



# REISE

profil

EXTRA ■ WIE WIR MORGEN REISEN WERDEN TIPPS & TRENDS

**Was kommt, was bleibt**  
Slow-Travel und City-Trips:  
die Wachstumsmärkte der  
Tourismusbranche

**Geteilte Freud**  
So werden Yacht und  
Ferienhaus leistbar

**Hotels mit Seele**  
Vom Kloster bis zur  
Zuckerfabrik: einchecken  
in Häusern mit Geschichte

# KRALLERHOF



Das Leben ein bisschen mehr spüren.

5\* Hotel Krallerhof, Salzburger Land.

KRALLERHOF.COM  
URLAUB@KRALLERHOF.COM  
+43 6583 8246



Foto  
Michael Schmidt-Ott

„Reisetrends sind ein Fenster zu dem, was die Menschen wirklich wollen, wenn die Regeln des Alltags außer Kraft gesetzt sind.“

Alexander Lisetz & Daniela Schuster Redaktion

*Editorial*

## Wer wir sein möchten

**Wie werden wir morgen reisen,** wo im Sommer, in einem Jahr oder auch Jahrzehnt die Welt erkunden? Um das vorherzusagen, werfen Zukunfts- und Tourismusforscher:innen, Destinationsmanager:innen, Reiseunternehmen und -plattformen regelmäßig einen Blick auf Umfragedaten, Nutzerverhalten und Vorab-Buchungen. Ihre Prognosen sind für die Branche sicherlich relevant – etwa um neue Angebote zu kreieren oder künftige Hotspots zu identifizieren. Doch spielen Traveltrends auch für die Reisenden selbst eine Rolle? Oder anders gefragt: Warum sollten Sie dieses profil Reise-Extra lesen?

Für Jenny Southan, CEO von Globetrender, einer der weltweit führenden Agenturen für Reisetrendprognosen, ist die Sache klar: In einer komplexen und schnelllebigen Welt bieten Trends „Klarheit, einen Anker und einen Fahrplan, wie wir uns mit der Welt um uns herum auseinandersetzen können. Sie zeigen auf, was uns kollektiv wirklich wichtig ist.“

Und wirklich wichtig, das ist meist gar nicht, wohin wir fahren, sondern warum wir ein bestimmtes Ziel ansteuern

und wer wir dort sein oder werden möchten. „Reisetrends sind ein Fenster zu dem, was die Menschen wirklich wollen, wenn die Regeln des Alltags außer Kraft gesetzt sind“, sagt dazu die Kulturfuturistin Jasmine Bina von der Brand-Strategie-Agentur Concept Bureau. „Was sie im Moment wirklich wollen, ist innere Transformation.“ Transformation in das wahre Ich, das im Alltag hinter Pflichten und Konventionen versteckt bleiben musste. Oder Transformation in ein neues Ich, das im Hamsterrad keine Entwicklungschancen hatte. „Ich bin eigentlich ganz anders, ich komme nur so selten dazu“, sagte schon Ödön von Horváth.

Die Tourismusindustrie reagiert darauf mit angepasstem Angebot – von Detox-Wellness bis zum nachhaltigen Slow-Travelling. Doch reichen fünf Wochen Transformationsurlaub, um sich resilient für die restlichen 330 Tage des Jahres zu machen? Natürlich nicht. Unser Tipp: Tun Sie auch unterm Jahr so, als wären Sie auf Reisen, unterwegs zu sich selbst.

*Ihre profil Extra Redaktion*



6

**In einem Zug genießen.**  
Der Slow-Travel-Trend setzt einen Gegenpunkt zu unserem immer schneller werdenden Alltag.



16

**Aus alt mach anders.**  
Einst Zuckerfabrik, heute Hotel: Die Tourismusbranche versteht sich auf die Umnutzung historischer Gemäuer.

Cover: Getty Images | Fotos: Belmond; Oni Studio

## profil Extra Inhalt

# Reise

6

**Probier's mal mit Gemütlichkeit**  
Wie die Reisebranche die Sehnsucht nach Entschleunigung bedient.

10

**Destination Dekarbonisierung**  
Klimasünder Reisebranche? Diese Innovationen schaffen Abhilfe.

12

**Tourismus findet Stadt**  
Der Kampf gegen den Overtourism und wie TikTok dabei helfen könnte.

16

**Häuser mit Geschichte(n)**  
Wenn alte Gemäuer sich für den Tourismus neu erfinden.

20

**Ab durch die gläserne (Wolken-)Decke**  
Die Führungsetagen der großen Fluglinien werden weiblicher.

22

**Luxus für alle**  
Timesharing und Kaufcharter: So lebt man im Urlaub über seine Verhältnisse – und spart dabei noch.

26

**Gut unterwegs**  
Reise-Hacks: hilfreiche Tipps für Buchung, Versicherung und Co.

28

**Zwischen Laptop und Liegestuhl**  
Wie Bleisure Travel und Workations die Trennung von Job und Freizeit aufheben. Und wer davon profitiert.

32

**Nimm! Mich! Mit!**  
Shoppable Hotels: Gästezimmer werden zu Showrooms – und umgekehrt.

34

**Vom Speisen auf Reisen**  
So schmeckt der Urlaub: die kulinarischen Reisetrends 2025.

### IMPRESSUM

HERAUSGEBERIN  
**Mag. Anna Thalhammer**

MEDIENINHABER  
**Profil Redaktion GmbH**

GESCHÄFTSFÜHRUNG  
**Mag. Richard Grasl**  
**Martin Kneschaurek**

SALES DIRECTOR  
**Beatrice Cox-Riesenfelder**

VERLAGSLEITUNG  
**Helmuth Kittinger**

MARKETING LEITUNG  
**Daniela Sonn**

IN ZUSAMMENARBEIT MIT  
**Marble House GmbH**  
Abteilung Corporate Publishing

REDAKTION  
**Daniela Schuster**  
**Alexander Lisetz**  
**Barbara Gärtner (Lektorat)**

ARTDIREKTION  
**Christin Künig**

COVERGESTALTUNG  
**Erich Schillinger**

ANSCHRIFT  
**Leopold-Ungar-Platz 1**  
**1190 Wien**  
Tel: +43 (0)5/9030-22501  
Email: [redaktion@profil.at](mailto:redaktion@profil.at)

HERSTELLUNG  
**Walstead Leykam Druck GmbH**  
**Bickfordstraße 21**  
**A-7201 Neudörf**

Der Offenlegungstext  
gem. § 25MedG ist unter  
[www.profil.at/impressum](http://www.profil.at/impressum)  
abrufbar.

 **burgenland**  
die sonnenseite österreichs

3.300 KM RADWEGE,  
40 KM SINGLETRAILS, 300 SONNENTAGE:  
**LOSRADELN.**

SAISONSTART AM  
**15.03.**  
IN PODERSDORF AM SEE,  
LOCKENHAUS UND  
BAD TATZMANNSDORF!

Mehr auf **burgenland.info**

# Probier's mal mit Gemütlichkeit

Slow Tourism, Soft Travel, Terranes Reisen: Wie neue Urlaubstrends die Ur-Idee des Reisens neu erfinden. Und warum in den Ferien von morgen Entdecken und Erholen nicht länger Widersprüche sein müssen.

Text  
Alexander Lisetz

„Das Beste am terranen Reisen sind die vielen Begegnungen mit anderen Menschen. Die Langsamkeit der Fortbewegung. Und wie viel Zeit man hat, um die Veränderung der Landschaft wahrzunehmen oder die Dimensionen des Meeres“, sagt Viki Maier. Die Sozialpädagogin reiste 2024 vier Monate lang

solo durch Europa und darüber hinaus, zuerst vom Schwarzwald nach Frankreich und Spanien, dann weiter auf die Kanarischen Inseln und nach Madeira – und zwar ganz ohne Flugzeug. Stattdessen: lange Fußmärsche, Übernachtfahrten mit der Bahn, Transfers auf Segelbooten und 36 Fährstunden nach Teneriffa.

*Mit dem Luxus-Zug*  
z.B. von Paris nach Florenz

Der Venice Simplon Orient-Express ist der „König der Züge“ und so etwas wie ein rollendes Grand Hotel. Preispunkt: ab 4.600 Euro p. P./Nacht in der historischen Luxuskabine. Infos: [belmond.com](https://www.belmond.com)

TIPP

Ganz so radikal wie die junge Deutsche leben nicht viele ihr Fernweh aus. Doch immer mehr Reisende haben genug vom Höher-Schneller-Weiter: Laut „Ruefa Reisekompass 2025“ wollen heuer mehr als zwei Drittel der Österreicher:innen im Inland urlauben. Geht es doch in die Ferne, spielt Rücksicht auf Land und Leute beim Reisen eine immer größere Rolle: 80 Prozent ist ein respektvoller Umgang mit dem Land und seinen Bewohner:innen wichtig, 69 Prozent der Schutz lokaler Pflanzen und Tiere. Auch die Förderung der regionalen Wirtschaft (54 Prozent), die soziale Verträglichkeit des Urlaubs (38 Prozent) und umweltfreundliche Unterkünfte (38 Prozent) punkten, immerhin 36 Prozent ist auch eine umweltfreundliche Anreise wichtig.

**Mach mal langsam.** Der Urlaubs- und Reisetrend Slow Tourism ist die Antwort darauf. Wikipedia beschreibt ihn als „die Zusammenfassung der vielfältigen Themen und Trends im Tourismus zwischen Langsamkeit und Nachhaltigkeit, Sinnhaftigkeit und Sinnlichkeit“, die Fachhochschule Westküste in Schleswig-Holstein widmet ihm sogar eine eigene Professur. Die Weiterentwicklung Soft Travel ist für das Forbes Magazin der Top-Tourismus-Trend 2025, er dreht den Fokus auf Entschleunigung und Pflege der mentalen Gesundheit. Und im deutschsprachigen Raum gewinnt der eingängige Überbegriff „Terranes Reisen“ an Bedeutung. Den hat sich eine Gruppe von Aktivist:innen aus Freiburg ausgedacht, die 2020 den Verein „Terran e.V.“ gründeten.

Viki Maier ist eine seiner Sprecherinnen: „Terran zu reisen bedeutet für uns zwei Dinge: einerseits den Verzicht aufs Fliegen. Und andererseits die Entschei-

Fotos: beigestellt; Melanie Többe

*Erdäpfel ernten*  
im Sauwald

Eines von vielen erdenden „Slow-Trip“-Angeboten in Oberösterreich: Hoch über der Donau mit Bauern Sauwald-Erdäpfel ausgraben.

Infos:  
[slowtrips.eu](https://www.slowtrips.eu)

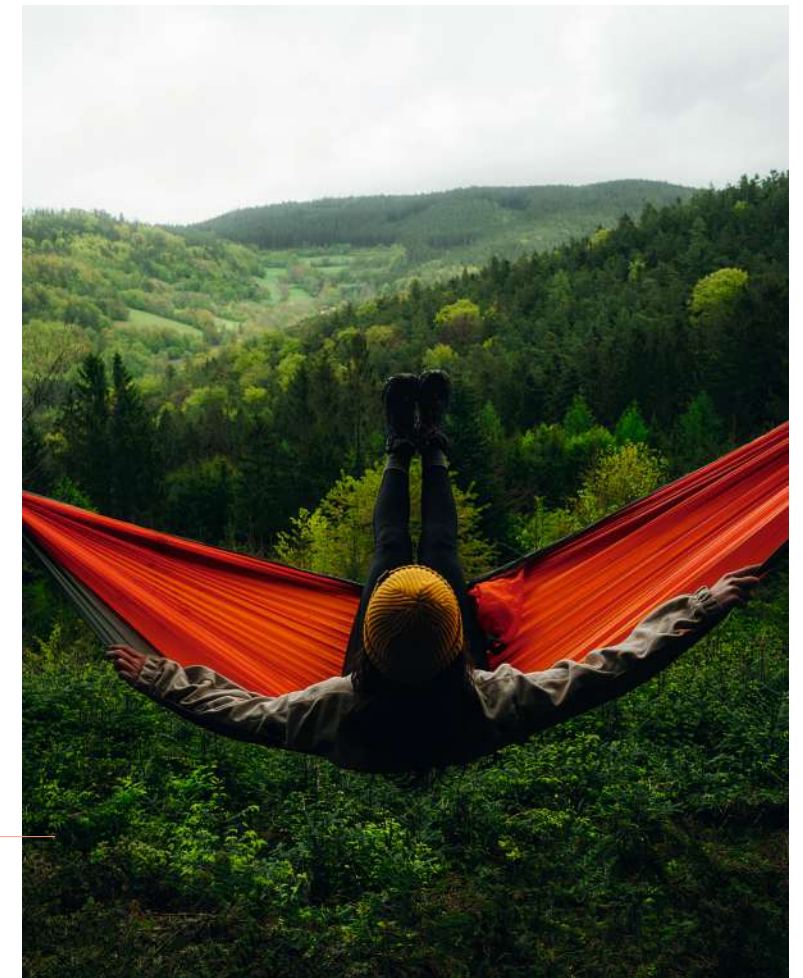
TIPP

dung, geerdet unterwegs zu sein, also bewusster und bodenständiger zu reisen und die Auswirkungen des Tourismus mitzubedenken.“ Darum stellt der Verein als Teil des weltweiten Netzwerks „Stay Grounded“ auch politische Forderungen, zum Beispiel für ein Inlandsflugverbot, eine Kerosinsteuer oder die Förderung von Geschäftsreisen per Bahn.

