



DDSG Blue Danube



PRESSESPIEGEL

DDSG BLUE DANUBE

Zeitraum

KW 42

16.10. – 22.10.23

Medium: Heute
Datum: 16.10.23

Donauschiffe sind äußerst beliebt Stadtrat Hanke begrüßte 300.000ste Passagierin

Die Schiffe der DDSG Blue Danube verzeichnen heuer eine Rekordauslastung. Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke (SPÖ, I.) und der DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer Wolfgang Fischer überreichten Ines Paller (M.) eine Jahreskarte 



Medium: Österreich
Datum: 16.10.23

DDSG schippert heuer auf einem neuen Rekordkurs

Schon 300.000 Passagiere an Bord begrüßt



StR Hanke, Jubiläumsfahrgast Paller und Fischer (DDSG).

Wien. Volle Kraft voraus bei der DDSG Blue Danube! Die sieben Schiffe umfassende Flotte verzeichnet heuer eine Rekordauslastung. In einem durchschnittlichen Jahr werden rund 300.000 Passagiere an Bord der Schiffe in Wien und der Wachau sowohl im regulären Linienverkehr als auch bei außergewöhnlichen Themenfahrten sowie im Char-

terbetrieb begrüßt. Schon Mitte der Vorwoche konnte in diesem Jahr Stadtrat Peter Hanke mit Ines Paller aus Wien die 300.000ste Passagierin dieses Jahres begrüßen. Sie legte mit der knapp 30 Meter langen MS Blue Danube zur City Cruise ab.

Wolfgang Fischer und Wolfgang Hanreich von der DDSG überreichten ihr eine Jahreskarte.

Medium: brandaktuell.at

Datum: 22.10.23

Superbrands zeichnet DDSG Blue Danube als beispielgebende Marke aus

Bereits zum zehnten Mal zeichnet die internationale Organisation Superbrands die führenden Marken des Landes aus. Erstmals darf sich die DDSG Blue Danube über die Würdigung freuen, die ein herausragendes Markenimage sowie eine führende Position innerhalb der Branche auszeichnet. Superbrands, 1994 in Großbritannien gegründet, zeichnet in 90 Ländern die besten und stärksten Marken aus und kürzt seit 2013 profilierte Marken in Österreich.

„Die DDSG Blue Danube ist ein wichtiger Faktor der touristischen Wertschöpfung in Wien und ein anerkannter nautischer Leitbetrieb. Das Traditionsunternehmen ist mit seiner Digitaloffensive ein Innovationstreiber und spricht erfolgreiche neue und junge Zielgruppen an. Die Marke steht für nautische Tradition, hohe Dienstleistungsorientierung und Professionalität. Das positive Markenimage wird durch den kompetenten und gastfreundlichen Einsatz der Besatzungen gefördert“, begründet **András Wiszki** CEO von Superbrands Austria, die Auszeichnung.

„Die DDSG Blue Danube blickt auf eine über 190-jährige Geschichte zurück und ist fest in der Region Wien und Niederösterreich verankert. Es erfüllt uns mit Stolz und ist ein Kompliment für unsere gesamte Crew, dass das internationale Superbrands-Programm die DDSG Blue Danube für ihre hohe Markenbekanntheit und exzellente Reputation über die Grenzen des Landes hinaus auszeichnet“, so DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Hanreich**.

„Diese Anerkennung bestätigt unseren Digitalisierungskurs, mit dem wir die Sichtbarkeit der Marke signifikant erhöhen und Richtung Zukunft steuern“, freut sich DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Fischer**.

