

HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Nr. 3 | Juni/Juli 2016



Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie | Coverfoto: © Aliseo | € 6,- | P.b.b. | 097038153M | Brigitte Strohmayr, Brirkensee 32a, 2482 Münchendorf | Retouren an PF555, 1008 Wien

WOHN(T)RAUM BAD
Ein Ort der
Inszenierung

SÜDTIROL-SPECIAL
Südtirol in all
seinen Facetten

FOOD & DESIGN
So kann der
Tag beginnen

PROFITIEREN SIE VOM UNTERSCHIED.



100 Jahre
Behaglichkeit mit Hygiene.



Internationale Reisetätigkeit und rascher Gästewechsel machen hygienisch einwandfreie Textilien unverzichtbar. SALESIANER MIETTEX bietet Ihnen die klaren Vorteile einer Top-Ausstattung und die Hygienegarantie. Die Textilien werden nach gelisteten Verfahren desinfizierend gewaschen. Dabei kommen ausschließlich umweltoptimierte, nachhaltige Verfahren zum Einsatz. Wie vorteilhaft und wirtschaftlich dieser Service ist, zeigen wir Ihnen gerne persönlich. Profitieren Sie vom Unterschied, kontaktieren Sie uns.



100 Jahre Textil-Management vom Besten.

www.salesianer.com



Liebe Leserschaft!

Unsere aktuelle Ausgabe hat wieder einige Design- und Kulinarik-Themen für Sie bereit, die ganz sicher Ihre Aufmerksamkeit erregen werden. Zuerst aber einmal eine Neuigkeit in eigener Sache, die auch für Sie einen Mehrwert

bringen soll. Ab dieser Ausgabe sind wir nicht nur in Österreich, sondern auch in Südtirol flächendeckend präsent. Unser Nachbarland Südtirol ist seit jeher eine ungemein spannende und aufstrebende Region, die es gekonnt versteht, Einflüsse von beiden Ländern – Italien wie auch Österreich – touristisch zu vermarkten. Die Hotels sind mittlerweile Vorzeigehäuser für ganz Italien. Ein Grund mehr, vermehrt darüber zu berichten. Die Wirtschaft in Südtirol boomt und viele Firmen produzieren Top-Qualität, ein Markt, der sicher auch für Sie interessant ist. Lesen Sie zum Beispiel die Geschichte über eine der erfolgreichsten Firmen für Partyzelte in Europa – aus Südtirol. Andererseits ist Südtirol auch ein interessanter Markt für österreichische Produzenten. Mit einem Wort – wer bei uns vorkommt, wird von der gehobenen Hotellerie und Gastronomie in Österreich und jetzt auch in Südtirol gesehen und gelesen. Ein Mehrwert, den beispielsweise Marktführer Salesianer Miettex sofort erkannt hat und uns auch in Südtirol „begleiten“ wird.

Ein besonderes Highlight dieser Ausgabe ist unsere Strecke rund um das Bad. Mittlerweile ist dieser Ort zu einem wichtigen Bestandteil jedes Hotelzimmers avanciert und wird auch als Ort der Inszenierung angesehen. Top-Qualität bei Material und Design sind heute beim Hotelier Voraussetzung für den Zuschlag eines Auftrages, das Bad neu zu gestalten. Neue Techniken – formschön installiert, bewusst auf Hygiene ausgelegt, leicht und schnell zu säubern – sind ein „must“ für Zufriedenheit auf Hotelier- und Gästeseite.

Naturgemäß waren wir wieder in einigen Top-Häusern unterwegs, machen Ihnen Vorschläge für ein perfektes Frühstück, geben Hygiene-Tipps und erzählen Ihnen die Entstehungsgeschichte eines der wohl berühmtesten Hotels der Welt – dem Mandarin Oriental.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen eine gelungene Sommersaison und immer wieder Zeit und Muße, in unserem Magazin zu lesen, es zahlt sich aus.

Ihr

Peter A. de Cillia
Chefredakteur



Bad-Special, ab Seite 10



Wellness & Spa, ab Seite 28



NH Hotel Group, Seite 34



Südtirol-Special, ab Seite 38



Frühstück und mehr, Seite 59



H&D H&D INFORMIERT

Editorial	SEITE	3
News	SEITE	6
Buchtipps	SEITE	74
Kolumne „anonymus“	SEITE	79
Vorschau, Impressum	SEITE	82

H&D BAD-SPECIAL

Wohn(t)raum Bad	SEITE	10
Sauberkeit neu interpretiert	SEITE	11
Moderne Duschlösungen	SEITE	12
Funktion und Design in Vollendung	SEITE	14
Handtuchwärmer	SEITE	16
Gestaltungsspielraum mit Farben	SEITE	17
Badgestaltung im Businesshotel	SEITE	18
Hotel Lifestyles	SEITE	20
Badmöbel TiAmo	SEITE	21
Emaillierte Duschflächen	SEITE	22
Der Wow-Effekt im Gästebad	SEITE	24
50 Jahre interbad	SEITE	25
Wohlfühlatmosphäre im Waschraum	SEITE	48



H&D HOTELS

Seehotel Wilerbad, Schweiz ①	SEITE	30
Haller's Genuss- und Spa-Hotel ②	SEITE	32
Hotel NH Collection Wien Zentrum ③	SEITE	34
Biohotel Rupertus in Leogang ④	SEITE	36
Gartenhotel Altmannsdorf ⑤	SEITE	52
Derag Livinghotel an der Oper in Wien ⑥	SEITE	54
Reisetipp: Eine Legende in Hongkong ...	SEITE	75
Terme di Saturnia Spa & Golf Resort ⑦	SEITE	76
Radisson RED Hotel in Brüssel	SEITE	78
Leonardo Las Ramblas, Barcelona ⑧	SEITE	80

H&D SÜDTIROL-SPECIAL

Hotel Quelle Nature Spa Resort	SEITE	38
Meisters Hotel Irma	SEITE	41
Festzelte aus Südtirol	SEITE	44

H&D FOKUS

tendence in Frankfurt	SEITE	7
spoga+gafa in Köln	SEITE	26
Miettextil-Service	SEITE	46
In die Zukunft mit Internet of Clean	SEITE	50
Eine Tischlerei, die Holz näht	SEITE	51

H&D FOOD & DESIGN

So kann der Tag beginnen!	SEITE	59
Perfekter Kaffeegenuss	SEITE	62
Honigspender	SEITE	64
Frühstück für Business-Gäste	SEITE	66
AF-Getränke – Genuss ohne Promille ...	SEITE	68
Wiberg Genusswelt	SEITE	69
Brillante Spülergebnisse	SEITE	70
Trend-Sommerdrink	SEITE	71

Geberit AquaClean
Das WC, das Sie mit Wasser reinigt.

■ GEBERIT

Wellness für Ihre Gäste.



WhirlSpray-
Dusch-
technologie



Berührungslose
WC-Deckel-
Automatik



Orientie-
rungslicht



Geruchs-
absaugung



TurboFlush-
Spültechnik



Föhn



WC-Sitz-
Heizung

Mit Geberit AquaClean Mera beginnt Wellness schon im Badezimmer.
Das WC mit integrierter Duschfunktion reinigt den Po sanft mit einem warmen
Wasserstrahl und erfüllt somit die steigenden Gästeanforderungen an Komfort
und Hygiene. Für ein Gefühl von Frische und Sauberkeit den ganzen Tag.
→ www.geberit-aquaclean.at/mera

I  Water®



Stilvoll entspannen

Vom Wassersport bis zum Wellness-Programm – auf 7.800 m² bietet die Therme Laa eine fantasievolle Badelandschaft, welche dazu einlädt, die Seele einfach mal baumeln zu lassen. Das Herzstück der Wellness-Oase im Weinviertel ist die kürzlich umgebaute und erweiterte Saunawelt. Stilvoll, modern und mit den edelsten Rohstoffen der Natur ausgestattet, laden die neuen Saunen zum Regenerieren ein. Und die Verantwortlichen vertrauen dabei auf Marktführer Klafs.



Erste Bachelor-AbsolventInnen

Die ersten 21 Bachelor-AbsolventInnen wurden am 20. 5. 2016 in den Tourismusschulen Salzburg Klessheim in festlichem Rahmen geehrt. „IBS – das Institut für berufsbegleitende Studien“ bietet das Hochschulstudium seit 2014 in verkürzter Studienzeit in Klessheim an. „Ich freue mich sehr, dass wir das Bachelorstudium Tourismusmanagement nun auch in Klessheim erfolgreich eingeführt haben“, so die Geschäftsführerin von IBS Prof. Dr. Christa Riffert.

Check-In im Wohnzimmer

Ab sofort freuen sich Gäste des Boutiquehotels Altstadt Vienna über ein neues Check-In-Erlebnis. Die jungen Kreativen des Wiener Architekturbüros Kohlmayr Lutter & Knapp verwandelten die Rezeption in der ersten Etage in eine Ruheinsel. Ein Portal aus Messing empfängt die Gäste und führt sie direkt zum Check-In. Die klassische Rezeption wird durch ein herzliches Aufeinandertreffen in Wohnzimmer-Ambiente ersetzt.

Zertifizierte Sicherheit

Im Hilton Vienna ist Sicherheit ein wichtiges Thema. Das mit 579 Zimmern größte Hotel Österreichs ist ab sofort nach dem TÜV Austria Hotel Safety & Security Standard zertifiziert. Das Zertifikat bestätigt dem Hotel ein höchstes Maß an Sicherheit für die Mitarbeiter, die Gäste und deren Eigentum. Voraussetzung für die Aufrechterhaltung der Zertifizierung ist die Durchführung von jährlichen Überwachungsaudits. Das Bedürfnis nach Sicherheit im Urlaub wie auch bei Geschäftsreisen ist in den letzten Jahren deutlich gestiegen.

V.l.n.r.: Stefan Wallner, Geschäftsführer TÜV Austria Cert GmbH und Leiter des Geschäftsfelds LTC, Norbert B. Lessing, GM Hilton Hotels Austria



60-jähriges Firmenjubiläum

Die Wurzeln des Unternehmens Voglauer, die mit der Gründung vor 84 Jahren von Sebastian Gschwandtner gelegt wurden, sind im Laufe der Jahre immer stärker geworden. Durch die allgemeine wirtschaftliche Aufbruchsstimmung wurde vor 60 Jahren von Sebastian & Markus Gschwandtner sowie David Zwilling die Voglauer Gesellschaft gegründet. In diesen 60 Jahren konnten sich zwei erfolgreiche Geschäftsfelder etablieren. Komplettausstattung für die Hotellerie sowie Naturholzmöbel für den Möbelhandel.

V.l.n.r.: Gesellschafter Rudi und Toni Gschwandtner, Bürgermeister Johann Schnitzhofer, Gesellschafter Josef Zwilling, Geschäftsführer Peter Grünwald



Die Tendence 2016

Viel frischer Wind erwartet Aussteller und Besucher auf der nächsten Konsumgütermesse Tendence, die vom 27. – 30. 8. in Frankfurt am Main stattfindet.

Das vielfältige Angebot rund um Einrichten, Wohnen und Schenken in den beiden Bereichen Living und Giving wird in weiten Teilen neu aufgestellt und umstrukturiert. „Durch die neue Zusammenstellung der Produktgruppen schaffen wir die Voraussetzung für eine noch bessere Orientierung der Einkäufer auf dem Gelände und bieten so auch neue Einkaufsimpulse“, so Nicolette Naumann, Vice President Ambiente/Tendence.

Living & Giving

Im Angebotsbereich Living zeigen internationale Aussteller alles von aktuellem Interior Design über trendige Wohnaccessoires bis hin zu saisonalen Dekorationsideen. In der Halle 9.0 trifft funktionelles, zeitloses und modern-puristisches Wohndesign auf emotionale, klassische und elegante Einrichtungskonzepte mit hochwertigen Möbeln, Textilien, Leuchten und Wohnaccessoires.

Im Angebotsbereich Giving dreht sich alles ums Schenken: Geschenkartikel für jeden Anlass, stilvolle Accessoires und Fashionprodukte, modischer und echter Schmuck, Armbanduhren oder Papeterie sind hier zu Hause. Neu im Bereich Giving ist die Produktgruppe „Culinary Gifts“. Dazu gehören designorientierte Tisch- und Küchenaccessoires sowie Gourmetgeschenke wie hochwertige Öle, Teespezialitäten oder exquisite Schokoladen. Nach der erfolgreichen Einführung des Ethical Style Guides auf der Ambiente 2016 wird es den Guide für nachhaltige oder ethisch hergestellte Produkte nun auch als Teil des Katalogs auf der Tendence geben. Einkäufern bietet er Orientierung in einem höchst komplexen Angebotssegment.

www.twitter.com/tendencefair

www.facebook.com/tendencefair



tendence

27. – 30. 8. 2016

fresh.new.ideas

„new

bedeutet für mich, neue und inspirierende Ideen mitzunehmen, um das Einkaufen für meine Kunden attraktiver zu machen.“



Dirk Bieler,
Filialleiter Einzelhandel

Neuheiten, Trends und Überraschendes.
International und inspirierend.
Die Tendence 2016. Seien Sie dabei.
fresh-new-ideas.com

info-nbs@austria.messefrankfurt.com
Telefon 01/867 36 60 60

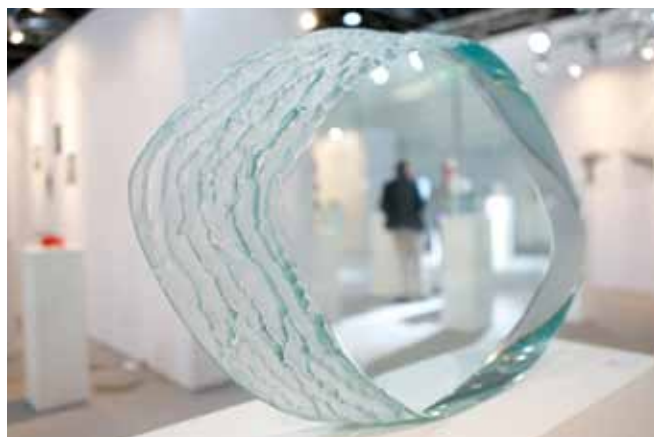


messe frankfurt



Brau-Boutique

Bernsteinfarben schimmert es im Glas, mit perfekter, cremig weißer Haube: Das Mühlviertel ist demnächst um eine Versuchung reicher. Am 29. Mai eröffneten Irmgard und Werner Pürmayer die Brau-Boutique in St. Stefan am Walde, direkt neben ihrem Hotel AVIVA. Ein Szene-Treffpunkt in einer naturbelassenen Landschaft in klaren Linien, pfiffigem Design und bodenständig warmen Materialien wie Ziegel und Holz.



glasstec 2016

Die glasstec, die vom 20. bis zum 23. September in Düsseldorf stattfindet, wird auch heuer ihrem Anspruch als internationale Leitmesse für die Glasbranche erneut gerecht. Die Anzahl der angemeldeten Aussteller und der damit belegten Fläche befindet sich schon jetzt über dem Niveau der Vorveranstaltung. Seit über 40 Jahren ist die glasstec Trendsetter und gleichzeitig Spiegelbild für die Glasbranche.

Auszeit am Bauernhof

Auf rund 430 Bauernhöfen und Almhütten in der Steiermark lässt sich der Urlaub so ganz und gar genießen. Das bäuerliche Leben beobachten oder aktiv miterleben macht für viele Gäste das Einzigartige bei einem Urlaub am Bauernhof aus. Bei selbst gebackenem Brot oder frischen Mehlspeisen dürfen sich die Geschmacksknospen über ganz natürliche und frische Zutaten freuen. Nähere Infos finden Sie unter: www.urlaubambauernhof.at

Wohnen mit Charme

Seit 1921 produzieren die JOKA-Werke österreichische Produkte mit höchstem Qualitätsanspruch. Um die Stellung als bekannteste heimische Möbelherstellermarke weiter ausbauen zu können, wurde bereits im Jahr 2009 mit einer kompletten Überarbeitung des Unternehmensauftritts begonnen. Ein Höhepunkt dieses neuen Unternehmensauftritts ist nun die Eröffnung des neuen Schauraums am Stubenring 12 in 1010 Wien, der den Schauraum auf der Mariahilfer Straße ersetzt. Die architektonische Neugestaltung des Objekts stammt vom renommierten Büro BEHF Architects, das Raumdesign von Stefan Brandtmayr und für die Dekoration konnte Christiane Pichler gewonnen werden.



Ausgezeichnete Ergebnisse

Die Eurogast Gruppe ist ein Zusammenschluss von elf privaten Gastronomiegroßhändlern mit zwölf Standorten in ganz Österreich. Eurogast ist die einzige Großhandelsgruppe, die sich ganz auf die Bedürfnisse und Anforderungen der Gastronomie, Hotellerie und Großverbraucher konzentriert. Eurogast verzeichnete im Jahr 2015 einen Gesamtumsatz von über € 322 Millionen. „Das ist die Bestätigung, dass unsere Ausrichtung als regional stark verankerter Großhändler mit nationaler Ausrichtung und internationaler Expertise der richtige Weg ist“, zeigt sich Mag. (FH) Alexander Kiennast, GF Eurogast Österreich, Vertrieb und Marketing, stolz.

*V.l.n.r.: Geschäftsführung Eurogast Österreich:
Mag. Thomas Walser, Mag. (FH) Alexander Kiennast, Mag. Armin Riedhart*



KALDEWEI



Waschtisch CONO

kaldewei.com

WOHN(T)RAUM BAD

Das Hotelbad – ein Ort der persönlichen Inszenierung

Bilbao heißt das Infrarotmodul von Repabad für die Dusche, wobei das kompakte, frei zu positionierende Infrarotpaneel in jede Dusche passt. Sitzmöglichkeiten wie Hocker oder Klappsitze bietet Repabad auf Wunsch gleich mit an.

Technische
Höchstleistungen
werden mit dem
neuen Dusch-WC
Sensia® Arena von
Grohe garantiert.



Sauberkeit neu interpretiert

Kein Tag ohne smarte Technik. Sie begleitet die Menschen von morgens bis abends bei ihren Aktivitäten – auch im Bad. Der nächste Schritt in dieser Evolution heißt bei Grohe „Intelligent Care“: Mit smarten Technologien steigert die neue Produktkategorie Grohe Spalet das Wohlbefinden beim privaten Pflegeritual. Diese hochmoderne Form des Dusch-WCs verbindet das Beste aus zwei Welten – Design sowie Ingenieurkunst aus Deutschland und japanische Spa-Kultur.

Individuell wie nie

Nichts reinigt so gründlich und schonend wie die Kraft des Wassers. Niemand würde seine Hände einfach nur mit Papier „sauber“ wischen. Sensia® Arena reinigt und erfrischt die Haut berührungslos ohne kratzendes Papier und Chemie. Ganz natürlich nutzt das Grohe Spalet Wasser zum Säubern und warme Luft zum Trocknen. Das neue Sensia® Arena wurde vom renommierten Grohe Design Studio gestaltet. Schwebend leicht passt sich die elegante Silhouette optimal an jedes Badambiente an.

