

# PRINT

WINTER  
2023 / 2024

Ausgabe 47 · 2023

## Connections

Der unschätzbare Wert  
des Networkens



## Waren Sie schon auf dem MarktPlatz?

Neuer Treffpunkt bei BasseDruck –  
Wohlfühlatmosphäre für  
kreative Ideen



## Wünsche, Werte, Wirkung

Wie mittelständische  
Unternehmen zur  
Arbeitgebermarke werden



**Impressum:**

**Herausgeber**

BasseDruck GmbH · Leimstraße 54 – 58, 58135 Hagen  
Tel. +49 (0)2331 4808-0  
info@bassedruck.de, www.bassedruck.de

**Konzeption und Redaktion**

Eva Machill-Linnenberg, mali pr, Hagen · www.mali-pr.de

**Layout und technische Umsetzung**

BasseDruck GmbH, Hagen · www.bassedruck.de  
Papier: 200 g/qm BAUHAUS GMUND

**Bildrechte:**

unsplash.com, pexels.com

**3 editorial**

**4 tophema**

**Connected!**

Der unschätzbare Wert  
des Networkens

**6 topkunde**

**Wikinger Reisen:**  
Urlaub, der bewegt

**8 intern**

**Waren Sie schon  
auf dem MarktPlatz?**

Neuer Treffpunkt bei BasseDruck –  
Wohlfühlatmosfera für kreative  
Ideen

**10 weihnachtsgruß**

**12 human relations**

**Wünsche, Werte, Wirkung**  
Wie mittelständische  
Unternehmen zur  
Arbeitgebermarke werden

**14 travel**

**Kärnten**  
Coole Wintererlebnisse  
in Kärnten



## Liebe Geschäftsfreunde!

Kann man in diesen Tagen – nach einem solchen Jahr und dem Ausblick auf 2024 – überhaupt ein positives Editorial schreiben? Man kann!

- Tausende Kalender, Bibeln und Bibelteile haben wir produziert. Überall auf der Welt erfreuen sie ihre Empfänger.
- Viele Magazine erschienen termingerecht und in der erwarteten Qualität.
- Kataloge entwickeln sich weiter, z. T. als Work-Books.
- Wir hatten 2023 zahlreiche wertvolle Termine und Gespräche mit unseren geschätzten Geschäftsfreunden.
- Sie, unsere Partner, haben mit Ihren Aufträgen für Wachstum im Bereich Warehousing gesorgt. Siehe Seite 6.
- Den neuen, schönen MarktPlatz bei BasseDruck haben wir in Rekordbauzeit bezogen und belebt (siehe Seite 8).
- Connections schätzen wir sehr und wünschen uns diese auch in 2024, so Gott will. Mehr dazu auf Seite Seite 4.
- Wir haben eine Agenda voller Ideen für die Zukunft.

Und jetzt steht Weihnachten vor der Tür. Gott gab seinen Sohn aus Liebe zu uns Menschen (Seite 10). Uns geht es besser als Milliarden anderer Menschen.

Ja, wir sind Realisten und sehen die Herausforderungen der Zukunft. Bleiben dabei aber positiv, weil wir die gute Hand unseres Gottes über uns wissen.


In diesem Sinne danken wir Ihnen herzlich für Ihre Treue, Loyalität und unsere Zusammenarbeit. Genießen Sie die Weihnachtstage mit dem Blick auf das Wesentliche und lassen Sie uns positiv an die Aufgaben der Zukunft gehen.

Ein herzliches Gottes Segen für Sie.

