



Pressemappe

21. – 23. November 2008

Hofburg Vienna

LUXURY, please.® // Inhaltsverzeichnis

Facts & Figures	3
Presstext: Luxus- & Lifestyle-Marken präsentieren sich in der Wiener Hofburg.....	5
Die Highlights der LUXURY, please.® 2008.....	6
Die Erfolgsstory der Luxusausstellung	9
Piemont – große Vielfalt für Genießer.....	11
Gulliver’s Lifestyle mit 570 Quadratmeter großer Travel Lounge	15
Internationales Architektenteam SEHW inszeniert LUXURY, please.®	16
Kleidermanufaktur Habsburg kleidet LUXURY, please.® ein	17
WIEN PRODUCTS – Marken aus Wien in aller Welt.....	18
Zitate: Stimmen zum Luxus	24
Ausstellerverzeichnis: Luxus von A bis Z.....	26

LUXURY, please.® // Facts & Figures

Dauer:	21. bis 23. November 2008
B2B & Special Guest Day:	21. November 2008
Publikumstage:	22. & 23. November 2008
Ort:	Hofburg Wien 1010 Wien, Heldenplatz
Website:	www.luxuryplease.com
Ausstellungsfläche:	4.000 Quadratmeter
Aussteller:	ca. 100
Öffnungszeiten:	Freitag: 11.00 – 20.00 Uhr Samstag: 11.00 – 20.00 Uhr Sonntag: 11.00 – 18.00 Uhr
Eintrittspreise:	39,- Euro (Tageseintrittskarten) 75,- Euro (B2B & Special Guest Day – Eintrittskarten)
Im Vorverkauf:	29,- Euro (Tageseintrittskarten) 58,- Euro (B2B & Special Guest Day – Eintrittskarten)
Vorverkauf:	Österreich Ticket Tel.: (+43 1) 96 0 96 www.oeticket.com
Veranstalter:	MEDIA COMMUNICATION GMBH 1010 Wien, Kärntnerstraße 17/4/12 Tel.: (+43 1) 890 16 67-0 Fax: (+43 1) 890 16 67-11 E-Mail: office@luxuryplease.com
Geschäftsführung:	Gerhard Krispl E-Mail: krispl@luxuryplease.com



Pressekontakt:

leisure communications

Alexander Khaelss-Khaelssberg (Pressesprecher)

Tel.: (+43 664) 856 3001

E-Mail: khaelssberg@leisuregroup.at

Dorothea Sommeregger

Tel.: (+43 664) 856 3004

E-Mail: sommeregger@leisuregroup.at

Presse-Downloads:

<http://presse.leisuregroup.at/luxury08>

Luxus- & Lifestyle-Marken präsentieren sich in der Wiener Hofburg

Die international renommierte Luxusausstellung LUXURY, please.® findet von 21. bis 23. November 2008 bereits zum dritten Mal in den kaiserlichen Prunkräumlichkeiten der Wiener Hofburg statt. Bis zu 100 internationale und heimische Luxusmarken präsentieren sich drei Tage lang auf 4.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche. Ein neues Konzept bettet die Luxusprodukte erstmals in unterschiedliche Themenwelten ein. Auf zwei Etagen inszenieren sich die Aussteller in den Bereichen Fashion & Style, Kunst, Reisen, Schönheit & Gesundheit, Kulinarik, Lifestyle, Möbeldesign und Business.

Nach der erfolgreichen Weltpremiere im Jahr 2006 und einem sehr erfolgreichen zweiten Jahr, in dem die Luxusausstellung bereits nach Kroatien exportiert wurde, zeigt sich die international renommierte LUXURY, please.® heuer in neuem Glanz. Veranstalter **Gerhard Krispl** präsentiert seinen erwarteten 15.000 Besucherinnen und Besuchern zahlreiche internationale und heimische Luxusprodukte heuer erstmalig in eigenen Themenwelten, die in ein innovatives Architekturkonzept der Designschmiede SEHW Architekten eingebettet sind. Damit orientiert sich die LUXURY, please.® am internationalen Standard wie er beispielsweise auf der größten Luxusausstellung der Welt, der Millionairs Fair in Moskau, zu sehen ist. Die Ausstellerliste beinhaltet auch heuer wieder internationale Top-Labels wie Aston Martin, BVLGARI, Ferrari, Habsburg, Hilton, Maserati, Maybach, Rolls Royce oder Vertu. Für kulinarische Highlights sorgt die Region Piemont, die heuer als Leading Partner der LUXURY, please.® gewonnen werden konnte. Als erster internationaler Gastronomiepartner sorgt sie mit Hilfe renommierter piemontesischer Haubenköche, den „Stelle del Piemonte“, für italienischen Genuss. Neben den internationalen Luxuslabels sind auch die österreichischen zu bewundern: Der Wiener Juwelier Haban besticht mit glitzernden Kostbarkeiten und die WIEN PRODUCTS präsentieren auch heuer wieder heimische Luxusmanufakturen, die weltweit gefragt sind. Ebenfalls aus Österreich stammt mit der Kleidermanufaktur Habsburg der offizielle Ausstatter der LUXURY, please.® 2008. Inszeniert werden alle Luxusmarken in den Themenwelten „Salon Fashion & Style“, „Salon Fine Arts“, „Gulliver’s Lifestyle Travel Lounge“, „Salon Health, Beauty & Spa“, „Ristorante Piemont“, „Luxury Living Loft“, „Salon Prestige“, „Business & Cigar Lounge“ und der „Gentlemen’s World“.

