



HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Nr. 6 | Dezember 2018

HOTEL & DESIGN | Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie | € 6,- | Österreichische Post AG | MZ 097038153 M | Brigitte Strohmayr, Birkensee 32a, 2482 Münchendorf | Retouren an PF 555, 1008 Wien

INTERBAD
Wellness & Spa
als Erlebnis

HOTELS INTERNATIONAL
Urbaner Chic im
NYX Mannheim

FOOD & DESIGN
Exquisites für
die Festtage

EST. 1779

TIME, SAVOURED

A RICH REWARD *for those who*
KNOW THE VALUE OF TIME.





CR de Cillia in der Wiener Bristol Bar

Verehrte Leserschaft!

Speziell die Hotel- und Gastrobranche liefert dem Finanzminister jährlich wertvolle Steuern ab, und dies immer wieder mit steigenden Zahlen. Warum dies so ist? Erstens weil diese Branche bekanntlich vom Fiskus nicht gerade bevorzugt behandelt wird, zweitens weil der heimische Tourismus beliebt und anerkannt wird. Das bedeutet an sich mehr Umsatz und daher auch mehr Steuereinnahmen für den Staat. Wer warum wie viel Steuern zahlen sollte oder eben muss, ist an sich eine Frage der Gerechtigkeit, der Moral und der sozialpolitischen Überzeugung von Regierungen, und es wäre müßig, darüber an dieser Stelle zu diskutieren. Eines sei aber schon vermerkt, weil auffällig: Um den Finanzhaushalt einigermaßen unter Kontrolle zu halten, wird immer nur an

neue, höhere Steuern gedacht, nicht an eine gleichmäßig gerechte Verteilung, und die Unternehmer in der Tourismusbranche bekommen regelmäßig Erschwernisse oder höhere Abgaben auferlegt. Die wirklich großen nationalen wie auch internationalen Konzerne hingegen haben nur einen Bruchteil zu berappen. Bis jetzt wurden die wirklich Großen, Mächtigen und Reichen immer verschont. Das sollte sich schnell ändern, denn den kleinen Unternehmern kann man bald nichts mehr aus der Tasche nehmen – so ganz nebenbei: Das sind unter anderem auch diejenigen, die seit Jahren sehr oft mehr als einen 12-Stunden-Tag absolvieren, ohne Murren und Streikdrohungen.

Unsere Weihnachtsausgabe ist wieder voll mit interessanten Geschichten bestückt. Nicht zuletzt wegen der „GAST“ in Salzburg, die jedes Jahr mit Produktneuigkeiten aufwarten kann. Das familiengeführte Posthotel im Zillertal, das Hotel Astoria, ebenfalls von einer starken Eigentümerin gemanagt, demonstrieren, wie sich Kreativität und der Wunsch, den Gästen immer wieder aufs Neue das Beste zu bieten, optisch niederschlagen, und die Beispiele der internationalen Hotels zeigen ebenfalls deutlich, dass die Branche wächst und noch genügend Ideenreichtum mitbringt, um Gäste positiv zu überraschen und zu begeistern. Und die potenziellen Firmen und Manufakturen, die wir immer vorstellen, tragen das Ihre dazu bei, dass die Branche aus den besten Produkten aussuchen kann.

Die beiden Top-Events im Jahr – Weihnachten und Silvester – stehen vor der Tür. Für die LeserInnen wohl die umsatzstärksten, aber auch turbulentesten Tage – wir hoffen, Sie können auch ein wenig Zeit mit Ihren Familien verbringen und ein wenig innehalten!

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen ein tolles 2019!

Chefredakteur Peter A. de Cillia und das gesamte H&D-Team



winterhalter®

Die neuen Untertischspülmaschinen der UC-Serie.

MEISTERSTÜCK

Geschaffen für Sie. Für die Zukunft bereit.

Weitere Infos unter:
www.winterhalter.at

Intuitiv und komfortabel in der Bedienung. Absolut sicher und zuverlässig im Betrieb. Und in jedem Detail von höchster Qualität. Mit der neuen UC-Serie präsentiert Winterhalter die nächste Generation Untertischspülmaschinen. Die UC ist ein Stück Ingenieurskunst. Ein Profiwerkzeug für perfekte Spülergebnisse. Bereit für die Anforderungen von heute und morgen.





H&D H&D INFORMIERT

| | | |
|---------------------------|-------|----|
| Editorial | SEITE | 3 |
| News | SEITE | 5 |
| Buchtipps | SEITE | 56 |
| Kolumne anonymus | SEITE | 65 |
| Vorschau, Impressum | SEITE | 66 |

H&D HOTELS & GASTRONOMIE

| | | |
|---|-------|----|
| DasPosthotel in Zell am Ziller, Tirol ① ... | SEITE | 8 |
| Astoria Resort, Seefeld in Tirol ② | SEITE | 24 |
| Höflehners Sky Chalets, Steiermark ③ ... | SEITE | 28 |
| 1350 – Die Alm über Saalbach ④ | SEITE | 30 |
| NYX Mannheim ⑤ | SEITE | 34 |
| Marriott Hotel in Athen ⑥ | SEITE | 36 |
| Kleinod Prunkstück & Cocktail Salon ... | SEITE | 44 |
| Stadtbar in der Wiener City | SEITE | 54 |
| Motel One in 9 europäischen Ländern ⑦ | SEITE | 58 |
| Moxy Tiflis, Georgien ⑧ | SEITE | 60 |
| The Unbound Collection by Hyatt | SEITE | 62 |
| Canopy by Hilton-Hotel in Zagreb | SEITE | 63 |
| Arborea Montafon Resort St. Gallenkirch | SEITE | 64 |



H&D INTERIEUR

| | | |
|--|-------|----|
| Tradition und Spitzendesign | SEITE | 10 |
| Selva im Hotel Altstadt Vienna | SEITE | 12 |
| Badausstattung im „The Fontenay Hotel“ | SEITE | 18 |
| Design-Produkte | SEITE | 23 |

H&D WELLNESS & SPA

| | | |
|-----------------------------|-------|----|
| Wellness als Erlebnis | SEITE | 16 |
|-----------------------------|-------|----|

H&D FOKUS

| | | |
|---|-------|----|
| Österreichische Vertretung in Brüssel ... | SEITE | 14 |
| Architekten-Porträt Christian Heiss | SEITE | 20 |
| Heimtextil in Frankfurt | SEITE | 22 |
| Fachartikel: Gastgeber-Qualität 2025 ... | SEITE | 26 |
| Fachartikel: 4 Steps to Profile | SEITE | 32 |
| Ambiente 2019 | SEITE | 38 |

H&D FOOD & DESIGN

| | | |
|---|-------|----|
| Exquisite Köstlichkeiten für die Festtage | SEITE | 39 |
| Spirituelle Weihnacht | SEITE | 40 |
| Bowmore Single Malt Scotch Whisky ... | SEITE | 42 |
| Finest Selection Kofferbar | SEITE | 43 |
| Außergewöhnliche Cocktails | SEITE | 44 |
| Hochprozentige Kostbarkeiten | SEITE | 45 |
| Geistreicher Genuss | SEITE | 46 |
| Produktlinie „Freiherr von Prankh“ | SEITE | 48 |
| Zu Gast auf der GAST | SEITE | 50 |
| Wiberg Genusswelt | SEITE | 52 |
| Risotto in der Spitzengastronomie | SEITE | 53 |
| Food-Produkte | SEITE | 57 |





© Philipp Liparski

Alipay kommt nach Österreich

Der Full-Service-Zahlungsdienstleister BS Payone (vorm. B+S Card Service) unterstützt die heimische Tourismuswirtschaft schon seit 2002 mit Lösungen für bargeldlose Zahlungen – von Karten- und Automatenterminals bis hin zu E-Commerce-Lösungen für Webshops. Nun bringt das Tochterunternehmen des Deutschen Sparkassenverlags mit dem mobilen Bezahl-dienst „Alipay“, der zum chinesischen Internetriesen Alibaba gehört, eine der modernsten Zahlungslösungen nach Österreich: 700 Mio. Chinesen zahlen vorwiegend mit der Alipay-App am Smartphone, sie nutzen weder Bargeld noch Karten. Entsprechendes Potenzial verspricht Alipay für die heimische Hotellerie und Gastronomie, schließlich kommen jedes Jahr rund eine Million Gäste aus China nach Österreich. Beim sicheren Bezahlvorgang öffnet der Kunde die Alipay-App am Handy, der angezeigte QR-Code wird einfach über das Kassensystem oder mittels Firmen-Smartphone eingescannt. Als Erster startete hierzulande kürzlich das Hotel Sacher in Wien mit der bargeldlosen Bezahlung mittels Alipay-App.

Mut zur Farbe

Wie kaum eine andere Fachmesse steht die ISH in Frankfurt (11. bis 15. März 2019) für zukunftsweisende Themen wie Ressourcenschonung und den Einsatz erneuerbarer Energien. Gleichzeitig ist sie die führende Leistungsschau für innovative Gebäudelösungen und der weltweit größte Showroom für moderne Badkonzepte. Dabei stellt die Trendplattform „Pop up my Bathroom“ das Thema „Colour Selection“ im Lifestyle-Bad in den Fokus: Fliesen, Badmöbel und sogar Badewannen erhalten Farbe – mal dezent Ton-in-Ton, mal selbstbewusst in Rot oder sogar ganz bunt.



Foto: Messe Frankfurt / Pietro Suter



Domotex / © Schmidthuber

Create 'n' Connect

Vom 11. bis 14. Jänner 2019 wird das Messegelände Hannover wieder zum Hotspot der Bodenbelagsbranche und vernetzt Experten aus aller Welt. Mit dem Leitthema „Create 'n' Connect“ rückt die Domotex 2019 innovative Ideen und Entwicklungen in den Fokus und beleuchtet den Megatrend der Konnektivität aus unterschiedlichen Perspektiven. Passend zum Thema werden Aussteller und kreative Gestalter ihre Konzepte bei der Sonderausstellung „Framing Trends“ präsentieren. Bei den täglich stattfindenden „Talks“ untersuchen international bekannte Referenten wie Stardesigner Sebastian Herkner oder Architektin Ester Bruzkus das Leitthema an den Schnittstellen von Design und (Innen-)Architektur.

Concierge des Jahres 2019

Wolfgang Buchmann (60) ist bei der 21. Busche Gala in der Staatsoper Berlin zum „Concierge des Jahres 2019“ ausgezeichnet worden. Die Begründung: „Wolfgang Buchmann ist ein Meister seines Metiers, der seinem Team ein großes Vorbild ist. Dabei bringt er zum Ausdruck, dass es sich um mehr als nur einen Beruf handelt. Für seine positive Ausstrahlung, seine beeindruckende Kompetenz, sein internationales Networking und seine unermüdliche Bereitschaft, von dem täglichen Miteinander zu lernen, zeichnet der Schlummer Atlas Wolfgang Buchmann zum Concierge des Jahres 2019 aus.“ Seit 35 Jahren im Hotel Sacher Wien tätig, bildet Wolfgang Buchmann seit 2003 als Chef-Concierge mit seinen sechs Kollegen das Concierge-Team des exklusiven Hotel Sacher Wien, Mitglied der Gruppe The Leading Hotels of the World.

Wolfgang Buchmann, Hotel Sacher Wien, Chef-Concierge (rechts vorne) und sein erfolgreiches Concierge-Team.



© Hotel Sacher



Geschäftsführer Gerhard Kaiser und Manuel Kaiser, Head of Sales Retail & Brand Manager

135-Jahr-Jubiläum

Seit nunmehr 135 Jahren steht das Importhaus Schenkel im Dienste des guten Geschmacks. Bereits in fünfter Generation importiert das Unternehmen Spezialitäten aus über 30 Ländern und vertritt in Österreich rund ein Dutzend renommierte Feinkostmarken. Darüber hinaus gehört die Hausmarke „Schenkel delikatessen“ bereits seit 50 Jahren zum Portfolio und steht für Fischspezialitäten, Kaviar und internationale Köstlichkeiten in bester Qualität.



V.l.n.r.: Kellermeister Ernest Großsauer, Weinkönigin Julia I., Georg Wilfinger, Abt des Stifts Melk, und Weinpatre Karl Albrecht Hohenlohe

Weintaufe

Am 17. 11. fand in der Weinkellerei Lenz Moser wieder das traditionelle Herbstfest statt. Erneut folgten mehr als 500 Gäste der Einladung, darunter viel Prominenz aus Wirtschaft, Politik und Kultur. Neben dem Martinigansl war auch diesmal die feierliche Weintaufe und Segnung der Höhepunkt des Abends. Die Weinpatenschaft übernahm dieses Jahr Karl Albrecht Hohenlohe, Gault & Millau Herausgeber. Er taufte den „Lenz Moser Grünen Veltliner Selection“ auf den Namen „Heimat“.

25 Jahre ProWein

Die ProWein (17. bis 19. März) feiert 2019 ihr 25-jähriges Bestehen. Die internationale Fachmesse für Weine und Spirituosen wird im kommenden Jahr rund 6.800 Aussteller aus der ganzen Welt zählen, alle wichtigen Anbauregionen sind dabei vertreten und übersichtlich nach Ländern in den Hallen platziert. Das Angebotsspektrum reicht von den großen Kellereien bis hin zu feinen Boutique-Weingütern, dazu kommen rund 400 Spirituosen-Hersteller sowie die bewährte Champagne-Lounge, in der sich 40 traditionsreiche Champagnerhäuser vorstellen. Auch das Thema Craft-Drinks wird zur ProWein 2019 erneut aufgegriffen: Nach der erfolgreichen Premiere im Vorjahr zeigt die Sonderschau „same but different“ wieder Neuheiten rund um Craft-Bier, Craft-Spirituosen und Cider.

Reisetbauer brennt

Österreichs Spitzenköche der Jeunes Restaurateurs haben ihre Kooperation mit außergewöhnlichen Produzenten mit einem limitierten JRE-Rosenmarillenbrand von Hans Reisetbauer um eine ebenso genussvolle wie hochprozentige Facette erweitert. Ein perfektes Weihnachtspräsent für Genießer.

Freuen sich über den gemeinsam kreierten JRE-Rosenmarillenbrand: Österreichs JRE-Präsidenten Andreas Döllner und Thomas Dorfer (Genießhotel Landhaus Bacher) mit Meisterbrenner Hans Reisetbauer (Mitte).



Foto: Jelena Moro

Ausgezeichnete Testsieger

Schaumweine aus dem Hause Henkell konnten beim aktuellen Sekt-Test des Vereins für Konsumenteninformation überzeugen: Fünf der getesteten Henkell-Produkte erhielten die Bestnote „sehr gut“. „Der Auszeichnungs- und Medaillenregen in jüngster Zeit unterstreicht unsere Kompetenz im Schaumweinsegment – ganz nach dem Unternehmensmotto Making Life Sparkle“, betont Philipp Gattermayer, Geschäftsführer der Henkell & Co. Sektkellerei GmbH.



Henkell & Co. Sektkellerei GmbH

Gelebter Service

Anfang November eröffnete Hagleitner feierlich das neue Service Center in Imst.

Das einstige, 1994 in Betrieb genommene Büro und Außenlager in der Industriezone Imst wurde gänzlich abgetragen und ein neues, hochmodernes Service Center erbaut, von dem aus ab sofort alle Kunden von Feldkirch bis Wörgl von 24 Mitarbeitern optimal umsorgt werden.

Für das individuelle Design des Gebäudes, in das insgesamt 2,5 Mio. Euro investiert wurden, zeichnet Designer Achim Storz verantwortlich, mit dem das Familienunternehmen Hagleitner schon seit Jahrzehnten eng zusammenarbeitet. Nach dem Motto „Schneeweißchen und Glasb(l)au“ gestaltet sich in Weiß die lichtdurchflutete Halle aus Beton, blau ist der Kubus aus Glas und Stahl – und eines durchdringt das andere. So ist in ganz Europa, ob Sofia oder Mailand, der Baustil von Hagleitner.

Feierliche Eröffnung

Mehr als 160 BesucherInnen folgten am 5. November der Einladung der Familie Hagleitner zur feierlichen Eröffnung des Service Center. Bevor Hubert Wallner – Koch des Jahres 2018 – in der neuen Halle Dreihauben-Gerichte auftrichtete, erfuhren die



V.l.n.r.: Brigitte Hagleitner, Hans Georg Hagleitner, Ingrid Amon und Katharina Hagleitner bei der Eröffnungsfeier.

Gäste viel Wissenswertes rund um den Neubau sowie das Unternehmen Hagleitner. Wobei Moderatorin Ingrid Amon durch das Programm führte. Firmeninhaber und Geschäftsführer Hans Georg Hagleitner erzählte viel Interessantes über die Geschichte und Entwicklung des Unternehmens, dabei betonte er dessen Innovationsgeist und hohen Qualitätsanspruch als wesentliche Säulen des Erfolges. Im abgelaufenen Wirtschaftsjahr 2017/2018 konnte Hagleitner die 120-Millionen-Euro-Umsatzgrenze überschreiten, was gegenüber dem Vorjahreszeitraum eine Steigerung um 6,3 % bedeutet. „Die Zahlen sprechen für sich: Hagleitner wächst weiter, gezielt und gesund“, freut sich Hans Georg Hagleitner. Dabei produziert Hagleitner ausschließlich in Österreich, am Stammsitz in Zell am See – als modernster chemisch-technischer Produktionsbetrieb Europas.



GENUSS LÄSST BESONDERE MOMENTE ENTSTEHEN

Das Leben steckt voller Gelegenheiten, um mit besonderem Biergenuss anzustoßen. Jahr für Jahr überzeugt das Reininghaus Jahrgangspils mit den individuellen Aromen des Leutschacher Jahrgangshopfens. So einmalig wie der Anlass.

So einzigartig wie der Moment!

WWW.JAHRGANGSPILS.AT



Erst die Freude, dann das Vergnügen

DasPosthotel im Herzen von Zell am Ziller bietet außergewöhnlich gestaltete Suiten und eine freche Zusammenstellung von Design-Stücken und kostbaren Antiquitäten. Die persönliche Handschrift der Familie Binder-Egger ist überall im Haus sichtbar.

Das in vierter Generation familiengeführten Natur- und Designhotel bietet seinen Gästen ein beeindruckendes Ambiente. Kein kühles Design, sondern Räume zum Wohlfühlen. Ob in der Lobby, in den Wohneinheiten, im Boutique SPA oder im Haubenrestaurant HeLeni – mit naturbelassenen Hölzern, hochwertigen Materialien, mutigen Farbkonzepten und raffiniertem Einrichtungsdesign ist dies gelungen. Viele Sitzcken und Nischen

im kleinen Garten, in den Ruheräumen oder am Außenpool laden zum Rasten und Verweilen ein. DasPosthotel gehört zum erlesenen Kreis der „Small Luxury Hotels of the World“. Ein Ort für besondere Erlebnisse und echte Genusskultur. Ein Ort, der die Sinne verführt und Geschichten erzählt. Zwischen Natur und handverlesenem Design, zwischen Gipfelglück und regionaler Kochkunst inmitten gelebter Nachhaltigkeit und Lebensfreude.





SkyLofts & Luxus-Suiten

Die acht SkyLofts im 4. Stock sind nach großen Persönlichkeiten wie z.B. Marie-Antoinette, Sigismund oder Pankraz benannt. Große lichtdurchflutete Räume mit sinnlichen Farbkompositionen und eine Badewanne mit freiem Blick auf die Berge bieten ungeahntes Wohnvergnügen. Erholsamen Schlaf bieten die großen Zirbenholzbetten mit hochwertigen Bettwaren, und man tankt Kraft und Energie für den nächsten Tag.

Mit den neuen Zillergründl Salettl bietet DasPosthotel individuell eingerichte und großzügig ausgestattete Luxus-Suiten für 2 bis 4 Personen. Das Besondere: Der Wohnraum wartet mit Extras wie einem Daybed aus Zirbenholz auf und wird von einem klimatisierten Wintergarten, dem sogenannten Salettl, vergrößert. Jede der drei Suiten bietet ein 20 m² großes Salettl. Gäste finden hier ein gemütliches Lese-Sofa mit Lampe, eine echte Antiquität sowie eine Kitchenette mit Kühlschrank, Kaffeemaschine und Kochfeld. Die frische Raumluft wird automatisch klimatisiert und das Fensterglas hält sowohl Lärm als auch UV-Strahlen ab. „Wohnen“ bedeutet hier, sich zurücklehnen und die Abendsonne genießen. Schluckweise und ohne Nebengeräusche.

Ein Highlight sind die Tapeten von Christian Lacroix aus Paris. Mit ihnen feiert Harald Margreiter die Renaissance dieser Wandveredelung. In jedem Salettl wirkt das virtuose Zusammenspiel von Samt in frischen Farben, modernem Design, echten Fundstücken und ungesehenen Details.

„Ehrlicher, herzlicher und kompetenter Service ist bei uns das Um und Auf“

Eigentümerin Christina Binder-Egger

Kulinarische Glücksmomente

Küchenchef Marcus Duchardt möchte Geschmackswelten erschaffen, die die Hochwertigkeit jeder Zutat erlebbar machen. Auch Mario Hermann, der neue Sous-Chef, legt Wert auf Regionalität und Bioqualität. Er interpretiert traditionelle Gerichte neu, möchte noch regionaler werden und aus vergessenen Gemüsesorten Gerichte zaubern, an die man sich erinnert. Bei 30 Plätzen im Haubenrestaurant HeLeni entsteht eine fast intime Beziehung

„Jeder Gast darf davon ausgehen, dass seine Wünsche mehr als erfüllt werden. Wir werden unsere Gäste tagtäglich verzaubern.“

zwischen Köchen und Gästen. Das Beständige an der Küche ist, dass sie immer neu ist, anders und aufregend. Auf diese Weise können sich die Gerichte je nach Saison in beliebige Richtungen entfalten und dabei den Gast kulinarisch fordern, inspirieren und überraschen. In der Lobby mit dem antiken Kachelofen finden Gäste die Backstube, in der täglich frisches Brot gebacken und mit Aufstrichen serviert wird.

HochLeger Luxury Chalet Resort

Die perfekt ausgestatteten HochLeger-Chalets befinden sich auf 1.054 Metern Seehöhe in Aschau über dem Zillertal. Besondere Schmankerl in diesem Resort sind der beheizte Sportpool und das Badebiotop, der 300 Jahre alte, sanft renovierte MartinertHof sowie die drei neuen TreeLofts PapagenO, FideliO und PapagenA. Sie sind aus massivem Lärchenholz, stehen auf Stelzen inmitten der Bergwelt und verblüffen mit architektonischer Leichtigkeit sowie puristisch-edler Inneneinrichtung. Dieser Duft nach Holz, die Art, wie die Sonne hereinfällt, der atemberaubende Ausblick: Die drei luftigen Hideaways für je zwei Personen sind wie kleine Schatzkisten voll guter Gefühle.





Die vier großzügig angelegten Chalets im Hochleger Luxury Chalet Resort sind veredelte Almhütten für bis zu zehn Personen. Jedes Chalet ist aus heimischen Hölzern erbaut und mit ausgesuchten antiken Möbelstücken ausgestattet. Edles Design, exquisite Stoffe, modernste Technik und viel Liebe zum Detail setzen kostbare, raumbestimmende Akzente.

Fazit

Ein familiengeführtes Resort, wie man es sich vorstellt. Die Eigentümer verstehen es immer wieder, mit perfekt durchdachten Neuerungen die Gäste positiv zu überraschen. Design und Kulinarik paaren sich auf höchstem Niveau. Ein Resort mit Wohlfühlfaktor.

Die ZillerSeasons bieten Urlaubsvergnügen auf dreierlei Art

DasPosthotel, 4-Stern-Superior Hotel in Zell am Ziller

- 34 Suiten, SkyLofts und Appartements (insg. 84 Betten)
- Hauben-Restaurant HeLeni
- Boutique Spa mit ganzjährig beheiztem Außenpool, 6 Saunen, Wellness-Treatments und Massagen
- Seminarraum mit modernster Tagungstechnik

Hochleger Luxury Chalet Resort in Aschau

- 4 Bergchalets für 2 bis 10 Personen
- 3 TreeLofts für je zwei Personen
- Kulinarik im Martinerhof: Frühstück und Abendmenüs
- Spa mit Sauna, Massagen, Kosmetik
- Badebiotop und beheizter Sport-/Whirlpool
- 2 Chalets verfügen zusätzlich über privaten Whirlpool
- Nahe der Skipiste „Hochzillertal“
- Seminar- und Tagungsmöglichkeiten

ZillerLodge – Lichtes Refugium am Golfplatz Uderns

- Lodge mit 4 Edelsuiten für 2 bis 6 Personen
- Badebiotop, Zirbensauna, Whirlpool
- Terrasse und Balkons mit Panoramablick

www.dasposthotel.at | www.zillerseasons.at



Tradition und Spitzendesign

Maßgefertigte Handwerkskunst, internationale Designgrößen und individuelle Planungslösungen aus einer Hand – das Traditionsunternehmen Wetscher verwirklicht stilvolle Wohn(t)räume für anspruchsvolle Wohnliebhaber.