  
Marcel Winterhoff

  
Hendrik S. Basse

  
Patrick Hiby



# Connected!

## Der unschätzbare Wert des Networkens

**Connections verbinden, sind wertvoll, machen Menschen glücklich, zufrieden und erfolgreich – gerade im Bereich KMU. Bekanntlich ist Empfehlungsmarketing das beste Marketing. Jede Erweiterung des individuellen Netzwerks beinhaltet die Chance auf neue Geschäftsmöglichkeiten, Synergieeffekte, Stärkung der Marke, Vertrauensaufbau, mehr Sichtbarkeit ... die Liste ist lang. Hier einige Beispiele für den unschätzbaren Wert persönlicher Beziehungen und Netzwerke.**

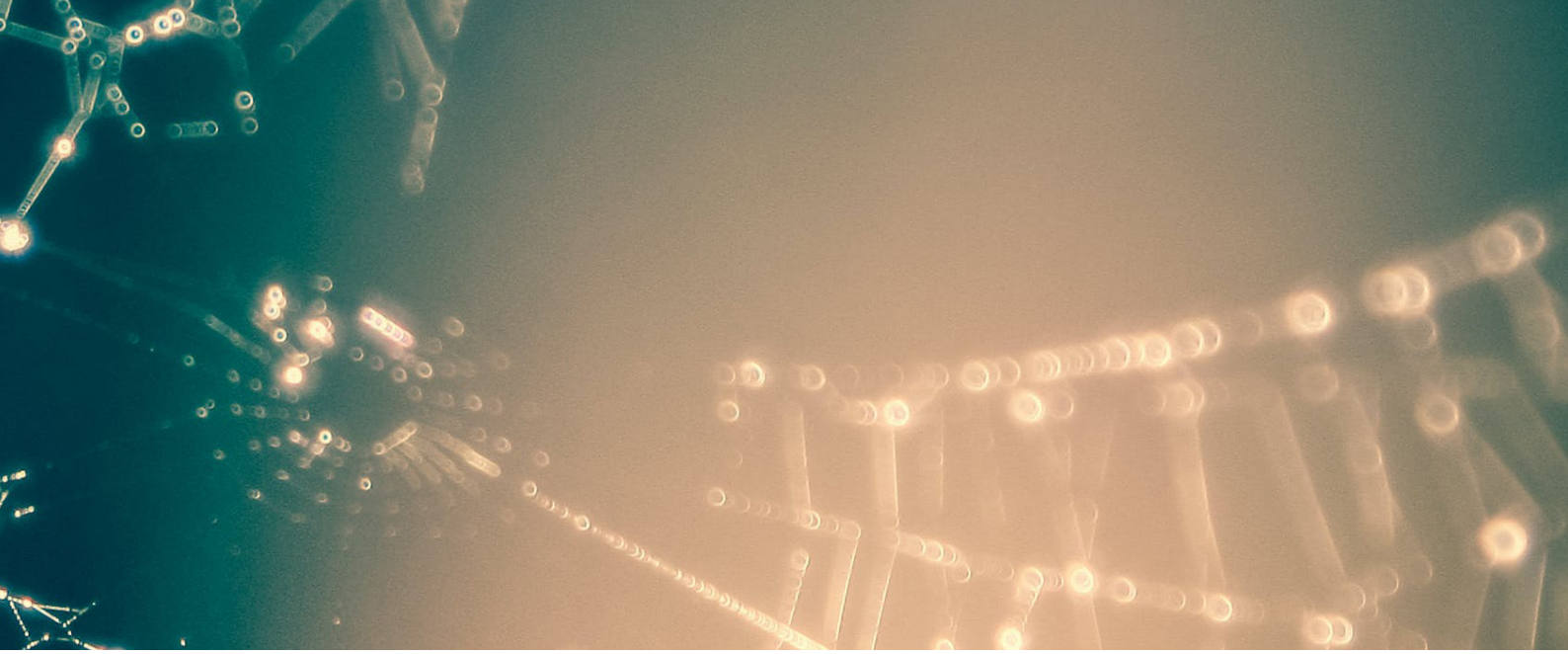
### **Network-Story mit immer neuen Protagonisten**

