

AKTUELL

Erfreuliche Bilanz

KLAGENFURT. Die Gast-Messe in Klagenfurt, die gestern zu Ende ging, zieht eine erfreuliche Bilanz: 19.000 Besucher waren da, das ist es Plus von sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr. 13 Prozent der Besucher kamen aus dem Ausland.

Kindersichere Feuerzeuge

WIEN. In der EU dürfen künftig nur noch kindersichere Feuerzeuge auf den Markt gebracht werden. Die am Mittwoch in Kraft getretenen Vorschriften verbieten auch die Verbreitung von Feuerzeugen, die Spielzeug ähneln und deshalb einen besonderen Reiz für Kinder haben. In Österreich wird die entsprechende Gesetzesnovelle im Mai vorgelegt.

KiK-Konflikt geht weiter

WIEN. Wirtschaftsminister Martin Bartenstein hat sich in den Betriebsrats-Streit beim Textildiskonter KiK eingemischt. „Ein bemerkenswerter Konflikt“, so Bartenstein. Es sei vernünftig, alle Beteiligten an einen Tisch zu bringen.

ALMDORF SEINERZEIT



Karl Steiner: Die Presse ist ein unglaubliches Sprachrohr. Ich bin jedes Jahr auf der ITB in Berlin – nicht mit einem eigenen Stand,

sondern versuche, zwischen den Presseterminen von Neuseeland und Bali so oft wie möglich mit Journalisten ins Gespräch zu kommen. Auch der eine oder andere PR-Gag, wie das kleinste Restaurant der Welt, hat uns in die Zeitungen gebracht. Wir versuchen, alles sehr exquisit zu machen. Das beginnt schon bei unseren Prospekten, die wir verkaufen – andere, die ihre Werbung zu zehntausenden Stück drucken, finden ihr Werbematerial beim Altpapier wieder.

Erfolg liegt immer in

Im Tourismus fällt die Unterscheidung eines Hotels vom anderen oft gar nicht so leicht. Doch genau das zeichnet „Die Besten“ aus.

GEORG HOLZER

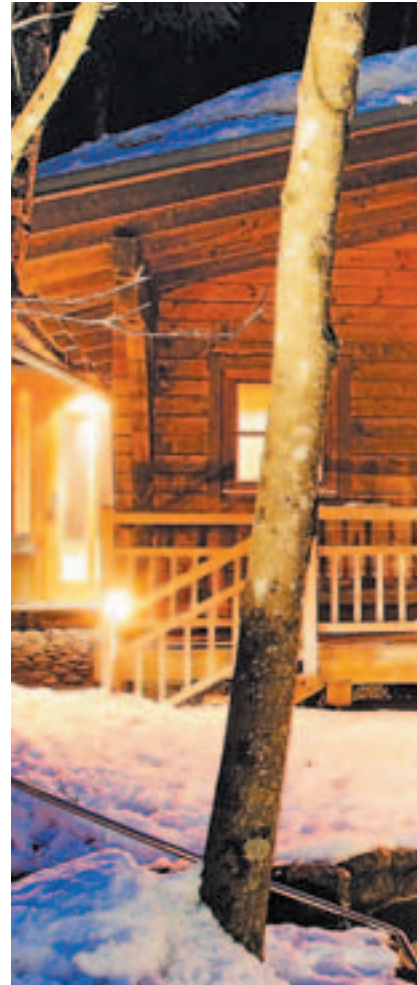
Das Geheimnis des Erfolges ist ebenso simpel wie schwer erreichbar: Man muss sich von der Masse abheben. Das gilt für jede Branche, aber speziell im Tourismus: Betten für ein, zwei oder mehr Nächte vermietet jeder, das einzige Unterscheidungskriterium ist oft nur der Preis und man kann sich vorstellen, was der Gast will... Gestern hatten Touristiker bei der Gast die Möglichkeit „von den besten Hoteliers zu lernen“. So der Titel einer Podiumsdiskussion der *Kleinen Zeitung* anlässlich des Tages der Kärntner Tourismuswirtschaft.

Vier erfolgreiche Unternehmer plauderten ihre Erfolgsrezepte aus. Dass sie offen und ungeschminkt ihre Geheimnisse verrieten, liegt daran, dass sie ohnehin kaum kopierbar sind. „Wir bieten etwas, das sonst keiner hat“, meinte Karl Steiner vom

Almdorf „Seinerzeit“ nicht ohne Stolz. Der Gewinner des Kärntner Tourismus Awards 2007 reiste viel – von Bali bis Amerika – um sich die besten Ideen zu holen und zu Hause zu verwirklichen.

Dabei liegt so manch genialer Einfall zu Hause – beim Gast selbst. Im Biohotel Daberer sammelt man penibel jede noch so kleine Kritik und jeden noch so unbedeutenden Verbesserungsvorschlag in Boxen und wertet diese dann im Kollegenkreis aus.

Wer nicht austauschbar ist, kann dafür auch höhere Preise bezahlen, denn deren Publikum ist global – selbst in kleinsten Tal Kärntens. „Ich kann nicht verstehen, warum sich viele unter ihrem Preis verkaufen. Wieso darf ein ausgezeichnetes Wiener Schnitzel bei uns nur sechs Euro kosten?“, fragt sich Steiner. In Italien würden dafür bis zu 30 Euro kassiert. Für Qualität würde jeder bezahlen – erst recht im Urlaub, wo der Euro locker sitzt...



