

Schau

INS G.A.S. BLATTL

03/19

WEIN UND MUSIK.
EINE SINFONIE.
AUS DEN REBEN VON
JOSEF SCHMID.

6

KOMMT
URLAUBSZEIT,
KOMMT RAD.
MIT VELONTOUR GENAU
AM RICHTIGEN WEG.

12

FEIN HIDE AWAY FÜR DIE BILDUNG

ST. VIRGIL DIREKTOR
JAKOB REICHENBERGER

EIN KIND HABE, SEHE ICH DAS NOCH EXTREM. MEIN DREIJÄHRIGER SOHN HÄLT MIR IN SEINEM TUN JA QUASI DEN SPIEGEL VOR AUGEN.

G.A.S.

HELMUT GRUBER



WIE LANGE WIRKEN NEUE KLEIDER?

Wenn ich im Auto sitze und vor mich hinfahre, dann kommt mir so manch ein Gedanke.

So auch dieser: Ist ein neuer Auftritt die einzige Möglichkeit, um sich auch neu zu positionieren? Ganz klar: NEIN. Wir werfen gerne weg, einfach so, oft ohne nachzudenken.

Neue Besen kehren gut, das kennt doch jeder. Stimmt auch, zumindest zum Teil. Wenn Schlaumeier die Welt neu erfinden, dann muss generell anderes her. Schließlich waren die vergangenen Jahre sinnlos. Neu, anders, Alleinstellungsmerkmal, USP und wie sie alle heißen – Zauberwörter aus dem Marketing, die wir nur zu gut kennen. Vergangenheit weg – der Blick gilt nach vorne. Aber hat die Vergangenheit nicht auch etwas Positives, waren da gar keine erfolgreichen Ereignisse, gab es da nicht das kleinste Fundament, auf dem sich ein Aufbau lohnt?

Wäre ja furchtbar, wenn dem so wäre. Und ist der Schlaumeier wieder weg, weil alles NEU doch nicht läuft, dann kommt bald das Wundern. Braucht es „Out of the box“ überhaupt? Macht es doch mittlerweile jeder, ist es wiederum nichts Neues. Ist alles neu unbedingt notwendig oder ist es sogar schlauer, einen Schritt zurück zu machen, um sicherer vorwärts zu kommen? Wollen das unsere Kunden überhaupt?

Ändern wir unser Denken, das unserer Mitarbeiter und fördern wir den Freigeist – wäre eine Idee von mir. Ein neuer Laufschuh macht noch lange keinen Spitzenläufer. Die Vergangenheit trägt viel Gutes in sich. Darauf darf man aufbauen, danach richtet sich der Blick in die Zukunft. Sie ist unser Korrektiv. Einen Fehler darf MENSCH machen, nur zweimal derselbe Humbug wäre unklug.

Neue Kleider wirken nur mit neuem Inhalt nachhaltig. Denn dann sind sie von Grund auf neu, basierend auf einem Fundament aus Erfahrung. Wäre jedenfalls schlau.

EUER
HELMUT
GRUBER

„BILDUNG BEWIRKT SEHR VIEL.
ZU BEOBACHTEN, WIE SIE
MENSCHEN
ERMÄCHTIGEN KANN,
DIE GESELLSCHAFT ZU
VERÄNDERN, FASZINIERT MICH.“

DU W
GES
ZUS
JETZ

JAKO
GAN
NIEM
DEM
-ICH
AMB
CHE
GER
PUN
MER

WIE S
GRÖS
DU E

JAKO
BILD
HAB
BEKO
DIES
GES
LÄN
DER
MIT
HAB
GEN
BEKO
WA

SEL
BILL
DU

JAK
ES S
KE
ICH
GE
EIN
RIGER S
AUGEN. BE
ZEITGEMASSE
GELINGT. DURCH
MODERNEN BILDUNG

IM GESPRÄCH MIT ST. VIRGIL DIREKTOR
JAKOB REICHENBERGER

Seit April letzten Jahres lenkt Jakob Reichenberger die Geschicke der Bildungseinrichtung St. Virgil Salzburg. Selbst Absolvent der Religionspädagogik und Philosophie beschäftigte er sich schon früh mit der Frage, ob Glaube rational zu rechtfertigen sei. Neben der Ethik- und Armutsforschung engagierte er sich auch im sozialpolitischen Bereich, bis er sich schließlich dem Thema Bildung verschrieb. Im G.A.S.-Interview verrät der 38-jährige Linzer, warum der richtige Zeitpunkt nicht planbar ist, wie wir aus der Selbstreflexion die größte Weiterentwicklung schöpfen und warum die eigene Zufriedenheit immer nur im Hier und Jetzt stattfinden kann.

DU WARST 10 JAHRE LANG ALS STUDIENLEITER FÜR DEN GESELLSCHAFTSPOLITISCHEN PROGRAMMBEREICH IN ST. VIRGIL ZUSTÄNDIG. WAR DER SCHRITT IN RICHTUNG DIREKTION FÜR DICH JETZT VORGEZEICHNET?

Jakob Reichenberger: Ganz und gar nicht, die Leitung des Hauses war für mich niemals Thema. Meine Arbeit hat mir Spaß gemacht. Außerdem hat sich zu dieser Zeit auch privat gerade einiges getan - ich war gerade Vater geworden - und hatte keine Ambitionen, mich beruflich zu verändern. Durch Gespräche mit verschiedenen Leuten ist die Idee dann doch in mir gereift und ich wollte es versuchen. Den richtigen Zeitpunkt gibt es ja bekanntlich nicht, die richtige Zeit ist immer jetzt.

WIE SIEHST DU DEINEN AUFTRAG HEUTE? ERKENNST DU EIN GRÖßERES SELBSTINTERESSE, SICH (WEITER) ZU BILDEN? WIE HÄLTST DU ES SELBST DAMIT?

JR: Bildung ist eine schöne Form, Menschen zu begleiten. Ich habe den Eindruck, dass sie grundsätzlich mehr Wert bekommt, während es gleichzeitig immer schwerer wird, diesen Weg für sich zu genießen. Wir sind heutzutage sehr gesättigt und haben wenig Ressourcen für längere Bildungsgänge. Der Job fordert alles von uns, in der Freizeit setzt man oft andere Prioritäten - wie die Zeit mit der Familie oder etwa einen Berg zu besteigen. Ich selbst habe es zur Bedingung gemacht, den Übergang vom Kollegen zum Vorgesetzten durch ein Coaching begleitet zu bekommen. Damit ich es selbst für mich reflektieren kann, was hier passiert.

SELBSTREFLEXION SPIELT JA AUCH INNERHALB EURES BILDUNGSKONZEPTE IN ST. VIRGIL EINE GROSSE ROLLE. VERMISST DU DAS OFT BEI ANDEREN?

JR: Es steht mir nicht zu, das zu beurteilen. Ich glaube, jeder kennt sich selbst. Die Frage ist wohl eher: Lasse ich zu, was ich da erkenne? Und da geht es eben auch um negative Dinge, die uns erst zu dem machen, was wir sind. Seit ich selbst ein Kind habe, sehe ich das noch extremer. Mein dreijähriger Sohn hält mir in seinem Tun ja quasi den Spiegel vor Augen. Beruflich möchte ich St. Virgil mehr und mehr einen zeitgemäßen Touch verleihen. Es ist toll zu sehen, wie das gelingt. Durch eine neue Architektur erbauen wir einen modernen Bildungsraum, in dem Menschen aus den unterschiedlichsten Situationen heraustreten können, um reflektiert auf das eigene Umfeld und Leben zu blicken. Diese „Wohlfühl-Atmosphäre“ versuchen wir seit 2015 baulich umzusetzen und Rückzugsorte zu schaffen, in denen man sich persönlich, beruflich und gesellschaftlich weiterentwickeln kann - quasi ein Hideaway für die Bildung.

