

Hochsteiermark bereit für „sehr große Projekte“

Der Tourismusverband bilanziert positiv zu den ersten fünf Jahren als Erlebnisregion. Man sei zudem gerüstet für die nächsten Projekte.

Von Moritz Prettenhofer

Seit 2021 agiert der steirische Tourismus nicht mehr in 96 einzelnen Ortsverbänden, sondern in elf Erlebnisregionen. Eine davon ist die „Hochsteiermark“, die 15 Gemeinden im Bezirk Bruck-Mürz zuschlag unter einem touristischen Banner zusammenfasst. Deren Mitglieder trafen sich am Montagabend zur zweiten Vollversammlung in diesem Jahr, um die ersten fünf Jahre in der neuen Struktur zu bilanzieren und den Vorstand für die nächsten fünf Jahre zu wählen.

Zahlreiche Politikerinnen und Politiker sowie Touristikerinnen und Touristiker füllten zu diesem Anlass den Saal im Gasthaus Ebner in Übelstein bei Bruck. „Wir können zufrieden auf die vergangenen fünf Jahre zurückschauen“, teilte Ute Gur-



det, Geschäftsführerin des Tourismusverbandes, gleich eingangs mit. Intern seien die zuvor eigenständigen Verbände sowie die 15 Gemeinden gut zusammengewachsen. Die Kooperation mit anderen Tourismusregionen sowie dem Steiermark- und Österreich-Tourismus konnte ebenso gefestigt werden.

Eine positive Entwicklung weisen auch die Nächtigungs-

zahlen seit 2021 auf: Insgesamt verfügt die Hochsteiermark über 480 Beherbergungsbetriebe, speziell im Vorjahr konnte man diese um rund 21.000 Nächtigungen mehr als 2024 verzeichnen. Ab Dezember müssen sie von ihren Gästen allerdings etwas mehr verlangen. Durch die Index-

anpassung erhöht sich die Nächtigungsabgabe in Schutzhütten und Camping-Angebo-

ten um 20 Cent, in allen anderen Betrieben um 30 Cent.

Neben Inlandtouristen kommen vor allem Gäste aus den Nachbarländern Tschechien, Ungarn oder Deutschland besonders gerne in den Bezirk. Geschuldet ist das sicherlich den Werbemaßnahmen und Messeauftritten, die man Jahr für Jahr im In- und Ausland absputzt. „Eine Visitenkarte für uns ist der Steiermark-Frühling in Wien, da können wir uns immer sehr gut präsentieren“, hob TV-Obmann Nino Contini hervor.

Um diese und andere Marketingmaßnahmen umzusetzen, kann der Tourismusverband



Geschäftsführerin Ute Gurdet mit dem neuen Vorstand der Hochsteiermark: V.l.: Sascha Auer, Nino Contini und Alfred Grabner

KLZ/PRETENHOFFER (2)

heuer auf ein Marketing-Budget von rund 1,3 Millionen Euro zurückgreifen. Für 2027 stehen im Voranschlag rund 1,98 Millionen Euro. „Wir gehen sorgsam mit den Geldern um und verwenden sie in erster Linie für Marketing. Mit diesem Budget sind wir gerüstet für neue und sehr große Projekte“, erklärte Finanzreferent Alfred Grabner.

Investiert hat man zuletzt etwa verstärkt in die Bewerbung des Radpilgerns nach Mariazell. „Da ist uns ein tolles Angebot gelungen“, meint Gurdet. „Man muss nicht mehr mit dem Radl über die Bundesstraße, sondern kann

über die Berge und Täler nach Mariazell radeln.“ Mit zusätzlichen Beschilderungen von Pöllauberg bis ins Murtal soll ab kommendem Frühjahr noch weitläufiger auf das Radpilgern aufmerksam gemacht werden.

Die Neuwahl des Vorstands war dann eine Formsache, auch weil nur eine Wahlliste eingebracht wurde. Contini bleibt als Vorsitzender und Grabner als Finanzreferent erhalten, neuer stellvertretender Vorsitzender ist Sascha Auer. „Ich hoffe, wir können die nächsten fünf Jahre so weitermachen und dieses Vertrauen weiter stärken“, bedankte sich Contini.