Rund um den 100. Geburtstag von BasseDruck, 2002, besuchten Harald und Hendrik Sebastian Basse ausländische Kunden, die aus Termingründen nicht zum Jubiläum nach Hagen kommen konnten. Mit einem Schweizer Partner sprachen sie – eher beiläufig – über Unternehmen mit Printbedarf in der Region. Er nannte u. a. einen Verlag, die beiden nahmen Kontakt auf, fuhren hin. Und arbeiten mit ihm noch immer zusammen. Diese Network-Story geht noch weiter und bekommt immer neue Protagonisten: Der Verlag empfahl den Hagenern eine große Schweizer Spedition – sie ist bis heute ein wichtiger Partner des Druckhauses. Und hat ihrerseits eigene Kunden mit den Hagenern zusammengebracht. Und auch damit ist Geschichte nicht auserzählt: Zur Unternehmensgruppe der Spedition gehören weitere Firmen – auch sie nutzen mittlerweile die Leistungen der

Printexperten. Da Networking keine Einbahnstraße, sondern ein Straßennetz ist, empfiehlt BasseDruck seinen Kunden, die auf dem Schweizer Markt unterwegs sind, natürlich die bewährten Transportdienste besagter Spedition. Networking in Bestform.

### **Kunde + Kunde des Kunden = neuer Kunde**

Die Formel „Kunde + Kunde des Kunden = neuer Kunde“ funktioniert in einem guten Netzwerk immer wieder. „Wir produzieren einen Katalog, unser Kunde gibt ihn weiter, dem Adressaten gefällt das Produkt und er spricht uns für andere Projekte an. Das ist keine Seltenheit und freut uns natürlich sehr“, sagt Alexander Deus aus dem Projektmanagement. Entscheidend dabei: Wer neue Kunden gewinnen will, muss Leads mit Konsequenz und Energie verfolgen. Er muss jede Kundenbeziehung wie eine gute Freundschaft pflegen. Und Menschen immer wieder neu begeistern



und überzeugen – das erhöht die Chance auf Weiterempfehlung.

**Aktiv sein: Veränderungen sind eine Chance**

Networking funktioniert übrigens auch dann, wenn sich Geschäfte oder Geschäftsstrukturen wandeln. In jeder Veränderung liegt eine Chance – nicht nur ein Risiko. Als der Verkauf eines Kundenunternehmens aus Neuss anstand, schien die Kooperation für das Hagener Druckhaus zunächst beendet. Der Vertrieb gab aber nicht auf, sprach den Käufer und dessen Agentur an, schaffte neue Connections und arbeitet mittlerweile bestens mit diesen Partnern zusammen. Aktiv sein, die Initiative ergreifen – das zahlt sich aus. „Wenn wir ein Printprodukt in die Hand bekommen, schauen wir als Drucker naturgemäß sofort ins Impressum und sehen den Herausgeber als potenziellen Kunden. Daraus sind schon langjährige Geschäftsbeziehungen und sogar Freundschaften entstanden“, erzählt Constantin Lüling, ebenfalls aus dem Projektmanagement.

**Nachhaltig: Gute Beziehungen halten Jahrzehnte**

Gute Beziehungen sind nachhaltig und lange haltbar – das zeigt ein weiteres,

ganz junges Beispiel: In den 90ern wechselte ein Drucker des Printspezialisten seinen Arbeitsplatz und ging in die Industrie. Drei Jahrzehnte später, 2023, rief er aus Süddeutschland an: „Ich brauche einen Druckpartner für sechs Kataloge – übernehmt ihr das?“ Der erste ist bereits fertig.

**Fazit:**  
**Chancen für gute Connections bieten sich überall und immer wieder. Egal auf welchem Kanal – Print, online, analog. Entscheidend ist, sie zu nutzen.**

# Wikinger Reisen: Urlaub, der bewegt

## Hagener Veranstalter entwickelt Aktiverlebnisse für Outdoorfans

Urlaub, der bewegt – Kopf und Körper. Ein Unternehmenskonzept, das Bewegung in den nachhaltigen Tourismus bringt. Social-Sponsoring-Maßnahmen, die Menschen aufeinander zu bewegen. Wikinger Reisen steht für Bewegung. Der Marktführer für Wanderurlaub ist Spezialist für Aktiverlebnisse: zu Fuß, per Bike, Kajak und Kanu, mit Schiff und Zug. Aktiv sein, Trends erkennen, Outdoorfans aller Generationen entgegenkommen – das treibt Produktentwicklung, Marketing, Unternehmenskommunikation und IT an. Die Digitalisierung läuft auf Hochtouren. Ziel ist eine perfekte Customer Journey und ein unvergesslicher Urlaub.