**BILDUNG,
MENSCH
UND DIE
VERÄNDERUNG.**

**G.A.S.
PERSÖNLICH
KEITEN**



SOLCHE RÜCKZUGSORTE SIND FÜR UNS ALLE WICHTIG, VOR ALLEM AUCH IM PRIVATEN. WOHER SCHÖPFST DU DEINE KRAFT FÜR TAGTÄGLICHE UND NEUE AUFGABEN?

JR: Vor drei Jahren hätte ich wahrscheinlich noch geantwortet: am Berg im Sattel des Rades, aber dazu bleibt nun weniger Zeit. Dafür versuche ich, meinen 10 Kilometer langen Arbeitsweg so oft wie möglich auf zwei Rädern zurückzulegen. Da ist auch ein Berg dabei. Daneben ist Spiritualität sehr wichtig für mich. Beim Leben im Jetzt, im Augenblick gibt mir das Transzendente Halt. Am wichtigsten war und bleibt aber Familie, Freunde und die Zeit, die ich mit diesen besonderen Menschen verbringen darf. Das hilft beim Abschalten. Aber da erzähle ich wohl nichts Neues.

NEUES PASSIERT IN ST. VIRGIL LAUFEND. WIE SIEHT DEIN PERSÖNLICHER WEG ZUR ENTSCHEIDUNG AUS? GIBT DIE RATIO ODER DOCH DAS BAUCHGEFÜHL DIE RICHTUNG VOR?

JR: Unser Haus hat einen tollen Namen, ich sehe es als Geschenk und Herausforderung, diesen zu erhalten, aber auch weiterzuentwickeln. Vieles passiert dabei im Gespräch, wie das in einer Dialogwerkstatt sein muss. Ich bin ein Teamplayer und keiner, der alleine die coolsten Ideen hat. Intelligenz entsteht erst, wenn Menschen zusammensitzen und gemeinsam etwas entstehen lassen. Zurückziehen hat natürlich seinen Wert, aber zuerst müssen die Dinge auf den Tisch. In unserem Team ist da sehr viel möglich. Man spürt die Lust, etwas Neues auszuprobieren und dennoch das Bewährte in die Zukunft zu tragen.

WERFEN WIR EINEN BLICK IN DEINE ZUKUNFT. WAS WÜNSCHT DU DIR? WAS IST DIR BESONDERS WICHTIG IM LEBEN?

JR: Zufriedenheit. Und zwar mit dem, was ich im Hier und Jetzt bin und habe. Ich möchte selbst voll und ganz in der Situation sein, ohne mir zu denken, dass es anderswo schöner wäre. Nur so ist man kein Getriebener und kann sich auch selbst ein Stück weit für das Wohlergehen der Menschen um sich herum zurücknehmen – im beruflichen wie privaten. Das gelingt freilich nicht immer. Ich selbst arbeite sehr gerne manuell, was im geistigen Bereich oft auf der Strecke bleibt. Der Wunsch, beides zu verbinden und etwas mit den Händen zu (er)schaffen, ist tief in mir verankert. Genauso wie der Gedanke des Aussteigertums und die Idee, mal alles zurückzulassen – zumindest für eine gewisse Zeit. Der Oman hat mich als Land fasziniert, der Osten und Norden Europas wären zum Beispiel noch offen.

EINE LETZTE FRAGE: WAS IST FÜR DICH GERECHTIGKEIT, WAS GLAUBE?

JR: Gerechtigkeit will und kann ich nicht definieren. Da gibt es so viele unterschiedliche Theorien und dennoch bleibt das, was ein Mensch braucht, um zufrieden leben zu können, überaus individuell. Glaube hat für mich etwas mit Urvertrauen zu tun. Dass ich weiß, dass es gut wird. Das ist Glaube.

TTL
GIL
NG
ALS
AFT
H.“
DIE
RG.
HIE
OB
ND
IM
MA
IGE
WIE
NG
IM
NN.
DEN
GIL
ICH
ET?
ER:
ICH
ER-
CAN
INE
CHE
MIR
NKT
TZT.
EIN
TST
MIT?
ER:
ICH
VERT
WIRD,
SEHR
N FÜR
NS, IN
E ZEIT
SELBST
LEGEN
EITET ZU
N KANN,
PASSIERT.





FASCHING. GANZ PRIVAT.

Was 1980 als Frühstückspension mit 35 Betten begann, wurde 1993 von Peter und Karola Fasching übernommen und zählt heute zu den attraktivsten 4-Sterne-Superior-Hotels in der Steiermark. Im heurigen Jahr hat das Dorfhôtel Fasching mit einem groß angelegten Umbau sogar noch mehr Raum zum Wohlfühlen und Erholen geschaffen. Noch komfortabler und zugleich noch gemütlicher – so das Ziel, wobei die persönliche Note des familiengeführten Betriebs trotz des Zuwachses durch und durch erhalten werden sollte. Wie gut das gelungen ist? Wir haben es mit einer neu gestalteten Zeitung erfolgreich aufs Papier gebracht.

UNMASKIERTE LEBENSFREUDE.

Die Familie Fasching selbst liebt und lebt Veränderung. Ständig feilt sie daran, ihren Gästen neue Lieblingsplätze im Hotel einzurichten und die Qualität auf höchstem Niveau zu halten. Heuer kam zum Beispiel ein neuer Pool dazu, die Rezeption wurde generalüberholt und einige Zimmer mit Zirbenholz neu ausgestattet. Abgesehen von der Qualität ist ein Grundsatz immer derselbe: Wellness, Genuss und Natur stehen hier im Mittelpunkt. Kein Wunder, liegt das Hotel doch im Höhenluftkurort Fisch-

bach, inmitten des weitläufigen Wandergebiets der Fischbacher Alpen auf 1.050 Meter Seehöhe. Diese Kur in luftigen Höhen genießt man allerdings durchwegs auf geerdetem Fundament: Von drei Generationen der Familie Fasching geführt, wird hier steirische Gastlichkeit verbunden mit authentischer Herzlichkeit großgeschrieben.

EMOTIONAL UND EHRlich DIREKT.

Die etwas andere Faschingszeitung: Mit viel persönlichem Inhalt und noch mehr emotionaler Bildsprache schafft es das Dorfhôtel, schon am Papier Eindruck zu hinterlassen. Die Menschen dahinter und ihre Meinungen wurden in den Fokus gerückt. So erzählt das Ehepaar Peter und Karola Fasching über die Philosophie und die Neuerungen. Deren Tochter Anna, das Gesicht am Empfang, spricht über ihre sportlichen Ambitionen und Zukunftspläne. Und schließlich sorgen Sohn und Küchenchef David und seine Frau Elisabeth mit viel pikantem Humor und süßer Lebensfreude für Appetit auf mehr. Nicht zu kurz kommt der Einblick auf die neue Architektur, für die Wolfgang Enthaler verantwortlich zeichnet. Seine von Hand gefertigten Pläne wecken schon beim Durchblättern Fernweh. Fernweh nach dem zweiten Zuhause in den Alpen.

5

G.A.S.

G.A.S.
KONZEPT
DESIGN



Text ≠ Text

Können Sie schreiben? Blöde Frage, natürlich – würde jetzt wohl jeder von uns leicht entrüstet aus dem Bauch heraus sagen. Für den tagtäglichen Gebrauch stimmt das ja meistens. Ein E-Mail muss keine Diplomarbeit sein. Ein Text jedoch, der zu mehr bestimmt ist als zur reinen Informationsübertragung, braucht dann doch etwas von diesem vielzitierten Fingerspitzengefühl. Doch was macht einen Text eigentlich zu einem guten?

Das liegt, wie vieles, im Auge des Betrachters. „Die Texte müssen bei Ihnen bleiben!“ – so erst letztens der Ausruf eines Kunden zu mir, nachdem ich ihm seine neue Betreuerin im Team präsentierte. „Sie schreiben genau das, was ich mir denke, und so, wie ich es mir vorstelle.“ So der Nachsatz. Schmeichelhaft natürlich. Dass dieses Was und Wie erst gefunden werden musste, steht außer Frage. Genauso wie die Notwendigkeit des gesunden Abstands. Was ich damit meine? Um gut für jemanden texten zu können, braucht es genügend Einblick in dessen Gedankenwelt, aber gleichzeitig die nötige Distanz, um einem Fremden genau diese übermitteln zu können. Klar eigentlich.