MOSERHOF



Gerhild Hartweger: Wir vermieten nicht nur einen Bauernhof, sondern leben diesen auch. Diese Authentizität wird vom

Gast unglaublich geschätzt. Man muss auch nach den richtigen Beschäftigungen für den Gast Ausschau halten. Unsere Vater-Sohn- sowie Mutter-Tochter-Beschäftigungen kommen sehr gut an. Man muss immer wieder Neues bringen, sich dabei aber treu bleiben. Der Gast spürt, wenn etwas aufgesetzt ist. Unsere aktuellen Innovationen nennen sich „Feiern und Fasten in der Land-Idylle“ oder die Tauerngold-Hochzeit. Die kommen bei Städtern sehr gut an.

LÜSNERHOF



Karl Hinteregger: In Südtirol gab es lange Zeit einen Bettenstopp. Als dieser aufgehoben wurde, investierten wir drauf los. Unser

Erfolgsrezept: Sich auch nicht vor Schulden fürchten. Nur, wer immer etwas Neues bringt, hat auf Dauer Erfolg. Dabei muss man auch kreativ sein: Weil es kein Schigebiet in der Nähe gibt, spezialisierten wir uns mit Erfolg auf Schneeschuh-Wandern. Langlauf, Rodeln und eine gehörige Portion Wellness runden das Paket ab. Einzigartig ist die Architektur unseres Hauses: Ich überlasse nichts dem Architekten-Zufall und lege oft selbst Hand an, damit alles stimmig ist.

BIOHOTEL DABERER



Marianne Daberer: Wir leben Innovation und versuchen alle drei Jahre eine große Neuerung zu bringen. Heuer ist das etwa der

Sonnenturm. Dazwischen versuchen wir drei bis vier kleinere Innovationen zu bringen. Vielfach sind es die kleinen Dinge, die der Gast schätzt – etwa, dass er das Rezept eines guten Abendessens mit nach Hause nehmen kann. Wir lesen viele Zeitungen und Zeitschriften, suchen alles Neue, das wir nur finden können. Außerdem muss man auch oft rauskommen und mit offenen Augen durchs Leben gehen – sei es nun selbst als Gast oder als „Spion“ in einem anderen Hotel.

der Einzigartigkeit



Saunahütte
mitten im Wald
mit Privatbach
- so fühlt sich
Wohlfühlen im
Biohotel Dabe-
rer im Gailtal an

KK/PRIVAT

In Graz boomen Shoppingcenter

Fläche verdoppelt. Bald
größere Dichte als Wien.

GRAZ. Am Montag eröffnet in Villach das Einkaufszentrum Atrio in expandierter Form, in Planung ist in Kärnten derzeit aber kein Einkaufszentrum. Ganz im Gegensatz zur Steiermark. Während die Shopping City Seiersberg, „Kastner + Öhler“ in der Innenstadt sowie das Center West ausbauen, eröffnet in wenigen Tagen der Murpark in Graz-Liebenau. Bereits gebaut wird an der „Shopping Nord“, geplant sind zudem ein ECE-Einkaufszentrum beim Hauptbahnhof und ein Factory-Outlet-Center 20 Kilometer südlich von Graz. Derzeit ergibt das 144.000 Quadratmeter Verkaufsfläche und entspricht einer Dichte von 0,64 Quadratmeter pro Einwohner. Rechnet man die geplanten Verkaufsflächen dazu, so ergibt sich für die 310.100 Quadratmeter Verkaufsfläche eine Dichte von 1,37. Bei den Wiener Einkaufszentren inklusive der Shopping City Süd bestehen 553.300 Quadratmeter Verkaufsfläche mit einer Dichte von 0,36 Quadratmeter.

Klagenfurt forscht für die Schönheit

Bei Philips in Klagenfurt wird zwar nicht mehr groß produziert, aber sehr effizient entwickelt.

KLAGENFURT. Die Nachricht über die Ausdünnung des Personalstandes von 400 auf 300 im Philips Domestic Appliances and Personal Care-Zentrum im Vorjahr in Klagenfurt, hat die Tatsache übertönt, dass reihenweise neue Produkte auf den Markt gelangen, die in Kärnten erfunden werden. Erzeugt werden zwar nur noch Kernkomponenten, umso beachtenswerter sind die Neuheiten, die aus Klagenfurt stammen. „In der Forschung sind 97 hochqualifizierte Mitarbeiter tätig“, sagt Philips-Pressesprecherin Ingun Metelko. Das hei-

ßeste Produkt, das gerade auf den Markt gelangt ist, ist der Turbo-Haarglätter. Die Keramik-Turmalin-Beschichtung - in Kärnten entwickelt und getestet - schützt die Haare auch bei 215 Grad. Insgesamt sind es 15 bis 20 verschiedene Haar-Styling-Geräte, in denen Kärntner Know-how steckt.

„Der absolute Renner ist der Body-Groom. In nur einem Jahr wurden 20.000 Stück verkauft“, so Metelko. Hintergrund die-

ser Idee: Auch Männer wollen gepflegt wirken und finden sich mit getrimmter oder glatt rasierter Brust sexier, als mit zerzauster „Wolle“.



Haarglätter - entwickelt bei
Philips in Klagenfurt

Die Forscher im Philips-Werk haben auch Erbarmen mit behaarten Frauenbeinen: Ein Epilierer mit Massage- und Kühlfunktion bewirkt, dass das Ausreißen der Haare nahezu schmerzlos wird. Gewerkt wird aber auch in der Haus-

haltsabteilung. Demnächst gelangt ein kabelloser Stabmixer in die Küchen. „Pro Jahr sind 60 Projekte im Laufen, 20 davon werden produziert“, verrät Metelko. Eines davon ist ein revolutionärer Wecker, der mit Vogelgezwitscher und Sonnenlicht aus dem Schlaf holt.

E. TSCHERNITZ-BERGER

—(ANZEIGE)—

8849375

**Raiffeisen Wohnbauanleihe
mit KEST-Vorteil.**

Jetzt bei Ihrer
Raiffeisenbank.

www.raiffeisen-wohnbauanleihe.at