Die Körperpflege läuft mit Sensia® Arena ganz nach den eigenen Vorlieben ab. Keine Kompromisse eingehen, einfach alle Einstellungen personalisieren: die Stärke des Wasserdrucks, die Position des Duscharsms und die Wunschtemperatur.

Was Sensia® Arena zum saubersten Ort macht, ist die selbstreinigende Hygiene. Die neue AquaCeramic Technologie erschafft z. B. eine wasseranziehende Schicht auf der Oberfläche. Diese ist so glatt, dass kein Schmutz und keine Verunreinigungen haften bleiben können. Kalkablagerungen werden vermieden. Die antibakterielle HyperClean Oberfläche verhindert durch Silberionen bis zu 99 % des Bakterienwachstums. So bleibt die Keramik strahlend rein und keimfrei.

Auch die neue Spültechnologie Triple Vortex® ist in ihrer Art einzigartig. Das Wasser strömt aus drei Zuläufen ins WC

und erzeugt einen Strudel, der das komplette Innenbecken gründlich reinigt. Die randlose WC-Keramik ermöglicht eine Spülung bis unter den Rand, ohne dass Wasser herausspritzt. Pluspunkt für die Umwelt: Trotz ihrer großen Kraft arbeitet die effektive Spülung ressourcenschonend.

Sauberkeit bis ins Detail – für diesen Anspruch hat Grohe keinen Aspekt außer Acht gelassen. So werden die aus antibakteriellem Material gefertigten Duscharme vor und nach jedem Gebrauch automatisch gespült. Und durch die neuartige Geruchsabsaugung mit Airshield gehören Gerüche auf dem WC der Vergangenheit an.

www.grohe.at

Komfort total – analog und digital:

Die Fernbedienung zum Dusch-WC kann in bequemer Reichweite montiert werden, während sich mit der praktischen GROHE Spalet App die gewünschten Einstellungen einfach am Smartphone wählen und speichern lassen.





Moderne Duschlösungen für den Gast von heute

Warum hochwertige Duschböden von Villeroy & Boch speziell für den Hotelbereich gleich mehrere Vorteile bringen.

Ein zeitgemäßes Hotelbad, das Gäste begeistert, verfügt über eine moderne, stilvolle Dusche. Bei der Planung sollten neben ästhetischen Aspekten auch technische Faktoren wie die Anti-rutsch-Klasse, die Schalldämmung und die Barrierefreiheit beachtet werden. Speziell für den Hotelbereich empfiehlt Villeroy & Boch daher hochwertige Duschböden aus Acryl, Quaryl® und Keramik, die gleich mehrere Vorteile mit sich bringen.

Bewegungsfreiheit in der Dusche

Denn mithilfe der flachen, randlosen Duschflächen lassen sich begehbare, großzügige Wellness-Duschen, sogenannte Walk-Ins, verwirklichen. Diese bieten nicht nur Bewegungsfreiheit, sondern lassen sich auch barrierefrei realisieren.

Deutliche Vorteile ergeben sich auch gegenüber gefliesten Böden: Können bei gefliesten Böden durch die Fugen im Nassbereich Undichtigkeiten entstehen – was aufwändige Sanierungen zur Folge hätte – fällt dies bei durchgängigen Flächen von vornherein weg. Nicht zu vernachlässigen ist auch der Hygiene-Faktor: Denn auf der glatten, geschlossenen Oberfläche finden Bakterien keinen Halt und so können gefährliche Keime und Schimmel

sich erst gar nicht bilden. Auch die Reinigung spart einiges an Kosten und Zeit und schon die Umwelt: Mit Wasser, neutralen Reinigungsmitteln und wenig Zeitaufwand sind die Duschböden wieder rasch hygienisch sauber.

Duschböden nach Maß

Erhältlich sind die Duschböden in diversen Standardmaßen, aber auch als Maßanfertigung, womit nahezu jeder Gestaltungswunsch erfüllt werden kann: Zur Auswahl stehen dabei verschiedene Ausführungen wie beispielsweise die Serien „Subway Infinity“ aus Keramik, „Architectura MetalRim“ aus Acryl (mit stahlverstärkten Randbereichen) sowie „Squaro Infinity“ aus Quaryl®, einem patentierten Werkstoff aus Acrylharz und Quarz. Dabei können die flächenbündig einbaubaren Infinity-Duschböden millimetergenau nach Maß zugeschnitten und zudem Besonderheiten wie etwa Vorsprünge oder Ecken berücksichtigt werden. Neben klassischen Duschböden in Weiß hat Villeroy & Boch auch farbige Ausführungen (u. a. in Grey und Brown) sowie keramische Duschböden in ausgewählten Fliesen-Dekoren im Angebot, die aktuelle Designrends aufgreifen.

www.villeroy-boch.at

IXMO

WELLNESS
FÜR ÄSTHETEN.

Armaturen und Accessoires von KEUCO kombinieren Funktionalität und anspruchsvolles Design für das perfekte SPA. Produkte, die ein Erlebnis bieten, das die Sinne berührt. www.keuco.at



KEUCO



Funktion und Design in Vollendung

Das neue Dusch-WC Geberit AquaClean Mera

Mit Geberit AquaClean Mera erreicht das Dusch-WC eine neue Stufe des Komforts. Damit nimmt die Reinigung mit Wasser ganz neue Formen an. Die ausgeklügelte Technik vom europäischen Marktführer und die Handschrift des Star-designers Christoph Behling ergänzen sich perfekt und setzen neue Maßstäbe.

Sehen und staunen

Tatsächlich beeindruckt dieses Dusch-WC bei jedem Gebrauch aufs Neue. Hochwertige Materialien, sanfte Linien und fließende Übergänge zeichnen Geberit AquaClean Mera aus. Die Chromoberflächen der Designabdeckung verstärken mit dem Spiel der Reflexionen den schwebenden Eindruck. Im ersten Moment gibt sich das Dusch-WC bedeckt: Sämtliche Strom- und Wasseranschlüsse sind ins Gehäuse integriert. Dagegen sorgt ein dezentes Orientierungslicht, über eine Nahbereichserkennung aktiviert, auf Anrieb für Aufmerksamkeit sowie nachts für Orientierung. Beim Herantreten öffnet sich der WC-Deckel automatisch, wodurch überflüssige Handgriffe entfallen – eine komfortable und hygienische Lösung. Durch dieselbe Nahbereichserkennung ausgelöst, erwärmt sich der ergonomisch geformte WC-Sitz schon

beim Herantreten. Die geräuscharme Geruchsabsaugung startet ebenfalls automatisch, um unangenehme Gerüche mittels eines langlebigen Keramikwabenfilters dort zu beseitigen, wo sie entstehen: in der WC-Keramik. Besonders vorteilhaft: Im Ruhezustand verbrauchen diese Funktionen nahezu keinen Strom.

Der sanft-vitalisierende Duschstrahl

Beim Herzstück eines jeden Dusch-WCs, der Duschfunktion, wartet Geberit AquaClean Mera mit einer revolutionären Neuerung auf: Die eigens entwickelte, patentierte WhirlSpray-Duschtechnologie mit zwei Düsen ermöglicht eine überaus gezielte, gründliche und dabei besonders angenehme Reinigung. Dafür sorgt ein pulsierender Duschstrahl, der durch dynamische Luftbeimischung verfeinert wird. Die separate, bis zum Gebrauch hygienisch geschützte Ladydusche zeichnet sich durch einen besonders weichen Duschstrahl aus. Jegliche Befürchtung, kalt erwischt zu werden, ist bei Geberit AquaClean Mera von vornherein überflüssig. Denn das Warmwassersystem wird von einer Kombination aus Durchlauferhitzer und Warmwasserspeicher gespeist. Körperwarmes Wasser steht daher sofort zur Verfügung und ein verfrühtes Absinken der Wassertemperatur wird verhindert.



Das Aha-Erlebnis

Als clever darf die Föhnfunktion bezeichnet werden. Der Föhnarm wird unabhängig vom Duscharm ausgefahren und richtet sich für eine optimale Trocknung automatisch an dessen ursprünglicher Position aus. Die Temperatur des Luftstroms wird aus Rücksicht auf das sich verändernde Wärmeempfinden auf trocknender Haut sukzessive reduziert. Ein weiteres Highlight ist die spülrandlose WC-Keramik mit der unverwechselbaren asymmetrischen Innengeometrie. Auf ihr basiert die innovative TurboFlush-Spültechnik, die eine besonders gründliche und dabei leise Ausspülung ermöglicht – und das bei einer einzigen, seitlichen Spülöffnung. Versteckte Bereiche sind bei dieser Keramik stark reduziert, Ecken und Kanten sucht man vergebens. Die Fernbedienung ist keine alberne Spielerei, sondern funktional ausgerichtet: Nicht nur können sämtliche Eingaben damit intuitiv mit einer Hand getätigt werden – das Display auf der Rückseite macht Anpassungen an einem der vier speicherbaren Benutzerprofile zu einem Kinderspiel. Das Dusch-WC Geberit AquaClean Mera kann ab sofort über den Sanitär-Fachhandel bezogen werden.

www.geberit-aquaclean.at/mera





Mit der Serie „T39“ hat Vola außergewöhnliche Handtuchwärmer für individuelle Designlösungen entwickelt, die skandinavische Handwerkskunst und modernste Technologie verbinden.

Weniger ist mehr

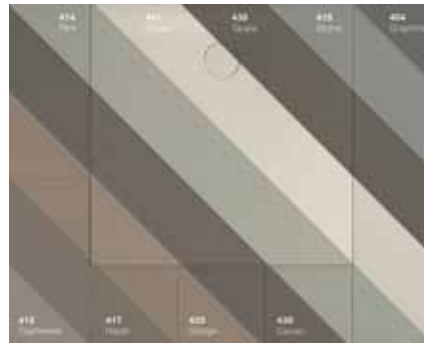


Das Besondere an den Vola Unterputz-Handtuchwärmern ist das modulare System aus Heizstäben, die nach Belieben individuell angeordnet werden können. Je nach Anzahl der Heizstäbe sowie deren Abstand zueinander (zwischen 10 und 30 cm) ist die Höhe des Heizkörpers von 50 bis 210 cm frei variierbar. Zusätzlich können die einzelnen Heizstäbe in beide Richtungen zeigend – also wahlweise nach links oder nach rechts – montiert werden. Dadurch lässt sich „Vola T39“ flexibel an die räumlichen Gegebenheiten anpassen und ist ein echter Eyecatcher in jedem Bad oder Spa: Unterputz angeschlossen, sind alle technischen Features hinter der Wand versteckt und damit lediglich die filigranen Heizstäbe zu sehen, die optisch durch eine einzigartige Schlichtheit und Eleganz bestechen.

Zur Verfügung stehen die Vola-Handtuchwärmer als Modell „T39W“ für den Anschluss an das Warmwasser-Heizungssystem sowie in zwei Varianten für den elektrischen Anschluss: Sowohl der „T39EL“ als auch der „T39ELUS“ (mit zwei Schaltknöpfen) verfügen über eine stufenlose Temperaturregelung zwischen

20 und 50 °C, Timerfunktion und automatische Sicherheitsabschaltung nach zwei Stunden Vollbetrieb (bei 50 °C).

Wie alle Armaturen und Mischbatterien von Vola werden auch die Handtuchwärmer in Horsens, Dänemark, nach höchsten Qualitätsstandards produziert. Die ausschließliche Verwendung hochwertiger Materialien sowie die meisterhafte Fertigung durch das engagierte Vola-Team sind wichtige Bestandteile der Unternehmenskultur. Denn es sind jahrelanges Training und fundierte Erfahrung nötig, um aus einem Rohrstück den typischen Vola-Auslauf zu fertigen, eine fast nicht sichtbare Lötstelle zu schaffen und die Oberflächen der Designprodukte perfekt zu veredeln. Apropos Oberfläche: Die Bad-Armaturen und Handtuchwärmer sind nicht nur in klassischem Messing, Edelstahl und Chrom (glänzend oder matt) zu haben, sondern auch in außergewöhnlichen Farb-Variationen, die poppig-bunte Akzente setzen – von knalligem Gelb über Blau bis Pink. Jedes Einzelstück von Vola wird übrigens, bevor es die dänische Produktion verlässt, noch sorgfältig von Hand poliert. 



Bette hat seine eigens
kreierte Farbwelt
aktualisiert, um aktuelle
Trends in der Bad-
gestaltung abzubilden.

Namen wie Cream, Cacao, Greige, Stone oder Raven. Planer haben damit die Möglichkeit, ganz unterschiedliche Bad-szenarien zu realisieren und den boden-ebenen Duschbereich farblich an das ge-wünschte Ambiente anzupassen. Die matte Optik der Oberfläche sorgt dabei für opti-male Harmonie mit dem Fliesenboden – auf Wunsch bis ins Detail, denn selbst der Ablaufdeckel kann in der jeweiligen Farbe gewählt werden.

„Farben spielen im Badezimmer eine be-deutende Rolle, weil sie direkt auf unsere Psyche wirken“, erklärt Sven Rensinghoff, Marketingleiter von Bette, „so wird bei-spielsweise warmen Farben eine stimu-lierende, aktivierende Wirkung auf das Nervensystem zugeschrieben, kalten Farben eher eine harmonisierende, entspannende. Mit den neuen Exklusivfarben kann der Badplaner unterschiedlichste Stimmungen realisieren.“ Neben den 22 Mattfarben steht dem Planer aber auch die komplette Bette Farbwelt mit einer enormen Viel-zahl an Oberflächenfarben offen. Wenn darüber hinaus erhöhte Stand- und Tritt-sicherheit unter der Dusche gefragt ist, kann er zudem auf BetteAntirutsch Pro zurückgreifen. Die nahezu unsichtbare, rutschhemmende Email-Oberfläche kann mit Weiß und allen Mattfarben der neuen Farbwelt kombiniert werden und belässt den eleganten Duschflächen dabei ihre makellose Ästhetik. 

Mehr Gestaltungsspielraum dank exklusiver Farben

Neun neue Mattfarbtöne machen es dem Planer einfach, die Duschen und Waschtische des Delbrücker Stahl/Email-Spezialisten an Fliesenfarbe oder Badam-biente anzupassen. Neben einer Vielzahl an gängigen Sanitärfarben stehen somit 22 exklusive Farbtöne zur Auswahl.

In einem Raum, zu dessen zentralen Aufgaben die Regeneration von Körper, Geist und Seele zählt, ist die Farbauswahl ein wichtiger Faktor bei der Planung. Bette stellt seinen Badobjekten aus Stahl-/Email

deshalb neben klassischem Weiß einen enormen Farbenreichtum zur Seite. Diese Mattfarben hat Bette nun mit neun neuen Farbtönen weiter ausdifferenziert und den aktuellen Farbtrends bei Fliesen, Natur-stein und Holzböden angepasst. Dafür wurden neun Farbtöne ersetzt, sodass nach wie vor insgesamt 22 Mattfarben zur Auswahl stehen: Sie sind von Weiß über verschiedene Grau-, Beige- und Brauntöne bis zu einem dunklen Anthrazit aufge-fächert und tragen nun auch „klingende“



BETTELUX SHAPE

Das neue Designkonzept
aus feinstem Stahl/Email.

Design: Tesseraux + Partner

www.bette.de

Best Western Premier Hotel Beaulac

Das Schweizer Businesshotel setzt
bei exklusiver Badgestaltung auf KEUCO.



Der unvergleichliche Charme des Best Western Premier Hotels Beaulac in der französischen Schweiz ist auf seinen berühmten Architekten Le Corbusier zurückzuführen. 1994 wurde das Hotel erweitert. Nachdem der ursprüngliche Teil bereits bis 2011 eine Renovierung erhielt, wurde nun auch der Anbau mit 45 Zimmern erneuert. Neben Suiten mit eigenem Bereich für kleinere Konferenzen und Besprechungen genießen die Gäste im Erdgeschoss auf großen Privatterrassen an ihren Zimmern den einzigartigen Blick auf den Neuenburgersee, den angrenzenden Hafen und die Alpen. Von den Räumlichkeiten der obersten Etage sieht man auf die historische Altstadt Neuchâtel.

Wohnkultur par excellence

Bei der Modernisierung des Hotels gelang es dem Innenarchitekten und Architekten Manfred Ronstedt, durch sorgfältig ausgewähltes Interieur eine angenehme Wohnkultur zu schaffen. Dabei sollte die Nützlichkeit für die Gäste nicht außer Acht gelassen werden. Die Accessoires und Armaturen von Keuco überzeugen durch die perfekte Kombination von Design und stilvollem Komfort. Glänzende Chromoberflächen unterstreichen das edle Ambiente der gehobenen Innenarchitektur des Hotels.

Zeitlose Eleganz

Das 4-Sterne-Businesshotel der Best Western Gruppe liegt direkt am Neuenburgersee (Lac de Neuchâtel), unweit des historischen Stadtzentrums Neuchâtel. In den hochwertig eingerichteten Zimmern und Suiten wurden mit natürlichen Materialien und sanften Farben die einmalige Lage und die wunderschöne Natur der Umgebung aufgegriffen. Holz und Töne wie Sand, Trüffel, Gold und Braun dominieren die Raumgestaltung. Manfred Ronstedt, von Ronstedt hotel concepts, legte bei der Auswahl der Produkte großen



Wert auf zeitlose Eleganz: „Die Accessoires und Armaturen von KEUCO gliedern sich perfekt in das Designkonzept der Hotelzimmer ein: modernes Ambiente zum Wohlfühlen.“

Sinnliche Formensprache

Die exklusiv eingerichteten Bäder sind mit großzügigen Duschen und zum Teil zusätzlich mit einer Wanne ausgestattet. Einige Zimmer bieten ein weiteres separates WC. Viel Ablagefläche am Waschtisch und sorgfältig ausgewählte Keuco-Accessoires der Collection Moll ermöglichen eine bequeme Ordnung. Die geradlinige und sinnliche Formsprache der Armaturen passt perfekt zur einladenden Einrichtung. Ein Kosmetikspiegel und große Handtuchhalter sowie ein edler Schwammkorb und Haltegriffe im Nassbereich unterstreichen die komfortable und hochwertige Note jedes Bades. Eine große Kopfbrause und die zusätzliche Handbrause lassen das Duschen zum Wellness-Erlebnis werden.

Die Accessoires und Armaturen von Keuco integrieren sich perfekt in das edle Ambiente des Bades.



Hotel Lifestyles A Complete Guest Experience

In einem perfekten Bad muss alles stimmig sein. Das Design, die Hygiene, die richtigen Facilities, genügend Stauraum und noch viel mehr. Funktionalität und Schönheit in der Form sind angesagt.