**Bewusst statt beliebig.** Langsam und verträglich zu reisen, das ist auch der oberösterreichischen Reiseautorin Maria Kappeller (aktuelles Buch: „Lovely Planet“) ein Herzensanliegen. „Im Einklang mit

den Klimazielen dürfte jeder und jede von uns eigentlich nur eine Fernflugreise im Leben machen“, sagt sie. Aber wie sollen wir Fernwehkranken das aushalten? „Der Mensch hat das Mobile in sich, wir sind schon immer gereist. Aber wir sind noch nie so schädlich wie heute gereist. Darum habe ich irgendwann auf meinen privaten und beruflichen Reisen zu reflektieren begonnen, was eigentlich meine Beweggründe fürs Reisen sind. Und ich habe mich gefragt, ob ich mir meine Sehnsüchte nicht auch auf einer näheren Destination oder sogar in meinem Alltag zuhause erfüllen könnte.“ Für Erholung und Abenteuerlust, zum Durchbrechen von Routinen oder für das Entdecken neuer Dinge brauche es nämlich nicht unbedingt den Strandurlaub in Übersee. „Sehnsucht ist ja auch etwas Schönes. Man muss nicht überall hin“, sagt die konvertierte Ex-Nomadin.

Ihr selbstkritischer Zugang steckt auch in der DNA der Slow-Travel-Bewegung. „Achtsames“ Reisen bedeutet ▶





**See-Umrandung**  
zwischen Berg und Wasser

Kärnten positioniert sich 2025 als Slow-Travel-Herz Europas. Eines der Angebote: die Millstätter-See-Etappenwanderung „Via Paradiso“ inklusive Gepäckshuttle.

Infos:  
[wanderdoerfer.at](http://wanderdoerfer.at)

TIPP

nämlich nicht nur, respektvoller mit der Welt umzugehen – zum Beispiel durch die Wahl eines umweltfreundlichen Verkehrsmittels oder den fairen Umgang mit Natur und lokaler Bevölkerung. Es beinhaltet auch, sensibler auf die eigenen Bedürfnisse zu hören. Die bestehen nämlich nur selten darin, vor einer Sehenswürdigkeit Schlange zu stehen, im Luxushotel mit Jetlag zu kämpfen oder den vollklimatisierten Reisebus nur für Foto-Stopps zu verlassen. Vielmehr sehen wir uns nach elementaren Dingen, für die im stressigen Alltag zu wenig Zeit und Platz bleibt: gutes Essen und Bewegung in der Natur, ein feines Buch, Qualitätszeit mit den Liebsten – oder einfach nur ein paar Tage mit leerem Terminkalender.

rism-Angeboten, viele haben sich sogar darauf spezialisiert. Beim Veranstalter „Weltanschauen“ geht's zum Beispiel mit dem Zug zu den Nordlichtern nach Lappland, zu Fuß auf den längsten Friedens- und Pilgerweg der Welt oder mit dem Hausboot durch das Donaudelta. Der Nachhaltigkeitspreisträger FairAway hat Zug-Rundreisen durch Vietnam oder Portugal im Programm. Und eine Destination will sich künftig sogar weltweit als das Slow-Travel-Reiseziel schlechthin ins Rampenlicht stellen: Österreich.

„Slow Travel ist das langsame, bewusste Eintauchen in die Kultur und die Destinationen, die auch etwas abseits der

üblichen touristischen Reiserouten liegen“, sagt Michael Gigl, Head of Market USA der Österreich Werbung. „Slow Travel ist im Grunde der Gegenteil zum Massentourismus – und das deckt sich genau mit unseren Angeboten.“ Zusammen mit Slowenien und Kroatien präsentierte man sich Mitte November bei der Signature Travel Network Sales Conference in Las Vegas unter dem Motto „Von den Alpen bis zur Adria“ als Slow-Travel-Herz Europas. Im Fokus stand dabei vor allem Kärnten. „Die Positionierungen passen sehr gut zusammen“, so Michael Gigl. „Kärnten positioniert sich im Kulinarik-Bereich als Slow-Food-Destination – der

Begriff Slow Travel ist mit Slow Food ja artverwandt. Slowenien setzt in der Kommunikation sehr stark auf das Nachhaltigkeitsthema. Und in der Kooperation stellen wir bewusst ‚langsame‘ Aktivitäten wie Wandern und Naturerlebnisse in den Vordergrund.“ Die Kooperation mit Slowenien und Kroatien war ein Ergebnis der aktiven Mitarbeit in der European Travel Commission (ETC) und stützt sich auf die Reisegewohnheiten von Übersee-Tourist:innen: „Speziell in den USA wählen viele unserer Gäste einen oft länderübergreifenden, regionalen Ansatz bei der Reiseplanung.“

Neben dem südlichsten Bundesland bringen sich aber auch viele andere heimische Ecken in Stellung: So ist zum Beispiel der oberösterreichische Donauabschnitt als eine von neun Regionen aus sechs EU-Ländern Teil des Leader-Projekts „Slow Trips – Zeit für Land und Leute“. Hier können die Gäste im Rah-

men der entsprechenden Angebote auch traditionelles Handwerk ausprobieren oder regionale Spezialitäten nachkochen.

**Trend oder Blase?** Bleibt das langsame Reisen eine Mode – oder wird es einen nachhaltigen Sinneswandel bewirken? Das Zukunftsinstitut sieht jedenfalls noch großes Wachstumspotenzial: „Slow Travel lässt sich im Luxus- wie im Low-Budget-Segment realisieren, in der freien Natur ebenso wie in Städten, privat und im Rahmen geschäftlicher Anlässe“, heißt es in einer aktuellen Analyse. Die Zahlen untermauern die Prognose: 85 Prozent der Befragten einer American-Express-Studie möchten künftig Urlaube verbringen, die ihnen „eine wirklich authentische Erfahrung der lokalen Kultur“ ermöglichen. Und mehr als die Hälfte der Österreicher:innen plagt laut einer Marktagent-Umfrage „Flugscham“ (die seit 2020 auch im Duden steht). ■



„Terran bedeutet auch, bodenständiger und bewusster zu reisen“

Viki Maier, Terran e.V.

**Zeit für Muße.** Wer im Urlaub auf die Bremse treten möchte, kann mittlerweile unter einer Vielzahl maßgeschneiderter Angebote wählen. Immer mehr Reiseziele und -veranstalter werben mit Slow-Tou-

**Kochen lernen**  
in Mexiko

Fernreisen mit gutem Gewissen: Der Reiseveranstalter FairAway setzt auf sozial- und klimaverträgliche Konzepte und erhielt dafür schon mehrere Nachhaltigkeitspreise.

Infos:  
[fairaway.de](http://fairaway.de)

TIPP



Fotos: Gert Perauer; Better-Places+Naïme; Viki Maier

**Bundesministerium**  
Europäische und internationale  
Angelegenheiten

Weltweit für Sie da.

**WELTWEIT  
AN IHRER SEITE,  
WENN'S DRAUF  
ANKOMMT**

Mit der **AUSLANDSSERVICE-APP** stets die persönliche Unterstützung des Außenministeriums zur Hand – sofort, verlässlich, global.

- Informationen über Ihr Reiseziel
- Österreichische Botschaften und Konsulate
- Tipps für den Notfall
- Registrierung für Auslandsreisen und Auslandsaufenthalte

**DATENSCHUTZ:**  
Wir löschen Ihre Daten einen Monat nach Ende Ihrer Reise automatisch.

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

# Destination Dekarbonisierung



Text  
Alexander Lisetz



## Cruisen mit Wind- und Solarsegeln

Kreuzfahrtschiffe gelten zu Recht als Klimasünder: Bei einer einwöchigen Mittelmeerkreuzfahrt produziert jeder Passagier:in so viele Treibhausgase wie der oder die Durchschnittsösterreicher:in im ganzen Jahr. Das Projekt „Sea Zero“ der norwegischen Postschifflinie Hurtigruten könnte ein Gamechanger werden. Drei **Wind- und Solarsegel** mit einer Gesamtfläche von 1.500 m<sup>2</sup> saugen Luftströmungen aus einer Höhe von bis zu 50 Metern an und versorgen das Schiff autark. Macht sich die Sonne rar, kann das Batteriesystem (Kapazität: 60 MWh) auch bei einem der 34 Hafen-Stopps zwischen Bergen und Kirkenes nachgeladen werden. Zugleich soll das 2030 vom Stapel laufende Null-Emissionen-Schiff **40 Prozent weniger Energie** als vergleichbare Cruiser verbrauchen. Neben smarten Kabinen und KI-Steuerung liegt das an der sogenannten **Luftschnierung** des Rumpfes: Das Schiff gleitet auf einem Teppich von Luftblasen dahin, die unter den Rumpf gepumpt werden. Allein diese Maßnahme spart fünf bis zehn Prozent Antriebsenergie.

## Null-Energie-Hotels

Wer schläft, sündigt nicht – zumindest nicht in einem **energieautarken Hotel**, das seinen Eigenbedarf an Strom und Wärme selbst und emissionsfrei erzeugt. Das Angebot reicht vom Boutique-Schmuckstück in Wien ([hotelstadthalle.at](http://hotelstadthalle.at)) bis zur wasserstoffversorgten Berghütte am Hochschwab ([sonnschienhuetten.at](http://sonnschienhuetten.at)). Beim Finden ökologisch verantwortungsbewusster Hotels helfen Plattformen wie [nachhaltigtourismus.at](http://nachhaltigtourismus.at) oder [socialbnb.org](http://socialbnb.org).

## E-Flieger

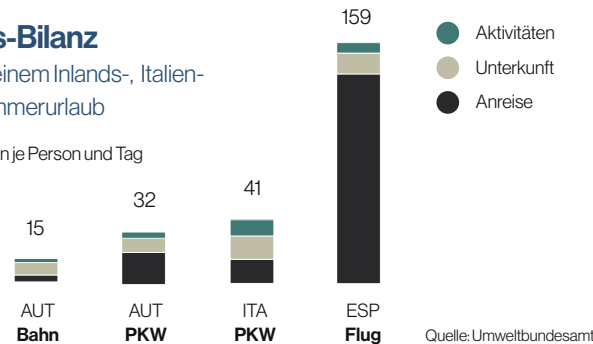
Ein Flug zu den Kanarischen Inseln verursacht pro Passagier:in rund 1,5 Tonnen Kohlendioxid sowie eine beträchtliche Menge Flugscham. Eine Alternative könnten **E-Flugzeuge** wie jene des französischen Flugzeugbauers **Aura Aero** sein. Sein batteriebetriebener Zweisitzer Integral E absolvierte im Dezember seinen Jungfernflug und wird ab 2026 als **emissionsfreies Schulungsflugzeug** eingesetzt. Aber taugt die Technologie auch im größeren Stil? Ja, das Hybridmodell Era soll ab 2028 **Regionalflüge** mit bis zu 19 Passagier:innen absolvieren. Die Reichweite seiner Lithium-Batterien beträgt **150 Kilometer**, der rein elektrische Start reduziert die Lärmbelästigung der Anrainer. Von der Era sollen bereits mehrere hundert Modelle vorbestellt worden sein.

Kann denn Fernweh Sünde sein? Ja, solange der Tourismus acht bis zehn Prozent der globalen Treibhausgasemissionen verursacht. Doch es gibt saubere Alternativen. Und die könnten nicht nur den Fußabdruck beim Reisen schlank halten, sondern auch die Fremdenverkehrs-Industrie revolutionieren.

### Treibhausgas-Bilanz

für die Anreise zu einem Inlands-, Italien- oder Spanien-Sommerurlaub

in kg CO<sub>2</sub>-eq Emissionen je Person und Tag



## Autofreie Ferienorte

In Zermatt verstellt kein Auto den Blick aufs Matterhorn. In den historischen Gassen Hallstatts herrscht Fahrverbot. Und auf Helgoland dürfen nur elektrische Polizeiautos die Fußgänger:innen umkurven. Was Einheimischen Lebensqualität bringt, ist aber für Tourist:innen mit Mühsal verbunden. Wer mit der Bahn anreist, ärgert sich nämlich oft über ein unzulängliches Öffi-Angebot auf der „letzten Meile“ – zumal mit Gepäck und ohne Ortskenntnisse. Diese Lücke könnten künftig **Roboter-Taxis** schließen – also vollautonome Mietautos, die man zum Beispiel am Bahnhof per App ordert. Science Fiction? Nein, im chinesischen Wuhan sind bereits 500 fahrerlose Taxis unterwegs. Und auch im Tiroler Wörgl fuhr im Herbst schon ein **Prototyp von TU Graz und Virtual Vehicle** Probe.

Foto: Vard Hurtigruten



Sie fliegen, wir parken und laden Ihr Auto.

## Flughafen Wien

# Easy Park & Charge



Entspanntes Reisen: Wir parken Ihr Auto und laden Ihr Elektrofahrzeug rechtzeitig vor Ihrer Rückkehr vollständig auf – für eine komfortable Weiterfahrt.

Die Valetgebühr beträgt einmalig € 25,- pro Parkvorgang, zuzüglich der regulären Parkgebühren für Parkhaus 4 oder Parkplatz A. Die Ladegebühr ist pauschal mit € 20,- festgesetzt.

Jetzt online buchen unter:  
[viennaairport.com/easyparkcharge](http://viennaairport.com/easyparkcharge)



# Tourismus findet Stadt

**Wo es dem Einzelnen** lediglich um eine schöne Auszeit vom Alltag geht, erkennt die Tourismusforschung gesellschaftliche Bedürfnisse und Trends. Manchmal kann auch die kreative Benennung des beobachteten oder prognostizierten Reiseverhaltens und dessen Einordnung als Reaktion auf aktuelle Krisen nicht verbergen, dass es sich eigentlich nur um alten Wein in neuen Schläuchen handelt. Etwa wenn die Alleinreise zeitgeistig zum achtsamen Solo-ish Adventure upgegradet wird. Eine Entwicklung kann aber niemand bestreiten: City-Trips erfreuen sich nach dem Coronatief wieder größter Beliebtheit. 2024 landeten laut Daten des Marktforschungsunternehmens Euromonitor International Bangkok mit einem Plus von 37 Prozent gegenüber 2023, Istanbul (plus 14 Prozent) und London (plus sieben Prozent) in den Top drei der meistbesuchten Metropolen.

