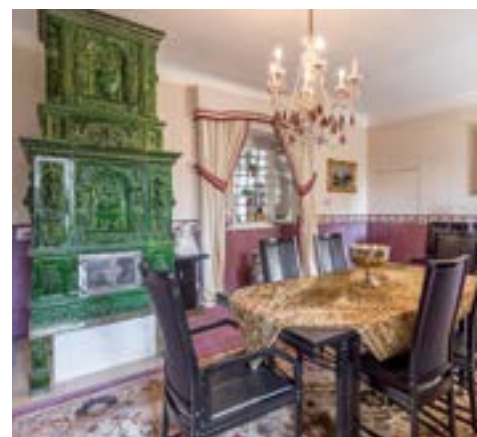


Es erwarten Sie ein tolles Wochenende im Schloss Drasing und unvergessliche Ausflüge mit einem Ferrari

Kärnten und Ferrari, das hat Tradition. Alljährlich treffen sich die Ferraristi vor dem Schloss am Wörthersee mit ihren Boliden. Kärnten ist die schönste Gegend Österreichs, darüber sind sich die meisten unserer Landsleute einig. Und – in Kärnten gehört unserem Verlegerehepaar das Schloss Drasing in Krumpendorf. Eine Burg, die in der Renaissance zu einem Schloss umgebaut wurde – mit Fingerspitzengefühl, denkmalgerecht und mit enormem Aufwand. Für Sie, die FM-Leser, öffnet nun das Verlegerehepaar exklusiv die Türen seines Schlosses. Genießen Sie ein Wochenende im südlichsten Bundesland Österreichs, residieren Sie im feudalen Fürstenzimmer von Schloss Drasing, unternehmen Sie allerlei Ausflüge, und das – Überraschung – mit einem wahrhaftigen Traum-Gefährt. FM macht's möglich.

So nehmen Sie am Gewinnspiel teil

Wie das geht? Ganz einfach. Auf den folgenden Seiten stellen wir Ihnen drei Top-Modelle von Ferrari vor. Das Einzige, was Sie tun müssen, ist, uns ein liebevoll verfasstes Schreiben zu schicken, in dem Sie sich mit dem Thema Ferrari und Emotionen näher auseinandersetzen, und sich darüber hinaus jenes Modell auszusuchen, mit dem Sie am liebsten durch Kärnten fahren würden. Mit dem Sie vor der malerischen Kulisse von Schloss Drasing Ihre Traumfotos machen möchten. Mit dem Sie einmal ein traumhaftes und unvergessliches Wochenende, gewürzt mit gastronomischen Highlights, genießen möchten. Wir stellen Ihnen hier die drei Modelle, die zur Auswahl stehen, samt ihren Spezifikationen vor. Lesen Sie, recherchieren Sie, formulieren Sie – und senden Sie uns Ihre Begründung, warum Sie sich für eines der drei Modelle (Ferrari 296 GTB, Ferrari Roma Spider oder Ferrari SF90) entschieden haben, und warum Sie sich über dieses Wochenende freuen würden. Den Einsendeschluss und alle



Ein unvergessliches Wochenende im wunderschönen Schloss Drasing in Kärnten erwartet die glücklichen Gewinner unserer Aktion

Mit welchem dieser Ferraris wollen Sie

weiteren Infos finden Sie am Ende dieses Artikels.

Wer einen Ferrari sucht, aber keinen Neuwagen erwerben will, kauft das Fahrzeug besser nicht von privaten Anbietern. Oftmals locken vermeintliche Schnäppchen aus Privatverkäufen, doch die Risiken, die damit einhergehen, sind nicht zu unterschätzen. Gerade bei einer Luxusmarke wie Ferrari geht es um weit mehr als nur den Kaufpreis – es geht um Vertrauen, um Sicherheit und um die Gewissheit, dass das Fahrzeug den hohen Standards gerecht wird, die man von einer Legende wie Ferrari erwartet.

„Ferrari Approved“ fährt es sich besser als mit einem Privatkau

Daher sollte man auch in solch einem Fall besser den Weg zu einem autorisierten Ferrari-Händler suchen. Und

dort einen „Ferrari Approved“ erwerben. Der autorisierte Händler unterzieht das ins Auge gefasste Fahrzeug einem genauen Check. Bei der Überprüfung testet ein zertifizierter Ferrari-Techniker das „Rennpferd“ auf Herz und Nieren. Damit ist garantiert, dass das Auto technisch, optisch und auch batterieelektrisch in bestem Zustand ist. Und darauf gibt es dann auch 24 Monate Garantie vom Hersteller. Falls ein Ferrari bei der Überprüfung Mängel aufweisen sollte, wie beispielsweise einen defekten Zahnriemen, wird dies fachmännisch repariert. Nur die besten Mechaniker mit jahrelanger Erfahrung und spezieller Ausbildung dürfen an einem „Approved“ arbeiten. Damit ist sichergestellt, dass das geprüfte Automobil am Ende alle Anforderungen erfüllt, die Ferrari an seine Modelle stellt. Zum Verkauf kommt ein Fahrzeug nämlich nur

dann, wenn zu hundert Prozent sicher ist, dass die hohen Qualitätsstandards der Weltmarke erfüllt sind. Für den Kunden heißt das: einsteigen und Fahrfreude genießen. Über etwaige Mängel muss er sich nicht mehr den Kopf zerbrechen. Der Käufer hat die Gewissheit, dass der Ferrari in einem Top-Zustand übergeben wird.

Schalten Sie den Motor ein und die Gedanken aus

„Wenn ich so lenk und denk an nix“, hieß der legendäre Einstieg von Edelfeder Helmut Gansterer, wenn er in der Autorevue einen seiner berühmten Automobil-Tests anging.

