

Hotel-Tipp**Neues Deluxe Refugium in den Weinbergen**

Traumhafte Aussicht auf die Südsteiermark.

Wer die Südsteiermark bereits lieben gelernt hat, wird in den Golden Hill Country Chalets & Suites eine neue Facette der malerischen Urlaubsregion kennenlernen. Wer noch nie eine Auszeit in den steirischen Weinbergen genossen hat, für den ist es spätestens jetzt Liebe auf den ersten Blick. Nahe Graz eröffnet gerade mit den Golden Hill Country Chalets & Suites ein kleines, exklusives Refugium, das die schönsten Seiten der Südsteiermark vereint. In einem alten, umgebauten Bauernhaus samt Spa-Garten wohnen bis zu sechs Personen, das moderne Luxus-Loft mit Privat-Badeteich legt zwei Genießern 250 m² luxuriösen Wohn- und Urlaubsraum auf höchstem Niveau zu Füßen. Die Weinberge entdecken Gäste von Golden Hill auf neuen Wegen.

www.golden-hill.at

Shortcuts**Dussmann: 2014 stark gewachsen**

Für die Dussmann Group war das Geschäftsjahr 2014 das erfolgreichste Jahr der Unternehmensgeschichte. Der weltweit verantwortete Gesamtumsatz betrug 1,98 Milliarden Euro (VJ: 1,84 Milliarden Euro) und wuchs damit um 7,5 Prozent oder 139 Millionen Euro. Dussmann Service Österreich gehört zur Dussmann Group, die 1963 gegründet wurde und mit rund 65.000 Mitarbeitern in 18 Ländern einer der weltweit größten privaten Multidienstleister ist. Dussmann Service Österreich – die 1968 gegründete und damit langjährigste Unternehmenstochter der Group – verweist 2014 in Österreich in einem weitgehend gesättigten Markt auf ein solides Umsatzwachstum von rund 5 Prozent. In Österreich und in den von hier aus betreuten Ländern in Osteuropa belief sich der Umsatz 2014 auf 162 Mio. Euro. Dieses Ergebnis erwirtschafteten 7.400 MitarbeiterInnen – inklusive verbundener Unternehmen.

www.dussmann.at

Tagungen & Seminare: Rekord für Salzburg

Salzburg bleibt nach Wien das beliebteste österreichische Bundesland im Bereich Kongresse, Seminare und Firmentagungen. Dies geht aus dem Meeting Industry Report Austria (MIRA) 2014 hervor, der vom Austrian Convention Bureau (ACB) und der Österreich Werbung herausgegeben wurde. Mehr als 2.700 Veranstaltungen wurden im Vorjahr gezählt, das entspricht einem satten Plus von 32 Prozent und bringt Salzburg einen Marktanteil von 16,1 Prozent an der österreichischen Tagungsindustrie ein. „Salzburg ist so beliebt wie noch nie“, sagt Gernot Marx, Leiter des Salzburg Convention Bureau (SCB), das für die Vermarktung von Stadt und Land als Event-Destination verantwortlich zeichnet. „Unser Marktanteil liegt rund 10 Prozent über jenem der anderen Bundesländer, was auch die positiven Auswirkungen bei Investitionen in die Tagungsinfrastruktur rechtfertigt, welche die Salzburger Betriebe in den letzten Jahren getätigt haben. Ein Beweis dafür, dass wir über das richtige Angebot in Stadt und Land Salzburg verfügen.“

www.salzburgcb.com

Produktkonfigurator**Infor stellt neue Generation vor**

Infor hat die Nutzeroberfläche seiner Produkt-Konfigurationslösung Infor Configure Price Quote (CPQ) weiterentwickelt. Die als Infor Product Configuration Management (PCM) bekannte Lösung unterstützt Anwender dabei, Umsätze zu steigern, Kosten zu reduzieren und ihre Marken zu differenzieren. Neue Personalisierungsfunktionen erlauben es Unternehmen, sich über visuelle Layout-Designs und andere individuelle Funktionen schnell und einfach zu differenzieren. Kunden von Infor können damit die Konfiguration und Angebotserstellung personalisieren. So lässt sich nicht nur zugeschnittener Content liefern, sondern auch der CPQ-Prozess ganz nach den Ansprüchen von Vertriebskanälen, Distributoren oder Endnutzern präsentieren. Infor CPQ liefert eine durchgängige individualisierte Nutzererfahrung, die Endanwender ermutigt, den Produktkonfigurator auch für künftige Geschäftsabschlüsse wieder zu nutzen.

www.infor.at

Erfolgreich**Lidl Österreich: 1 Milliarde Euro Nettoumsatz**

Lidl Österreich ist weiter auf Erfolgskurs, die Zeichen stehen ganz auf Wachstum: Erstmals konnte beim Umsatz die Marke von einer Milliarde Euro netto erreicht werden. Obwohl erst mit Jahresende eine einzige zusätzliche Filiale ans Netz gegangen ist, konnte der heimische Lebensmittelhändler erneut zweistellig an Umsatz zulegen: „2014 waren 30 Filialen viele Wochen wegen Modernisierung geschlossen. Trotz dieser temporären Schließungen, konnten wir auf der bestehenden Fläche weiter stark wachsen und unseren Umsatz von 900 Millionen auf eine Milliarde Euro steigern. Das ist die Bestätigung, dass unser Format überzeugt und die Kunden zufrieden sind“, bilanziert Alexander Deopito, Vorsitzender der Geschäftsleitung von Lidl Österreich. „Von unserem Wachstum profitieren natürlich auch österreichische Lieferanten und Erzeuger, auch über Exporte zu unseren Schwester-Gesellschaften in Europa“, so Deopito weiter. Insgesamt haben österreichische Produzenten und Hersteller 2014 einen Handelsumsatz von ca. 500 Millionen Euro durch die Zusammenarbeit mit Lidl erzielt.

www.lidl.at