Transparentes Auswahlverfahren zeichnet die besten Marken aus

Die erste Vorauswahl für die besten Marken wird hierzulande von Bisnode D&B beziehungsweise dem Marktforschungsinstitut GfK getroffen. In einem zweiten Schritt wählen Konsumenten die nominierten Marken in einer nationalen Umfrage. Die finale Entscheidung trifft das hochkarätig besetzte Brand Council. Ihm gehören unter anderem **Tobias Schediwy** (GfK) als Präsident, **Reinhard Schwarzinger** (Creativ Club Austria), **Günter Thumser** (Markenartikelverband), **Ulf Schöttl** (Retro Novatives), **Barbara Rauchwarter** (Austria Presse Agentur), **Norbert Lux** (Green Brands), **Christian Strasser** (Retale Marketing), **Gergely Teglas** (Universität Wien), **Martin Biedermann** (ORF), **Michael Himmer** (Group M), **Christian Schölnhammer** (Brand+) oder **Sandra Preiss** (Limbio Group) an.

Die DDSG Blue Danube steht zu je 50 Prozent im Eigentum der Wien Holding und des VERKEHR/SBUEROS und ist ein staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb und Wiener Top-Lehrbetrieb. Weitere Informationen auf ddsg-blue-danube.at.

Medium: prnet.at
Datum: 22.10.23

Superbrands zeichnet DDSG Blue Danube als beispielgebende Marke aus

Superbrands zeichnet DDSG Blue Danube als beispielgebende Marke aus

ÖSTERREICHS GRÖSSTES UND TRADITIONSREICHSTES BINNENSCHIFFFAHRTSUNTERNEHMEN WIRD VON INTERNATIONALEM PROGRAMM FÜR HERAUSRAGENDE MARKENQUALITÄT AUSGEZEICHNET.

Wien (OTS) - Bereits zum zehnten Mal zeichnet die internationale Organisation Superbrands die führenden Marken des Landes aus. Erstmals darf sich die DDSG Blue Danube über die Würdigung freuen, die ein herausragendes Markenimage sowie eine führende Position innerhalb der Branche auszeichnet. Superbrands, 1994 in Großbritannien gegründet, zeichnet in 90 Ländern die besten und stärksten Marken aus und kürt seit 2013 profilierte Marken in Österreich.

„Die DDSG Blue Danube ist ein wichtiger Faktor der touristischen Wertschöpfung in Wien und ein anerkannter nautischer Leitbetrieb. Das Traditionsunternehmen ist mit seiner Digitaloffensive ein Innovationstreiber und spricht erfolgreiche neue und junge Zielgruppen an. Die Marke steht für nautische Tradition, hohe Dienstleistungsorientierung und Professionalität. Das positive Markenimage wird durch den kompetenten und gastfreundlichen Einsatz der Besatzungen gefördert“, begründet **András Wiszkidenszky**, CEO von Superbrands Austria, die Auszeichnung.

„Die DDSG Blue Danube blickt auf eine über 190-jährige Geschichte zurück und ist fest in der Region Wien und Niederösterreich verankert. Es erfüllt uns mit Stolz und ist ein Kompliment für unsere gesamte Crew, dass das internationale Superbrands-Programm die DDSG Blue Danube für ihre hohe Markenbekanntheit und exzellente Reputation über die Grenzen des Landes hinaus auszeichnet“, so DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Hanreich**.

„Diese Anerkennung bestätigt unseren Digitalisierungskurs, mit dem wir die Sichtbarkeit der Marke signifikant erhöhen und Richtung Zukunft steuern“, freut sich DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Fischer**.

TRANSPARENTES AUSWAHLVERFAHREN ZEICHNET DIE BESTEN MARKEN AUS

Die erste Vorauswahl für die besten Marken wird hierzulande von Bisnode D&B beziehungsweise dem Marktforschungsinstitut GfK getroffen. In einem zweiten Schritt wählen Konsumenten die nominierten Marken in einer nationalen Umfrage. Die finale Entscheidung trifft das hochkarätig besetzte Brand Council. Ihm gehören unter anderem **Tobias Schediwy** (GfK) als Präsident, **Reinhard Schwarzinger** (Creativ Club Austria), **Günter Thumser** (Markenartikelverband), **Ulf Schöttl** (Retro Novatives), **Barbara Rauchwarter** (Austria Presse Agentur), **Norbert Lux** (Green Brands), **Christian Strasser** (Retail Marketing), **Gergely Teglas** (Universität Wien), **Martin Biedermann** (ORF), **Michael Himmer** (Group M), **Christian Schölnhammer** (Brand+) oder **Sandra Preiss** (Limbo Group) an.