Aliseo kombiniert in diesem Segment trefflich Moderne mit Tradition, versteht



es, unterschiedliche Materialien zu einer Einheit von klarem Design und optimaler Funktion zu verschmelzen.

Aliseo's Produktpalette mit seinem zeitlosen klassischen Design, gepaart mit Liebe zum Detail, ist ausgerichtet auf die Bedürfnisse einer „globalen Klientel“. Sie wurde entwickelt, die gestiegenen Ansprüche des Hoteliers zu befriedigen und die Erwartungen seiner Gäste zu übertreffen.

Aliseo bietet technische Innovation und stilistische Lösungen. Aufgrund ihrer geometrischen Vielfalt, ihrer Ästhetik, wird der Raum zum Ausdruck des persönlichen Designempfindens des Gastgebers.



Aliseo's Generalvertretung in Österreich: HORN Vertrieb Österreich, info@horn-vertrieb.at, www.horn-vertrieb.at

TiAmo a Milano

Der österreichische Badmöbelhersteller Conform präsentierte erfolgreich sein neues Badmöbelprogramm TiAmo im Rahmen der größten Designmesse der Welt, dem Salone Internazionale del Mobile in Mailand.

„Back Ahead – New Austrian Design Perspectives“: Unter diesem Titel fand die diesjährige Ausstellung zeitgenössischen österreichischen Designs im Rahmen der Mailänder Möbelmesse vom 12. bis 17. April statt. Im Rahmen dieser vielbeachteten Leistungsschau der heimischen Kreativwirtschaft gelang es Conform Badmöbel einmal mehr, abseits vom Mainstream neue Trends zu setzen und mit wegweisenden Innovationen am Puls der Zeit zu sein. Das neue Badmöbelprogramm TiAmo überzeugte das internationale Publikum auf ganzer Länge.

TiAmo

Die Protagonisten der neuen Designlinie sind die Eleganz von Glas, die Klarheit der Form, die Wärme der Oberflächenmaterialien und sanft schimmerndes Licht. Das Möbelement des Waschplatzes mit den flächenbetonten, grifflosen Fronten mutet monolithisch an. Die durch eine effektvolle LED-Lichteiste akzentuierte Griffuge dominiert das Fugenbild mit einer Betonung der Horizontalen als typisches Stilmerkmal. Diese wirft ein sehr interessantes, beinahe mystisches Strahlen in den Badraum und beleuchtet die geöffnete untere Lade. Ein zweites LED-Lichtband ist unsichtbar im Traver des oberen Schubkastens angebracht und wird beim Öffnen aktiviert. Diese neuartige Inszenierung von offenen und geschlossenen Funktionsbereichen zeigt jene Liebe zum Detail, die Designprinzip für alle Möbel der Serie TiAmo ist. Die der Form folgenden Waschtische in sehr leichter, filigraner Anmutung, gefertigt entweder in innovativem Mineralguss, Mineralwerkstoff oder Glas (wahlweise in matter oder glänzender Optik), jeweils nur 12 mm stark und mit reduzierter Tiefe von nur 50 cm, ergänzen die Unterschränke zu eleganten Waschplätzen und Aufbewahrungsorten mit großzügig dimensioniertem Stauraum und funktionalen Ablageflächen.

Boutiqueschränke

Stilprägend für die neue Badmöbel-Kollektion sind die optisch schwebenden Schränke in Vitrinenoptik. Die flächenbündige Eckverglasung mit dem Waschplatz zugewandter Grifföffnung moduliert die vertikale Silhouette, sodass die nur 32,5 cm tiefen Hoch- und Halbhochschränke schlanker, aufrechter und filigraner wirken, ohne ihren Charakter einzubüßen. Dabei betonen die geschärften Konturen die symmetrische und klare Formensprache von TiAmo. Alle Möbelemente gibt es in den drei ausdrucksstarken Holzoberflächen Toreno Eiche, Havanna und Cohiba, in Weiß und Anthrazit Hochglanz sowie mit den neuen, sehr modern und luftig leicht anmutenden Oberflächen Summergrey und Pino Lido.

www.conformbad.at



Sylvia Schwingenschuh-Trenker und Herbert Schwingenschuh mit dem Badmöbel Ti Amo auf der Österreichischen Designausstellung in der Villa Necchi Campiglio in Mailand.



TiAmo in Pino Lido mit Doppelwaschtischplatte in Glas.



TiAmo in Havanna mit Waschtischplatte in Glas.



Modernisierung im Hotel

Die emaillierten Duschflächen des Premium-Herstellers Kaldewei überzeugen mit einem Maximum an Wirtschaftlichkeit und Langlebigkeit.



Vorrangiges Ziel von Hoteliers ist es, ihre Gäste zufriedenzustellen. Mit einem attraktiven Leistungspaket, individuellem Service sowie mit einer entsprechenden Ausstattung sollen die Erwartungen und Bedürfnisse der zahlenden Gäste erfüllt werden, damit sich diese rundum wohlfühlen. Hoteliers und Investoren sind aber auch Unternehmer, die ökonomisch planen müssen, damit sich ihr Haus betriebswirtschaftlich rentiert.

Design gepaart mit Qualität

Die Anzahl der Übernachtungen ist abhängig von der Qualität und der Attraktivität des Hotels. Ansprechende Gästebäder sind das Aushängeschild eines jeden Betriebes. Schließlich wünschen sich die Gäste ein ästhetisches Interieur, das gleichzeitig komfortabel und sauber ist – ganz ohne Gebrauchsspuren. „Das Bad ist eines der Top-Kriterien bei der Hotelauswahl und sollte viele Jahre halten. Von unseren Geschäftspartnern aus der Hotellerie

wissen wir, dass das Badezimmer durch die vielen Gäste und deren ständigem Wechsel stark beansprucht wird“, erklärt Roberto Martinez, Senior Vice President International Sales & Project Management bei Kaldewei, und ergänzt: „Daher ist gerade der Einsatz von hochwertigen Qualitätsprodukten sehr wichtig, damit das Bad auch auf lange Sicht nicht nur optisch schön ist, sondern mögliche Schäden mit hohen Folgekosten vermieden werden.“

Haltbarkeit und Langlebigkeit

Im Duschbereich sollten Betreiber daher auf hochwertige und langlebige Materialien setzen. Mit bodenebenen Duschflächen aus Stahl-Email bietet der erfahrene Markenhersteller Kaldewei passgenaue Produktlösungen, welche die hohen Ansprüche von Gästen, Hotelmanagement und Housekeeping gleichermaßen erfüllen – selbst bei intensiver Beanspruchung durch Nutzer und Personal.

Schnelle und einfache Reinigung

Im Durchschnitt beträgt die Reinigungszeit für ein Zimmer circa 30 Minuten – davon beansprucht das Bad etwa ein Drittel. Dieses zu reinigen ist somit ein nicht unerheblicher wirtschaftlicher Faktor. Durch ihren geringen Reinigungsaufwand tragen emaillierte Duschflächen aus Kaldewei Stahl-Email zur langfristigen Kostenoptimierung im Hotelbetrieb bei. Schließlich ermöglicht die porenfreie Oberfläche eine besonders schnelle und leichte Reinigung ohne aggressive Putzmittel und schont so die finanziellen Ressourcen des Hotels.

Emaillierte Duschflächen

Der Premium-Hersteller stellt seit vielen Jahren seine Kompetenz als Partner der nationalen und internationalen Hotellerie unter Beweis. Besonders emaillierte Duschflächen verbinden auf einzigartige Weise Wirtschaftlichkeit, Ästhetik sowie Funktionalität und werden zudem dem Trend nach einer bodenebenen Duschplatzgestaltung gerecht. Basis ist das seit Jahrzehnten bewährte Kaldewei Stahl-Email, ein Material, das sich perfekt für die Ausstattung von Hotelbädern eignet. Auf der glasharten Oberfläche entstehen selbst bei häufiger Nutzung und Reinigung nicht einmal kleinste Kratzer und weder Schmutz noch Bakterien können sich festsetzen. Mit dem Qualitätsversprechen „30 Jahre Garantie“ unterstreicht der Hersteller die lange Haltbarkeit und sorgt für besonders lange Renovierungszyklen von zwölf Jahren oder mehr.

Bodenebenes Duschen

Mit zehn Produktserien, 57 verschiedenen Abmessungen und weit über 50.000 Varianten ist Kaldewei der ideale Partner für bodenebenes Duschen. Für emaillierte Duschflächen aus Kaldewei Stahl-Email spricht nicht nur ihre Vielseitigkeit. Gerade gegenüber Duschrinnen und Fliesen zeichnen sie sich durch eine besonders flache Installation aus. Mit einer neuen Ablaufgaritur ermöglicht Kaldewei nun den extrem flachen Einbau emaillierter Duschflächen, denn dank der „KA 90 ultraflach“ lassen sich Aufbauhöhen von nur 61 Millimetern verwirklichen – ein echtes Plus gerade bei der Modernisierung.



Sicherheit für alle

Ein zusätzlicher Vorteil der emaillierten Duschflächen: Passgenau aufeinander abgestimmte Montagesysteme sorgen für einfache Installation und schützen vor Durchfeuchtungsschäden. Auch für die Gäste gewähren bodenebene Kaldewei Duschen ein Höchstmaß an Sicherheit. Schließlich sind sie absolut schwellenlos einsetzbar und daher bequem sowie ohne Stolperkante zu betreten. Auf Wunsch können sie mit rutschhemmenden Oberflächenveredelungen ausgestattet werden.

www.kaldewei.com





Der Wow-Effekt im Gästebad

Das Gästebad ist die Visitenkarte des Hauses. Sanitärprodukte von TOTO bieten darin ein Höchstmaß an Hygiene, Komfort und ansprechendem Design.

Ein guter Gastgeber möchte, dass seine Gäste sich wohlfühlen und von seinem Interieur begeistert sind. Das Gäste-WC ist daher ein wichtiger Bestandteil einer gelungenen Einladung und die Visitenkarte des Hauses.

Wer zum ersten Mal ein TOTO Dusch-WC benutzt, ist vom Komfort und der „Intelligenz“ eines WASHLETs überrascht: Die Gäste genießen, dass sich der sensorgesteuerte Deckel im richtigen Moment selbsttätig öffnet und der Sitz auf eine angenehme Temperatur vorgeheizt ist. Angenehm ist auch die Intimreinigung, die mit warmem Wasser aus einer Stabdüse erfolgt und sich über eine Fernbedienung individuell einstellen lässt. Gleich darauf kommt der Warmluft-Trockner zum Einsatz.

Hygiene im Gästebad

Gerade beim Besuch eines Badezimmers außerhalb der eigenen vier Wände kommt es auf eine ansprechende und hygienische Sanitärausstattung an. Dank wegweisender Technologien erfüllen die WASHLETs von TOTO nicht nur den Anspruch der Gäste an maximale Sauberkeit, sondern halten darüber hinaus höchsten Hygieneanforderungen stand. Keime und Bakterien können aufgrund der extrem glatten Spezialglasur, der kraftvollen Spülung Tornado Flush und des randlosen Designs der WC-Keramik nicht anhaften.

Emotionen wecken

Licht weckt Emotionen und schafft eine besondere Atmosphäre. Das ist wichtig, wenn das Gästebad einen guten Eindruck hinterlassen soll: Eine Wohlfühl-Lichtstimmung empfängt und begleitet den Gast beim Händewaschen: Der Aufsatzwaschtisch Luminist schimmert dank der integrierten LED-Beleuchtung wie die Corona einer Sonnenfinsternis.

Berührungslose Armaturen

Wenn das Wasser automatisch fließt und sich der Deckel des WASHLETs selbsttätig öffnet, wird das von Nutzern als angenehm und hygienisch empfunden: TOTO hat daher sensorgesteuerte Technologien entwickelt, die berührungslos funktionieren und bei verschiedenen Sanitärprodukten zum Einsatz kommen: Der Deckel hebt und schließt sich automatisch, ebenso wird die Spülung aktiviert. Auch die Armaturen funktionieren berührungslos: Sensorgesteuerte Automatikarmaturen lassen das Wasser in der exakt benötigten Menge fließen. Sie sind daher nicht nur bequem und hygienisch für den Nutzer, sondern reduzieren auch den Wasserverbrauch. Ein leistungsstarker, elektrischer Händetrockner schaltet sich ohne jede Berührung selbstständig ein und aus – und entlässt den Gast rundum erfrischt aus dem Bad. 





50 Jahre interbad

Anlässlich der 50. interbad in Stuttgart, die vom 27. bis 30. September 2016 stattfindet, sieht die deutsche und internationale Bäderbranche optimistisch in die Zukunft.

Die Aussteller schätzen die hervorragende, kompakte Struktur der Messe, die nicht nur Verkaufsschau, sondern auch Ideenmarktplatz ist. Zahlreiche namhafte Unternehmen sind daher seit vielen Jahren regelmäßig präsent.

„Für die Präsentation unserer Outdoor-Whirlpools ist die interbad die bedeutendste Messe im deutschsprachigen Raum“,

Katrin May, Global PR Manager Bath and Wellness bei Villeroy & Boch

Die interbad ist „eine Bühne“, auf der man Neuheiten ausgezeichnet testen könne, „eine Plattform, um bestehende Kontakte zu pflegen und neue Kontakte zu knüpfen“, so die PR-Managerin Katrin May. Ein fester Programmpunkt ist mittlerweile auch die Spa Market Conference, die Vorträge und Workshops zu Design, Wirtschaftlichkeit und Marketing für Wellness-Anlagen bietet. In den Expertenvorträgen des Forums „creating atmospheres“ geht es um Themen wie Energieeinsparung oder Betreiberkonzepte. Messe-Geschäftsführer Ulrich Kromer von Baerle erwartet auf der kommenden interbad Hoteliers, private Bauherren und Investoren: „Das Geld ist da, es gibt beim derzeit niedrigen Zinsniveau nur wenige lukrative Anlageformen. Auf der interbad bieten wir umfassendes Know-how aus allen Bereichen, Inspiration sowie die passenden Produkte und Dienstleistungen. Wir sind daher zuversichtlich, die interbad 2016 wieder zu einem Highlight im Messekalender zu machen.“



interbad



27. – 30. September 2016 / Messe Stuttgart

inspiring elements



50
Jahre

interbad

Visionen für Wasserwelten

Lassen Sie sich inspirieren!

Ob Planer, Badbetreiber oder Hotelier – erleben Sie mit allen Sinnen die neuesten Bäder-, Sauna-, Pool- und Spa-Trends für Ihre Zielgruppen. Wir sehen uns auf der interbad!

www.interbad.de



Kettler

Ab nach draußen!

Vom 4. bis 6. September zeigt die spoga+gafa in Köln wieder die Outdoor-Trends der diesjährigen und nächsten Saison. Denn die international führende Gartenmesse bildet bereits den Auftakt für die Gartensaison 2017.

Auf der spoga+gafa erwarten die Besucher wieder etwa 2.000 Anbieter aus gut 60 Ländern, die in Köln ihr umfassendes Angebotsspektrum präsentieren. Auf rund 225.000 Quadratmetern Ausstellungsfläche wird ein spannender Rundumblick über die Entwicklungen und Trends in der Garten- und Freizeitbranche geboten.

Die größte Fläche nimmt dabei der Bereich „garden living“ ein, der sich über mehrere Hallen erstreckt und ca. 700 Hersteller von Gartenmöbeln und Dekorationsartikeln umfasst. Zusätzlich finden die Fachbesucher auch Artikel rund um Gartenausstattung,

Camping und Sport. In Halle 10.2. sind unter dem Titel „garden unique“ auch diesmal wieder die Premium-Hersteller sowie – und das ist in diesem Jahr neu – die Top-Marken der Branche vertreten. Durch die Hinzunahme zusätzlicher bekannter Marken wird die Attraktivität des Aussteller-Angebots nochmal gesteigert.

Die Hallen 5.1 und 6 sind dem Thema „garden creation & care“ zugeordnet, zusätzlich werden hier Maschinen und Zubehör (wie Mähroboter oder Gartengeräte) sowie Innovationen in den Bereichen Wasser und Licht präsentiert.



Foto: Koelmese

Jan Kurtz Glatz



Schaffner

Modern Country

Bei den Outdoor-Möbeln zeigt sich ein Comeback bekannter Klassiker: Einerseits werden erfolgreiche Design-Ikonen frisch interpretiert und neu aufgelegt, andererseits entdecken die Hersteller die traditionellen Gartenmöbel-Formen wieder für sich – beispielsweise den klappbaren Strandstuhl, der jetzt in eleganter Version die Freiluft-Bühne betritt.

Die Sehnsucht nach idyllischem Landleben weckt der „Modern Country“-Trend: Die Verbindung von Tradition und Moderne sowie von Natur und Kunst vereint sich dabei zu einem harmonischen Ganzen und schafft eine heimelig-gemütliche Atmosphäre. Im Blickpunkt stehen vor allem Geflecht und Teak – gerne auch miteinander kombiniert. Beide Materialien wurden von ihrer Schwere befreit, sodass die Formensprache der Möbel nun deutlich reduzierter und filigraner ist. Sanfte natürliche Töne strahlen Ruhe aus und die passenden Dekorationen ziehen mit süßen Details wie Schleifen die Blicke auf sich.

Die Trendfarbe der Saison heißt „Taupe“. Die warme Naturfarbe ist zeitlos sowie unaufdringlich und fügt sich wunderbar in das Grün der Natur ein. Gleichzeitig lässt sich der Ton bestens mit kräftigen Kissen-Farben sowie poppigen Deko-Elementen kombinieren und ist somit alles andere als eintönig. Perfekt harmonisiert Taupe auch mit Metall, etwa mit in Gold, Silber oder Kupfer glänzenden Accessoires.

Ran an den Grill

Die Halle 7 ist auch diesmal wieder ganz dem „garden bbq“ gewidmet, hier dreht sich bei den fast 200 Ausstellern alles ums Grillen. Schließlich wird die Küche – auch in der Gastronomie – zunehmend nach außen verlagert. Unter freiem Himmel wird gegrillt, gesmoked, geröstet, gegart und sogar gebacken. Stark im Kommen sind deshalb Multifunktions-Grills mit ausgefeilter Technologie, die alle Zubereitungsmöglichkeiten in einem Gerät vereinen. Darüber hinaus befeuern die Hersteller die Kreativität am heißen Rost mit neuem Zubehör. Der letzte Schrei sind Waffel- und Sandwich-Einsätze für den Grill, aber auch spezielles Geschirr, das beim BBQ für die stilgerechte Speisenpräsentation sorgt.