Die Highlights der LUXURY, please.® 2008

Kulinarische Highlights aus dem Piemont – Leading Partner der LUXURY, please.®

Landschaftsidylle, italienischer Lifestyle und kulinarische Köstlichkeiten vom Feinsten sind nur drei Attribute die der italienischen Region Piemont zugeordnet werden. Bei der LUXURY, please.® 2008 präsentiert sich das Piemont erstmals als internationaler Gastronomiepartner mit besonderem Schwerpunkt auf die Vermittlung von höchsten und für die Region typischen kulinarischen Genüssen. Mehrere renommierte Haubenköche, die „Stelle del Piemonte“, bringen unter anderem edle Trüffel, erlesene Weine und feine Schokolade nach Wien. Auch während der gesamten Veranstaltungsdauer laden die piemontesischen Haubenköche zu Show-Cooking-Auftritten, Weinverkostungen und einer Trüffelverkostung. Die Besucherinnen und Besucher der LUXURY, please.® können sich im Wintergarten der Hofburg, der sich für drei Tage lang in das „Ristorante Piemont“ verwandelt, mit feinsten piemontesischen Küche verwöhnen oder den Ausstellungsbesuch bei einem Glas Wein ausklingen lassen. Weißer Trüffel aus Alba oder der berühmte piemontesische Wein Barolo sind nur zwei der vielen piemontesischen Delikatessen. Als absoluter Höhepunkt findet eine Trüffel-Auktion für Hobbyköche und Gastronomen statt, bei der seltene Schlauchpilze im Wert von über 40.000 Euro versteigert werden. Dass die Nachfrage nach Trüffeln durchaus im Steigen ist, beweist ein Gourmet aus Hong Kong, der im vergangenen Jahr bei einer solchen Auktion Trüffel im Wert von 140.000 Euro ersteigert hat.

Vergrößerte Travel Lounge und Dubai als offizieller Destination-Partner.

Luxusreisen sind eines der am stärksten expandierenden Segmente am Luxusmarkt. Unzählige neue Resorts eröffnen Jahr für Jahr auf den schönsten Plätzen der Welt und die Nachfrage – gerade aus den zentral- und osteuropäischen Ländern – reißt nicht ab. Grund genug für Krispl, die Travel Lounge heuer auf rund 600 Quadratmeter zu verdoppeln, in der sich mit Dubai erstmalig auch ein offizieller Destination-Partner gemeinsam mit Gulliver's Lifestyle präsentiert. Luxusdestinationen wie Frégate Island oder Traumressorts wie die Mandarin Oriental Hotel Group machen Lust auf Urlaub. Die passenden Anreisemöglichkeiten zu den schönsten Plätzen der Erde stellen der Orient Express, Emirates Airlines oder Silver Sea Cruises vor.

Zum Träumen verleiten wollen Emirates Airlines, die auf der LUXURY, please.® eine reale First-Class-Flugzeugkabine aus dem größten Flugzeug der Welt, dem Airbus A-380, ausstellen und zum Probesitzen einladen.

Luxus aus Österreich – WIEN PRODUCTS, Juwelier Haban und Habsburg.

Neben den internationalen Luxuslabels präsentieren die WIEN PRODUCTS schon traditionellerweise auch heuer wieder heimische Luxusmanufakturen, die weltweit gefragt sind und in der Spitzenliga der Luxusprodukte mitspielen. Ihre exklusiven Kreationen, Marken und Dienstleistungen inszenieren folgende Mitgliedsunternehmen der WIEN PRODUCTS auf der LUXURY, please.®: BACKHAUSEN, BÖSENDORFER, JAROSINSKI & VAUGOIN, KIEBACK, SCHAU SCHAU, WIENWEIN, WOKA und ZUR SCHWÄBISCHEN JUNGFRAU.

Ebenfalls aus Österreich stammt der offizielle Ausstatter der LUXURY, please.®, die Kleidermanufaktur Habsburg. Der Wiener Juwelier Haban besticht wieder mit glitzernden Kostbarkeiten und liefert anregende Inspirationen für die bevorstehende Weihnachtszeit.

Special V.I.P Service von AUSTRIAN BUSINESS CARS.

Zum ersten Mal bieten die WIEN PRODUCTS und LUXURY, please.® gemeinsam mit AUSTRIAN BUSINESS CARS auch ein eigenes Shuttle-Service für die Gäste ausgewählter Hotels der 5-Sterne-Kategorie an. Nach Anruf durch den Concierge werden den Gästen kostenlos Mercedes S-Shuttles für eine angenehme Anreise zur Ausstellung zur Verfügung gestellt, wo sie zudem freien Eintritt erhalten.

Handtasche um 1,2 Millionen Euro und Maybach um 1,3 Millionen Euro unter den spektakulären Highlights.

Für besonderes Interesse werden wieder einige Highlights sorgen, die erstmalig in Wien vorgestellt werden. Darunter unter anderem eine diamantenbesetzte Handtasche aus Platin im Wert von über 1,2 Millionen Euro; eine Kreation des japanischen Designers **Ginza Tanaka**, der bereits letztes Jahr sein goldenes Kleid unter höchsten Sicherheitsvorkehrungen nach Wien brachte. Oder aber der einzigartige **Maybach Landaulet** im Wert von knapp 1,3 Millionen Euro, der zum ersten Mal österreichischen Boden befährt.

B2B & Special Guest Day als Plattform für Business Community.