Die DDSG Blue Danube steht zu je 50 Prozent im Eigentum der Wien Holding und des VERKEHRBUEROS und ist ein staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb und Wiener Top-Lehrbetrieb. Weitere Informationen auf ddsg-blue-danube.at.

Medium: tourismuspresse.at

Datum: 22.10.23



DDSG Blue Danube

Superbrands zeichnet DDSG Blue Danube als beispielgebende Marke aus

Österreichs größtes und traditionsreichstes Binnenschiffahrtsunternehmen wird von internationalem Programm für herausragende Markenqualität ausgezeichnet.

„Die DDSG Blue Danube ist ein wichtiger Faktor der touristischen Wertschöpfung in Wien und ein anerkannter nautischer Leitbetrieb. Das Traditionsunternehmen ist mit seiner Digitaloffensive ein Innovationstreiber und spricht erfolgreiche neue und junge Zielgruppen an. Die Marke steht für nautische Tradition, hohe Dienstleistungsorientierung und Professionalität. Das positive Markenimage wird durch den kompetenten und gastfreundlichen Einsatz der Besatzungen gefördert“

András Wiszkidenszky, CEO, Superbrands Austria

1/3

„Die DDSG Blue Danube blickt auf eine über 190-jährige Geschichte zurück und ist fest in der Region Wien und Niederösterreich verankert. Es erfüllt uns mit Stolz und ist ein Kompliment für unsere gesamte Crew, dass das internationale Superbrands-Programm die DDSG Blue Danube für ihre hohe Markenbekanntheit und exzellente Reputation über die Grenzen des Landes hinaus auszeichnet“

Wolfgang Hanreich, Geschäftsführer, DDSG Blue Danube

2/3

Wien (OTS)- Bereits zum zehnten Mal zeichnet die internationale Organisation Superbrands die führenden Marken des Landes aus. Erstmals darf sich die DDSG Blue Danube über die Würdigung freuen, die ein herausragendes Markenimage sowie eine führende Position innerhalb der Branche auszeichnet. Superbrands, 1994 in Großbritannien gegründet, zeichnet in 90 Ländern die besten und stärksten Marken aus und kürt seit 2013 profilierte Marken in Österreich.

„Die DDSG Blue Danube ist ein wichtiger Faktor der touristischen Wertschöpfung in Wien und ein anerkannter nautischer Leitbetrieb. Das Traditionsunternehmen ist mit seiner Digitaloffensive ein Innovationstreiber und spricht erfolgreiche neue und junge Zielgruppen an. Die Marke steht für nautische Tradition, hohe Dienstleistungsorientierung und Professionalität. Das positive Markenimage wird durch den kompetenten und gastfreundlichen Einsatz der Besatzungen gefördert“, begründet **András Wiszkidenszky**, CEO von Superbrands Austria, die Auszeichnung.

„Die DDSG Blue Danube blickt auf eine über 190-jährige Geschichte zurück und ist fest in der Region Wien und Niederösterreich verankert. Es erfüllt uns mit Stolz und ist ein Kompliment für unsere gesamte Crew, dass das internationale Superbrands-Programm die DDSG Blue Danube für ihre hohe Markenbekanntheit und exzellente Reputation über die Grenzen des Landes hinaus auszeichnet“, so DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Hanreich**.

„Diese Anerkennung bestätigt unseren Digitalisierungskurs, mit dem wir die Sichtbarkeit der Marke signifikant erhöhen und Richtung Zukunft steuern“, freut sich DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Fischer**.