Wie auch die Tatsache, dass es der Text alleine nicht macht. Erst in Kombination mit der Bildsprache wird dieser zum Gesamt(kunst)werk. Dabei kann er die Assoziation des Betrachters verstärken, aber auch brechen. Beides hat seinen Reiz und seine Berechtigung. Den Rest macht der Stil. Und der ist eine Wissenschaft für sich. Dass jedes Medium seinen eigenen verlangt, muss ich nicht erwähnen, das ist ohnehin Pflicht. Diesen einen zu finden, der nicht nur dem Kunden gefällt, sondern auch dessen Philosophie entspricht, ist hingegen die Kür. Da können Nuancen entscheidend sein. Versuchen Sie doch mal selbst, Teile eines Satzes anders anzuordnen – Sie werden sehen, solch ein kleiner Eingriff in die Satzstellung kann Wunder (be-)wirken, indem er Ihrem Text die nötige Raffinesse verleiht und den Fokus des Gesagten in Ihre gewünschte Richtung lenkt.

Also lassen Sie ruhig mal ein wenig Distanz zu und lassen Sie uns den berühmten Schritt zurück machen. Damit der Text nicht nur das ausdrückt, was Sie wollen, sondern auch denjenigen berührt, für den er bestimmt ist. Schreiben? Können wir. Und den Rest, wie Sie wissen, auch.

Katharina Florian

leitet die PR bei G.A.S. Spezialist rottenschlager.com
Sie hat Germanistik und Theater-, Film- und Medienwissenschaften in Wien studiert.



Seine große Leidenschaft war schon immer die Musik. Sogar den Sprung ins Konservatorium Wien schaffte er mit links. Und doch entschied sich Josef (Peppi) Schmid anders: Er hatte den Wein kennen und lieben gelernt. Wein und Musik sind für ihn bis heute eine inspirierende Komposition: Am besten entspannt der passionierte Winzer bei Beethoven-Symphonien und einem guten Tropfen Wein. Wir haben ihn zum weinseligen Wordrap getroffen.

EIN GUTER WEIN IST...

... „Jahr für Jahr eine neue Herausforderung. Es gibt nur eine einzige Chance, den richtigen Zeitpunkt für die Weinlese und Abfüllung zu wählen. Der Ursprung der Qualität liegt jedoch im Weingarten selbst. Jede Rebsorte benötigt ihren idealen Boden, der sich auch im Geschmack des Weins widerspiegelt und ihm Terroir verleiht. Die Bewirtschaftung und die Bearbeitung zählen dann zu den Königsdisziplinen – das ist des Winzers Handwerk.“

EIN GUTER WINZER IST...

... aufgeschlossen, neugierig und naturverbunden. „Er muss selbstkritisch sein und sich an den Besten orientieren. Die Beschäftigung mit der Materie und das

Verstehen von Natur sind essenziell. Und vor allem sollte er Gefühl haben. Die feinsten Düfte und Geschmäcker herauszufiltern, kann man auch trainieren. In anderen Worten: Man muss das leben, um gut zu sein.“

BESONDERS WICHTIG IST ...

... für Josef Schmid Nachhaltigkeit. Am Weingut wird sie Tag für Tag gelebt. „Unsere zwanzig Hektar Weingärten sind überschaubar, insofern erfolgen sehr viele Arbeitsprozesse per Hand.“ Abgesehen davon ist das Weingut Schmid Mitglied des österreichischen Umweltprogramms und verzichtet demnach auf Insektizide, Herbizide und Pestizide. Gedüngt wird auch nur rein natürlich. Das schmeckt man, denn: „Nur aus einer gesunden Traube kann auch ein qualitativ guter Wein entstehen.“

GUT ZU WISSEN ...

Das Weingut Schmid besteht seit 1865 und ist unweit der Donau im Kremstal gelegen. Es wird seit 1991 von Josef Schmid geführt und erfreut sich mittlerweile zahlreicher Auszeichnungen. Rund 130.000 Flaschen werden pro Jahr produziert, von denen rund 80% in Österreich verbleiben – vor allem in der gehobenen Gastronomie.

Mehr Infos unter: www.j-schmid.at





Wenn ein Rad ins andere greift.

AUF
TOUREN
KOMMEN
MIT
MTS
AUSTRIA

Die regionalen Anbieter und Institutionen werden regelmäßig bewertet und überprüft – das bedeutet hohe Qualität für Kooperationspartner und Urlauber.

„Unser Ziel ist es, den Gästen die Urlaubsrecherche zu erleichtern und sie direkt zum Angebot der spezialisierten Hotels und Regionen zu führen. Diese profitieren, indem sie sich durch Themenspezialisierungen von den Mitbewerbern abheben und von den Gästen direkt gebucht werden.“ – Gerald Moore und Herbert Gassner, Geschäftsführer MTS Austria

Wir schreiben das Jahr 1994: MTS Austria, bestehend aus einem kleinen kreativen Team, macht seine ersten Erfahrungen in der Bewerbung innovativer Fahrrad- und Bike-Urlaubsangebote. Im Jahr 2019 ist aus dem Jungunternehmen ein erfolgreicher Betrieb mit 16 klugen Köpfen geworden, die täglich ihre Erfahrungen aus den verschiedensten Bereichen einbringen.

Die Kooperationen selbst sind dabei so vielfältig, wie es ein perfekter Radurlaub sein sollte. Die Agentur arbeitet eng mit den regionalen Tourismus- und Wirtschaftsbetrieben zusammen, erstellt mit diesen spezifische Angebotsgruppen im Bereich des Fahrradurlaubs und unterstützt sie mittels eines breiten Marketingmixes und bei der Positionierung. Fokus der Arbeit von MTS Austria sind provisionsfreie Direktbuchungen in den Hotels – für die Kooperationspartner ein absoluter Mehrwert.

GEMEINSAM IN DIE PEDALE TRETEN.

Bereits 1997 entwickelte MTS die Mountain Bike Holidays, 2004 folgte die Übernahme der MoHo Motorrad Hotels für Motorradurlauber und 2009 kamen, im Bereich des Rennrad-Tourismus, die Roadbike Holidays hinzu. Mit den Cross Country Ski Holidays, welche Urlauber in unberührte Schneegebiete entführen, hat MTS 2014 eine weitere

SEIT FAST 25 JAHREN IST DIE SALZBURGER MARKETINGAGENTUR MTS AUSTRIA IM BEREICH DES URLAUBS AUF ZWEI RÄDERN TÄTIG UND SCHAFFT DABEI IM ZUSAMMENSPIEL MIT WIRTSCHAFT UND TOURISMUS EINZIGARTIGE HOTEL- UND REGIONS-KOOPERATIONEN. HIER WEISS MAN, WIE DER HASE LÄUFT – UND DAS RAD SICH DREHT.

GEMEINSAM AUF TOUREN.

Bereits 180 Hotels und 74 Regionen in 7 Ländern arbeiten seit Jahren mit MTS, kurz für „Marketing Tourismus Synergie“, zusammen. Sie wollen auch? Einfach mal reinschauen: www.mts-austria.at

beliebte Angebotsgruppe auf den Markt gebracht. Neben der Gründung und Führung von touristischen Marketingkooperationen zeichnet MTS auch für die Entwicklung, Positionierung und Vermarktung diverser Bike- und Raddestinationen verantwortlich.

So entstand unter anderem die Bikeworld Leogang, welche nach einer Idee und auf Initiative von MTS konzipiert wurde – als einer der ersten in ganz Europa zählt Leogang nach wie vor zu den frequenzstärksten und größten Bikeparks. Aktuell ist MTS in Südtirol und Slowenien dabei, regionale Bike-Positionierungen zu entwickeln, während man mit G.A.S. noch dieses Jahr mit der Online-Booking-Plattform Velontour für Genussradler an den Start geht.