Gansterer hat damit etwas getroffen, was exakt Ferrari ausmacht: Denn wenn du in solch einem Fahrzeug unterwegs bist und die Emotionen stärker werden als alle anderen Alltagsgedanken,

Ferrari Roma Spider



Auto Motor Sport: Der Ferrari-Tuner Novitec aus dem bayerischen Stetten haucht dem Ferrari Roma Spider noch mehr Leistung ein und lässt Speed Bumps keinen Grund mehr für Schweißausbrüche sein.

AutoScout24: Moderner Sportwagen mit hohem Sicherheitsniveau. Der Ferrari Roma ist ein im Jahr 2020 vorgestellter Sportwagen des italienischen Autobauers. Das Fahrzeug ist der Nachfolger des bekannten Modells „Portofino“ und ist nach der italienischen

Hauptstadt Rom benannt.

Motorsport Total: Die Leistungen bleiben auf höchstem Niveau, mit einer Höchstgeschwindigkeit von über 320 km/h und einer Beschleunigung von 0-100 km/h in nur 3,4 Sekunden.

Auto Bild: Der neue Roma Spider will so viel mehr sein als nur ein Triebwerk mit Rädern dran: Er ist eine Lebensphilosophie – ein Statement für die wenigen, die es sich leisten können. ■

Ferrari 296 GTB



Auto Motor Sport: Der Ferrari 296 GTB an sich ist schon eine Besonderheit. Er führte bei Ferrari den V6-Motor in Verbindung mit einem Plug-in-Elektromotor (PHEV) ein – dieser Antrieb kann beim 296 GTB bis zu 830 PS (Systemleistung) liefern.

Puresport: Einen Ferrari 296 GTB zu fahren ist eines der Motorsportevents, die einem echten Rennfahrerlebnis am nächsten kommen.

Extremautosport: Stellen Sie sich vor, Sie stehen auf der Rennstrecke und ein wunder-

ein Wochenende lang unterwegs sein?

die uns täglich nerven, dann brauchst du über nichts mehr nachdenken. Dann hebst du glücksmäßig total ab. Wenn also das Nachdenken – sprich die Ratio – durch das Glücksgefühl, sprich „emozione“, ersetzt wird, dann wird dieser Fahr-Tag ein besonderer Tag. Der für immer und ewig in deinem Gedächtnis eingebrannt bleiben wird.

Die vier großen Säulen der Ferrari-Leidenschaft

Bei Ferrari definiert man die Marke in vier Säulen: Die erste ist „passione“. Die Leidenschaft für das Produkt. Die zweite ist die Familienzugehörigkeit, „La famiglia“. Die Ferraristi sind eine Gruppe, eine Familie, die zusammenhält, die eine gemeinsame Leidenschaft teilt. Die dritte Säule bildet die „perfezione“. Perfektion bedeutet bei Ferrari auch,

dass jedes Detail akribisch ausgearbeitet ist, jedes Bauteil seine optimale Funktion erfüllt und das Fahrzeug ein Meisterwerk der Technik darstellt. Und die vierte Säule der Marke ist die italienische Eleganz, „eleganza“. Die Noblesse der Fahrzeuge. Eine Eleganz, die nicht nur durch Design, sondern auch durch die Materialwahl und die Verarbeitung zum Ausdruck kommt. Die Linienführung, die Anmut, die man spürt, wenn man einen Ferrari betrachtet – all das trägt zur Einzigartigkeit bei. Daraus ergibt sich als fünfte Säule: die „emozione“. Jene Emotion, die entsteht, wenn man Ferrari fährt. Die pure Freude, das Adrenalin, die Gänsehaut – und genau diese Emotionen möchten wir von Ihnen, geschätzte FM-Leser, in Ihrem Mail erfragen, wenn Sie bei unserem Gewinnspiel mitmachen wollen. ■