Landgard

garden **unique**
outdoor living in style

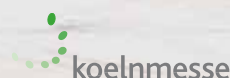
www.gardenunique.de

come and grow

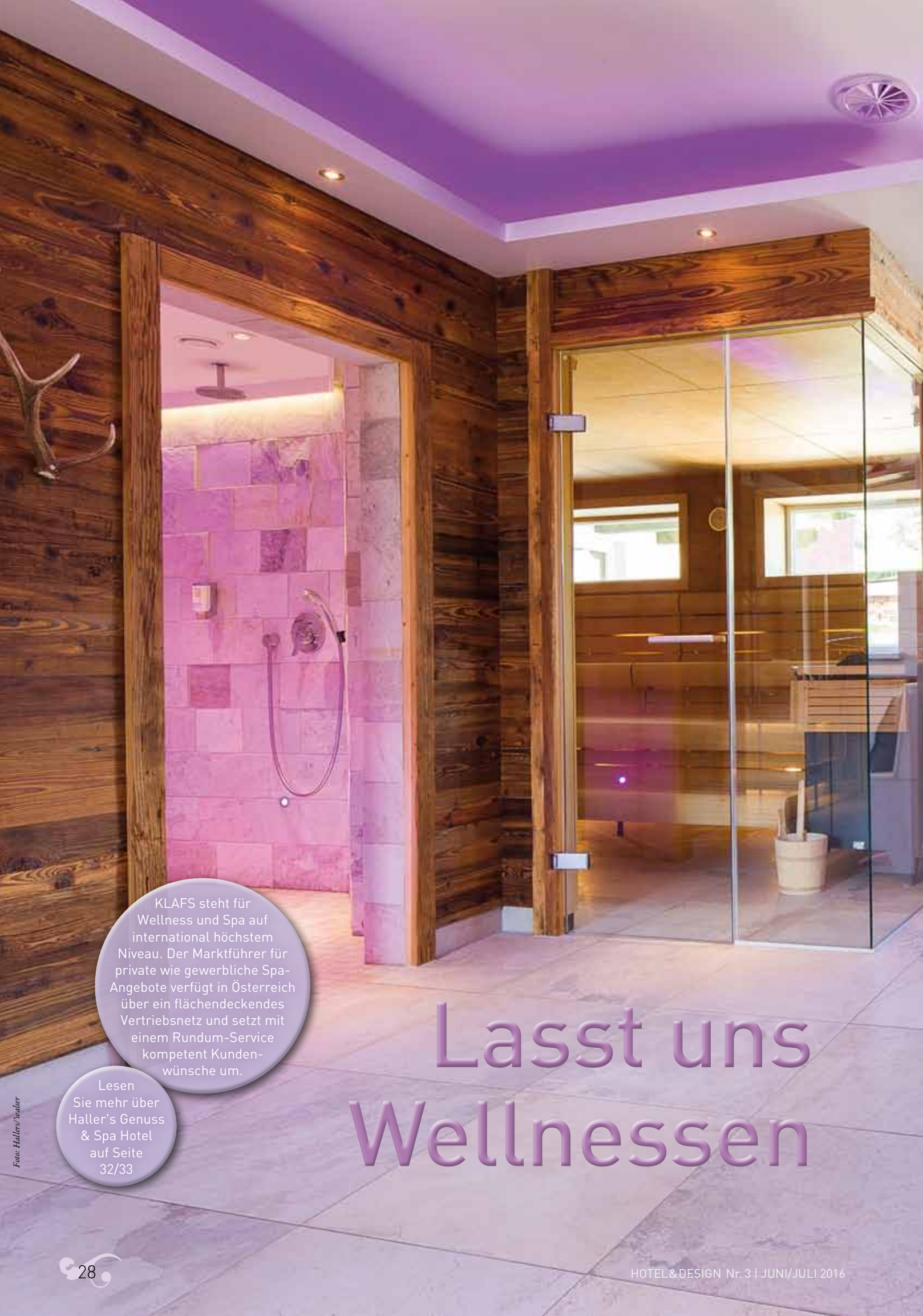
spoga+gafa 04.09.–06.09.2016

Mehr Style, mehr Marken, mehr Design: garden unique

Erleben Sie Outdoor Living von seiner besten Seite. Bei garden unique finden Architekten, Einrichter, Planer und Design-Enthusiasten inspirierende Trends und hochwertige Produkte für das stilvolle Leben im Grünen. So sieht die Zukunft des Gartens aus!



Koelnmesse Österreich
Telefon (01) 320 50 37
E-Mail office@gesell.com



KLAFS steht für Wellness und Spa auf international höchstem Niveau. Der Marktführer für private wie gewerbliche Spa-Angebote verfügt in Österreich über ein flächendeckendes Vertriebsnetz und setzt mit einem Rundum-Service kompetent Kundenwünsche um.

Lesen Sie mehr über Haller's Genuss & Spa Hotel auf Seite 32/33

Lasst uns Wellnessen



Der Begriff Wellness – „Wohlbefinden“ und „Wohlfühlen“ – steht nach modernem Verständnis für ein ganzheitliches Gesundheitskonzept. Auf den nächsten Seiten stellen wir Ihnen zwei gelungene Interpretationen von Spa- und Badelandschaften vor.



Vom Schwefelbad zum Spa

Seit mehr als 400 Jahren wird im schweizerischen Wilerbad gebadet. Das ehemalige Schwefelbad entwickelte sich zu einem modernen Hotel mit einem einzigartigen Spa- und Wellnessangebot direkt am Sarnersee. Berndorf Bäderbau durfte bei dieser Neukonzeption einiges dazu beitragen.

Fotos: Berndorf Bäderbau, www.berndorf-baederbau.com

Die erste urkundliche Erwähnung des Schwefelbades zu Wilen erfolgte bereits 1605. Es folgte eine wechselvolle Geschichte mit Höhen und Tiefen, bis 1927 Moritz Rogger das Kurhaus übernahm, von Grund auf erneuerte und schrittweise zu einem Hotelbetrieb ausbaute. Im Hinblick auf eine nötige Totalerneuerung übernahm 1987 die Zuger Firma Peikert das Wilerbad und entwickelte ein Konzept für eine neuzeitliche, auf Seminare ausgerichtete Hotelanlage. Die Eröffnung des heutigen Seehotels Wilerbad wurde im Frühjahr 1995 gefeiert und seit 1996 ist das Wilerbad im Privatbesitz der Familie Rainer Peikert. Mit Tochter Simona Segantini-Peikert engagiert sich bereits die nächste Generation für eine erfolgreiche Zukunft dieses traditionsreichen Hotelbetriebes und geschichtsträchtigen Bades.

Modernes Spa statt Schwefelquelle

Seit Frühling 2013 wird im Wilerbad wieder gebadet, entspannt und frische Kräfte getankt. Das attraktive Spa knüpft damit an die Geschichte des Ortes an, öffnet aber eine völlig andere Welt der Belebung und Entspannung. In einer natürlichen, lichtdurchfluteten Architektur mit wunderbaren Durch- und Ausblicken entdecken Hotelgäste und Day-Spa-Besucher ein Wellness- und Fitnessangebot für alle fünf Sinne, welches östliche und westliche Traditionen aufs Schönste vereint.

Fyf Farbä

Seit Jahrhunderten beschäftigen sich Philosophen, Wissenschaftler und Künstler mit Farbtheorien. Im Wilerbad findet der Gast in den Hotel-Etagen die vier Jahreszeiten mit ihren

Farbstimmungen. Eine Auswahl von Edelsteinen in den Seminarräumen und im Thai-Restaurant reflektiert das einfallende Licht farbig. Diese Mischung ergibt eine einzigartige und in sich verändernde Farbstimmung. Die Reaktionen der Gäste auf diese Farbwelten haben zu einer kleinen Palette von fünf „Grundfarben“ – Fyf Farbä – geführt, welche heute Erscheinungsbild und Angebote beleben. Als Gast kann man einfach in die Farbwelten des Wilerbades eintauchen: Man wohnt in einem Zimmer in einer der Farben der vier Jahreszeiten, geniesst ein buntes Farbbuffet und lässt den Abend in der rot gestimmten Wilerbar verheißungsvoll ausklingen. Wie es sich gehört, werden im Hotel neben traditionellen Schweizer Spezialitäten raffinierte Gerichte aus der Fischküche angeboten. Das beliebte Thai-Restaurant ist eines der authentischsten der Region.

Die Architektur des Wilerbad Spa verbindet Ost und West in gekonntem Mix. In der großzügigen Harmonie von Saunas, Bädern, Ruhezonen und Lounges lässt sich der Alltag vergessen.

Österreichische Bäderprofis

Verschiedene Saunen, ein Solebad mit Unterwassermusik, eine Himalayasalz-Sauna und noch viel mehr tragen zur Entspannung pur effektiv und nachhaltig bei. Die österreichischen Bäderprofis von Berndorf Bäderbau wurden mit der Konzeption und Errichtung eines Schwimmbeckens aus Edelstahl Rostfrei mit dem Werkstoff Edelstahl Rostfrei, 1.4401 betraut. In kürzester Zeit montiert, ist das Schwimmbecken mit einer Rohsprudelliege, mit einer Schwalldusche, einer Nackendusche und LED-Unterwasserscheinwerfern ausgestattet und lässt an Komfort, Praktikabilität und Qualität keine Wünsche mehr offen.



Seehotel Wilerbad, Schweiz

Schwimmbecken aus Edelstahl, Fertigstellung 2012

Länge 9,20 m, Breite 4,40 m

Wassertiefe 1,19 – 1,31 m, Wasserfläche 45,20 m²

Rohrsprudelliege, Schwalldusche, Nackendusche

LED-Unterwasserscheinwerfer

ganzjährig beheizt, im Winter 34°C

www.berndorf-baederbau.com





Wellbeing auf höchstem Niveau



Im Herzen des idyllischen Kleinwalsertals thront auf einem sonnenverwöhnten Logenplatz das Haller's Genuss- und Spa-Hotel. Der Familienbetrieb setzt immer wieder ganz besondere „Zeichen“ in Sachen Wohlfühlerlebnis. Das demonstrieren augenscheinlich immer wieder die gelungenen Um- und Neubauten. Und als professionellen Partner in den Belangen rund um das Thema „Wellness“ setzen die Hallers auf Sauna-Profi Klafs.



Das Refugium für Genießer bietet mit seinen 55 Zimmern, seiner großzügigen Saunalandschaft, einem Erlebnis-Hallenbad mit rund 100 m² Wasserfläche und einem stilvollen Restaurant mit Köstlichkeiten der Region ein breitgefächertes Angebot an Wellness- und Wohlfühlmöglichkeiten. Vor etwas mehr als drei Jahren wurde die Wellness-Landschaft erstmals professionell erweitert. Dem nicht genug, wurde in den letzten drei Monaten eifrig am weiteren Ausbau der Wellness-Oase gearbeitet. Besonders stolz ist Geschäftsführer Hermann Haller auf die 1.200 m² große, erst vor drei Jahren geschaffene Wellnesslandschaft: „Unsere Saunalandschaft ist in ihrer Größe einzigartig. Dabei sollte sich unsere Regionalität und Ursprünglichkeit der Alpen als ‚roter Faden‘ sowohl im Außenbereich als auch im Inneren der Anlage widerspiegeln“.

Doch nicht nur die hochwertigen Baumaterialien wie etwa das 500 Jahre alte Stadelholz und die traumhafte Berg- und Naturkulisse, sondern vor allem auch die Herzlichkeit und Gastlichkeit des Hauses machen den Aufenthalt zu einem sinnlichen Erlebnis. Knapp 45 Mitarbeiter sind ständig um das Wohl der Gäste bemüht. „Unsere Mitarbeiter sind authentisch, sie stellen das Seelenheil der Gäste in den Mittelpunkt – und das merkt der Gast auch“, so der Hotelier. „Ehrlichkeit, Transparenz und Genuss – dafür stehen wir“, berichtet Hermann Haller stolz.

Wohlfühlambiente

Das Wohlbefinden der Gäste spielt natürlich gerade im ausgedehnten Wellness- und Spa-Bereich eine zentrale Rolle. Wichtig war der Familie Haller, dass das Design zeitlos, aber dennoch modern ist: „Wir wollten keinem Trend folgen, sondern etwas Zeitloses und Einzigartiges schaffen!“ Dafür braucht man natürlich auch einen kompetenten und verlässlichen Partner. „Deshalb haben wir bei der Modernisierung auch wieder auf Klafs vertraut. Zusammen mit dem Marktführer haben wir einen wichtigen Meilenstein in der Entwicklung unseres Hauses gesetzt.“ Die gelungene Komposition kommt beispielsweise bei der Wilderer-

sauna zum Ausdruck: Jeden Tag wird ein frischer aromatischer Sud aus heimischen Kräutern hergestellt, der in der Sauna dann sein unverwechselbares Aroma entfaltet. Zudem sorgt der eingebaute Majus Ofen für ein angenehmes Klima und eine gleichmäßige Wärme. Auch das Soledampfbad mit Glasfront und beleuchtetem Panoramabild lädt mit seiner lichtdurchfluteten und freundlichen Atmosphäre zum entspannten Schwitzen ein.

Noch mehr zum Genießen ...

Und bei der neuerlichen Erweiterung der Wellness-Anlage, die bis Juli fertiggestellt wird, wurden die neue Profi Infrarotkabine sowie zwei Sway-Pendelliegen und zwei Sonnenwiesen installiert. Die Infrarotkabine wird mit einer von Physiotherm für Klafs entwickelten Infrarotstrahler-Technologie ausgestattet. Entscheidende Leitmotive waren zum einen die Zuverlässigkeit des Infrarotsystems und die hohe Benutzerfreundlichkeit durch eine vollautomatische Regelung der Infrarotwärme mit integrierter Personenerkennung. Zum anderen sollte auch in der Infrarotkabine der gewohnt hohe Design- und Qualitätsanspruch des Marktführers für Sauna und Spa zum Ausdruck kommen.

Auf der Sonnenwiese genießt der Sonnenbadende schonende, durchdringende Wärme wie in freier Natur und tut seinem gesamten Organismus Gutes. Wissenschaftliche Studien bestätigen die enormen gesundheitlichen Vorteile der wohldosierten ultravioletten Strahlen für Körper und Psyche. Diese biopositive Strahlung kann man übrigens auch leicht bekleidet, beispielsweise im Bademantel, erleben. Die SWAY ist eine weitere innovative Idee von Klafs. Eine pendelnde Entspannungsliege, die in kürzester Zeit Tiefenentspannung und Revitalisierung ermöglicht. Auf Grundlage wissenschaftlich erprobter Techniken hilft SWAY, Erschöpfungszustände durch Kurzschlafphasen zu kompensieren und führt damit zurück zur Harmonie von Körper und Geist.

Mit dieser gelungenen Weiterführung rund um das Thema „Wellness“ demonstriert sowohl das Hotel als auch Klafs Kompetenz zu einem rundum gelungenen Wohlfühlerlebnis.



Premium für Wien

Das NH Collection Wien Zentrum bringt die Premiummarke der Hotelgruppe nach Österreich. Am 1. April eröffnete in Wien das jüngste Mitglied der NH Collection Familie, die nun 58 Hotels in den Top-Metropolen Europas und Lateinamerikas umfasst.

Fotos: NH Hotel Group

Das frisch renovierte NH Collection Wien Zentrum, vormals NH Wien Atterseehaus Suites, liegt zentral an der Mariahilfer Straße und überzeugt wie alle NH Collection Hotels durch höchsten Komfort, exklusive Produkte und Services mit viel Liebe zum Detail und eine persönliche Gästebetreuung, die keine Wünsche offen lässt. Hoteldirektor Christian Rothbauer erklärte stolz, welche Annehmlichkeiten die Premiummarke der

NH Hotel Group für Geschäfts- und Freizeitreisende bereithält: „In den NH Collection Hotels überraschen wir unsere Gäste mit exklusiver Zimmerausstattung, edlen Pflegeprodukten und einem Nespresso Kaffeeautomaten auf jedem Zimmer. Zu unserem preisgekrönten Service gehören auch kostenfreies High-Speed-Internet, erweiterte Frühstückszeiten und Late Check-out täglich bis 15 Uhr. Gemäß unserem Motto „feel the extraordinary“ steht



NH Collection für ein außergewöhnliches Hotelerlebnis, mit dem wir unsere Gäste begeistern möchten!“ Die 73 hellen Zimmer des neu gestalteten Hotels sind u. a. mit Regenduschen und den „NH Sleep Better“-Betten ausgestattet.

Ein Ort zum Entspannen

„Schlafen wie auf Wolken“, so lautet das Motto des neuen Hauses. Die „NH Sleep Better“ Betten mit extra hohen Matratzen und einer Kissenwahl sollen daher für einen erholsamen Schlaf sorgen. Die wohltuende Regendusche, der professionelle Haartrockner und der Make-Up- und Rasierspiegel machen aus dem Badezimmer eine ganz eigene Wellness-Oase. In den Zimmern findet der Gast neben einer Nespresso-Maschine einen Wasserkocher sowie Snacks und Erfrischungsgetränke als kleine Stärkung für zwischendurch. Ein 40-Zoll-HD Flachbildfernseher sowie ein Lese- und Relaxsessel runden das Wohlfühlerlebnis ab.

Die NH Hotel Group (www.nh-hotels.de) ist die fünftgrößte Business-Hotelgruppe in Europa und betreibt zurzeit über 380 Hotels mit fast 60.000 Zimmern in 29 Ländern in Europa, Amerika und Afrika – und das in den Top-Destinationen wie Berlin, Madrid, Amsterdam, Brüssel, London, Buenos Aires, Rom, Wien, Bogota, Mexico City, Barcelona, Frankfurt und New York.

- 73 Zimmer:
26 Superior-Zimmer, 28 Superior-XL-Zimmer,
9 Appartements, 10 Familien-Zimmer
- Highspeed-Internetverbindung (kostenfrei)
- Lokale Tageszeitung (kostenfrei)
- Bügelservice (ein Teil je Aufenthalt kostenfrei)
- Frühaufsteher- und Langschläferfrühstück
- Parkmöglichkeiten im Haus
- Allergikerfreundliche Bettwäsche

Weitere Informationen zum Hotel und der Premiummarke NH Collection finden Sie unter www.nh-collection.de.



Der Grundstein für die Architektur der Zukunft.

Building Automation von Beckhoff.



Skalierbare Steuerungstechnik

Das modulare Steuerungssystem von Beckhoff bietet Lösungen vom leistungsstarken Industrie-PC oder Embedded-PC als Gebäude-leitnehmer bis zum dezentralen Ethernet-Controller.

Der Automatisierungsbaukasten

Das Beckhoff-Busklemmensystem für die Anbindung der Datenpunkte unterstützt mit 400 verschiedenen I/O-Klemmen alle gängigen Sensoren und Aktoren.

www.beckhoff.at/building

Mit PC- und Ethernet-basierter Steuerungstechnik von Beckhoff lassen sich alle Gebäudefunktionen softwarebasiert realisieren. Das durchgängige Automatisierungskonzept mit Hard- und Softwarebausteinen für alle Gewerke bietet maximale Flexibilität bei geringen Engineeringkosten. Die Automatisierungssoftware TwinCAT beinhaltet alle wesentlichen Gebäudefunktionen sowie eine standardisierte Systemintegration über Ethernet, BACnet/IP, OPC UA oder Modbus TCP. Der Beckhoff Baukasten erfüllt eine Gebäudeautomation nach Energieeffizienzklasse A.