Was übrigens alle Projekte der kreativen Agentur gemeinsam haben: Hier arbeitet man gemeinsam auf Hochtouren, um viel mehr als 08/15 zu bieten.

DIE FINISHER.

Um die Geschicke eines Direktmarketingdienstleisters zu lenken, braucht es Nerven, Wissen, Ausdauer und die richtigen Partner. Peter Sax ist einer davon. Als leitender Kopf der Produktionsabteilung für Mailings in der G.A. Service Group nennen wir ihn liebevoll den Finisher. Schließlich sind seine Produktionen jene, die als Erstes in die Hände des Endkonsumenten gelangen. Und wir wissen alle: Der erste Eindruck zählt am meisten.

Wie dieser erste Eindruck zum besten wird, welche Trends den Ton angeben und wie gute Beratung Fehler vermeiden lässt - G.A.S. Creative Director Klaus Rottenschlager hat bei Produktionsleiter Peter Sax nachgefragt.

Klaus Rottenschlager:
Im Moment sehe ich eine Menge Paletten, unzählige Broschüren, Verpackungen und Kuverts für jede Art von Mailing. Ist das immer so voll hier?

Peter Sax: Komm doch mal im Winter, dann hast du ein Bild von „voll“. Ja, wir sind das ganze Jahr gut gebucht – mit unterschiedlichen Projekten, von Miniaufträgen bis Riesensummen.

KR: *Ihr seid mittlerweile nicht nur Produzent, sondern auch Berater in der Vorproduktion. Wie können wir uns das vorstellen?*

PS: Auf der einen Seite gibt es Kosten, auf der anderen Seite zählt der Erfolg. Das unter einen Hut zu bringen, erfordert Wissen und Fingerfertigkeit. Oftmals braucht der Kunde oder das Design noch den einen oder anderen Wink für die schnelle und kostengünstige Produktion. Da kommt unsere Erfahrung zum Tragen.

KR: *Ist der Preis der wichtigste Parameter?*

PS: Nein, gar nicht. Es gibt Projekte, die brauchen sogar mehr an Idee und Originalität hinsichtlich der Gestaltung, um wirken zu können. Dann wiederum gibt es Projekte, die trotz des hohen Aufwands nicht mehr Erfolg erzielen können. Wichtig ist: vorher planen und alles gut durchdenken. Das tun wir. Zumindest soweit es der Kunde zulässt.

KR: *Wohin geht der Trend bei Mailings?*

PETER SAX
PRODUKTIONSLEITUNG
G.A.S. MAILING-
WERKSTATT



ES ENTSCHIEDET IMMER
DIE SUMME AUS VIELEN
ELEMENTEN ÜBER
ERFOLG UND
MISSERFOLG.“

KR: *Was braucht ein erfolgreiches Mailing?*

PS: Gehen wir das vom Ende bis zum Anfang durch: Der Kunde hält das Mailing als Erstes in den Händen und zwar nach dem Zustellprozess; meistens über die Post. Somit muss es sich im Postkasten attraktiv präsentieren, das ist ein Grundkriterium und noch dazu ein entscheidendes. Da sollte in der Produktion nichts schiefgehen. Ein erfolgreiches Mailing darf, soll und muss auffallen. Dafür sind wiederum eine Idee und ein gutes Konzept die Basis. Es entscheidet immer die Summe aus vielen Elementen über Erfolg und Misserfolg. Unser Ziel ist es auch, als Berater aufzutreten.

KR: *Was sind denn so die gängigen Fehler?*

PS: Du kennst das ja aus der Kreation gut genug. Wenn aus der Theorie Praxis wird, dann muss das Ding auch flutschen. Oft scheitert es an schlecht

PS: Als Trend würde ich das nicht unbedingt bezeichnen, es ist einfach der Wandel der Zeit: Spezielle Aufträge werden aufwändiger. Doch der Drang, um jeden Preis aufzufallen, geht meiner Meinung nach zurück. Zielgerichtet, punktgenau und zielgruppenaffin heißen die Anforderungen an eine Botschaft. Dadurch tritt das klassische, eingeschweißte Mailing etwas in den Hintergrund. Darauf legen wir viel Wert, schließlich wollen wir als Spezialist positiv wahrgenommen werden.

ausgewählten Papiersorten – zu schwer, zu groß, mit abstehenden Elementen usw. Wenn es vom Anfang bis zum Ende durchgedacht wird, dann ist es in den meisten Fällen auch von Erfolg gekrönt.

KR: *Ist doch einfach?*

PS: Theoretisch schon ...

KR: *Unser lieber Postkasten. Was wirkt darin aus deiner Sicht am besten?*

PS: Die Kompaktheit, die Reinheit, die Klarheit. Es kann ein Eyecatcher sein, muss es aber gar nicht. Nur schwarz-weiß gehalten, kann dann erst recht interessant sein.

KR: *Wie steht es um das gerade so viel diskutierte Thema Umweltschutz?*

PS: Ich weiß, worauf du hinauswillst. Ja, ich bin dafür, dass wir nachhaltig produzieren. Wir als Produzenten tun sehr viel, um Materialien zu verwenden, die wiederverwertbar sind. Und zwar einfach. Dafür haben wir eine Menge an guten Lösungen parat. Bestellen muss allerdings der Kunde – und da treffen oft unterschiedliche Sichtweisen aufeinander. Auf jeden Fall wird die Zukunft spannend werden – mit vielen Neuerungen, vor allem im Kopf.

KR: *Spannend finde ich auch die Logistiklösungen der Mailingwerkstatt. Wie funktioniert das?*

PS: Am Salzburger Standort Michaelbeuern haben wir uns darauf spezialisiert, Dienstleistungslogistik anzubieten. Das funktioniert so, dass wir für einige Kunden die Versandlogistik durchführen, für die sich unsere unzähligen Palettenplätze optimal eignen. Das ist eine perfekte Lösung für jene, die in keine eigene Versand- und Lagerlogistik investieren wollen. So übernehmen wir etwa für Hotels, Hersteller und kleine Erzeuger mit Online-Shops die komplette Logistik inklusive Versand.



WIN
WIN
WIN

DREIFACHSIEG
MIT **KOOPERATIONS-**
MARKETING.

Die On-Pack-Promotion ist eine Kooperation zwischen den Hotels vom Feinsten und der Marke Soletti. Eben Soletti vom Feinsten.



Das Prinzip ist einfach: Zwei oder mehrere Partner, die das gleiche Marketingziel verfolgen, schließen sich zusammen, um noch mehr zu bewirken. Ressourcen werden gebündelt, spezifische Kompetenzen vereint. Marktpotenziale werden ausgeschöpft und Synergieeffekte erzielt. Jeder hat dabei ein klares Ziel vor Augen: eine Win-Win-Situation zu schaffen. Oder besser gesagt, eine Win-Win-Win-Situation. Denn G.A.S. ist dabei immer mit im Spiel: in der strategisch wichtigen Rolle als Vermittler zwischen Tourismus und Wirtschaft wie auch als professioneller Umsetzer in den Bereichen Konzeption und Design. Waltraud Weratschnig, Leiterin Kooperationsmarketing, aus der neuen G.A.S. Niederlassung in Villach erzählt, wie's wirklich funktioniert.

1 + 1 = MEHR.

Das Rezept zum Marketingerfolg: Man nehme einen Wirtschaftspartner und einen Tourismusbetrieb mit derselben Zielgruppe, ähnlichen Werten und übereinstimmenden Marketingzielen. Nun kommt es zur strategischen Komponente, zur Kampagne. Effektiv und (kosten-)effizient soll sie sein. „Kooperationen sind ein kostengünstiges Marketingtool, um eine hohe Reichweite zu erzielen“, so die Kärntnerin Waltraud Weratschnig, die bereits auf 16 Jahre Berufserfahrung im Kooperationsmarketing zurückblickt. In ihrer Funktion bei G.A.S. ist es nicht nur ihre Aufgabe, geeignete Kooperationspartner zusammenzuführen, sondern auch gemeinsam kreative Marketingideen zu entwickeln und die gesamte Projektabwicklung von A-Z zu übernehmen.

