

destinationaustria



HOGAST QUALITÄTS-CHECK

Die Einkaufsgenossenschaft baut Qualitätsmanagement noch mehr aus **Seite 63**



ROMANTISCHES ÖSTERREICH

Die Wachau präsentiert sich als Gourmet-Destination mit vielen Höhepunkten **Seite 64**



EAT & MEET FESTIVAL IN SALZBURG

SHORT



Schladming. 420 Piloten, Stewardessen und Mitarbeiter des Bodenpersonals von 45 Fluglinien aus 18 Nationen nehmen in der Ferienregion Schladming-Dachstein an der Ski-WM der Fluglinien teil. Auf dem Programm vom 7. bis 12. März stehen Slalom und Riesentorlauf, Langlauf sowie ein Snowboard-Bewerb.

„Sogar aus Hongkong und den Vereinigten Arabischen Emiraten haben sich Teilnehmer angemeldet“, freut sich Tourismuschef Hermann Gruber auf ein internationales Spektakel.

www.schladming-dachstein.at



Salzburg. Wikitude macht möglich, wovon Reisende träumen: das Handy wird zum praktischen Reiseführer, indem es alle umliegenden Sehenswürdigkeiten, Hotels, Gebäude und Ausflugsziele im Display aufzeigt und den kürzesten Fußweg dorthin vorschlägt.

Entwickelt wurde Wikitude von dem Salzburger Startup-Unternehmen „Mobilizy“. Voraussetzung zu Nutzung von Wikitude ist das Smartphone, ein Handy mit integriertem Kompass, Bewegungssensoren und GPS. Wikitude ist für Symbian, Android und nun auch für das iPhone 3GS nutzbar.

www.salzburg.info

„Gourmet-Reisen sind voll im Trend der Zeit“



Gourmethotels Die neue Kooperation vermarktet 4- und 5-Sterne-Hotels unter einem Genuss-Dach. **medianet** sprach mit Geschäftsführer Thomas Heschl, welche Chancen er in diesem Konzept sieht und wie Partner davon profitieren. **Seite 62**

INHALT

Idee & Strategie

- > Hotel-Bewertung: Neuer Guide mit Sternen **62**
- > Miettextilien: Wozabal bietet Service für Hotels & Co. **63**

Stadt & Land

- > Attersee: Auch ohne Auto rund um den See mobil **64**
- > Donau-Auen: Geheimnisse der Natur aufspüren **64**
- > Söll: Die Super-Skiwochen bis April erleben **64**

Gast & Wirt

- > Semmering: Verkostung von Wein und Schwein **65**
- > Vitalhotel Elmau: Specials für die Oster-Feiertage **65**

Hotelbiz im MAK Wien Messe feiert den 10. Geburtstag

Zehn Plätze sind jetzt noch frei!



Das MAK Wien bietet ausreichend Platz für eine gelungene Präsentation.

Perchtoldsdorf. In sieben Wochen ist es so weit, und die Hotzelbiz öffnet am Dienstag, 20. April zum 10. Mal ihre Türen. „Last Call!“ heißt es jetzt für Firmen, die bei der Jubiläumsveranstaltung dabei sein möchten.

Die Besucher der Messe sind Personal- und Schulungsverantwortliche, Betriebsräte, Trainer sowie Mitarbeiter von Incoming- und Event-Agenturen, die vonseiten der Organisatoren persönlich zur BIZ eingeladen werden. Für die Fachbesucher wird es auch heuer wieder ein attraktives Rahmenprogramm zur BIZ geben.

www.hotelbiz.at

ARCOTEL KAISERWASSER
WIEN

HOCHZEITSTRÄUME WERDEN WAHR

TREFFEN SIE UNS IM SAAL 1

ARCOTEL Kaiserwasser
Wagramer Straße 8 | 1220 Wien | www.arcotel.at/kaiserwasser

KOMMENTAR

Splashline-Tunkel beweist Gespür



GEORG BIRON

Die Ski-Industrie jammert, der Gesundheitsminister klagt, die Touristiker fürchten einbrechende Umsätze. Und das hat einen simplen Grund: Immer weniger Kinder betreiben Sport, im speziellen Wintersport. Gründe dafür sind rasch gefunden – Skikurse sind viel zu teuer und altmodisch. Aber der findige Reiseveranstalter Didi Tunkel beweist wieder einmal Gespür und Geschäftssinn: 1.500 Schülerinnen und Schüler, viele Stars von Assinger bis Strobl, werden vom 7. bis 13. März bei Österreichs größtem Skikurs dabei sein.

Bereits zum siebenten Mal geht die einzigartige Wintersportwoche S'cool, Ski & Board mit einem Mehr an Sport, Service, Erlebnis, Lernen und Rahmenprogramm dieses Jahr in Szene, bereits zum fünften Mal am Nassfeld-Hermagor. Erfinder, Veranstalter und Organisator des exklusiv für Schulklassen buchbaren Skikurses ist Splashline, ein Tochterunternehmen der TUI.