Neu im Konzept der LUXURY, please.® ist auch der B2B & Special Guest Day, der heuer am Freitag, den 21. November 2008, erstmalig stattfindet. Einen Tag lang ist die Ausstellung ausschließlich für Fachbesucher geöffnet, denen unter anderem interessante Fachvorträge und Podiumsdiskussionen geboten werden. Unter den Vortragenden ist beispielsweise **Uché Okonkwo**, die mit ihrer Agentur „Luxe Corp“ Luxusmarken wie Louis Vuitton, Christian Dior, Gucci, L'Oréal, Burberry, Tiffany's, Fabergé sowie Coty strategisch berät und Autorin des Buches „Luxury Fashion Branding“ ist. Mit diesem Angebot möchte Krispl dem Umstand Rechnung tragen, dass Luxus als Wirtschaftsfaktor hierzulande immer mehr an Bedeutung gewinnt, was sich unter anderem im nicht abreißenden Reigen der Ansiedlung internationaler Luxusmarken in der Donaumetropole niederschlägt. Damit setzt der Veranstalter einen wesentlichen Aspekt des ursprünglichen Konzeptes um und etabliert die LUXURY, please.® zu einer Plattform für Luxusmarken, die den Austausch und die Zusammenarbeit zwischen den Herstellern fördern soll. Eine Idee, die in der Vergangenheit schon Früchte getragen hat. So ließ sich beispielsweise **Reinhard Backhausen** zur Entwicklung der „Collection Paradiso“ gemeinsam mit Maler **Ernst Fuchs** inspirieren, die vergangenes Jahr auf der LUXURY, please.® präsentiert wurde.

Für diejenigen, die beim nächsten Luxus-Dinner ein bisschen mehr ins Detail gehen möchten, findet exklusiv am B2B & Special Guest Day im „Ristorante Piemont“ erstmalig in Österreich ein Trüffelsommelier-Seminar unter fachkundiger Anleitung der piemontesischen Haubenköche statt.

Zukunftsträchtiger Blick in den Osten.

„Wien ist für viele internationale Luxusmarken aufgrund seiner historischen Verankerung und der geografischen Lage nach wie vor das ideale Sprungbrett in den CEE- und SEE-Raum“, sagt Krispl. Zudem ist der Einkaufstourismus aus den östlichen Nachbarländern und dem asiatischen Raum ein wesentlicher Wirtschaftsfaktor für den Standort Wien, so der Veranstalter weiter. Dementsprechend wird sich die LUXURY, please.®, wie auch schon im Vorjahr, erneut in den angrenzenden CEE-Staaten präsentieren. Das Konzept der erfolgreichen Road Show wird damit fortgesetzt und soll in diesen Staaten sowohl für die LUXURY, please.® als auch für den Standort Wien werben. Schließlich machten unsere östlichen Nachbarn in den letzten beiden Jahren einen Anteil von rund 25 Prozent der Gesamtbesucher aus.

Die Erfolgsstory der Luxusausstellung

Die zentraleuropäische Luxusausstellung schreibt im dritten Jahr Erfolgsgeschichte und zieht positive Bilanz.

Als Veranstalter **Gerhard Krispl** am 19. November 2006 nach vier Tagen Weltpremiere seiner LUXURY, please.® die Pforten der Wiener Hofburg schloss, konnte er eine mehr als erfreuliche Bilanz ziehen. Statt der ursprünglich geplanten 7.000 Besucherinnen und Besucher frequentierten gezählte 18.560 Menschen die LUXURY, please.®. Viele reisten extra nach Wien an. Zahlreiche Celebrities wie **Fiona Swarovski**, **Marianne Sayn-Wittgenstein-Sayn**, **Camilla Habsburg-Lothringen** und der italienische Nobeldesigner **Angelo Galasso** mit der Modelinie von **Flavio Briatore** zierten die pompös inszenierte Eröffnungsfeier mit rund 1.000 Ehrengästen in der Spanischen Hofreitschule, die unter dem Ehrenschutz von Wirtschaftskammer-Präsidentin **Brigitte Jank** stand. In nur vier Tagen wechselten Waren im Wert von 165 Millionen Euro den Besitzer und das mediale Interesse war national wie auch international überwältigend. Allen Skeptikern zum Trotz bewies Wien, dass es das Potential zur internationalen Luxusmetropole hat, die in einem Atemzug mit Städten wie Paris, Mailand, London oder New York genannt wird. Damit war der Grundstein für die Zukunft der LUXURY, please.® gelegt.

Im zweiten Jahr verfeinerte Krispl das Konzept und tourte mit einer Road Show durch Ungarn, Tschechien und die Slowakei, wo er für seine Ausstellung und den Standort Wien warb, um zusätzliche Besucher aus den angrenzenden Nachbarschaften zu lukrieren. Die Rechnung ging auf und Krispl verkündete am 25. November 2007 einen Anstieg der Besucherzahl zum Vorjahr. Von allen Besucherinnen und Besuchern kam rund ein Viertel aus dem Ausland. International waren auch seine Stargäste: der schweizer TV-Star **Tamara Sedmak** moderierte die glanzvolle Eröffnung auf der Feststiege der Wiener Hofburg, zu der unter anderem die italienische Designer-Legende **Paolo Pininfarina**, Design-Shootingstar **Philipp Plein** und der Modemacher **Harald Glöckler** anreisten. In Summe besuchten über 400 nationale und internationale Medienvertreter die Ausstellung und trugen Wiens Ruf als Luxusmetropole in die Welt. Nur eine Woche nach der Ausstellung in Wien eröffnete der Veranstalter den ersten LUXURY SALOON im kroatischen Zagreb und exportierte sein Erfolgskonzept damit erstmals ins Ausland.