„Diese Anerkennung bestätigt unseren Digitalisierungskurs, mit dem wir die Sichtbarkeit der Marke signifikant erhöhen und Richtung Zukunft steuern“

Wolfgang Fischer, Geschäftsführer, DDSG Blue Danube

3/3

Transparentes Auswahlverfahren zeichnet die besten Marken aus

Die erste Vorauswahl für die besten Marken wird hierzulande von Bisnode D&B beziehungsweise dem Marktforschungsinstitut GfK getroffen. In einem zweiten Schritt wählen Konsumenten die nominierten Marken in einer nationalen Umfrage. Die finale Entscheidung trifft das hochkarätig besetzte Brand Council. Ihm gehören unter anderem **Tobias Schedivny** (GfK) als Präsident, **Reinhard Schwarzingler** (Creativ Club Austria), **Günter Thumser** (Markenartikelverband), **Ulf Schöttl** (Retro Novatives), **Barbara Rauchwarter** (Austria Presse Agentur), **Norbert Lux** (Green Brands), **Christian Strasser** (Retail Marketing), **Gergely Teglasz** (Universität Wien), **Martin Biedermann** (ORF), **Michael Himmer** (Group M), **Christian Schönhammer** (Brand+) oder **Sandra Preiss** (Limbo Group) an.

Die DDSG Blue Danube steht zu je 50 Prozent im Eigentum der Wien Holding und des VERKEHRBUEROS und ist ein staatlich ausgezeichnete Ausbildungsbetrieb und Wiener Top-Lehrbetrieb. Weitere Informationen auf [ddsg-blue-danube.at](https://www.ddsg-blue-danube.at).

Medium: medianet.at

Datum: 19.10.23

Redaktion

19.10.2023

Ursula Bauer-Gabritsch setzt neuen Kommunikationskurs der DDSG Blue Danube

Als Head of Communications verantwortet die Tourismus- und Kommunikationsexpertin die Marketingagenden von Österreichs größtem und traditionsreichsten Binnenschiffahrtsunternehmen.



WIEN. Mit Ursula Bauer-Gabritsch beruft die DDSG Blue Danube eine ausgewiesene Tourismusexpertin zur Head of Communications, die über 30 Jahre einschlägige Berufserfahrung und Digital- sowie Kommunikationskompetenz in ihre neue Aufgabe mitbringt. Zuletzt war sie in gleicher Funktion für Vienna Sightseeing Tours und Salzburg Sightseeing Tours tätig. In ihrer neuen Position berichtet sie direkt an die Geschäftsführer von Österreichs größtem Binnenschiffahrtsunternehmen mit einer Flotte von sieben Schiffen in Wien und Niederösterreich, Wolfgang Fischer und Wolfgang Hanreich. Bauer-Gabritsch wird die Digitalisierungsinitiative im Kommunikationsbereich vorantreiben und neue Akzente durch innovative Kooperationen setzen. Zu ihren primären Vorhaben zählt die Implementierung digitaler Marketingstrategien, mit denen sie ein jüngeres Publikum ansprechen und neue Kundenschichten für die DDSG Blue Danube erschließen wird. Erst kürzlich realisierte Bauer-Gabritsch Kooperationen mit dem Erste Bank Vienna Night Run, dem ÖAMTC und dem neuen Superstreamer „Joyn“ von ProSiebenSat.1 PULS 4.

„Ursula Bauer-Gabritsch ist eine profunde Kennerin der österreichischen Tourismuslandschaft und erfahrene Marketingexpertin. Durch ihre berufliche Laufbahn ist sie eng mit Wien und Niederösterreich verbunden. Mit ihrem Digital-Know-how wird sie die Effektivität der Marketingmaßnahmen der DDSG Blue Danube weiter steigern und zukunftsorientiert sowie innovativ ausrichten“, betont DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer Wolfgang Fischer.

„Mit neuen Partnerschaften und smarten Digitalstrategien wird die DDSG Blue Danube im touristischen Angebot Wiens noch sichtbarer werden und zusätzliche Incoming-Segmente wie den Kongress- und Veranstaltungstourismus ansprechen. Ein weiterer Fokus liegt auf der Implementierung zusätzlicher Booking-Plattformen, um Individualreisende an Bord der sieben Schiffe zu begrüßen“, ergänzt DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer Wolfgang Hanreich.