1912 gründete Franz Wetscher seine kleine Tischlerei im Tiroler Zillertal und wusste damals noch nicht, dass aus seinem Betrieb einmal eines der besten Einrichtungshäuser Europas werden würde. Mehr als 100 Jahre später zählen die Wetscher Werkstätten zu den modernsten und innovativsten Tischlereien des Landes und das Wetscher Einrichtungshaus zu den Top-Adressen, wenn es um individuelles, stilvolles Wohnen auf internationalem Niveau geht. Mit einem einzigartigen Konzept und „wohnfertigen“ Präsentationen hat sich das Tiroler Familienunternehmen längst internationales Renommee erarbeitet und hebt luxuriöses Wohnen in den Alpen auf ein neues Level.





Wer in die Welt des feinen Wohnens eintauchen möchte, der findet im Wetscher Einrichtungshaus mittlerweile mehr als 20 Ausstellungen zu verschiedensten Themen. Hier werden führende Design-Spitzenmarken mit dem nötigen Feingefühl für die Verbindung von Tradition und Moderne mit Maßanfertigungen aus den eigenen Werkstätten ergänzt, perfektioniert und zu stilvollen, wohnfertigen Einrichtungskonzepten vereint. Die Erfahrung und die Leidenschaft für personalisiertes Wohnen machen Wetscher zum idealen Partner für alle, die sich kompetente Beratung, Planung, Konzeption und Realisierung aus einer Hand wünschen. Für Ing. Martin Wetscher, hineingeboren in die Familie passionierter Tischler und Innenarchitekten, stand schon früh fest, dass auch er nichts anderes im Leben tun wollte, als schönes Wohnen zu entwickeln. Der Familien-Unternehmer in 4. Generation ist beseelt von eben dieser Kunst.

Überschöne Wohnen

Der Wohnraum ist die dritte Haut des Menschen. Martin Wetscher ist davon überzeugt, dass sich erst dann ein Wohlgefühl im Wohnraum entwickeln kann, wenn sich die individuelle Persönlichkeit und Lebensphilosophie seiner Bewohner in ihm widerspiegeln. Dieser Anspruch lässt sich nur durch einen vom Innenarchitekten sensibel geführten und maßgeschneiderten Prozess unter hoher Beteiligung des Kunden verwirklichen.

www.wetscher.com



Interview mit CEO / Geschäftsführer Ing. Martin Wetscher

Wie gehen Sie an die Planung eines Einrichtungsprojektes heran?

Bei Hotelprojekten gehen wir von der Marke oder der strategischen Zielsetzung des Betriebes aus und versuchen diese – und zwar vor der eigentlichen Planung – in ein Material-, Farb- und Stimmungsbild zu gießen.

Bei Privatkunden gehen wir immer mit Hilfe unseres eigens dafür entwickelten Wohnstiltests (www.wohnstilberatung.com) von der Persönlichkeit und den individuellen Vorstellungen des Bewohners aus. Wir nehmen sozusagen als erstes Maß am Menschen und erst später am Raum.

Welche Trends haben sich in letzter Zeit abgezeichnet und wohin geht die Zukunft der Design-Reise?

Design wie in den 70er/80er/90er-Jahren gibt es eigentlich so nicht mehr. Die großen Themen, die mutigen Alleingänge, die wir aus den letzten Jahrzehnten des vorigen Jahrhunderts kennen, sind passé. Wir leben in einer Zeit des Rückzugs, des Retro und der Dekoration. Die Menschen verlangen heute von ihrer Wohnung viel komfortable Funktionalität, gleichzeitig soll sie präsentabel sein. Oft weicht man deshalb vom Mainstream, vom anerkannten Verständnis von Luxus und Schönheit nur marginal ab.

Hier bei Wetscher achten wir ganz genau darauf, nicht nur einen einzigen Einrichtungstrend wie z. B. den „alpinen Stil“ zu verfolgen, sondern wir haben – gerade aufgrund der Größe unseres Einrichtungshauses – einen breiten Zugang zum Wohnen und Einrichten und arbeiten bei jedem unserer Projekte ein Maß an Individualität heraus. Wir gelten in der Branche als „die Größten der Kleinen“, zeigen eine breite Vielfalt und laden ein, den persönlichen Wohnstil zu finden.

Wohin geht die Zukunft? Da würde ich mir wünschen, dass sich mehr Menschen auf einen kompletten Innenarchitektur-Beratungsprozess einlassen, anstatt Möbel in seelenlosen, großflächigen Vorstadtmöbelkaufhäusern zu kaufen. Eine ganzheitliche Beratung ist umso wichtiger, da die Lebensqualität in einem Raum, in dem man sich wohlfühlt und der einem entspricht, steigt.

Auf welche Materialien legen Sie persönlich besonders großen Wert?

Auf alle echten und authentischen Materialien und als ausgebildeter Tischler natürlich auf Holz.

Auf welche Parameter sollten Hoteliers und Gastwirte besonders achten?

Die Stimmung des Hauses, egal ob Zimmer oder Hotelhalle, ist das Fundament des Gesamterfolges. Wir empfehlen, sich für die Abstimmung von Materialien und Farben, Budget und Planung sehr viel Zeit zu nehmen. Ist ein stimmiges und finanzierbares Konzept gefunden, ist die eigentliche Erstellung eines funktionalen Plans die leichteste Aufgabe. Viele fangen immer noch genau verkehrt mit diesen Dingen an. 





© Constantin Witt-Dörning

Geglückte Gestaltung – glückliche Gäste

SELVA im Hotel Altstadt Vienna. Eine lange gemeinsame Geschichte – eine inspirierende, lebendige Gegenwart.

Fotos: Altstadt Vienna, Marisa Vranjes

Schöne Hotels gibt es viele. Genauso wie schöne Städte, sehenswerte Ortschaften und facettenreiche Landschaften. Doch es gibt nur wenige Häuser, die auch eine Seele besitzen. Dafür aber umso mehr Hotels mit einer minimalistischen, funktionalen Einrichtung – praktisch gut, aber ohne sinnlichen Komfort. Mit nüchterner Beleuchtung, ideal zum Arbeiten, doch nichts

zum Entspannen. Nichts, um die Seele baumeln zu lassen, sich seinen Gedanken hinzugeben und sich selbst zu finden. Jeder Ansatz einer emotionalen Wahrnehmung wird dabei leider oft schon im Keim erstickt.

Wie anders, wie erfrischend ist da doch das altherwürdige Hotel Altstadt Vienna. Wer jemals das Glück hatte, während





seines Wienbesuchs in diesem Haus zu Gast zu sein, weiß, wovon man spricht. Denn dieses – in einem um 1902 erbauten Patrizierhaus beheimatete – Hotel ist ein absolutes Unikat.

Kunst und Kultur

Schon die persönliche Begrüßung des Gastes – und in weiterer Folge die diskrete, offenerzige Betreuung während des Aufenthaltes – wird bei den Mitarbeitern des Hotels als Kunst erachtet und deshalb großgeschrieben. Die Zimmer und Suiten dieses Vorzeigehotels sind allesamt spannend und inspirierend – vor allem aber stilvoll und mit Herz eingerichtet.

Jährlich werden 5 bis 6 Zimmer komplett neu gestaltet und renoviert, polarisierend, mutig oder einfach klassisch. Somit entstanden über die Jahre viele einzigartige Zimmer mit unterschiedlicher Optik, die eines gemeinsam haben: Sie sind wohnlich, sie sind gemütlich – und sie sind echt wienerisch! Dies beschreibt auch die drei Grundsätze, die der Besitzer des Hauses, Otto E. Wiesenthal, seinen Architekten als einzige Vorgabe ins Lastenheft schreibt.

„Kunst ist, was übrig bleibt, ohne zu altern.“

Zitat von Karlheinz Deschner

Dieses Jahr stattete SELVA ein großzügiges Doppelzimmer mit seinen Modellen der Indigo-Serie aus und schuf so ein weiträumiges Zimmer für Schöngeister. Die edlen Nussholzmöbel kombinierte SELVA mit edlem grauen Leder und schuf somit diese regional geerdete und gleichzeitig kosmopolitische Mischung, für die diese Südtiroler Manufaktur seit 50 Jahren bekannt ist.

Bereits seit den Anfängen des Hotels im Jahr 1991 begleitet der Möbelhersteller das Altstadt Vienna. Auch heute noch findet

man viele der Qualitätsmöbel – geschickt in Szene gesetzt – im Haus: ein behutsamer Spannungsbogen, der Vergangenheit und Gegenwart geschickt vereint und eine Geschichte erzählt, die jeder Gast sofort verspürt.

Auch sehr viele andere hochwertige Hotels in ganz Europa fanden mit der Manufaktur aus Italien durch maßgeschneiderte Lösungen, stilistische Vielfalt, modernste Logistik und höchste Qualität den perfekten Partner für die Innenausstattung.

Kreativität ist angesagt

Eine besondere Erwähnung sollen hier aber auch die über 300 Kunstwerke finden, denen Gäste in den Räumen des Altstadt Vienna begegnen. Darunter befinden sich Arbeiten von Niki de Saint Phalle, Markus Prachensky, Gottfried Helnwein und Alex Ruthner.

So meint Geschäftsführer Philipp Patzel zur Auswahl der Designer und Kunstwerke: „Hinter unseren Kunstwerken und Designzimmern stehen Kreative mit einer starken Persönlichkeit, interessante Menschen, die inspirieren und Steine ins Rollen bringen. Was gute Kunst für uns ausmacht? Gute Kunst wirft Fragen auf. Gute Kunst inspiriert. Und gute Kunst lässt einen im Moment verweilen.“

www.altstadt.at

SELVA – Tradition aus Italien

Seit fast 50 Jahren beliefert SELVA Möbelhändler und Hotels in aller Welt mit klassischen und modernen Einrichtungen, denn 94 Prozent der Produkte verlassen das Heimatland Italien. Die SELVA & Co. KG wurde 1968 in Bozen, Südtirol, Italien gegründet, wo sich bis heute der Hauptsitz und die Zentralverwaltung des in über 50 Länder exportierenden Möbelherstellers befinden. SELVA-Möbel sind noch echte Handarbeit.

www.selva.com



Eine Hommage an die Sinnlichkeit

Die österreichische Vertretung in Brüssel wurde neu interpretiert.

Die Architekten AllesWirdGut gestalteten die österreichische Vertretung in Brüssel rundum neu. Die Räumlichkeiten dienen jetzt nicht mehr nur als Zweckraum, sondern sind vielmehr eine Visitenkarte des guten Geschmacks, des traditionsreichen österreichischen Handwerks und schaffen gleichzeitig eine weltgewandte, kosmopolitische Atmosphäre. Renommierte österreichische Betriebe trugen wesentlich dazu bei, die Vertretung in neuem Glanz und auf der Höhe der Zeit zu inszenieren.

Neben der Gestaltung wurden auch die Funktionen maßgeblich erweitert. Die Konferenzräume lassen sich nun flexibel zu einem Großraum für Veranstaltungen unterschiedlichen Maßstabs zusammenschalten und dank eines intelligenten Vorhangsystems zudem an verschiedene Bedürfnisse seiner Nutzer anpassen. Neben der variablen Raumkonstellation verkleiden die Stoffe Stauflächen und verbessern Raumklima, Akustik und Tageslichtsteuerung.





co-located with:



Langlebigkeit

Bei der Auswahl der Materialien setzten AllesWirdGut auf Qualität und Langlebigkeit: Glattveredelter Stein, gebürstetes Holz, patiniertes Messing und verschiedene Textilstrukturen sowie feines Leder schaffen erfahrbare Kontraste, stehen für zeitlose Wertigkeit und unterstreichen Handwerkskunst österreichischer Provenienz. Die österreichische Vertretung in Brüssel ist nun ein Ort für konzentriertes Arbeiten, kleine und große Gesprächsrunden und repräsentative Anlässe gleichermaßen.

Projektdaten

Auftraggeber:

Bundesministerium für Europa, Integration und Äußeres

Baumanagement: Forstner, Wien

Leistungsphasen: LP1-LP6 und KOL

Innenraumgestaltung: AllesWirdGut

Team-Mitarbeiter: Andreas Schmid, Baptiste Quetelart

BGF: 900 m²

Nettoraumfläche: 850 m²

Planungsbeginn: Dezember 2017

Baubeginn: April 2018

Fertigstellung: Juni 2018

Fotos: tschinkersten fotografie



**DISCOVER
INTERIOR
IDEAS**

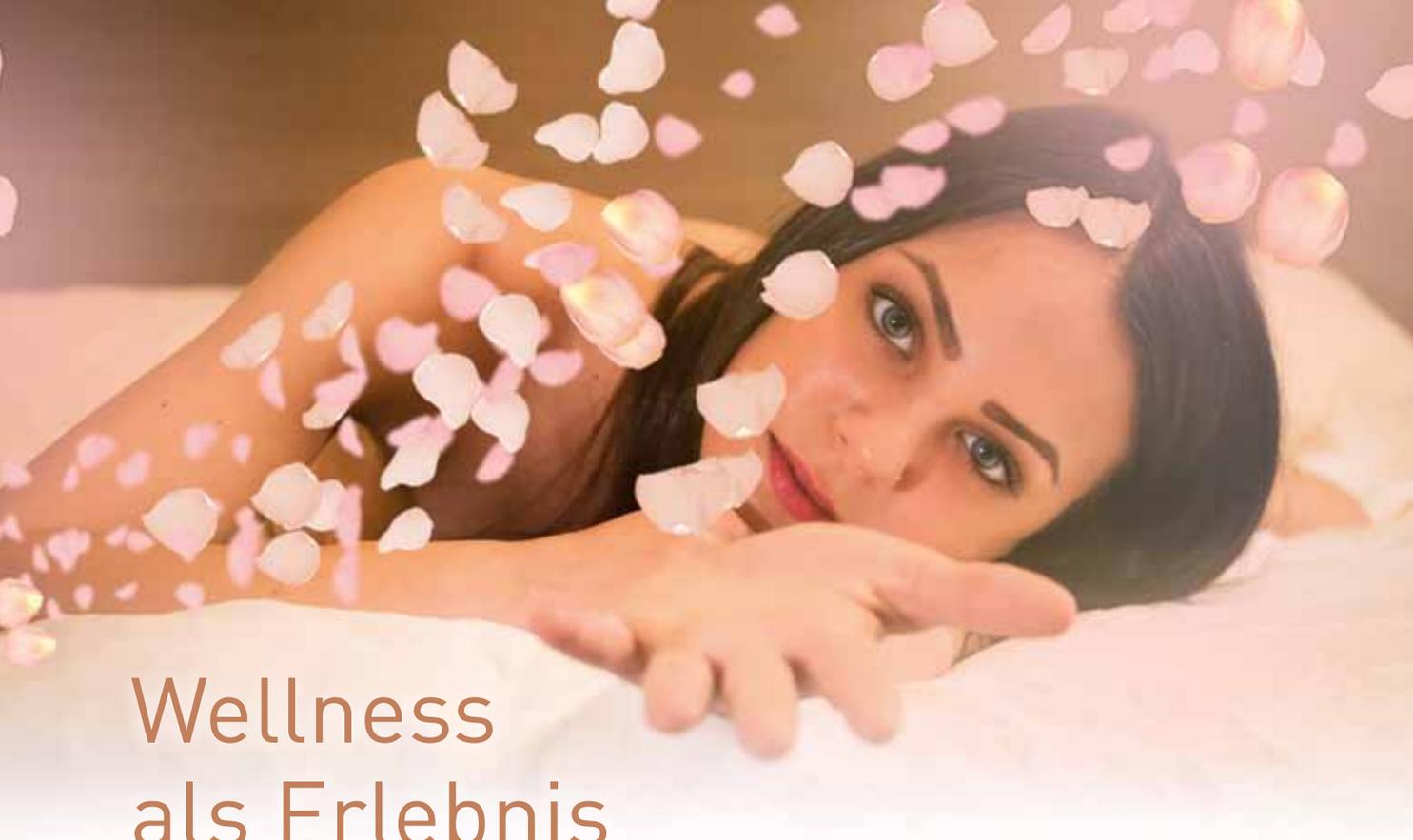
THE INTERIOR
BUSINESS EVENT
14. – 20.01.2019

Begegnen Sie der Zukunft Ihres Geschäfts in Köln:

Die imm cologne gibt die entscheidenden Impulse für den Start in ein erfolgreiches Jahr. Nur hier trifft die internationale Einrichtungsbranche auf ein weltweit einmaliges Angebot an Möbeln, Accessoires und Interior Design – perfekt abgerundet von den neuesten Trends und Innovationen zum Lebensmittelpunkt Küche auf der LivingKitchen. Entdecken Sie in Köln den globalen Einrichtungsmarkt mit visionären Einrichtungskonzepten in all seinen Facetten.

Gesell GmbH & Co. KG
Sieveringer Str. 153, 1190 Wien
Tel. (01) 320 50 37, Fax (01) 320 63 44
office@gesell.com





Wellness als Erlebnis

Auf 35.000 m² Fläche zeigten auf der Interbad in Stuttgart Ende Oktober insgesamt 416 Aussteller die neuesten Trends rund um Schwimmbad, Wellness und Spa.

Wellness steht hoch im Kurs. Für viele Menschen gehört eine regelmäßige Auszeit, um sich verwöhnen zu lassen, zum Leben dazu. Dabei ist der Anspruch an diese besonderen Momente in den letzten Jahren gestiegen: Der Kern der Sauna – wie gesundheitliche Wirkungen, Erholung und Körperpflege – wird zunehmend mit Erlebnissen verbunden.

Besonders in Hotels und Spa-Zentren ist ein Trend zum Besonderen erkennbar. Ob Grotten und Höhlen, Strand- oder Dschungellandschaften oder großzügige Glasfronten mit atemberaubendem Panoramablick – generell werden die Wellnessbereiche baulich immer aufwendiger gestaltet. Neben der funktionellen High-End-Ausstattung spielen dabei vor allem auch Faktoren wie

Begrünung, Licht oder Akustik eine große Rolle, um das perfekte Umfeld für maximales Wohlbefinden auf allen Sinnesebenen zu schaffen.

Interbad Innovation Award

Als gelungene Kombination aus Ausstellung, Kongress und umfangreichem Rahmenprogramm bot die Interbad in Stuttgart Ende Oktober wieder einen umfassenden Überblick über die aktuellsten Innovationen und Trends rund um Schwimmbad, Sauna und Spa. Den Gestaltungstrends im Wellnessbereich war unter dem Titel „creating atmospheres“ sogar eine eigene Sonderchau gewidmet. Die innovativsten Messe-Neuheiten wurden zudem auch diesmal wieder mit dem „Interbad Innovation Award“ ausgezeichnet: Platz 1 belegte die Pool out of the Box GmbH mit ihrem ersten Schwimmbad in modularer Bauweise, das komplett abbau- und wiederverwendbar ist. Platz 2 ging an die Steuler-KCH GmbH für ihr nachhaltiges System zur Schwimmbad-Abdichtung „Steuler-Q7eco“. Und als Dritter im Bunde wurde die All-in-one Gegenstromanlage „TopSwim“ von Ospa prämiert.

Frostiges Spektakel

Zahlreiche Innovationen präsentierte u. a. Klafs auf der Interbad in Stuttgart. Für erfrischende Abkühlung nach Sauna oder Dampfbad sorgt Klafs mit der neuen „Ice Lounge“. Dabei fällt das Eis



nicht von oben herab, sondern „entspringt“ dem im Zentrum platzierten Eisbrunnen, der somit Quell der begehrten Kälte und gleichzeitig optischer Blickfang ist. Für zusätzliche Coolness sorgt die bauliche Gestaltung der Lounge: Der auf 16°C heruntergekühlte Raum ist mit hinterleuchteten Acrylglas-Elementen ausgekleidet, und auch bei den Sitzwürfeln und der Eisbrunnenverkleidung findet sich die Eis-Optik wieder. Über die hochauflösenden „Atmosphäre“-Screens können – für noch mehr Atmosphäre – zusätzlich Naturaufnahmen, etwa von schneebedeckten Gipfeln oder treibenden Eisschollen, eingespielt werden.



Luxus für alle Sinne

Physiotherm setzt mit seinen innovativen Infrarotkabinen immer wieder Maßstäbe. Die neueste Entwicklung namens „Elements“ ist eine luxuriöse Oase, die alle Sinne positiv stimuliert. Der Körper fühlt die wohltuende Infrarotwärme, während die Augen vom exklusiven Design, das der Architekt Stefan Ghetta in Detailverliebtheit entworfen hat, verwöhnt werden. Nur die edelsten Materialien kommen dabei zum Einsatz, abgerundet wird der Luxus durch Swarovski-Kristalle. Wer Unterhaltung wünscht, kann den Fernseher einschalten. Wer lieber Ruhe hat, lässt das Effektfeuer auflodern. Die Ohren lauschen den sanften Klängen der unsichtbaren Beschallung von Bowers & Wilkins. Die Nase wiederum nimmt den entspannenden Geruch des Beduftungskonzeptes wahr, während der perlende Champagner aus der eingebauten Mini-Bar im Mund prickelt.

Pure Entspannung

Auch die Keramik-Manufaktur Sommerhuber aus Steyr stellte auf der Interbad mehrere Neuheiten vor, darunter die elektrisch beheizte Wärmeliege „Lounger Three Plus“. Mit ihrem schwebenden Design und der ergonomisch geformten Oberfläche schmiegt sie sich optimal an den menschlichen Körper an und sorgt so für pure Entspannung. Zusätzlich wirkt die sanfte keramische Strahlungswärme beruhigend, fördert die Durchblutung und löst Muskelverspannungen. „Lounger Three Plus“ steht in zwei Höhen (22 und 33 cm) in 18 verschiedenen Oberflächen zur Verfügung, ist wartungsfrei und gut zu reinigen.

Infrarot & Dampfbad in einem

Mit dem Infrarot-Dampfbad „Toronto“ schafft Repabad das ideale Klima, in dem der menschliche Organismus die gesundheitsfördernde Wirkung von Tiefenwärme am besten aufnimmt und verarbeitet. Werden Dampfbad und Infrarot zusammen genutzt, regelt die Dampfbadsteuerung die Temperatur zwischen 34 und 38°C, um im sog. „thermoneutralen Bereich“ zu sein. Das Infrarotelement ist dabei in die Glaspaneelwand integriert und wird erst beim Einschalten sichtbar. Die bis zu einer Breite von 150 cm individuell gefertigten Paneele sind in verschiedenen Farben verfügbar, für den optimalen Abstand zwischen Infrarotwärmequelle und Körper sorgen die Rückenlehnen aus Mineralwerkstoff in Arctic-White.





Die Bad-
ausstattung
mit KEUCO
begeistert
im luxuriösen
The Fontenay
Hotel in
Hamburg.

Weltoffen, kosmopolitisch und klassisch geprägt





Der Entwurf des Luxushotels The Fontenay vom Hamburger Architekten Jan Störmer ist eine Hommage an die Hansestadt. Die skulpturale und organische Architektur, mit dem Kreis als Formgebung, hält die Balance aus Urbanität der Stadt und der umliegenden Natur. Direkt an der Alster gelegen, ist es ein Ort der Ruhe inmitten Hamburgs. Das exquisite Haus macht die Devise „Modern Classic“ der Hanseaten erfahrbar: weltoffene Ansichten bei einem kosmopolitischen Lebensstil und trotzdem mit einer Vorliebe für das Klassische.

Die helle, kurvenreiche und lichtdurchflutete Architektur erlaubt es, dass alle 130 Zimmer und Suiten nach außen liegen, und von vielen ist der Blick auf die Alster möglich. Das perfekt aufeinander abgestimmte Interior Design der Gästezimmer von Christian Meinert vom Architektenbüro Aukett + Heese aus Berlin passt sich mit seiner Farbgebung der umliegenden Park-

den hohen Anforderungen des Gastes und des Hotels gerecht werden. Die erstklassige Verarbeitung „made in Germany“ und die streng kontrollierte Qualität garantieren die dauerhafte Brillanz.