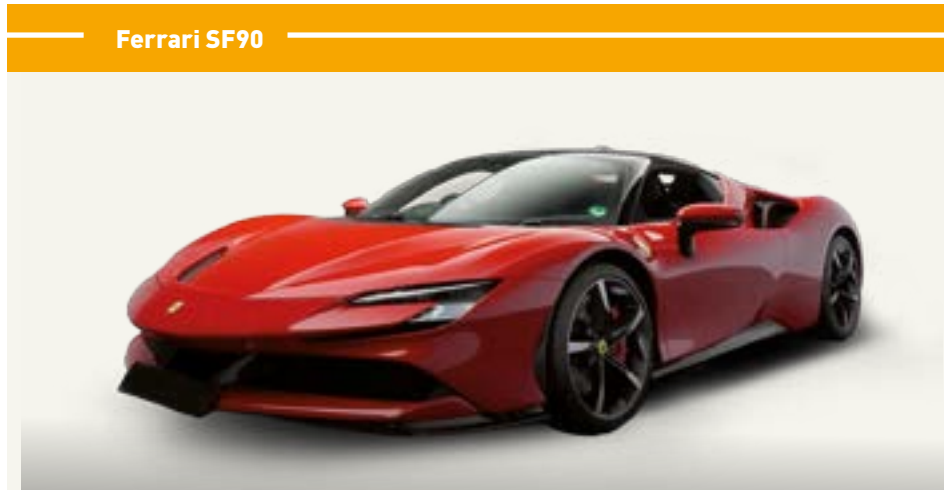
→ GEWINNSPIEL: SO MACHEN SIE MIT ←

Stellen Sie sich vor, ein Wochenende lang hinter dem Steuer eines Ferrari Ihrer Wahl zu sitzen – und das in der atemberaubenden Kulisse von Schloss Drasing in Kärnten! Wir geben Ihnen diese Chance! Alles, was Sie tun müssen, ist, uns zu verraten, welches der drei Ferrari-Modelle – der Roma Spider, der 296 GTB oder der SF90 – Ihr persönlicher Favorit ist und warum Sie davon träumen würden, genau dieses Modell zu fahren. Der kreativste und überzeugendste Beitrag gewinnt ein exklusives Wochenende im Mai, an dem wir Ihnen den Ferrari Ihrer Träume direkt nach Kärnten zum Schloss bringen – inklusive allem, was dazu gehört, um dieses Erlebnis unvergesslich zu machen. Alle Einsendungen unter Ausschluss des Rechtsweges. Die Gewinner werden schriftlich verständigt. Um teilzunehmen, schicken Sie Ihren Beitrag bis 1. März 2025 an christian@mucha.at ■



schöner roter Ferrari 296 GTB leuchtet vor Ihren Augen. Seine dynamischen und eleganten Linien ziehen sofort Ihre Aufmerksamkeit auf sich. Die Farbe und das Design des Autos tragen das ikonische Symbol des Motorsports, und sobald Sie sich auf Ihren Sitz setzen, wissen Sie, dass Sie ein authentisches Motorsporterlebnis erwartet.

Auto Illustrierte: Über die aerodynamischen Eigenschaften des 296 GTB könnte man ein ganzes Buch schreiben. ■



Auto Motor Sport: Der Ferrari SF90 krönt sich mit 1.030 Pferdestärken nicht nur zum schnellsten Beschleuniger der auto motor und sport-Historie, sondern fasziniert auch mit rennnahe Speed auf dem Hockenheimring.

AutoScout24: Beim Ferrari SF90 handelt es sich um einen Supersportwagen beziehungsweise Hypercar des italienischen Automobilherstellers Ferrari, der seit 2020 im Ferrari-Werk in Monza produziert wird.

Er stellt zugleich das erste Plug-in-Hybrid-Fahrzeug von Ferrari dar und bietet ein bisher nie dagewesenes Leistungspaket von mehr als 1.000 PS in Serie.

Automobil Revue: Supersportwagen – Der Ferrari SF90 bewegt sich haarscharf an der Grenze zwischen Renn- und Strassenauto. Eine ausgefeilte Aerodynamik hilft, die 1030 PS zu bändigen.

Auto Bild: Endlich ein auf der Straße klebender Extremist, der uns begeistert! ■

Maßgeschneiderte Wohnräume

Ladenstein verwandelt die eigenen vier Wände in individuelle Meisterwerke, die nicht nur durch ihre Funktionalität, sondern auch durch ihre einzigartige Ästhetik überzeugen. Jedes Möbelstück ist ein maßgeschneidertes Unikat, das die Balance zwischen Handwerkskunst und innovativem Design verkörpert.



Von revolutionären Klappbetten über maßgefertigte Küchen bis hin zu exklusiven Maßmöbeln bietet Ladenstein eine beeindruckende Vielfalt an Wohnlösungen

Es gibt Orte, die uns mit ihrem Charme und ihrer Ausstrahlung sofort in ihren Bann ziehen. Orte, die uns das Gefühl geben, angekommen zu sein. Genau solch einen Zauber vermag Ladenstein mit seinen Möbeln und Raumkonzepten zu erzeugen. Hier verschmelzen Funktionalität und Ästhetik zu einem harmonischen Gesamtkunstwerk, das die Sinne berührt und den Alltag veredelt. Seit Generationen ist Ladenstein bekannt für seine handwerkliche Präzision und kreative Exzellenz. Jedes Möbelstück und jede Raumlösung tragen die unverwechselbare Handschrift von Ladenstein – einzigartig, maßgeschneidert und voller Leben. Begleiten Sie uns auf eine Reise durch die faszinierende Welt von Ladenstein und entdecken Sie, wie Tradition und Innovation in perfekter Symbiose Wohnräume wahr werden lassen.

Das Versprechen von Ladenstein

Ladenstein steht für maßgeschneiderte Eleganz und höchste Qualität. Der Anspruch ist es, Räume zu schaffen, die nicht nur funktional, sondern auch emotional ansprechend sind. Jedes Möbelstück und jeder Raum wird mit höchster Sorgfalt und Liebe zum Detail gestaltet. Dabei entstehen Unikate, die individuell auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden abgestimmt sind. Dieses Engagement für Einzigartigkeit und Perfektion macht Ladenstein zu einem Symbol für Exklusivität und zeitlose Schönheit.

Die Revolution des Klappbets

Ladenstein hat vor 45 Jahren das Klappbett neu erfunden und damit eine stilvolle und platzsparende Raumlösung geschaffen. Dieses innovative Möbelstück integriert sich nahtlos in die Wand und schafft so zusätzlichen Lebensraum. Es schwebt förmlich über dem Boden und bietet zugleich maximalen Stauraum. Jedes Ladenstein Klappbett ist ein maßgefertigtes Einzelstück, das sich durch grenzenlose Design- und Materialvielfalt auszeichnet. Ob mit oder ohne Sofa, das Klappbett



Das maßgefertigte Ladenstein Klappbett schwebt über dem Boden



Die praktikablen Schlafmöglichkeiten sind mit oder ohne Sofa erhältlich



Jede Küche wird individuell geplant und gefertigt ...



... und überzeugt sowohl durch Design als auch Funktionalität

passt sich zu 100 % an den Raum und die individuellen Wünsche der Kunden an. Als Pionier in Sachen „klappbar“ hat Ladenstein nicht nur das Klappbett erfunden, sondern auch die Klapp-Bar und den Klapp-Tisch. Diese cleveren Lösungen ermöglichen es, Möbel mit einem Handgriff zu verbergen oder nutzbar zu machen und schaffen so Flexibilität und Eleganz im Wohnraum.