Didi Tunkel bringt verschiedene Anliegen unter einen Hut: Einerseits jene der Lehrer, denen durch die Organisation eine Menge Arbeit abgenommen wird, andererseits jene der Eltern, die ihre Kinder oft aus finanziellen Gründen nicht auf einen Skikurs schicken können und natürlich jene der Kids, die eine abwechslungsreiche und actionreiche Wintersportwoche erwartet. Bravo!

Arcotel GfK Austria Studie über City-Hotels

Wien. Städtereisen befinden sich im Aufwärtstrend: Das pulsierende Treiben in den Metropolen dieser Welt zieht immer mehr Menschen an.

Was das perfekte Hotel für Städtereisen ausmacht, verrät eine Studie.

Für neun von zehn Städtereisenden sind die Sauberkeit und Qualität des Zimmers sowie freundliches Personal die wichtigsten Kriterien für einen perfekten Hotelaufenthalt – und es sind vor allem Teenager und Personen im Alter zwischen 20 und 29 Jahren, die auf Reinlichkeit und höfliche Umgangsformen Wert legen.

Das ist nur eines der Ergebnisse der österreichweiten Umfrage von Arcotel und GfK Austria. Die Studie erhebt, was sich Reiselustige von Hotels wünschen, auf Basis welcher Überlegungen ein Hotel ausgewählt wird und welche die Informationsquellen für diese Entscheidung sind.

www.arcotel.at

Gourmethotels Die neue Kooperation vermarktet 4- und 5-Sterne-Hotels mit erstklassigen Hotels unter einem Genuss-Dach

Außergewöhnliche Reisen für Genießer im Vormarsch

medianet sprach mit Thomas Heschl, GF der Gourmethotels, über Ziele und Entwicklung der Plattform.

JÜRGEN ZACHARIAS

Wien. Im vergangenen Juli nahm mit den Gourmethotels eine neue Kooperation renommierter Hotelbetriebe der 4- und 5-Sterne-Kategorie mit erstklassigen Restaurants ihren operativen Betrieb auf. medianet sprach mit Geschäftsführer Thomas Heschl, welche Zielgruppe er damit ansprechen möchte, wie sich die Plattform bisher entwickelte und welches Potenzial er für die Gourmethotels in Zukunft erwartet.

medianet: Herr Heschl, wie würden Sie die Gourmethotels beschreiben?

Thomas Heschl: Wir sind eine Hotelplattform, die mit Spitzenhotels – die über ein erstklassiges eigenes Restaurant verfügen – in Deutschland, Österreich, der Schweiz und Südtirol zusammenarbeitet. Für unsere Partner vermarkten und verkaufen wir aktiv und exklusiv hochwertige Genusspackages, Arrangements und Specials. Die Erschließung neuer und erfolgreicher Marktnischen in der Tourismuswirtschaft steht dabei im Vordergrund.

medianet: Wie viele Partnerbetriebe zählen aktuell zu den Gourmet Hotels?

Heschl: Derzeit sind es 30 Partner, bis Ende des Jahres wollen wir insgesamt 50 haben. Momentan sind wir dabei noch sehr österreichlastig, aber langsam beginnt unser Konzept auch in Deutschland und der Schweiz zu greifen und wir sind zuversichtlich, dass wir auch dort bald unsere Marktpräsenz deutlich erhöhen. Unsere Partner sind keine Hotelketten, sondern ausschließlich persönlich geführte Hotels mit echten Gastgebern.



Thomas Heschl, Geschäftsführer der Gourmethotels: „Wir bieten Hotels eine neue Vermarktungsgesellschaft, bei der sie im Mittelpunkt stehen.“

medianet: Sind Sie mit diesem Zwischenstand zufrieden?

Heschl: Wir sind damit zufrieden, wobei wir natürlich auch mehr haben könnten. Das liegt aber auch daran, dass wir unsere Partner ganz genau prüfen und uns langfristiges und nachhaltiges Wachstum wichtiger ist als kurzfristige Kooperationen; im Zweifel lehnen wir mögliche Partner also auch ab.

medianet: Wie werden sich die Gourmethotels in den kommenden Jahren weiterentwickeln?

Heschl: Unser Ziel ist es, bis Ende 2011/Anfang 2012 insgesamt 120 Partnerbetriebe zu haben. Danach werden wir keine neuen Partner mehr aufnehmen, mit mehr Betrieben wäre unsere Arbeit nicht mehr seriös zu machen und umzusetzen. In diesem Fall gilt: weniger ist mehr.

medianet: Wie profitieren Ihre Partner von der Kooperation?

Heschl: Wir bieten den Hotels eine Vermarktungsgemeinschaft, bei der sie im Mittelpunkt stehen. Dabei beschränken wir uns nicht auf gelegentliche Aussendungen, sondern spielen das gesamte crossmediale Klavier und streben Medienpartnerschaften an, die für unsere Partner echten Mehrwert bedeuten.