**Erlebnigarantie.** Treiber für den Boom gibt es viele, angefangen bei Social-Media-Hypes und Billigflügen über die Erschließung neuer Märkte (insbesondere China) bis hin zu Plattformen wie Airbnb. Ein weiterer Grund dürfte das durchschnittliche Zielpublikum selbst sein: Beim gut gebildeten und verdienenden Klientel kommen die großen Risikofaktoren im Tourismus – etwa Inflation, Arbeitslosigkeit und Rezession – seltener zum Tragen.

Für Cornelia Dlabaja, Soziologin, Kulturwissenschaftlerin und seit 2023 Stiftungsprofessorin für nachhaltige Stadt- und Tourismusentwicklung an der

Der Boom der Städtereisen hat vielerorts auch Schattenseiten. Im Kampf gegen die Folgen des Overtourism setzen die Destinationen auf neue Visitor-Strategien. Hilfe könnte jetzt aber auch von anderer Seite kommen.

Text  
Daniela Schuster

FHWien der WKW, ist der Trend zum City-Trip aber auch der heutigen Schnelllebigkeit und dem Kampf um die knappe Aufmerksamkeit in der digitalen Moderne geschuldet: „Alles verdichtet sich. Und der Städtetourismus ist eine kompakte Form des Reisens, die in wenigen Tagen mannigfaltige Erlebnisse bietet. Ob Kunst, Kultur, Kulinarik, Lifestyle, Architektur oder Event – nirgendwo lassen sich in so kurzer Zeit so intensive Erinnerungen sammeln wie in Städten.“ Ein Urlaub mit Mehr- und Merkwert also. Die Erholung liegt dabei in der Inspiration für den vom Alltag gelangweilten Geist, im intensiveren Empfinden des eigenen Lebens.

Die Sehnsucht danach muss groß sein. In Rankings der bevorzugten Urlaubsarten landen City-Trips jedenfalls regelmäßig auf dem zweiten Platz hinter dem Badeurlaub. Laut einem Bericht von Coherent Market Insights wird der weltweite Markt für Städtereisen von heute

rund sieben Billionen US-Dollar bis zum Jahr 2031 auf knapp elf Billionen wachsen und sich zu einem der einflussreichsten Segmente der Branche entwickeln.

**Strapazierte Infrastruktur.** Veranstalter:innen und Bettenanbieter:innen freut das. Die Einheimischen hingegen ächzen vielerorts – vor allem in Europa, „dort, wo sich die Sehenswürdigkeiten auf wenigen Quadratkilometern konzentrieren und die Dichte an Tagestourist:innen hoch ist, die mehr Geld kosten, als sie dalassen“, sagt Cornelia Dlabaja. Ob Amsterdam, Dubrovnik, Rom, Lissabon oder allen voran Venedig: Längst stellt sich nicht mehr nur die Frage nach der Dehnbarkeit der städtischen Infrastruktur, sondern auch jene nach der mentalen Belastbarkeit der Einwohner:innen. In manchen Gassen ist für sie kaum mehr ein Durchkommen. Die Mieten steigen durch die Umkonvertierung des Wohnungsmarktes in Kurzzeitvermietungsformate. Die Umweltverschmutzung nimmt zu. Und wo Souvenirshops, Wechselstuben und hippe Restaurants lokale Geschäfte und gewachsene Beisln verdrängen – Stichwort: Touristifizierung und Commercial Gentrification –, sinken Lebensqualität und Tourismusakzeptanz. „Die Gäste, die einst für Wertschöpfung, Wohlstand und Welt-offenheit standen, werden zunehmend als Heimsuchung empfunden“, so Dlabaja.

Wenn die Bewohner:innen aber das Gefühl haben, ihre Stadt gehöre nicht mehr ihnen, erfüllt sich das, wovor der deutsche Denker Hans Magnus Enzens-

Fotos: Getty Images/ROKOR/Heimut Meyer zur Capellen, Getty Images/Gary Yeowell



**Venedig.** Die unter den Besuchermassen ächzende Lagunenstadt hat gerade die Eintrittsgelder für Tagestourist:innen verdoppelt. Ob das etwas nützt, ist fraglich.

berger schon 1958 in seinem Essay „Eine Theorie des Tourismus“ warnte: Die Reisenden zerstören das, was sie eigentlich suchen – den Zauber von Lokalkolorit und Ursprünglichkeit, die Magie von authentischen Erlebnissen und Begegnungen. Denn der Overtourism verwandelt ehemals lebendige Grätzl in mumifizierete Museen und begehbbare Postkartenmotive. Statt Lifeseeing bleibt nur mehr Sightseeing. Das Zentrum von Venedig hat etwa seit den 1950er-Jahren 125.000 seiner Einwohner:innen verloren. Dafür gibt es mehr als 50.000 Gästebetten.

Um ihre Stadt vor einem ähnlichen Schicksal zu bewahren, arbeiten Destinationsmanagementorganisationen (DMOs) weltweit an Strategien für ökologisch und ökonomisch nachhaltigen sowie sozial verträglichen City-Tourismus. Restriktionen, wie die Begrenzung der Besucherzahlen und das Verbot von touristischen Kurzzeitvermietungen, oder „Eintrittsgelder“ und Bus-Slot-Systeme für Tagestourist:innen sind dabei ein Teil der Konzepte. Vielmehr aber gehe es darum, „einen ganzheitlichen, sorgetragenden Ansatz zu verfolgen, der die Bedürfnisse der Bewoh-

ner:innen und die Wertschöpfung für die lokale Ökonomie zum zentralen Bestandteil der Tourismusstrategie macht“, so Cornelia Dlabaja. „Wien Tourismus zum Beispiel liefert hier mit seiner Visitor-Economy-Strategie, die auch eng mit einer klimaresilienten Stadt- und nachhaltigen Regionalentwicklung verknüpft ist, international ein Best-Practice-Beispiel.“ So sollen Gäste die Stadt und ihre Angebote nicht nur konsumieren, sondern aktiv zur Lebens-, Aufenthalts- und Erlebnisqualität und einer gesunden Infrastruktur beitragen. ▶

**Ljubljana.** Die slowenische Hauptstadt wird auf TikTok als günstige und nicht überlaufene Alternative zu Venedig empfohlen.

„Es geht darum, die Bedürfnisse der Bewohner:innen und die Wertschöpfung für die lokale Ökonomie zum zentralen Bestandteil der Tourismusstrategie zu machen.“

Cornelia Dlabaja, Stiftungsprofessorin für nachhaltige Stadt- und Tourismusentwicklung an der FHWien der WKW



**Regenerativer Tourismus.** „Wir sprechen in diesem Zusammenhang auch von regenerativem Tourismus, einer Form des Reisens, die einem Ort nicht nur nicht schadet, sondern ihn besser macht“, erklärt die Stiftungsprofessorin. Dafür müssten Tourist:innen nicht unbedingt gleich Plastikmüll im Stadtpark einsammeln – obwohl auch das, etwa in Berlin oder Amsterdam, durchaus als „Urlaubsangebot“ angenommen wird, insbesondere von jüngeren Reisenden, die als Digital Nomads oft auch länger an einem Ort bleiben als Durchschnittstourist:innen. Ein weniger extremes Beispiel für den Ansatz sind etwa die sogenannten Urbanauts, Mikrohotels in Erdgeschosszonen, die man inzwischen an mehreren Standorten in Wien, aber auch in anderen Städten findet. „Sie lösen das Problem, dass man einerseits Leerstände hat, andererseits Unterkünfte braucht.“ Größere Hotels können hingegen mit Frühstücks- oder Co-Working-Space-Angeboten auch für die lokale Bevölkerung zu Social Hubs werden. Und durch „Place Making & Place Marketing“ werden neue Ziele innerhalb der Destination – etwa der Besuch lokaler (Floh-)Märkte oder von Galerien – zu Anziehungspunkten für Gäste. Außerhalb der überlasteten Zentren und abseits der Sightseeing-Pfade gelegen, tragen sie dazu bei, die positiven Effekte der Visitor Economy besser zu streuen und Wertschöpfung in die Grätzl zu bringen.

Dass gerade letzterer Ansatz greifen kann, davon ist der Wiener Zukunftsforscher Andreas Reiter überzeugt, trifft er doch den Zeitgeist. In seinem Zukunftsbüro-Blog schreibt er: „Das neue Branding greift auf, was ich seit vielen Jahren als urbanes Reframing postuliere: je komplexer und digitaler die Welt, desto wichtiger die Ökologie der Nähe – Achtel statt Viertel, Sechzehntel statt Achtel. Städte sind neuronale Netzwerke, in denen durch (gesteuerte) Transfers und Reibung das Neue entsteht. Damit geht auch touristisch ein Paradigmenwechsel einher: vom Beyond the Ordinary zum Ordinary. Das Alltagsleben als Destination. Der Hintereingang als Leitmotiv.“

**Vereinte Kräfte.** Damit solche transformativen Konzepte aber auch funktionieren, ist laut Dlabaja eine Mainstreamisierung nötig. „Wir brauchen nicht nur ein paar Leuchtturmprojekte, sondern eine Branche, die dahintersteht, die Zusammenarbeit mit lokalen Unternehmer:innen und eine Planungs- und Verwaltungsebene, die das dann verknüpft.“ Und natürlich muss auch auf der anderen Seite, von den Tourist:innen selbst, die Bereitschaft da sein, am Urlaubsort von Konsument:innen zu Mitgestalter:innen zu werden. Noch, sagt Dlabaja, gebe es oft einen großen Gap zwischen dem Bewusstsein für nachhaltiges Reiseverhalten und dessen tatsächlicher Umsetzung. Doch

gerade deshalb sei es wichtig, gezielte Rahmenbedingungen zu setzen und neue, sozial wie ökologisch verträgliche Angebote zu machen.

**Trend: Destination Dupes.** Entlastung für überlaufene Metropolen könnten künftig aber auch neue Reisetrends bringen, die Sehnsüchte und Ressourcen, Ego und Ökosysteme ganz ohne strategisches Zutun der DMOs ausbalancieren. Schließlich sind vom Overtourism ja nicht nur die Destinationen betroffen, sondern auch die Gäste genervt. Lemongrass Marketing hob in seinem „Travel Trend Report 2025“ jedenfalls den Begriff „Destination Dupes“ hervor. Dahinter verbergen sich weniger bekannte, aber ähnlich attraktive Alternativen zu populären Zielen, die weniger überlaufen und meist auch erschwinglicher sind. Statt in die Lagunenstadt Venedig geht es dann etwa nach Ljubljana, nach Liverpool statt London oder zum Schifahren nach Sapporo in Japan statt nach Zermatt. Dank TikTok boomt etwa auch Taipeh als Alternative zu Seoul. Von Social Media getrieben, stiegen die Suchanfragen für die taiwanesishe Hauptstadt zuletzt um fast 3.000 Prozent, so der Bericht.

Ein weiterer Trend: „Second City“-Reisen, auf denen statt der beliebten großen Städte die kleineren in der Nähe besucht werden. Die Plattform Expedia empfiehlt in seinem „Unpack '25: The Trends in Travel“-Report etwa Reims statt Paris oder Brescia statt Mailand anzusteuern. Auf den für viele wegweisenden Empfehlungslisten von Lonely Planet steht für 2025 Chiang Mai statt Bangkok ganz oben. Mit der Zunahme indischer und chinesischer Reise-lustiger boomen zudem Städte wie das an der Bucht von Bengalen gelegene Puducherry oder Shanghai. Und der Klimawandel beschert kühleren Zielen Zulauf, etwa in Skandinavien oder im Baltikum.

**Dann lieber Liebe.** Letztlich ist es mit Städten aber wie mit Menschen: Manche sind einfacher beliebter als andere. Und das ist ja eigentlich ein Kompliment und Grund zur Freude. Denn was passiert, wenn die Tourist:innen ausbleiben, hat die Pandemie eindrücklich gezeigt. ■

Foto: Luiza Puiu



Leseraktion  
10 % Rabatt bei  
Buchung bis 30. April  
2025 mit Code  
„PRF1PD“

ENTGELTLICHE EINSCHALTUNG

## Radkreuzfahrten auf der Donau ab Wien

Komfort des 4\*\*\*\*Sup. MS Primadonna trifft auf gesunde Bewegung

Eine Radkreuzfahrt ist die perfekte Kombination aus gemütlischem Aktivurlaub und erholsamer Flussreise. Tagsüber erfahren Sie die schönsten Radrouten entlang der Donau – auf autofreien Radwegen, durch malerische Weinlandschaften und in historische Städte. Ihr „schwimmendes Hotel“ erwartet Sie mit erstklassiger, frisch



gekochter Kulinarik der Wiener Küche im Panoramarestaurant, Entspannung im Wellnessbereich mit Massagen, Sauna, Whirlpool innen und außen, Sonnendeck mit Liegestühlen und einem exzellenten Service.

### Ihre 1st-Class MS Primadonna

Die MS Primadonna gehört der Donau Touristik in Linz und ist das einzige Donau-Kreuzfahrtschiff unter rot-weiß-roter Flagge mit einer Crew unter österreichischen Dienstverhältnissen und neuen, treibstoffsparenden Euro-6-Motoren. Die Außenkabinen mit Balkon oder

Panoramafenster bieten einen einzigartigen Blick auf die Donau und die Ausstattung mit regulierbarer Heizung bzw. Klimaanlage, Dusche/WC, TV/Radio, Safe, Minibar uvm. bietet viel Komfort. Das lichtdurchflutete Atrium verleiht dem Schiff aufgrund der Katamaran-Bauweise eine außergewöhnliche Weitläufigkeit und die beeindruckende 10 Meter hohe Bugverglasung vor der Donauarena gibt den Passagieren das Gefühl über dem Wasser zu schweben.