Meisterwerke in der Küche

Seit 1932 entwickelt und produziert Ladenstein maßgefertigte Küchen, die sowohl durch ihre Funktionalität als auch durch ihr Design überzeugen. In der hauseigenen Tischlerei und Möbelfabrik entstehen aus Rohmaterialien wahre Meisterwerke. Jede Küche wird individuell geplant und gefertigt, um sich perfekt in den jeweiligen Raum einzufügen. Die Vielfalt an Materialien, Formen und Funktionen ist nahezu unbegrenzt. Ladenstein-Küchen sind detailverliebt und durchdacht – von der unsichtbaren Speisekammer über die Klappbar bis hin zum cleveren Stecksystem für Kochutensilien. Jede Küche wird so zu einem ein-



Aus einer in die Jahre gekommenen Küche macht Ladenstein kurzerhand ...

zigartigen Highlight, das den Kochalltag erleichtert und verschönert.

Maßmöbel nach Wunsch

Bei Ladenstein ist jedes Möbelstück ein formvollendetes Unikat. Die Maßmöbel werden individuell nach den Wünschen und Bedürfnissen der Kunden gefertigt. Die Vielfalt an Oberflächen und Materialien lässt keine Wünsche offen. Ob Holz, Metall oder Glas – jedes Material wird mit höchster Präzision verarbeitet. Auch die Funktionen der Möbelstücke sind maßgeschneidert und durchdacht. In der Möbelmanufaktur und Schlosserei entstehen intelligente Möbel, die sich perfekt in den Raum und das Leben der Kunden einfügen. Drehbare TV-Teile, Klapptische oder Outdoor-Dining-Tables – bei Ladenstein wird jedes Möbelstück zum einzigartigen Erlebnis. Wer sich selbst davon überzeugen will, kann in den beiden Schauräumen in der **Schellinggasse 1, 1010 Wien** oder in der **C-v-Hötzendorf-Straße 63, 8010 Graz** vorbeischauen. Mehr Informationen finden sich zudem unter www.ladenstein.at.



... einen Wahr-Wohntraum zum Kochen und Genießen

Schöne Ehrung für Schönbrunn CEO

In einem stimmungsvollen Rahmen vor 200 illustren Gästen wurde Schönbrunn Group-CEO Mag. Klaus Panholzer am 18. September 2024 der FM-Incomingpreis überreicht.

TEXT: ULRICH BENTZ



Im festlichen Ambiente des Kursalon Hübner wurde der FM-Incomingpreis an Schönbrunn-Group CEO Klaus Panholzer verliehen

Berstend voll präsentierte sich Hübners Kursalon. Über 200 Gäste aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport folgten der Einladung der MG Mediengruppe. Begrüßt von den Gastgebern, FM-Herausgeber **Christian W. Mucha** und Elite-Chefredakteurin **Ekaterina Mucha**, ließen sie Klaus Panholzer für seine Verdienste um den heimischen Tourismus hochleben. Trotz der verheerenden Unwetterkapriolen, die davor hereingebrochen waren, zeigte sich Wien an diesem Abend von seiner Sonnenseite. Mucha nutzte seine Begrüßungsrede dazu, den vielen freiwilligen Helfern, die hierzulande rund um die Uhr im Einsatz sind, zu danken.



Niederösterreichs Landtagspräsident Mag. Karl Wilfing hielt die Laudatio



Opernstar Natalia Ushakova: lachend, outspoken und wie immer in bester Laune



Digital-Werbe guru Markus Kopeinig mit Anwältin und Ehefrau Dr. Beate Krainer-Kopeinig



Der Bruder von Kathrin Glock reiste aus Kanten an: David und Emel Tschikof



Die Tulbingerkogel-Gastro-Legenden Ingrid und Frank Bläuel



Geigte auf: Star-Violinist Yuri Revich gab „Storm“ von Antonio Vivaldi zum Besten



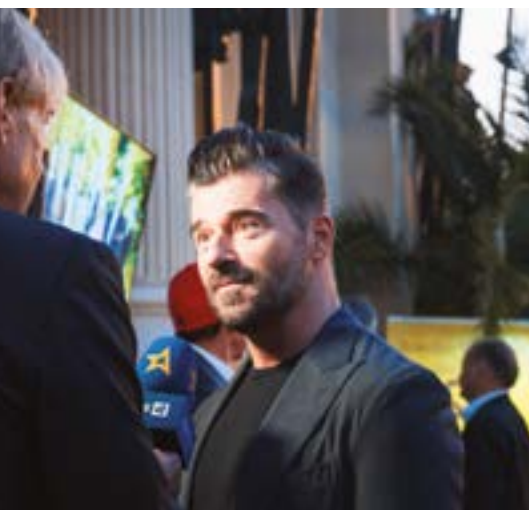
Der Gastgeber mit der aufstrebenden Jungsopranistin Vlada Bakanova, die mit „O mio babbino caro“ brillierte



Parfümier Andreas König präsentiert Mucha und Köppen seinen neuen Duft



Fachverbandsgruppenvorstand Peter Dobcak mit seiner Frau Silvia



Dominic Heinzl verhört Ciro de Luca



Die Richterinnen und der Steuerberater: Ingeborg und Walter Kristen



Schreiberhaus-Chefs Ivana und Poldi Huber mit Ekaterina Mucha



Im ORF-Interview mit Marion Benda: Klaus Panholzer

Niederösterreichs Landeshauptfrau **Johanna Mikl-Leitner**, als Ehrenrednerin vorgesehen, sandte eine Grußbotschaft in Gummistiefeln an die Festgäste. Die Ehrenrede hielt dann Niederösterreichs Landtagspräsident **Karl Wilfing**. Der wies in einer launigen Laudatio auf die erfolgreiche Entwicklung des Austro-Tourismus hin, die ohne perfekte Zusammenarbeit zwischen profunden Playern nicht möglich wäre. Und hob dabei die Verdienste von Panholzer hervor, dem es gelungen sei, Tradition mit Innovation zu vereinen. Und dadurch in seinen Betrieben Schloss Schönbrunn, Schloss Hof, Sisi Museum und Möbelmuseum insgesamt zehn Millionen Besucher begrüßen durfte, davon 4,2 Millionen zahlende Gäste.