Wie gut das Konzept ankommt, beweist auch eine Analyse von Karmasin Marktforschung und dem Österreichischen Gallup Institut, die während der Ausstellung im Jahr 2007 mit einem Sample von 400 Befragten durchgeführt wurde. Über 25 Prozent der Befragten besuchten bereits die Weltpremiere der LUXURY, please.® 2006. Das Durchschnittsalter der Besucher lag zwischen 30 und 55 Jahren (62 Prozent), wobei rund 40 Prozent selbstständig waren und weitere 23 Prozent in leitenden Funktionen tätig waren. In Summe zählten also über 60 Prozent zu den so genannten gehobenen Berufsgruppen. Über 75 Prozent der Besucher verfügten über Matura oder einen Hochschulabschluss. Ein Drittel der Ausstellungsbesucher verfügte über ein monatliches Nettohaushaltseinkommen von über 5.000 Euro. 95 Prozent der Befragten gaben an, dass ihre Erwartungen in jeder Hinsicht erfüllt wurden und zeigten sich mit der Location und dem besonderen Ambiente zufrieden. Ebenso positiv wurden die Auswahl und die Präsentation der Produkte beurteilt. Bei der Bewertung im Schulnotensystem erzielten vor allem Idee (1,70), Atmosphäre (1,73) und die Umsetzung der Veranstaltung Bestnoten. 78 Prozent der Befragten bewerteten die LUXURY, please.® mit den Noten „sehr gut“ und „gut“. 91 Prozent der Besucher waren davon überzeugt, dass die Schau den Titel „Luxusausstellung“ verdient und sogar 95 Prozent wären bereit gewesen, die Ausstellung Freunden und Bekannten weiter zu empfehlen.

Nicht minder positiv war das Echo seitens der 135 Aussteller, die ebenfalls befragt wurden: für 93 Prozent der Befragten erfüllte die LUXURY, please.® ihre Erwartungen zur Gänze und 86 Prozent äußerten sich positiv über Anzahl und Qualität der Besucher. 70 Prozent der Aussteller bewerteten die Ausstellung mit den Bestnoten „sehr gut“ und „gut“.

Mit der diesjährigen LUXURY, please.® möchte Krispl neue Standards setzen und die Ausstellung für weitere Stationen in Zentraleuropa aufbereiten. „Wir haben in den letzten beiden Jahren gesehen, dass das Konzept funktioniert. Jetzt ist es an der Zeit, den unüblichen Weg zu gehen und die LUXURY, please.® künftig auch in anderen zentraleuropäischen Ländern zu zeigen und damit eine neue und länderübergreifende Marketingplattform für das Luxussegment zu schaffen. Das ‚Mutterschiff‘ wird jedoch immer Wien bleiben, wo wir dem Grundsatz treu bleiben: Marken aus aller Welt in Wien und Marken aus Wien in aller Welt“, so Krispl.

LUXURY, please.® // Die Region Piemont als Leading Partner

Piemont – große Vielfalt für Genießer

Zeit zu haben ist heute generell ein Luxus! Zeit zum Reisen haben ein besonderer Luxus! Wer sich diesen Luxus mit einer Reise ins Piemont verschönert wird gleich doppelten Nutzen davon haben. Der Gaumen wird sich in höchstem Maße erfreuen und gleichzeitig gibt es viel Einzigartiges zu sehen und zu erleben.

Bei der LUXURY, please.® in Wien will das Piemont mit dem Besten was es aus Küche und Keller zu bieten hat diesem Ruf gerecht werden. Nach New York, London, Paris und Düsseldorf landen die „Stelle del Piemonte“, eine Spitzenmannschaft piemontesischer Haubenköche, erstmals in Wien bei der LUXURY, please.®

Spätestens seit den Olympischen Winterspielen 2006 in Turin und im Piemont hat sich die nordwestlichste Region Italiens zum wahren Geheimtipp für Italien-Liebhaber und Italien-Kenner entwickelt. Eine rundum Schönheitskur und eine dynamische touristische Entwicklung haben die Hauptstadt Turin und die umliegende Region zu einem der begehrtesten Reiseziele in Italien gemacht.

Bei der LUXURY, please.® wird die Region Piemont erstmals als Leading Partner vertreten sein und den Event als italienische kulinarische Top-Region exklusiv als Luxus Label für Genuss und Kulinarik begleiten.

Das Programm, das die Region Piemont für die LUXURY, please.® geplant hat, beinhaltet die kulinarische Ausrichtung der LUXURY, latenight und eines Abends für die Reise- und Medienbranche, die Organisation eines Spitzenrestaurants im Wintergarten der Hofburg und die Durchführung mehrerer Weinverkostungen, einer Trüffelverkostung sowie mehrerer Show-Cooking-Auftritte während der gesamten Ausstellungsdauer. Eine umfassende Kooperation wurde auch mit dem österreichischen Reisespezialisten für Lifestyle-Reisen „Gulliver’s Lifestyle“ getätigt, der luxuriöse Reiseangebote über seine Büros anbietet.

Ein Spitzenteam von piemontesischen Haubenköchen wird während der gesamten Veranstaltung als kulinarische Intendanz und Akteure zur Verfügung stehen. Das Team der „Stelle del Piemonte“, eine 30-köpfige Mannschaft von Haubenköchen, die sowohl in der traditionellen als auch der avantgardistischen Küche aus wahren Künstlern besteht, hat es sich zum Ziel gesetzt, den Speisen, die sie zubereiten, eine

wirkliche und eigene Sprache zu verleihen, die in der Lage ist, Kulturen, Traditionen, Lebensstile, Geschmäcker und Wissen über die eigene Region zu vermitteln.

Auftritte bei internationalen Events in New York, London, Paris und bei den olympischen Winterspielen 2006 in Turin haben die Köche bereits weit über die Grenzen des Piemonts hinaus bekannt gemacht. Sie gelten somit als Botschafter für die Region Piemont, für die die Önologastronomie eine der Hauptattraktionen bei vielen Besuchern aus der ganzen Welt darstellt.