Tipp: Kurzkreuzfahrten ab Wien nach Pécs, Budapest, Kalocsa auch ohne Radausflüge buchbar. Jetzt kostenfrei Katalog anfordern.

## Info

### Wien – barockes Ungarn – Wachau – Passau

6 Tage | Anreise So, 22. Juni & So, 14. Sept.  
5 x ÜN/Vollpension, Nutzung Wellnessbereich,  
1x Hydrojet o. Gesundheitsmassage/Kabine,  
1x Weinprobe, Radkarte & Bordreiseleitung,  
Rücktransfer per Bus/Bahn Passau-Wien  
**ab € 585,- pP** statt € 649,-  
in Doppel-Kabine/Hauptdeck-Achtern,  
Ausflugspaket + € 159,-



Alle Infos online:  
[www.barockes.donautouristik.at](http://www.barockes.donautouristik.at)

### Wien - Bratislava - Budapest - Belgrad - Wien

7 Tage | Anreise Di, 2. Sept., Mo, 8. Sept. & Mo, 6. Okt.  
6 x ÜN/Vollpension, Nutzung Wellnessbereich,  
1x Hydrojet o. Gesundheitsmassage/Kabine,  
1x Weinprobe, Radkarte & Bordreiseleitung  
**ab € 702,- pP** statt € 780,-  
in Doppel-Kabine/Hauptdeck-Achtern, Ausflugspaket + € 122,-



Alle Infos online:  
[www.belgrad.donautouristik.at](http://www.belgrad.donautouristik.at)

Leihrad + € 95,- | E-Bike + € 210,- (Mitnahme kundeneigenes Rad kostenfrei)

Schiffahrtsunternehmen Donau Touristik GmbH, Ledererg. 4-12, 4020 Linz, 0732 2080 5001, primadonna@donautouristik.com



Text  
Daniela Schuster

# Häuser mit Geschichte(n)

Alte Gebäude, neue Nutzung: Adaptive Wiederverwendung ist die Königsdisziplin der Immobilienentwicklung. Die Hotelbranche beherrscht sie richtig gut.

**Als das Fünf-Sterne-Hotel** Stradom House in Krakau im Sommer 2023 endlich eröffnete, fragte niemand mehr nach den Gründen für die 18-monatige Verzögerung. Das vom trendigen Mitglieder-Club Soho House inspirierte Interior Design, die moderne Kunst an den historischen Wänden und die Bar in der ehemaligen Kapelle lieferten genug anderen Gesprächsstoff. Das Marketing atmte sicher auf. Denn dass man beim Umbau des alten Klostergebäudes auf einen Friedhof mit 6.000 Toten gestoßen war, hatte sich in Schlagzeilen und Storytelling nicht wirklich gut gemacht.

Für Immobilienentwickler ist die Geschichte hingegen ein Paradelehrstück über die (un)geahnten Herausforderungen des Gebäuderecyclings, das weit mehr erfordert als eine Pinselstrichsanierung. „Bestehende Objekte sind einfach Wundertüten“, sagt Kate Wallin. Mal ganz abgesehen von Bausubstanz, Denkmalschutzfragen, Haustechnik, ESG- und Energiethemen, entdeckt man manchmal sogar wortwörtlich Leichen im Keller.

Auf der Branchenplattform Hospitality Investor berichtet Wallin, bei Marriott fürs Development in Nord- und Osteuropa zuständig und damit auch für das Stradom House, dass man zwar damit gerechnet hätte, dass ein ehemaliges Kloster – zumal eines, das in seinem langen Leben auch Lazarett war – mit einem Friedhof daherkommen könnte. Dessen Größe sei jedoch nicht vorhersehbar gewesen. Und erst recht nicht der Umfang der Bürokratie für die Umbettung der Gebeine.

Trotz solcher Schwierigkeiten setzt Marriott International bei der Expansion weiterhin stark auf Umnutzungs- und Adaptive-Reuse-Projekte. Neben Klöstern hat man etwa auch einstige Feuerwachen, Gerichtsgebäude, Zoos, Schulen oder Gefängnisse im Repertoire und gute Erfahrungen damit. „Diese einzigartigen Immobilien, noch dazu in Bestlagen, bereichern das Gästelerlebnis enorm“, so Wallin. Auf dem letztjährigen International Hospitality Investment Forum in Berlin verkündete das Hotelimperium jedenfalls, sein Portfolio in Europa durch die

## Vormals Zuckerfabrik Cukrownia Żnin, Polen

**Süße Träume.** Wo bis 2004 noch Rüben zu Zucker verarbeitet wurden, übernachten heute Gäste. Bulak Projekt verwandelte den Ende des 19. Jahrhunderts erbauten Industriekomplex im polnischen Żnin in ein Vier-Sterne-Hotel – Aquapark, Spa und Brauerei inklusive.

[cukrowniaznin.pl](http://cukrowniaznin.pl), DZ ab 50 Euro

Umwandlung bestehender Gebäude bis Ende 2026 um fast 100 Hotels zu erweitern. Neue Häuser in alter Substanz werden dabei mehr als 40 Prozent der gesamten Entwicklungspipeline ausmachen.

Mit dieser Strategie ist das US-Unternehmen nicht allein. Auf die Frage „Bauen oder umnutzen?“ antworten Hoteliers weltweit immer öfter mit Konzepten zur adaptiven Wiederverwendung. Ob altes Palais oder frühere Fabrik, ob einstiges Kloster oder aufgelassenes Krankenhaus, ob Ex-Gefängnis oder ehemaliger Gasometer: 2024 verzeichneten touristische Umnutzungen von historischen Gemäuern oder obsolet gewordenen Gebäuden laut Brancheninformationsdienst Lodging Econometrics ein neues Rekordhoch. Und Expert:innen rechnen damit, dass sich der Trend fortsetzen und noch beschleunigen wird – befeuert von der steigenden Nachfrage nach besonderen, unverwechselbaren Unterkünften und getrieben von den prohibitiv hohen Kosten für Neubauten. Je nach Umfang der nötigen Adaptionen sind Conversions zwar nicht immer günstiger, sparen jedoch in der Regel (Bau-)Zeit. Und die ist ja auch Geld, gerade im Hotelbusiness. Dass das Modell zudem ein Gewinn für Umwelt und Gesellschaft ist, macht es noch attraktiver. Erstere freut sich über CO<sub>2</sub>-Einsparungen, Ressourcenschonung und Nachverdichtung statt Neuversiegelung. Letztere profitiert vom Erhalt oftmals ikonischer Architektur und der (Wieder-)Belebung von Straßenzügen, Stadtvierteln, manchmal sogar Regionen. Und beides zusammen ist gut fürs ESG-Reporting und das Image der Hotelmarke.

Inzwischen gehen zwar selbst Städten wie Wien so langsam die ungenutzten ▶



## Einst Kloster Kruisheren Design Hotel, Maastricht

**Heilige Hallen.** Das im 15. Jahrhundert erbaute Kreuzherren-Kloster diente nach der Französischen Revolution auch schon als Kaserne, Munitionslager und Staatliche Versuchsanstalt für Landwirtschaft. Heute beherbergt es ein Fünf-Sterne-Hotel mit 60 individuell gestalteten Zimmern. Auf der Zwischenebene in der gotischen Kirche speist man mit Blick auf die Deckenmalerei.

[oostwegelcollection.nl/kruisherenhotel-maastricht/de](http://oostwegelcollection.nl/kruisherenhotel-maastricht/de), DZ ab 170 Euro

Foto: b2-hotel/Clara Tumar, ONI Studio; Design Hotels™

## Früher Brauerei Boutique-Hotel B2, Zürich

**Prost.** Dass sich in der (Mini-)Bar Hürlimann-Bier findet, versteht sich im B2 von selbst. Ist das urbane Vier-Sterne-Haus doch in die ehemaligen Brauereihallen des Traditionsbetriebs eingezogen. Das frühere Sudhaus ist heute eine Bibliothek mit 33.000 antiquarischen Büchern unter schicken Flaschen-Kronleuchtern.

[b2hotel.ch](http://b2hotel.ch), DZ ab 415 Euro



Kulturerbe-Palais aus, die man noch in (Luxus-)Hotels verwandeln könnte. Ist man aber offen – auch für einen Mixed-Use mit Co-Working-Spaces, Retail oder Wohnungen –, wird es am Gebäudenachschub nicht scheitern. Im Gegenteil: Viele Nachkriegsimmobilien, insbesondere Büro- und Warenhäuser, Bank-, Verwaltungs- und Infrastrukturgebäude, werden nicht mehr gebraucht und finden auch keine neuen Mieter aus anderen Branchen, weil sie modernen Ansprüchen und ESG-Standards nicht genügen. Laut einer Studie des Immobilienspezialisten Jones Lang LaSalle lag allein die Leerstandsquote für Büroflächen in Europa Mitte 2024 bei über acht Prozent, Tendenz steigend. Eine Fundgrube für Hoteliers und Investoren. Und auch für die Eigentümer:innen der Bestandsimmobilien sind Umnutzungen interessant. Denn sie versprechen Renditen, wo sonst keine (mehr) sind.

Dass sich auch weniger prunkvolle Immobilien wieder in angesagte Adressen verwandeln lassen, zeigt etwa das Wiener Hotel Daniel, untergebracht im ehemaligen Büro- und Produktionsgebäude des Pharmakonzerns Hoffmann-La Roche. An Conversions von Büro- oder Einzelhandelsflächen im größeren Stil hat sich bislang nur die Lifestyle-Gruppe Ruby Hotels gewagt. Die Gebäudetiefe ist oft ein Thema. Denn was mit dem inneren, fens-

terlosen Hausteil machen? Tageslicht-Atrien schlagen auf die Kosten, dunkle Gästezimmer aufs Gemüt. Bei Umnutzungen sind daher Fantasie und Kreativität gefragt. „Wir nähern uns solchen Projekten von Anfang an aus der Perspektive eines Immobilienentwicklers, mit einem mehr als 30-köpfigen Team aus Architektinnen, Designern, Konstrukteuren und Technikerinnen“, so Isabell Fuß, Group Vice President Development bei Ruby.

Für James Twomey, der für ReardonSmith Architects schon einige Umnutzungsprojekte begleitet hat, ist klar: „Adaptionen sind nicht einfach, aber einfach die einzig verantwortungsvolle Vorgehensweise. Und die Hotelbranche versteht es besonders gut, alten Mauern neues Leben einzuhauchen und die Vergangenheit mit der Zukunft zu verbinden.“ ■

### *Ehemals Bahnhof*

#### St. Louis Union Station Hotel, USA

**Abgefahren.** 1894 eröffnet, war der viktorianische Bahnhof von St. Louis einer der größten der Vereinigten Staaten. Das heute dort befindliche Hotel ist Teil eines Entertainment-Komplexes mit Aquarium und Mini-Golf. Allabendlich stiehlt daher leider ein 3D-Lichtspektakel den Tiffany-Fenstern in der Lobby die Show.

[hilton.com/de/hotels/stlcuq-st-louis-union-station-hotel/](https://hilton.com/de/hotels/stlcuq-st-louis-union-station-hotel/), DZ ab 207 Euro



## THE SCHEIBLHOFER WORLD: Erleben, Entdecken und Genießen im sonnigen Burgenland

THE SCHEIBLHOFER WORLD in Andau, im Herzen des Burgenlandes, ist ein Ort, an dem Genuss, Entspannung und Abenteuer aufeinandertreffen.

**H**ier erwarten Sie erstklassige Weine, außergewöhnliche Kulinarik und unvergessliche Erlebnisse in einer einzigartigen Atmosphäre – perfekt für eine Auszeit vom Alltag.



Mehr als nur ein Weingut – THE SCHEIBLHOFER WORLD ist eine Erlebniswelt für Genießer, Abenteuerer und Erholungssuchende gleichermaßen. Hier vereinen sich exzellenter Wein, kulinarische Spitzenleistungen, luxuriöse Entspannung und spannende Aktivitäten zu einem einzigartigen Gesamterlebnis.

Im Zentrum steht das Weingut Scheiblhofer, international bekannt für seine vielfach ausgezeichneten Weine wie den legendären „Big John“ und „The Legends“. Das Ambiente am Weingut lädt zum Verkosten und Entdecken ein und begeistert mit außergewöhnlichen Geschmackserlebnissen. Besucher können hier nicht nur edle Tropfen probieren, sondern auch viel Wis-

enswertes über die Weinproduktion erfahren. Kulinarische Highlights erwarten Sie in den Restaurants der Scheiblhofer World. Im „INFINITY – The Restaurant“ zaubern unsere Küchenchefs innovative Gourmetgerichte, die mit Falstaff-Gabeln und einer Gault-Millau-Haube ausgezeichnet sind. Im „THE QUARTER“ genießen Sie regionale Spezialitäten in gemütlich-modernem Ambiente.

Luxuriöse Entspannung bietet das \*\*\*\*S Hotel „THE RESORT“, das mit stilvollem Design, einem großzügigen Wellnessbereich und herzlicher Gastfreundschaft begeistert. Der Infinity-Pool mit Blick über

die Weingärten und die stilvoll eingerichteten Zimmer sorgen für Erholung pur. Für unvergessliche Events steht die hochmoderne „THE HALL OF LEGENDS“ bereit – der ideale Ort für Feiern und Business-Veranstaltungen. Abenteuerlustige finden am THE ANDREASBERG mit dem Naturlehrpfad, dem Aussichtsturm und dem Schauweingarten spannende Erlebnisse. Der Aussichtsturm bietet einen atemberaubenden Blick über die pannonische Landschaft, und der Kletterpark sorgt für Spaß bei Groß und Klein.