Die feinsinnige Auswahl der Produkte lässt den Aufenthalt im Bad für jeden Hotelgast zu einem besonderen Moment werden. Der beleuchtete Kosmetikspiegel ist ein begehrtes Utensil für die Schönheitspflege, und der Hocker mit hölzerner Sitzfläche lädt zum Verweilen ein. Designstarke Accessoires runden die Badgestaltung perfekt ab.

Das Hotel The Fontenay in Hamburg ist ein architektonisches Meisterwerk par excellence. Das durchdachte, konsequente Konzept und die stilvolle Liebe zum Detail sind im ganzen Haus zu spüren. Die Accessoires in Nickel gebürstet von KEUCO passen perfekt in das Gesamtbild und geben den Bädern einmal mehr einen exklusiven und modernen Charakter.



landschaft am Rande des Gewässers perfekt an. Helle Beigetöne, grüne Onyxwände, warme Weißnuancen, türkise und royalblaue Akzente spiegeln mit viel Detailtreue die Natur der Umgebung wider. Die Badezimmer des Hotels sind in hellem Naturstein gehalten. Durch die sorgfältige Auswahl der Produkte und Materialien ergibt sich auch hier ein abgerundetes und absolut stimmiges Bild. Die Ausstattung mit den KEUCO Kosmetikspiegeln, Hockern und Accessoires in Nickel gebürstet erweist sich als ideal, ist modern und klassisch zugleich – „Modern Classic“ eben.

Der feine, matte Glanz von Nickel, seine äußerste Widerstandsfähigkeit und die erstklassige Güte machen diese Oberfläche so besonders und attraktiv und zur ersten Wahl im The Fontenay Hotel. Gerade im Hotel muss die Badausstattung

Über KEUCO

Die KEUCO GmbH & Co. KG ist ein international tätiger Komplettanbieter für hochwertige Badausstattungen. Als ursprünglicher Marktführer für Bad-Accessoires bietet KEUCO heute ein großes Sortiment an Armaturen, Accessoires, Spiegelschränken, Lichtspiegeln, Waschtischen und Badmöbeln „made in Germany“. Das in der dritten Generation geführte Familienunternehmen hat seinen Hauptsitz seit der Gründung im Jahre 1953 im westfälischen Hemer. Weitere Produktionsstandorte sind in Gütersloh und Bünde.

www.keuco.com



Hotel Daniel



Neue Welten

Für Architekt Christian Heiss zählt der Hotelbau in Sachen Architektur zur hohen Kunst: Der Gast soll in neue Welten entführt werden. 25 Jahre beschäftigt Christian Heiss sich mit Gastronomie und seit 15 Jahren mit dem Hotelbau. Besonderes Augenmerk legt Heiss auf die Erarbeitung eines spannenden Konzepts, das vor allem die Besonderheiten des Gastgebers mit vielen einzigartigen Details hervorhebt.



Fotos: Atelier Heiss Architekten, Gerhard Kassner, Berlin, Philipp Kreidl, Wien, Peter Burgstaller, Wien, Ivan Ivanisevic, Split

In früher Jugend entdeckte Christian Heiss die Violine für sich. Als er sich später auch intensiv mit dem Geigenbau beschäftigte, sollte dies die Basis für seine spätere Architekturlaufbahn sein. Seine lebenslange Liebe zur Beschäftigung mit der klassischen Musik kann mit einer Reise verglichen werden, die stets mit dem ersten Schritt beginnt und zu einer neuen, unbekannten Welt führt. Anlässlich des 20-jährigen Bestehens von Atelier Heiss Architekten in diesem Jahr erschien ein Buch mit einer Auswahl der mehr als 500 verwirklichten Projekte. Der Architekt verfügt demnach über großes Know-how und einen unverzichtbaren Erfahrungsschatz. Hotel, Wohnen und Büro zählen zu den Kernkompetenzen des Architekturbüros.

Neue, interessante Lösungen

Gemeinsam mit vier Partnern und einem Team von 20 Mitarbeitern entstanden unter anderem die Wiener Hotels Grand Ferdinand und Hotel Daniel oder das Radisson Ficus in Split. Die Bandbreite reicht dabei vom einfachen Wohnbau bis zur Luxusvilla und vom McDonald's-Restaurant bis zum 5-Sterne-Hotel.

Beim Hotel Daniel, in der Nähe zum Belvedere gelegen, und dem Grand Ferdinand an der noblen Wiener Ringstraße – beides unter Denkmalschutz stehend und beides Umbauten von einem

Büro in ein Hotel – waren jeweils ein bestehendes Achsmaß und der Fensterraster vorgegeben. Große Eingriffe waren erforderlich, die Gebäude wurden innen komplett neu gedacht. Doch schwierige Situationen eröffnen neue und interessante Lösungen für Christian Heiss, zu dessen Soft Skills ein hohes Maß an Einfühlungsvermögen in den Menschen und Verständnis für dessen Psychologie zählt: „Die Gründe für eine Reise mögen unterschiedliche sein, eines ist jedoch bei einem Hotel das Wichtigste: Der Gast soll sich willkommen und wohlfühlen. Das Hotel entführt in eine spezielle Welt, und es stellt für kurze Zeit das Zuhause dar“, so Christian Heiss.

Mit allen Sinnen wahrnehmen

Architekt und Auftraggeber entwickeln gemeinsam die Form der Gastlichkeit, sodass diese zusammen mit Architektur und Gestaltung ein rundes Paket ergibt. Das Zimmer ist viel mehr als ein Raum, in dem man Körper und Geist zur Ruhe bettet: „Der Gast nimmt die ihn umgebende Stimmung im Hotel, im Zimmer, mit allen Sinnen wahr“, weiß der Architekt. „Im Restaurant ist der Gast von Kellnern und anderen Gästen umgeben. Im Zimmer ist er auf sich alleine gestellt. Ist er alleine mit sich. Da zählt diese Form des Erlebnisses der Reise in den von



Architekt und Hotelier geschaffenen Kosmos.“ Der Gast will in eine andere Welt eintauchen. Und man ist auf Reisen mitunter experimentierfreudiger als im Alltag. Ob es jetzt ein Hotel in der Stadt oder auf dem Land ist – Unerwartetes, Überraschendes, eine gewisse Verschiedenartigkeit, vielleicht auch Irritierendes sind erwünscht.

Guest Experience

In Wien hat Atelier Heiss unter anderem „Plachuttas Gasthaus zur Oper“ gestaltet. Hier vermitteln handgemachte Fliesenreliefs, aufwendig restaurierte Lamperien und dezente Farbnuancen dem Gast modernes Flair, ein Gefühl des Willkommen- und Wie-zu-Hause-angekommen-Seins. In Ellipsen, mittels einer Glaswand von den übrigen Gästen abgetrennten Nischen, kann der Gast speisen und zudem Gespräche in diskretem Rahmen führen. Christian Heiss kennt die Bedürfnisse eines Gastes sehr genau: Beim Bau mehrerer McDonald’s-Filialen lernte er die Prinzipien der Gastronomie kennen: „McDonald’s und Topgastronomie haben in der Guest Experience keinen Unterschied, das Zielpublikum ist ein anderes. Wie man den Gast führt und emotional abholt, konnte ich bei McDonald’s lernen und ausprobieren“, so der Architekt.

Die Umgebung miteinbeziehen

Die Ausgestaltung des Hotels muss auch etwas mit der Stadt oder der Umgebung zu tun haben, in der es sich befindet. Der Rhythmus, die Emotion des jeweiligen Ortes tragen dazu bei, dass die optischen Eindrücke der Reise verstärkt werden und diese ein unvergessliches Erlebnis wird. Wie beim im Frühsommer fertiggestellten Radisson Ficus in Split, für Christian Heiss „die Chance, ein Freizeithotel mit direktem Blick aufs Meer zu planen“. Durchsichtiges Glas für die Balkonbrüstung dient hier als einzige Trennung zwischen Gast und Wasser. Der kubische Zubau wurde straßenseitig in Glas aufgelöst. So wird der Mittelgang vermieden, findet das Spiel von Licht und Schatten Platz, entstehen Großzügigkeit und Weite, und auch die Gangzone wird so zu einem Erlebnis.

Steht der Gast mit seinen Wünschen im Mittelpunkt, fühlt er sich wohl und willkommen, so sind wichtige Bedürfnisse erfüllt. Wie die Musik stellt auch die Architektur eine Reise dar: zu den für uns Menschen wesentlichen und wichtigen Dingen. Zum Ausleben. Zum Wohlfühlen.

www.atelier-heiss.at

Radisson Ficus in Split



Plachuttas Gasthaus zur Oper





Treffpunkt der Branche

Die Heimtextil, vom 8. bis 11. Jänner 2019, in Frankfurt am Main, ist die größte internationale Fachmesse für Wohn- und Objekttextilien.



Einzel- oder Großhändler, Designer, Einrichtungs- oder Bettenfachhändler, Raumausstatter, Innenarchitekten, Architekten, Hoteleinrichter – und viele Entscheider mehr besuchen jedes Jahr im Jänner die Heimtextil. Von Dekorations- und Möbelstoffen, Textilien rund um Bett, Bad und Tisch bis hin zu Tapeten und Sonnenschutz: All dies können die Fachbesucher hautnah erleben.

Neben den renommierten Ausstellern sind im Jahr 2019 auch wieder vielversprechende Newcomer dabei.

Das Design von morgen

Als erste Anlaufstelle in Sachen Interior-Design-Trends liefert der neu konzipierte „Trend Space“ in der Halle 3.0 einen Überblick über aktuelle Marktentwicklungen und die Trends 2019/2020. In Zusammenarbeit mit dem Heimtextil-Team analysierten international renommierte Design- und Trendexperten gegenwärtige Strömungen und erarbeiteten Trendthemen, die zur Messe aufwendig in Szene gesetzt werden.

Toward Utopia

Die Herausforderungen des 21. Jahrhunderts sind vielfältig. Fortdauernd beschäftigt uns das Megathema Nachhaltigkeit. Als Antwort suchen wir immer wieder nach Möglichkeiten einer neuen Utopie – eine Gesellschaft, die jeden einzelnen Menschen und seine Umwelt respektiert und auf individueller Verantwortung, positivem Handeln und Optimismus aufbaut. Auf der Heimtextil 2019 können fünf interaktive Szenarien zukünftiger Wohnkonzepte erlebt werden: beim Staunen am spielerischen PURSUE PLAY, bei SEEK SANCTUARY Zuflucht von der Hektik des modernen Lebens finden, mit OFF-GRID von der Bildfläche und dem Netz verschwinden und sich neuen Herausforderungen stellen, mit ESCAPE REALITY in einen digitalen Kosmos entfliehen sowie bei EMBRACE INDULGENCE die Einstellung zu Luxus neu überdenken.

www.heimtextil.messefrankfurt.com



Inspiration aus dem Dschungel

Das Dekor Jungle aus der neuen Majestic Valentino by Ceramiche Piemme Fliesenkollektion verleiht Räumen einen Look, der sich an den grünen Oasen in den Malereien von Henri Rousseau oder Antonio Ligabue orientiert. Verfügbar in den zwei Versionen „Warm“ und „Cold“ ist die Kollektion eine faszinierende und gleichzeitig gewagte Form der Wandverkleidung im Haute-Couture-Stil. In Kombination mit den Majestic Marmorfliesen für Boden und Wand entstehen mit Jungle Kreationen für ein elegantes Interieur, die leicht zu pflegen sind und sich deshalb auch für öffentliche Bereiche eignen.

Metallic-Look

Für den perfekt gedeckten Festtagstisch präsentierte Villeroy & Boch auf der Alles für den GAST die edle Fine-Dining-Serie „Copper Glow“ im modernen Metallic-Look. Mit einem patentierten Oberflächenfinish in Kupfer, kombiniert mit klassischem Weiß, setzt „Copper Glow“ exquisite Kreationen von Chefköchen eindrucksvoll in Szene. Die metallfreie Dekorfarbe hält problemlos Spülmaschine, Salamander und Mikrowelle stand.



Pure Extravaganz

Die Porzellanmanufaktur Fürstenberg – bekannt für exklusive Geschirrserien – gewinnt mit ihrem ersten Möbelstück komplett aus Porzellan den German Design Award 2019 in Gold in der Kategorie Furniture. Der Beistelltisch Plisago entstand in Zusammenarbeit mit dem Designerduo Eva Marguerre und Marcel Besau. Der extravagante Entwurf bringt die Eleganz und Raffinesse von Porzellan in moderne Wohnwelten.

Fine Dining

Die Porzellanfabrik Schönwald setzt den Trend zu natürlichen Materialien auf dem gedeckten Tisch einmal mehr gekonnt um und stellt zwei neue Dekore „Marbel“ und „Silver Birch“ für ihre erfolgreiche Kollektion Fine Dining vor. Der zarte, dünne Scherben, eine Besonderheit innerhalb des Sortiments, unterstreicht die Hochwertigkeit der Kollektion, deren vielfältige Einsetzbarkeit mit den beiden neuen Dekoren noch einmal erweitert wird. Wie schon die anderen Dekore begnügen sie sich nicht mit der Rolle des Verzierenden, sondern setzen eigene Glanzpunkte insbesondere in der gehobenen Gastronomie.





Der gelungene Versuch einer Neuinterpretation

Lesen Sie über die Beweggründe für den Umbau in einem Gespräch mit der Eigentümerin.

Text: Peter A. de Cillia, Fotos: Astoria Resort, Tirol



Man nehme eine gute Portion alpinen Chic – ein Mix aus uriger Tiroler Rustikalität – und vermischt dies mit internationalem Luxus. Die komplett renovierten Zimmer des Alpenjuwels Astoria in Seefeld in Tirol sowie ein neues Spa der Superlative überzeugen auch Skeptiker, denn hier wurde gekonnt aufgezeigt, dass man sich sehr wohl neu erfinden kann, ohne dabei dem eigenen Stil untreu zu werden.

HOTEL&DESIGN berichtete bereits in der Juni-Ausgabe über den gelungenen Umbau des Tiroler „Vorzeigehotels“ Astoria. Wir waren überrascht, wie gekonnt ein altehrwürdiges Haus sich zwar nicht neu erfindet, dennoch aber ganz bewusst ein Ambiente für die Zukunft schafft. Ein Unterfangen, das ja sehr oft nicht wirklich von Erfolg gekrönt ist. Einerseits fühlen sich Stammgäste vor den Kopf gestoßen, andererseits geht oft der Spirit des Hauses verloren. Sowohl Eigentümer wie auch Mitarbeiter agieren dann in einer Atmosphäre, die ihnen fremd zu sein scheint.

Das Haus wurde von Stararchitekt Pierre Yves Rochon in ein neues Zeitalter gebracht und dies mit tatkräftiger Hilfe der Eigentümerin, die für ihren guten Geschmack allseits bekannt ist. So wird der Gast in der Lobby und in der Bar mit einem stillvollen alpinen Ambiente überrascht, im Spa und den Ruhe-zonen, aber auch in den Duschen herrscht Internationalität vor. Da könnte das Haus nicht nur in Seefeld stehen, sondern durch-aus auch in Aspen oder St. Moritz.

Die Zimmer sind geräumig gestaltet, liebevolle Details und Arrangements geben ihnen eine persönliche Note, sodass man sich sofort wohlfühlt. Warme und natürliche Materialien wie Filz,

Loden und Holz sorgen für Gemütlichkeit. Alpenländisches Flair dominiert die Räume, ohne dabei an Kitsch und Glamour anzu-streifen. Was man sowohl in den Zimmern, aber auch im ganzen Haus, besonders aber im Spa spürt und sieht: Hier wird dem Gast Raum mit viel individuellem Platz geboten. Platz, der so oft in anderen Hotels so bemessen ist, dass man sich eher eingengt fühlt. Für die Eigentümerin ein No-Go (siehe auch Interview). Im Astoria floss sehr persönlicher Geschmack der Auftraggeberin ein, das sieht man, und es gefällt, denn hier stimmt jedes Teil. Die Spannung zwischen Tradition und Moderne wurde hier perfekt verwirklicht.

www.astoria-seefeld.com

Exklusiv-Interview mit Dipl. Kauffrau Elisabeth Gürtler

Warum gerade jetzt der Umbau?

Man muss sich als Hotelier immer hinterfragen, ob das Angebot im Haus zeitgemäß ist, was die Gäste sich wünschen und ob man sich einem neuen Gästeklientel hinwenden soll. Ich bin davon überzeugt, dass es genau der richtige Zeitpunkt war, uns ein wenig zu verändern.

Wie würden Sie Ihr Haus beschreiben?

Als einen Rückzugsort, der den Gästen etwas ganz Besonderes bieten will, nämlich Platz, Ruhe und vor allem Zeit zum Genießen, denn speziell Zeit fehlt heute so vielen Menschen. Wir als Gastgeber haben die Aufgabe, den Gästen das Gefühl zu geben, im wahrsten Sinne des Wortes angekommen zu sein.

Wie würden Sie das Interior Design hier im Haus beschreiben?

Vor allem als sehr persönlich – ich habe meinen Geschmack wie immer einfließen lassen, denn auch ich muss und will mich hier wohlfühlen, denn ich bin ja fast ständig im Haus. Da möchte ich meinen ganz persönlichen Zugang zu Design wiedererkennen. Klingt etwas egoistisch, aber ich bin überzeugt: Wenn sich Gastgeber in ihrem Haus wohlfühlen, sind sie motivierter bei ihren Gästen.

Alpiner Chic auf der einen Seite und mondäne Luster im Duschbereich des Spas auf der anderen Seite. Wie passt das zusammen?

Ich finde das gar nicht so gewagt, sondern abwechslungsreich. Zu viel Bergwelt wäre den Gästen auch zu viel, und nur ein internationales Ambiente wäre auch falsch. Der Gast muss fühlen, wo er sich befindet, aber auch spüren, dass die Gastgeber über den Tellerrand hinausschauen, und das in jeder Beziehung.

Hotels haben es bei diesem Überangebot von heute nicht mehr so leicht, Gäste zu begeistern. Wie machen Sie das?

Wir versuchen authentisch zu sein, dem Gast das Gefühl zu geben, umsorgt zu sein, aber nur genau dann, wenn er es will.

Als 5-Sterne-Plus-Haus haben wir naturgemäß speziell auf der Serviceseite hohe Anforderungen, aber glauben Sie mir, das Wichtigste, was der Gast will und schätzt, ist Ruhe und Zeit, um in einer gediegenen Umgebung „runterzukommen“ und seine Batterien aufzuladen.

Wohin geht im Tourismus in Zukunft?

Ich glaube, die Hotels werden sich noch mehr spezialisieren müssen, eine Marke muss für etwas „stehen“. Die Menschen suchen Refugien zur Entspannung, speziell rund um die Themen Wellness, Beauty und Gesundheit. Diese Parameter werden auch in Zukunft bei uns im Haus noch mehr forciert, ohne dabei in Richtung „Schönheitsfarm“ oder „Klinik“ zu driften. Ruhe und ein „softes“ medizinisches Angebot auf höchstem Niveau werden in Zukunft noch gefragter sein.

Wenn Sie persönlich verreisen, was ist Ihnen dabei am wichtigsten?

Genau das, was ich meinen Gästen im Astoria bieten möchte. Viel Platz nicht nur im Zimmer, sondern vor allem im Spa und in den Ruheräumen, und ein perfektes Service.

Wir danken für das Gespräch!





Gastgeber-Qualität 2025

Die Zukunft der Dienstleistung

Was sind die Gästerwartungen der Zukunft?

Mit dieser Frage beschäftigen sich Kohl & Partner seit über

30 Jahren und analysieren kontinuierlich die sich verändernden Ansprüche der Gäste.

Autor: Mag. Erich Liegl

In der Vergangenheit ist Qualität oft durch einzelne Unternehmer unbewusst „passiert“, heute befinden wir uns in der Zeit der Qualitätsstandards und -prozesse. Und morgen? Morgen wollen die Gäste mehr. – Mehr Individualität!

Ähnlich den Phasen der Organisationsentwicklung von Unternehmen von der Pionierphase über die Differenzierungsphase zur Integrationsphase gliedern Kohl & Partner die Dimensionen der Qualitätsentwicklung. Gestern haben wir die Phase der intuitiven Qualität durchlebt mit teils unbewussten, personenabhängigen und zufälligen Qualitätsentwicklungen. Das ging gut in einer Zeit jährlicher Wachstumsraten. Dann stieg der Anspruch an Qualität, und der Tourismusmarkt entwickelte Standards. Die Phase der standardisierten Qualität begann, es wurden Qualitätsstandards, Qualitätshandbücher und Mitarbeiterstandards eingeführt. Massentaugliche Standards laufen jedoch Gefahr einer Qualitätsstarre, da Mitarbeiter glauben, es könnte genügen, diese standardisierten Vorgaben zu erfüllen. Standardisierte Qualitätsprozesse gelten heute als Mindeststandards, die künftig individualisiert angepasst werden sollen. Die Zukunft geht in Richtung personalisierter Lebensqualität und Aufmerksamkeit. Emotionalität und das Eingehen auf die individuellen Bedürfnisse werden nachgefragt und stehen für individualisierte Qualität von morgen.

Morgen bin ich einzigartig

Die auf uns zukommende Qualitätsentwicklung steht für individualisierte Qualität und zeichnet sich bereits heute deutlich ab. Die Phase ist gekennzeichnet durch individualisierte Produkte und Dienstleistungen, durch Qualität der Aufmerksamkeit und durch Lebensqualität. Diese Dimension liefert eine positive Ergänzung zur intuitiven und standardisierten Qualität und baut darauf auf. Die Zukunft ist geprägt von einer Qualität von innen mit einem organisierten System als Basis. Das Herz muss dabei sein, und Emotionalität wird wieder stärker spürbar, denn es geht darum, über den Standard hinaus auf individuelle Wünsche einzugehen und dabei die Vorteile der Digitalisierung zu nutzen.

Digitalisierung und Analogisierung

Kaum eine touristische Veranstaltung kommt derzeit ohne das Thema Digitalisierung aus, und so mancher kann dieses Wort schon nicht mehr hören. Irgendwie verständlich, denn wir sind Gastgeber und kein Industriebetrieb. Wir haben mit Menschen zu tun und nicht mit Produkten. Digitalisierung ist in der Wirtschaft ein mächtiger Trend, keine Frage. Aber müssen wir darum jetzt in jedem Zimmer eine Alexa platzieren? Muss in Zukunft an jeder Rezeption dieser herzige humanoide Roboter stehen? Unser Smartphone kennt uns bald besser als wir uns selbst. Warum? Es merkt sich einfach alles. Es merkt sich jedes Hotel, jeden Sportartikel, jede Zeitung, die wir in den letzten Jahren gesucht haben. Bisher haben wir mit Google gesucht und nur ein Wort eingetippt. Mit dem Sprachassistenten ändert sich das vollkommen – wir werden mehr und mehr mit dem Handy sprechen. Renommierete Studien gehen davon aus, dass innerhalb der nächsten drei Jahre 50 % des Suchens mit Sprachassistenten durchgeführt wird. Das ist die digitale Welt, die uns in nächster Zeit erwartet.

Digital ist hart und technisch. Analog ist weich und menschlich. Der Gast informiert sich digital, entscheidet aber analog. Unser Kerngeschäft ist analog! Die Digitalisierung ist eine Hilfestellung, eine Unterstützung – „Support“ in der digitalen Sprache. Sie erspart im Hintergrund Arbeit, damit ich vorne am Gast mehr Zeit habe – ob am Telefon oder persönlich, wenn er im Hotel ist.

Die Kunst liegt aber in der Kombination: digital UND analog; online UND offline; nicht „Entweder-oder“, sondern „Sowohl-als-auch“. Es gilt also, ein „Digital Leader“ und zugleich ein „Analog Leader“ zu sein. In dieser Kombination liegt die Zukunft.

Wird uns die „alte“ Gastgeberrolle im Jahr 2025 in vielen Hotels fehlen? Die familiäre Atmosphäre, in der man sich aufgehoben fühlt? Werden die familiengeführten Hotels zu unpersönlich? Nein, wenn die Hoteliers und Mitarbeiter an der Digitalisierung arbeiten UND Gastlichkeit leben. Wenn sie sich

Weitere Informationen: Mag. Erich Liegl, erich.liegl@kohl.at Kohl & Partner GmbH

liebervoll um Gäste kümmern UND online up to date sind. Wenn sie mit den Gästen auf die Alm gehen UND am Nachmittag die Website optimieren. Das ist die Chance! Vergessen wir die Wurzeln nicht. Es besteht sonst die Gefahr, dass in der digitalen Professionalisierung alte Gastgebertugenden verlassen werden.