„Nachdem wir 2007 bei der LUXURY, please.® schon erfolgreich als Reisedestination vertreten waren wollen wir heuer mit unserem Auftritt dem Event sozusagen die kulinarische Krone aufsetzen. Die ‚Stelle del Piemonte‘, eine Auswahl der besten Barolo-Winzer der Region und der weiße Trüffel aus Alba sind die Zutaten für ein kulinarisches Highlight, das es in dieser Konstellation nur auf der LUXURY, please.® zu erleben geben wird. Uns im Umfeld von internationalen Luxusbrands zu präsentieren, ist eine Strategie, die perfekt zu unserem touristischen Hauptangebot ‚Genuß und Kulinarik‘ passt. Wir wollen uns bei den Wienern und dem österreichischen Publikum regelrecht über den Gaumen einschmeicheln. Mit unseren Spitzenweinen und typischen Produkten wie Reis, Trüffel und Käse liegen wir als Feinschmeckerparadies unter den ersten drei Regionen Italiens. Unsere Küche, die Landschaften am Lago Maggiore oder in den Langhe/Monferrato und unser Kunst- und Kulturangebot in Turin oder den historischen Zentren sind die perfekte Komposition für Menschen, die den Luxus, Zeit zu haben, mit exklusiven Erlebnissen genießen wollen“, so **Mario Baier**, Leiter von Piemont Tourismus in Turin.

Ob in Turin, am Lago Maggiore oder in den Weinbergen um Alba - das Piemont ist kein Massenziel sondern Urlaubsziel erster Klasse und Qualität, das mit einer Vielfalt für echte Genießer der schönen Künste, der Kultur und Natur mit einem ausgeprägtem Hang zu kulinarischer Spitzenqualität aufwartet. So zumindest versteht sich die Region selbst, die wirtschaftlich und in vielen anderen Bereichen eine Vorreiterrolle in Italien einnimmt. Turin, das 1861 zur ersten Hauptstadt Italiens ernannt wurde, ist heute, fast 150 Jahre danach, erneut zu einer Hauptstadt gekürt worden: zur Welthauptstadt des Designs.

„WORLD DESIGN CAPITAL“ lautet der Titel und die Auszeichnung, die Turin vom internationalen Dachverband der weltweiten Designorganisationen für 2008 verliehen wurde. Er stellt die gesamte Region ein Jahr lang mit zahlreichen Events in den Mittelpunkt des Schaffens der weltbesten Designer und Architekten. Borsalino, Zegna, Loro Piana, Alessi, Pininfarina, Bertone, Martini & Rossi sind nur einige der berühmten Namen des „Made in Italy“, das in Turin und im Piemont seinen Ursprung hat.

Weitere Infos: www.torinopiemonte.com

LUXURY, please.® // Gulliver's Lifestyle als Leading Partner

Gulliver's Lifestyle mit 570 Quadratmeter großer Travel Lounge

FACTS & FIGURES

Gulliver's Lifestyle - The Travel and Lifestyle Company wurde 1987 gegründet und ist eines der größten Reiseunternehmen Österreichs in privater Hand.

Geschäftsführer und Eigentümer: Carla und Helmut Maurerbauer.

25 Niederlassungen in ganz Österreich sowie die Umsetzung von exklusiven Luxus- und Lifestyle Reiseprodukten sind sicherlich einzigartig.

PRODUKT

Gulliver's Lifestyle gilt als „der“ führende heimische Anbieter für Luxusreisen!

Das Motto: „Reisen nach Maß“ im Premium-Reisesegment wird im Sinne anspruchsvoller Kunden bereits seit Jahren mit höchstem Einsatz und großem Know-how umgesetzt.

Direktverträge mit den wichtigsten Hotelketten im Luxussegment sowie spezialisierte Partner in aller Welt garantieren Gulliver's Lifestyle-Kunden eine außerordentliche Betreuung in den exklusivsten Hideaways, modernsten Designhotels oder großzügigen Landmarks im Rahmen einer individuell gestalteten Reise. Bedingt durch die Erfahrung bei vielen Gourmetreisen sind Top-Restaurantempfehlungen und -reservierungen beziehungsweise auch außergewöhnliche Eventempfehlungen das Tagesgeschäft von Gulliver's Lifestyle.

Als Reiseveranstalter ist Gulliver's Lifestyle mit eigenen Jahreskatalogen und Spezialfoldern im Deluxe-Bereich am Reisemarkt. Hier finden sich die besten Hotels des Orients, Afrikas, Südostasiens, des Indischen Ozeans, sowie der Südsee, USA und Karibik. In einem eigenen Design- & Ambiente-Katalog sind trendige und charmante Boutiquehotels rund um den Globus zusammengefasst.

Im Kreuzfahrten-Kompetenz-Center im Palais Esterházy (1010 Wien, Ecke Kohlmarkt/Wallnerstraße 4) beraten Kreuzfahrtenexperten persönlich Gäste, die dem neuen Mainstreamprodukt Kreuzfahrten auf Deluxe-Niveau kennenlernen wollen.

Online können über 20.000 Kreuzfahrten bei gullivers.at gebucht werden. Ebenfalls ein absolutes Novum am österreichischen Reisemarkt !

Vor allem dieses spezielle Angebot an Deluxe-Schifffahrtsmarken ist einzigartig in Österreich !

LUXURY, please.®

Seit Beginn der Luxusausstellung exklusiver Partner am Reisesegment, freut sich Gulliver's Lifestyle auf einer Gesamtfläche von 570 Quadratmetern im Zeremoniensaal der Wiener Hofburg die Gulliver's Lifestyle Travel Lounge zu präsentieren.

Dubai wurde als offizielles Gastland für die diesjährige LUXURY, please.® gewonnen – die Reisedestination

für Luxus und Lifestyle par excellence !