Nach einem ereignisreichen Tag bietet das Gästehaus „THE HANG OVER“ eine entspannte Rückzugsmöglichkeit. Die heimelige Atmosphäre und die private Hausbar laden dazu ein, den Tag entspannt ausklingen zu lassen. Die Scheiblhofer World ist ein Ort voller Genuss, Entspannung und Abenteuer – ein Erlebnis, das in Erinnerung bleibt und zum Wiederkommen einlädt.

# Ab durch die gläserne (Wolken-) Decke



Von Austrian bis KLM: Die Führungsetagen der großen Airlines werden weiblicher. Die neue Flughöhe für die Gender Diversity eröffnen weniger Quoten als vielmehr ein sich wandelndes Selbstverständnis der „Männerbranche“.

Text  
Daniela Schuster

**Die Jahresversammlung** der Internationalen Luftverkehrsvereinigung IATA sorgt normalerweise kaum für Schlagzeilen. 2018 jedoch kam es zu einem medialen Shitstorm. Zwei Tage lang hatte man in Sydney erstmals offiziell über den Mangel an Frauen in der Branche und Gleichstellungsansätze diskutiert – 99 Jahre nach Gründung des Verbands. Und dann verstieg sich ausgerechnet der Chef zu einem sexistischen Statement.

Für das folgende Jahr zum IATA-Vorsitzenden ernannt, hatte Akbar Al Baker zu Beginn der Abschlusspressekonferenz noch geschertzt, dass er seine berüchtigte scharfe Zunge im Zaum halten müsse. Minuten später war der Vorsatz aber wohl schon vergessen. Kurz nachdem der damalige CEO von Qatar Airways – auf das Thema Frauenquote angesprochen – darauf hingewiesen hatte, dass diese bei seiner Fluglinie deutlich höher liege als bei anderen im Nahen Osten, erwiderte er auf den „Aber der Chef ist ein Mann“-Einwurf einer Journalistin: „Natürlich muss eine Airline von einem Mann geführt werden, weil es eine sehr herausfordernde Position ist.“

**Stein des Anstoßes.** Tags drauf folgte freilich eine offizielle Entschuldigung. Dabei gebührt Al Baker durchaus auch ein wenig Dank. Denn nachdem die Redner:innen in Sydney noch recht ratlos gewirkt hatten, was Lösungen für das Genderdiversitätsproblem anging, kam mit seinem Statement Bewegung in die Sache. Zwar gab es schon vor Al Bakers verbalem (und geistigem) Ausfall weibliche Airline-CEOs. Zum Beispiel hatte Iran Air erst kurz zuvor Farzaneh Sharafbafi auf diesen Posten berufen. Ansonsten jedoch hatten die – sowieso wenigen – Frauen in der Branche meist Management-Positionen im Personal- oder Rechtsbereich inne und

standen damit nicht an der Spitze der Fluglinien. Und auch in der restlichen Branche lief es schleppend mit der Diversity. Laut einem Bericht des Women in Aviation Advisory Board der US-Regierung lag der Anteil der Pilotinnen und Technikerinnen bei weniger als zehn Prozent.

**25 by 2025.** 2019 rief die IATA jedenfalls die freiwillige, branchenweite „25 by 2025“-Initiative ins Leben. Die Ziele: bis heuer 25 Prozent der Führungspositionen mit Frauen zu besetzen oder eine Verbesserung um 25 Prozent zu erreichen. Was die weiblichen CEOs betrifft, hat man Ersteres zwar nicht geschafft, Zweiteres aber sehr wohl. Waren vor sechs Jahren nur drei Prozent der CEOs bei den 100 weltweit führenden Fluggesellschaften Frauen, sind es laut IATA heute etwa acht Prozent. Unter ihnen: Annette Mann (Austrian Airlines), Marjan Rintel (KLM), Anne Rigail (Air France) oder Dina Ben Tal Ganancia (El Al). Für besonderes Aufsehen sorgte die Besetzung von Mitsuko Tottori im April 2024. Sie hatte ihre Karriere als Flugbegleiterin bei Toa Domestic Airlines begonnen und wurde nach fast 40 Jahren im Unternehmen, das längst in Japan Airlines (JAL) aufgegangen ist, zur ersten weiblichen Präsidentin der Fluggesellschaft ernannt.

Heute liegt die Luftfahrtbranche zwar immer noch deutlich unter dem Schnitt der Fortune-Global-500-Unternehmen, die Anfang Jänner stolz eine Frauen-CEO-Quote von 11,6 Prozent verkündeten. Doch man arbeitet daran, nachzuziehen, indem man die Frauen-Repräsentation in der Managementpipeline fördert. Laut Catalyst.org waren 2021 immerhin 26 Prozent aller Senior Managing Directors weiblich, verglichen mit nur 15 Prozent im Jahr 2019. Dass Yvonne Makolo, CEO von RwandAir, 2023 als erste Frau den IATA-Vorsitz einnahm, hatte weitere Impulse gesetzt – auch wenn sich bislang nur

zwei Drittel der Mitglieder zur Umsetzung der „25 by 2025“-Ziele verpflichtet haben.

Für Kathleen Guilfoyle, Präsidentin der International Aviation Womens Association, ist klar, dass freiwillige Initiativen allein nicht zu wesentlichen Fortschritten in der traditionell männerdominierten Luftfahrt führen werden. Dafür müsse sich die längst nachgewiesene Erkenntnis durchsetzen, „dass sich diversere Führungsetagen – und Teams – wirtschaftlich lohnen“. So ergab etwa eine australische Untersuchung, dass Firmen, die eine CEO einstellten, ihren Marktwert um fünf Prozent steigerten. Insbesondere, wenn es um Nachhaltigkeits- und Klimaziele ging, profitierten die Unternehmen von Geschlechtervielfalt. „Vielleicht ist die Nachhaltigkeit am Ende einer der wichtigsten Faktoren“, so Guilfoyle. „Ohne Frauen ist die Luftfahrtindustrie einfach nicht zukunftsfähig.“

**Gruppenbild mit Damen.** Neben strukturellen sind es vor allem kulturelle Hürden, die genommen werden müssen, in einer Branche, deren Schwerpunkt ursprünglich auf Technik und Flugbetrieb lag. Wo Karrieren jahrzehntelang aus diesen „männlichen“ Bereichen hervorgingen, braucht es gezielte Förderung, Role Models und Anreize für Frauen, um die gläserne (Wolken-)Decke zu durchbrechen. Und: ein Umdenken bei den Fluglinien. Letzteres habe bereits eingesetzt, meint Austrian-Airline-Vorstandschefin Annette Mann. In einem Interview mit Think:act, einer Publikation der Unternehmensberatung Roland Berger, sagte sie: „Bei den meisten Airlines hat man inzwischen verstanden, dass wir keine Flugzeugbauer sind. Flugzeuge sind zwar unser teuerster Produktionsfaktor, aber im Kern sind wir Dienstleister. Und das heißt: Es geht bei uns um Menschen und um Gastfreundschaft. Deshalb sehe ich keinen Grund, warum nicht mehr weibliche Führungskräfte bei Fluggesellschaften Karriere machen sollten.“

Das 81. IATA-Treffen wird übrigens im Anfang Juni in Delhi stattfinden – und das Gruppenbild jedenfalls diverser sein als noch 2018 in Sydney. ■

„Ohne Frauen ist die Luftfahrtindustrie einfach nicht zukunftsfähig.“

Kathleen Guilfoyle, Präsidentin der International Aviation Womens Association (IAWA)

Fotos: APA(d); Picturedesk

# Luxus für alle

Das schicke Alpenchalet als Zweitwohnsitz, die eigene Yacht auf der Adria? Wer auf Timesharing- oder Co-Ownership-Modelle setzt, kann sich diesen Traum auch ohne Millionenerbschaft erfüllen. Doch Vorsicht: Am Kiesweg zum Urlaubseigentum lauern tückische Fallstricke.

Text  
Alexander Lisetz

**Ein Appartement in Nizza** mit Fünf-Sterne-Service und Meerblickbalkon um 179.000 Euro. Eine Villa mit Pool und Terrasse an der Costa de Prata um 159.000 Euro. Oder ein im Alpin-Chic gestaltetes Chalet in Schladming um 179.000 Euro, Dachsteinblick vom Naturbadeteich aus inklusive. Zu schön, um wahr zu sein? Nicht, wenn man sein Luxusferiendomizil mit anderen teilt.

„Bei uns können Sie ab 50.000 Euro Eigenkapital Anteile erwerben“, verspricht Nikolaus Thomale vom deutschen Start-up Myne. Wie bei den Mitbewerbern Lazasu, Pacasu oder Lilo Collection erwirbt man hier Anteile an Luxusferienimmobilien. Bei Myne gibt's für die oben genannten Preise jeweils ein Achtel des gewünschten Objekts, die Hälfte davon darf auch ein Bankkredit beisteuern. Das Eigentum an der Côte d'Azur, die persönliche portugiesische Villa oder das Heimatgefühl im steirischen Chalet teilt man also mit sieben anderen Familien, Paaren oder Einzelpersonen. Wer wann Urlaub machen darf, wird per App organisiert und ist zeitlich beschränkt: Pro Jahr sind maximal 44 Tage verfügbar. Idealerweise tut man sich daher mit Leuten zusammen, die nicht den gleichen Urlaubsrhythmus haben und etwa von Schulferien unabhängig sind. Ein faires Miteinander ist aber auch noch aus einem weiteren Grund von Vorteil: Mit den Miteigentümer:innen teilt man beim Urlaubszweitwohnsitz nämlich nicht nur Schrank und Bett, sondern auch den Eintrag im Grundbuch.

**Die Branche brummt.** Teilzeitnutzung, Homesharing, Timesharing, Co-Ownership: So vielfältig wie die Wünsche der Kund:innen sind auch die Namen der Angebote, die der Markt für Ferien-Investments bereithält. Eine Gemeinsamkeit haben sie alle: Timeshare-Makler wie

reposée oder die Travel & Leisure Group erfüllen unsere Sehnsucht, am Urlaubsort nicht nur Tourist:in, sondern ein Stück weit zuhause zu sein. Und diese Sehnsucht haben offenbar immer mehr Menschen: Die weltweit größten Timesharing-Anbieter Interval International und RCI zählen allein vier Millionen Mitglieder. Weltweit gibt es rund 5.000 Unternehmen, die Timesharing-Modelle anbieten – und dabei nicht zu knapp selbst mitschneiden. Denn das Geschäftsmodell boomt: Im Jahr 2023 betrug der Marktwert der Branche laut Allied Market Research bereits üppige 12,2 Milliarden Euro, für die kommenden Jahre prognostiziert das Marktforschungsunternehmen jeweils Steigerungsraten von sieben oder acht Prozent. Bis 2032 soll die Branche „aufgrund der steigenden Nachfrage nach flexiblen Urlaubsoptionen“ vor allem in Nordamerika und Asien auf 25,1 Milliarden wachsen. Die Verheißung: Wer eine eigene Immobilie besitzt, kann sich auch mal spontan eine Auszeit gönnen, weil die Wettervorhersage gut oder der Stresslevel daheim zu hoch ist – ganz ohne Zimmersuche und Eingewöhnungsphase, entspannt in den vertrauten vier Wänden mit See-, Berg- oder Meerblick und der Lieblingskaffeesorte im Küchenschrank.

**Kaufen und Verchartern.** Das Sharing-Modell ist in der Tourismusbranche nicht nur auf Immobilien beschränkt. Vor dem Kauf einer eigenen Yacht schlafen selbst Gutbetuchte schlecht – je nach Größe, Modell und Alter wechseln mindestens 250.000 Euro den Besitzer. Das gute Stück langweilt sich nach dem Kauf aber dennoch den Großteil des Jahres ungenutzt im Hafen, dazu verschlingt es weitere Kosten für Pflege und Liegeplatz. Yachteigentumsprogramme wie der sogenannte Kaufcharter sind die kostensparende Alternative: In der Zeit, in der man die Yacht nicht selbst nutzt, darf sie ein Flottenbetreiber zur Weitervermietung verwenden. Angenehmer Nebeneffekt: Er kümmert sich auch gleichzeitig um die Wartung. Weil jeder Anbieter etwas andere Konditionen hat, sollte man sich vorab gut informieren. Der Charter-Pio-

nier The Moorings lässt etwa die Wahl zwischen zwei Kaufcharter-Varianten: Beim Kaufoptions-Programm zahlt man zum Einstand weniger als die Hälfte des regulären Kaufpreises, teilt die Yacht fünf Jahre mit Mitbenutzer:innen und erwirbt dann mit 20 Prozent Aufzahlung die fehlenden Anteile. Oder man kauft die Yacht zum vollen Preis, erhält aber für den Charterbetrieb ein Jahreseinkommen von derzeit acht Prozent. Österreichs größter Flottenbetreiber Pitter Yachting lockt mit einem weiteren Zuckerl: Wer gerne in unterschiedlichen Revieren segelt, kann die Yacht für die Zeit der Eigennutzung in unterschiedliche Basen (Kroatien, Griechenland, Türkei, Italien) verlegen.

Mit weitaus geringeren Summen jonglieren alle, die mit Wohnwagen oder Camper unterwegs sind. Doch auch hier

lässt sich beim Teilen mit anderen Reiselustigen Geld sparen oder sogar verdienen. So kann man zum Beispiel über Camper-Sharing-Portale das eigene Fahrzeug weitervermieten und zahlt dabei je nach Anbieter acht Prozent (Yescapa), 15 Prozent (Paul Camper) oder gar keine Provision (Goboony).