### Slow Travel: Reisen, die bewegen und berühren

Das Wikinger-Team am Standort Hagen und mehr als 350 Reiseleiter weltweit bringen Outdoorfans zusammen. In kleinen Gruppen oder auch individuell erleben sie Natur und Kultur, entdecken Musts und Hidden Places, begegnen Menschen auf der ganzen Welt. „Unser Ziel sind begeisterte aktive Erlebnisse, die nachhaltig wirken, weil sie den Reisenden wirklich bewegt und berührt haben. Slow Travel statt Fast Travel“, unterstreicht Daniel Kraus. Er leitet das Familienunternehmen gemeinsam mit seinem Neffen Janek Kraus in zweiter und dritter Generation. Der Veranstalter war in diesem Jahr mit knapp 54.000 Outdoorfans rund um den Globus unterwegs. Vor Corona waren es sogar fast

69.000 – den Rekord aus dem Jubiläumsjahr 2019 hofft das Unternehmen in absehbarer Zeit wieder zu erreichen. Für 2024 laufen die Buchungen bisher sehr gut.

### Zum Durchatmen: Hidden Places abseits der Touristenströme

Vater und Großvater Hans-Georg Kraus hat das Unternehmen 1969 in Hagen gegründet. Seine Vision: naturnahe Reisen abseits der großen Routen. Bis heute ein wichtiger Aspekt der Unternehmensphilosophie. Die Wikinger-Trendscouts sind stets auf der Suche nach neuen Hidden Places – zum aktiven Durchatmen abseits der Touristenströme. „Für 2024 haben wir u. a. frische Routen in Asturien und Galicien, Umbrien und den Apuanischen Alpen, in der finnischen Wildnis, in Albanien und Montenegro entwickelt. Unsere Gäste, darunter über 60 Prozent Stammkunden, möchten immer wieder Neuland entdecken,“ erzählt Daniel Kraus.

### Kundenorientierung

Kundenorientierung schreibt das Familienunternehmen groß. Das zahlt sich aus, viele Gäste identifizieren sich in hohem Maße mit „ihrem“ Veranstalter, bei dem sich alles um die Frage dreht: „Was will der Aktivurlauber von heute?“ „Bewegung, Naturgenuss, in andere Länder eintauchen – das ist das Hauptmotiv. Die Vorstellungen vom Traumurlaub sind dabei aber unterschiedlich“, weiß Moritz Mohs aus dem



Der große Wander- und Radkatalog – Lieblingslektüre von Hunderttausenden Outdoorfans



Daniel Kraus (li.) leitet das Familienunternehmen gemeinsam mit seinem Neffen Janek Kraus in zweiter und dritter Generation

Produktmanagement. „Vielen gehts ums gemeinsame Erlebnis und die Kommunikation. Sie fühlen sich in unseren kleinen Gruppen wohl, 40 Programme haben wir speziell für Alleinreisende konzipiert. Daneben gibt es den Wunsch, allein, zu zweit oder mit Freunden zu reisen. Wer das will, bekommt eine individuelle Wander- oder Radreise. Sie sind oft ab einer Person möglich und machen den Solourlaub sicher und komfortabler.“ Auf junge Outdoorfans hat Wikingen Reisen kürzlich ein neues Gruppenreiseformat zugeschnitten: Wyldaway. 25- bis 40-Jährige reisen gemeinsam, organisiert und gleichzeitig flexibel mit individuellen Möglichkeiten. „Wyld Options“ machen diese Reiseform zum individuellen und nachhaltigen Erlebnis.