Der „Coffee-Spreader“ der Montan Speditions GmbH

ZVG

Die Montan Speditions GmbH, Spezialist für kombinierte Verkehre in ganz Europa mit Standorten in Kapfenberg und Fürnitz, machte sich zum Vorreiter der multimodalen Schüttgutlogistik. Am Montan-Terminal Kapfenberg wurde in Zusammenarbeit mit dem schwedischen Hersteller Kalmar ein handelsüblicher Containerstapler mit einem

Spedition wird Vorreiter in Schüttlogistik

Tilting-Spreader ausgestattet, also einem Hubgerüst-Anbaugerät, um Container anheben und drehen zu können.

Mit Schüttgütern aller Art beladene Ladeeinheiten können damit direkt mit dem Containerstapler entladen werden.

Dieser „Coffee-Spreader“ der Kapfenberger Firma ist dabei der erste seiner Art in Zentraleuropa und ermöglicht ein Aufwinkeln der aufgenommenen Ladeeinheiten auf bis zu 55 Grad. Der Containerstapler nimmt die Container auf,

die Klappen werden geöffnet, der Coffee-Spreader winkelt auf bzw. wird gedreht und die rieselfähigen Schüttgüter werden daraufhin entleert.

Mit dem neuen Coffee-Spreader können Schüttgüter, die vor allem in der Rohstofflogistik eine wichtige Rolle spielen, schnell umgeschlagen und der weiteren Verarbeitung zugeführt werden.

BUSINESS-KOPF DER WOCHE

Mit Mode die Stadt beleben

In Kapfenberg will Sabine Polzhofer Gewand in „Wohnzimmeratmosphäre“ verkaufen.

Nach 16 Jahren in einer Taxi-Zentrale schlägt Sabine Polzhofer in Kapfenberg einen neuen beruflichen Weg ein. Die 51-jährige Kapfenbergerin hat in der Altstadt unweit des Hauptplatzes unter dem Namen „Twice Fashion“ eine Modeboutique eröffnet und damit ein Hobby zu ihrem Beruf gemacht. „Mir macht es Spaß, zu trödeln und mich mit Kleidung und verschiedenen Kombinationen zu beschäftigen. Jetzt mach ich sozusagen Shopping für Fortgeschrittene“, lacht Polzhofer und blickt stolz durch ihre Räumlichkeiten in der Grazer Straße. Auf 60

müssen. Ich bin angenehm überrascht, wie gut es bisher angenommen wird“, freut sie sich. Womöglich hat das auch mit der lockeren „Wohnzimmeratmosphäre“ zu tun, die sie in der Boutique schaffen möchte. „Die Kundinnen und Kunden bekommen beim Einkaufen gern einen Kaffee oder ein Glas Sekt dazu. Ich will damit die Einkaufserfahrung einfach ein bisschen auflockern.“



Sabine Polzhofer hat eine Modeboutique eröffnet

Statt Massenabfertigung setzt sie bewusst auf Zwischenmenschlichkeit, Gespräche und auch Einzelberatungen. „Möglich ist fast alles, wenn man Zeit hat. Ich komme auch gern an den

Ruhetagen rein und helfe den Leuten“, erklärt Polzhofer und ergänzt: „Es soll im Geschäft ungewungen sein.“

Neben der Neuware für Damen und Herren im Innenbereich verkauft Polzhofer auf Kleiderstangen vor ihrem Geschäft zusätzlich Second-Hand-Kleidung für Kinder und Erwachsene. Die Kombination aus neuer und getragener Ware sei eine „gute Geschichte“, sowohl im Hinblick auf Nachhaltigkeit als auch finanziell: „Gerade Kindergewand kostet viel und sie wachsen ständig heraus. Die Leute mischen beim Einkaufen auch gerne neue Teile und die Second-Hand-Kleidung durch.“

Die ersten Tage seien durchwegs positiv verlaufen, von der Kundschaft habe es bisher gutes Feedback gegeben. „Ich habe schon nachbestellen

Moritz Prettenhofer