Soft Skills sind das A und O

Loyalität entsteht nie dem Haus gegenüber, sondern immer durch menschliche Begegnungen. Diese Begegnungen spürt man nur, wenn man im Haus ist. Diese Qualität ist mit Marketing nicht zu vermitteln. Das Marketing ist digitalisiert und sucht die Erstentscheidung. Begegnungen hingegen sind es, die eine hohe Weiterempfehlung schaffen. Es geht immer wieder um die Sehnsüchte des Gastes. Wonach sehnt sich der Gast wirklich? Was will nun der Gast von morgen eigentlich?

1. Der Gast will wahrgenommen werden und
2. Der Gast will wichtig sein.

Wenn es gelingt, diese zwei positiven Grundeinstellungen im Kopf zu haben, dann spiegelt sich das im täglichen Serviceverhalten wider. „Locker und nett“ zu sein genügt nicht. Spitzenservice entsteht durch eine Kombination von Präzision und Beziehungen. Die beiden sind kein Widerspruch, sie ergänzen sich. Soft Skills spielen im Hotelgeschäft eine große Rolle, und das ist durchaus verständlich, denn Tourismus ist schließlich ein Geschäft von Mensch zu Mensch.

Müsste man alle Service-Regeln dieser Welt auf 5 reduzieren, dann würde es folgende 5 goldene Regeln geben:

1. Der Mensch steht im Vordergrund, und jeder will individuell behandelt werden.
2. Ich versuche mich in die momentane Situation des Gastes zu versetzen.
3. Ich fühle mich verantwortlich für die ausgesprochenen und nicht ausgesprochenen Wünsche und Sehnsüchte unserer Gäste.
4. Ich kümmere mich sofort um die Probleme eines Gastes.
5. Ich suche ständig nach Verbesserungsmöglichkeiten im Touchpoint-Management von Mensch zu Mensch entlang der Guest-Journey.

Begeisterung über individuelle Gastgeberqualität führt zu Gästebindung und macht diese unbewusst zu unbezahlbaren Multiplikatoren im Hotel. Die wirklich Guten in der heimischen Hotellerie sind durchdigitalisiert, leben aber gleichzeitig die persönliche Gastlichkeit.

www.kohl.at

Das Gebäude der Zukunft kann auch so aussehen.

Ideal für Modernisierungen: Die offene, PC-basierte Gebäudeautomation von Beckhoff.



www.beckhoff.at/building

So wird wertvolle Bausubstanz nicht nur erhalten, sondern zukunftsfit gemacht: Mit der integralen Gebäudeautomation von Beckhoff implementieren Sie alle Möglichkeiten der Kommunikations- und Steuerungstechnik – angepasst an die individuellen Bedürfnisse der Immobilie. Alle Gewerke werden von einer einheitlichen Hard- und Softwareplattform gesteuert: Ganz gleich, ob es um die nutzungs-gerechte Beleuchtung, die komfortable Raumautomation oder die hocheffiziente HLK-Regelung geht. Für alle Gewerke stehen vordefinierte Softwarebausteine zur Verfügung, die das Engineering enorm vereinfachen. Funktionserweiterungen oder -änderungen sind jederzeit möglich. Das Ergebnis: Durch die optimale Abstimmung aller Gewerke werden die Energieeinsparpotenziale voll ausgeschöpft und die Effizienz der Bewirtschaftung deutlich erhöht.

Die ganzheitliche Automatisierungslösung von Beckhoff:



Flexible Visualisierung/Bedienung



Skalierbare Steuerungstechnik, modulare I/O-Busklemmen



Modulare Software-Bibliotheken



Sky Chalets und Hoamatstub'n

Höflehners neueste Geniestreiche bestehen aus einem brandneuen Genuss-Hotspot, einem eigenen Reich im Hotel und der größten Panoramaterrasse der Region.

Innovationen mit Weitblick, Trendbewusstsein mit Tradition und Investitionen in die Zukunft stehen bei der erfolgreichen Hoteliersfamilie Höflechner aus Haus im Ennstal quasi schon am Jahresplan. Denn keine Saison vergeht, ohne dass sich Hotelier und Geschäftsführer Gerhard Höflechner nicht selbst übertrumpft und mit infrastrukturellen Erneuerungen überrascht. Heuer begeistert das Hotel mit einem neuen À-la-carte-Restaurant, vier traumhaften Sky Chalets und einem erweiterten Außenbereich.

Höflehners Sky Chalets

Der Duft von frischem Heu und steirischer Zirbe, der Blick in den Sternenhimmel und das Gefühl von Freiraum, Natur und Luxus. Inmitten des Hotels und doch als eigenes Reich mit traumhaftem Ausblick und neuestem Alpin-Design versprechen die vier Sky Chalets auf den Dächern des Vier-Sterne-Superior-Hauses ab sofort ein außergewöhnliches Urlaubserlebnis.

In Logenlage über dem Ennstal genießt man nicht nur einen gigantischen Ausblick über die Naturwasserwelt, das eigene Rotwildgehege und die Nordkette der Schladminger Tauern, sondern auch das hochwertige Interieur aus unbehandeltem Zirben- und Altholz und besonderen Details wie Lampen aus Heu. Dank eines eigenen Zugangs haben Gäste noch mehr Raum für Individualität und genießen dennoch alle Annehmlichkeiten und Inklusivleistungen des Hauses. Die vier Sky Chalets sind individuell eingerichtet und bieten Platz für zwei bis fünf Personen. „Als Gastgeber ist es unsere Aufgabe, uns in die Rolle unserer Gäste zu versetzen, neue Trends und Bedürfnisse zu erkennen und immer wieder das bestehende Angebot zu hinterfragen, zu erweitern und anzupassen. Nur wer sich stets weiterentwickelt und am Ball bleibt, kann seine Gäste immer wieder aufs Neue begeistern. Für uns bedeutet Urlaub Erlebnis, Verwirklichung und Individualität. Daher wollen wir unseren Gästen noch mehr Möglichkeiten und Freiraum bieten. Mit dem Bau der Sky Chalets haben wir die Parameter Natur und Luxus verbunden und dank wertvoller Materialien aus der Region und moderner Stilelemente eine neue





Urlaubsdimension geschaffen. Wie bei all unseren Projekten war es uns dabei wichtig, unserem Credo, neueste Trends im Einklang mit der Natur umzusetzen, jedoch nie die persönliche Note zu verlieren, treu zu bleiben.“

Für Verliebte

Wer Romantik abseits des Mainstreams sucht, wird in Höflehners exklusivem Sky Chalet fündig. In stilvoller Symbiose trifft alpines Design auf modernen Luxus und ganz viel Natur. Das 30 m² große Romantik-Chalet ist der perfekte Rückzugsort für kuschelige Stunden zu zweit. Der Blick vom Zirbenbett macht seinem Namen alle Ehre, denn hier genießt man vom ersten Augenaufschlag an den Blick über die Schladminger Bergwelten. Für die Sky Chalets wurden nur die besten Materialien ausgewählt und verwendet: Altholz, Naturstein, Leinen und Loden.

Für die ganze Rasselbande

Wer Platz für große und kleine Abenteurer, eine heimelige Atmosphäre und Geräumigkeit sucht, checkt in einem der Familienchalets Grimming, Dachstein oder Ennstal ein. Diese drei Einheiten bieten auf 50 m² Platz für 4 bis 5 Personen. Aufgegliedert in zwei separate Schlafbereiche hat jeder seinen idealen Rückzugsort. Die Familienchalets sind die perfekte Ergänzung zum 2017 errichteten 800 m² großen Funpark, der mit einem Sportplatz, einer Climbing Wall, Gaming Zone und vielen weiteren Attraktionen zum perfekten Familienurlaub einlädt.

Die „Hoamatstub’n“

Gutes Essen ist die eine Sache, daraus ein Erlebnis zu kreieren, eine andere. Seit Kurzem begeistern Küchenchef Martin Dicker

und sein Team die Gäste im neuen À-la-carte-Restaurant des Hotels mit Fine Dining auf höchstem Niveau. Von Freitag bis Montag haben auch externe Gäste die Möglichkeit, die Köstlichkeiten aus der Naturküche in Form von 3- bis 6-Gänge-Menüs zu verkosten. Das Besondere dabei ist die Kombination aus regionalen, saisonalen Produkten und einer Prise ausgewählter, ausgefallener Zutaten. Besonders ist aber nicht nur, was auf den Teller kommt, sondern auch das brandneu umgebaute Interieur der Hoamatstub’n. Alpiner Lifestyle und Einrichtungshighlights wie Lampen aus echtem Bergheu treffen auf edles Design und verschmelzen zum natürlich-luxuriösen Ambiente. Der Duft der Zirbenstube trägt zudem zu einem herrlich milden und frischen Raumklima bei und verwöhnt so neben den Geschmacksknospen auch den Geruchssinn. Bei Schönwetter genießt man auf der anschließenden, neu erweiterten Panoramaterrasse, der größten der Region, einen Traumausblick über das gesamte Obere Ennstal.

www.hoeflehner.com



Alpencooler Style



„1350 – Die Alm über Saalbach“ startet mit frischem Design in die Wintersaison.

Bilder: Hotel Marten, Zuchna Visualisierung

Die frisch renovierte Hochalm des Hotel Marten macht ab Dezember ihrem neuen Namen „1350 – Die Alm über Saalbach“ alle Ehre. Mit traumhaftem Ausblick inmitten des beliebten Skizirkus Saalbach-Hinterglemm gelegen, lockt diese etwas andere Hütte mit alpinem Schick, köstlichen Schmankerln, erstklassiger Aus-

stattung und Entspannung pur. In den zwei luxuriösen Appartements der Alm können bis zu 16 Personen ihre Winterferien genießen – schnelles Internet und Technik-State-of-the-Art inklusive.

Stilvoll selbstversorgt

Holz in warmen Tönen, Naturstein aus der Region und behagliche Filz- und Lodenstoffe prägen das exklusive Design der beiden Appartements und liefern den Beweis, dass geradlinige Eleganz und gemütlicher Berghüttencharme kein Widerspruch sind. Die „Wawi“, die kleinere der beiden Suiten, bietet höchsten Komfort auf 114 Quadratmetern und Platz für bis zu sieben Personen.

Im „Friedl“ logieren auf geräumigen 118 Quadratmetern bis zu neun Gäste. Beide Appartements laden mit hochwertig ausgestatteter, offener Wohnküche und großzügigen Balkonen zu gemeinsamem Kochen und Genießen ein. Am Anreisetag verüßt ein gut gefüllter Frühstückskorb mit regionalen Spezialitäten den Start in den ersten Urlaubstag. Im hauseigenen Ski- und Bikekeller ist auch das alpine Freizeitequipment bestens aufgehoben. Besonderes Highlight für Sportler und Erholungssuchende: Jede der beiden Suiten verfügt über eine private Sauna mit Panoramablick über das Tal.

Frisch aufgetischt

Das Herzstück der Alm bildet das liebevoll eingerichtete Bergrestaurant. In zwei gemütlichen Stuben genießen Hausgäste, die keine Lust auf Selberkochen haben, Skifahrer und Wanderer am Kachelofen oder offenen Kamin täglich bis 16 Uhr traditionell österreichische Hüttenschmankerl.

www.marten.at



Wasserlose Urinale

Während herkömmliche Urinale bis zu 150.000 Liter Wasser im Jahr verbrauchen, hat sich Uridan auf wasserlose Alternativen spezialisiert, die gleichzeitig Umwelt und Geldbörse schonen. Die wasserlosen Urinalsysteme sind hygienisch und geruchlos: Das Herzstück ist der einzigartige Uridan-Geruchsverschluss, der mittels „uriLock“ – einer patentierten, biologisch abbaubaren Sperrflüssigkeit mit Öl – funktioniert. So kann der Urin direkt in die Kanalisation fließen und Gerüche werden nach oben hin gestoppt. Der High-Tech-Deckel mit LED-Leuchte garantiert eine einfache Wartung und zeigt bei Berührung mit dem zugehörigen Elektroden-Stab an, wann „uriLock“ nachgefüllt werden muss. Gegen Tropfen auf der Urinal-Oberfläche wirkt die tägliche Reinigung mit „uriClean“.



Flexibel einbaubar

Hotel-Badezimmer verlangen nach Lösungen, die langlebig und zeitlos sind. So setzt Aco Trends mit eleganten Edelstahl-Duschrinnen, die nicht nur optisch punkten, sondern auch funktional sind. „Aco ShowerDrain“ erfüllt höchste Ansprüche bezüglich Design und Pflege und ermöglicht einen schnellen und sicheren Einbau, wobei mit „ShowerDrain M+“ jetzt auch eine modulare Variante verfügbar ist: Anders als beim ganz aus Edelstahl gefertigten Modell „E+“ ist der Kunststoff-Ablaufkörper bei der „ShowerDrain M+“ um 360 Grad drehbar und somit flexibel für jede Einbausituation.



4 Steps to Profile Vom Profil zum Profit

Es ist sehr wichtig, in gewissen Zeitabständen die Reifephase eines Hotels zu überprüfen. Insbesondere in einer Abreifephase wird es Zeit, sich Gedanken über eine neue Ausrichtung zu machen.

Autor: Thomas Reiszahn

Gerade in Zeiten stagnierender Umsätze und eines starken Verdrängungswettbewerbs wird es noch enger für nicht gut positionierte Betriebe. Wenn ein Hotel nichts Außergewöhnliches zu bieten hat, wenn seine Produkte austauschbar sind und der Service alles andere als begeistert, entscheidet immer der Preis. Dann soll es für die Gäste wenigstens billig sein!

Die wichtigste Aufgabenstellung für ein Hotel ist deshalb die erfolgreiche Abgrenzung zu Mitbewerbern und die Entwicklung eines eigenständigen Profils für seine Gäste. In der Prodingler Beratungsgruppe werden über 500 Hotelbetriebe betreut und können so aus den Bilanzen sofort ablesen, ob sich ein Betrieb von Mitbewerbern abhebt bzw. sich als Spezialist positioniert hat.

Menschen kaufen keine Hotelprodukte, sondern Gefühle

Um Gäste bzw. Zielgruppen zu erreichen, muss man ihre Befindlichkeiten und Orientierungen, ihre Werte, Lebensziele, Lebensstile und Einstellungen genau kennen und verstehen. Nur dann bekommt man ein wirklichkeitstreuendes Bild davon, was die Menschen bewegt und wie sie bewegt werden können. Zunehmend wichtig ist dabei, die Menschen nicht nur als mündige Bürger und Verbraucher zu analysieren, sondern ein ganzheitliches Bild der Zielgruppe zu gewinnen: wie sie sich und ihre Umwelt wahrnehmen, was sie mögen und was nicht, wie sie leben, denken, fühlen, bewerten. Das hat Konsequenzen für die Hotel-Kommunikation.

Worin unterstützt der Prodingler-Prozess die Hotellerie

- Richtungsentscheidung: In welche Richtung sollen wir unseren Hotelbetrieb weiterentwickeln?
- Welche Positionierung für die Zukunft soll angestrebt werden?
- Investitionsentscheidung: Sollen wir investieren oder lieber doch nicht?
- Rechnet sich die geplante Investition oder existieren bessere Varianten? Investitionsplanung mit der neuen Etappen-Strategie.



- Performance-Verbesserung: Wie können wir die betriebswirtschaftliche Performance unseres Hotelbetriebs verbessern und absichern?
- Wie können wir eine überdurchschnittliche Umsatzrendite erzielen? Wie stark sind Qualität und Effizienz ausgeprägt?

Auszug aus den Vorteilen des Strategieprozesses mit der Prodingler Beratungsgruppe

- Die Entwicklung und Formulierung einer herausragenden Strategie verbessert die Wettbewerbsposition.
- Darstellung der aktuellen Gesamtsituation inklusive einer Standortanalyse.

- Internes Marketing zur Information der Mitarbeiter.
- Darstellung des Hotels bzw. Unternehmens nach außen für Gäste, Lieferanten, zukünftige Mitarbeiter und Öffentlichkeit.
- Aufbau nachhaltiger Wettbewerbsvorteile.
- Positionierung des Hotels anhand der Strategieergebnisse.
- Klare Vorgaben zur Implementierung unter Einbindung der Führungskräfte.
- Strategisches Ziel und Handlungsklarheit für die nächsten Jahre.

Zusammenfassung

Eine richtige Strategie und Positionierung des Hotels ist in einem gesättigten Markt eine der wichtigsten unternehmerischen Unterscheidungen. Bei den heutigen Rahmenbedingungen mit sinkenden Stammgästen, hartem Preiskampf und fallenden Margen sowie einem veränderten Kaufverhalten der Gäste benötigt es eine ausgereifte Positionierung, um als Hotel auch in der ungewissen Zukunft erfolgreich zu agieren. Die stolze Vergangenheit oder der Zufall künftiger Entwicklungen entscheiden nicht über den Erfolg – vielmehr erweist sich eine richtige Strategie als gewinnbringende Chance.

Ohne klares Konzept und Strategie können viele Hotels nur durch Billigst- und Last-Minute-Angebote überleben, während Statistiken und die Bilanzen von Betrieben mit eindeutiger Positionierung belegen, dass sie wirtschaftlich klar erfolgreicher agieren. Die Strategie basiert auf einer genauen Analyse der internen und externen Schlüsselfaktoren. Neben den Stärken und Schwächen sowie der subjektiven Werthaltung des Unternehmens und der zukünftigen Gäste werden die Chancen und Risiken im touristischen Umfeld beim Hotel erarbeitet. Das Ergebnis eines Strategieprozesses mit dem Prodingler Modell 4 Steps to Profile reicht von einer Differenzierung bis hin zu einer Spezialisierung. Nur mit einem geschärften Profil kann sich das Hotel von seinen Mitbewerbern abheben und so mehr Profit erzielen.

Hier setzen wir in der Prodingler Beratungsgruppe an und bearbeiten mit Ihnen folgende Bereiche

- Wurden Besonderheiten und Alleinstellungsmerkmale herausgearbeitet? Stimmen strategische Positionierung und gelebter Alltag überein?
- Berücksichtigung aktueller Trends und Entwicklungen: Welche besonderen Erlebnisse bietet man den Gästen?
- Welche Geschäftsfelder im Hotel gehören auf die neuen Trends ausgerichtet?
- Die unbekanntesten Stärken erkennen, die der Schlüssel zum Erfolg sind. Welche Stärken und Schwächen charakterisieren unsere Leistungen?
- Die nötigen Innovationen zu den Kerndienstleistungen entwickeln.
- Klare Marketingmaßnahmen zu klarer Gestaltung
- Analyse von (neuen) Zielgruppen (Milieus). Gibt es für meine Leistung eine zahlungskräftige Zielgruppe und wie erreiche ich diese auf der Ebene der Wertorientierung? ▶

ambiente the show



sensational exceptional *original* 8.–12. 2. 2019

Die herausragende Vielfalt des internationalen Konsumgütermarkts. Das Erlebnis von Innovationen und neuen Konzepten für HoReCa. Die Messe, die Ihre Branche in die Zukunft führt.

Infos und Tickets:

ambiente.messefrankfurt.com

Telefon 01/867 36 60 60

info-nbs@austria.messefrankfurt.com

horeca

 messe frankfurt

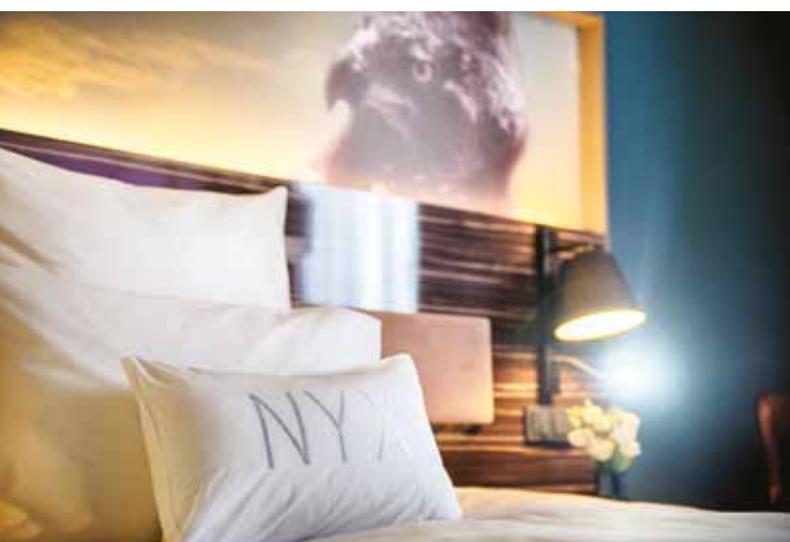


Urban-Chic

NYX Mannheim besticht mit einem stylischen Lifestyle-Konzept.

Eine Stadt am Puls der Zeit – in Mannheim verschmelzen alte Barockbauwerke mit moderner Kunst, Industrieromantik trifft auf Hafenflair. Umgeben von historischen Denkmälern und grünen Oasen greift der international renommierte Interior Designer Andreas Neudahm im NYX Mannheim den Charme

der Stadt auf. Aus dem ehemaligen Wyndham Mannheim wird ein Lifestyle-Haus mit internationalem Flair. Leuchtende Farben, ausgefallenes Interieur und lokal inspirierte Dekorartikel spiegeln die aufstrebende Kreativszene der Stadt wider und machen das Hotel zum hippen Hotspot.





Fotos: Neudahm Design

Individuell & kreativ

Die NYX Hotels stehen für eine neue Generation der Hotels. Individuell und kreativ spiegeln sie den Zeitgeist ihrer jeweiligen Destination wider. Verantwortlich für die Verbindung von trendigem Design und einzigartigen Street-Art-Elementen ist Andreas Neudahm. Mit 30 Jahren Erfahrung und über 450 designten Hotels setzt der international Gefragte richtungsweisende Trends für die gesamte Branche.

Exotisches Interieur

„Das neue NYX Mannheim soll die junge Mannheimer Szene mit unserem internationalen Publikum zusammenbringen. Hierzu setzen wir auf ein innovatives Lifestyle-Konzept, das die unterschiedlichsten Charaktere anspricht“, so Neudahm über das Hoteldesign. Angelehnt an „Nyx“, die griechische Göttin der Nacht, setzt der Designer auf exotische Interieur-Elemente und hochwertige Materialien, die in der Lounge und den 152 Hotelzimmern für auffallende Akzente sorgen.

„Bereits mit Betreten des Hauses sollen Gäste und Besucher in eine andere Welt versetzt werden. Die Open Lobby, bei der Rezeption, Restaurant, Lobby und Bar ineinander verschmelzen, stellt einen Ort der Begegnungen dar, die einen kosmopolitischen Austausch möglich macht“, so Neudahm weiter. Der Designer kombiniert stylische Loungesessel mit hochwertigen Tapeten und einer maßgeschneiderten Lichtinstallation. Wie auch schon bei allen anderen NYX-Häusern engagiert Neudahm lokale Künstler, die für sämtliche Airbrush-Arbeiten im Haus zuständig sind.

Hippes Mobiliar

Auch in den 152 Zimmern des Mannheimer Hauses findet sich die persönliche Handschrift des Designers wieder. Neben modernster Ausstattung setzt Neudahm auf einen Mix aus warmen Pastelltönen, hellem Holzboden und hippestem Mobiliar, die den Räumlichkeiten eine angenehme Frische verleihen. Luxuriöse Badezimmer mit Tropic-Shower versprechen indes einen entspannenden Wellness-Moment. Dabei betont Neudahm: „Mir ist es wichtig, dem Mannheimer Traditionshaus ein neues Image zu verleihen, ohne den Charakter der Stadt zu verlieren. Das Design spiegelt Mannheim auf besondere Art und Weise wider, und jeder, der die Stadt zum ersten Mal besucht, wird sich mit ihr auf Anhieb verbunden fühlen.“

Andreas Neudahm, Jahrgang 1968, ist seit über 25 Jahren erfolgreicher Interior Designer. Mit seinen innovativen Raumkonzepten sorgt er in öffentlichen Gebäuden wie Kongresszentren und renommierten Hotels auf der ganzen Welt für die passende Atmosphäre. Inzwischen blickt der charmante Designer auf eine lange Referenzliste hochrangiger Häuser und Auftraggeber zurück: Zu seinen Auftraggebern zählen Westfalenhallen Dortmund GmbH, Leonardo Hotels, Ascott, Marriott, Starwood, InterContinental Hotels Group und Accor – sein Know-how ist weltweit gefragt. Andreas Neudahms Raumkonzepte heißen den Gast willkommen. Mit detailgenauer Sorgfalt verknüpft er sinnliche Raumerfahrung mit funktionaler Wohnlichkeit und kreiert Räume mit Charakter, Seele und Charme.



Jamas in Athen

Marriott International, Inc. ist ab sofort wieder mit seiner Marke Marriott Hotels in Athen vertreten.