Als tatkräftig, couragiert und entscheidungsfreudig hob Verleger Mucha dann in seiner Rede die herausragenden Eigenschaften von Panholzer hervor. Der FM-Incomingpreis habe den Sinn, all jene zu couragieren, die für den Tourismus hervorragende Leistungen erbringen. Und so als Vorbilder für die Branche wirken.

Umrahmt wurde der Festabend durch klassische Musik. Die Sopranistin **Vlada Bakanova** gab „O mio babbino caro“ zum Besten. Und Weltstar **Yuri Revich**, zur Veranstaltung aus Paris eingeflogen, begeisterte die Gäste mit Antonio Vivaldis „Storm“. Und unterstrich damit seinen Ruf als neuzeitlicher Nachfolger des berühmten Teufelsgeigers Niccolò Paganini. Und: Revich gab auch eine seiner Eigenkompositionen zum Besten.

Bei der Überreichung der Ehrenurkunde erhielt Panholzer minutenlangen Applaus und Standing Ovationen. In seiner Dankesrede strich er vor allem die Leistungen seiner Mitarbeiter hervor, die erst „unsere Häuser zu einem unvergesslichen Erlebnis für unsere Gäste machen“. Und definierte den Preis als Symbol für gemeinsame Anstrengungen der Branche, „Österreich als erstklassige Tourismusdestination zu fördern und zu erhalten“. Am folgenden Buffet der Firma FromFranz Catering sowie einem exquisiten Austernbuffet



Die Mannschaft von FromFranz um-sorgte die Gäste stilgerecht



Die Hostessen präsentierten sich ganz im Stile des Wiener Hofes



MG Medien-GF Dominik Unger mit Ehefrau Patricia Unger-Kodym



Gewista-CEO Franz Solta (rechts) mit den Gastgebern



Christian W. Mucha mit Mutter Eveli-ne Mucha und Ekaterina Mucha



John Harris-Chef Ernst Minar, Ex-Ministerin Maria Rauch-Kallat, Christian W. Mucha



Gästeschar im Kursalon Hübner



Bauträgerin Jasmin Soravia



Danielle Spera



Hans und Umida Köppen (Haus des Meeres)

vom Fischvierterl (**Nona Chassidov**) delectierten sich unter anderem Bundesministerin a.d. **Maria Rauch-Kallat**, Ex-Minister **Werner Fasslabend**, Sektionsleiter Kulturelles Erbe im BM für Arbeit und Wirtschaft **Alexander Palma**, Haus des Meeres-Manager **Hans Köppen**, Tierpark Herberstein-Spitzenmanagerin **Karin Winkler**, **Danielle Spera**, Gewista-Vorstand **Franz Solta**, Ö3-Chef **Michael Pauser**, John Harris-Zampano **Ernst Minar**, Le Meridien-General Manager **Hanspeter Soller**, die Opernsängerin **Natalia Ushakova**, Prof. **Hinrich Grothe** (TU Wien), Tulbingerkogel-

Chef **Frank Bläuel**, die Comedians **Ciro De Luca** und **Christoph Fälbl**, Mr. Ferrari **Heribert Kasper**, Springer & Jacoby-Geschäftsführer **Ralf Kober**, NGI-Chef **Andreas Bussek**, **Thomas Dänemark** (Präsident der Freunde der Wiener Staatsoper), Netzwerker **Mauro Maloberti**, **Ulrike Rauch-Keschmann** (BMAW Sektion Tourismus), Bauträgerin **Jasmin Soravia**, der Bruder von Kathrin Glock **David Tschikof**, die Anwälte **Dr. Christian Winternitz**, **Dr. Georg Zanger**, **Dr. Katharina Raabe-Stuppnig** und **Dr. Wolf Georg Schärff** sowie Steuerberater **Dr. Walter Kristen** neben vielen anderen.



Christoph Fälbl, Christian W. Mucha und Thomas Lauda



Rechtsanwalt Dr. Christian Winternitz



Christoph Reiter-Havlicek (Amt NÖ LRG) mit Tochter Raphaela



Dr. Wolfgang Schlossarek mit Tochter Johanna



Thomas Dänemark (Freunde der Wr. Staatsoper) und Mauro Maloberti



Vom fotoscheuen Ö3-Chef Michael Pauser ein Archivfoto



Standing Ovations für den Preisträger Klaus Panholzer


Richard Doneiser mit Heinz Stiašny

Die Sponsorenwand: Doneisers Werk

Hermann Dolle vertrat seinen Bruder Peter, dessen Weine die Gäste verköstigten

Exklusive Bädermacher: Nuri und Adem Köse

Nona Chassidov (Fischvierterl) und Team

Schmuckberaterinnen von Wiesinger...