**Tücke im Detail.** Theoretisch klingt das alles ziemlich verführerisch. Urlaubsluxus, der eigentlich oberhalb der eigenen Gehaltsklasse liegt, abgewälzte Verantwortung bürokratischer Scherereien – das muss doch ein Win-Win sein? Jein. „Timesharing zum Beispiel belastet dich mit hohen Anschaffungs- und Erhaltungskosten. Es bringt keine Rendite, hat eine lange Vertragsbindung und macht es fast unmöglich, wieder aus dem Vertrag zu ▶



Teilen statt träumen. Luxus-Chalets wie diese im Schweizer Verbier können als Timeshare-Modell erschwinglich werden.

Fotos: Shutterstock; Getty Images/Christophe Boisvieux

## 25,1 Milliarden

Prognostizierter Wert der Timesharing-Branche im Jahr 2032 laut Allied Market Research

kommen“, so die britische Timeshare Consumer Association, die seit 1997 vor den negativen Nebengeräuschen der Branche warnt. Auch beim heimischen Verein für Konsumenteninformation (VKI) ist man regelmäßig mit Beschwerden enttäuschter Timeshare-Kund:innen konfrontiert. Dabei geht es meist um unerwartete Zusatzkosten durch Bearbeitungsgebühren, überlange Vertragslaufzeiten oder Schwierigkeiten bei der Vertragsauflösung. „Weil das aktuelle Teilzeitnutzungsgesetz guten Schutz bietet, versuchen viele Unternehmen, ihr Modell so anzupassen, dass kein Timesharing im klassischen Sinn vorliegt“, kritisiert VKI-Rechtsexperte Joachim Kogelmann (s. Kasten).

**Urlaub als Rendite.** Unübersichtlich kann es zum Beispiel werden, wenn das Unternehmen Aktien verkauft, deren Rendite in Gratis-Urlaub besteht – so wie beim vor 60 Jahren gegründeten

Schweizer Traditionsunternehmen Hapimag. 120.000 Aktionäre können hier aus 5.000 Ferienwohnungen in 56 Resorts wählen, von Berlin bis Barbados, vom Hausboot in Frankreich bis zur Schwitzhütte in Finnland. Für eine Aktie erhält man pro Jahr 60 Wohnpunkte, dazu fällt ein jährlicher Mitgliedsbeitrag an – und die Rückgabe der auf lebenslange Bindung zielenden Aktien ist schwierig.

Diese Mixtur fand der VKI mehr als fragwürdig. Und beanstandete 48 Bestimmungen in den Geschäftsbedingungen, Buchungsinformationen und FAQs des Unternehmens. „Wir sind der Meinung, dass die verbraucherrechtlichen Bestimmungen nicht durch den ‚Aktionärsstatus‘ von Kund:innen ausgehebelt werden können“, so Verbraucherschützer Joachim Kogelmann. Das Oberlandesgericht Wien gab dem VKI Recht und erklärte alle 48 angefochtenen Klauseln in einem bei Redaktionsschluss noch nicht rechtskräftigen Urteil für unzulässig.

**Fünf-Sterne-Service.** Wer hingegen weder Wohnpunkte erhamstern noch lästige Mitbewohner:innen ertragen muss, verbindet auch im Urlaub das Angenehme mit dem Genüsslichen. Hoch im Kurs

liegen daher derzeit Branded Residences – also Apartments im Privateigentum, die alle Annehmlichkeiten eines Fünf-Sterne-Hotels bieten und den Flair einer Luxusmarke transportieren. Als ikonischer Pionier dieser Wohnform gilt seit 1927 The Sherry Netherland Hotel in New York, seinerzeit das höchste Apartment-Hotel der Welt. Weitere exklusive Fünft- oder Sechst-Wohnsitze bieten zum Beispiel das Bulgari Lighthouse in Dubai, die Ritz-Carlton Residences in Diriyah (Saudi-Arabien) oder das Four Seasons in Las Vegas an. Private Luxusapartments gibt es auch im Weissen Rössl am Wolfgangsee oder als Buy-to-let-Variante „The Heimat“ im Bregenzerwald.

**Ab auf die Insel.** Noch exklusiver sind die Angebote des Privatinsel-Anbieters Vladi Private Islands. Ab 2,2 Millionen Euro kann man hier etwa eine eigene Mittelmeerinsel erwerben (10.811 m<sup>2</sup>, nächste Großstadt: Delphi). Etwas tiefer muss man für Big Darby Island auf den Bahamas (33 Millionen) oder für Pumpkin Key in Florida (72 Millionen) in die Urlaubskasse greifen. Vor anderen Tourist:innen hat man hier aber garantiert seine heilige Ruhe. ■

## „... genau prüfen, welches Angebot zu mir passt“

VKI-Rechtsexperte Joachim Kogelmann über schwarze Schafe und blauäugige Urlauber:innen.



**Herr Kogelmann, was ist ein Timesharing-Vertrag?**  
**KOGELMANN:** Eine Vereinbarung zwischen Verbraucher:in und Unternehmen, die die wiederkehrende Nutzung von Objekten über einen Zeitraum regelt, der länger als ein Jahr ist. Treffen diese Eckpunkte zu, gelten für Verbraucher:innen strenge Schutzbestimmungen.

**Worauf muss ich achten, wenn ich einen solchen Vertrag abschliesse?**  
**KOGELMANN:** Ob das Angebot auch wirklich meine Bedürfnisse erfüllt. Kann ich zu meinem Wunschzeitpunkt Urlaub machen? Gibt es ein Ausstiegsszenario, wenn sich meine Lebenssituation ändert – zum Beispiel, weil ich alters- oder

gesundheitsbedingt nicht mehr zum Reisen in der Lage bin?

**Was darf's kosten?**  
**KOGELMANN:** Das muss jede:r für sich selbst entscheiden. Wichtig ist, im Reisebudget An- und Abreise sowie die Lebenserhaltungskosten mit einzuberechnen. Und im Kleingedruckten nachzulesen, ob versteckte Zusatzgebühren drohen. Wer sich unsicher ist, kann den Vertrag auch von unseren Expert:innen prüfen lassen.

**Wann ist Vorsicht geboten?**  
**KOGELMANN:** Wenn aggressive Keiler direkt am Urlaubsort Angebote machen oder zu Informationsveranstaltungen einladen. Wer hier vorschnell unterschreibt, kann zwar mit dem Rücktrittsrecht argumentieren. Eine etwaige Anzahlung ist aber oft verloren.

Foto: VKI

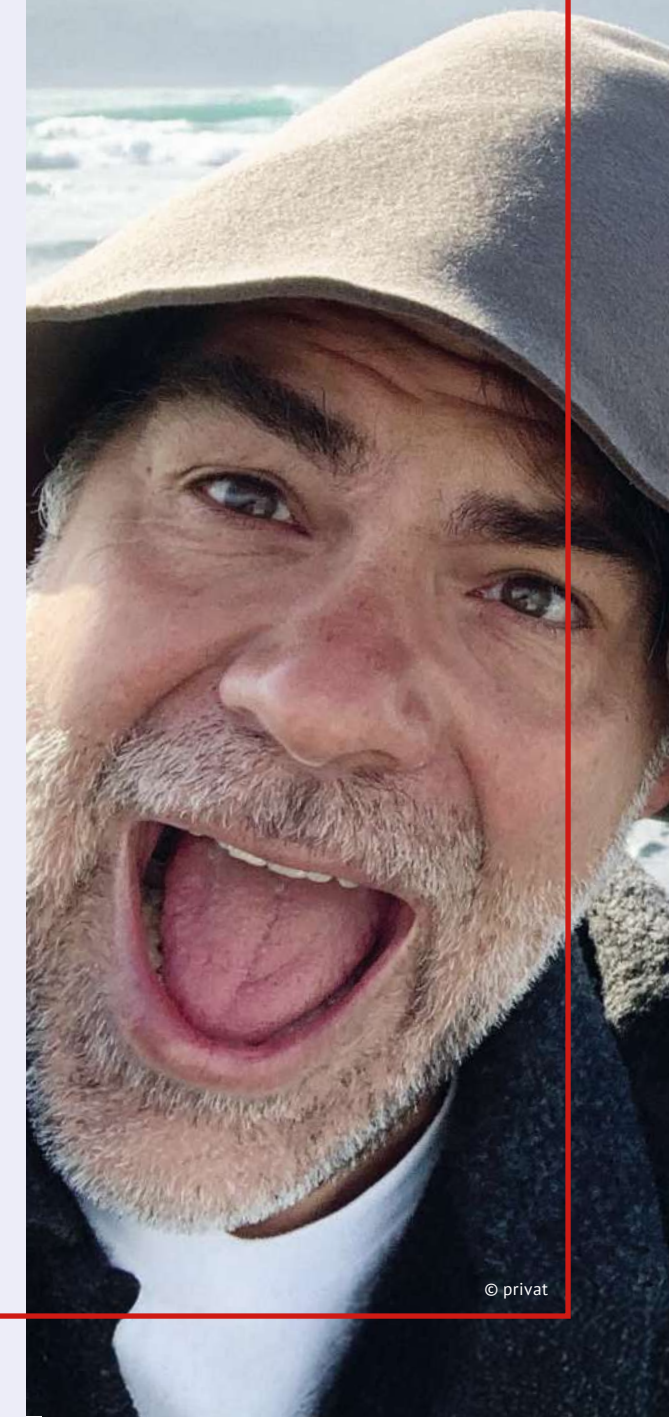
KURIER TV

AXEL  
FÄHRT WEG  
neu auf  
KURIER TV

# Was kann die Insel wirklich?

**Axel Halbhuber, Leiter der KURIER-Reisedredaktion, nimmt Sie in der neuen Doku-Serie „Axel fährt weg“ mit nach Island.**

Jederzeit anzusehen auf [kurier.tv](https://kurier.tv)



# Gut unterwegs

Fünf Reise-Hacks, die Zeit, Geld und Nerven oder auch eine unkomfortable Anreise (er)sparen.

Text  
Alexander Lisetz,  
Daniela Schuster

## Erschwinglich Upgraden

Mit etwas Geschick, Planung oder dem richtigen Klick am Handy ist ein Upgrade in die Business-Class einfach(er).

**Upgrade-Gebote:** Viele Airlines bieten auf ihren Websites Programme fürs Bidding an. Meist läuft das so: Loggen Sie sich unter „Meine Buchung“ mit Ihren Daten ein, geben Sie Ihre Kreditkartendaten ein und ein Angebot ab – und mit etwas Glück erhalten Sie ein Upgrade zu Ihrem gebotenen Preis.

**Den Profi ranlassen:** Manche Reisebüros haben speziellen Zugang zu vergünstigten Business-Class-Tarifen.

**In-App-Angebote:** Rückt das Abflugdatum näher, bieten Fluggesellschaften über ihre Apps häufig vergünstigte Upgrades an. Runterladen und reinschauen!

**Verhandlungssache:** Eine höfliche Anfrage am Check-in-Schalter kostet nichts, kann aber durchaus zu einem Upgrade in die Business-Class führen.

## Gute Zeiten, schlechte Zeiten?

Preise für Flüge schwanken – nicht nur aufgrund der Buchungslage und des Wettbewerbs, weil der Abflug näher rückt oder es nun mal Haupt- und Nebenreisezeiten gibt. Auch die eigene Suchhistorie kann die angezeigten Preise beeinflussen. Das **Löschen von Cookies** oder die **Verwendung des Inkognito-Modus** ist daher hilfreich. Über Google Flights oder Metasuchmaschinen wie Momondo oder Skyscanner kann man zudem Tarife suchen und vergleichen oder einen **Preisalarm einrichten**. Eine generelle Empfehlung bezüglich des günstigsten Wochentags oder der besten Tageszeit für eine Buchung lässt sich aber auch aus den zahlreichen Analysen von Buchungsplattformen nicht ableiten. Der beste Buchungs-

tag variiert je nach Fluggesellschaft. Was Google Flights jedoch nach Auswertung von Daten aus fünf Jahren sagen kann: Viele **Kurz- und Mittelstrecken** sind drei bis neun Wochen vor Abflug im Durchschnitt am billigsten, **Transatlantikflüge** sollte man sieben bis 16 Wochen vor Abreise buchen. Und wer am **Montag, Dienstag oder Mittwoch** fliegt, spart durchschnittlich 12 Prozent. In der Früh oder am späten Abend abzuheben, kann das Reisebudget auch noch entlasten. Zusatztipp: Werden mehrere Sitze gleichzeitig gebucht, übersehen Airline-Preissysteme manchmal günstigere Tarifklassen. Durch den **Kauf einzelner Tickets**, die später verknüpft werden, lässt sich dann bares Geld rausholen.

## Ab in die Lounge

Etwas Entspannung vor dem Abheben oder zwischen zwei Flügen? Um eine **Airline- oder Flughafenlounge** zu nutzen, braucht man heute nicht mehr zwingend ein First- oder Business-Class-Ticket, eine Platin-Kreditkarte oder einen Millionen-Meilen-Status. In Wien etwa können auch Economy-Passagier:innen – unabhängig von der gebuchten Fluglinie – **gegen Gebühr** die SKY Lounge (€ 46,-) oder VIENNA Lounge (€ 57,-) für bis zu drei Stunden besuchen. Zum Reiseverlauf passende Lounges lassen sich auch auf Seiten wie **prioritypass.com** oder **loungepass.com** suchen und buchen.