Text: Peter A. de Cillia

Das neu eröffnete Athens Marriott Hotel befindet sich zwischen Stadtzentrum und dem Hafen von Piräus sowie direkt gegenüber vom Stavros Niarchos Park, der Oper und der Nationalbibliothek. Alleine dieser Gebäudekomplex, der durch die Niarchos-Stiftung geschaffen wurde, ist eine Reise wert. Für diejenigen, die in die wunderschöne Innenstadt wollen oder die Akropolis entdecken möchten, ist die Lage des Hotels zwar nicht gerade erste Klasse, sie wird aber durch ein fast stündliches Shuttleservice in die Innenstadt wettgemacht.

Moderner Chic

Gäste logieren in 366 großzügigen Zimmern und Suiten, die den Blick auf Oper und Ägäis freigeben. Einige der Zimmer verfügen sogar über Terrassen, von denen aus man die Akropolis sieht.

Das Hotel ist als Business- und Freizeithotel konzipiert. Lobby, Rezeption und Tagungsräume, gestaltet von Wimberly Interiors London, zeichnen sich durch elegantes Design aus. Inspiriert vom nahegelegenen Hafen und antiken griechischen Schmuckstücken, kombiniert es kräftige Blau- und Goldtöne zu einer





modernen Interpretation klassischer griechischer Architektur und Kultur. Das Design wirkt aufgeräumt, zweckmäßig und modern, ohne sich dabei in Design-Verwirrungen zu verzetteln. Eine klare Linienggebung herrscht vor – man fühlt sich wohl.

„Wir freuen uns sehr, mit der Eröffnung des Athens Marriott Hotel das neue Design der Marke auch in Athen zu präsentieren“, sagt John Licence, VP Premium and Select Brands Europe, Marriott International. „Dieses Hotel steht für die aktive Weiterentwicklung von Marriott Hotels – stets mit dem Ziel vor Augen, Gästen rund um den Globus durch modernes Design, stilvolle öffentliche Bereiche und intuitive Technologie ein noch besseres Aufenthaltserlebnis zu bieten.“

Kulinarische Köstlichkeiten

In Anlehnung an die Athener Märkte begrüßt das hoteleigene Restaurant Made in Athens Genießer zu einer interaktiven Entdeckungsreise: In der offenen Küche bereiten Köche das Frühstück vor den Augen der Gäste zu und backen im Holzofen ganztägig frisches Brot. Die Inneneinrichtung wird von Steinen aus der Region und einer Farbpalette verschiedener Olivtöne dominiert, während ausgewählte lokale Artefakte und Produkte zusätzlich für griechisches Flair sorgen. Und man wird sehr positiv von der Küchenleistung überrascht, die man eher selten in einem Hotel dieser Größenordnung angeboten bekommt.

Als Highlight kann durchaus die Dachterrasse bewertet werden. Hier befindet sich das e&o Athens: Die Mischung aus

Restaurant und Bar wartet mit zeitgenössischer panasiatischer Küche, einer Sushi-Bar und dem Playroom mit atemberaubender Aussicht über den Saronischen Golf, den Niarchos Park und die Akropolis auf. Ein kleiner Pool lädt zum Entspannen ein.

Neben Panorama-Ausblicken, kulinarischen Freuden und modernem Interieur bietet das Hotel auch die ideale Kulisse für Veranstaltungen jeder Art. Acht flexibel gestaltbare Tagungsräume mit hochmodernen Technologien erstrecken sich auf insgesamt 1.067 Quadratmeter.

Fazit

Ein Business-Hotel, das alle Annehmlichkeiten auch für Urlaubsreisende bietet. Speziell die coole Bar, das Restaurant und das Schwimmbad auf der Dachterrasse, aber auch das zukommende Service machen die nicht so günstige Lage mehr als wett. Ein Shuttleservice bringt die Gäste mehrmals am Tag in die brodelnde, beeindruckende Innenstadt.

Marriott Hotels

In seinen mehr als 500 Hotels in 65 Ländern präsentiert die Marke Marriott Hotels stets neue Erlebnisse, und dies während des gesamten Aufenthalts. So bieten die Häuser unter dem Motto „Travel Brilliantly“ der neuen, mobilen Generation von Globetrottern zielgruppengerechte, innovative, durchdachte Angebote, wo sich Arbeit und Freizeit unter einen Hut bringen lassen. Marriott Hotels ist Partner des preisgekrönten Bonusprogramms Marriott Rewards®, zu dem auch The Ritz-Carlton Rewards® gehört. Marriott International, Inc. (NASDAQ: MAR), mit Hauptsitz in Bethesda/Maryland, USA, ist der weltweit größte Hotelkonzern und verfügt über ein Portfolio von mehr als 6.700 Hotels in 130 Ländern und Territorien. Es umfasst direkt und als Franchise betriebene Häuser sowie lizenzierte Timeshare-Anlagen unter dem Dach 30 führender Marken.

www.marriott.com/hotels

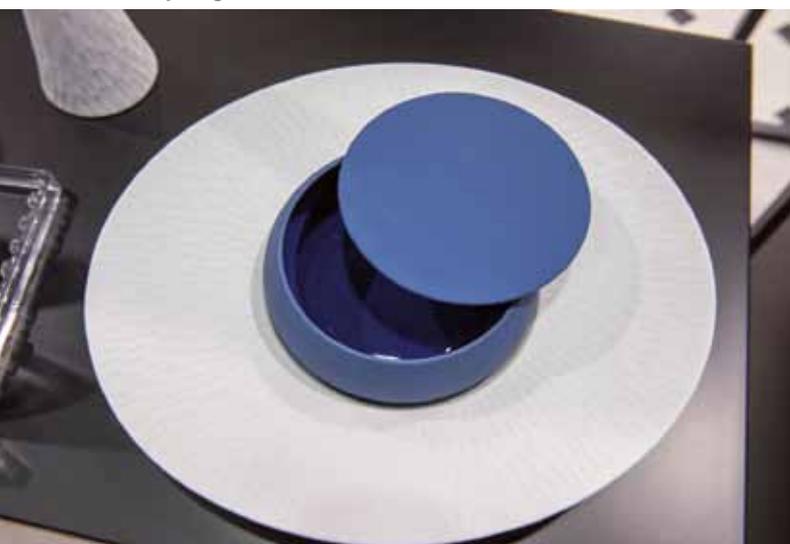
| HOTEL&DESIGN-Bewertung | | | | |
|------------------------|---|---|---|---|
| Architektur |  |  |  | |
| Design |  |  |  |  |
| Kulinarik |  |  |  |  |
| Service |  |  |  |  |



Benedikt

HoReCa auf der Ambiente 2019

Guy Degrenne



Von Tassen, Tellern und Tischwäsche

Fotos: Messe Frankfurt/Petra Wenzel

Um Großobjekte wie Hotels und Restaurants mit Geschirr, Besteck und Co. auszustatten, bedarf es Hersteller, die ihre Struktur darauf ausgerichtet haben. Dies bedeutet heutzutage nicht nur, Produkte in entsprechender Qualität sowie in großen Mengen anzubieten. Ebenso wichtig ist es, dass Produzenten auf internationaler Ebene agieren und ihr HoReCa-Sortiment auf gastronomische Trends abstimmen. „Food- und Material-Trends haben immer mehr Auswirkungen auf den HoReCa-Bereich“, so Thomas Kastl, Objektleiter Ambiente Dining. „Immer mehr Anbieter richten sich darauf ein und sorgen letztendlich dafür, dass durch ihre zeitgemäßen Produkte der Besuch im Hotel, Restaurant oder Café zu einem besonderen Erlebnis wird“, so Kastl weiter.

Die Weltleitmesse Ambiente ist der passende Ort, an dem Anbieter und Kunden im HoReCa-Segment persönlich in Kontakt treten, Impulse für das eigene Business erhalten und sich über aktuelle Entwicklungen informieren können.

Viele Wege führen zu HoReCa

Damit Entscheider und HoReCa-Anbieter leicht zueinanderfinden, hält die Ambiente verschiedene Online- und Offline-Orientierungshilfen bereit. Schon vor dem offiziellen Messestart können Besucher in der Online-Austellersuche nachsehen, welche Unternehmen sich auf das HoReCa-Segment spezialisiert haben. Direkt auf der Messe vereinfacht der Contract Business Guide auch 2019 wieder die Navigation durch die Hallen und enthält die genauen Standorte von Ausstellern, die Produkte für das HoReCa-Geschäft führen.

Ein besonderes Highlight wird das dritte HoReCa-Get-Together sein, das am ersten Messetag stattfindet und Produzenten, Planer, Investoren sowie Berater zusammenbringt. Ein Besuch lohnt sich gleich mehrfach: Professor Charles Spence, Gastrophysiker an der Universität Oxford, wird eine spannende Keynote über das Zusammenspiel der Sinne beim Essen und Trinken halten. Dabei wird er unter anderem erklären, was die Farbe des Tellers mit der Wahrnehmung eines Gerichts zu tun hat. Zudem ist die Abendveranstaltung die perfekte Gelegenheit, um sich über die neuesten Entwicklungen auszutauschen und ins Gespräch zu kommen. Anmeldungen für das Get-Together sind ab sofort möglich unter horeca@messefrankfurt.com.

Die Ambiente 2019 findet vom 8. bis 12. Februar 2019 statt.

Exquisite Köstlichkeiten für die Festtage



Spirituelle Weihnacht

Gerade bei Spirituosen suchen die Gäste zu den Festtagen das Besondere.



Neben den Herstellerfirmen haben wir auch bei Transgourmet, Österreichs führendem Gastronomie-Großhändler, die angesagtesten Trends und Produktneuheiten am Spirituosen-Markt hinterfragt. Dabei hat uns Andreas Hayder, Abteilungsleitung Category Management Getränke, auch den einen oder anderen Geheimtipp verraten: Gin ist nach wie vor ein Dauerbrenner. Aus dem umfangreichen Sortiment von Transgourmet hervorzuheben ist die französische Gin-Marke „Citadelle“. „Citadelle Old Tom Gin“ besteht aus 19 Botanicals und zeichnet sich durch die Zutat „Aged Sugar“ aus: Dieser karibische braune Zucker, der in Kupferkesseln leicht karamellisiert wird, lagert zusammen mit etwas Gin für drei bis vier Monate in Cognac-Fässern. Der Gin selbst darf nach der Destillation ebenfalls noch ein halbes Jahr im Holz ruhen.

Aber auch Rum ist laut Transgourmet gerade in der kalten Jahreszeit wieder sehr gefragt. Insbesondere gereifter Rum aus der Karibik kommt wieder verstärkt, auch wenn dies kein ganz neuer Trend ist. Ein Highlight für Rum-Kenner ist laut Andreas Hayder der „Plantation Rum Peru 2004 Vintage Edition“. Diese Spezialität wurde im Ursprungsland Peru zwölf Jahre lang in Bourbon-Fässern gereift. Danach legte der Kellermeister den Rum in kleine gebrauchte Cognac-Fässer aus französischer Eiche ein, die in den kühlen Kellern von Château de Bonbonnet für weitere zwei Jahre lagerten. Das Ergebnis ist ein exklusiver Rum mit opulentem Bouquet und markanten Holznoten, der am Gaumen mit enormer Aromenvielfalt überrascht.

Der „Plantation Rum Fiji 2009 Vintage Edition“ schlägt in eine ähnliche Kerbe: Zuerst erfuhr dieser Rum auf Fidschi eine 7-jährige Lagerung in Bourbon-Fässern, bevor er in kleinen Cognac-Fässern für weitere zwei Jahre in den Kellern von Château de Bonbonnet reifte.

Handmade in Austria

Seit Ende des Jahres 2017 brennen die Weinviertler Brüder Johannes und Martin Steiner in Ruppersthal ihren „Steinhorn Gin“. Der Premium-Gin wird im 60-Liter-Kupferkessel im Pot-Still-Verfahren hergestellt und besticht im Geschmack insbesondere durch Noten von Süßholz, Melisse und Rosmarin. Von der Einmischung bis zur Abfüllung wird alles per Hand erledigt, selbst die Etiketten werden händisch von der Mutter der Steiner-Brüder auf die Flaschen geklebt.



Friendsgiving

Bourbon Whiskey, pur oder gemixt in einem erfrischenden Drink, passt perfekt in die schönste Zeit des Jahres und ist der perfekte Begleiter eines geselligen „Friendsgiving“-Fests mit Freunden oder der Familie. Die Traditionsmarke Wild Turkey interpretiert damit die amerikanischen Thanksgiving-Feierlichkeiten neu und stellt bei dem Festschmaus den Whiskey in den Mittelpunkt.



© Philipp Lipinski

Die unterschiedlichen Editionen wie „Wild Turkey Rye“, „Wild Turkey 101“, der Barrel-proof-Bourbon „Rare Breed“ und die Limited Edition „Master’s Keep Decades“ spiegeln dabei den Facettenreichtum von Bourbon wider. „Wild Turkey Master’s Keep Decades“ wurde zu Ehren des 35-jährigen Jubiläums von Master Distiller Eddie Russell aus Bourbonbeständen, die alle zwischen 10 und 20 Jahre gereift sind, verblendet.



Neuinterpretation

Mit „Hendrick’s Orbium“ wurde, nach einer Rezeptur von Master Distiller Lesley Gracie, eine streng limitierte, experimentelle Variante des klassischen „Hendrick’s Gin“ kreiert: Die limitierte Sonderedition ist mit Chinin, Wermutkraut und der geheimnisvollen Blüte des blauen Lotus aromatisiert, wodurch ein komplexer Gin mit ungewöhnlich langem Finish entsteht. Er überrascht durch einen ungewohnten Charakter, da er die typischen floralen Noten mit unerwarteten, verführerisch bitteren Nuancen verbindet.

Koffeinschub

Mit der Destillerie Bauer und J. Hornig haben sich zwei steirische Unternehmen zusammengetan, um gemeinsam auf der Alles für den Gast trendige Drinks, basierend auf Jägermeister und Kaffee, zu präsentieren. Die neue Liaison erhitzt das Nachleben, die beiden Hauptdarsteller aber bleiben dabei eiskalt. Die Basis bildet „Hornig Cold Brew“ (für den „Jägermeister Cold Brew“) bzw. kaffeefusionierter Kräuterlikör („Jägermeister Kaffee-Shot“): Dafür wird in einem großen Gefäß ein halbes Kilo Kaffeebohnen mit 0,7 l Jägermeister aufgegossen, ca. 12 Stunden bei Zimmertemperatur ziehen gelassen und dann abgegossen und gekühlt als Shot ausgedient. Ein interessanter Longdrink ist außerdem auch Jägermeister gemixt mit dem neuen „Thomas Henry Coffee Tonic“. Kreiert wurden die Drinks vom neuen Brand Ambassador Markus Raidl.



© Philipp Lipianski

Gelungene Fusion

„Herbarium ginfused“ ist eine süßlich-herbe Fusion aus feinstem Kräuterlikör und Gin – genauer gesagt aus Auszügen von 37 handverlesenen Kräutern und „Momentum German Dry Gin“. Dabei treffen subtile Aromen von Orangenblüte, Pomeranze und Thymian auf die erfrischende Herznote des seltenen indischen Tulsi-Basilikums. Um die wertvollen, ätherischen Öle schonend zu extrahieren, lässt man die Edelkräuter kalt ziehen, wodurch der intensiv-aromatische Geschmack und der dunkle Mahagoni-Ton mit grünen Reflexen entstehen.



The one and only

Beim limitierten „The Balvenie Double-Wood Aged 25 years“ handelt es sich um eine Spirituose, die 1993 in der Destillerie nahe Dufftown, Schottland, eingelagert wurde. David Stewart, ein Pionier und Wegbereiter der Entwicklung des Fass-Finishings in der Whisky-Welt, demonstriert mit seiner auf 60 Flaschen streng limitierten Sonderedition seine Kunsthandfertigkeit und Liebe zum Single Malt Scotch Whisky. Das Ergebnis ist eine wunderbare Kombination aus Süße und Würze mit kandierter Orange und etwas Honigsirup in der Nase, gefolgt von einem samtig-vollmundigen Aroma mit Noten braunen Zuckers und getrockneter Früchte.



Foto: The Balvenie



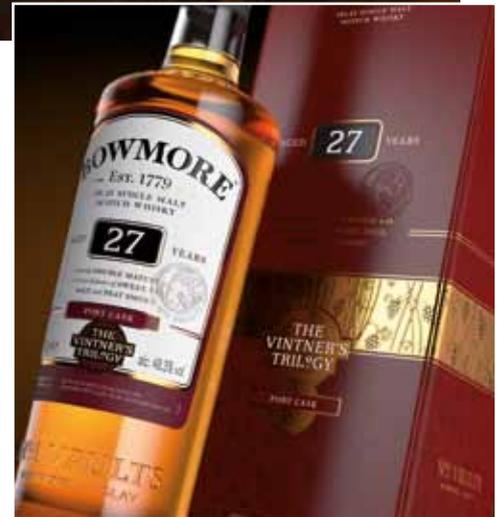
Time, savoured

Reich belohnt wird, wer den Wert der Zeit schätzt: Diese weise Botschaft vermittelt die neue Kampagne von Bowmore Single Malt Scotch Whisky.

„Time, savoured“ lautet dabei kurz und prägnant der Claim, der diese Botschaft ins Zentrum der Kommunikation stellt. Er bringt die Philosophie von Bowmore perfekt auf den Punkt, denn Zeit sieht die älteste Destillerie Islays als integralen Bestandteil ihres Erfolges: Den hochwertigen Spirituosen viel Zeit für die Reifung in Eichenfässern zu geben, ist das Geheimnis einiger der besten Whiskys der Welt. Ebenso wichtig ist es aber auch, sich die Zeit für echten Genuss zu gönnen: In einer Welt, in der immer mehr Hektik herrscht, ist ein Glas Bowmore Islay Single Malt der Lohn für jene, die den Wert der Zeit zu schätzen wissen.

Die Bowmore Vintner's Trilogy

Erstmals im Jahr 1779 schriftlich erwähnt, gilt die Bowmore Distillery als erste Whisky-Brennerei auf Islay und beherbergt hinter den schützenden Mauern der sog. „No. 1 Vaults“ das weltweit älteste Whisky-Lagerhaus für typisch torfig-rauchigen Scotch-Whisky. In diesen legendären Gewölben wird seit nahezu 240 Jahren Bowmore Whisky gelagert und gereift. Der Inhalt jeder einzelnen Flasche ist deshalb geprägt durch die intensiven Aromen der handverlesenen Eichenfässer, aber auch durch die raue Atlantik-Seeluft der schottischen Insel, die sich in salzigen Noten bemerkbar macht.



So ist „No. 1 Vaults“ die Geburtsstätte einiger begehrter Islay Single Malt Whiskys, die von Kennern zunehmend auch als Sammelobjekte gefragt sind. Wie zum Beispiel die „Bowmore Vintner's Trilogy“: Neben dem 18 Jahre gereiften „Bowmore Manzanilla Cask“, der einen Teil der Reifezeit in Manzanilla-Sherryfässern verbringt, zählen der „Bowmore 26 Year Old French Oak Barrique“ und der „Bowmore 27 Year Old Port Cask“ zu dieser exklusiven Trilogie. Beide lagern zunächst 13 Jahre in Bourbon-Fässern, bevor der eine nochmals 13 Jahre in Wein-Barrique-Fässern und der andere 14 Jahre in Portwein-Pipes weiter reift. Jeder der drei Single Malts erhält dadurch seinen ganz eigenen Charakter.

Zeit ist kostbar

Um die edle Bowmore Whisky-Range und im Besonderen den 2018 neu lancierten „Bowmore 27 Year Old Port Cask“ in Österreich zu präsentieren und zu verkosten, lud Beam Suntory Austria gemeinsam mit der Schweizer Luxus-Uhrenmarke Breitling am 4. Dezember Whisky- und Uhren-Liebhaber zu einem besonderen Abend ein. Was passt schließlich besser zu einer Premium-Spirituose wie Bowmore, die viele Jahre lagert, um ihren besonderen Geschmack zu entfalten, als traditionsreiche Qualitätsuhren, die ebenfalls die Zeit in den Mittelpunkt stellen? „Einige der besten Whiskys auf der ganzen Welt sind das Ergebnis von dem, was wir mit den besten Rohstoffen, aber auch mit viel Zeit machen. Darauf sind wir stolz!“, erklärte Karl Wurm, Area Commercial Director von Beam Suntory Austria, anlässlich der Verkostung in der Breitling Boutique in Wien.



www.bowmore.com



Handgefertigte Bars für die Ewigkeit

Mit der „Finest Selection Kofferbar“ ist Campari Austria und Scheer ein wahrliches Kunststück in der Konzeption und Verarbeitung einer voll funktionsfähigen, portablen Bar gelungen.

Gemeinsam mit dem einstigen „kaiserlichen und königlichen Hofschuhmacher“ Scheer hat Campari Austria die portable „Finest Selection Kofferbar“ kreiert: In reduziertem Design und mit hochwertigem Leder überzogen, ist jedes Stück ein Unikat, das Liebhaber edler Spirituosen zum Schwärmen bringt und Perfektion auf ein neues Level hebt. Das luxuriöse Meisterwerk, dessen Vollholzkorpus aufwendig mit italienischem Wasserbüffel-Leder überzogen ist, sticht auf den ersten Blick durch seine exzellente, händische Verarbeitung hervor. Die Blindprägung des „Finest Selection“-Logos im Lederbezug auf den Außenseiten sorgt zusätzlich für ein besonderes Erscheinungsbild mit eindrucksvoller Haptik. Der Innenraum der Bar erstrahlt mit einem 3-fach lackierten und geschliffenen Furnier aus Vogelaugenahorn und besticht durch sein individuelles Holzmuster. Aber die „Finest Selection Kofferbar“ überzeugt nicht nur durch ihre exklusive Optik, sondern auch durch ihre durchdachte Ausstattung und funktionale Details.

State of the Art

Mit der „Finest Selection Kofferbar“ können nicht nur Getränke, Gläser und Barzubehör stilvoll aufbewahrt, sondern auch jederzeit kühle Drinks gemixt werden. Mit ihrer Höhe von 155 cm bietet die portable Bar Raum für eine professionelle Ausstattung und lässt keine Wünsche offen. So enthält die Kofferbar unter anderem eine ausziehbare Arbeitsfläche mit raffinierter Corian-Einlage, welche ein sauberes Hantieren mit Früchten und Zesten garantiert. Dazu kommen zwei Laden für Zubehör, ein Wabenelement für die Lagerung von bis zu 17 Flaschen und ein Schiebefach zur optimalen Temperierung von Flaschen. Mit dimm- und farbverstellbaren LED-Lichtern ausgestattete Produktpräsentationsflächen runden das funktionale Design ab.

Erlesene Tropfen

Bestückt ist die „Finest Selection Kofferbar“ natürlich ebenfalls nur mit dem Besten vom Besten: Erlesene Tropfen von Appleton Estate, Grand Marnier oder auch feinsten Bourbon von Wild Turkey finden in der „Finest Selection Kofferbar“ ihren meisterhaften Platz. „Das Traditionsunternehmen Scheer gilt seit über 200 Jahren als Handwerkslegende im Bereich der Lederverarbeitung und ist durch zahlreiche individuelle Anfertigungen stets am Puls der Zeit. Zudem steht Scheer für Handwerkskunst, Leidenschaft und Tradition – alles Werte, die wir ebenfalls teilen und die unsere Marken miteinander verbinden“, freut sich Simone Edler, Geschäftsführerin Campari Austria.

campari-austria.at | [@finestselectionaustria](https://www.instagram.com/finestselectionaustria)



© Milla / GoodLife Crew



A Drop of Love

Kleinod-Barkeeper Philipp Scheiber kreiert Drinks für Absolut Vodka.

– ebenfalls das Wort „Love“ zu lesen. Erstmals gibt es damit also eine Limited Edition in zwei Farbvarianten.

Passend zum Claim „A Drop of Love“ hat Kleinod-Barkeeper Philipp („Drops“) Scheiber den schwedischen Premium-Vodka liebevoll Tropfen für Tropfen mit exotischen Zutaten gemixt und eigens vier außergewöhnliche Cocktails kreiert, die auch in der mehrfach ausgezeichneten Bar in der Wiener Innenstadt serviert werden. Die klingenden Namen „Absolut Aloe Heart“, „Absolut Kiwi Smash“, „Absolut Maracuja Love“ und „Absolut Carrot Friends“ lassen dabei schon die jeweilige Geschmacksrichtung erahnen.