IPC

I/O

Automation





Echtheit als roter Faden

Hotelkonzepte gibt es viele. Jedes davon hat seine Berechtigung, so es auch vom Gast erkennbar ist, denn nur dann fühlt er sich auch wohl. Im Biohotel Rupertus der Familie Herzog werden die Begriffe „Bio“ und „Echtheit“ mit besonderer Leidenschaft gelebt. Auch beim Thema „Design“ werden keine Kompromisse eingegangen. Prader Interior kreierte mit Innenarchitekt Christian Stranger das passende Umfeld.



„Grün urlauben“, so lautet das Motto von Familie Herzog. Ihr Hotel, das Biohotel Rupertus in Leogang, bietet deshalb aus innerer Überzeugung der Eigentümer reinen Genuss im Einklang mit der Natur an. Für viele Gäste ist das Vorzeigehaus mittlerweile zur Lieblingsadresse für einen nachhaltigen Urlaub geworden. „Wir wollen unseren Gästen nicht einfach einen schön klingenden Marketing-Slogan anbieten, sondern wir und unser Team versuchen, jeden Tag die Themen ‚Bio‘ und ‚Echtheit‘ mit Leben zu erfüllen“, so Gastgeberin und Hotelchefin Nadja Blumenkamp. Das Haus ist seit 2015 auch Mitglied bei den Biohotels, als eines von nur vier im Salzburger Land. Der Biogedanke zieht sich demgemäß wie ein roter Faden durch das gesamte Haus.

Bio wohin das Auge blickt

Bereits das Frühstück besteht aus 100 % EU-zertifizierten Bioprodukten. Die 49 Bio- und Naturzimmer – viele davon wurden in Holzriegel-Bauweise errichtet und sind mit Möbeln aus Zirbenholz, Villgrater-Natur-Schafwollbetten und Wollstoffen ausgestattet – vermitteln wohligen Charme. Alle Sinne werden im „ErholPOL“, der Bio-Garten-Wellnesslandschaft auf drei Ebenen, aktiviert. In diesem Kraft- und Ruheplatz voller Licht und Wärme kommen die Naturkosmetiklinie Mariás und die im Haus angesetzten Öle nach der traditionellen europäischen Heilkunde zur Anwendung. Das Österreichische Umweltzeichen, das Europäische Ecolabel und der Blaue Engel für umweltschonende Produkte und



Dienstleistungen unterstreichen das konsequent gelebte Öko-Bewusstsein. Das Haus wird zu 100 Prozent mit zertifiziertem Ökostrom aus Biomasse versorgt und ist komplett auf Energiesparlampen umgestiegen und am Dach befindet sich nach dem jüngsten Umbau eine Photovoltaikanlage.

Wellness auf Bio-Niveau

Der Bio-Gedanke setzt sich auch im Spa-Bereich fort. Ist es das würzig-duftende Almheubett, das Kräuterdampfbad mit hausgemachten Kräutersalzen, der 25 Meter lange Bio-Schwimmteich, der Beeren-Naschgarten, der leise plätschernde Kneippbach oder das Blumenmeer im Biogarten? Die Lieblingsplätze im Hotel sind so vielfältig und individuell wie die Gäste, die ihren nachhaltigen Natururlaub genießen. Die neue Bio-Garten-Wellnesslandschaft ist voller Licht und Wärme, ist Kraft-, Energie- und Ruheplatz zugleich. Klare Linien, erdige Farbtöne und besondere Rituale lassen Genießer in eine Welt der Sinne und „heißen“ Sauna-Erlebnisse eintauchen. Gastgeberin und Hotelchefin Nadja Blumenkamp ist zudem ausgebildete TEH-Praktikerin (Traditionelle Europäische Heilkunde). Die Treatments mit im Haus eingesetzten TEH-Ölen zählen zu den ganz besonders wohltuenden Entspannungsmomenten. Im Wellness- und Saunabereich „ErholPOL“ werden Kräuter aus unmittelbarer Umgebung zu Ölen, Essenzen und Salben verarbeitet und für die verschiedensten Anwendungen eingesetzt.

Genüsse für alle Sinne kommen natürlich auch aus der Rupertus-Küche. Im Rahmen der Bio-Verwöhnnpension kommen im Rupertus ausschließlich biozertifizierte und von regionalen Bauernhöfen stammende Lebensmittel auf den Tisch. Ja sogar in der „GreenBAR“ werden die angebotenen Drinks in 100 % Bio-Qualität angeboten.

Der letzte Umbau erfolgte vor kurzem, wurde im Mai dieses Jahres abgeschlossen und wurde, was das „Innenleben“ betrifft, von Helene Prader von Prader Interior in Saalfelden in Zusammenarbeit mit Architekturbüro Stranger aus Altenmarkt kreiert. Die Interior Designerin gestaltete zusammen mit Innenarchitekt Christian Stranger mit viel Wissen, Gefühl und Professionalität das „Innenleben“ des Hotels. Von den Polstermöbeln über die Bestuhlung und die stylischen Barhocker bis hin zu den stimmigen Vorhängen und Lampenschirmen – das Salzburger Unternehmen schaffte mit seinem Team eine „Wohlfühlathmosphäre“, ohne dabei in Kitsch oder Allerweltsästhetik abzurutschen. Prader Interior punktet nicht nur durch Ideenreichtum und die Gabe, sich in eine Hotelathmosphäre einzufühlen und sie daher stimmig zu gestalten, sondern setzt durch einen hohen Qualitätsanspruch und ein kompetentes Team aus kreativen Einrichtungsberatern auf eine lang bewährte Zusammenarbeit mit Profis aus Tischlerwerkstätten, Maler-, Tapezierer und Polstererbetrieben. In der hauseigenen Schneiderei werden hochwertige Vorhänge, Hussen und Kissen hergestellt. Eben „echt“, so wie alles im Biohotel Rupertus und ein Grund mehr, Urlaub auf höchstem „Bio-Niveau“ zu verbringen. ■



Südtirol in all seinen Facetten

Südtirol ist ein Schmelztiegel der Kulturen und Gegensätze. Italiener, Deutsche und Ladinler leben hier mit- und nebeneinander und das auf höchstem Niveau. Alpine und mediterrane Lebensart, aber auch Bräuche, verflechten zusehends und werden zu Neuem verknüpft. Auch die heterogene Landschaft trägt zum Lebens-

Wellnesszauber in Südtirol

Das Hotel Quelle Nature Spa Resort liegt im östlichen Südtirol, ruhig eingebettet im unberührten Gsiesertal, einem Seitenarm des Pustertals.



Seit 1950 befindet sich das Hotel im Besitz der Familie Steinmair. Über die Jahre wurde das Haus immer wieder erweitert und vergrößert. Als herzliche Gastgeber mit viel Engagement und Herzblut machten Erich und Margit Steinmair in den letzten Jahren das Hotel zu einem eleganten und gemütlichen Urlaubsdomizil in den Südtiroler Bergen. Die jüngsten Umbauarbeiten fanden im Frühling 2012 statt. Im Zuge dieser Maßnahmen entstanden neue Zimmer sowie Suiten und der Wellnessbereich wurde zudem auf mehr als 2.000 m² erweitert.

Die Architektur

Über mehrere Jahrzehnte hinweg gewachsen, fügt sich das Hotel aus verschiedenen Gebäudeteilen zu einem har-

gefühl in Südtirol bei. Eine der schönsten Freilichtbühnen der Alpen – die Südtiroler Dolomiten – steht dabei im Mittelpunkt. Wir von HOTEL&DESIGN haben uns entschlossen, ab sofort mit jeder Ausgabe auch in Südtirol zu erscheinen und bieten daher auch immer „Südtiroler Geschichten“ unseren Lesern an. Wir berichten über Vorzeigehotels, Restaurants und Firmen, die in Südtirol Top-Produkte produzieren. Andererseits bieten wir unseren österreichischen und internationalen Werbekunden damit auch die Möglichkeit, sich mit ihren Produkten in Südtirol, einem äußerst interessanten Markt, zu präsentieren. Salesianer Miettex, Marktführer im Bereich Mietwäsche, hat zum Beispiel diese Möglichkeit sofort genutzt und wird uns in jeder „Südtirol-Strecke“ begleiten.

In diesem Sinne, viel Vergnügen bei Geschichten vom Nachbarn wünscht Ihnen



CR Peter A. de Cillia

monischen Hotelareal zusammen, das wie ein kleines alpines Bergdorf anmutet. Eine Sonnenterrasse, ein Garten mit Bachlauf sowie eine Hotelkapelle lassen das Flair eines kleinen Dorfplatzes aufkommen und verströmen intime Atmosphäre. Ein steinerner Backofen, in dem das Küchenteam regelmäßig frisches Brot zubereitet, dient als beliebter Treffpunkt für Hotelgäste. Rückseitig verzaubert das Hotel mit Naturbadeteich, weitläufigem Vitalgarten und beeindruckendem Blick in die Berge. Alpenländischer Stil mit Holzbalkonen, Fensterläden und filigran auf die Außenfassade gemalten Verzierungen bestimmen die Architektur des Hauses, das schon auf den ersten Blick Traditionsbewusstsein und Gemütlichkeit vermittelt.

Die Philosophie

Mit Entschleunigung, Erholung, Genuss und Bewegung begeistert das Hotel Quelle seine Gäste. So setzt das Haus bewusst auf traditionelle Architektur und Innenausstattung, um eine behagliche und gemütliche Wohnatmosphäre zu vermitteln. Als herzliche Gastgeberfamilie stehen die Steinmairs stets als Ansprechpartner für Fragen oder für persönliche Tipps zur Region zur Verfügung. Die rund 50 Mitarbeiter stammen zu 75 Prozent aus der Region und geben authentische Südtiroler Gastfreundschaft an die Urlauber weiter.

Die Zimmer

Die insgesamt 72 Zimmer und Suiten lassen mit einer Größe zwischen 22 und 120 m² viel Raum zur ausgiebigen Entspannung. Natürliche Materialien wie Fichten- oder Zirbenholz und Naturstein sowie warme Farbtöne verleihen den Räumlichkeiten eine behagliche Atmosphäre. Die Suiten bieten eine Espressomaschine und ein Teeservice. Mit ihrer individuellen Gestaltung, von urig bis modern, bieten die zwölf Zimmerkategorien für jeden





Geschmack den passenden Wohnraum. Sie bestechen durch Detailverliebtheit und, je nach Kategorie, durch Annehmlichkeiten wie einem offenen Kamin oder rustikalen Ofen. Die höchste Zimmerkategorie, die geräumige Suite Royal Dolomites, bietet Platz für bis zu sechs Personen und begeistert darüber hinaus mit Whirlpool und Infrarot-Sauna.



Die Wellnessoase

Der großzügige Wellnessbereich im Hotel wurde 2008 komplett erneuert und 2012 nochmals erweitert. Seitdem verwöhnt das Quelle Spa auf einer Größe von über 2.000 m² mit zehn Themensaunen, sechs verschiedenen In- und Outdoorpools und einem Naturbadeteich erholungssuchende Gäste. BadeFREUDen



garantieren unter anderem eine große Indoor-Poollandschaft, das beheizte Panorama-Freibad mit Sprudeldüsen und Gegenstromanlage oder ein neuer Outdoor-Whirlpool mit Blick auf die Dolomiten. In der Solegrotte schweben Erholungssuchende sanft auf dem Wasser und regenerieren dabei Körper und Geist mit der Urkraft des Salzes. Der Saunabereich spendet wohltuende Entspannung und bietet vielerlei Abwechslung in unterschiedlich



temperierten Saunen. Zu seinen Highlights zählen dabei die Wasserradsauna, in der ein plätscherndes Mühlrad kontinuierlich für aromatische Aufgüsse sorgt, sowie eine urige Berghütte, in der die Zirben-Biosauna und eine Finnische Stubensauna untergebracht sind. Nach dem Schwitzen locken verschiedenste Relaxzonen mit Schweb- oder Wasserliegen sowie eine große Wiese am Naturbadeteich. Rund um das Hotel Quelle Nature Spa Resort



steht nicht nur die Südtiroler Bergwelt für Natur pur, sondern auch der großzügige Vitalgarten. Mit etwa 5.000 m² umschließt er das Hotel und bietet den Gästen zahlreiche Rückzugsorte und Nischen zum Abschalten. Gemütliche Liegen und Bänke laden zwischen Obstbäumen und Wiesen zum Ausruhen ein und der Naturbadeteich sowie der plätschernde Bachlauf sorgen für Erfrischung und Vitalität. Besonderes Highlight des Gartens ist der Natur-Kneippweg, der entlang des Wildbaches führt.

www.hotel-quelle.com

Meisters Hotel Irma

Das Meisters Hotel Irma in Südtirol befindet sich idyllisch gelegen in einem 18.000 Quadratmeter großen Park und nur zehn Fußminuten von der historischen Innenstadt Merans entfernt.





Inmitten des Villenviertels von Meran ist das Meisters Hotel Irma eine wahre Oase der Ruhe. Umgeben von uralten Bäumen, einem Rosen-, Klang- und einem Naschgarten begeistert das 4-Sterne-Superior-Refugium mit Weitläufigkeit und überraschenden Details. Bereits in vierter Generation überzeugt Familie Meister mit ihrer Herzlichkeit, kreativen Ideen sowie einem Gespür für den Zeitgeist und die Wünsche ihrer Gäste. Ilse und Walter mit ihren Kindern Claudia und Alex sind Hoteliers mit Herz und Leidenschaft. Ihre Handschrift, besonders von den Frauen der Familie geprägt, ist überall im Haus spürbar und macht aus diesem sehr exklusiven Wohnerlebnis gleichzeitig ein sehr privates und persönliches. 2015 feiert das Meisters Hotel Irma bereits den 91. Geburtstag.

Der Park

Hinter großen, alten Bäumen versteckt sich der große Gartenpark des Hotels. Mit über 20.000 Tulpen- und Narzissenknollen bepflanzt, erfreut der Garten seine Besucher im Frühling mit einem wahren Blütenmeer in herrlichen Pastelltönen. Ein üppig blühender Rosengarten mit mehr als 1.200 duftenden Edelrosen lädt zum romantischen Flanieren ein. Herzstück des Parks und gleichzeitig das Zuhause des Schwanenpaares Sissi und Franz ist der verträumte Schwanensee mit Bootssteg, der umrahmt von

mediterranen Pflanzen und gemütlichen Sitzgelegenheiten ist. Die malerische Kulisse lädt in lauen Sommernächten auch zu einem romantischen Dinner am Seeufer ein. Im Klanggarten vereinen sich natürliche und sphärische Klänge zu einer entspannenden Musik und munterem Vogelgezwitscher mit Blick auf den prächtigen Hotel-Kräutergarten, in dem Heilgewürz und Küchenkräuter gedeihen. Hier wachsen sogar seltene Spezialitäten wie Melonensalbei, Bergartischoke oder indischer Basilikum.

Die Zimmer und Suiten

Das Hotel beherbergt 70 Zimmer und Suiten verteilt auf das Haupthaus, die Villa Amore und die Gästevilla sowie eine Suite im Baum und das neue Safari-Luxus-Zelt. Im Haupthaus finden die Gäste 57 klassisch-elegante Zimmer mit großflächigen Panoramafenstern und Terrassen oder Balkonen mit Blick auf die Südtiroler Bergwelt. Die mit Sonnenlicht durchfluteten Räume sind mit edlem Kirschholz, weichen Teppichen sowie honiggelben und königsblauen gemusterten Polstermöbeln ausgestattet. Die Villa Amore mit ihren neun Suiten befindet sich in idyllischer Lage am Schwanensee in der Parkanlage des Hotels. Ihre weitläufigen Räume wurden mit hellen Leinenstoffen, warmen Naturtönen und dunklen Mahagoniböden eingerichtet. Großzügigkeit und eine Panorama-Whirlwanne begeistern im Badezimmer, die





zum Entspannen in den eigenen vier Wänden einlädt. Ideal für Familien oder Freundesgruppen ist die Gästevilla, bestehend aus nur zwei Appartements im ruhigsten Eck des Gartens. Zirbenholz, warme Farben und helle Stoffe prägen den authentischen Landhaustil und Buchskugeln oder duftender Jasmin umrahmen die Villa.

Ein Traum aus Holz

In luftiger fünf bis zehn Meter Höhe befindet sich die Suite im Baum. Das Luxus-Baumhaus zwischen Kiefern- und Kastanienbäumen weist an drei Seiten komplette Verglasung auf und verfügt über einen 35 m² großen Wohn- und Schlafbereich sowie eine 65 m² große Terrasse. Die Inneneinrichtung wurde in hellem, unbehandeltem Lärchenholz gehalten und mit dezenten Farben und gemütlichen Stoffen kombiniert. Ein Highlight stellt die freistehende Badewanne dar, von der aus der Blick bis zu den Berggipfeln über Meran schweift. Noch mehr Panorama verspricht das extragroße Bett, das sich mühelos auf die Terrasse ziehen lässt und damit wahrhaftig zum Himmelbett wird.

Ein Hauch von Afrika versprüht das Safari-Luxuszelt mit seinem Interieur im Kolonialstil. Die 120 m² große Veranda mit eigenem Hot Tub und stilvollen Gartenmöbeln vollenden den exotischen Rückzugsort.

Die Wellnessabteilung

Acht Behandlungsräume und eine Spa-Suite lassen die Seele im Meisters Hotel Irma in Windeseile zur Ruhe kommen. 150 Jahre alte Holzdecken und massive Verkleidungen in sanften Erdtönen und natürliche Leinwandstoffe prägen das Design des Spa. Die großen Glasfassaden spenden Licht und bieten einen herrlichen Panoramablick auf die Meraner Berge und den großzügig angelegten Garten rund ums Hotel. Heller Naturstein, speziell angefertigte Ruhesessel und Beistelltische aus einem kleinen Handwerksbetrieb in Modena versprühen ein elegant-mediterranes Flair. Im Freien befinden sich ein Sole-Sprudelbad mit Unterwassermusik, ein Süßwasser-Freibad, der „Killerpool“ mit zwölf Grad kaltem Gebirgswasser und die Kneippbecken auf der Teakholz-Terrasse. Das Hallen-Süßwasserbad mit großem, offenem Kamin am Poolrand sorgt im Inneren für eine heimelige Atmosphäre. Die Verbindung von Innen- und Außenbereich durch das Meerwasser-Erlebnisbad ermöglicht Gästen einen einfachen Zugang zu beiden Spa-Bereichen. Insgesamt stehen sechs Wasserbecken sowie sechs Saunen und Wärmebäder zur Verfügung. Zudem laden das Tepidarium mit Panoramablick, die Kamillengrotte, das Serailbad, das Osmanische Dampfbad mit Sternenhimmel und das Laconium zum Loslassen ein.

www.hotel-irma.com





Das Beste für die Besten

Mastertent, ein Unternehmen der Zingerlemetal-Gruppe, eines der führenden Familienunternehmen Südtirols, hat sich neu erfunden und setzt beim Thema „Festzelte“ Maßstäbe in puncto Eleganz, Authentizität, Design und Nachhaltigkeit.