Besonders stolz ist Gulliver's Lifestyle, dass 25 weitere exklusive Reisepartner für die Gulliver's Reiselounge gewonnen werden konnten.

Ein Märchen aus 1001 Nacht

Gulliver's Lifestyle, das noble Emirat Dubai und herausragende weitere Luxuspartner verwandeln Teile der Wiener Hofburg in ein exotisches Reiseparadies:

- AIR MAURITIUS
- CARNIVAL CRUISES
- CAPSIS HOTELS & RESORTS
- COUSINE ISLAND
- EMIRATES
- FREGATE ISLAND
- GRIECHISCHE ZENTRALE FÜR FREMDENVERKEHR
- HELIOS HOTELS & RESORTS
- INTERALPEN-HOTEL TYROL
- KANUHURA
- LE TOUESSROK
- MANDARIN ORIENTAL
- ORIENT EXPRESS HOTELS
- PIEMONTE TOURISMUS
- REGENT CRUISES
- RIXOS HOTELS
- SANCTUARY VILLAS
- SEA CLOUD CRUISES
- SILVER SEA CRUISES



- SIX SENSES RESORTS & SPAS

- STAR CLIPPERS

- THE CAP ESTEL

Gulliver's Lifestyle Partner:

- ARTIFICIUM

- KANEBO

Weitere Informationen unter www.gullivers.at.

LUXURY, please.® // Das Architekturkonzept

Internationales Architektenteam SEHW inszeniert

LUXURY, please.®

Für die architektonische Inszenierung stellt sich erstmalig das international renommierte Architektenteam von SEHW mit Büros in Berlin, Wien und Hamburg zur Verfügung, welches derzeit unter anderem das futuristische Hochhaus Triple 7 in New York, den Polaris Ski- und Aquadome in Berlin oder das Ministerium des Innern in Potsdam plant. Für die LUXURY, please.® entwickelten sie ein avantgardistisches Architekturkonzept, in dem die einzelnen Erlebniswelten ideal zur Geltung kommen.

Ein besonderes Highlight wird der Luxury Living Loft-Bereich. Dieser bildet zusammen mit dem Zen-Garten und der Eingangshalle den Ausstellungsschwerpunkt im Parterre der Hofburg. Mobilität, Wohnen und Natur sind dabei als lose thematische Abfolge miteinander verbunden. Das Entree empfängt seine Gäste in einem schwarzen Raum, welchem punktuelle Lichter den Glanz einer Schatzkammer verleihen. Die Besucher erhalten erste Informationen zur LUXURY, please.® und werden auf die Ausstellung eingestimmt.

Im Erdgeschoss bildet die Eingangshalle mit dem Living Loft-Bereich und dem Zen-Garten eine thematische Abfolge, die den Ausstellungsschwerpunkt im Erdgeschoss darstellt.

Drei loftartige Einbauten bilden die Räumlichkeiten des Luxury Living Loft und thematisieren unterschiedliche Interpretationen von Luxus. Gezielte Durch- und Ausblicke zu den Räumen der Hofburg werden inszeniert und

vermitteln zwischen Neu und Alt. Im Zen-Garten sind Wellness-Oasen in eine inszenierte Natur eingestellt.

Installationen von Farbe, Wasser und Ton schaffen eine sinnliche Atmosphäre von Genuss und Entspannung.

LUXURY, please.® // Der offizielle Ausstatter

Kleidermanufaktur Habsburg kleidet LUXURY, please.®

ein

Schon seit der Gründung der Kleidermanufaktur Habsburg durch **Alfons Schneider** im Jahr 1992 war die Philosophie des Unternehmens vom Gedanken bestimmt, mit der nobelsten und luxuriösesten Jagd- und Gesellschaftsgarderobe das Leben der Kunden zu veredeln.

Der Noblesse und der Liebe zum Detail zugetan, bestechen hochwertige Materialien und edelste Verarbeitung an jedem Stück. Tradition wird nicht als die Anbetung der Asche, sondern als Bewahrung des Feuers angesehen. Denn nur eine elegante Welt der Gegensätze verwandelt Qualität in Stil.

Eine Welt, wie sie die Kleidermanufaktur Habsburg in jeder ihrer Kollektionen neu aufleben lässt – sei es für einen stilechten Auftritt im Alltag oder für ganz besondere Anlässe in anregender Gesellschaft.

Die Kleidermanufaktur Habsburg, die gerade erfolgreich nach Russland und in Zukunft in weitere Staaten Osteuropas expandiert, fungiert heuer erstmalig als offizieller Ausstatter der LUXURY, please.® und wird die Hostessen mit trachtig-modischen Hirschblusen und auffälligen Lodensakkos (Modell „Anna Eugenie“) in einem kräftigen Violett mit grüner Paspel aus der aktuellen Herbst/Winterkollektion, die zu Jeans getragen werden, ausstatten. Die Herren tragen lilafarbene Samtsakkos (Modell „Leopold“). Für die Herbst- und Winterkollektion konnten **Elisabeth-Sophie Prinzessin von Sachsen Weimar Eisenach, Herzogin zu Sachsen, Baronin Halina von Kempiski-Behrendt** und **Sophie Charlotte Prinzessin zu Solms-Hohensolms-Lich** als Models gewonnen werden, die von Starfotografin **Elfi Semotan** und Werbeguru **Franz Merliczek** für das Fotoshooting im Schloss Schönbrunn gekonnt in Szene gesetzt wurden.

Das Styling der Hostessen vereint Elemente österreichischer Tradition mit modischen Elementen und ist Ausdruck eines gehobenen Country-Lifestyles. „Die LUXURY, please.® stellt im Zuge unserer Osteuropa-Expansion eine spannende Möglichkeit dar, unsere Markenbekanntheit auf diesen Exportmärkten weiter zu verstärken“, sagt Sales Managerin **Katharina Schneider**.