© Janni Keller

Mit der aktuellen Limited Edition „A Drop of Love“ nutzt Absolut Vodka die Kraft der Liebe, um die Welt ein Stück positiver, offener und akzeptanzbereiter zu machen: Auf der ganzen Welt wurden Hate-Graffiti abgetragen, die dann in Farbpartikeln aufbereitet und für die Färbung der Flaschen genutzt wurden. Zudem steht auf der blitzblauen Flasche das Wort „Liebe“ in unterschiedlichen Sprachen geschrieben, und von vorne betrachtet ist – in knalligem Pink oder Mint



© Nikolaus Mautner-Markhof

Entführung aus dem Alltag

Schon drei Jahre ist es her, dass das vierköpfige Erfolgsteam hinter dem Kleinod die erste Bar in der Wiener City eröffnete. Zum Jubiläum gibt es zwei Neueröffnungen.

bieten, was sie einmal werden soll: Eine moderne Cocktail- & Tanzbar mit ambitionierter Getränkekarte, deren künftige Besucher in das aufregende Nachtleben eintauchen und das Tanzbein schwingen können. Die Kleinod Prunkstück Cocktail- & Tanzbar wird ab Ende 2019 eine ausgestützte Snack- und Aperitif-Auswahl und gehobene Abendunterhaltung bieten. Zeitloses, unverwechselbares Design und hochwertige Materialien sollen die Räumlichkeiten bestimmen und eine einmalige Atmosphäre kreieren.

Ebenfalls brandneu ist das Konzept hinter dem Kleinod Cocktail Salon im 15. Wiener Gemeindebezirk. Ganz nach dem Motto „Learning by Drinking“ gibt es in dem Cocktail Salon eine Auswahl verschiedener B2B-Angebote und Programme, beispielsweise für Team Building Events oder Incentives für Unternehmen. Gastgeber und Mentor der Kurse ist Daniel Schober, der bereits auf 17 Jahre Erfahrung im Gastronomiebereich zurückblicken kann.

www.kleinod.wien

Anfang November öffnete das Kleinod Prunkstück in der Wiener Bäckerstraße in Form eines Baustellen-Party-Pop-ups als erstes Preview seine Pforten. Unter dem Titel „Das große Vorspiel“ soll die Location einen Vorgeschmack auf das



Hochprozentige Kostbarkeiten

Spitz überrascht bei den „Puchheimer Edelbränden“ mit zwei neuen Raritäten.

Melinda Pohl, Siegerin der ersten „Puchheimer Barkeeperinnen-Challenge“



Mix it like a woman

Unter der Begleitung von Brennmeister und Edelbrand-sommelier Franz Strobl hatten die BesucherInnen der GAST-Messe im November die Gelegenheit, die neuesten Raritäten der „Puchheimer Edelbrände“ zu verkosten: Während der zwei Monate im Eichenfass gereifte „Buchweizen“-Getreidebrand durch ein verspieltes Aroma mit süßen Noten von Vanille und Karamell sowie einen Hauch von frischem Heu in der Nase besticht, überzeugt „Holunderbeere“ durch ein sortentypisches, wild-fruchtiges Aroma, gepaart mit floralen Noten und dezenter Würze am Gaumen.

Wie bei allen „Puchheimer Edelbränden“ dienen auch hier nur vollreife, beste Früchte als Basis für die Premium-Destillate. Und das schmeckt man auch, wie Franz Strobl erklärt, denn „in der Entwicklung und Herstellung der neuen Raritäten steckt nicht nur Zeit, sondern vor allem viel Feingefühl und Herzblut“.

Ebenfalls auf der Alles für den GAST mit dabei war Melinda Pohl, die Gewinnerin der ersten österreichweiten „Puchheimer Barkeeperinnen-Challenge“. Die junge, sympathische Barkeeperin aus dem Wiener Szene-Restaurant Beef & Glory mixte neben ihrem Sieger-Drink „Lost In The Woods“ vor Ort auch köstliche Cocktails mit den beiden neuen Raritäten und zeigte damit einmal mehr, dass die „Puchheimer Edelbrände“ nicht nur pur hervorragend schmecken, sondern sich auch als Basis von Short- oder Longdrinks hervorragend machen. Pur getrunken werden die feinen Destillate übrigens am besten aus bauchigen, runden Gläsern mit nach oben verjüngendem, hohem Trinkrand. So kommen die Aromen – bei 16 und 18°C Trinktemperatur – perfekt zur Geltung.

www.puchheimer.at

dafür brennen wir

Puchheimer
DESTILLERIE SEIT 1857



**Für alle, die Erlesenes
zu schätzen wissen.**

Unsere Liebe zum Genuss und das Destillateurwissen von Jahrzehnten lassen immer wieder Besonderes entstehen. So wie unsere Puchheimer Edelbrandlinie: Sie bietet Feines für jeden Geschmack.

puchheimer.at

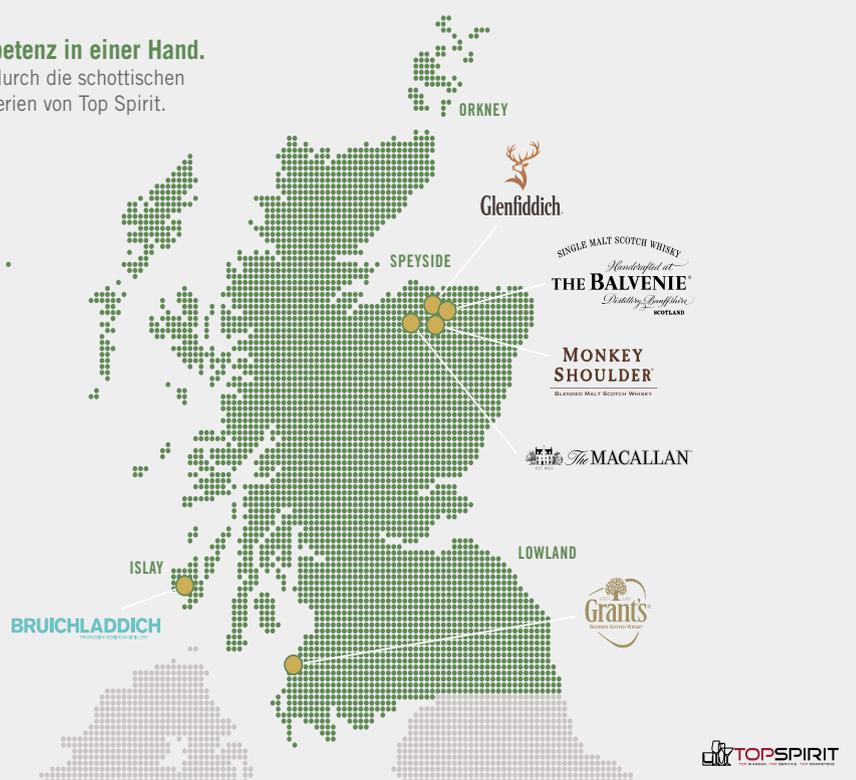


Geistreicher Genuss

Top Spirit – die Whisky-Kompetenz in Österreich – vereint die meisten schottischen Whisky-Destillieren in einer Hand.

Whiskykompetenz in einer Hand.

Ein Streifzug durch die schottischen Whisky Destillieren von Top Spirit.



Schottland, das sagenumwobene Whiskyuniversum, hält in seinem Variantenreichtum für jeden Geschmack das passende Dram Malt oder Blended Whisky parat und macht jeden Schluck zu einem besonderen Erlebnis. Die Vielfalt an schottischem Whisky von Speyside, Islay oder den Lowlands und deren stilistischen Eigenschaften, sorgt immer für eine positive Überraschung. Whisky in all seinen Facetten verspricht ganz individuelle, optische und sensorische Genussmomente. Die Geschmacksvielfalt von schottischem Whisky reicht vom torfigsten Whisky der Welt über den bekannten Doublewood bis hin zu beliebten Kreationen, die durch ihr Cask-Finish berühmt wurden. Mit Top Spirit kann man sich seelenruhig zu einer Reise durch Schottlands führende Whisky-Destillieren inspirieren lassen – Glas für Glas.

GLENFIDDICH

Dank über 125 Jahren Pionierarbeit ist Glenfiddich heute der weltweit beliebteste und meistausgezeichnete Single Malt Whisky. 20 Jahre hatte William Grant den Traum, den „besten Whisky im Tal“ herzustellen. Den innovativen und leidenschaftlichen Charakter des Gründers konnte sich Glenfiddich über fünf Generationen hinweg bewahren und lässt sich im vielfältigen Sortiment wiedererkennen. Vom warmen und würzigen Honigaroma des 15-jährigen Solera Reserve über den frischen, harmonischen und weichen 12-jährigen Signature Malt bis hin zu der Grenzen erweiternden Experimental Series lässt sich für jeden Single-Malt-Whisky-Liebhaber etwas finden.

THE BALVENIE

Ein unvergesslicher Single Malt – dank der einzigartigen Kombination aus natürlichen Prozessen und jahrhundertealter Handwerkskunst ist The Balvenie einmalig unter den Single Malts. The Balvenie ist die einzige Brennerei, die noch immer ihre eigene Gerste anbaut, die traditionelle Tennenmälzerei anwendet und eine Kupferschmiede wie auch Küfer vor Ort hält. Jeder Whisky ist individuell in seinem Geschmack, jedoch sind alle reichhaltig, äußerst geschmeidig und von einem unverwechselbar honigsüßen Charakter. Zum 25. Jubiläum kreierte der anerkannte Master Distiller David Stewart The Balvenie DoubleWood Aged 25 Years, der ursprünglich 1993 als DoubleWood 12 Years in den Handel kam. Nur 60 Flaschen von dieser exklusiven Rarität sind in Österreich bei Top Spirit erhältlich.

THE MACALLAN

Ein Whisky mit dem Ruf, einer der wahrlich weltbesten Single Malts zu sein. 1824 gegründet, war Macallan eine der ersten legalen Brennereien in Schottland. Dort, wo die Spey im Schatten der Grampian Mountains ihren schnellen Lauf nimmt, schaffen Lage und Klima einzigartige Bedingungen für die Whisky-Herstellung. 1986 wurde eine limitierte Reihe mit dem Namen Macallan Valerio



Adami 1926 und nur 12 Flaschen kreierte. Eines dieser Exemplare konnte heuer als teuerste Whisky-Flasche der Welt verkauft werden. 2018 wurde die neue Destillerie, eine der modernsten auf der Welt, in Schottland eröffnet. Das neue Herzstück von The Macallan und das dazugehörige Besucherzentrum mit einladender Bar befinden sich auf dem prachtvollen Anwesen Easter Elchies, in dem der führende Single Malt im Luxussegment seit 1824 beheimatet ist.

BRUICHLADDICH

Vielschichtige und atemberaubende Abfüllungen von der Insel Islay – von leicht bis mittelschwer, von frisch bis salzig, bis hin zum torfigsten Whisky der Welt. Im Gegensatz zu den meisten Brennereien, die aus umfunktionierten Bauernhäusern entstanden sind, wurde Bruichladdich von Anfang an als Destillerie geplant und erbaut. Bei den Malts von Bruichladdich werden weder eine Kältefiltration noch eine Färbung vorgenommen. Der Einsatz von frischem Quellwasser ist dabei zeichnend für die Fruchtigkeit dieser Malts. Der Octomore Scottish Barley 07.1 gilt als einer der am stärksten getorften Whiskys der Welt. Trotz gigantischer Torfaromen besitzt er eine leichte, köstliche Vielschichtigkeit und verführerische Finesse.

GRANT'S BLENDED SCOTCH WHISKY

Grant's ist der älteste Blended Scotch Whisky, der sich immer noch in Familienhand befindet. Der in über 180 Ländern erhältliche Scotch wurde 1887 gegründet.

Grant's ist weltweit der drittgrößte Produzent von Whisky und besitzt sechs verschiedene Destillerien, die Single Malt, Triple Malt und Blended Whisky sowie den legendären dreifach destillierten Irish Whiskey Tullamore D.E.W. und andere Spirituosen herstellen. Der Grant's Family Reserve steht mit seinem komplexen, sauberen und fruchtigen Geschmack weltweit auf Platz drei der meistverkauften Blended Whiskys.

MONKEY SHOULDER

Monkey Shoulder ist der erste Triple Malt Whisky weltweit. Es handelt sich um eine Kombination aus drei schottischen Single Malt Whiskys, die alle in alten Bourbon-Fässern aus Eiche gereift sind, was das unglaublich weiche und milde Vanillearoma erklärt. Im Gegensatz zu herkömmlichen Mischungen besteht Monkey Shoulder aus 100 % Malt Whisky, was zu einem reichen Malt von außergewöhnlicher Sanftheit führt. Er ist ein unkonventioneller, lebensfroher Triple Malt mit einem unbeschwert weichen, vollen und milden Vanillearoma. Man kann ihn pur, mit Eis, gemixt oder in Cocktails genießen. ▮

www.verantwortungsvoll.at
 www.glenfiddich.com
 www.thebalvenie.com
 www.themacallan.com
 www.bruichladdich.com
 www.grantswhisky.com
 www.monkeyshoulder.com



Für die extravaganten Augenblicke

Gourmets sind immer wieder auf der Suche nach dem Besonderen. Die Edelbrandlinie Freiherr von Prankh der Destillerie Franz Bauer wird diesen Wünschen gerecht.

Die junge Edelbrandreihe „Freiherr von Prankh“ wird im traditionellen, doppelten Brennverfahren im Familienbetrieb Destillerie Franz Bauer in Graz produziert. Die hochqualitativen Fruchtdestillate werden mehrere Jahre zur Reife gebracht und unter anderem in Barrique-Eichenfässern sorgfältig gelagert. Drei Sorten stehen den Kennern und Genießern zur Verfügung. Der Uhdler-Tresterbrand, der Marillen- sowie der Zwetschken-Edelbrand mit jeweils 42 % Alkoholgehalt weisen eine ausgezeichnete Fruchtnote auf. Besonders eindrucksvoll sind die Kompositionen mit der rauchigen Note des Barrique-Fasses.

Der Name steht für Qualität

Bis zum Ende des 16. Jahrhunderts reicht die Geschichte des Grazer Schlosses „Prankherhof“ zurück. Häufiger Besitzerwechsel führte Ende des 18. Jahrhunderts zum Abriss des Schlosses. Heute erinnert die nach dem Schloss benannte „Prankergasse“

an das Anwesen von einst. An diesem Standort befindet sich seit knapp 100 Jahren auch der Firmensitz der Destillerie Franz Bauer, die sich seit Anbeginn mit viel Sorgfalt und Leidenschaft der Herstellung feinsten Spirituosen widmet.

„Kein Genuss ist vorübergehend, denn der Eindruck, den er zurücklässt, ist bleibend.“

Johann Wolfgang von Goethe

Edles für besondere Anlässe

Die neue Edelbrandlinie präsentiert sich nicht nur inhaltlich, sondern auch optisch anmutig und edel. Die Edelbrände „Freiherr von Prankh“ befinden sich in einer stilvollen 350-ml-Flasche mit

naturbelassenem Papier-Etikett, verpackt in einem hochwertigen Geschenkkarton. Tradition und Moderne treffen und ergänzen sich hier auf wunderbare Weise. Die edlen Destillate entstehen zu 100 Prozent aus der namensgebenden Frucht – eine Selbstverständlichkeit der Destillerie Franz Bauer. Sie sind die charaktervolle Krönung der Produkt- und Qualitätsvielfalt aus dem Hause Bauer. Wieder einmal präsentiert die heimische Destillerie mit der neuen Produktlinie eine „geistreiche“ Überraschung für diejenigen, die das Beste bevorzugen.

Erhältlich im Onlineshop unter www.bauerspirits.com oder im Genießerreich in der Prankergasse 24, 8020 Graz sowie im gut sortierten Fachhandel.

Über DESTILLERIE FRANZ BAUER GmbH

Seit knapp 100 Jahren werden im Unternehmen in Graz erstklassige Spirituosen erzeugt. Steirische Obstbrände, Schnäpse und Liköre. Kurze Wege von den Erzeugern – direkt aus der Steiermark – garantieren die erntefrische Verarbeitung von bis zu 1,5 Millionen kg Früchten jährlich. Diese werden im Haus eingemaischt und zu geistreichen Getränken veredelt. Neben eigenen Marken vertreibt die Destillerie Franz Bauer in Österreich prominente Marken wie Angostura, Berentzen, Bunnahabhain, Hine Cognac, Licor 43, Puschkin, Three Sixty sowie Ledaig. Auch Jägermeister wird seit über 50 Jahren in Lizenz für Österreich erzeugt und vertrieben.

www.bauerspirits.com

Die Sortenauswahl der „Freiherr von Prankh“-Produktlinie



Marillen-Edelbrand
mit 42 % vol. Alkoholgehalt
Edelbrand aus süßen Marillen,
3 Jahre fassgelagert in
französischer Eiche



Uhdler-Tresterbrand
mit 42 % vol. Alkoholgehalt
Edelbrand aus fruchtigem
Uhdler-Trester, 3 Jahre zur
Reife gebracht



Zwetschken-Edelbrand
mit 42 % vol. Alkoholgehalt
Edelbrand aus vollreifen
Zwetschken, 3 Jahre fassgelagert
in französischer Eiche

Zu Gast auf der GAST

Die Alles für den GAST gilt als Österreichs Branchen-Leitfachmesse für die gesamte Gastronomie und Hotellerie. Wir haben uns vor Ort unter anderem nach Food- und Getränke-Neuheiten umgesehen, die aktuell gut in die Winter- und Festtagszeit passen.



Weihnachtliche Keksvielfalt

Mit Innovationen wie „Pizza Italiana“, glutenfreien Kuchen oder den „Genuss mit Plus“-Gebäckkreationen mit gesundheitlichem Mehrwert zeigte Resch & Frisch auf der Messe einmal mehr seine Ernährungskompetenz. Auf die nahenden Festtage stimmt Resch & Frisch mit einer winterlichen Keksvariation ein, die eine große Vielfalt bietet und schmeckt wie selbst gebacken. Die bunte Keksvariation bietet mit kleinen Nusstörtchen und Nussmakronen, Zimtsternen, Dominosteinen, Vanillekipferln u.v.m. viel Abwechslung und ist dank der kurzen Auftauzeit schnell einsatzbereit.



Rumtopf ohne Alkohol

Die diesjährige Winter Edition von Red Bull kommt in knalligem Orange und trägt den Namen „Rumtopf“. Dabei ist in dem Energy Drink natürlich kein Alkohol enthalten, stattdessen beflügelt die limitierte Sondersorte mit dem Geschmack von Kirsche und Zimt.

Wie hausgemacht

11er bietet „das Beste aus der Kartoffel“ und offeriert für Gastronomie und Catering ein vielfältiges Sortiment an hochwertigen Erdäpfel-Produkten, die aussehen und schmecken wie hausgemacht. Auf der Alles für den GAST neu vorgestellt wurden unter anderem die „11er Rosmarin-Rösti“, die mit ihrer mediterranen Kräuternote ganz wunderbar mit Fleisch- und Wildgerichten harmonieren und daher perfekt auch in die Wintersaison passen.



Dolce vita

Neue Dessertprodukte für das Wintergeschäft präsentierte Bindi in Salzburg. So bestechen etwa die beiden „Croccante“-Variationen „alle Mandorle“ und „all’Amarena“ mit saftigem Biskuitboden, kühlem Halbgefrorenem und einem flüssigen Kern aus Schokolade bzw. Sauerkirsche. Das Richtige für Schokoholics ist „Cupolina al Cioccolato Croccante“: saftiger Kakaobiskuitboden mit Haselnusscreme-Füllung, überzogen mit Vollmilchschokolade und Haselnuss-Stückchen.





Erfrischende Biervielfalt

Die Privatbrauerei Stiegl präsentierte auf der Alles für den GAST mehrere Neuheiten, um Bierfans mit einer noch größeren Vielfalt zu begeistern. Neu sind u. a. die Jahrgangs-Edition „Sonnenkönig V“, ein holzfassgereiftes Russian Imperial Stout oder das Stiegl-Hausbier „Butterblume“ im Stil eines böhmischen Pilsbieres. Und die Bierspezialität „Wildshuter Sortenspiel“ wird es künftig in unterschiedlichen Gebindegrößen geben. Die bierige Cuvée steht für die Gastronomie neben der 0,75-l-Flasche jetzt auch in der 0,25er- sowie in der 1,5-l- Magnum- und 3-l-Doppelmagnum-Flasche zur Verfügung.



Schmarrenzeit

Weinbergmaier besinnt sich zurück auf seine Wurzeln und stellte in Salzburg seine Kernkompetenzen in den Mittelpunkt der Messepräsentation. Neben den süßen und pikanten Knödeln sowie den Palatschinken drehte sich demnach alles um den Klassiker der österreichischen Mehlspeisküche: den Kaiserschmarren. Dieser wird bei Weinbergmaier mit frischem Eischnee zubereitet, beidseitig auf Gusseisen gebacken und traditionell in Stücke gerissen, was dem Schmarren seine hausgemachte Anmutung verleiht. Geboten werden viele Variationen: mit oder ohne Rosinen, in Bio-Qualität, glutenfrei, mit Topfen oder als „Apfelschmarren“ und winterlich-würziger „Lebkuchenschmarren“.

Kreativitätsfördernd

Die praktischen Frischteige von Tante Fanny sind eine gelingsichere Basis für kreative Vorspeisen, Hauptspeisen und Desserts, aber auch für Fingerfood und frische Gebäckvariationen. Dabei sind der kulinarischen Fantasie kaum Grenzen gesetzt. Dank der Vielseitigkeit der Teige können Gastronomen mit Individualität punkten und ihre Gäste mit außergewöhnlichen – süßen und pikanten – Kreationen überraschen.



It's Christmas time

Auch Vandemoortele taucht in die Winterwelt ein und bietet eine saisonale Donut-Box mit festlich dekorierten Schoko-Donuts. Ob Schneeflocke, Schneemann oder Tannenbaum, die drei Motive lassen Weihnachtsstimmung aufkommen. Echt belgische Schokolade und die traditionelle, beliebte Vandemoortele-Rezeptur zeichnen die soften Donuts aus.

Gaumenfreuden

Die Hinwendung zum Detail macht die Qualität aus – auch im Glas. „Kattus Frizzante Rosé“ garantiert mit zarten Lachstönen, pinken Lichtern und Anklängen von Waldbeeren und Pflaumen genussvolle Akzente im Glas. Der zu 100 % aus österreichischen Zweigelttrauben hergestellte Rosé überzeugt mit fruchtigen Noten, zartem Mousseux und einem harmonischen Abgang. Und das erfrischend junge und leicht trockene Original aus dem Hause Kattus, der Frizzante Original, besteht aus rassigen Jungweinen, natürlich ebenfalls ausschließlich aus Österreich.



Da haben wir den Salat



Genießen kann ganz einfach sein! Aufgeteilt in die vier Bereiche Dressings, Klassiker, Inspirationen und Toppings, rücken wir das Thema Salat in den Mittelpunkt und zeigen anhand von ausgewählten Produkten, wie simpel und doch gleichzeitig genussvoll das Zubereiten der „grünen Gerichte“ sein kann. Christian Berger vom WIBERG Team Inspiration erklärt, wie man mit qualitativ hochwertigen Zutaten Köstlichkeiten zaubert:

„Ja, da haben wir ihn, in allen nur erdenklichen Variationen, Genüssen und Geschmacksrichtungen. Wir haben aber nicht nur den Salat als Schwerpunkt für das Frühjahr 2019, sondern auch alles, um ihn von der Neben- zur Hauptsache zu machen. Lassen Sie sich dabei nicht täuschen, von den vermeintlich einfachen, wohlbekannten Salatkreationen und -dressings – oft steckt darin ein Mehrwert an Qualität, Leidenschaft und Inspiration.“

SALATSAUCEN & DRESSINGS

Dressing kann jeder, aber kann Dressing auch jeder köstlich? Die erste Voraussetzung für Salatsaucen & Dressings voller Geschmack sind die besten, hochwertigsten Zutaten. Fündig wird man hier auf alle Fälle bei den WIBERG Sortimenten. Zum Beispiel für Radicchio mit Roquefort-Dressing und Essig-Pfefferbirne: Crème fraîche mit Roquefort, warmer Vital-Gemüse-Bouillon und Birnen-Essig

zu einem cremigen Dressing pürieren. Zum Schluss mit Ursalz sowie Pfeffer abschmecken und den Salat damit marinieren. Für die Essig-Pfefferbirne Rotwein Balsam-Essig mit Wasser, AcetoPlus Holunder und Piment erhitzen. Mit Pfeffer-Cuvée würzen, die Birnen zugeben und sanft garen. Im Essig-Pfefferfond auskühlen lassen. Das Gericht mit Pinienkernen, Pfeffer bunt geschrotet, Thymian und Roquefort garnieren.

