

D NA Semmering 2026 eröffnete neue Blickwinkel auf die Sommerfrische

FREI ZUGÄNLICHE INTERVENTIONEN FANDEN IM JULI STATT

Mit einem Golf- und Kulturformat, frei zugänglichen Blickapparaten und einem zweitägigen Sommerfrische-Spot im ehemaligen Kaufhaus Louvre rückte D NA Semmering im Juli 2026 die besonderen Qualitäten der historischen Sommerfrische-Region in den Mittelpunkt. Die punktuellen Interventionen luden Besucherinnen und Besucher dazu ein, bekannte Orte aus neuen Perspektiven wahrzunehmen, entlang der Hochstraße zu flanieren und den Semmering als Ort der Begegnung neu zu erleben.

St. Pölten, 31. Juli 2026. Landschaft, Architektur, Sommerfrische und der berühmte 20-Schilling-Blick: Der Semmering ist seit jeher eng mit dem Sehen und Gesehenwerden verbunden. Die D NA Semmering griff dieses Thema im Juli 2026 auf und übersetzte es mit drei unterschiedlichen Formaten in die Gegenwart. Heuer standen behutsame, frei zugängliche Interventionen im Mittelpunkt, die Vorhandenes sichtbar machten und neue Möglichkeiten der Begegnung eröffneten.

Michael Duscher, Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung, erklärt: „Die Initiative D NA Semmering zeigt, welche Impulse aus dem Zusammenspiel von Kunst, Kultur und Tourismus entstehen können. Die Interventionen, vor allem die Neuinszenierung des lange geschlossenen Kaufhauses Louvre, haben das kulturelle Erbe und die unverwechselbare Atmosphäre des Semmerings sichtbar gemacht und zugleich zeitgemäße Anlässe für Begegnung geschaffen. Damit wird die Idee der Sommerfrische nicht nur für heutige Gäste weitergedacht, sondern es entstehen auch wertvolle Anregungen für die Weiterentwicklung der Region und das Miteinander vor Ort.“

Hundert Jahre Golfkultur und neue Perspektiven

Der Auftakt fand am 10. Juli im **Golfclub Semmering** statt, der heuer sein 100-jähriges Bestehen feiert und als ältester durchgehend bespielter Golfplatz Österreichs gilt. Gemeinsam mit *Vibe Caddy* verband die Veranstaltung Golf mit DJ-Sounds, Kulinarik und gespannter Sommerfrische-Atmosphäre für ein junges Golfpublikum.

Ab Mitte Juli luden **Blickapparate entlang der Hochstraße** dazu ein, den Semmering aus unterschiedlichen Perspektiven zu betrachten. Der reale Ausblick wurde zur Postkarte und ließ sich durch drehbare Filter in drei Zeiten lesen – als nostalgisch eingefärbte Erinnerung, als gegenwärtiger Moment mit Fragen und Impulsen oder als künstlerischer Entwurf einer möglichen Zukunft.

PRESSERÜCKFRAGEN

Niederösterreich Werbung, Sophie Seeböck
Tel +43 2742 9000 19844 Mail sophie.seeboeck@noe.co.at



Sommerfrische-Spot im Kaufhaus Louvre als Höhepunkt

Den abschließenden Höhepunkt bildete am 25. und 26. Juli der temporäre Sommerfrische-Spot im ehemaligen Kaufhaus Louvre. Der markante Leerstand an der Hochstraße wurde nach 30 Jahren Schließzeit für ein Wochenende geöffnet und damit erneut zu einem Ort der Begegnung. Er soll auch weiterhin genutzt werden können. Gemeinsam mit dem Wiener Kunst- und Postkartenverlag *art postal* entstand dort ein temporärer Treffpunkt mit Postkarten, Weinbar und Musik. Besucherinnen und Besucher konnten beim Flanieren innehalten, miteinander ins Gespräch kommen und den markanten Leerstand in einer neuen Inszenierung erleben.

Mariella Klement-Kapeller, Geschäftsführerin der Wiener Alpen in

Niederösterreich, betont: „Die Sommerfrische am Semmering hat eine lange Tradition und prägt unsere Region bis heute. Die DNA machte diese besondere Geschichte auch heuer wieder erlebbar: beim Spiel am traditionsreichen Golfplatz, beim Flanieren entlang der Hochstraße und beim gemeinsamen Verweilen im ehemaligen Kaufhaus Louvre. Solche Formate eröffnen neue Zugänge zum Semmering und zeigen, wie sich seine Geschichte zeitgemäß weitererzählen lässt.“

Behutsame Impulse für den Semmering

Allen drei Formaten lag ein gemeinsamer Gedanke zugrunde: Der Semmering sollte in einer neuen Inszenierung erlebt und mit seinen bestehenden Orten, Geschichten und Qualitäten bewusster wahrgenommen werden.

Matthias Felsner von der Kommunikationsagentur friendship.is, die das Projekt gemeinsam mit der Niederösterreich Werbung GmbH umsetzte, erklärt: „Der Semmering muss nicht neu erfunden werden. Unser Ansatz war, genau hinzusehen und mit wenigen gezielten Maßnahmen sichtbar zu machen, was längst vorhanden ist. Die drei Formate eröffneten unterschiedliche Perspektiven auf die Geschichte, die Gegenwart und eine mögliche Zukunft dieses besonderen Ortes.“

Mehr Infos: dna-semmering.com oder in den sozialen Medien auf [Instagram](#)

Foto (© Lenny Steinhauer): v.l.n.r.: Christian Blazek - Obmann des Tourismusverbands Semmering-Rax-Schneeberg, Mariella Klement-Kapeller - Geschäftsführerin der Wiener Alpen in Niederösterreich, Christiana Naue-Hess – Leitung Marketing- und Brandmanagement der Niederösterreich Werbung, Michael Duscher – Geschäftsführer der Niederösterreich Werbung

Weitere Bilder: <https://noew.px.media/share/1784811818DTXLkbbOCUT2DO>

Die Fotos dienen ausschließlich der **redaktionellen Verwendung in Online- und Printmedien**. Bitte beachten Sie die **Copyrights**, die nach Klick auf das gewünschte Bild im Informationsbereich (i) rechts oben angezeigt werden.

PRESSERÜCKFRAGEN

Niederösterreich Werbung, Sophie Seeböck
Tel +43 2742 9000 19844 Mail sophie.seeboeck@noe.co.at