INVESTIEREN UND
PROFITIEREN.

Das Spektrum an Kooperationsmöglichkeiten ist so groß wie der Markt selbst. Es kann ebenso

gut eine On-Pack-Promotion auf einem Lifestyle-Markenartikel sein wie ein Vorteilsangebot über einen Vorteilsclub oder auch eine Gewinnspiel-Kooperation über ein Online-Portal oder Direct Mailing. Als Partner kooperieren etwa ein Bio-Bauernhof und ein Bio-Lebensmittelhersteller, aber auch Luxuschalets und Sportwagenmarken. Die füreinander richtigen Partner zu finden, ist für Waltraud Weratschnig jeden Arbeitstag eine neue Herausforderung, die sie mit ihrer langjährigen Branchenerfahrung, ihrem breitgefächerten Netzwerk und viel Freude an der Sache meistert.

MITTENDRIN UND
VOLL **DABEI.**

G.A.S. selbst ist dabei nicht Marketingkooperationspartner, sondern Vermittler, der die richtigen Partner aus Tourismus und Wirtschaft zusammenführt. „Das Erfolgsgeheimnis liegt darin, dass die Partner perfekt zusammenpassen, die Synergien einfach stimmen. Nur dann kann die Kooperation auch erfolgreich sein und eine erneute Zusammenarbeit ermöglichen. Natürlich ist dabei auch unser Service entscheidend. Deshalb achten wir auf eine perfekte Umsetzung zu fairen Preisen.“

NEUSTART AUF
VERTRAUENSBASIS.

Was ganz wichtig ist, um neue Kooperationspartner zu finden? „Referenzen sind natürlich immer gut. Entscheidend ist es aber, das Vertrauen zu gewinnen, transparent vorzugehen und das einzuhalten und zu dokumentieren, was man zugesichert hat“, so Waltraud Weratschnig, die den Standort in Villach von der Stunde Null an aufgebaut hat. Ganz nach ihrem Lebensmotto: „Es ist, wie es ist, aber es wird, was du draus machst“.

WALTRAUD WERATSCHNIG

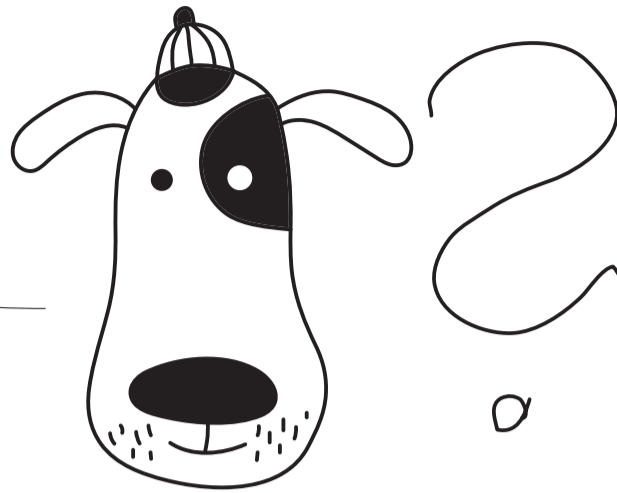
Waltraud Weratschnig, Leiterin Kooperationsmarketing, aus der neuen G.A.S. Niederlassung in Villach.



NEUGIERIG?

Wer mehr über das Thema Marketingkooperationen erfahren möchte, wird bestens von Waltraud Weratschnig: waltraud.weratschnig@ga-service.at, +43 664 121 87 86 und Corinna Gotthardt: corinna.gotthardt@ga-service.at beraten.

AUF DEN
HUND
GEKOMMEN.



1 THEMA

FÜR DIE EINEN IST ER SEELENBALSAM, FÜR DIE ANDEREN ZU VIEL DES GUTEN. KAUM EIN ANDERES HAUSTIER POLARISIERT SO SEHR WIE DER HUND. DER GRUND DAFÜR LIEGT ALLERDINGS IN ERSTER LINIE AM HUNDEHALTER, ... →

WER IST DER BESSERE MENSCHENFREUND: KATZE ODER HUND? UND WARUM?

CLAUDIA: „Der Hund ist der einzige Freund, den man sich für Geld kaufen kann“, meinte schon Fritz Herdi. Das ist zwar ein sehr überzogener Spruch, sagt aber viel aus. Ich denke, es kommt auf den Besitzer an, welches Tier am besten zu ihm passt. Eine Katze ist sicherlich pflegeleichter, beim Hund ist die Wahl der Rasse entscheidend. Fakt ist: Ein Hund macht keinen Unterschied zwischen Hautfarbe, Herkunft, Religion oder sozialem Status, sondern liebt bedingungslos. Insofern ist er ein echter Menschenfreund.

WIE STEHST DU GENERELL ZU HUNDEN? KÖNNTEST DU DIR JE VORSTELLEN EINEN ZU HALTEN?

CLAUDIA: Für mich persönlich würde ein Hund nie in Frage kommen. Das soll nicht heißen, dass ich Hunde nicht mag oder gar ablehne. Generell benötigen Haustiere einfach viel Zeit, Aufmerksamkeit und auch Zuneigung. Deshalb sollte man sich als Hundebesitzer auch die Zeit nehmen, sich mit dem Hund zu beschäftigen und mit ihm bei jedem Wetter nach draußen gehen. Es ist nicht fair, einen Hund den ganzen Tag aufgrund der Arbeit oder anderer Termine alleine zu Hause zu lassen. Hunde sind soziale Lebewesen, empfinden hoch entwickelte Gefühle und ticken sogar emotional ganz ähnlich wie wir Menschen. Lässt man einen Menschen sehr viel alleine, wird sich das ebenfalls negativ auf seine Entwicklung und Persönlichkeit auswirken. Wenn die Zeit dafür fehlt, sollte man sich also nicht für ein Tier entscheiden – und ich investiere meine Freizeit am liebsten in meine Familie.

WELCHE MEINUNG HAST DU ZU EINEM (GUT ERZOGENEN) HUND IM BÜRO?

CLAUDIA: In Büros habe ich nur gute Erfahrungen mit Hunden gemacht. Vor allem dann, wenn sie gut erzogen sind, machen sie am Arbeitsplatz überhaupt keine Probleme. In meinem Berufsleben habe ich bereits drei verschiedene Hunde (meiner Vorgesetzten) im Büro erlebt. Persönlich bin ich jedoch der Meinung, dass acht Stunden still liegen zu bleiben auch für einen Hund nicht lustig ist. Und so habe ich mich oft dazu hinreißen lassen, mit den Hunden nach draußen zu gehen – auch wenn das natürlich nicht zu meinen Aufgaben gezählt hat.

HATTEST DU JE EIN HAUSTIER BZW. EIN LIEBLINGSTIER?

CLAUDIA: Ich bin mit Tieren groß geworden, würde aber keines davon als „Lieblingstier“ bezeichnen.

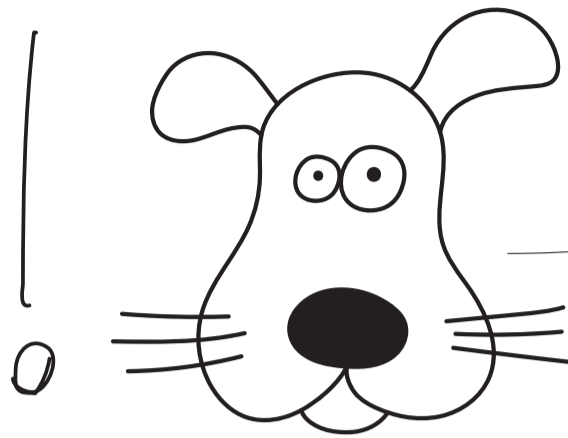
WAS WÄRE EIN PRO-ARGUMENT FÜR EINEN HUND?

CLAUDIA: Ob es regnet, stürmt oder schneit – wer einen Hund hat, muss raus. Auch wenn die „Gassirunde“ nicht immer gleich viel Spaß macht, körperlich hält das jedenfalls fit. Abgesehen davon ist ein Hund ein treuer Begleiter, der Einsamkeit vertreiben und viel Freude schenken kann.