Erstmals seit dem WIBERG Einzug in die Gastronomie, im Jahr 1973 präsentiert das Profionternehmen nicht einzelne Neuprodukte, sondern entdeckt, gemeinsam mit allen Verfechtern der Qualitätsmarke, wichtige Segmente der Gastronomie – beginnend mit dem Thema Salat. Von Salatsaucen & Dressings über die besten Klassiker bis hin zu kreativen Inspirationen und genialen Toppings – es stehen nicht nur die besten Produkte, sondern auch die innovativsten Rezeptideen im Mittelpunkt.



Radicchio mit Roquefort-Dressing und Birne

Fotos: FRUT.AROM

Weitere Produktinformationen sowie zahlreiche passende Rezeptideen finden Sie unter www.wiberg.eu oder auf dem WIBERG YouTube-Kanal!

Botschafter der italienischen Risotto-Kultur



Riso Gallo hat es sich zur Aufgabe gemacht, die italienische Reis- und Risotto-Kultur verstärkt in der internationalen Spitzengastronomie zu etablieren.

Die fruchtbaren Böden und das milde Klima in der norditalienischen Po-Ebene bieten ideale Voraussetzungen für den Reis-anbau. Viele Sonnenstunden, laue Nächte und das frische, klare Schmelzwasser von den umliegenden Alpen, mit dem die Felder bewässert werden, lassen hier Reis in bester Qualität gedeihen.

Inmitten der idyllischen Anbauregion – in Robbio Lomellina – verarbeitet Riso Gallo jährlich 120.000 Tonnen Rohreis und ist damit nicht nur „numero uno“ in Italien, sondern auch einer der größten Reisexporteure Europas. Als solcher hat sich das Traditionsunternehmen der Mission verschrieben, das Risotto – als vielseitiges Nationalgericht – über die Grenzen Italiens hinaus zu verbreiten und europaweit vermehrt in die Top-Restaurants zu bringen.

Risotto ist nicht gleich Risotto

Risotto ist so vielseitig wie kaum ein anderes Gericht, denn ein gutes Risotto kann man mit allerlei Zutaten zubereiten. Das eröffnet für kreative Küchenchefs unendlich viele Möglichkeiten, ihre Gäste mit raffinierten, individuellen Rezepten zu überraschen. Entscheidend bei der Zubereitung ist aber immer die richtige Basis, sprich der richtige Reis: Denn nur wenn dieser die perfekte Bissfestigkeit und Sämigkeit hat, ist ein Risotto gelungen. Als idealen

Risotto-Reis empfiehlt Riso Gallo die beiden traditionellen Rundkornreis-Sorten Arborio und Carnaroli, die aufgrund ihres Stärkegehalts und aromatischen Geschmacks super geeignet sind. Ein Highlight, speziell in der Sterne-Gastronomie, ist der „Riso Gallo Gran Riserva“: Dieser besondere Carnaroli-Reis wird als Jahrgangs-Reis nur in limitierter Menge angeboten. Denn er wächst ausschließlich auf ausgewählten Feldern und wird auch nur in deren Mitte – sozusagen im „Innersten des Reisfeldes“ – geerntet, wo die beste Boden- und Wasser-Beschaffenheit vorherrschen. Nach der Ernte darf der „Gran Riserva“ dann noch ein Jahr reifen, um sein besonderes, intensives Aroma voll zu entfalten.

Bunte Reis-Spezialitäten

Neben Risotto- und klassischem Langkornreis bietet Riso Gallo auch in Italien geerntete Spezial-Reissorten für anspruchsvolle, individuelle Gerichte an. So ist etwa der „Riso Rosso“ ein roter Vollkornreis mit leicht nussigem Geschmack, der geschmacklich wie optisch ganz wunderbar zu gebratenem Fleisch passt. Und der „Riso Gallo Venere“ ist ein sehr nährstoffreicher, von Natur aus schwarzer Parboiled-Vollkornreis, der nach frisch gebackenem Brot duftet und besonders gut mit Fisch oder Meeresfrüchten harmoniert.

www.risogallo.de



Die Bar als Kunstwerk

Der kunstbegeisterte Barinhaber Kaveh Ahi will seine Stadtbar bis Jänner 2019 in ein Gesamtkunstwerk transformieren. Unterstützung bekommt er dabei von heimischen Künstlern und Bartender Bert Jachmann.

Kaveh Ahi, langjähriger Mastermind und „Macher“ der Clubdiskothek Volksgarten, hat mit der Bar in der Wiener Innenstadt einen Ort der unkonventionellen Lebensart geschaffen. Sein Engagement für die Kreativszene der Stadt, das er bislang auch als Gesellschafter und Geschäftsführer der Kunstmesse Parallel Vienna unter Beweis gestellt hat, findet nun in seiner Bar eine beeindruckende Weiterführung: Gemeinsam mit dem renommierten Bartender und Veranstalter von „Liquid Market – The Cocktail Festival“ Bert Jachmann hat Kaveh Ahi ein Konzept entwickelt, das in der Barszene

bislang einzigartig ist. Die Bar als gastronomischer Betrieb bekommt eine weitere Funktion: Sie wird zum Medium für Kunst. Dazu werden zukünftig auf allen Ebenen Künstler eingebunden, die die Bar nach und nach in ein Gesamtkunstwerk transformieren. „Die Bar wird sukzessive mit Highlights aus der Design- und Kunstwelt besetzt, wobei alles nach Maß, meinen Wünschen und Vorstellungen mit ausgewählten Designern und Künstlern entwickelt und eigens produziert wird: Möbel, Wände, Licht, die Cocktails – alles wird neu inszeniert“, erklärt Kaveh Ahi.

Künstler gestalten Barkarte

Begonnen wurde die Weiterentwicklung der Bar mit der Neukonzeptionierung der Barkarte. Sie wird ab sofort vier Mal im Jahr in Zusammenarbeit mit einem Wiener Künstler entworfen, wobei dessen persönlicher Geschmack und künstlerische Ausdrucksweise von Stadtbar-Consultant und -„Kurator“ Bert Jachmann in sechs Signature Cocktails übersetzt werden. Der Künstler übernimmt die Gestaltung der Barkarte, die dadurch selbst zu einem Kunstwerk in limitierter Auflage wird. Mit der Zeit bilden die Karten – die man als Kunst-Liebhaber besser sammeln sollte –



www.stadtbar.wien

schließlich eine eigene Galerie in der Bar. „Das Thema „Wien“ wird dadurch nicht plakativ und folkloristisch, sondern über die Künstler dieser Stadt aufgegriffen. Für die erste Zusammenarbeit haben Kaveh Ahi und er sich für den in Wien geborenen, lebenden und arbeitenden Künstler Michi Lukas entschieden.

Fertigstellung im Jänner 2019

Bis die Bar selbst ihre kunstvolle Metamorphose vollständig vollzogen hat, wird es noch ein paar Wochen dauern. Neben der Barkarte wurde bereits begonnen, das Interieur zu adaptieren. Die neuen Tische haben ein klar definiertes, funktionales Ziel zu erfüllen. Aber einfach nur Tische zu machen, wäre zu wenig. Sie sollten am Ende ein Kunstwerk für sich darstellen. Dafür wurden der italienische und in Wien ansässige Designer Marco Dessi und der Wiener Künstler Martin Grandits eingeladen, gemeinsam ein einzigartiges Objekt zu entwickeln. ▶



Frisch gezapfter Biergenuss

Der Genuss von perfekt gezapftem Fassbier ist ein wesentlicher Bestandteil der österreichischen Bierkultur. Die Brau Union Österreich bietet daher für jedes Bedürfnis, abgestimmt auf das Biervolumen, die passende Schanktechnik. Revolutionär, flexibel und einfach zu handhaben ist das Theken-Zapfsystem „Blade“, das mit 8-Liter-Easy Kegs eine handliche Größe hat und 30 Tage lang frisch gezapftes Bier sowie erfrischend-fruchtigen „Strongbow Gold Apple Cider“ ausschenkt. Dank des kompakten 8-Liter-Fasses können neue oder spezielle Sorten flexibel angeboten werden. Und mit der transparenten und beleuchteten Kugel ist „Blade“ auch ein dekorativer Hingucker im Lokal.



Nachhaltiger Anbau

Die Leidenschaft von Cremesso für Kaffee geht weit über den Tassenrand hinaus. Nun präsentiert Cremesso eine neue Limited Edition, die nicht nur geschmacklich außergewöhnlich ist, sondern die auch die gesamte Leidenschaft für Kaffee – vom Anbau bis in die Tasse – in sich vereint: La Laguna Selección 2018. Dahinter steckt ein ganz besonderes Geschmackserlebnis aus Honduras, wo sich die Schweizer Delica seit mehreren Jahren im Rahmen einer langfristigen, direkten Partnerschaft zusammen mit 300 Kaffeebauern für den nachhaltigen Anbau von Kaffee engagiert.

Comeback

Nach dem erfolgreichen Comeback im Lebensmittelhandel Anfang des Jahres erobert „Spezi Cola-Mix“ jetzt auch die österreichische Gastronomie. Die Kult-Limo kommt in den Geschmacksrichtungen „Orange“ und „Zitrone“ in der trendigen Longneck-Mehrweg-Glasflasche und wurde in der Rezeptur zeitgemäß adaptiert: Beide Sorten sind mit echtem Orangen- bzw. Zitronenfruchtsaft gemischt, kommen ohne Zusatzstoffe oder Süßstoff aus und enthalten dank reduziertem Zucker um 30% weniger Kalorien als herkömmliche Limonaden.





Gin Bitter Wermut

Alois Gölles / David Gölles

Gin ist derzeit wohl eine der angesagtesten Spirituosen. Entsprechend vielfältig sind auch die Getränke, die entstehen: Beginnend mit der einfachen Eszenzmischerei bis hin zu virtuosen Kreationen ist alles anzutreffen. Für den edelsten Gin sollten ausschließlich natürliche Botanicals verwendet werden. Doch auch Geheimnisse der Bitter- und Wermutproduktion werden in diesem Buch verraten. Außerdem zeigt es, wie man Gin und Co. verkostet, welche Tonics perfekt harmonieren und was man mit Gin als Bargetränk noch so alles machen kann.

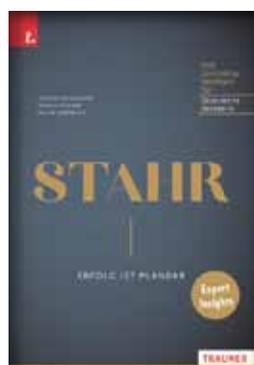
Hardcover, 176 Seiten, durchgehend farbig bebildert, 29,90 €, ISBN 978-3-7020-1764-4, Leopold Stocker Verlag



Das Original Sacher Kochbuch

Ein Hotel wie ein Synonym für Wien. Eine Torte wie ein Synonym für ein Hotel. Hier könnte sich der Kreis bereits schließen, doch was wäre das Hotel Sacher ohne seine exquisite Küche? Diese steht ganz im Zeichen der österreichischen Kochkunst und verbindet traditionelle Speisen mit modernen Kompositionen von Zutaten und Zubereitungsarten. Die Gerichte wurden mit einem puristisch eleganten Foodstyling wunderbar in Szene gesetzt und sind vor allem auch zu Hause nachzukochen.

264 Seiten, ca. 300 Fotos, 29,99 €, ISBN 978-3-8338-6521-3, Verlag GRÄFE UND UNZER

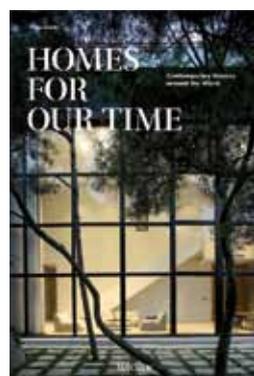


Stair – Erfolg ist planbar

Reisenzahn, Stoiser, Hartmann

Trotz laufend neuer Rekordzahlen bei Gästeankünften und Nächtigungen sieht sich der heimische Tourismus mit einem massiven Problem konfrontiert: Die Schere zwischen steigenden Kosten und Erlösen wird größer. Eine umso bedeutendere Rolle kommt in Beherbergungsbetrieben künftig einer effizienten Unternehmensplanung mittels strategischem Controlling zu. Der österreichische Trauner Verlag und das Beratungsunternehmen Prodingler präsentieren ein neues Fachbuch, ein Standardwerk für Berater und Führungskräfte in Hotellerie und Gastronomie.

250 Seiten, 59,90 €, ISBN 978-3-99062-358-9, Trauner Verlag

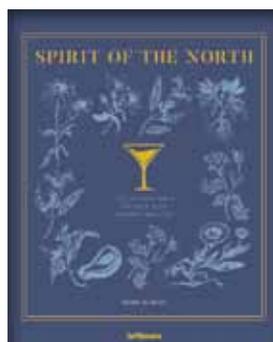


Homes for Our Time – Zeitgenössische Häuser aus aller Welt

Philip Jodidio

Wie reagiert die Architektur auf die veränderten gesellschaftlichen Rahmenbedingungen im 21. Jahrhundert, auf die Dynamisierung und Flexibilisierung von Wohn- und Lebensformen, auf ökologische und ökonomische Herausforderungen und die zuvor unbekannt funktionale Durchdringung von beruflichem, sozialem und persönlichem Leben? Antwort gibt eine weltumspannende Auswahl innovativer und außergewöhnlicher Architektenhäuser u. a. in Australien und Neuseeland, China, Vietnam, in den USA, in Mexiko, Ecuador und Costa Rica.

Hardcover, 24,6 x 37,2 cm, 456 Seiten, 50,- €, ISBN 978-3-8365-7117-3, Verlag Taschen



Spirit of the North – Cocktails und Drinks aus Skandinavien

Selma Slabiak

Was gibt es Schöneres, als die einfachen Freuden des Lebens gemeinsam mit Freunden und Familie zu genießen? Dieses Motto steht im Mittelpunkt der modernen Lifestyle-Trends aus Skandinavien. In einem so inspirierenden wie originellen Rezeptband kombiniert die Star-Barkeeperin Selma Slabiak vertraute Aromen und ausgefallene Zutaten mit skandinavischen Traditionen und nostalgischen Geschichten aus ihrer Kindheit in Dänemark – damit wir alle das Außergewöhnliche im Alltäglichen entdecken und genießen können.

Hardcover, 19,4 x 24 cm, 160 Seiten, ca. 80 Farbfotografien und Illustrationen, 25,- €, ISBN 978-3-96171-154-3, teNeues



Winterliche Eiskreation

Eskimo orientiert sich bei der neuesten Eiskreation an einer der beliebtesten Süßspeisen Frankreichs. Denn „Carte D’Or Crème Brûlée“ vereint zart schmelzende Eiscreme mit knackigen, karamellisierten Zuckerstückchen. Das cremige Eis ist auch perfekt für spannende Desserts, Pâtissier Marcus Hannig empfiehlt beispielsweise sein Rezept „Römische Topfensüßspeise“: Dabei wird „Carte D’Or Crème Brûlée“ mit Topfen, Walnüssen und Honig serviert und das Ganze mit etwas frisch gemahlenem Pfeffer bestreut.



Der Geist des Weines

Das Traditionsunternehmen aus Rüdesheim versteht sich seit nun über 125 Jahren auf die Kunst des Weindestillierens nach höchsten Qualitätsmaßstäben. Asbach ist nicht nur pur ein Trinkgenuss, sondern überzeugt auch in den verschiedensten Kombinationen als Grundzutat in Longdrinks. Mit dem Sortiment Asbach Bernstein, Privatbrand 8 Jahre gereift, Selection 21 Jahre gereift und Johann Wolfgang von Goethe – Vintage Reserve 1952, stehen besondere Gaumenfreuden zur Auswahl. www.topspirit.at

Zart schmelzend

Feinschmecker steuern schon länger eine besondere Adresse an. Stefan Seisers Gasthof und Metzgerei genießt mittlerweile Kultstatus bei luftgeselchtem Schinken. Und das will etwas heißen, denn Italiens Prosciutto-Hochburgen sind nicht allzu weit entfernt. Der Speck wird acht anstatt der sonst üblichen vier Wochen in Salz gereift, dann ca. 5 statt nur 2 bis 3 Monate luftgetrocknet – ganz ohne ihn zu räuchern. In veredelter Form wird das Luftgeselchte auch in der regionalen Küche verwendet, und so entstehen kulinarische Besonderheiten.



Foto: Heinz Heminger

Beste Bio-Früchte

Die Erfolgsgeschichte der Fruchtsaft-Marke Pago begann 1888 mit der Idee von flüssigem Obst. 2018 geht Pago einen Schritt weiter und präsentiert ein neues Bio-Sortiment mit abwechslungsreicher Sortenauswahl: Neben „Pago Bio Apfel naturtrüb“ und „Pago Bio Orange“ (beide 100 % Saft) stehen auch noch die Bio-Fruchtsäfte „Marille“ und „Orange-Karotte-Zitrone“ zur Verfügung. Und zwar nicht nur in der bewährten grünen 0,2-l-Glasflasche, sondern – speziell für den Frühstücksbereich – auch in der 1-l-Flasche.



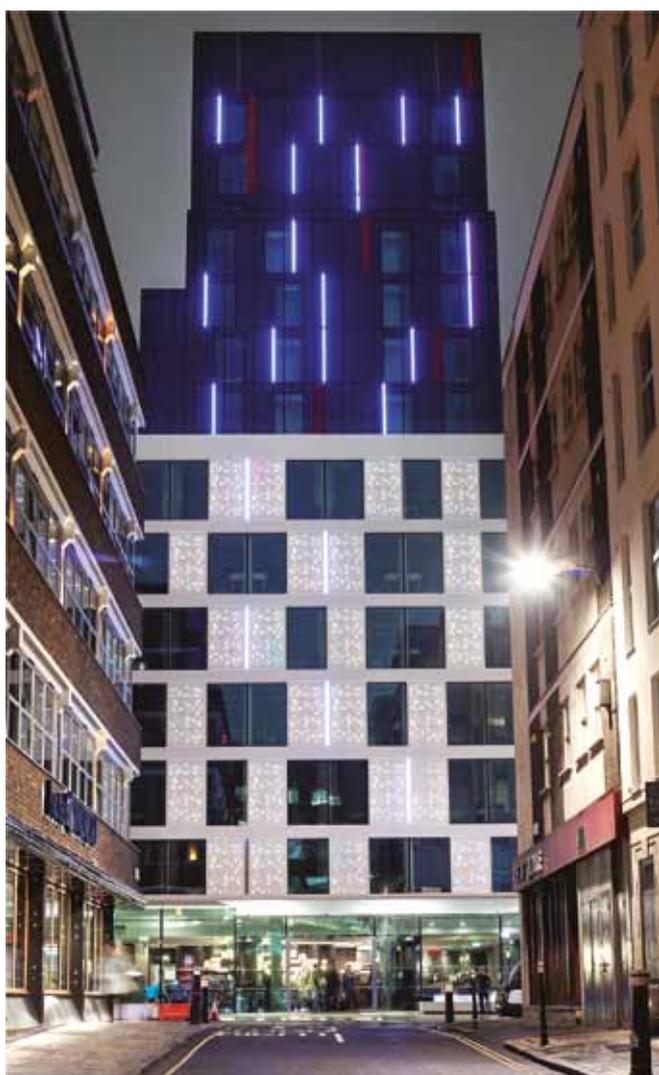
Motel One expandiert weiter und ist inzwischen in Metropolen in neun europäischen Ländern – von Berlin über London bis Glasgow – erfolgreich vertreten.

Text: Nicole Hoffmann
Fotos: Motel One



Motel One London-Tower Hill

Motel One auf Expansionskurs



Die im Jahr 2000 gegründete Budget Design Hotelgruppe Motel One verzeichnet weiterhin ein starkes Wachstum und sichert sich mit ihrem herausragenden Preis-Leistungsverhältnis europaweit eine hohe Auslastung der Häuser von durchschnittlich 80 %. Im Zeitraum Jänner bis September 2018 konnte Motel One den Umsatz um 20 % auf 353,5 Mio. Euro steigern. Mit der Eröffnung in Glasgow, dem dritten Motel One in Schottland, ist die Gruppe nun in neun europäischen Ländern vertreten und erhöhte die Zahl der Hotels auf insgesamt 66 (18.438 Zimmer). Noch im vierten Quartal 2018 wird es neben Köln und München weitere Neueröffnungen in Frankfurt, Bonn und Leipzig geben. Und diesen September wurde im Motel One Linz das Richtfest gefeiert, das mittlerweile siebte Haus in Österreich wird 2019 direkt am Linzer Hauptplatz eröffnen.

Laufende Investitionen

Nur sieben Jahre nach der Eröffnung hat das erste Motel One Österreichs am Wiener Westbahnhof kürzlich eine Rundumerneuerung erfahren. Thema der Neugestaltung war das Museumsquartier als kultureller Hotspot Wiens. „Um den hohen Ansprüchen unserer Marke gerecht zu werden, setzt Motel One auf kurze Renovierungsintervalle“, erklärt Dieter Müller, CEO und Gründer Motel One Group. „Nach rund sieben Jahren wird in jedem Haus abermals in Design und Qualität investiert.“ Dank dieses Innovationszyklus gelingt es Motel One sehr gut, die Weiterentwicklung des Designkonzepts nicht nur bei den Neueröffnungen, sondern auch in den älteren Bestandsbetrieben regelmäßig einheitlich umzusetzen.

Erfolgreiches Konzept

Dass die Hotels niemals abgewohnt erscheinen und immer auf dem neuesten (Design-)Stand sind, ist einer von vielen Gründen, warum Motel One europaweit so beliebt und erfolgreich ist. Vor allem aber schätzen die Gäste das besondere Konzept, das zu einem unschlagbaren Preis-Leistungsverhältnis hohe Servicestandards und wertiges Interieur an erstklassigen innerstädtischen Standorten bietet. Ob in Österreich und Deutschland oder in Metropolen wie Barcelona, Amsterdam und London – bei Motel One können sich Städteurlauber und Geschäftsreisende in ganz Europa auf Top-Hotels in Top-Lagen verlassen.

Auch wir haben bei unserem letzten Städtetrip in London im Motel One, genauer im Motel One London-Tower Hill, eingeklickt und wurden – wie erwartet – nicht enttäuscht.

Unser Aufenthalt im Motel One London-Tower Hill

In zentraler Lage, gleich in der Nähe zweier U-Bahn-Stationen und nur wenige Gehminuten vom Tower of London und der Tower Bridge entfernt, ist das Motel One London-Tower Hill ein perfekter Ausgangspunkt, um die Sehenswürdigkeiten der Stadt zu erkunden. Das Interieur des im Dezember 2014 eröffneten Hotels ist wie gewohnt dominiert von der Farbe Türkis und spiegelt moderne wie traditionelle Elemente Londons wider.

Das Design der One Lounge – die Wohnzimmer, Frühstückscafé und Bar in einem ist – ist geprägt von den Kronjuwelen, die im benachbarten Tower of London verwahrt werden: Moderne Kronleuchter und Swarovski-Kristalle glitzern mit den abgebildeten Schmuckstücken um die Wette. Gleichzeitig versprüht die One Lounge mit ihren schweren Ledersesseln, Chesterfield Sofas und Tweed-Sesseln einen traditionellen englischen Charme. Nach einem ausgedehnten Bummel durch die Stadt lädt das gemütliche Ambiente dazu ein, bei einer Tasse Tee neben dem Kamin zu entspannen und im edlen Samtstuhl abends den einen



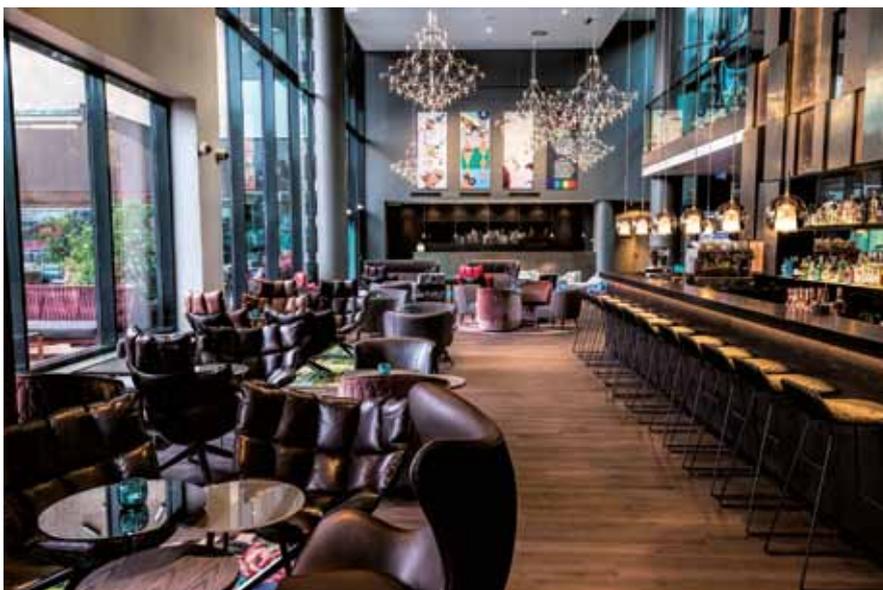
Motel One Glasgow

oder anderen Gin Tonic zu genießen. Die insgesamt 291 Zimmer garantieren allen nötigen Luxus auf kleinem Raum und bieten in den oberen Stockwerken des Hochhauses zum Teil spektakuläre Ausblicke über die Stadt. Alle Zimmer verfügen über Klimaanlage, bequeme Boxspringbetten sowie einen mobilen Schreibtisch und Sessel als Arbeitsbereich. Gratis W-LAN gibt es im ganzen Haus. Ein Loewe-Flachbildfernseher und Design-Leuchten von Artemide sorgen in den Zimmern ebenso für Gemütlichkeit wie die hochwertigen Materialien und Textilien, die gleichzeitig auch farblich Akzente setzen.