### **Nachhaltig reisen**

Stichwort Nachhaltigkeit – seit jeher eine starke Planke des Wikingen-Schiffs. Der Veranstalter kompensiert für seine Gäste jeden Flugkilometer und übernimmt die Kosten für die Zugfahrt zum Airport. Reisen, bei denen es machbar ist, bietet er gleich mit Bahnreisen an – mittlerweile in rund 20 Ländern. Zum Klimaschutz kommen weitere nachhaltige Aspekte, der wichtigste ist das Social Sponsoring über die Georg Kraus Stiftung (GKS). Der von

Der Marktführer für Wanderurlaub setzt auf naturnahe Erlebnisse abseits der großen Routen

Hans-Georg Kraus ins Leben gerufenen Stiftung hat die Gründerfamilie schon Mitte der 90er-Jahre 20 Prozent am Unternehmen Wikingen Reisen übertragen. Damit unterstützt jeder Kunde die weltweiten Bildungs- und Hilfsprojekte, die vor allem Kinder, Jugendliche und Frauen fördern.

### **Marketing und Unternehmenskommunikation**

Marketing und Kommunikation des Marktführers sind crossmedial aufgestellt. Website und Corporate Blog, Newsletter, Medienarbeit, Pressereisen, Influencerkooperationen – der Aktiv- und Outdoorspezialist nutzt alle Kanäle. Ein Herzstück sind die Jahreskataloge. BasseDruck übernimmt dabei das Warehousing: die Lagerung und den Versand der online bestellten Kataloge. Gerade ist der 450-Seiter „Wander- und Radurlaub 2024“ erschienen – die Lieblingslektüre von Hunderttausenden Outdoorfans.



# Waren Sie schon auf dem MarktPlatz?

## Neuer Treffpunkt bei BasseDruck – Wohlfühlatmosphäre für kreative Ideen

**Schließen Sie die Augen und denken Sie an einen richtig schönen Marktplatz. Was sehen Sie? Quirliges Treiben, frische Produkte, Qualität, persönliche Beratung, Begegnungen ... Das Bild macht Spaß und gute Laune, oder? BasseDruck hat dieses Feeling aufgegriffen und in seinem Unternehmensgebäude einen eigenen MarktPlatz eröffnet. Hier arbeiten die Teams aus Verkauf, Grafik und Druckvorstufe. Hier treffen Kunden ihre Berater. Hier treffen Vorstellungen und Wünsche auf Ideen und auf kreative Strategien. „Mit dem MarktPlatz ergänzen wir unsere DenkFabrik und das MusterAtelier um einen weiteren kundenorientierten Baustein“, erzählt Marcel Wittler, Leiter der Kalenderfertigung.**

### Treffpunkt mit Wohlfühlatmosphäre

Der neu geschaffene MarktPlatz ist bereits nach kurzer Zeit ein beliebter interner Treffpunkt. Mittwochs um 8.30 Uhr kommen hier regelmäßig News, Aufträge, Visionen, Projekte und Ziele auf den Tisch. Der Jour fixe macht den Teams Spaß und gibt Raum für frische kundenorientierte Denkansätze. Auf der neuen, lichtdurchfluteten Fläche dominieren Holz und Naturmaterialien und sorgen für eine offene Arbeits- und Wohlfühlatmosphäre. Die Bezeichnung „MarktPlatz“ hat sich das Team gemeinsam ausgedacht – wegen der positiven Assoziationen mit einem richtig schönen Markt.



### Sehen, anfassen, probieren – wie auf dem Markt

Zuhören und verstehen. Denken und mitdenken. Erfahrungen mit Ideen verknüpfen. Das sind Basisfaktoren einer guten Beratung. Unter dem Dach des MarktPlatzes entwickeln Kunden und Berater gemeinsam eine optimale, ökonomisch und ökologisch sinnvolle Strategie für das Printprodukt. Die Kommunikation erfolgt wie auf dem Markt: analog, im persönlichen Gespräch, face à face. Materialien, Muster und Verarbeitungsvarianten gibt es hier „zum Anfassen“. Das haptische Erlebnis, das den Kunden später begeistern soll, ist hier vorab sichtbar und fühlbar. Probieren erleichtert und untermauert die Entscheidung – das Prinzip gilt auf dem Wochenmarkt seit eh und je.