HATTEST DU IN DER VERGANGENHEIT JE EINE NEGATIVE ERFAHRUNG MIT HUNDEN?

CLAUDIA: Nein, zum Glück nicht.





2 MEINUNGEN

→ ... IST ART DIRECTOR UND HUNDEHALTERIN HANNA AUER ÜBERZEUGT, MARKETINGMANAGERIN CLAUDIA KIRCHDORFER ERZÄHLT, WARUM SIE SICH NIEMALS VORSTELLEN KÖNNTE, SELBST EINEN HUND ZU HALTEN.

WER IST DER BESSERE MENSCHENFREUND: KATZE ODER HUND? UND WARUM?

HANNA: Ich mag beide – mir persönlich liegen Hunde aber mehr. Es heißt nicht umsonst „der Hund ist der beste Freund des Menschen“: zu ihm kann man eine stärkere Bindung aufbauen. Anders formuliert: Für mich ist ein Hund ein Must-have und eine Katze ein Nice-to-have. Charakterlich gesehen sind Hunde sicherlich weniger eigensinnig, sie haben allerdings auch höhere Ansprüche. Mir gefällt es, dass ein Hund so viele Möglichkeiten bietet, gemeinsam aktiv zu sein – vom Wandern bis zum Schwimmen.

WIE STEHST DU GENERELL ZU HUNDEN? KÖNNTEST DU DIR JE VORSTELLEN EINEN ZU HALTEN?

HANNA: Natürlich positiv – nur nicht immer zu ihren Besitzern. Ich finde, es gibt viel zu viele Hunde, deren Halter sich nicht ihrer Verantwortung bewusst sind. Ein Hund bedeutet viel Arbeit, Zeit und Mühe. Mir fällt es immer wieder auf, wie unverantwortlich Hundehalter mit ihrem Tier umgehen, etwa die Leinen-/Maulkorbpflicht missachten. Vor allem ärgert es mich, wenn sie ihre Hunde im Naturschutzgebiet ohne Rücksicht auf die dort lebende Tierwelt frei laufen lassen. Auch der Sager „wie der Herr, so das Gscherr“ beschreibt perfekt, wie vernachlässigte Erziehung den Charakter des Hundes bildet. Das andere Extrem ist der Hunde-Hype im Bereich Social Media – Hunde sollten doch eigentlich Lebensbegleiter, nicht Lebensinhalt oder gar Accessoire sein.

WELCHE MEINUNG HAST DU ZU EINEM (GUT ERZOGENEN) HUND IM BÜRO?

HANNA: Ich empfinde es als Bereicherung und freue mich jedes Mal, wenn unser Reinzeichner Reini seine beiden Hunde mitbringt. Wichtig ist nur, dass der Hund sich benehmen kann, nicht wegen jeder Kleinigkeit bellt, weder Essen stiehlt noch Unruhe verbreitet. Mein eigener Hund ist allerdings bei meinen Eltern zuhause besser aufgehoben.

HATTEST DU JE EIN HAUSTIER BZW. EIN LIEBLINGSTIER?

HANNA: Da ich generell ein Tier-Fan bin, gibt es da viele. :) Allen voran finde ich Meeressäuger wie Wale und Delfine faszinierend. Die einzigen Tiere, die mir so gar nicht liegen, sind Schlangen und Spinnen.

WAS WÄRE EIN PRO-ARGUMENT FÜR EINEN HUND?

HANNA: Er ist ein treuer Freund und schenkt bedingungslose „Liebe“. Außerdem fördert er die Gesundheit, denn er braucht Bewegung und hilft Stress und Belastungen abzubauen. Einen Hund zu streicheln, macht einfach glücklich!

WELCHE ROLLE SPIELT DEIN HUND IN DER FAMILIE?

Ein Hund ist für mich bis zu einem gewissen Grad ein Familienmitglied. Unser Hund spürt es, wenn es jemandem schlecht geht oder jemand krank ist – dann weicht er einem nicht von der Seite. Kompliziert wird es nur bei Urlauben, dann muss ein Familienmitglied einspringen. Wir sind uns aber alle einig, unsere Entscheidung nicht zu bereuen und empfinden ihn als riesige Bereicherung – obwohl er winzig ist (2,5 kg)!

HANNA AUER



**EIN GUTER
„RADSCHLAG“ FÜR
GENUSSRADLER:**

MIT VELONTOUR
SIND FAHRRADFANS
JETZT GENAU
AM RICHTIGEN
WEG.

*Gerald Moore,
Geschäftsführer von MTS Austria,
ist Spezialist für die speziellen
Anforderungen im Radtourismus.*

*HELMUT GRUBER,
GESCHÄFTSFÜHRER VON G. A. SERVICE
UND SPEZIALIST FÜR DIRECT
MARKETING, VERKAUF UND VERTRIEB,
WEISS, WELCHE TRENDS AM MARKT
GERADE RELEVANT SIND.*

KOMMT
URLAUBS
ZEIT,
**KOMMT
RAD.**

HABEN DAS RAD(-REISEN) NEU ERFUNDEN: HELMUT GRUBER & GERALD MOORE

WER TRÄUMT NICHT DAVON: GEMEINSAM MIT DEN BESTEN FREUNDEN SCHWINGEN WIR UNS AUF UNSERE DRAHTESEL UND RADELN GENÜSSLICH DRAUF LOS. VORBEI AN PITTORESKEN LANDSCHAFTEN, DURCH KLEINE, VERTRÄUMTE DÖRFER. UND ALLE PAAR KILOMETER GÖNNEN WIR UNS EINE WOHLVERDIENTE PAUSE IN DER BESTEN BUSCHENSCHANK DER REGION. WIE UNSERE RADTRÄUME ZUR REALITÄT WERDEN? GANZ KLAR: MIT VELONTOUR.



Die beiden Geschäftsführer Gerald Moore von MTS Austria und Helmut Gruber von G. A. Service sind sich einig: Das wahre Glück dieser Erde liegt eindeutig auf den Satteln unserer Drahtesel. Denn überall warten einmalige Landschaften, kulturelle und kulinarische Kostbarkeiten darauf, radelnd von uns entdeckt zu werden. Damit all diese Kostbarkeiten nur mehr einen Klick entfernt sind, haben die beiden Velontour ins Leben gerufen. Was hinter der innovativen Plattform steckt, verraten sie uns im Interview.

WAS KANN MAN SICH UNTER DER PLATTFORM VELONTOUR VORSTELLEN?

Helmut Gruber: Velontour ist, kurz und knackig gesagt, eine Online-Plattform für Genussradfahrer. Hier kann man sich über Unterkünfte und Freizeitangebote informieren und seine individuelle Radroute zusammenstellen. Ganz bequem unter einem Dach.

Gerald Moore: Und im weiteren Sinne steht es für: „Alles Gute auf dem Rad“. Velontour bietet Touren fürs Genussradeln an: Mit Trekkingbikes geht's entspannt den Weg entlang, unterwegs nutzt man die kulinarischen und kulturellen Angebote. Es geht dabei nicht um Geschwindigkeit oder Kilometer, sondern um den Genuss, um das Gemeinschaftsgefühl. Wir bieten sozusagen Hygge-Urlaub auf zwei Rädern ...



Helmut Gruber: ... und der richtet sich ganz nach den persönlichen Vorlieben. Man besucht die Website, klickt sich durch die diversen Angebote und Touren – angefangen bei Radwegen, Restaurants und Unterkünften bis hin zu Wellness.

Gerald Moore: Unser Slogan ist passenderweise: „Find your bikeway“.

WIE IST DIE IDEE DAZU ENTSTANDEN?

Helmut Gruber: Für den Genussradelbereich gab es auf internationaler Ebene bisher keine Plattform. Dabei gibt es allein in Deutschland jährlich rund 5,2 Mio. Radreisen mit insgesamt 22 Mio. Übernachtungen – und Fahrradurlauber bleiben mit 6,8 Tagen überdurchschnittlich lange.