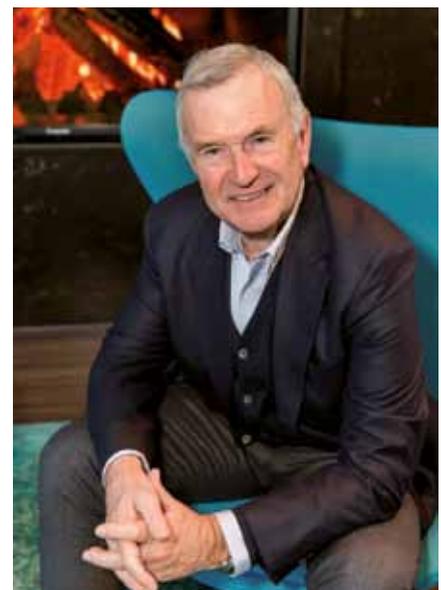
Im Badezimmer finden die Gäste ein kleines Spa mit hochwertiger Keramik, einer Raindance-Dusche von Hansgrohe, duftender Kosmetik und flauschigen Badehandtüchern in Luxus-Qualität. Dieter Müller erklärt stolz: „London ist ein Magnet für Besucher aus der ganzen Welt. Mit unserem Motel One London-Tower Hill setzen wir mit unserem Design und unserer Qualität sowie attraktiven Preisen ein Zeichen im Budget-Segment der englischen Metropole und freuen uns, unsere Gäste so zentral in der City of London begrüßen zu können.“ Zu einem Preis ab nur 99 Pfund pro Nacht.

www.motel-one.com

Motel One Wien-Westbahnhof



Dieter Müller, CEO und Gründer von Motel One





Lifestyle in Tiflis

Marriott Internationals aufstrebende Marke Moxy debütiert mit der Eröffnung des Moxy Tiflis in Georgien.



Moxy Hotels, die Lifestylemarke von Marriott International, ist mit der Eröffnung des Moxy Tiflis nun auch in Georgien vertreten. Das 130 Zimmer umfassende Hotel bietet Boutique-Hotel-Charakter zum erschwinglichen Preis. Dank seiner Lage am Saarbruecken Square, in der Nähe des Einkaufszentrums Gallery Tiflis, des MOMA Tiflis und des Geschäftsviertels der georgischen Hauptstadt eignet sich das Hotel sowohl für Urlauber als auch für Geschäftsreisende.

Die Marke richtet sich ganz an die neue, erlebnisorientierte Generation von Reisenden. So wird der Gast im neuen Moxy Tiflis bereits beim Einchecken an der Full-Service-Bar mit einem Cocktail empfangen. In den öffentlichen Bereichen erwarten ihn spontane Mitmach-Aktionen, und das Mitarbeiter-Team gibt Tipps

dazu, was man in Tiflis keinesfalls verpassen sollte. „Wir freuen uns sehr, dass Moxys verspielter Touch jetzt auch in Georgien Einzug halten konnte“, so John Licence, VP Premium and Select Brands für Marriott International Europa. „Tiflis mit seiner lebendigen Szene, der rasch wachsenden Modebranche und dem faszinierenden kulturellen Erbe gilt als extrem angesagtes Reiseziel und damit als perfekter Standort für Moxy und seine lebenslustigen Gäste.“

Willkommen

Den jugendlichen, spaßorientierten Esprit der Marke Moxy verkörpert die Kombination aus gewagtem Design und erschwinglichem Stil, wobei gemeinschaftliches Erleben ein wichtiges Element darstellt. Die Inneneinrichtung präsentiert sich als eine Mischung aus edlen und unverarbeiteten Materialien, organischen und geraden Linien und Bereichen zur gemeinsamen Nutzung. Den Gast empfängt eine helle, luftige, betriebsame, modern gestaltete Lobby mit Sitzgelegenheiten zum Entspannen, einer modernen Videowand und einem „Plug and Meet“-Bereich als Ort zum Treffen mit Freunden.

Living Room

Die „Living Room“ genannte Lounge des Hotels fungiert als zentraler Treffpunkt. Ausgestattet ist sie mit versiegelten Betonböden, an den Wänden befinden sich inspirierende Kunstwerke und Gegenstände mit lokalem Bezug. Hinzu kommen atmosphärische Beleuchtung und Farbakzente, jede Menge Steckdosen, USB-Anschlüsse und ultraschnelles, kostenloses W-LAN.

Wohnen

Die 130 modern eingerichteten Gästezimmer, vom Standard- bis zum Familienzimmer, sind mit geräuschkämpfenden Wänden, 42-Zoll-LCD-Flachbildschirm-Fernsehern, kostenlosem W-LAN, zahlreichen USB-Ports, bequemen Betten und Ledersesseln ausgestattet. Für einen individuellen Touch sorgt ein deckenhohes Kunstwerk an der Wand. Das Design ist funktionell, flexibel und aufgeräumt mit simplen, sorgfältig durchdachten Features wie



Glasregalen und einer Wand mit Kleiderhaken statt eines großen Schrankes. In den stylischen Badezimmern stehen Gratis-Toilettenartikel der Marke Muk ebenso zur Verfügung wie pinkfarbene Haartrockner, Powerduschen und große Spiegel neben einem großzügigen Waschtisch.

24/7-Dining

Smart und flexibel ist auch das rund um die Uhr zur Verfügung stehende gastronomische Selbstbedienungskonzept des Moxy. Im Restaurantbereich haben Gäste eine große Auswahl an Speisen und Getränken, darunter frische Säfte, Kaffee von der Kaffeebar, frische Panini-Sandwiches, Gebäck oder gesunde Alternativen wie Salate und Antipasti. Abends wird ein Eintopfgericht serviert, außerdem Cocktails, Craft-Biere und Weinspezialitäten.

Marriott Rewards

Moxy-Gäste, die Mitglied des preisgekrönten Bonusprogramms Marriott Rewards sind und direkt buchen, erhalten über die Marriott-Mobile-App exklusiven Zugriff auf weitere digitale Features wie mobiles Ein- und Auschecken, Keyless Entry und „Mobile Requests“ für ein nahtloses Reiseerlebnis. Außerdem werden ihnen Punkte für ihren Aufenthalt gutgeschrieben. Diese lassen sich gegen Hotelnächte in sämtlichen zum Marriott-Portfolio gehörenden Häusern einlösen.

Die Marke Moxy baut derzeit ihre Präsenz weiter aus und plant, in den nächsten drei Jahren in mehr als 40 neuen Destinationen in schnell wachsenden und etablierten Märkten Europas zu expandieren. Mit mehr als 50 Hotels in der Pipeline, die voraussichtlich bis Ende 2020 in Europa eröffnet werden, wächst die Marke in Ländern wie Deutschland und Großbritannien kontinuierlich. Zudem wird sie erstmals auch in weiteren wichtigen europäischen Destinationen wie Frankreich, Portugal und den Niederlanden vertreten sein.

www.moxyhotels.com

The Unbound Collection by Hyatt

Das Hotel Sofia Barcelona und das Hôtel du Palais in Biarritz werden Teil der Kollektion.



Hyatt erweitert die Präsenz der Marke The Unbound Collection by Hyatt auf dem europäischen Markt und gibt gleich zwei Neuzugänge bekannt: Das Hotel Sofia in Barcelona ist das erste Hyatt-Hotel in der äußerst gefragten Stadt. Das 1975 erbaute und erste 5-Sterne-Hotel Barcelonas wird damit im Januar 2019 Teil der Unbound Collection by Hyatt.

Mit dem berühmten Hotel du Palais in Biarritz erweitert Hyatt zudem sein Markenportfolio in Frankreich. Die Management-Vereinbarung zwischen Hyatt und Socomix wurde Ende Oktober unterzeichnet. Der historische Palast ist das dritte Hotel in Frankreich, das neben dem Hôtel du Louvre in Paris und dem Hôtel Martinez in Cannes in die Marke The Unbound Collection by Hyatt eingebunden wird.



Erweiterung des Markenportfolios

Als dritte und vierte Immobilie der Unbound Collection by Hyatt in Europa stellen beide Hotels einen bedeutenden Meilenstein für die Wachstumsstrategie der Brand dar. Bis Ende 2019 werden zudem The Great Scotland Yard Hotel in London und das Parisi Udvar Hotel in Budapest das Markenportfolio erweitern.

„Das Hôtel du Palais bietet Hyatt die einzigartige Möglichkeit, ein Anwesen in das Portfolio der Unbound Collection aufzunehmen, das faszinierende Geschichten erzählt. Zugleich stärken wir unser Angebot von Hyatt auf dem europäischen Markt allgemein sowie insbesondere von der Marke The Unbound Collection by Hyatt“, erklärt Guido Fredrich, Regional Vice President, Development Europe. „Im Laufe dieses Jahres haben wir einige bedeutende Ergänzungen im Portfolio der Brand gesehen, und unsere Priorität bleibt es, unsere Präsenz stetig auf sinnvolle Art auszuweiten. Mit seiner exklusiven Lage, dem eleganten Design und der einzigartigen Geschichte ist das Hôtel du Palais perfekt geeignet für The Unbound Collection by Hyatt.“

Maria Ashton, Development-Director, Europe für Hyatt meint, dazu: „Das Hotel Sofia Barcelona ist ein spannendes Projekt für Hyatt: Es ermöglicht uns den Eintritt in einen äußerst nachgefragten Markt. Zugleich stärken wir das Gesamtangebot der Marke The Unbound Collection by Hyatt.“ Und weiter: „Die Kombination aus herausragender Geschichte sowie zeitgenössischem und luxuriösem Design passt perfekt zum Versprechen der Marke: An einzigartigen Orten unvergessliche Erlebnisse zu schaffen und den Gästen zugleich die bekannten Werte und die Qualität der Marke Hyatt zu garantieren.“



Fotos: Hilton

Zentral in Zagreb

Hilton eröffnet das erste Canopy by Hilton-Hotel in Kontinentaleuropa.

Ende Oktober 2018 eröffnete Hiltons Lifestyle-Hotelmarke Canopy by Hilton ihr erstes Hotel in Kontinentaleuropa. Das Hotel in Zagreb befindet sich im Herzen der kroatischen Hauptstadt und somit ganz in der Nähe des Hauptbahnhofs sowie des aufstrebenden Einkaufszentrums Banimir Zentar. Als Ausgangspunkt für Erkundungstouren mit den hoteleigenen Canopy Bikes eignet sich das Hotel hervorragend, denn in allen vier Himmelsrichtungen warten nahegelegene Attraktionen und Geschäfte, Restaurants und das Nachtleben darauf, entdeckt zu werden.

Das Canopy by Hilton Zagreb verfügt über 151 „Just-Right-Zimmer“, darunter acht geräumige Suiten, deren Gestaltung von der langen Industriegeschichte des Stadtteils inspiriert ist. Die Räume sind mit lokalen Textilien und Kunstwerken ausgestattet. So greift das für die Marke charakteristische Bethaupt das Design des kroatischen Staatswappens auf, und die Teppiche erinnern an traditionelle Trachten. Die Gänge unterstreichen ebenfalls die reiche Geschichte der Umgebung und sind mit Postern des berühmten kroatischen Erfinders Nikola Tesla geschmückt.



Zagreb als Bühne

Im ReUnion Restaurant genießen Gäste authentische Küche mit frischen lokalen Zutaten und traditionelle Spezialitäten. Im Canopy Central Café und in der Bar gibt es neben kleinen Mahlzeiten und lokalen Spirituosen auch Cocktails. Durch den kürzlich erweiterten Flughafen, der nur zwanzig Kilometer entfernt liegt, ist das Canopy by Hilton Zagreb hervorragend für Meetings und Veranstaltungen angebunden. Es verfügt über zwei Tagungsräume, die kleinere Tagungsmöglichkeiten und einen passenden Rahmen für gesellschaftliche Veranstaltungen wie Cocktailempfänge bieten. Das Hotel bietet außerdem ein großzügiges 24-Stunden-Fitnesscenter.

www.canopy3.hilton.com



Weichenstellung für zweites Haus

Das ARBOREA Montafon Resort St. Gallenkirch stellt sich vor.

ARBOREA Hotels und Resorts plant den Bau und die Eröffnung des zweiten Hauses der neuen Marke, dem Montafon Resort St. Gallenkirch, in der Urlaubsregion Montafon im österreichischen Vorarlberg. Bis voraussichtlich Winter 2020/2021 entstehen in Hanglage am Valatscha in St. Gallenkirch ein Hauptgebäude mit 112 Zimmern, Studios und Suiten, die südlich be-

ziehungsweise südöstlich ausgerichtet sind und einen freien Blick auf das Alpenpanorama bieten. Zudem ergänzen drei Chalet-Häuser mit 46 vollausgestatteten Appartements den Hotelkomplex. Diese stehen als Investitionsobjekte zum Verkauf und können als Ferienimmobilien vermietet werden. Neben einem 1.200 m² großen Wellness- und Fitnessbereich mit Pool erwarten





die Urlauber zwei Restaurants, das Deli'Cara und The Grand Grand Grill, eine Lounge-Bar, ein Skikeller sowie eine zweigeschossige Tiefgarage. Im Montafon Resort St. Gallenkirch finden sich bewährte Elemente wie The Stairs, eine riesige Freitreppe aus Holz, der Shop@TheDocks mit eigener ARBOREA-Kollektion sowie Bar@TheDocks und Work@TheDocks. Der Bereich ist Ausrüstungsverleih und Werkstatt zum Kreativ-Sein. Unter dem Credo Experience.Together. wählen Gäste in Zukunft jeden Tag aus Aktivitäten, Naturerlebnissen sowie Entspannungsangeboten und gehen gemeinsam auf Entdeckungstour. Die Unternehmensgruppe fungiert als Projektentwickler und Investor des Hotelprojekts, welches St. Gallenkirch als Ganzjahresdestination stärken soll.

Der Name ist Programm

Der Name ARBOREA leitet sich vom lateinischen „arbor“ für Baum ab. Das Vernetzungswunder aus der Natur ist das Vorbild der Marke, nicht nur mit Blick auf Vielfalt, Kommunikation, Nachhaltigkeit und Aktivitäten in der Natur, sondern auch im Design: Lichtdurchflutete Räume und witzige Design-Ideen prägen die zukünftigen Resorts. „Wir bieten unseren Gästen ein neues Urlaubsgefühl. Wir haben es uns zur Aufgabe gemacht, Menschen für unvergessliche Wow-Momente zusammenzubringen und Erlebnisse zu schaffen, die sie mit in ihren Alltag nehmen können. Mit unserem Konzept, klar auf unsere Zielgruppe zugeschnitten und durch ansprechende Architektur unterstützt, tragen wir dieser Entwicklung Rechnung“, erklärt Johann Kerkhofs, geschäftsführender Gesellschafter der Idee.

ARBOREA Hotels und Resorts präsentiert sich als neue Hotelgruppe mit dem ersten Haus, dem ARBOREA Marina Resort Neustadt in der Lübecker Bucht in Schleswig-Holstein. Die Marke soll in den nächsten zehn Jahren auf 20 Standorte europaweit wachsen.

www.arborea-resorts.com
www.arborea-montafon.de

Liebe LeserInnen

Immer wieder zieht es auch mich Anfang November zur bekannten „GAST-Messe“ nach Salzburg. Ein beliebter Branchentreff. Man geht durch die Hallen und schaut sich die einen oder anderen Neuheiten an, führt Gespräche und ist immer wieder froh, auch mit Fachleuten reden zu können. Die Messe wird ja als „Fachmesse“ tituliert.

Leider wird dieser Begriff immer mehr von Nicht-Fachbesuchern unterwandert. Ein Umstand, der vielen Fachbesuchern immer mehr auffällt und nicht gefällt. Ich rede jetzt nicht von den Horden an jungen Tourismusschülern, die mit oder ohne Lehrkräfte speziell die Spirituosen-Stände und Bierinseln heftig frequentieren. Da sind ja hoffentlich viele Nachwuchstalente dabei, die bald servieren, kochen oder hinter der Rezeption arbeiten werden. Ich meine die vielen Mütter und Väter, die mit ihren Kleinkindern durch die Hallen wandeln, als ob sie im Prater oder in einem anderen Naherholungsgebiet lustwandeln würden. Und mit Kleinkindern meine ich nicht Kinder im Volksschulalter, sondern Säuglinge, die entweder in großen Kinderwagen oder um den Bauch gebunden durch die Messe „mitgehen“ müssen. Kleine, unschuldige Wesen in überhitzten, mit Alkohol und Essengerüchen überlasteten Hallen. Was denken sich eigentlich Mütter dabei?

Meiner Meinung nach weniger als nichts, denn es sollte für denkende Menschen klar sein, dass eine mit Menschen und diversen Gerüchen überfüllte Messe nichts für Säuglinge und Kleinkinder ist. Wenn diese Mütter und Väter nicht das Geld für eine Nanny für ein paar Stunden aufbringen können, dann sollte entweder nur ein Elternteil auf die Messe gehen oder beide eben besser mit dem Kind in der frischen Luft sein. Der Umstand, dass Eltern mit Kinderwagen in den engen Messegängen zwischen den Ständen zudem Fachbesucher, die etwas arbeiten wollen, aufhalten und behindern, trägt zum zusätzlichen Unmut bei. Ich meine, da sollte die Messeleitung bei der nächsten erfolgreichen „GAST“ Maßnahmen setzen, damit eben Säuglinge und Kleinkinder nicht mehr diesen für sie nicht wirklich verkraftbaren Umständen ausgesetzt sind,

meint
 anonymus

HOTEL&DESIGN gibt in jeder Ausgabe einer bekannten Persönlichkeit die Möglichkeit, über in der Branche diskutierte bzw. relevante Themen zu schreiben. Anmerkung der Redaktion: Der Beitrag muss nicht zwangsläufig mit der Meinung der Redaktion übereinstimmen und ist ausschließlich als Meinung des Verfassers zu werten.

Leserbriefe zu unserer Kolumne bitte an:
anonymus@hotel-und-design.at

Vorschau auf H&D Nr. 1 | Februar 2019



Neue Trendlocation in Kiev

Die Eröffnung der neuen 11 Mirrors Rooftop Restaurant & a World Class Bar entpuppt sich als panoramische Ergänzung zum Genusserebnis des ersten Designhotels der Ukraine.

Alles rund ums Bad

Das Bad als Visitenkarte des Hauses. Gäste wollen immer mehr High-End-Produkte im Gästezimmer. Wir geben einen Überblick über die neuesten Kreationen.

Angesagte Interieur-Trends

Auch das Innendesign gewinnt in der Branche immer mehr an Bedeutung. Der rote Faden sollte dabei aber nicht verloren gehen. Wir schauten uns bei einigen namhaften Qualitätsproduzenten um.



Swiss Lounge von de Sede

FOOD & DESIGN

Food-Trends 2019

Was ist gaumenmäßig im nächsten Jahr angesagt? Gäste wollen immer wieder aufs Neue überrascht werden – auch am Teller. Wir geben Tipps, wohin die Kulinarikreise geht.



Kludi Logo Dual-Shower-Systeme mit komfortablen Einhebelmischern



© Attilio

Reise-Special

Speziell für Hotel-und Gastrobetreiber. Ein ultimativer Ratgeber, wo Touristiker selbst den nächsten Urlaub verbringen sollten.

Erscheinungstermin:
18. Februar,
Redaktionsschluss:
21. Jänner 2019

IMPRESSUM

Grundlegende Richtung:

Unabhängiges Fachmagazin für Führungskräfte und Entscheidungsträger in Hotels, Restaurants, Bars, Küchen und für Architekten. Bezahlte PR-Beiträge, Advertorials und Werbeeinschaltungen in Textform sind in der Fußzeile mit einem [P] (Promotion) gekennzeichnet und damit vom redaktionellen Teil zu unterscheiden.

Medieninhaber und Herausgeber:

Peter A. de Cillia, Brigitte Strohmayr

Verlags- und Redaktionsadresse:

Rainergasse 16/2/13, 1040 Wien
www.hotel-und-design.at

Redaktionsleitung und Chefredakteur:

Peter A. de Cillia
+43 676/93 83 202
p.decillia@hotel-und-design.at

Verlags- und Produktionsleitung:

Brigitte Strohmayr
+43 664/110 43 54
bst@hotel-und-design.at

Redakteure dieser Ausgabe:

Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia, Nicole Hoffmann, Mag. Erich Liegl, Thomas Reizenzahn, Fritz Strohmayr

Lektorat:

Jorghji Poll, Edition Atelier

Fotos:

Daniela de Cillia, Adobe Stock, unsplash.com, Archiv
Fotorechte für nicht gekennzeichnete Fotos sind von Hotels, Firmen und Herstellern kostenlos zur Verfügung gestellt.

Coverfoto:

Adobe Stock / gromovataya

Druck:

BAUER MEDIEN
Produktions- & Handels-GmbH, 1030 Wien

Erscheinungsweise:

6 x jährlich

Auflage:

12.000 Exemplare

Aboservice und Verrechnung:

Brigitte Strohmayr
+43 664/110 43 54
bst@hotel-und-design.at
Birkensee 32a, 2482 Münchendorf
UID-Nr. ATU62346866

Abo:

Inland: 36,- €, Ausland zuzügl. Porto
Das Abonnement gilt auf ein weiteres Jahr verlängert, wenn nicht acht Wochen vor dem Ende des Bezugszeitraums eine schriftliche Abbestellung erfolgt.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages.

Vorbehaltlich Satz- & Druckfehler.

Derzeit gilt die Anzeigenpreisliste 2018.

Alle namentlich gekennzeichneten Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider. Alle Rechte, insbesondere die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz, vorbehalten.

Kontakte:

Peter de Cillia, +43 676/93 83 202
p.decillia@hotel-und-design.at

Grafik und Druckunterlagen:

Brigitte Strohmayr
bst@hotel-und-design.at

PR- und Anzeigenabteilung:

Mag. Nicole Hoffmann
+43 664/545 29 11
n.hoffmann@hotel-und-design.at

Anna Wagner

+43 664/141 12 13
a.wagner@hotel-und-design.at

Mag. Stefanie Weinrauch

+43 664/115 99 03
s.weinrauch@hotel-und-design.at

Das H&D-Team bedankt sich bei allen Kunden und Lesern und wünscht frohe Weihnachten und ein gutes, erfolgreiches neues Jahr!

Wo ausschließlich Höchstleistung zählt



Die neue GIGA X8

Kaffeegenuss – frisch gemahlen, nicht gekapselt

- 32 Kaffeespezialitäten über das 4,3" Touchscreen-Farbdisplay wählbar
- 2 Präzisions-Keramikscheibenmahlwerke mit Automatic Grinder Adjustment (A.G.A.®) für eine konstant gleichmäßige Mahlung
- Speed-Funktion: Heißwasser-Bypass für perfekte Kaffeespezialitäten in Rekordzeit und mehr Anwenderkomfort

Ideale Einsatzgebiete:
Etagenlösung, Seminar-/
Tagungsbereich, Catering,
Coffee to go

Empfohlene
Tageshöchstleistung:
200 Tassen

IXMO SOLO

WENIGER KANN MEHR.



IXMO SOLO

=

Einhebelmischer

+

Schlauchanschluss



IXMO
Onlineplaner:
www.ixmo.de

KEUCO