Weitere Informationen: www.habsburg.co.at

LUXURY, please.® // WIEN PRODUCTS

WIEN PRODUCTS – Marken aus Wien in aller Welt

WIEN PRODUCTS ist ein Projekt der Wirtschaftskammer Wien, welches 1995 mit dem Ziel, ausgewählte Wiener Konsumgüterhersteller in ihren Exportaktivitäten zu unterstützen, gegründet wurde. Die derzeit 51 WIEN PRODUCTS Betriebe stehen für höchste Produktqualität, exzellenten Service sowie das Bestreben den einzigartigen Flair und die Ästhetik Wiens in ihre Erzeugnisse einfließen zu lassen.

Die WIEN PRODUCTS Mitgliedsunternehmen BACKHAUSEN, BÖSENDORFER, JAROSINSKI & VAUGOIN, KIEBACK, SCHAU SCHAU, WIENWEIN, WOKA und ZUR SCHWÄBISCHEN JUNGFRAU nutzen vom 21. bis 23. November 2008 die Gelegenheit, ihre exklusiven Kreationen, Marken und Dienstleistungen im internationalen Umfeld der LUXURY, please.® zu präsentieren.

Die WIEN PRODUCTS Gemeinschaftspräsentation, in der Hofburg Galerie im 1. Stock, bildet dabei den passenden Rahmen, um im imperialen Ambiente zu zeigen, dass Wiener Unternehmen international Trends setzen.

Folgende Unternehmen sind Aussteller der WIEN PRODUCTS Gemeinschaftspräsentation auf der LUXURY, please.® 2008, in der Hofburg Galerie im 1. Stock:

BACKHAUSEN interior textiles

Das österreichische Traditionsunternehmen Backhausen interior textiles beschäftigt sich seit seiner Gründung im Jahre 1849 mit der Entwicklung und Produktion von hochwertigen Möbel- und Dekorstoffen. Um die Jahrhundertwende war die Firma einer der wichtigsten Lieferanten an die Wiener Werkstätte, mit deren Hauptprotagonisten – wie Josef Hoffmann und Kolo Moser – sie viele Jahre eng zusammenarbeitete. Auch heute noch fühlt sich Backhausen stark der zeitgenössischen Kunst als Partner und Förderer verpflichtet und setzt laufend Dessins zeitgenössischer Künstler um.

BACKHAUSEN interior textiles GmbH

Hr. Ing. Reinhard Backhausen

Schwarzenbergplatz 10

1010 Wien

Tel +43 1 514 04-41

www.backhausen.com

BÖSENDORFER

Bösendorfer, die traditionsreichste Klaviermanufaktur der Welt, wurde 1828 zu einer Zeit gegründet, als Wien bereits als Zentrum musikalischer Kultur und Stadt der Klaviermusik etabliert war. Der berührende Klang, erstklassige Materialien und die überaus sorgfältige Verarbeitung zeichnen auch heute jeden einzelnen Bösendorfer aus. Handarbeit ermöglicht extreme Detailgenauigkeit und höchstmögliche Qualität. Erleben kann man diese Wiener Klangkultur im Bösendorfer Stadtsalon im Gebäude des Wiener Musikvereins.

L. BÖSENDORFER Klavierfabrik GmbH

Hr. Rupert Löschnauer

Bösendorferstraße 12

1010 Wien

Tel +43 1 5046651-34

www.boesendorfer.com

KIEBACK

Vom Graveur Philip Türk 1904 gegründet, präsentiert KIEBACK heute eine Schmuckkollektion, die einen Bogen von der Klassik bis zur Moderne spannt. Der Design- und Art Déco-Schmuck wird nicht gegossen, sondern mit Originalwerkzeugen von Meisterhand liebevoll gefertigt. Die eleganten Schmuckstücke mit Motiven des Jugendstilmalers Gustav Klimt werden als einzigartige Kleinode in limitierter Auflage gefertigt. Die „Hygieia“ aus dem Fries „Die Medizin“ fasziniert ebenso wie die Kreationen „Der Kuss“, „Judith“ oder „Mutterliebe“. Design von Kieback Wien ist ein Synonym für die erfolgreiche Symbiose aus modischem Design und klassischem Stil.

KIEBACK Wien

Hr. Jürgen Kieback

Thaliastraße 4

1160 Wien

Tel +43 1 402 63 88

www.wienproducts.at

SCHAU SCHAU

Für Schau Schau Brillen ist gut sehen unzertrennlich mit gut aussehen verbunden. Denn kaum ein Gegenstand prägt die Persönlichkeit so stark wie eine Brille. Für Optikermeister und Brillenmacher Peter Th. Kozich ist jede Brille ein Kunstwerk, das die unverkennbare Handschrift seines Schöpfers trägt. Schau Schau Brillen werden heute in vielen Metropolen der Welt angeboten und von vielen Persönlichkeiten aus Kunst, Wirtschaft und Politik getragen.

SCHAU SCHAU Brillen

Hr. KommR Peter Kozich

Rotenturmstraße 11

1010 Wien

Tel +43 1 533 45 84

www.schau-schau.at

WIENWEIN

Dass die Spitzenweine Wiens so erfolgreich sind wie noch nie, ist natürlich kein Zufall. Vielmehr ist es die langjährige Arbeit einer Gruppe von jungen, engagierten Winzern, die dafür sorgt, dass Wien heute mit großartigen Weinqualitäten auch international reüssiert. Rainer Christ aus Jedlersdorf, Michael Edlmoser aus Mauer, Fritz Wieninger aus Stammersdorf und Richard Zahel aus Mauer haben Anfang 2006 die Gruppe WienWein gegründet. Was die WienWein-Winzer verbindet, ist Enthusiasmus, bedingungslose Konzentration auf Qualität, viel Verständnis für die eigenen Wurzeln, verbunden mit dem Mut zum gelegentlichen Bruch von Traditionen. Und vor allen Dingen: die Freude am gemeinsamen Tun. Ihr Ziel: neue Qualitätsstandards für den Wiener Wein zu setzen und seinen einzigartigen Charakter auch international manifest zu machen.