„Die DDSG Blue Danube ist ein wesentlicher Faktor der touristischen Wertschöpfung und steuert einem Rekordjahr entgegen. In der Kommunikation richten wir den Kurs auf die digitale Zukunft aus. Mit neuen Kooperationen werden wir die

hohe Markenbekanntheit weiter steigern und das Angebot der DDSG Blue Danube sowohl für internationale Gäste als auch das lokale Publikum in Wien und Niederösterreich noch sichtbarer machen. Die Digitaloffensive ist bereits vom Stapel gelaufen – jetzt geben wir volle Kraft voraus!“, kommentiert Bauer-Gabritsch ihre neue Aufgabe.

Ursula Bauer-Gabritsch wurde 1971 in Klosterneuburg geboren und absolvierte das Masterstudium in Tourismusmanagement an der Wirtschaftsuniversität Wien. Bereits während des Studiums sammelte sie berufliche Erfahrungen bei Austrian Airlines. 2002 startete sie ihre Karriere als Marketing Managerin der Arbeitsgemeinschaft Weinstraße Niederösterreich. 2004 wechselte sie zur Niederösterreich Werbung, wo sie das Geschäftsfeld Ausflugstourismus leitete. Ab 2010 leitete Bauer-Gabritsch das Online Management des Wienerwald Tourismus. Ab 2016 folgten Stationen als Senior Online Marketing Manager bei Falkensteiner Michaeler Tourism Group und im Healthcare-Bereich. Vor ihrem Wechsel zur DDSG Blue Danube war Bauer-Gabritsch seit 2019 als Head of Marketing für Vienna Sightseeing Tours und Vienna Pass sowie Salzburg Sightseeing Tours tätig.
Über die DDSG Blue Danube

Die DDSG Blue Danube wurde 1995 als Nachfolgeunternehmen der 1829 etablierten Ersten Donau-Dampfschiffahrtsgesellschaft gegründet. Mit einer Flotte von sieben Schiffen (MS Wien, MS Vindobona, MS Blue Danube, MS Admiral Tegetthoff, MS Kaiserin Elisabeth, MS Dürnstein, MS Wachau) offeriert das Binnenschiffahrtsunternehmen Linien- und Ausflugsreisen auf der Donau im Raum Wien und Niederösterreich sowie Verbindungen nach Bratislava (Slowakei) und befördert über 300.000 Passagiere im Jahr. Neben den Linienfahrten in Wien und der Wachau bietet die DDSG Blue Danube Themenfahrten sowie Chartermöglichkeiten an. Die DDSG Blue Danube steht zu je 50 Prozent im Eigentum der Wien Holding und des VERKEHRSDIENSTES und ist ein staatlich ausgezeichneter Ausbildungsbetrieb und Wiener Top-Lehrbetrieb. Für die Geschäftsführung zeichnen Wolfgang Hanreich und Wolfgang Fischer verantwortlich. Weitere Informationen auf [ddsg-blue-danube.at](https://www.ddsg-blue-danube.at)

Medium: hotelundtouristik.at
Datum: 18.10.23

h&t+ DDSG BLUE DANUBE

Neuer Kommunikationskurs auf der Donau



Ursula Bauer-Gabritsch.

Für die Außenwirkung gewann Österreichs größtes Binnenschiffahrtsunternehmen eine ausgewiesene Expertin als neuen „Head of Communications“.

Mit Ursula Bauer-Gabritsch beruft die DDSG Blue Danube eine ausgewiesene Tourismusexpertin zur Head of Communications, die über 30 Jahre einschlägige Berufserfahrung und Digital- sowie Kommunikationskompetenz in ihre neue Aufgabe mitbringt. Zuletzt war sie in gleicher Funktion für Vienna Sightseeing Tours und Salzburg Sightseeing Tours tätig. In ihrer neuen Position berichtet sie direkt an die Geschäftsführer von Österreichs größtem Binnenschiffahrtsunternehmen mit einer Flotte von sieben Schiffen in Wien und Niederösterreich, Wolfgang Fischer und Wolfgang Hanreich. Bauer-Gabritsch wird die Digitalisierungsoffensive im Kommunikationsbereich vorantreiben und neue Akzente durch innovative Kooperationen setzen.