## Karten-Tricks

Die ideale Reise-Kreditkarte ist zugleich **Zahlungsmittel, Reiseversicherung und Rabatt-Wundertüte**. Einen besonders umfangreichen Versicherungsschutz und viele Upgrades bei Partnerprogrammen bietet zum Beispiel die American Express Platinum. Wer viele Star Alliance-Flüge absolviert, ist mit der Miles & More Gold gut bedient, sie inkludiert neben der **Auslandsreise-Krankenversicherung** auch ein **Mietwagen-Vollkasko**. Sein Bonusmeilen-Konto kann man auch mit SEPA-Überweisungen oder beim **Einkaufen in Partnershops** auffetten. Beim Einlösen der Bonusmeilen lieber **Freiflüge** buchen als Upgraden – da ist der Umrechnungskurs lukrativer. Apropos Umrechnungskurs: Außerhalb der Euro-Zone fährt man mit einer **Kreditkarte ohne Fremdwährungsgebühren** besser. Beim Abheben sollte man immer die **lokale Währung** wählen und beim Bezahlen die Karte nicht aus den Augen lassen. Die beste Reise-Kreditkarte nützt aber nichts, wenn sie gestohlen oder eingezogen wird. Deshalb eine (oft kostenlose) **Zusatzkarte beantragen** und auf Reisen getrennt verwahren.

## Versichert verreisen

Die **Europäische Krankenversicherungskarte (EKVK)** auf der Rückseite der grünen e-card berechtigt zwar in den meisten europäischen Ländern zum Bezug ärztlicher Leistungen. Eine **zusätzliche Reisekrankenversicherung** ist trotzdem ratsam. „Am wichtigsten ist es, für jene Fälle versichert zu sein, die wirklich ins Geld gehen und vielleicht sogar **existenzbedrohend** sein können“, rät der Verein für Konsumenteninformation (VKI). Die AK empfiehlt, die angebotenen Tarife anhand einer **Prioritätenliste** zu vergleichen – 2023 ermittelte sie für verschiedene Reiseszenarien (Familienurlaub, Solo-Trip, Maturareise) **Preisunterschiede von 300 bis 500 Prozent**. Wer häufig und spontan verreist, fährt besser mit **spezialisierten Reiseversicherern** wie Allianz Travel, AXA, Grawe, LTA oder Uniq. Um im Krisenfall erreichbar zu sein, empfiehlt das Außenministerium zudem eine Reiseregistrierung (**www.auslandsregistrierung.at**). Und wenn man schon vor Reiseantritt krank wird? Dann lindert eine **Reiserücktrittsversicherung** zumindest den finanziellen Schmerz. Seriensieger beim Stiftung-Warentest-Vergleich: Europ Assistance.

Mit Rad und Tat für die Umwelt.

zeig **profil**

AkkuTec hilft mit der Reparatur von E-Bike-Akkus nachhaltig bei der Reduzierung von Elektroschrott mit.

Mehr erfahren auf [profil.at/award](https://profil.at/award)

profil

Das unabhängige Nachrichtenmagazin Österreichs

49

54. Jahrgang  
8. Dezember 2023

€ 5,90

Gewinner  
ZEIG PROFIL  
AWARD 2024  
Kategorie Nachhaltigkeit

Daniel  
Oberndorfer  
AkkuTec

# Zwischen Laptop und Liegestuhl

Vormittags planen, nachmittags planschen. Oder freitags Meeting mit Kund:innen, samstags Besuch bei Rembrandt und Madame Tussauds. Bleisure Travel und Workations, bei denen Geschäfts- und Urlaubsreise verschmelzen, werden nicht nur immer beliebter. Sie sind auch ein Riesengeschäft. Aber tun sie uns auch gut?

Text  
Alexander Lisetz

**Im südlichsten Bundesland** legt man Wert auf Work-Life-Balance. Genauer gesagt: auf Work-See-Balance. So nennt das zumindest Melanie Sass-Schweigreiter, eine der Initiator:innen der „Business Beaches“. „Wer immer und überall arbeiten kann, sucht sich seinen Arbeitsplatz bewusster aus“, sagt sie. „Was liegt da näher, als den Arbeitsplatz im Sommer in die Sonne, an den See, ans Meer, auf den Berg oder in den Stadtpark zu verlegen?“ Ihr Angebot: mobile Outdoor-Arbeitsplätze mit kostenlosem Strom- und WLAN-Anschluss, Überdachung und versperrbaren Spinden, nur ein paar Schritte vom Faaker, Millstätter- oder Wörthersee entfernt.

Ein ähnliches Workation-Erlebnis bieten die „Golfblocks“ am Seddiner See in Brandenburg. Für eine ausgeglichene Work-Golf-Balance sorgen aber auch die Golfreise-Angebote von Plattformen wie trip-workation.com.

**Work-See-Balance.**  
Die Business Beaches in Österreichs Süden verlegen das Büro an den Strand.



Foto: Arnold Poschl Photography/ BUSINESSBEACH.AT

Die Maßgabe, Job und Freizeit, Dienst- und Privatreise sauberlich zu trennen, ist heute in den meisten Branchen überholt. Stattdessen trenden Bleisure (die Addition von Business und Pleasure, also ein Vergnügungsurlaub im Anschluss an einen Business-Aufenthalt) und Workations (eine Mischung aus Work und Vacation, also Arbeit und Urlaub). Laut einer Expedia-Studie verlängerten 83 Prozent der befragten Geschäftsreisenden im Vorjahr mindestens einmal einen Business-Trip um eine private Auszeit. Am häufigsten taten das Reisende aus der Technologiebranche, aus der verarbeitenden Industrie oder dem Finanzwesen. Die Gelegenheit dafür liefern laut einer Umfrage der Geschäftsreise-Plattform Navan meist Konferenzen (67 Prozent) oder firmeninterne Meetings (30 Prozent). Entsprechende Angebote parat zu haben, wird im „War for Talents“ auch für Arbeitgeber:innen immer wichtiger. Für 57 Prozent der interviewten Arbeitnehmer:innen einer PwC-Studie sind Workation-Angebote „ein wichtiges Kriterium bei der Jobwahl“. Fast ein Drittel würde sogar einen Job ausschlagen, der keine Möglichkeiten für Workations bietet. Befragt wurden nur Berufstätige, deren Arbeit das Homeoffice nicht ausschließt.

**Produktiver und kreativer.** Doch leidet da nicht die Performance? Ganz im Gegenteil: Für mehr als zwei Drittel der PwC-Befragten steigern Workation-Angebote die Jobzufriedenheit (79 Prozent), die Kreativität (77 Prozent) und die Produktivität (76 Prozent). „Wer an einem anderen Ort arbeitet, findet leichter zu neuer Inspiration und ist stressresistenter“, verspricht auch die Österreich Werbung. Die Reisenden zwischen Laptop und Liegestuhl sind nämlich eine lukrative Zielgruppe. Und werden nun immer zielgerichteter mit maßgeschneiderten Paketen verwöhnt. Das Angebot reicht dabei vom energieautarken Konzept-Hotel mit hauseigenem Supermarkt für Langzeit-Businessgäste (Steiermark, hi5-hotel.at) bis zur mit Meetingraum und Arbeitsplätzen ausgestatteten Mountain-Lodge mit Glocknerblick (Osttirol, collishill.com) und

vom Konferenzzentrum auf Burgruinen (Burgenland, burghotel-schlaining.at) bis zum Homeoffice-Hybrid mit Anschluss an die Coworking-Community (Wien, livezoku.com/vienna).

**Neue Hotel-Konzepte.** Hinter dem letztgenannten steckt ein Pionier der Workation-Bewegung. Der gebürtige Niederländer Hans Meyer war Mitbegründer der Hotelketten citizenM und Zoku und betreibt Businesshotels in Wien, Paris, Amsterdam und Kopenhagen. „Als ich mit Zoku anfang, war es gerade möglich geworden, von überall aus zu arbeiten“, sagt er. „Die traditionellen Grenzen zwischen Arbeit und Urlaub verwischten. Und immer mehr Leute wünschten sich Unterkünfte, die die Annehmlichkeiten eines Hotels mit der Infrastruktur eines Arbeitsplatzes verbanden.“ In Interviews mit 150 Menschen aus der Zielgruppe identifizierte Meyer aber noch ein anderes Bedürfnis vieler Geschäftsreisender: Anschluss. Vom Arbeitgeber ins Ausland geschickt zu werden, macht abseits der beruflichen Termine oft einsam. Darum konzipiert Meyer seine Hotels so, dass sie möglichst viel menschliche Verbindung ermöglichen – vom barrierefreien Innendesign bis zum vollen Event-Kalender, vom Coworking-Space am Dach bis zum Restaurant, das sich wie eine Büroküche anfühlt. „Nur wer sich mit sich, dem Ort und anderen verbunden fühlt, kann auch gute Arbeit leisten“, so Meyer.

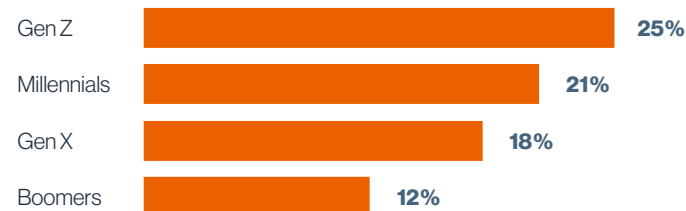
Möglicherweise hat sein Konzept aber nicht nur altruistische Motive. Wer sich auf Dienstreise allein fühlt, will schnell zurück zur Familie. Wer leicht Anschluss findet, hängt hingegen gern noch zwei, drei Bleisure-Tage an den vom Sekretariat ausgearbeiteten Terminmarathon an. Das lohnt sich für Hotellerie und Gastronomie, für Freizeitanbieter und Kulturveranstalter. Der weltweite Bleisure-Trend hat sich nämlich zu einem pulsierenden Wirtschaftszweig entwickelt. US-Marktforschungsinstitute erwarten bis 2032 eine Verdopplung des globalen Marktwerts auf 700 Milliarden Euro (Allied Market Research) bis 1.000 Milliarden Euro (Stellar Market ▶

Research). Die beliebtesten gehobenen Bleisure-Reiseziele hat Luxusreisegepäckhersteller Carl Friedrik erhoben: Im Ranking führen die europäischen Destinationen Lissabon, London, Rom, Barcelona und Nizza vor Melbourne und Dubai. Auch Neuseeland möchte sich als Workation-Destination etablieren und gestattet seit Jänner digitalen Nomaden bis zu 90 Tage im Jahr, an denen visafrei gearbeitet werden darf. „Wir möchten, dass die Menschen unser Land als den idealen Ort für Reisen und für die Arbeit ansehen“, so Bildungs- und Migrationsministerin Erica Stanford. Im Visier hat sie dabei neben Gästen aus Europa und den USA vor allem jene aus Asien. Die weltweit mobilsten Arbeitnehmer:innen leben nämlich in China, Indien und Hongkong, fand booking.com heraus.

**Klare Verhältnisse schaffen.** Wer mithelfen möchte, Österreich auf die vorderen Plätze zu bringen, sollte vor dem Abflug jedoch den Umweg über

## Je jünger, je flexibler

Anteil der Geschäftsreisenden, die schon einmal einen Business-Trip mit Urlaub verbunden haben:



Quelle: Expedia, Starts Jets

Chef:innenbüro und Buchhaltung machen. „Für eine Workation ist eine schriftliche Vereinbarung zwischen Arbeitgeber:in und Arbeitnehmer:in unerlässlich, die Arbeitszeit, Arbeitsort und Erreichbarkeit regelt. Das dient dazu, mögliche Missverständnisse zu vermei-

den und rechtliche Klarheit zu schaffen“, schreibt das Arbeitsministerium im „Leitfaden für mobiles Arbeiten“. Und auch die Arbeiterkammer rät, sich vor Reiseantritt im Rahmen einer Beratung über die sozialversicherungsrechtlichen Aspekte der geplanten Workation zu informieren. ■

## „Eine Workation braucht Abgrenzung“

Die Linzer Psychologin Christa Schirl über Tricks und Tücken der perfekten Workation – und warum sich der Muskel in der Pause aufbaut.



Die Linzerin Christa Schirl ist Job-Coach, klinische Psychologin und Psychotherapeutin.

### Wie überzeuge ich meine:n Chefin davon, dass ich mit den Füßen im Sand produktiver bin?

Für manche ist das tatsächlich so. Eine Klientin ist Personalberaterin mit Hang zur Winterdepression, die fällt im Karibik-Strandhaus von Dezember bis März keinen einzigen Tag aus. Eine andere arbeitet in Südamerika als Grafikerin für einen heimischen Kunden, zu beider Zufriedenheit. Aber man muss der Typ dafür sein. Und natürlich braucht es einen Job, der sich im Homeoffice erledigen lässt.

### Stolpersteine ...?

... sind oft die ganz banalen Sachen. Dass die Internetverbindung nicht stabil ist oder das Equipment vor Ort nicht kompatibel. Das kann viel Energie rauben.

### Wie organisiere ich meine Arbeit in einer Workation?

Stellen Sie sich vor, auf Ihrem Schreibtisch liegt eine Schokolade, die Sie nicht essen dürfen. Da geht doch die halbe Konzentration dafür drauf, dieser Schokolade zu widerstehen! Genauso ist es am Urlaubsort: Trennen Sie Arbeitsplatz und Freizeitbereich, Job und Vergnügen. Sonst denken Sie vorm Laptop die ganze Zeit an die perfekte Welle.

### Ein bisschen E-Mails checken, ein kleiner Anruf darf doch aber sein ...?

Vorsicht: Wir bauen unsere Muskeln in der Pause auf. Ich liebe meinen Beruf sehr, aber ich verschreibe mir konsequent Erholungszeit, in der ich wieder auftanken kann. Hat Ihre Chefin nichts dagegen, wenn Sie im Sommer zwei Wochen in Jesolo Homeoffice machen und zwischendurch Muscheln sammeln wollen, sage ich: Go for it! Wenn Sie aber in Ihren fünf Urlaubswochen weiterarbeiten, weil sonst die Projekte nicht fertig werden, tun Sie sich damit nichts Gutes.

Foto: Peter Baier



Ihr CARE-Paket® hilft dort, wo es am dringendsten benötigt wird. Spenden Sie jetzt auf [care.at](http://care.at)







# Nimm! Mich! Mit!

Vom Teppich am Boden bis zur Lampe an der Decke – in „Shoppable Hotels“ können Reisende so gut wie alles käuflich erwerben. Ein Gewinn für Gastgeber:innen wie Gäste.