WienWein

www.wienwein.net

Weingut Rainer Christ

Amtsstraße 10-14

1210 Jedlersdorf

Tel +43 1 292 51 52

www.weingut-christ.at

Weingut Edlmoser

Maurer Langegasse 123

1230 Wien

Tel +43-1-889 86 80

www.edlmoser.com

Weingut Wieninger

Stammersdorfer Straße 80

1210 Wien

Tel +43 1 290 10 12

www.wieninger.at

Weingut Zahel

Maurer Hauptplatz 9

1230 Wien

Tel +43-1-889 13 18

www.zahel.at

WOKA

Woka steht für zeitloses Leuchtendesign. Bekannt für die Reproduktion von Klassikern aus der Zeit der Wiener Werkstätte und zu Beginn der Moderne, arbeitet die Firma heute mit renommierten Architekten und Designern zusammen. Die Produktpalette vergrößert sich ständig durch weltweite Kooperationen mit der heutigen Avantgarde von Designern. Wolfgang Karolinsky, Gründer und Inhaber von Woka, wählt diese selbst sorgfältig aus. Besonders nennenswert ist die Produktion, welche noch in reiner Handarbeit passiert, wodurch noch ein Stück von Geschichte und Tradition in Wien weitergetragen wird.

WOKA Lamps Vienna
Hr. Wolfgang Karolinsky
Singerstraße 16
1010 Wien
Tel +43 1 513 29 12
www.woka.com

JAROSINSKI & VAUGOIN

Seit 160 Jahren werden kostbare Bestecke, Tafel-, Schmuck- und Kunstgegenstände aus Silber gefertigt. Die Formenvielfalt der mehr als 200 verschiedenen Besteckmuster ist schier unerschöpflich. Nachbildungen berühmter Kunstwerke, wie etwa Cellinis SALIERA, sind ebenso erhältlich wie Repräsentationsgeschenke für offizielle Anlässe. Durch die manuelle Fertigung können individuelle Wünsche und spezielle Designs von Kunden erfüllt werden. Der Name Jarosinski & Vaugoin steht für erstklassige Handwerkskunst und exquisites Silberdesign.

JAROSINSKI & VAUGOIN, Die Silberschmiede
Hr. Jean-Paul Vaugoin
Zieglergasse 24
1070 Wien
Tel +43 1 523 33 88
www.vaugoin.com

ZUR SCHWÄBISCHEN JUNGFRAU

Seit 1720 ist das Wäscheausstattungshaus Zur Schwäbischen Jungfrau ein Begriff für erlesene Tisch-, Bett- und Frottewäsche. Hochwertige Qualität und bestes Service auch vor Ort war schon immer die Philosophie des Hauses. Um den Kunden aus nah und fern Luxus pur anbieten zu können, wurde dem Verkaufsgeschäft ein eigenes Atelier angegliedert. Dadurch ist es möglich, Wünsche wie spezielle Designs, alle Maßenfertigungen aus besonders hochwertigen Materialien sowie Stickerei und Monogramme nach eigenen Entwürfen zu verwirklichen.

ZUR SCHWÄBISCHEN JUNGFRAU

Fr. KommR Johanna Vanicek

Graben 26

1010 Wien

Tel +43 1 535 53 56

www.schwaebische-jungfrau.at

Nähere Informationen zu WIEN PRODUCTS erhalten Sie im Internet unter www.wienproducts.at oder im WIEN PRODUCTS Service Center unter der Telefonnummer +43 1 514 50 1517.

Rückfragen:

Wirtschaftskammer Wien

WIEN PRODUCTS

Leiter: Thomas BOHUSLAV

Telefon: 514 50 DW 1456

e-mail: thomas.bohuslav@wkw.at

www.wienproducts.at

LUXURY, please.® // Zitate

Stimmen zum Luxus

„Das Überflüssige ist das zutiefst Notwendige, weil es der Wunsch der Freiheit ist.“

Ernst Wilhelm Eschmann, Schriftsteller und Philosoph

„Luxus bedeutet Zeitlosigkeit, die über die Mode hinausgeht.“

Giorgio Armani, Designer

„Das Durchschnittliche gibt der Welt ihren Bestand, das Außergewöhnliche ihren Wert.“

Oscar Wilde, Schriftsteller

„An Geld denke ich nur, wenn ich keins mehr habe. Zu vergessen, dass es existiert, ist mein größter Luxus.“

Sir Peter Ustinov, Schriftsteller

„Lebenskunst ist nicht zuletzt die Fähigkeit, auf etwas Notwendiges zu verzichten, um sich etwas Überflüssiges zu leisten.“

Vittorio de Sica, Schauspieler und Filmregisseur

„Manche Dinge sind im Leben nicht unbedingt notwendig, sondern Luxus. Dennoch ist ein bisschen Luxus hier und da im Leben absolut notwendig.“

Willy Meurer, Publizist

„Luxus definiert sich heute als Abheben vom Alltag,“

Sophie Karmasin, Meinungsforscherin

„Luxus ist das nicht das Gegenteil von Armut, sondern das Gegenteil von Gewöhnlichkeit.“

Coco Chanel, Designerin