Gerald Moore: Genau! Und mit 5 Mrd. Euro nimmt der Bereich zudem ganze 10% der touristischen Wertschöpfung ein. Das Marktpotential ist also enorm ausbaufähig. Als Spezialisten im Bereich Radtourismus sowie Direct Marketing und Vertrieb haben wir uns daher zusammengetan, um Suchenden die ideale

Plattform bieten zu können.

Helmut Gruber (lacht): Und gemeinsam haben wir sozusagen das Rad(-reisen) neu erfunden.

WELCHE VORTEILE ENTSTEHEN FÜR DIE REGIONEN?

Helmut Gruber: Dadurch, dass ihre Radtouren auf der internationalen Plattform beworben werden, ziehen die Regionen Leute an, die vielleicht sonst nie in diese Gegend gekommen wären – und erzählen in weiterer Folge Freunden und Familie davon.

Gerald Moore: Unsere Destinationsmitglieder sind außerdem doppelt sichtbar für potentielle Urlauber – vor allem online. Bis Ende des Jahres sollte die Plattform stehen und wird dann stetig durch Destinationen, Radtouren und kulinarische Highlights erweitert.

WIE WIRD VELONTOUR DENN BEWORBEN?

Gerald Moore: Wir kooperieren mit namhaften Wirtschaftspartnern und bewerben Velontour auf Messen und im redaktionellen Bereich. Einerseits wollen wir auf diese Weise natürlich die Tourismusregionen, andererseits auch die Endkonsumenten erreichen.



WIE WIRD MAN DESTINATIONSMITGLIED UND WER KANN ÜBERHAUPT TEIL DER PLATTFORM WERDEN?

Helmut Gruber: Kurz gesagt: Einfach Kontakt zu uns aufnehmen! Wir erklären dann die genauen Voraussetzungen – etwa der Bereitstellung einiger fertig ausgearbeiteter Radtouren oder einer Radkarte.

WELCHE ANGEBOTE GIBT ES FÜR INTERESSENTEN?

Gerald Moore: Wir bieten unseren Kunden verschiedene Pakete an, in denen diverse Leistungen inkludiert sind. Wichtig ist dabei: Man braucht kein großes Budget, um Mitglied zu werden. Individualität ist uns dabei enorm wichtig.

Helmut Gruber: Das stimmt; jeder Kunde, jedes Angebot, jede Radtour soll online so einzigartig wie nur möglich sein. Der große Vorteil ist, dass es in Velontour einen kompetenten Ansprechpartner und sehr kurze Entscheidungswege gibt.

GIBT ES SPEZIELLE BENEFITS FÜR VELONTOUR-MITGLIEDER?

Gerald Moore: Velontour sorgt, neben der provisionsfreien Verlinkung zur Kundenseite, für die Content-Bereitstellung einer Highlight-Tour: Unser Redakteur erstellt eine Tour, macht Fotos und platziert den Beitrag schließlich im Netz. Der Kooperationspartner kann diesen kostenfrei für die eigene Website verwenden.

Helmut Gruber: Velontour bietet unzählige Vorteile für Mitglieder – und auch für unsere Kunden! Wir sind selbst schon sehr gespannt, welche Radtouren bis Ende 2019 auf unserer Plattform zu finden sein werden. Eines ist aber klar: Da sollt sehr, sehr viel Gutes auf uns zu!

SIE SIND EIN TOURISMUSVERBAND, HOTEL,
GASTHOF, APARTMENT ODER CAMPINGPLATZ?



WERDEN
SIE TEIL VON
VELONTOUR:

velontour.info



LISA MARIE TEUFL

DIE EMPATHISCHE KINDERBETREUERIN

GEBOREN IN: Oberndorf bei Salzburg

AUSBILDUNG: Schule für Wirtschaft & Soziales (Caritas Salzburg)

LIEBT: die Natur, Wellness, Zeit mit Familie & Freunden

IST: hilfsbereit, ehrgeizig, teamfähig

LIEBLINGSDESTINATION: Italien

LEBENSEREIGNIS: meine bestandenen Caritas-Prüfungen

ERFOLGSGEHEIMNIS: Zielstrebigkeit & offen für Neues sein

LEBENSTRAUM: Haus mit Familie

STOLZ BIN ICH AUF: meinen Beruf

WÄRE ICH EIN BUCH, WÄRE MEIN TITEL: Sei offen für Neues

DAS WÜRD E ICH GERNE KÖNNEN:

Zaubern – bräuchte man in der Kinderbetreuung manchmal!



MANUEL DAMHOFER

DER PROBIERFREUDIGE VERKAUFSBERATER

GEBOREN IN: Müzzzuschlag

AUSBILDUNG: Glaserlehre, Versicherungsfachmann BÖV

LIEBT: italien. Essen, Natur, Menschen

IST: beharrlich, positiv, hungrig auf Neues

LIEBLINGSDESTINATIONEN: Italien, Österreich

LEBENSOTTO: „Es ist sinnlos zu sagen, wir tun unser Bestes. Es muss dir gelingen, das zu tun, was erforderlich ist.“ – W. Churchill

DIESE PERSON MÖCHTE ICH

KENNENLERNEN: Marc Aurel

WÄRE ICH EIN BUCH, WÄRE MEIN TITEL: „Glaubt es oder nicht ... das Leben ist genial!“

DAS WÜRD E ICH GERNE KÖNNEN:

Flugzeug/Helikopter steuern



CHRISTINA KOBLINGER

DIE AUFGESCHLOSSENE TEXTERIN/LEKTORIN

GEBOREN IN: Brixlegg

AUSBILDUNG: Dipl. Anglistik (Literatur), Fernstudium PR

LIEBT: Neues, To-Do-Listen, Manner-Schnitten

IST: perfektionistisch, unkompliziert, humorvoll

LIEBLINGSDESTINATIONEN: USA, Italien, Tirol

ERFOLGSGEHEIMNIS: Immer dazulernen – aber auch das bereits Erreichte genießen können.

STOLZ BIN ICH AUF: meine 2,5 Jahre in den USA & England!

WÄRE ICH EIN BUCH, WÄRE MEIN TITEL: „Die unendliche Geschichte“

DAS WÜRD E ICH GERNE KÖNNEN: Richtig gut kochen, weil ich gerne gut esse!



JEANINE LEHNINGER

DIE ORIGINELLE GRAFIKERIN

GEBOREN IN: Hollabrunn

AUSBILDUNG: die Graphische

LIEBT: ihren Hund, Sammeln, Natur

IST: komisch, kreativ, ein Unikat

LIEBLINGSDESTINATION: Japan

LEBENSEREIGNIS: hat sich einmal den Schädel gespalten

ERFOLGSGEHEIMNIS: nie schlafen

LEBENSTRAUM: eine gute Pension

EINEN TAG TAUSCHEN WÜRD E ICH MIT: meinem Hund

SPEZIELLES HOBBY: Kochen, Barock-Bilderrahmen & Indie-Kunst

DIESE PERSON MÖCHTE ICH

KENNENLERNEN: Jaw Cooper



WALTRAUD WERATSCHNIG

DIE TATKRÄFTIGE LEITERIN WIRTSCHAFTSKOOPERATIONEN

GEBOREN IN: Spittal a. d. Drau

AUSBILDUNG: HBLA Villach, Marketinglehrgang St. Gallen

LIEBT: Natur, Reisen, Kulinarik

IST: genau, kreativ, kommunikativ

LIEBLINGSDESTINATION: Rovinj, Friaul, Faaker See, Mauritius

LEBENSOTTO: „Es ist, wie es ist, aber es wird, was du daraus machst.“

LEBENSEREIGNIS: Aufbau der neuen G.A.S.-Zweigstelle in Villach

STOLZ BIN ICH AUF: meine Familie & viele erfolgreiche Kooperationen zwischen Wirtschaft & Tourismus

DAS WÜRD E ICH GERNE KÖNNEN:

Garten- & Landschaftsgestaltung



ENDER ÖZTÜRK

DER BEDACHTSAME GRAFIKER

GEBOREN IN: Salzburg

AUSBILDUNG: Lehre zum Medienfachmann

LIEBT: Ballsportarten, Reisen, Musik

IST: ruhig, neugierig, zielstrebig

LIEBLINGSDESTINATION: Santorini

LEBENSEREIGNIS: die Geburt meiner Nichte

ERFOLGSGEHEIMNIS: Alles ruhig

& überdacht angehen

LEBENSTRAUM: ein Lebensstandard, der ständiges Reisen erlaubt

EINEN TAG TAUSCHEN WÜRD E ICH MIT: einem Extremsportler

DIESE PERSON MÖCHTE ICH

KENNENLERNEN: Leonardo DiCaprio

DAS WÜRD E ICH GERNE KÖNNEN: professionell Basketball spielen

G.A.S. IN BEWEGUNG

EINE KRONE FÜR DEN KÄSE.