Auf dem MarktPlatz treffen Vorstellungen und Wünsche auf Ideen und auf kreative Strategien



### In die Tüte kommt, was die Zielgruppe will

Gelungenes Printdesign visualisiert Botschaften. Damit verbundene Bilder und Gefühle verankern die Message nachhaltig im Kopf. Auf dem MarktPlatz dreht sich alles um die Botschaften und Zielgruppe des Kunden. Welche Aussage will er wohin transportieren? Wer ist der Empfänger, wie tickt der, worauf kommt es ihm an? Werden ihn Lacke, Prägungen, Cellophanierungen in den Bann ziehen oder soll es eher dezent sein? Matt oder glänzend, edel und hochwertig, nachhaltig und zurückhaltend? Im Kundengespräch tragen die erfahrenen Berater alle Fakten zusammen, inspirieren, probieren aus. Bis die Qualität stimmt. In die Tüte kommt genau das, was die Zielgruppe will – wie auf dem Markt.



Licht, Holz und  
Naturmaterialien sorgen für  
eine offene Arbeits- und  
Wohlfühlatmosphäre

LASST UNS DOCH HINGEHEN  
NACH BETHLEHEM UND DIESE  
SACHE SEHEN, DIE GESCHEHEN  
IST UND DIE DER HERR UNS  
KUNDGETAN HAT.

LUKAS 2,15

DIE GNADE GOTTES IST  
ERSCHIENEN, HEIL BRINGEND  
FÜR ALLE MENSCHEN.

TITUS 2,11

# Weihnachtsgruß

Gerade in der Weihnachtszeit treibt viele von uns eine ungestillte Sehnsucht nach Liebe, Freude und Frieden um. Doch gemütliche Atmosphäre, schöne Reden und liebeliche Gesänge stillen diese Sehnsucht nicht dauerhaft, sondern wirken höchstens als kurzzeitige Betäubung.

Vor ca. 2.000 Jahren in Israel hörten einige Hirten, die nachts auf freiem Feld ihre Tiere bewachten, eine wunderbare Botschaft: „Fürchtet euch nicht, denn siehe, ich verkündige euch große Freude, die für das ganze Volk sein wird; denn euch ist heute in der Stadt Davids ein Erretter geboren, welcher ist Christus der Herr“ (Lukas 2,10.11). Sie glaubten der Botschaft des Herrn, machten sich auf den Weg und fanden den, der die Sehnsucht jedes Menschen stillen kann – den Retter Jesus Christus. Genau das macht den Unterschied aus: Nicht gute Gefühle stillen unsere tiefe Sehnsucht, sondern allein eine Beziehung zu Jesus, dem Sohn Gottes. Machen wir es wie die Hirten und suchen eine persönliche Begegnung mit ihm – durch Beten und Bibellesen.



*Lukas 2*

Scannen und  
Weihnachtsgeschichte  
online hören

Quelle: Gott&du 2023 / csv-verlag.de



Familienunternehmen bauen oft leichter Beziehungen zu ihren Mitarbeitern auf – ein Vorteil

# Wünsche, Werte, Wirkung

Wie mittelständische Unternehmen zur Arbeitgebermarke werden

Es gibt Unternehmen, die Fachkräfte förmlich anziehen, die „angesagt“ sind, die auf den Wunschlisten von Bewerbern ganz oben stehen. Was macht sie beliebter als die vielen anderen, die händeringend nach Personal fahnden? Beim Blick auf Wünsche und „Erwartungshorizont“ von Jobsuchenden kristallisieren sich klassische Werte heraus: Offenheit und Mut. Wertschätzung, Respekt, Verantwortung. Aus diesen Zutaten ergibt sich ein Mix, der sich belebend auf die Arbeitgebermarke auswirkt. Entscheidend dabei: Das Unternehmen muss diese Werte transparent für sich definieren, leben und kommunizieren.