Außerdem verkaufen wir für unsere Partner aktiv Packages und Arrangements, wie beispielsweise eine Hochzeitsnacht auf Probe im Schlosshotel Obermayerhofen, eine Jeep-Gourmetsafari im Hotel Loipersdorf oder die Gourmetgaudi bei Sonnenschein im Hotel Alpenhof in Hintertux. Diese Angebote entwickeln wir zuvor exklusiv gemeinsam mit den Hoteliers und sind so nur bei uns erhältlich. Das gibt den Hotels ein neues Alleinstellungsmerkmal und erhöht ihre Wertigkeit. Die Preise der Angebote werden dabei von den Hoteliers kalkuliert, wir verrechnen nichts darauf und leiten die Anfragen direkt weiter.

medianet: Welche Zielgruppe wollen Sie damit ansprechen?

Heschl: Den klassischen reisenden Feinschmecker, der mehrmals im Jahr kurzurlaubt, zwischen 22 und 55 Jahre alt ist und Genuss schätzt.

Dabei wollen wir nicht nur Schnäppchen anbieten, sondern außergewöhnliche Arrangements mit Erlebnischarakter zu vernünftigen Preisen. Dabei gilt es auch im gesamten Drumherum Genuss zu vermitteln. Es geht uns um das Besondere, um einen Hauch von Luxus, Abenteuer und besondere Erlebnisse.

www.gourmethotels.com

Ski Guide Der neue Winterguide trifft den Puls der Zeit – innovativ ist vor allem seine neue Hotel-Bewertung

Schneesterne verleihen Skigebieten Flügel

Wien. Im Oktober des vergangenen Jahres war es so weit: Mit dem „Ski Guide Austria 2010“ erschien der erste heimische Pistenführer. „Wir waren selbst überrascht, als wir bemerkten, dass es ein derartiges Angebot mit dem ‚ADAC Guide‘ zwar für Deutschland gibt, es aber in Österreich fehlte“, sagt Germanos Athanasiadis, der mit seinem KGV Verlag (siehe Infos im Kasten rechts) schließlich mit Unterstützung der Österreich Werbung (ÖW) den „Ski Guide Austria 2010“

in einer Auflage von 25.000 Stück herausbrachte (ab Oktober 2011 ist eine jährliche Erscheinungsweise geplant).

Marktlücke geschlossen

Die beiden Journalisten Günter Fritz und Fred Fettner geben im Guide einen umfassenden Überblick über das Angebot der heimischen Skiregionen, informieren über Pistenkilometer und Beschneigungsanlagen, Tageskartenpreise und das Loipenangebot. Kurzum: über alles, was heimische Winterurlauber zu einem Skigebiet wissen wollen. „Die Reaktionen aus der Branche waren gewaltig“, sagt Athanasiadis. „Mit dem ‚Ski Guide Austria‘ haben wir eine Marktlücke entdeckt und konsequent geschlossen.“ Petra Stolba, Geschäftsführerin der Österreich Werbung, sieht das ähnlich: „Das Echo aus der Branche über den neuen ‚Ski Guide‘ ist sehr positiv, auch unsere weltweiten ÖW-Büros nutzen ihn gern. Die inhaltliche Aufbereitung ist informativ und leicht lesbar und die einzelnen Skigebiete sind ansprechend gestaltet.“ Nach-

„Mit dem ‚Ski Guide Austria‘ haben wir eine Marktlücke in Österreich entdeckt und im vergangenen Jahr konsequent geschlossen.“

GERMANOS ATHANASIADIS
GESCHÄFTSFÜHRER KGV VERLAG

satz: „Der neue ‚Ski Guide‘ ist damit auf dem besten Weg, sich als Standardwerk für den Winterurlaub in Österreich zu etablieren.“

Novum Schneesterne

Neben den Infos zu den Wintersportgebieten fand im „Ski Guide“ vor allem eine neue Form der Hotelbewertung großen Anklang: „Wir haben eine Art Testverfahren entwickelt, um die Hotels der

Region auf ihre Wintersporttauglichkeit hin zu überprüfen“, sagt Athanasiadis; „so etwas gab es bisher nicht.“ Besonders gut ausgestattete Betriebe werden im „Ski Guide“ mit Schneestern bewertet und kurz beschrieben.

Ebenfalls ein Novum ist das Online-Angebot des Guides: Auf der Homepage finden sich die wichtigsten Infos zu den Skigebieten, die sich dort ebenso wie Regionen und Hotels auch mit eigenen Videos, die der KGV Verlag gestaltet, präsentieren. „Dieser Bereich kommt sehr gut an“, sagt Athanasiadis, „und wird in Zukunft sicher noch weiter ausgebaut.“

www.derskiguide.at

KGV VERLAG

Der KGV Verlag hat sich auf die Entwicklung und Herausgabe von Themenguides, Special-Interest-Medien und Auftragsprodukte im Printbereich spezialisiert. Alle für die Herstellung eines Printmediums erforderlichen Leistungen, bis hin zur Umsetzung des Themas im Internet, werden von einem Team aus einer Hand erbracht.



Der „Ski Guide Austria 2010“ präsentiert mehr als 200 heimische Skigebiete.