## Kuscheliges Souvenir.

Die Suite im Brown's Hotel London (ab € 6.200,-/Nacht), wurde von Design-Guru Paul Smith gestaltet. Die Kissen gibt es auch für die Couch daheim.

[roccofortehotels.com](http://roccofortehotels.com)  
€ 270,-

Text  
Daniela Schuster

**Als die Hotelgruppe** Westin 1999 begann, ihre Zimmer mit dem „Heavenly Bed“ auszustatten, war das ein Segen für die Nachtruhe der Gäste und ein Weckruf für die Konkurrenz. Die Einführung der ikonischen Schlafstätte löste nicht nur ein Wettrennen in Sachen Gästebetten aus. Sie setzte auch das Phänomen „Hotel Retail“ in Gang. Bis heute hat allein Westin über 500.000 seiner Signature-Betten verkauft und mit der Erfüllung des „Daheim schlafen wie im Hotel“-Traums der begeisterten Reisenden rund 250 Millionen US-Dollar umgesetzt.

„Ob Bett, Bodylotion oder Bademantel: Für viele Hoteliers haben sich In-House- und Onlineshops, in denen Gäste gebrandete Elemente der Standard-Zimmerausstattung erwerben können, längst von der Marketingmaßnahme zur wichtigen Einnahmequelle entwickelt“, so Branchenanalyst Henry Harteveldt. Und das neue Geschäftsfeld wird von den Hotels fleißig ausgebaut. Während die einen Designerstücke ins ansonsten recht austauschbare Sortiment aufnehmen, setzen andere auf Concept Stores, die auch Produkte der lokalen Kreativszene anbieten.

„Doch damit ist das immense Retail-Potenzial der Tourismusbetriebe noch

lange nicht ausgeschöpft.“ Für Harteveldt sind Hotels „die Produktlaufstege der Zukunft“. Weil sie etwas bieten, was stationäre Geschäftsflächen nicht leisten können: ein intimes Probeerlebnis – und das an einem Ort, an dem sich die (potenziellen) Kund:innen sowieso schon aufhalten. Der Experte ist überzeugt: „Nicht nur die Zimmer, sondern die gesamte Unterkunft wird sich zum durchgehend shoppable Showroom entwickeln.“ Die Gastgeber werden dann etwa auch am Verkauf von Geräten mitverdienen, die Gäste im Hotelfitness-

center oder Co-Working-Space für sich entdeckt und daraufhin – etwa via QR-Code – beim Hersteller bestellt haben.

## Der Showroom wird zur Unterkunft.

Getrieben wird die Entwicklung hin zu „Shoppable Hotels“ zum einen durch einen Wandel im Konsumverhalten. „Im Social-Media-Zeitalter sind wir daran gewöhnt, dass fast alles, was wir sehen, anklickbar und käuflich ist“, sagt Antonia Ward, Trendforscherin beim Londoner Beratungsunternehmen Stylus. Zum anderen setzen Produzent:innen und Einzelhändler:innen selbst zunehmend auf Hotel-Showroom-Hybride für die Kundengewinnung. Und einige belassen es dabei nicht mehr bei Kooperationen mit Hoteliers, sondern werden gleich selbst zu welchen. Zu ihnen gehören etwa der amerikanische Möbeleinzehändler West Elm oder die japanische Lifestyle-Kette Muji, die eigene Hotels betreiben.

Die dänische Designmarke Vipp, deren Hauptprodukt Luxusküchen sind und die mit ihrem Abfalleimer „Pedal Bin“ in der Sammlung des Museum of Modern Art in New York vertreten ist, geht sogar noch weiter: Sie macht ihre Showrooms zu Unterkünften. „Wir wollten den idealen

Ort für die Präsentation unserer Designs realisieren. Aber anstatt unerreichbare Foto-Settings fürs Werbespots zu schaffen, kann man dort jetzt tatsächlich einchecken“, so CEO Kasper Egelund. Inzwischen betreibt Vipp ein Dutzend Guesthouses zwischen Kopenhagen und Hawaii. Rezeptionen oder Restaurants gibt es dort nicht, „dafür durchdesignte One-Room-Destinationen, in denen man unsere Produktpalette erleben kann.“

Ein einfaches Geschäft für die Betreiber:innen, ein doppelter Gewinn für die Reisenden. „Das neue Hospitality-Konzept macht Schluss mit immergleichen Unterkünften“, so Trendforscherin Ward. „Stattdessen entstehen inspirierende, ästhetisch ansprechende Erlebnis-oasen, von denen man sich ein Stück mit nach Hause nehmen oder holen kann.“ ■



**Lichtgestalt.** Die Bobbin Lamp – von Kit Kemp design't für das neue Warren Street Hotel in Manhattan. Und für Ihr Zuhause.

[shop.kitkemp.com](http://shop.kitkemp.com)  
€ 540,- (ohne Schirm)



**Zeitgemäß.** Teil der erstehbaren Zimmereinrichtung der Firmdale Hotels, zu denen etwa das New Yorker Whitney Hotel gehört: ClockClock 24.

[shop.kitkemp.com](http://shop.kitkemp.com)  
€ 10.000,-



**Andenken.** Lieblingsstücke aus dem Le Sirenuse in Positano können off- wie online geshoppt werden, etwa die Elefantenvase.

[emporiosirenuse.com](http://emporiosirenuse.com)  
ab € 480,-

Fotos: beigesteilt

# Vom Speisen auf Reisen

Der Appetit auf kulinarische Urlaubserlebnisse entwickelt sich zum Heißhunger. Die Tourismusbranche legt nach.

Text  
Daniela Schuster

## Auch Bucket Lists folgen Trends.

Kochshows, Food-Porn in den Sozialen Medien und wie Rockkonzerte aufgezeigte Gourmetfestivals haben dafür gesorgt, dass statt exotischer Inseln immer öfter die Entdeckung kulinarischen Neulands auf den Wunschzetteln landet. Ob High Tea in London oder Sushi in Tokyo: Einmal im Leben gilt es, ikonische Speisen am Ort ihrer Erfindung zu verkosten.

Laut der World Food Travel Association bestimmt schon heute bei einem Fünftel der Tourist:innen das Essen maßgeblich über die Urlaubspläne. Für diese Foodie Traveller ist die Erkundung der lokalen Küche nicht bloß Teil des emissionsarmen, instagramtauglichen Reiseerlebnisses, sondern tatsächlich Hauptereignis. Acht von zehn Befragten schätzen es, Land und Leute auch via Blick über den Teller(rand) besser kennenzulernen. Bis 2030 wird der globale Milliardenmarkt für Foodreisen daher jährlich um rund 20 Prozent zulegen, prognostiziert Grand View Research. Sonstige Analyse-dienste rechnen etwas konservativer mit zwölf bis 17 Prozent, sind sich aber einig, dass sich kaum ein anderes Reisesegment ähnlich schnell entwickelt. Die Angebotspalette ist jedenfalls breit genug, um alle Geschmäcker und Social-Media-Kanäle abzudecken. Sie reicht von Streetfood-Touren und Kochkursen am Urlaubsort über Weinkreuzfahrten und die Teilnahme an der Olivenernte bis hin zum Sternerestaurant-Hopping.

Mit Foraging und Sober Bars schiebt die Branche gerade zwei Erlebnishäppchen nach, die den wachsenden Hunger auf kulinarische Urlaubserlebnisse zeitgeistig stillen sollen – indem sie gesunden Genuss versprechen. Denn der Sektor

## FORAGING:

### Von der Hand in den Mund

Trüffel, Algen, Hopfensprossen? Die Suche nach authentischen Genüssen führt Reisende 2025 nicht mehr in ein Lokal, sondern raus in die Natur. Beim Foraging, dem Sammeln von wildwachsenden Nahrungsmitteln, werden sie von Sterneköchen begleitet, von Rangern geführt, von Expert:innen aufgeklärt. Die „Beute“ wird dann gemeinsam verkocht oder im Degustationsmenü serviert. Touristische Foraging-Angebote gibt's weltweit, übrigens auch in Großstädten. Mit Steve Brill kann man zum Beispiel im New Yorker Central Park auf Tour gehen.

[www.wildmanstevebrill.com](http://www.wildmanstevebrill.com)

Foodreisen boomt auch aufgrund des wachsenden Präventionsbewusstseins der Gäste. Wem eine Kur zu viel und ein Wellnesswochenende zu wenig ist, der bucht gern Trips, bei denen Essen in Form von gesunder Ernährung eine zentrale Rolle spielt.

Ob Ayurveda-Retreat in Indien oder Slow Food im Waldviertel: Fern des Alltags will man alternative Ernährungsformen ausprobieren, am besten gleich noch darauf umstellen. Zumindest aber soll's gelingen, mal für ein paar Tage Zucker, Alkohol und Fleisch wegzulassen. Detox heißt das dann. Oder – radikaler betrieben – Fastenurlaub. Letzterer erfreut sich in seinen zahlreichen Darbietungsformen zunehmender Beliebtheit. Von der F.-X.-Mayr-Entschlackung im Luxusresort bis zum Heilfasten im (Schweige-)Kloster: Die Nachfrage steigt. In einer Welt des Überflusses wird selbst Verzicht zum Erlebnis. Man gönnt sich ja sonst (zu) viel. ■

## Kneissl-Reisende erleben mehr ...



Island, Skógafoss © Dirk Bleyer

### Südengland: Cornwall und Devon

+ UNESCO-Weltkulturerbe Stonehenge

25.5. - 1.6., 29.6. - 6.7., 13. - 20.7., 20. - 27.7., 3. - 10.8.2025 Flug ab Wien, Bus, meist \*\*\*Hotels/meist HP, Eintritte, RL **ab € 2.720,-**

### Höhepunkte Schottlands mit Lewis, Harris und Isle of Skye

Burgen u. Schlösser, wildromantische Highlands und die einzigartigen Hebrideninseln

6. - 15.6., 1. - 10.8., 8. - 17.8., 15. - 24.8.2025 Flug ab Wien, Bus, \*\*\* u. \*\*\*\*Hotels/meist HP, Bootsfahrt, Eintritte, RL **ab € 4.240,-**

### Höhepunkte Irlands

18. - 25.5., 1. - 8.6., 8. - 15.6., 22. - 29.6., 6. - 13.7., 20. - 27.7., 27.7. - 3.8., 10. - 17.8., 24. - 31.8., 31.8. - 7.9.2025 Flug ab Wien, Bus, \*\*\*\*Hotels/meist HP, Bootsfahrt, Eintritte, RL **ab € 2.390,-**

### Stockholm - Südschweden

Beeindruckende Kunstschatze u. Landschaftsvielfalt zwischen Stockholm und Kopenhagen

27.6. - 5.7., 20. - 28.7., 8. - 16.8.2025 Flug ab Wien, Bus, meist \*\*\*\*Hotels/meist HP, Schifffahrt, Eintritte, RL **ab € 2.730,-**

### Skandinavien mit Lofoten und Nordkap

+ Schifffahrt im beeindruckenden Trollfjord

21.6. - 6.7., 6. - 21.7., 22.7. - 6.8., 3. - 18.8.2025 Flug ab Wien, Bus, Schiff, \*\*\* u. \*\*\*\*Hotels/meist HP, Eintritte, RL **€ 4.490,-**

### Mit Hurtigruten zum Nordkap

+ Fahrt mit der Bergenbahn  
+ Geführte Landgänge mit österr. Reiseleitung

10. - 23.7.2025 Flug ab Wien, Bus, Bahnfahrt, 2x \*\*\*\*Hotels/HP, Schiffsreise in Außenkabine auf Hurtigruten/VP, Eintritte, RL **ab € 6.070,-**

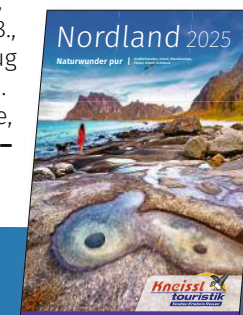
### Färöer Inseln

Mystisches Naturparadies inmitten d. Atlantiks

21. - 28.7., 31.7. - 7.8.2025 Flug ab Wien, Bus, \*\*\*\*Hotels/meist VP, Bootsfahrten, Eintritte, RL **€ 3.890,-**

### Rund um Island zu Gletschern und Vulkanen

17. - 25.6., 24.6. - 2.7., 8. - 16.7., 15. - 23.7., 22. - 30.7., 29.7. - 6.8., 10. - 18.8., 24.8. - 1.9.2025 Flug ab Wien, Bus/Kleinbus, \*\*\* u. \*\*\*\*Hotels/meist HP, Eintritte, RL **ab € 3.650,-**



Wien 1, Opernring 3-5/Eingang Operng., wien@kneissltouristik.at ☎ 01 4080440  
St. Pölten, Rathauspl. 15/Ecke Markt, st.poelten@kneissltouristik.at ☎ 02742 34384  
Salzburg, Linzer G. 72a, salzburg@kneissltouristik.at ☎ 0662 877070  
Zentrale Lambach, Linzer Str. 4-6, zentrale@kneissltouristik.at ☎ 07245 20700, [www.kneissltouristik.at](http://www.kneissltouristik.at)

# ENTSPANNTER ANKOMMEN.

Zugang zu mehr als 1.400 Airport-Lounges weltweit erhalten, entspannt ankommen und auf dem Weg immer bei sich bleiben.

**30.000**

Membership Rewards®  
Punkte zum Start  
sichern.



Mehr erfahren unter:  
[amex.at/platinum-entdecken](https://amex.at/platinum-entdecken)

**DON'T** *live life* **WITHOUT IT**™



Es gelten Bedingungen.  
Angebot gültig vom 08.01. – 11.03.2025.