TIROL, WIE ES UNS SCHMECKT: INMITTEN ATEMBERAUBENDER NATURKULISSEN STOSSEN WIR NICHT NUR AUF EINE SPITZEN-HOTELLERIE MIT LIEBE ZUM DETAIL, SONDERN AUCH AUF KULINARISCHE HOCH-GENÜSSE. UND ZWAR IN FORM VON LAIBEN: DIE PREISGEKRÖNTEN KÄSEVARIATIONEN DER FAMILIE HUBER AUS GALTÜR WERDEN AUFGRUND IHRES EINZIGARTIG-HOCHWERTIGEN GESCHMACKS REGELMÄSSIG MIT AUSZEICHNUNGEN BEDACHT. UND ZWAR ALLE JAHRE WIEDER ...

Es war eine Zeit der steten Veränderung und Verbesserung: Ganze sechs Hotels in Galtür, Ischgl und Landeck wurden in den letzten fünfzig Jahren von Familie Huber übernommen, neu- bzw. ausgebaut. Eine gewaltige Leistung, die sich bezahlt macht. Immerhin präsentieren sich heute alle sechs Häuser auf Vier-Sterne-Niveau. Eine weitere Krönung: die ausgezeichneten Almkäsevariationen der Hubers, deren hohe Qualität bis heute Bestand hat und die außerdem seit vielen Jahren die Sterneküchen der Umgebung verfeinern.

WIE MAN IN GALTÜR LAIB(T) UND LEBT.

Als Familienoberhaupt Thomas Huber den Almhof Galtür 1968 erwarb, übernahm er gleichzeitig die hofeigene Sennerei. Mittlerweile kümmert sich sein Sohn Hermann um die Herstellung der hochwertigen Produkte der Hofkäserei Huber. Unterstützung erhält er dabei wiederum von seinen Söhnen Patrick und Philipp.

Angefangen bei Galtürer Weichkäse bis hin zum würzigen Trüffelkäse, ihre Sorten sind preisgekrönt. Neben der *Galtürer Sennerharfe*, der internationalen Almkäseolympiade oder Auszeichnungen der Käsiade in Hopfgarten darf sich die Hofkäserei seit kurzem über eine neue Prämierung freuen: nämlich über das „Kasermanndl in Gold“ der 21. Wieselburger Messe, bei welcher vierzig anerkannte Experten die eingereichten Proben aus sechs österreichischen Bundesländern bewerteten.

GOLDES WERT.

Das *Kasermanndl in Gold* der Kategorie gereifter Weichkäse aus Schaf-, Ziegen- und Mischmilch ging an die Galtürer Weisse Ziege der Huber Hermann & Patrick-Hofkäserei Huber.

„Das *Kasermanndl* ist natürlich eine große Ehrung für uns“, erzählt Hermann Huber und fügt hinzu: „Aber auch so wissen wir: Unser Käse ist – und bleibt – einfach ein Genuss.“ Und ein Grund mehr, sich ein paar Tage Auszeit und viele „laibliche“ Genüsse in den wunderbaren Huber Hotels in Galtür zu gönnen.

GEMEINSAM FÜR SICH SEIN.

Für die Huber Hotels vereinheitlichte G. A. Service das Design der Websites, Broschüren & Co., ohne dabei die Einzigartigkeit der individuellen Häuser außen vor zu lassen. So sind alle Hotels unter einem Dach – und haben dennoch Raum für sich.

**G.A.S.
DESIGN**



Wo andere noch mit der Hand zeichnen, setzt Anton Hörl Jun. auf innovative Software. Wohlgermerkt, auf seine eigene. Als Marketingmanager und Sohn der Inhabersfamilie des Salzburger Hofes in Leogang sitzt er gewissermaßen an der Quelle. Er weiß genau, worauf es bei der Prozessoptimierung in der ohnehin schon stark digitalisierten Hotellerie ankommt. So hat er mit seiner Software Kommiss die Restaurantbuchung digitalisiert – und mit dem digitalen Tischplan gewissermaßen revolutioniert.

Klick. Prost. Mahlzeit.

Anstelle von Bleistift und Papier war der Salzburger Hof Leogang das erste Hotel, an dem das digitale Restaurantbuchungsprogramm erprobt wurde. Nach zwei Jahren Entwicklung läuft heuer bereits die Testphase bei den ersten Hotelkunden. Wie funktioniert's? Ganz einfach. Einerseits besteht eine Schnittstelle zu den Hotelbuchungen, wodurch einige Tische im Tischplan bereits für Hotelgäste reserviert werden. Andererseits wollen natürlich auch externe Gäste wortwörtlich in den Genuss kommen. Was bisher noch per Hand eingetragen wurde, erleichtert nun die neue Software – ohne viel Zeit und Aufwand, dafür digital, effizient und fehlerfrei. Der Restaurantleiter sieht so eingehende Buchungen und kann den Tischplan mit einer Drag- & Drop-Funktion individuell gestalten. Auch der Restaurantgast profitiert von der Effizienz, hat er doch selbst gleich den Überblick über freie Kapazitäten und kann auch Sonderwünsche oder Allergien anmerken.

„Digital platziert. Perfekt serviert.“ So einfach und doch aussagekräftig ist Anton Hörls Slogan. Wir sagen: genial. Überzeugen Sie sich selbst davon unter www.kommiss.net.



Old but gold.

Es ist ja kein Geheimnis, dass wir gerne Gas geben. Umso mehr juckte es uns in den Fingern in Anbetracht der frisch aufpolierten Schmuckstücke der Ennstal Classic. Wie erwartet, gab es auch diesen Sommer ein Aufgebot an Oldtimern der Sonderklasse. Zum Ausklang des Eröffnungstags gab's unser persönliches Highlight: Gemeinsam mit dem Schloss Pichlarn luden wir zum Abend der G.A.S.tlichkeit. Umgeben von den historischen Gemäuern fühlten sich nicht nur die Oldtimer wohl. Das Resümee: Feine Autos, feine Küche und feine Gesellschaft!

v.l.n.r.:
 Jürgen Scherbinek (G.A.S.),
 Nina-Nicole Zemann (Schloss Pichlarn)
 Helmut Gruber (G.A.S.)
 Bernadette Gruber (Schloss Pichlarn)
 Klaus Rottenschlager (G.A.S.)
 Copyright:
 Peter Meierhofer



Aufsteuern deluxe.

Auf mehreren Kirtagen tanzen? Können wir. Besonders viel Spaß machte uns das beim Aufsteuern in Graz, wo wir die steirische Volkskultur so richtig hochleben ließen. Wenn eine ganze Stadt zum großen Festzelt wird, ist gute Stimmung quasi vorprogrammiert. Aber vielleicht lag's auch nur daran, dass wir in bester Gesellschaft waren. Wie auch immer, eine Gaudi war's!

v.l.n.r.:
 Nina-Nicole Zemann (Schloss Pichlarn)
 Jürgen Scherbinek (G.A.S.)
 Thomas und Günter Leitner
 (Thermenhotel Leitner)
 Michael Gregoritsch (FC Augsburg)
 Helmut Gruber (G.A.S.)
 Daniel Kaufmann (G.A.S.)