### Offenheit und Mut

Eine offene und mutige Unternehmenskultur hat viele Gesichter. Dazu gehört:

- transparent zu kommunizieren – in alle Richtungen,
- Feedback und Kritik anzunehmen,
- Entscheidungen zu treffen und dafür einzustehen,
- Fehler zuzugeben,
- Ideen und Innovationen zu fördern,
- den Mut zu haben, sich zu verändern und anzupassen.

Viele klein- und mittelständische Unternehmen sind sehr mutig und offen für neue Entwicklungen, Wege, Trends. Nicht von ungefähr finden sich darunter zahlreiche Hidden Champions und Weltmarktführer. Wer die daraus erwachsenden Chancen und Entwicklungsmöglichkeiten kommuniziert, gewinnt an Attraktivität und macht Talente auf sich aufmerksam.

### Wertschätzung und Respekt

Wertschätzung und der Respekt gegenüber Mitarbeitern – auch das macht Unternehmen attraktiv. Wer

- Mitarbeiter auf Augenhöhe annimmt,
- Potenziale anerkennt und ihnen Raum gibt,
- Menschen in seinem Umfeld auch verantwortungsvolle Aufgaben zutraut,
- individuelle Entwicklungsmöglichkeiten gibt,

zeigt Respekt und bekommt viel Respekt und seinerseits Wertschätzung und Vertrauen zurück. Mitarbeiter identifizieren sich mit ihrem Unternehmen, wenn das Unternehmen sich mit seinen Mitarbeitern identifiziert. Dazu gehört auch, individuelle Erwartungen und Lebensentwürfe anzuerkennen. Bewerber möchten zunehmend eine Karriere nach Maß – gerade in mittelständischen Unternehmen mit kurzen Wegen und persönlichen Beziehungen ist das umsetzbar.

### Verantwortung

Der aktuelle Transformationsprozess ist anstrengend, gibt Unternehmen aber auch die Chance, die Zukunft verantwortungsvoll mitzugestalten. Das zählt heute in hohem Maße auf die Wirkung der Arbeitgebermarke ein. Verantwortung trägt auch der Mitarbeiter: Er muss liefern. Ein kluger Mentor hat mal gesagt: „Ein Mensch, der nicht mehr leistet als das, wofür er bezahlt wird, leistet so wenig, dass er nicht verdient, was er bekommt.“ Es ist ein Geben und Nehmen.

### Familienunternehmen im Vorteil

Die Recherchen zu diesem Thema zeigen Unternehmen: Es lohnt sich, sich mit den Wünschen von Fachkräften auseinanderzusetzen und Verhaltensmuster anzupassen. „Wir erkennen unsere Hausaufgaben. Unser Ziel ist es, die Identifikation und Integration der Basse-Freunde, wie wir die Mitarbeiter hier nennen, aufrichtig nach christlichen Grundsätzen voranzubringen. Eine Aufgabe für 2024 und Folgejahre“, unterstreicht Hendrik Sebastian Basse. Offenheit und Mut, Wertschätzung, Respekt und Verantwortung – all das sind Faktoren, die gerade der Mittelstand liebt und lebt. Familienunternehmen sind dabei oftmals im Vorteil, da sie eine stärkere Bindung und Loyalität zu ihren Angestellten aufbauen können. Beste Voraussetzungen, um zur erfolgreichen Arbeitgebermarke zu werden.

*Offenheit Mut  
Wertschätzung  
Respekt Verantwortung*

## Kärnten: Coole Wintererlebnisse in Kärnten

Entschleunigen, auftanken, entdecken in Österreichs südlichstem Bundesland  
Abschalten, Kraft tanken, entschleunigen – umgeben von weiß gepuderten Gipfeln, verschneiten Almwiesen, abwechslungsreichen Pisten und traumhaften Wanderwegen. Kaum irgendwo ist ein Winterurlaub so entspannt wie in Kärnten. Auch wer den Sommer in der Region kennt, sollte unbedingt mal in der kalten Jahreszeit hinreisen – es lohnt sich. Für Alpinfahrer genauso wie für Skitourengeher und Schneeschuhwanderer. Und natürlich auch für alle, die einfach nur wandern, relaxen und genießen wollen.