FM-Incomingpreis: Dank an unsere Sponsoren

Ein derart großes Fest wie die FM-Incoming-Preisverleihung an Schönbrunn Group-CEO Klaus Panholzer wäre nicht durchführbar, wenn es da nicht verlässliche Partner gäbe. Die im Hintergrund dafür sorgen, dass alles reibungslos abläuft. Diesmal sollen sie aber nicht im Hintergrund bleiben. Sondern für ihren großartigen Beitrag zum gelungenen Abend vor den Vorhang geholt werden.

Die Location (Kursalon Hübner) stellte die **SHI Group**, **Artona** dekorierte den Saal mit Luftballons. Für die Technik sorgte in bewährter Weise **VA.TEC**. Juwelier **Wiesinger** organisierte den Schmuck für Ekaterina Mucha. Die Sponsorenwand wurde von **Doneiser** verwirklicht. Die Urkunde für Panholzer fertigte liebevoll das **Urkunden Atelier**. Bestens gelobt wurden die Gäste von **FromFranz Catering**. Das Austernbuffet zauberte **Fischvierterl** auf die Terrasse. Dazu wurden alkoholfreie Getränke von **Coca-Cola**, Weine aus dem Hause **Dolle**, Bier von **Salm Bräu**, **Schlumberger-Sekt** sowie Spirituosen von **Vienna Spirits** gereicht.

Als Give-Away stellte **Jordan & König** Parfums zur Verfügung. Die Sicherheit der Veranstaltung gewährleistete **Ante Portas**. Die digitale Dokumentation der Veranstaltung lag in den Händen von **Soriano Media**. ■


... und deren Chef Gerhard Wiesinger



NV

**WIR ENGAGIEREN
UNS FÜR DIE REGION.**

Mit über 670 Mitarbeitern – davon 400 in der Kundenbetreuung
– arbeiten wir an 46 Standorten und überall dort, wo unsere
Kunden sind.

Nähe verbindet.

Unsere Niederösterreichische Versicherung

nv.at



Das Artona-Team steuerte die Ballondекoration bei: Georg Tumler und Ehefrau Sylvia



Für die Sicherheit sorgte die Truppe von Ante Portas



Die Technik wurde in bewährter Form von VA.TEC bereitgestellt



Flughafen Wien-Kommunikator Andreas Ladich



Philip Habitzl (vorne links) und Louie Soriano (rechts) von Soriano Media dokumentierten das Fest digital

FM - INCOMINGPREIS 2024

Buffet

· VORSPEISEN ·

AUSTERNBUFFET VOM FISCHVIERTEL AM NASCHMARKT
CHEVICHE
TAFELSPITZCARPACCIO

· HAUPTSPESIEN ·

ZWIEBELROSTBRATEN
ÜBERBACKENE SCHINKENFLECKERL
RAVIOLI

· DESSERT ·

KAISERSCHMARRN

· GETRÄNKE ·

SCHLUMBERGER SEKT
ALKOHOLFREIE GETRÄNKE AUS DEM HAUSE COCA COLA
WEINE AUS DEM HAUSE DOLLE:

- GRÜNER VELTLINER 1. LAGE 2022
- ZWIEGELT-RESERVE
- ZWIEGELT-ROSE 2023

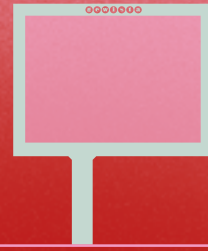
SCHÖNBRUNN VIENNA DRY GIN

Ambitioniertes Austro-Bufferett von FromFranz Catering

UNSERE SPONSOREN:

- Ante Portas** sorgte für Sicherheit
- Artona** steuerte die Ballon-Dekoration bei
- Coca-Cola** lieferte alkoholfreie Getränke
- Doneiser** produzierte die Sponsorenwand sowie sämtliche Schriftstücke
- Fischvierterl** bereitete ein köstliches Austernbuffet
- FromFranz Catering** sorgte für kulinarische Köstlichkeiten
- Jordan & König** stellten Parfums fürs Goodie Bag zur Verfügung
- Juwelier Wiesinger** stattete Ekaterina Mucha mit Schmuck aus
- Salmbräu** zapfte frisches Bier
- Schlumberger** brachte prickelnde Stimmung
- Shigroup** stellte die Location
- Soriano Media** hielt den Abend bildlich und filmisch fest
- Urkunden Atelier** erstellte die Auszeichnung
- VA.TEC** wachte über die Technik
- Vienna Spirits** servierte kaiserliche Schnäpse
- Weingut Dolle** verwöhnte die Gaumen mit Rebensaft

WIR SAGEN DANKE!



Wer

**auffallen will,
benötigt das**

**gewista
Etwas.**

Sie haben die Werbung, wir die Reichweite.

Nur Gewista bietet Ihnen einen einzigartigen Werbeträger-Mix und sorgt dafür, dass Ihre Botschaften mit innovativen Out-of-Home-Lösungen viele Blicke auf sich ziehen. Als Marktführer und reichweitenstärkster Player sind wir seit über 100 Jahren ein stabiler und verlässlicher Partner. Erreichen Sie Ihre Zielgruppe und sichern Sie sich die nötige Sichtbarkeit.

gewista.at





Eindrucksvolle Tradition seit mehr als 155 Jahren

Seit Generationen stehen wir als Familienunternehmen und inhabergeführter 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



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

Qualität aus Tradition

Vertrauen Sie auf über 155 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

70Grad Fahrenheit=21°Celsius

Zum 70. Geburtstag von FM-Verleger Christian W. Mucha lud das Verlegerpaar auf Schloss Drasing in Krumpendorf. Statt der erhofften 25 Gäste feierten schlussendlich 155 Hochkaräter, angeführt von Kärntens Landeshauptmann Dr. Peter Kaiser, den Jubilar. TEXT: Ulrich Bentz