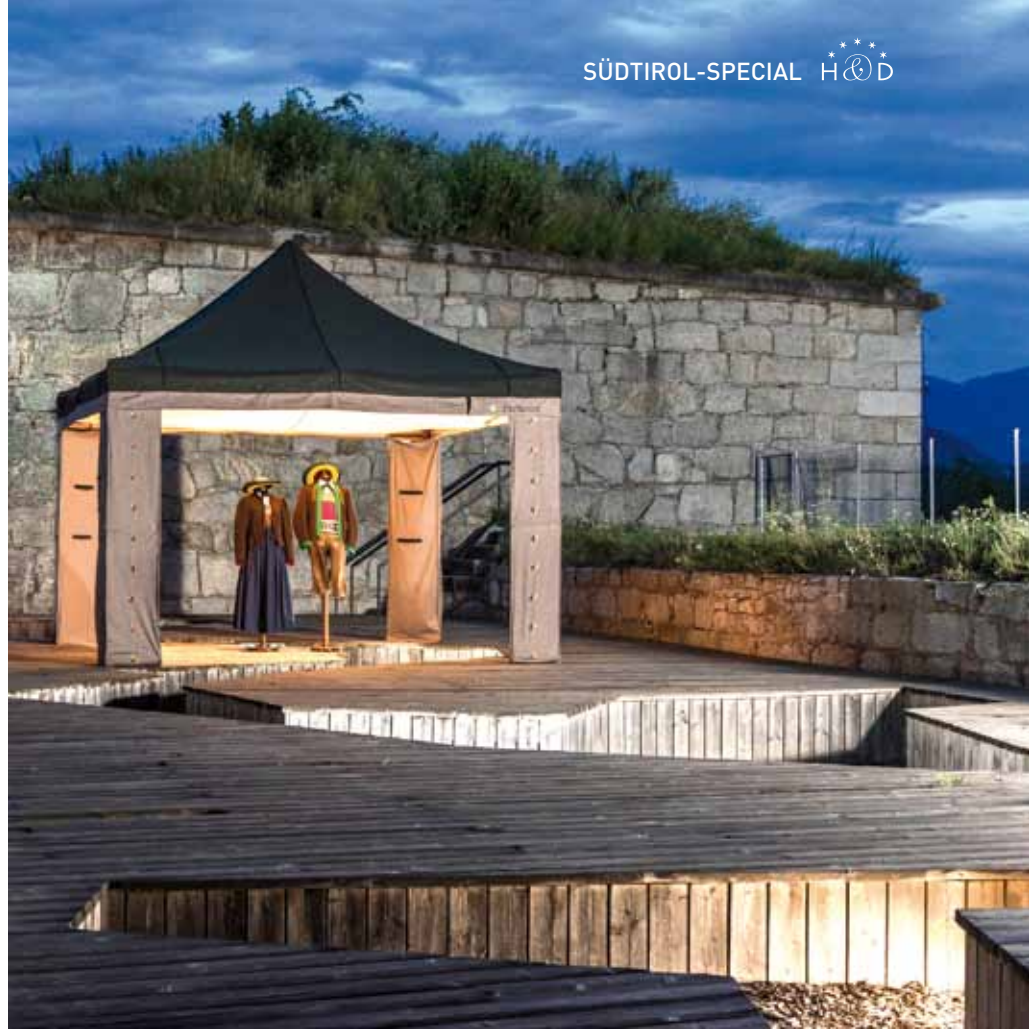
Festzelte gibt es viele und die Südtiroler Manufaktur hat schon seit Jahrzehnten einen international hervorragenden Ruf als Hersteller von Fest- und Faltzelten für die gehobene Hotellerie und Gastronomie. Der Clou daran – in Kombination mit exklusivem Lodenstoff wird das „normale“ Zelt zum Hingucker schlechthin. Das bereits seit Jahrhunderten beliebte Produkt aus Schafwolle erlebt aktuell eine gewaltige Renaissance. Loden steht für Tradition, Funktion sowie Langlebigkeit und ist somit der optimale Partner für die Manufaktur aus Südtirol.

Die Firma Moessmer, eine renommierte Tuchfabrik, ebenfalls aus Südtirol, stellt seit über 120 Jahren Loden her. Mit Mastertent und Moessmer Loden wird optisch für jedes Event ein besonders exklusives Ambiente geschaffen und das mit einem Wohlfühlklima par excellence. Neben der Verwendung hochwertiger Materialien legen die Zeltprofis auch größten Wert auf eine ansprechende Form. Diese muss den funktionellen und technischen Anforderungen des Produktes entsprechen, aber auch zweckmäßig und optisch ansprechend sein.

Das Material

Beim Loden handelt es sich um ein mittelschweres bis schweres Streichgarnewebe. Dieses ist oft meliert und wird mit oder ohne Strichrüstung angeboten. Loden ist immer sehr dicht gewebt und imprägniert. Der Name ist vom althochdeutschen Wort „Lodo“ abgeleitet, was so viel wie „grobes Tuch“ bedeutet. Mit Loden waren die groben Stoffe der Bauern gemeint, heute wird der Name als Sammelbegriff für ein dichtes Streichgarnewebe verwendet, das neben den klassischen Grün-, Braun- und Graumelangen auch in vielen modischen Farben angeboten wird.

Loden wird durch das starke Walken besonders dicht und strapazierfähig. Die spezielle Strichrüstung sorgt für Luft- und Winddichtigkeit, Scheuerfestigkeit und geringe Anfälligkeit gegenüber Schmutz. Dank Imprägnierung leitet das Gewebe Wasser ab.

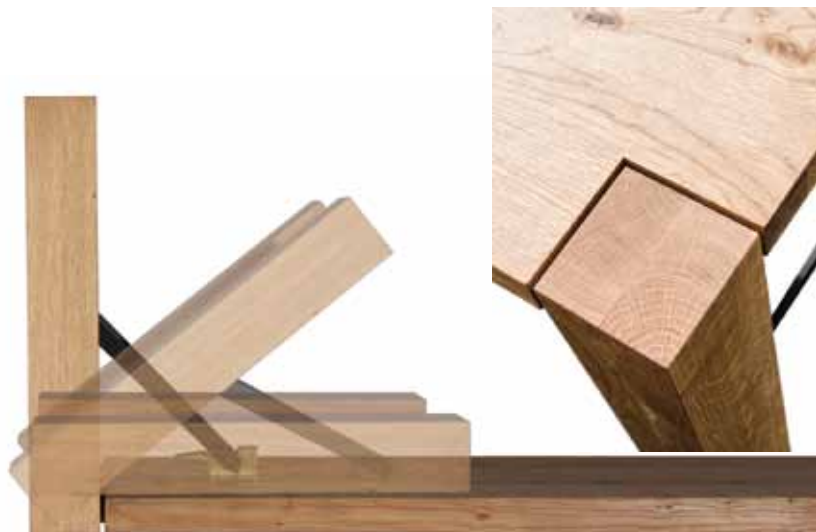


Zwei Fliegen auf einen Schlag

Der Vorteil des neu entwickelten Lodenzelts: Man kann unkompliziert das Festzelt auch voll bedrucken und somit auch als Messe- oder Promotion-Zelt einsetzen. Mit dem Loden-Kitt verwandelt sich das Aufmerksamkeit erregende Werbezelt dann in Minutenschnelle in ein elegantes, edles Lodenzelt. Bestens geeignet für edle Präsentationen oder Feste. Hierzu wird ganz einfach das Lodendach über das bedruckte Polyesterdach gestülpt, die Zeltsteher werden mit den Eckvorhängen aus Loden verdeckt und ein Stoffhimmel wird eingespannt. So einfach, form-schön und kultig kann durchdachtes Design sein.

Und wenn man sich schon zu so einem innovativen Festzelt entscheidet, sollten rundherum im Garten die richtigen Sitzbänke nicht fehlen. Auch dafür präsentiert mastertent eine perfekte Lösung mit dem neuen Model „Lago“ und ist sowohl in Eiche als auch Tanne lieferbar. Mit der neuesten Erfindung präsentieren die Zeltprofis ab sofort die Vorteile einer Festzeltgarnitur gepaart mit zeitlosem, elegantem Design, durchdacht bis ins kleinste Detail und in herausragender Qualität. Die bewährte Technik einer Festzeltgarnitur in der Qualität eines Möbelstückes wird dadurch zur Wirklichkeit. Vielfältig einsetzbar – ob in der Gastronomie oder für den Privatgebrauch.

www.mastertent.com





„Die Garantie, dass in einem Hotel oder einem Restaurant alles für Hygiene und damit auch für die Gesundheit der Gäste getan wird, ist heute ein Wohlfühlfaktor, auf den niemand mehr verzichten möchte.“

Familienunternehmen at it's best

Die Verlässlichkeit eines Familienunternehmens ist unter anderem die Grundlage seines Erfolgs. Das österreichische Unternehmen Salesianer Mietttx, gegründet 1916, hat sich von einer einfachen Wäscherei zum Marktführer Österreichs entwickelt und schaut nun mit innovativen Ideen in die Zukunft.

Als im Jahr 1916, mitten im ersten Weltkrieg, Magdalena Wittmann eine kleine Wäscherei in der Salesianergasse erwarb, war es alles andere als eine Selbstverständlichkeit, dass eine Frau zur Unternehmerin wurde – und das mit noch nicht einmal 18 Jahren. Den Durchbruch brachte eine für die damalige Zeit völlig neue Serviceidee: Statt in der Wäscherei auf Kunden zu warten, zog Magdalena Wittmann mit einem Handwagen durch

die Stadt, holte die Wäsche bei den Kunden ab und brachte sie auch wieder zurück. Auch in der weiteren Firmengeschichte spielten Frauen an der Spitze eine große Rolle. So wurde das Unternehmen ab 1985 mehr als 20 Jahre lang von Christine Krautschneider geführt und in dieser Zeit schaffte das Unternehmen sein größtes Wachstum.

Erfolgskurs prolongiert

Das führende Textilmanagementunternehmen Österreichs befindet sich im hundertsten Jahr seines Bestehens auch weiterhin auf Erfolgskurs. Im Geschäftsjahr 2015/16 haben wir 159,5 Millionen Euro Umsatz erreicht. Das Unternehmen befindet sich nach wie vor in Familienbesitz und beschäftigt in dreizehn Betrieben

„Auch mit 100 Jahren präsentiert sich unser Unternehmen wirtschaftlich gesund, innovativ und voller Tatendrang.“

*Mag. Thomas Krautschneider, geschäftsführender
Gesellschafter Salesianer Mietttx*



„Wir wollen als Marktführer eine Vorreiterrolle
in Sachen Umweltschutz einnehmen.“

Dr. Andreas Philipp, Geschäftsführer Salesianer Miettex

über 1.500 Mitarbeiter in Österreich sowie 850 in weiteren acht Ländern in Zentral- und Osteuropa.

„Auch mit 100 Jahren präsentiert sich unser Unternehmen wirtschaftlich gesund, innovativ und voller Tatendrang“, sagt Mag. Thomas Krautschneider, geschäftsführender Gesellschafter in dritter Generation und Enkel der Unternehmensgründerin Magdalena Wittmann. „Neben Investitionen in Millionenhöhe in die kontinuierliche Modernisierung unserer Betriebe und dem Ausbau unserer Marktführerschaft in Österreich wollen wir in den kommenden Jahren unsere Aktivitäten in Südtirol – wo wir zuletzt bereits mehrere wichtige Krankenhausgroßkunden gewinnen konnten – weiter stärken; auch in Zentral- und Osteuropa werden wir weiter wachsen und neue Märkte erschließen.“

Die Hygiene-Garantie

Da Hygiene nicht nur eine Frage der technischen Möglichkeiten, sondern ebenso sehr auch der konsequenten Anwendung in der Praxis ist, kommt der 2012 eingeführten „Salesianer Miettex-Hygiene-garantie“ besonders große Bedeutung zu. In zahlreichen Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie werden die Gäste mit speziellen Hygieneaufstellern darüber informiert, dass hier hygienisch saubere Textilien verwendet werden. „Wir haben damit wesentlich dazu beigetragen, dass



Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie



Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind wesentliche Bestandteile der Unternehmensstrategie. „Wir wollen als Marktführer eine Vorreiterrolle in Sachen Umweltschutz einnehmen. Mietttextilservice ist eine energie- und wasserintensive Branche und daher reicht es hier nicht, ‚kosmetische Änderungen‘ durchzuführen, sondern wir setzen tiefgreifende technische Innovationen um“, sagt Dr. Andreas Philipp, GF Salesianer Miettex. Die Vorreiterrolle des Unternehmens wird auch dadurch unterstrichen, dass drei Betriebe (Linzer Straße, Grödig, Leogang) als erste und einzige Wäschereien Österreichs mit dem österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet wurden. In weiterer Folge werden auch die anderen österreichischen Betriebe den Zertifizierungsprozess durchlaufen. Die gesamte Unternehmensstrategie soll nun verstärkt auch in Südtirol zum Einsatz kommen. Dr. Andreas Philipp: „Südtirol ist für uns durch die Nähe, durch keinerlei sprachlichen Barrieren und durch die allseits geschätzte Top-Hotellerie und Gastronomie ein Standort, den wir ganz besonders in nächster Zeit pflegen wollen.“

Mehr als sauber

Für die Mietttextilbranche mag es selbstverständlich sein, dass Sauberkeit im Mittelpunkt aller technischen und unternehmerischen Überlegungen steht. Doch während Sauberkeit eine ästhetische Kategorie ist, erfordert Hygiene die Einhaltung wissenschaftlich festgelegter Anforderungen. „Die hygienischen Ansprüche in privaten Haushalten, an öffentlichen Orten wie Hotels oder Restaurants und im medizinischen Bereich haben sich im Laufe der Jahrzehnte dramatisch gewandelt“, erklärt Thomas Krautschneider. „Für einen Mietttextildienstleister bedeutet das eine permanente Herausforderung und es reicht nicht, Standards zu halten, sondern wir müssen laufend besser werden. Wir arbeiten kontinuierlich mit renommierten Hygienikern, Instituten und Verfahrenstechnikern zusammen, um den Vorsprung, den wir uns auf diesem Gebiet gegenüber Mitbewerbern erarbeitet haben, auch nachhaltig abzusichern.“

erstklassige Hygienestandards heute für gute touristische Unternehmen eine Selbstverständlichkeit und für deren Kunden ein wichtiges Entscheidungskriterium sind“, so Krautschneider. „Die Garantie, dass in einem Hotel oder einem Restaurant alles für Hygiene und damit auch für die Gesundheit der Gäste getan wird, ist heute ein Wohlfühlfaktor, auf den niemand mehr verzichten möchte.“



www.salesianer.com



Wohlfühlatmosphäre im Waschraum

„Tork Image Design“-Linie

Der öffentliche Waschraum ist alles andere als ein unwichtiger Nebenraum, er ist tatsächlich ein Imagefaktor und trägt ganz wesentlich dazu bei, einen guten Eindruck bei den Gästen zu hinterlassen.

Idealerweise sollte der Waschraum mehr sein als nur ein Ort, um die naheliegenden Bedürfnisse schnell zu verrichten – die Gäste sollten sich gerne dort aufhalten. Ganz entscheidend ist deshalb die Verbindung von Design und Funktion, um ein gewisses Maß an Atmosphäre und Komfort zu schaffen. Der Anspruch ist also eine chice Ausstattung, die mit nützlichen, durchdachten Features eine hohe Nutzerfreundlichkeit garantiert. Das Um und Auf ist im Waschraum aber natürlich noch immer die Hygiene, die dem Gast Sauberkeit signalisiert und für Wohlbefinden sorgt.

Schaum mal!

Mit „Xibu senseMoistcare“ hat Hagleitner einen neuartigen Schaumspender zur Befeuchtung von Toilettenpapier entwickelt: Einfach das trockene Toilettenpapier unter den Spender halten und die voreingestellte Menge „careMousse“-Reinigungsschaum wird berührungslos abgegeben. Das Mousse ist dem pH-Wert der Haut angepasst und dermatologisch auf Allergien sowie Irritationen getestet, hautberuhigende Inhaltsstoffe wie Aloe Vera sorgen für ein Gefühl von Sauberkeit und Pflege. Im Gegensatz



zu herkömmlichem vorgefeuchtetem Toilettenpapier ist „Xibu senseMoistcare“ gut für öffentliche Bereiche geeignet – das Papier verkeimt nicht und birgt kein Risiko, die Toilette zu verstopfen. Mit über 500 Betätigungen pro Nachfüllung ist eine sparsame Verwendung gewährleistet.

Dezente Eleganz

Bei der Entwicklung der „Image Design“ Spender-Linie hat es sich Tork zum Ziel gesetzt, Exklusivität und Komfort zu verbinden und gleichzeitig ein Design zu kreieren, das eine gewisse Leichtigkeit vermittelt und sich verschiedenen Einrichtungsstilen anpasst – egal, ob modern, maritim, mediterran oder Landhausstil. Das Sortiment umfasst einheitliche Spender für Papierhandtücher, Seife, Kosmetiktücher und Toilettenpapier sowie Abfallbehälter und passende Kleiderhaken, deren elegante, zeitlose Edelstahl-Optik perfekt mit dem Umfeld verschmilzt, ohne dabei aufdringlich zu wirken. Auch die Nachfüll-Materialien sind bei der „Tork Image Design“-Linie optimal aufeinander abgestimmt, sodass jederzeit ein reibungsloser und störungsfreier Ablauf im Waschraum gewährleistet ist. Für die Gäste bietet die Serie maximalen Nutzungskomfort, während der Gastgeber selbst von der unkomplizierten Wartung und den hohen Spenderkapazitäten profitiert.