Bauer-Gabritsch wurde 1971 in Klosterneuburg geboren und absolvierte das Masterstudium in Tourismusmanagement an der Wirtschaftsuniversität Wien. Bereits während des Studiums sammelte sie berufliche Erfahrungen bei Austrian Airlines. 2002 startete sie ihre Karriere als Marketing Managerin der Arbeitsgemeinschaft Weinstraße Niederösterreich. 2004 wechselte sie zur Niederösterreich Werbung, wo sie das Geschäftsfeld Ausflugs-tourismus leitete. Ab 2010 leitete Bauer-Gabritsch das Online Management des Wienerwald Tourismus. Ab 2016 folgten Stationen als Senior Online Marketing Manager bei Falkensteiner Michaeler Tourism Group und im Healthcare-Bereich.

Medium: journalistin.at

Datum: 18.10.23



Ursula Bauer-Gabritsch (Foto: DDSG Blue Danube)

Ursula Bauer-Gabritsch setzt neuen Kommunikationskurs der DDSG Blue Danube

Sie wird Head of Communications von Österreichs größtem und traditionsreichsten Binnenschiffahrtsunternehmen.

Wien - Mit Ursula Bauer-Gabritsch beruft die DDSG Blue Danube eine Tourismusexpertin zur Head of Communications, die über 30 Jahre einschlägige Berufserfahrung und Digital- sowie Kommunikationskompetenz in ihre neue Aufgabe mitbringt. Zuletzt war sie in gleicher Funktion für Vienna Sightseeing Tours und Salzburg Sightseeing Tours tätig. In ihrer neuen Position berichtet sie direkt an die Geschäftsführer von Österreichs größtem Binnenschiffahrtsunternehmen, Wolfgang Fischer und Wolfgang Hanreich.

Ursula Bauer-Gabritsch wurde 1971 in Klosterneuburg geboren und absolvierte das Masterstudium in Tourismusmanagement an der Wirtschaftsuniversität Wien. Bereits während des Studiums sammelte sie berufliche Erfahrungen bei Austrian Airlines. 2002 startete sie ihre Karriere als Marketing Managerin der Arbeitsgemeinschaft Weinstraße Niederösterreich. 2004 wechselte sie zur Niederösterreich Werbung, wo sie das Geschäftsfeld Ausflugstourismus leitete. Ab 2010 leitete Bauer-Gabritsch das Online Management des Wienerwald Tourismus. Ab 2016 folgten Stationen als Senior Online Marketing Manager bei Falkensteiner Michaeler Tourism Group und im Healthcare-Bereich. Vor ihrem Wechsel zur DDSG Blue Danube war Bauer-Gabritsch seit 2019 als Head of Marketing für Vienna Sightseeing Tours und Vienna Pass sowie Salzburg Sightseeing Tours tätig.

Sie möchten aktuelle Medien-News und Stories lesen und sich über Jobs, Top-Personalien und Journalistenpreise aus Österreich informieren? Dann bestellen Sie bitte unseren kostenlosen [Newsletter](#).

Sie haben Personalnews in eigener Sache oder aus Ihrem Medienhaus? Oder Ihnen ist in unseren Texten etwas aufgefallen, zu dem Sie sich mit uns austauschen wollen? Mailen Sie die Infos bitte an redaktion@journalistin.at

Medium: extradienst.at

Datum: 17.10.23

DDSG Blue Danube mit neuer Marketingchefin

Ursula Bauer-Gabritsch geht als Head of Communications an Bord.

Ursula Bauer-Gabritsch an Deck der DDSG

Sie soll die Digitalisierungsoffensive im Kommunikationsbereich vorantreiben und neue Akzente durch innovative Kooperationen setzen. Eines der ersten Ziele ist die Implementierung digitaler Marketingstrategien, mit denen ein jüngeres Publikum angesprochen und neue Kundenschichten für die [DDSG Blue Danube](#) erschlossen werden sollen.