Landeshauptmann Dr. Peter Kaiser (rechts) stellte sich bei Mucha mit einer ganz besonderen Überraschung ein: dem Ehrenzeichen des Landes Kärnten



Ursula und Andreas Bussek



Triumvirat: DDr. Horst Pirker, Gerald Grünberger, Peter Kaiser



Sylvia und Gerald Grünberger



Die beiden Jacques Lemans-Vorstände Alfred und Andreas Riedl



Poldi Huber und Verlagsanwalt Dr. Martin Machold kamen in zünftiger Tracht



Herberstein-Prokuristin Karin Winkler: immer ein Lächeln parat

Schloss Drasing – ein Juwel. Wohl schon seit dem 8. Jahrhundert ein wichtiges Wahrzeichen von Kärnten. Als **Christian W. Mucha** das Anwesen vor 30 Jahren kaufte, war es eine Ruine. Der Park verwildert, die Burg weitgehend verfallen, innen völlig verwahrlost. In dreißigjähriger mühevoller Arbeit mit einem Aufwand von rund 15 Mio. Euro (neben dem Kaufpreis!) hat der Verleger das Stadtschloss von Krumpondorf wiederbelebt. Mucha: „Für mich – obwohl das etymologisch nicht stimmt – kommt ‚Wahrzeichen‘ von ‚bewahren‘.“

Jeder von uns, der Erfolg hat, hat die Aufgabe, der Gesellschaft etwas davon zurückzugeben. Mir als historisch interessiertem Menschen und Kunstsammler lag es am Herzen, ein wichtiges Denkmal zu bewahren. In meiner Wahlheimat Kärnten.“

Jetzt bekam der Herausgeber der beiden wichtigsten Touristik-Fachzeitschriften des Landes ein Dankeschön vom Land Kärnten. Landeshauptmann **Dr. Peter Kaiser**:



Kärntens Ford-Urgestein KR Sepp Sintschnig brachte Blumen ins Schloss



Unser Draht nach China: David Wang mit der bezaubernden Annie Hu



Weißer Damen-Flor (v.l.): Agnes Weindel, Vlada Bakanova, Umida Köppen, Ekaterina Mucha, Martina Pouschner und Silvana Leeb



Wer bringt schon solch ein Geburtstagsgeschenk mit? Jürgen und Silvana Leeb (Leeb Motor Wolfsberg) stellten sich mit einem UForce 600 von CFMOTO ein



Gastro-Fachgruppen-Obmann **Peter Dobcak** mit Ehefrau **Silvia**



Kärntens Wörthersee-Gastronom **Florian Glatzner** (Lakeside) mit **Iris Wüster**



Bauträger **Jasmin Soravia** und **Nikolaus Schreißl**



Die Gäste delectierten sich an Schlumberger Sekt vom Feinsten



Der Party-Faktor von Velden: **Elvis Nake** und **Sandra Schell**



Rechtsanwalt **Dr. Georg Zanger**



Ihr steirisches Schloss wird gerade renoviert: Rechtsanwalt **Dr. Wolf-Georg Schärff** und seine **Silvia**



Mauro Maloberti, **Maria Rauch-Kallat**, **Ernst Minar** (John Harris)

„In der gewohnten Sparsamkeit des Landes Kärnten habe ich eine nonmonetäre Auszeichnung mitgebracht. Und so freue ich mich, Verleger Christian W. Mucha das Ehrenzeichen des Landes zu verleihen. Christian Mucha hat mit der Sanierung von Schloss Drasing ein Stück Kärntner Kulturerbe für die

Nachwelt erhalten. Er hat Kärnten stets als seine Wahlheimat bezeichnet. Er hat für das Land viel Gutes getan und nun ist es Zeit, dass das Land danke sagt.“
155 Festgäste, die der Überreichung beiwohnten, brachten am 14. 8. Leben in die alten Gemäuer. Unter ihnen der Obmann der Wiener

Gastronomie **Peter Dobcak**, Lakeside-Chef **Florian Glatzner**, VÖZ-Geschäftsführer **Gerald Grünberger**, Mercedes Benz-Werbelegende **Erich Hammerschmid**, Gastronom **Poldi Huber**, Eventmanager **David Kaburek**, Mr. Ferrari **Heribert Kasper**, Springer + Jacoby Austria-Chef **Ralf Kober** und Na-



Familie Alfons Grohar: Der grüne Daumen für den barocken und englischen Park



Effektiver Aufputz mit starker Wirkung: weißer Ballondekor von www.balloneria.at



Lieselotte, Helmut und Stefan Puntigam



Brillant-GF Robert Isop – er hält Schloss Drasing facilitymäßig in Schuss



Samira und Edis Cikaric



Der Maler Raimund Seidl brachte eine von ihm kunstvoll verzierte Steinskulptur mit



Die Gäste genossen den weitläufigen Schlosspark und labten sich am Kärntner Schmankerlbuffet des Moosburger Gastronomen Markus Tschernig

tascha Kober (die einen eigenen Song für Mucha komponierten), der Geschäftsführer des Haus des Meeres **Hans Köppen** und seine Frau **Umida**, **Mauro Maloberti**, **Mag. Heinz Messinger** (AME International GmbH), John Harris-Eigentümer **Ernst Minar**, **Elvis Nake**, Schönbrunn Group-CEO **Klaus**