### **Alpin: 30 Skigebiete, 800 Pisten ... und „Pistenbutler“**

Auf Abfahrer warten rund 30 Skigebiete. Mehr als 800 schneesichere, gut präparierte Pistenkilometer machen Anfängern, Fortgeschrittenen und Könnern Spaß. Dafür sorgen imposante Dreitausender, sanfte Kuppen und kinderfreundliche Hügel. Wer die Herausforderung sucht, erobert anspruchsvolle Buckelpisten und Halfpipes, Tiefschneehänge und Freeride-Gelände. Einen besonderen Service erleben Wintersportler übrigens auf der Turracher Höhe: Dort versorgen „Pistenbutler“ Urlauber kostenlos mit Süßem, Taschentüchern, Sonnencreme etc.

### **Sportlich: Skitouren gehen – 160 Routen – Leuchtturmprojekt Nockberge-Trail**

Skitourengehen ist angesagt – auch da zieht Kärnten mit. Im offiziellen Tourenportal stehen über 160 offizielle Routen. Ein Leuchtturmprojekt ist der Nockberge-Trail: Er verbindet die Gebiete Katschberg, Innerkrems, Turrach, Falkert, Bad Kleinkirchheim und Sankt Oswald und ist Österreichs erster online buchbarer Ganzjahres-Trail. Anspruchsvoll – die vier rund sechsstündigen Tagesetappen erfordern Erfahrung und Kondition – aber ohne hochalpine Passagen. Wer möchte, steigt zwischendurch zur Erholung in Lift und Seilbahn um. Komfortabel: Schneetourengeher müssen hier nicht aufs Matratzenlager, sondern übernachten alternativ in Wellnesshotels. Der Nockberge-Trail ist auch per Schneeschuh machbar.

Die Kärntner Alpen-Adria-Küche ist traditionsreich und zugleich innovativ, vieles basiert auf regionalen Produkten

### **Spiegelglatt: Eislaufen auf der größten Natureisfläche**

Der Weissensee ist Europas größte zugefrorene Natureisfläche. Vom 20. Januar bis 3. Februar 2024 findet dort die traditionelle holländische „Alternative 11-Städte-Tour“ statt, ein Top Act für Eisschnellläufer. Die Königsdisziplin beim weltweit größten Eissportspektakel führt über 200 Kilometer. Aber auch ganz normale Eisläufer können hier ihre Runden ziehen. Und wer es noch cooler mag: Am Weissensee ist auch Eis tauchen möglich.

### **Köstlich: Kärntner Schmankerl**

Bewegung macht hungrig – wie gut, dass die Kärntner Alpen-Adria-Küche jede Menge Schmankerl zu bieten hat. Traditionsreich und zugleich innovativ, vieles basiert auf regionalen Produkten und passt zum Slow-Food-Trend. Typisch sind u. a. Kärntner Käsnudeln und Laxn, eine See forelle, die Brettljause mit Gailltaler Speck. Wer gern süß isst, kommt beim Reindling, ein Hefegebäck mit Zucker und Zimt, oder Kletzennudeln mit Honigbutter auf seine Kosten. Unbedingt probieren sollte man auch das knusprige Lesachtaler Bauernbrot, das es sogar zum UNESCO-Weltkulturerbe gebracht hat.



ehrllich IN DER BERATUNG,  
transparent IN DER KOMMUNIKATION  
UND IN DER UMSETZUNG garantiert.

seit 1902



**BasseDruck.**

Fon +49 (0)2331 4808-0

[www.bassedruck.de](http://www.bassedruck.de)

Leimstraße 54-58

58135 Hagen · Germany