Bidirektionaler Datenaustausch

Grohe bietet für Betreiber halböffentlicher sanitärer Anlagen eine große Auswahl an Produkten, die zum Wohlbefinden der Nutzer beitragen und gleichzeitig Wasser sowie Energie sparen. Wie etwa die berührungslos gesteuerten Armaturen-Linien „Europlus E“, „Eurosmart CE“ und „Euroeco CE“ mit sparsamer Niedrigenergie-Elektronik. Die Armaturen beziehen ihre Energie über eine Stromversorgung (die Grohe LongLife-Batterie oder PowerBox), die Strömungsenergie in elektrische Energie um-



wandelt. Durch ein spezielles Infrarot-Fenster wird ein bidirektionaler elektronischer Datenaustausch ermöglicht: Das bedeutet, das Sanitärprodukt empfängt nicht nur Steuerbefehle für individuelle Programmierungen und Einstellungen, sondern sendet auch selbst Verbrauchsdaten über Häufigkeit, Dauer und Zeitpunkt der Nutzung. Dank

dieser Transparenz lassen sich beispielsweise die automatische Reinigung und die thermische Desinfektion bedarfsgerecht einstellen und auch Wartungen rechtzeitig planen. Die Grohe-Armaturen lassen sich schnell und einfach installieren, zeichnen sich durch eine glänzende, langlebige Oberfläche aus und fügen sich mit ihrem modernen Design in nahezu jedes Ambiente ein.

Natürlich sauber

Für perfekte Sauberkeit im Waschraum sorgt der tensidfreie, nicht schäumende Bodenreiniger „TF“, um den Hygiene-Spezialist hollu seine ökologische Produktlinie „hollueco“ kürzlich ergänzt hat. Basierend auf umweltverträglichen Rohstoffen gewährleistet er aufgrund seiner schmutzbindenden Inhaltsstoffe ein erstklassiges Reinigungsergebnis bei maximaler Umweltverträglichkeit. Der neue Bodenreiniger „TF“ ist ideal zur Intensivreinigung sowie Unterhaltsreinigung von Feinsteinzeug, Cotto, Klinker, Naturstein, Estrich etc., eignet sich aber auch für Holzböden und textile

Materialien. Neben der manuellen Reinigung ist der tensidfreie Bodenreiniger TF auch hervorragend für den Einsatz in Reinigungsautomaten geeignet und verhindert eine Vergrauung des Bodens, die vor allem bei porösen und offenporigen Materialien leicht entstehen kann.

Im Handumdrehen trocken

Der „Saro Händetrockner“ pustet die Hände je nach Wunsch mit einem warmen oder kalten Luftstrom mit hoher Geschwindigkeit innerhalb von nur fünf bis zehn Sekunden trocken. Die berührungslose Benutzung und der Hygienefilter, der bis zu 99 % der sich im Luftstrom befindlichen Keime herausfiltert, garantieren dabei einen hohen Sauberkeits- und Hygienestandard. Gleichzeitig können mit dem Händetrockner gegenüber klassischen Papierhandtüchern viel Müll sowie bis zu 97 % der Betriebskosten eingespart werden. Und auch die CO₂-Bilanz ist im Vergleich deutlich geringer, da gebrauchte Papierhandtücher üblicherweise nur selten wiederverwertet werden. 



Bahnbrechende, technologische Innovation für die professionelle Reinigung & Hygiene

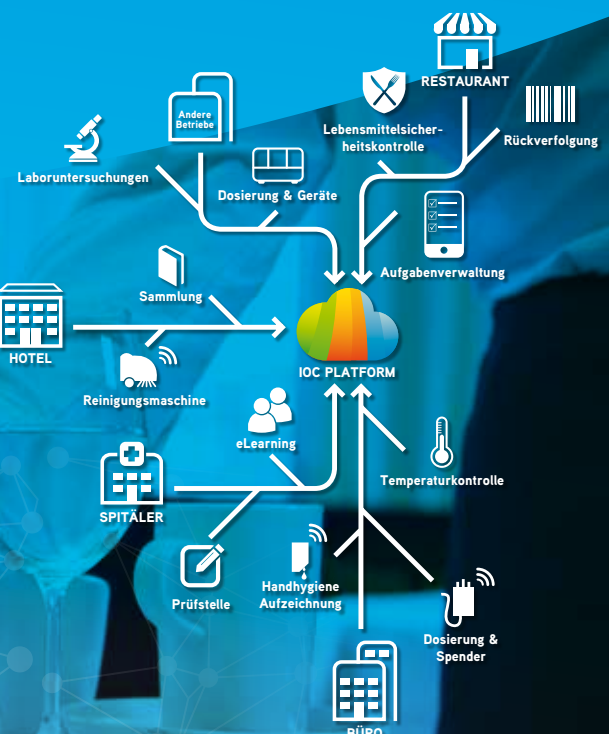


www.sealedair.com

© 2016 Sealed Air Corporation. All Rights Reserved.
51318 en 02/16

Sealed Air

Diversey Care





In die Zukunft mit Internet of Clean

Mittlerweile sind wir es gewohnt, dass Geräte mit uns sprechen und kommunizieren. Die neue, webbasierte Plattform von Diversey Care verfolgt als Gesamtanbieter im Bereich Reinigung und Hygiene das Ziel, alle internetfähigen Geräte der Hygienebranche zukünftig zu vernetzen.

Die Uhr teilt dem Träger mit, wenn der Puls zu hoch ist, GPS-Daten werden zur Ortsbestimmung übertragen. Immer mehr Gegenstände werden durch kleine Computer „intelligent“ gemacht. Unter dem Überbegriff „Internet of Clean“, IoC, unter welchem Sealed Air seine bestehenden und kommenden Innovationen sowohl im Bereich der Objekthygiene wie auch in der Küchen- und Wäschehygiene und nicht zuletzt auch Körperhygiene vereint, verfolgt der weltweit tätige Hygieneexperte eine neue, technologisierte Strategie. Dr. Ilham Kadri, Firmenpräsidentin von Diversey Care, erklärt: „Das Internet of Clean macht es möglich, die Reinigungs- und Hygienebranche neu zu erfinden, um sie dann komplett zu transformieren; von proaktiv zu vorhersagend.“ Modulare und webbasierte Lösungen von Diversey Care dienen der Datenerfassung, Analyse und Optimierung.

Das Internet of Clean passt sich dem Nutzer intuitiv an und ermöglicht, Daten und Trends zu generieren. Diese quantifizierbaren Informationen bieten dem Anwender wertvollen Echtzeit-Einblick in Bereiche wie Geschirrspülung oder hauseigene Wäscherei. „Mit Internet of Clean bringen wir eine einzigartige Neuheit auf den Markt, die unseren Kunden echten Mehrwert verschafft. Diese Technologie unterstützt und erleichtert die

Einhaltung der Hygienevorgaben beispielsweise in Küchen und Wäschereien und anhand der Aufzeichnungen können zudem Sparpotenziale bei Wasser und Energie entdeckt werden. Außerdem ermöglicht das Meldesystem gerade bei Unregelmäßigkeiten einen ungestörten Betriebsablauf“, so Elisabeth Pala MA, Marketing Diversey Care Österreich.

Fokussiert auf das Ganze

Die jüngste Neuentwicklung ist IntelliDish™, eine webbasierte Lösung für das maschinelle Geschirrspülen mit dem Dosiergerät Suma Revoflow. „Die Kosten der Reinigungsmittel beim Geschirrspülen fallen gegenüber den Kosten für Energie, Wasser, Wiederbeschaffung von Geschirr etc. verschwindend klein aus. Deshalb sollte man sich immer das Ganze ansehen. Mit IntelliDish können wir genau das machen, um mittels Datenerfassung Sparpotenziale aufgrund bislang unbekannter Gegebenheiten zu erkennen und diese infolge zu optimieren“, so Thomas Niklas, Verkaufsleiter Diversey Care Österreich. Internet of Clean revolutioniert die Art, wie gereinigt wird und wie Ergebnisse gemessen werden. Für Informationen steht Ihnen das Diversey Care Team unter Tel. 01 60557-0 gerne zur Verfügung.

Eine Tischlerei, die Holz näht

Karl Knechtl hat in seiner Tischlerei in Krumegg, in der Nähe von Graz, eine neue Form der Holzbearbeitung entwickelt. Ziemlich ungewöhnlich und revolutionär.



Mit der „Zsammgnaht“-Produktlinie wird scheinbar beschädigtes Holz zum stylischen Wohnaccessoire. Knechtl beschäftigt sich seit einigen Jahren intensiv damit, verschiedene Materialien wie Glas oder Metall mit Holz zu verbinden. Inspiriert vom aktuellen Vintage-Boom in der Mode und bei Möbeln fertigt der kreative „Tüftler“ seit kurzem die „Zsammgnaht“-Produktlinie.

Unebenheiten und Risse im Rohstoff können durch diese Methode kaschiert oder – im Gegenteil – gekonnt in Szene gesetzt werden. „So haben wir schon viele Meter Holz vor dem Wegwerfen bewahrt“, freut sich Knechtl. Neben dem ökologischen Gedanken beeindruckt das Design: Der Tischler „näht“ mit Stahlseilen, Lederbändern in verschiedenen Farben und Stärken, Spagat oder Kordel. Knechtl-Kunden können so nach Belieben wählen und ihr eigenes Möbel-Unikat für drinnen und draußen gemeinsam mit dem Tischler kreieren.

Klein, aber fein

Die Tischlerei Knechtl wurde 1996 als Einmannbetrieb von Karl Knechtl gegründet und beschäftigt derzeit vier Mitarbeiter und einen Lehrling. Der Firmensitz befindet sich im Steirischen Hügelland. Das Motto der Manufaktur liest sich wie folgt: „Holz wächst mit uns, riecht für uns, lebt mit uns und erdet uns wenn wir über seine Oberfläche streichen. Wir bearbeiten es mit Sorgfalt und großer Hochachtung, kombinieren es mit anderen Materialien und gestalten maßgeschneiderte Lebensräume bei Menschen, die jene Liebe teilen. Wir leben Holz“.

www.holz-lebt.at



Mit viel Gespür für das Wesentliche

Das Gartenhotel Altmannsdorf bietet einen idealen Rahmen für Seminare, Geschäftsreisende, Familienfeiern oder einen entspannten Wien-Aufenthalt. In Sache „Wäsche“ wird auf Marktführer Salesianer Miettex vertraut.

Komfort, Ruhe und viel Natur – in der Stadt und doch im Grünen, das bietet das Gartenhotel Altmannsdorf. Die ruhige Lage, eingebettet in den größten Privatpark der Stadt (20.000 m²), zählt sicher zu den Highlights, den dieses Hotel seinen Gästen bietet. Das Hotel 1 verfügt über zwölf Seminarräume mit Tageslicht sowie über 94 Zimmer. Tiefgarage und gratis W-LAN im ganzen Haus runden den Komfort ab. Das 4-Sterne-Hotel führt das Umweltzeichen und steht für Bioprodukte, regionale Lieferanten, umweltfreundliche Reinigungsmittel sowie umweltschonende Zimmer- und Restaurantwäsche von dem neuen

und ebenfalls Umweltzeichen zertifizierten Partner Salesianer Miettex. Wieder einmal ein Beweis, dass Firmen mit zukunftsorientierten Philosophien rund um Qualität zueinander finden.

Kulinarisch verwöhnt werden die Gäste im Gartenrestaurant in der denkmalgeschützten Orangerie aus dem 17. Jh, einem Kleinod mitten in der Stadt. Im Sommer ladet die Gartenterrasse zum Genießen ein und für den gemütlichen Ausklang des Tages bietet sich die „Reco's Bar“ an. Jeden Sonntag und an ausgewählten Feiertagen findet der beliebte Familienbrunch mit vielfältigen Themen von 12.00 bis 14.30 Uhr statt.





In den Sommermonaten sorgt der wöchentliche Grillfreitag mit Weinverkostung österreichischer Winzer auf der Gartenterrasse für ein besonderes Erlebnis.

Die Philosophie des Hauses ist einfach erklärt und dennoch immer seltener zu finden: „Wir wollen unseren Gästen Wohlfühlatmosphäre auf unkomplizierte Art und Weise vermitteln. Unser Service soll nicht einstudiert agieren, sondern durch Freundlichkeit und Kompetenz beim Gast punkten“, so Reinhold Hofmann, Direktor des Hotels, der dieses nun schon seit über zwei Jahren erfolgreich führt. Neben dem 4-Sterne-Haus wird noch das Designhotel Altmannsdorf Hotel 2 „bespielt“, es liegt vis-à-vis vom Gartenhotel Altmannsdorf 1. 95 Zimmer, eine Cafeteria, der Europasaal für bis zu 200 Personen sowie eine Tiefgarage und kostenfreies W-LAN im ganzen Haus runden auch hier das Angebotspaket ab. Selbstverständlich können alle Annehmlichkeiten wie Bar, Restaurant, Park sowie Sauna und Fitnessraum im 4-Sterne-Hotel mitgenutzt werden. Und als zusätzliche kulinarische Draufgabe ist das Team rund um Direktor Hofmann auch für das Café Gloriette verantwortlich.

Das historische Café Gloriette im Schlosspark Schönbrunn zählt zu einem der schönsten Kaffeehäuser in Wien. Im Gartenhotel Altmannsdorf Hotel 1 entstehen die süßen Köstlichkeiten, die in feiner Handarbeit von den Zuckerbäckerinnen in der hauseigenen Backstube hergestellt werden. Samstag, Sonntag und an ausgewählten Feiertagen findet hier das Sisi-Bufferet mit musikalischer Begleitung statt. Doch auch während der Woche steht das Café Gloriette-Team für kulinarische Genüsse zur Verfügung.

Ob in den beiden Hotels oder im Café Gloriette – österreichische Küche ohne Firlefanz steht im Mittelpunkt und dies wissen vor allem Stammgäste sehr zu schätzen: „Über 50 Prozent unserer Gäste beim Brunch oder beim Grillfreitag sind Stammgäste aus unmittelbarer Nachbarschaft“, so Direktor Hofmann stolz. Ein Beweis mehr, dass man mit Qualität und einem nicht einstudierten Lächeln im Gesicht in der Branche noch immer den meisten Erfolg erzielen kann.

www.salesianer.com | www.gartenhotel.com





Das etwas andere Hotel

Das Derag Livinghotel an der Oper in Wien ist zwar an sich ein Hotel, aber irgendwie doch nicht.

Text: Peter A. de Cillia, Fotos: Derag Livinghotels

Mitten in der Stadt, gleich hinter der berühmten Wiener Staatsoper, befindet sich in einem urtypischen Wiener Stadthaus ein Hotel, das nicht nur durch seine zentrale Lage, sondern auch durch seine Philosophie punktet. Ein urbanes, zeitlos elegantes Refugium für das Auge und die Seele mit feudaler Fassade im Stil der K.u.k.-Ära, welches den Charme, das Selbstverständnis, die Vielfalt, die Schönheit und das Lebensgefühl der Stadt irgendwie widerspiegelt.

Schon beim Betreten der Hotel-Residenz erreicht den Gast das Gefühl, dass die Uhren hier ein klein wenig anders, langsamer ticken. Ein großzügiges Foyer mit prachtvollem Mobiliar und einladenden Sitz-Arrangements, wertvollen Wandgobelins, mannigfaltigen Antiquitäten, Gemälden des Kaiserpaars Elisabeth und Franz und der charmanten complimentary Salon-Bar heißen den Gast willkommen, laden zum Verweilen ein und verbreiten intuitiv ein „Hier möchte ich gerne bleiben“-Gefühl. Ein Gefühl, das sich charmant und unaufdringlich, aber konsequent, in den 49 Apartments und Suiten fortsetzt.

Lichtdurchflutete Räumlichkeiten zwischen 35 und 85 m² mit überdurchschnittlich hohen Decken, die spontan an die Weit-

läufigkeit von Herrschaftshäusern erinnern, stechen sogleich ins Auge des Betrachters. Erlesene Stoffe, schwere Teppiche und ausgesuchte Kunstobjekte treffen auf unterschiedlich farblich akzentuierte Wände und Interieur im Studio-Stil mit einer gekonnt gesetzten Retro-Note und zeitlosen Möbel-Klassikern. Besonders charmant mutet dabei die immer unterschiedlich geartete Zimmeraufteilung an, die neben ein bis zwei Schlafzimmern und einem großzügigen Wohn- bzw. Arbeitsbereich mit High-speed Internet via WLAN auch vorwiegend eine eigene, voll ausgestattete Kitchenette beispielsweise mit integrierter Durchreiche oder Theke bietet, sodass man jederzeit – ob allein, zu zweit, mit der Familie, Businessfreunden oder Geschäftspartnern – im eigenen Apartment verweilen und sich höchst komfortabel aufhalten kann und das wohlige „wie zuhause“-Empfinden bekommt. Das ehemalige Büro- und Wohnhaus präsentiert sich damit als Hotel vor allem für Langzeitgäste, die zwar in einem laufenden Hotelbetrieb eingebunden sein möchten, diesen aber nur dann nutzen wollen, wenn sie ihn wirklich benötigen. Hesham Azizogli, GM des Hotels: „Wir wollen unaufdringlicher, aber professioneller Gastgeber sein und unseren Gästen individuelles Service unauf-

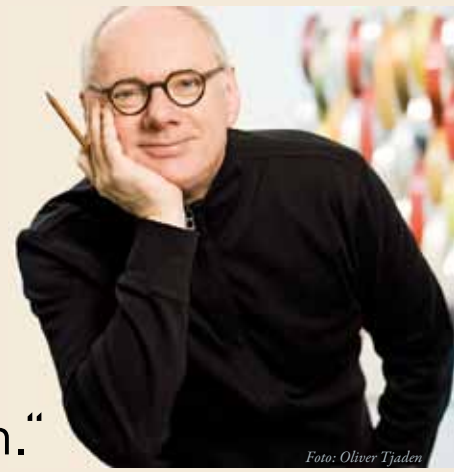


Foto: Oliver Tjaden

„Es muss nicht immer schön sein, es muss funktionieren.“

Die Botschaft von Produkten oder Medien eindeutig zu gestalten, ist Aufgabe von Designern. Zum Welttag des Designs am 27. April wurde ein Gespräch mit Prof. Rüdiger Quass von Deyen, Experte für Kommunikationsdesign am Fachbereich Design der FH Münster, geführt.

Herr Prof. Quass von Deyen, seit 2006 ruft das American Institute of Graphic Arts am Welttag des Designs zu Aktionen auf, die zeigen, wie Design das Leben verbessert. Kann Design das wirklich?

Ich glaube, dass gutes Design das Leben in fast allen Bereichen zumindest deutlich vereinfachen kann. Es erleichtert bestimmte Handlungen. So trägt ein ergonomisch optimal gestalteter Bürostuhl dazu dabei, eine gute und produktive Arbeitsleistung zu erzielen. Außerdem hat Design gerade im heutigen Informationszeitalter eine wichtige Filterfunktion. Tagtäglich strömen Unmengen von Daten auf uns ein. Hier helfen Designer, Ordnung zu schaffen und zielgerichteter zu kommunizieren.

Betrachten Sie Designer als Künstler?