„**Ursula Bauer-Gabritsch** ist eine profunde Kennerin der österreichischen Tourismuslandschaft und erfahrene Marketingexpertin. Durch ihre berufliche Laufbahn ist sie eng mit Wien und Niederösterreich verbunden. Mit ihrem Digital-Know-how wird sie die Effektivität der Marketingmaßnahmen der DDSG Blue Danube weiter steigern“, betont DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Fischer**.

„Mit neuen Partnerschaften und smarten Digitalstrategien wird die DDSG Blue Danube im touristischen Angebot Wiens noch sichtbarer werden und zusätzliche Incoming-Segmente wie den Kongress- und Veranstaltungstourismus ansprechen. Ein weiterer Fokus liegt auf der Implementierung zusätzlicher Booking-Plattformen“, ergänzt DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer **Wolfgang Hanreich**.

„Mit neuen Kooperationen werden wir die hohe Markenbekanntheit weiter steigern und das Angebot der DDSG Blue Danube sowohl für internationale Gäste als auch das lokale Publikum in Wien und Niederösterreich noch sichtbarer machen“, kommentiert Bauer-Gabritsch ihre neue Aufgabe.

Zuletzt war Bauer-Gabritsch in gleicher Funktion für Vienna Sightseeing Tours und Salzburg Sightseeing Tours tätig. 2002 startete sie ihre Karriere als Marketing Managerin der Arbeitsgemeinschaft Weinstraße Niederösterreich. 2004 wechselte sie zur Niederösterreich Werbung, wo sie das Geschäftsfeld Ausflugs- und Flugtourismus leitete. Ab 2010 leitete Bauer-Gabritsch das Online Management des Wienerwald Tourismus. Ab 2016 folgten Stationen als Senior Online Marketing Manager bei Falkensteiner Michaeler Tourism Group und im Healthcare-Bereich.

Medium: [leadersnet.at](https://www.leadersnet.at)
Datum: 17.10.23

Ursula Bauer-Gabritsch

NEWS, TOURISMUS, OPINION LEADERS | Ernst Trestl | 17.10.2023

Firma: DDSG Blue Danube
Position: Head of Communications



Ursula Bauer-Gabritsch © DDSG

Die DDSG Blue Danube, mit einer Flotte von sieben Schiffen Österreichs größtes und traditionsreichstes Binnenschiffahrtsunternehmen, berief die Tourismus- und Kommunikationsexpertin Ursula Bauer-Gabritsch (52) zur Head of Communications. Bauer-Gabritsch bringt für diese Position eine 30-jährige einschlägige Berufserfahrung sowie Digital- und Kommunikationskompetenz mit.

Eine Digitalisierungsoffensive im Kommunikationsbereich voranzutreiben und neue Akzente durch innovative Kooperationen setzen, stehen im Fokus der Expertin. Mit der Implementierung digitaler Marketingstrategien möchte sie primär ein jüngeres Publikum ansprechen und somit neue Kundenschichten für die DDSG Blue Danube erschließen. Erst kürzlich realisierte Bauer-Gabritsch Kooperationen mit dem Erste Bank Vienna Night Run, dem ÖAMTC und dem neuen Superstreamer "Joyn" von ProSiebenSat.1 PULS 4.

Ursula Bauer-Gabritsch über ihre neue Aufgabe: "Die DDSG Blue Danube ist ein wesentlicher Faktor der touristischen Wertschöpfung und steuert einem Rekordjahr entgegen. In der Kommunikation richten wir den Kurs auf die digitale Zukunft aus. Mit neuen Kooperationen werden wir die hohe Markenbekanntheit weiter steigern und das Angebot der DDSG Blue Danube sowohl für internationale Gäste als auch das lokale Publikum in Wien und Niederösterreich noch sichtbarer machen. Die Digitaloffensive ist bereits vom Stapel gelaufen – jetzt geben wir volle Kraft voraus".