Panholzer, VGN-Chef **DDr. Horst Pirker**, Bundesministerin a.D. **Maria Rauch-Kallat**, die Jacques-Lemans-Zampanos **Alfred Riedl** und **Andreas Riedl** (der detto am 14.8. Geburtstag feiert), **KR Sepp Sintschnig** (Ford Sintschnig), **Erich Satran**, der Maler **Raimund Seidl**, Kollitsch & Soravia-Geschäftsführe-

rin **Jasmin Soravia**, **Kathi Stumpf** und **Alexander Beza**, **Emel** und **David Tschikof**, **David Wang**, Logistikunternehmer **Benjamin** und **Agnes Weindel**, **Karin Winkler** (Tiergarten Herberstein), Veldens Modezampano **Christian Woess** (der Christian W. Mucha ausstattete) und die Rechtsanwälte **Dr. Ge-**


Vladimir und Tatjana Bakanova

Barbara und Helge Orsini-Rosenberg

Kathi Stumpf und Alexander Beza

AME-Geschäftsführer Heinz Messinger mit Ehefrau Elisabeth

Music-Maker: Martin Sabitzer

Martin Fohn und Heribert Kasper

Sorgte sich um das Wohl der Gäste: das kulinarische Team von Tschernernig

org Zanger und **Mag. Martin Machold** sowie Security-Unternehmer **Martin Fohn** (INS-Security) und Moderator **Oliver Feicht**. Sie alle konnten sich anschließend selbst ein Bild von Muchas Lebenswerk machen. Das Schloss bewundern, das von den Muchas jüngst erneut in wochenlanger Arbeit und mit Hilfe der Gebäudereinigung Brillant (**Robert J. Isop**) auf Hochglanz gebracht wurde. Oder durch die barocken und englischen Gärten flanieren, die von der Gärtnerei Grohar liebevoll gepflegt werden. Dort erwartete sie eine kulinarische Stärkung vom Catering Tschernernig (**Markus Tschernernig**). In Kärnten, wie der Hausherr anmerkte, freilich nicht mit Austern, Schnecken und Thunfischtartar, sondern mit wunderbaren Kasnudeln, Ripperln und Hendln vom Feinsten – sprich: den lokalen Spezialitäten. Erfrischung fanden die Gäste dabei nicht nur im Schatten der Bäume, sondern auch bei Prickelndem von Schlumberger, Soft-Drinks von Coca-Cola und den besten Gewächsen aus dem Hause Morandell.

Als ganz besonderes Schmankerl gab es von der Sopranistin **Vlada Bakanova**, begleitet von ihren Eltern **Vladimir** und **Tatiana**, ein Ständchen, das der Hausherr (*Reich mir die Hand, mein Leben, komm auf mein Schloss*) anstimmte und das von ihr mit glockenheller Stimme fertig gesungen wurde.

Und etliche stellten sich auch mit unglaublichen Geburtstagsgeschenken ein. Wie etwa **Jürgen** und **Silvana Leeb** von Leeb Motor Wolfsberg, die einen schicken UForce 600 von CFMOTO als Überraschung hervorzauberten. Ein UTV (Utility Terrain Vehicle). Ein Tool mit 41 PS, Servolenkung, Allrad, Seilwinde, kippbarer Ladefläche, Straßenzulassung und vielem mehr.

Geschmackliches Gewicht brachte der gebrandete Volcano-Schinken auf die Waage, den **Helmut** und



Damit Anna Kind sein kann.

Reiche einem Kind in Not
liebevoll deine helfende Hand.

Manchmal braucht ein Kind ganz schnell Hilfe. Schenk ihm deinen Schutz,
gib ihm Halt und übernimm eine Pflegeelternschaft.

Informiere dich jetzt unter **01/4000-90770** oder
wien.gv.at/pflegeeltern

**Stadt
Wien**



wien.gv.at/pflegeeltern

Die Gäste delectierten sich an wunderbaren Gewächsen aus dem Hause Morandell



Klaus Panholzer und David Kaburek



Beatrice und Heimo Turin



Agnes und Benjamin Weindel



Ex-Burgheer Erich und Gabriele Satran



David und Emel Tschikof



Veldens Mode-Zampano Christian Woess (mit Anna Kaval) steht dem Jubilar mit Outfit-Tipps immer gern zur Seite



Bereiteten exquisite Häppchen: Marlies und Markus Tschernig



Viele freie Plätze gab es auf dem Parkplatz von Gut Drasing nicht mehr beim wohlbesuchten Fest ...

Lieselotte Puntigam dem Jubilar mitbrachten.

Doch auch Mucha hatte für seine Gäste eine Überraschung parat: Gemeinsam mit **Martin Sabitzer**, der für die musikalische Festbegleitung sorgte, stimmte der Verleger den John Denver-Klassiker *Take me Home, Country Roads* an. Nicht nur dafür gab es jede Menge an Applaus.

Fazit: Ekaterina Mucha als Hausherrin dankte den Gästen für ihr Kommen. Sie hieß die internationale Gratulantenschar perfekt auf Italienisch und Russisch willkommen, der Hausherr legte auf Deutsch, Englisch und Französisch nach. Und **Georg Zanger** begrüßte auf Chinesisch. Da ließ sich der Landeshauptmann nicht lumpen und fügte – reaktions-schnell und logisch – eine slowenische Begrüßung hinzu. Und erntete dafür einen Sonderapplaus. ■



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

www.köse.at
Ihr Installateur und Komplettanbieter für Exklusivbäder

01 - 595 29 06



Julius Meinl
AM GRABEN

*Exklusiv schenken,
unvergessliche
Momente
schaffen*



MEINLS GESCHENKKÖRBE

*Jetzt online
bestellen!*



*Julius Meinl am Graben, Graben 19, 1010 Wien, meinlamgraben.eu
Mo-Fr 08:00-19:30 Uhr, Sa 09:00-18:00 Uhr*