Die gebürtige Klosterneuburgerin absolvierte ein Masterstudium in Tourismusmanagement an der Wirtschaftsuniversität Wien. Bereits während des Studiums sammelte Bauer-Gabritsch berufliche Erfahrungen bei Austrian Airlines, 2002 startete sie ihre Karriere als Marketing Managerin der Arbeitsgemeinschaft Weinstraße Niederösterreich. Zwei Jahre später wechselte sie zur Niederösterreich Werbung und ab 2010 leitete Bauer-Gabritsch das Online Management des Wienerwald Tourismus. Ab 2016 folgten Stationen als Senior Online Marketing Manager bei Falkensteiner Michaeler Tourism Group und im Healthcare-Bereich. Vor ihrem Wechsel zur DDSG Blue Danube war Bauer-Gabritsch seit 2019 als Head of Marketing für Vienna Sightseeing Tours und Vienna Pass sowie Salzburg Sightseeing Tours tätig.

www.dds-blue-danube.at

Medium: leadersnet.at

Datum: 16.10.23

DDSG Blue Danube begrüßte 300.000sten Gast an Bord

NEWS, TOURISMUS, KUNST & KULTUR, WIEN | Patricia Konarzewski | 16.10.2023

Die Schiffsflotte verzeichnet heuer eine Rekordauslastung und übertrifft das Vor-Pandemie-Niveau. Eine Jubiläums-Passagierin durfte sich über eine besondere Überraschung freuen.



V.l.n.r.: Peter Hanke, Ines Paller, Wolfgang Fischer © Roland Rudolph

Die sieben Schiffe umfassende Flotte der DDSG Blue Danube verzeichnet heuer eine Rekordauslastung. In einem durchschnittlichen Jahr werden rund 300.000 Passagiere an Bord der Schiffe in Wien und der Wachau sowohl im regulären Linienverkehr als auch bei außergewöhnlichen Themenfahrten sowie im Charterbetrieb begrüßt. Heuer wurde die Marke vergleichsweise früher geknackt: Mitte Oktober konnten Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke und die DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer Wolfgang Fischer und Wolfgang Hanreich mit Ines Paller aus Wien die 300.000ste Passagierin an Bord der MS Blue Danube willkommen heißen. Hanke, Fischer und Hanreich überreichten der Jubiläumspassagierin eine Jahreskarte für die Flotte.

"Die DDSG Blue Danube ist eine wertvolle Säule im touristischen Angebot Wiens und ein besonderes Freizeitangebot, das sich bei den Wienerinnen und Wienern steigender Beliebtheit erfreut. Immer mehr Einheimische entdecken die schönsten Seiten Wiens vom Fluss aus und genießen einen Kurzurlaub in der Region", sagt Wirtschaftsstadtrat Peter Hanke.

Weiterhin hohe Auslastung erwartet

"Die Investitionen in das vielfältige Programm der Themenfahrten und attraktive Sonderfahrten machen sich bezahlt. Die DDSG Blue Danube darf sich über eine zunehmende Zahl an Stammgästen freuen, die mehrmals jährlich Glücksmomente an Bord genießen und die Donau neu entdecken", freut sich DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer Wolfgang Fischer. Durch das anhaltend schöne Herbstwetter, die hohen Nächtigungszahlen in Wien sowie die gute Auslastung im Chartergeschäft mit Firmen- und Weihnachtsfeiern erwartet die DDSG Blue Danube bis Jahresende noch mehr Passagier:innen als in den Jahren vor Ausbruch der Pandemie. Der bisherige Höchstwert an beförderten Fahrgästen wurde im Jahr 2019 mit etwas mehr als 306.000 Passagieren im Linien- und Ausflugsverkehr erreicht.

"Der tägliche Kontakt mit unseren Fahrgästen ist für die gesamte Crew – in der Nautik und Gastronomie sowie an Land – motivierend. Das kontinuierliche Wachstum der Passagierzahlen lässt uns mit Freude auch in Zukunft an 364 Tagen im Jahr volle Kraft voraus geben", so DDSG-Blue-Danube-Geschäftsführer Wolfgang Hanreich.

www.ddsg-blue-danube.at