Nein, Designer sind Übersetzer oder Vermittler von Botschaften. Sie müssen Informationen so aufbereiten, dass sie niederschwellig aufgenommen werden können. Im Unterschied zu Künstlern, deren Werk durchaus Raum für Interpretationen lässt, ist für Designer das Ziel der Botschaft immer ganz klar definiert. Und diese Botschaft muss eindeutig zu verstehen sein. Hauptsächlich geht es dabei um Funktionalität: Gutes Design muss nicht immer schön sein, sondern es muss funktionieren. Es muss sich an den Menschen und ihren Bedürfnissen orientieren. Eine gut gestaltete Webseite etwa sollte nicht nur schick, sondern möglichst einfach und intuitiv zu navigieren sein.

Was ist Ihr Lieblingsdesignobjekt und warum?

Die Kaffeemaschine „Rocket Espresso Cellini“ ist für mich ein perfekt gestaltetes Produkt. Sie sieht nicht glatt und stylisch aus, sondern eher wie ein Ingenieurobjekt. Dadurch strahlt sie reines technisches Know-how aus. Gleichzeitig appelliert sie an nostalgische Empfindungen und vermittelt die Botschaft: „Hier wird Kaffee noch von Hand gemacht.“ Das Kaffeezubereiten und -trinken wird dadurch zu einem richtigen Erlebnis.

gerecht anbieten, genau dann, wenn sie es wünschen.“ Das Derag Livinghotel an der Oper bietet seinen Gästen inhouse Frühstück und im Feld F&B einen besonderen charmanten Service: Das gegenüberliegende Restaurant Soprano verwöhnt die Gäste des Hauses mit einer maßgefertigten und individuellen „Fine Food“-Karte inkl. Roomservice bis 24 Uhr. Hotel- und Apartmentgäste wählen je nach Bedarf individuell aus einem Servicekatalog ihre Wünsche aus. Soll eine Zimmerreinigung mehrmals die Woche stattfinden, kein Problem, will der Gast an einem bestimmten Abend ausgesuchte Speisen in seinem Kühlschrank vorfinden, dann wird diesem Wunsch nachgegangen und der Friseur erscheint bei Bedarf ebenfalls im Hotelzimmer oder im Appartement.

Fazit

Die Idee ist an sich nicht neu, der Erfolg der deutschen Kette gibt jedenfalls den Eigentümern recht. Unkompliziertes Wohnen mitten in der Stadt zu einem fairen Preis ist auf jeden Fall ein Zukunftsmodell.

HOTEL&DESIGN-Bewertung					
Architektur	🌿	🌿	🌿	🌿	
Design	🌿	🌿	🌿		
Service	🌿	🌿	🌿	🌿	



Mag. Gernot Memmer

Können Events nachhaltig sein?

Der Konsument von heute lässt sich immer schwieriger erreichen – der Markt ist werbeüberladen, die Gäste vergleichen Angebote weltweit im Internet. Wo sich der Gast gerne mobilisieren lässt, ist auch im Rahmen von Events – dabei stellen wir uns die Frage: Können diese Veranstaltungen auch nachhaltig wirken?

Kohl & Partner hat bei kleinen und großen Events recherchiert und gibt einen Überblick über vier wesentliche Grundregeln bei der strategischen Planung und Umsetzung von Events:

1. Events müssen das Image stärken – und nicht schwächen

Besser ein kleiner Event mit hoher Imagestärkung in der Zielgruppe als ein Mega-Spektakel, das nicht zur Tourismusdestination passt. Eine für die falsche Zielgruppe und den falschen Ort konzipierte Event-Idee bringt hohe Streuverluste, bringt einen geringeren Wirkungsgrad für die eigentliche Zielgruppe und unterstreicht nicht die Markenpersönlichkeit der Location. Zudem kann ein Event, das nicht zur Tourismusdestination passt, Gäste abschrecken und veranlasst diese, möglicherweise nicht mehr zu kommen.

2. Events mit Kontinuität – statt einmalige Blitzlichter

Bei vielen Events verhält es sich ähnlich wie bei so manchen Produkteinführungen. Zuerst wird mit Aufmerksamkeit und Imagebildung geklotzt, im Laufe der Zeit wird nichts oder zuwenig nachgesetzt. Setzen Sie daher auf den imageträchtigen Dauerbrenner anstatt auf einmalige Blitzlichter. Das Event bringt als integraler Bestandteil einer längerfristigen Kommunikationsstrategie die Lösung für mehr Gäste, Nächte und Geld – drei Jahre Aufbauzeit sind meist einzuplanen.

3. Events als Starthilfe oder laufender Motor für touristische Produkte

Entwickeln Sie begleitend touristische Produkte, die zum Event passen und die nachhaltige Wirkung ermöglichen, oder planen Sie Events passend zu bestehenden Image-Produkten. Entwickeln Sie ein Drehbuch für den Event: von der Idee zur Konzeption bis hin zu den 1.000 Details in der Realisierung.

4. Events mit Nachhaltigkeit

Stellen Sie die Nachhaltigkeit des Events im Sinne der ökonomischen Wirkung (Image, Medienpräsenz, Umsätze, Wertschöpfung und Beschäftigung), der ökologischen Dimension (Umwelt) und der sozialen Wirkungen (Akzeptanz und sozialer Nutzen durch Teilnehmer, Zuschauer, Bevölkerung) sicher und kommunizieren Sie den Nutzen des Events auch gegenüber der einheimischen Bevölkerung.

Wertschöpfung durch Events

Wirkungen von größeren Events können in quantitativen und qualitativen Effekten gemessen werden:

„AIDA-Kommunikationsregel“ für Events:

Attention: Aufmerksamkeit für den Event stärkt erstmal den Bekanntheitsgrad

Interest: Das Interesse wird mit gezielten Botschaften vom Event auf die Region gelenkt und umgekehrt

Desire: Imagetransfer – mit dem Event verbundene Sehnsüchte werden auf die Location transferiert

Action: Let's Go! Nachbearbeitung – vor Ort und medial.

Quantitative Auswirkungen sind: Wertschöpfung und Besucherzahlen, Investitionen und Arbeitsplätze. Diese werden einfach gemessen – sind aber nur kurzfristige wirtschaftliche Effekte und während der Zeit des Events relevant.

Qualitative Auswirkungen: Bekanntheitsgrad, Imagesteigerung, Zielgruppenbearbeitung – Werte, die nicht direkt messbar, aber indirekt wirksam sind. Hier liegen die langfristigen Wettbewerbsvorteile, die durch Event-Marketing erzielt werden können.

Gernot Memmer fasst zusammen

„Events bieten eine mögliche Kommunikationsschiene (kombiniert mit touristischen Produkten der Destination) und sind strategisch zu entscheiden, detailliert zu planen und mit Partnern professionell zu organisieren.“

Nähere Informationen: Mag. Gernot Memmer, Kohl & Partner GmbH, E-Mail: gernot.memmer@kohl.at



Gin at its best

Zum dritten Mal in Folge kombiniert Meisterbrenner Hans Reisetbauer seinen ur-oberösterreichischen Blue Gin mit der herben Süße von Bio-Schlehen. Das Ergebnis „Sloe Berry Blue Gin 2016“. Der formidable Gin wurde in der Kattus Sektkellerei gefeiert. Die limitierte Sonderedition, die nur für die Sommermonate produziert wird, ist ab sofort in der gehobenen Gastronomie sowie im ausgewählten Fachhandel verfügbar.

Der Somersby Cider

Spritzig-leicht im Geschmack und stylisch im Erscheinungsbild – so kennt man den Somersby Cider. Der skandinavische Premium-Cider hat sich mit seinem einzigartig frischen Geschmacksprofil zu einem der am schnellsten wachsenden Cider Europas entwickelt. Ab sofort ist Somersby Cider aus dem Hause Carlsberg über den Vertrieb von Kattus in Österreich erhältlich.



Tradition und zeitgemäßer Genuss

Vor nicht weniger als 230 Jahren schuf Antonio Benedetto Carpano den ersten Bitter Apéritif der Welt. Zum Jubiläum bekommt der Klassiker Carpano Antica Formula ein heraldisches Siegel auf das Etikett der Flasche. 500 Flaschen sind in Österreich über den Vertrieb von Kattus erhältlich.



GETRÄNKE + TECHNIK + SERVICE

EXKLUSIV FÜR DIE GASTRONOMIE

www.grapos.com | www.schankomat.com

Mix it up!

Mit den warmen Temperaturen steigt die Laune nach Gartenparties und leichten, bekömmlichen Sommergerichten. Pesto, Hummus & Dips bringen Abwechslung auf jedes Buffet und sind mit den Kenwood Zerkleinerern angenehm unkompliziert in der Zubereitung.



Sommerlicher Freshpresso

Jura hat sich für die warme Jahreszeit eine sommerliche Variation des Eiskaffees für alle Kaffeeliebhaber überlegt. Für eiskalten und exotischen Genuss wird der Eiskaffee mit aromatischer Vanille und frischem Orangensaft zubereitet. Der Freshpresso ist in nur wenigen Minuten fertig und sorgt an heißen Sommertagen für eine genussvolle Abkühlung.

Das wird benötigt:

45 ml Espresso

30 ml Vanille-Aromasirup

Orangensaft

4 Eiswürfel

Vegetal

Formen aus der Vegetation waren – wie schon bei Algues – Inspiration für den neuen Stuhl Vegetal von Ronan & Erwan Bouroullec. Seine pflanzlich anmutende Konstruktion aus durchgefärbtem Polyamid reicht an die Grenze der technischen Möglichkeiten, die sechs für Kunststoffstühle ungewöhnlichen Farben betonen den Bezug zur Natur. Vegetal ist stapelbar und für Innen- und Außenbereiche geeignet.



Via App durch den Garten



Zum Sommerbeginn werden überall die Gärten und Terrassen für die Freiluftsaison hübsch gemacht. Mit der neuen Lechuza-App lässt sich das eigene Outdoor-Paradies ganz einfach virtuell planen: Die hochwertigen Cottage-Pflanzgefäße und Gartenmöbel von Lechuza werden – auf dem Display des Smartphones oder Tablets sichtbar – dreidimensional und im richtigen Größenverhältnis in den Raum projiziert. So sieht man sofort, wie sich die verschiedenen Produkte in das Umfeld einfügen und kann Farben und Formen direkt vergleichen.

Nähere Infos finden sich online unter www.lechuza.de/app



So kann der Tag beginnen!

Nicht nur in der Hotellerie, auch für die Gastronomie wird ein facettenreiches Frühstücksangebot immer wichtiger. Denn auch abseits des Urlaubes frühstücken die Menschen zunehmend gerne außer Haus.

Ob Sonntagsbrunch oder ein geschäftlicher Termin zum Frühstück anstelle eines Business-Lunch – die erste Mahlzeit des Tages im Hotel oder Café zu zelebrieren, kommt auch in Österreich immer mehr in Mode. Und egal, ob Buffet oder à la Carte, die Gäste schätzen – und erwarten – eine reichhaltige Auswahl an Kaffee, Tee, Säften, Gebäck sowie pikanten und süßen Schmankerln, aber auch an frischem Obst und Gemüse. Denn vegane Alternativen anzubieten ist inzwischen ebenso ein Muss wie das Angebot an allergenfreien Lebensmitteln. Aber nicht nur die Vielseitigkeit, sondern vor allem die Qualität des Gebotenen ist entscheidend, um in- und ausländische Hotelgäste, aber auch ansässige Frühstückser zu begeistern.





Gebäck-Vielfalt

Das Frühstücks-Sortiment der niederösterreichischen Bäckerei Linauer & Wagner beispielsweise ist umfangreich und vielseitig. Neben traditionell-klassischem Brot und Gebäck umfasst das Portfolio natürlich auch zahlreiche Bio-Produkte sowie vegane und gluten- bzw. laktosefreie Backwaren. Österreichs beliebtestes Frühstücksgebäck – die Semmel – etwa gibt es bei Linauer & Wagner nicht nur als die im Steinofen gebackene Handsemmel „klassik“, sondern auch als Bio-Semmel, als Bio-Handsemmel, als kleine Jour-Semmel oder als Lunch-Semmel. Lunch-Gebäck liegt in der Größe zwischen Jour- und Normalgebäck und passt auch ganz wunderbar fürs Frühstück. In diesem speziellen Mittelformat erhältlich sind außerdem: Joghurtriegel, Kornspitz, Kürbiskernlaibchen und Laugenstangerl.



Gut inszeniert

Durch das breite Sortiment an Gebinden und Dispensern bietet Pago jedem Betrieb das passende Angebot für den jeweiligen Frühstücksbereich. So ist etwa der „Pago Genuss-Spender“ ein beliebter Saftspender („Orange“ und „Multifrukt“) für das Frühstücksbuffet, denn er kommt ohne Strom und Wasser aus und ist damit unkompliziert sowie flexibel im Handling. Die klassischen 0,2l-Flaschen lassen sich hingegen mit dem „Pago Genuss Träger“ stilvoll inszenieren: Das Tool wird einfach auf das original Pago-Glas (0,3 l oder 0,5 l) aufgesetzt und dient als Haltevorrichtung für die Flasche. Füllt man ins Glas noch Wasser oder Soda ein, ist der Genuss-Träger ideal, um den Gästen auf neue Art „Pago gespritzt“ zu servieren.

Exquisite Schinken

Das Angebot an Wurst und Schinken ist ein ganz wesentlicher Aspekt für die Qualität des Frühstücks. Als kompetenter Partner der Hotellerie und Gastronomie bietet Wiesbauer Gourmet sowohl ein umfangreiches Sortiment an erstklassigen Wurst-Spezialitäten als auch edle Schinken-Kreationen an. Speziell fürs Frühstück ideal sind etwa der saftige „Butterschinken“, der delikate „Edelbratschinken“ sowie der fein geräucherte „Birkenrauchschinken“. Aber auch der „Spargel-Hollandaise Schinken“ begeistert mit seinem frühlingsfrischen Geschmack. Hergestellt aus bestem Fleisch und von höchster Qualität, werden die Schinken ihrem Markennamen „Wiesbauer Exquisit“ mehr als gerecht.



Rundum vegan

Aufgrund der großen Nachfrage hat Unilever Food Solutions die Rezeptur von „Becel“ so umgestellt, dass die Margarine ab sofort auch für die vegane Ernährung geeignet ist. Das gilt für „Becel Original“ (mit 60 Prozent Fettanteil) ebenso wie für „Becel Vital“ (40 Prozent Fett). Zudem gibt es „Becel“ jetzt zusätzlich in der 10-g-Portionsgröße. Die praktischen Schälchen sind nicht nur für Hotels und Frühstückspensionen ideal, sondern ebenso für Profianwender in Cafés und Bistros.





Fruchtige Muntermacher

Mautner Markhofs „Morgen Zauber“ ist der einzige Fruchtsirup, der wie Nektar schmeckt. Mit 20 Prozent Fruchtanteil und viel Vitamin C sowie ohne künstliche Farb- oder Konservierungsstoffe hergestellt, ist er eine gute Alternative zu herkömmlichen Fruchtsäften und perfekt für einen erfrischenden Start in den Tag. Um morgens für noch mehr Abwechslung zu sorgen, gibt es den „Mautner Markhof Morgen Zauber“ Sirup – zusätzlich zu den Sorten „Orange“, „Multivitamin“ und „Cranberry“ – ab sofort auch in der Variante „Himbeer Pfirsich“. Die Line Extension punktet mit gewohnt intensiv fruchtigem Geschmack, wird wie alle Sirupe von Mautner Markhof in Wien-Simmering hergestellt und ist in der 0,7-l-Flasche erhältlich.



Typisch italienisch

Neben den traditionellen Käsesorten wie Mozzarella oder Ricotta ist Nonno Nanni in Italien vor allem für seine regionalen Frischkäse-Spezialitäten berühmt. Der Top-Seller von Nonno Nanni heißt „Stracchino“ und ist ein einzigartiger Frischkäse aus Norditalien, der sich durch einen sehr milden Geschmack sowie eine weich-zarte, aber dennoch schnittfeste Konsistenz auszeichnet. In Italien wird der Stracchino meist in Scheiben geschnitten auf frischem Weißbrot gegessen – insbesondere gerne auch schon morgens. Er eignet sich aber auch bestens für Salate sowie als Basis vieler mediterraner Rezepte.

Unbeschwert genießen

Die Unternehmensgruppe Dr. Schär ist europaweit führend bei glutenfreien Lebensmitteln. Von Frühstücks-Cerealien über Brot und Kuchen bis hin zu Tiefkühlgerichten findet sich speziell auch für den Foodservice-Bereich eine Vielzahl an glutenfreien Produkten im Angebot. Um der steigenden Zahl an Personen, die an Gluten-Unverträglichkeit leiden, unbeschwerten Genuss zu garantieren und die spezielle Ernährung auf Reisen zu erleichtern, hat Dr. Schär die Plattform glutenfreeroads.com ins Leben gerufen: Hier finden Betroffene über 53.000 Adressen von Shops, Hotels, Restaurants und Cafés, wo glutenfreie Lebensmittel angeboten werden.



Perfekte Parfaits

Ein Highlight sowohl am Frühstücksbuffet als auch beim A-la-Carte-Frühstück sind die exklusiven Pasteten von Hink im hübschen 40-g-Glas. In dieser praktischen Portionsgröße erhältlich sind feines „Hühnerleberparfait“, „Gänseleberparfait mit Madeira“ und „Entenleberparfait mit Portwein“ sowie „Kalbsleberpastete“ in drei Variationen (klassisch, mit Preiselbeeren oder mit Trüffel). Zusätzlich abgerundet wird das Angebot mit einer herbstlichen „Hirschpastete mit Preiselbeeren“ sowie dem „Heurigen Kümmelbraten“ – ein cremiger Aufstrich basierend auf frischem Kümmelbraten mit krossem Krusperl. Die Gläser sind praktischerweise ungekühlt lagerbar und können ab einer Bestellmenge von 2.000 Stück mit dem eigenen Logo auf den Etiketten ausgestattet werden.





Perfekter Kaffee- genuss mit JURA

Die WE6 und WE8 beherrschen virtuos die Klaviatur der Kaffee-klassiker von Ristretto über Espresso bis hin zum Café crème. Im Zentrum stehen dabei die Frage nach dem perfekten Genuss und Kaffeespezialitäten-vielfalt.

Die neue WE-Linie sorgt nicht nur für ein einzigartiges Kaffee-Erlebnis, sondern ist auch optisch ein Highlight. Ihr klares, zeitgemäßes Design zeigt sich funktional und durchdacht. Klare, symmetrische Formen, harmonische Linien und Liebe zum Detail verleihen eine elegante Ästhetik.

Was braucht der Kaffee, um sein Aroma optimal entfalten zu können? Die Antwort: Zeit. Deshalb wurde das Brühverfahren für Espresso und Ristretto von Grund auf perfektioniert. Entstanden ist eine Weltneuheit: der Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.*). Er optimiert die Extraktionszeit und garantiert auch bei kurzen Kaffeespezialitäten ein Höchstmaß an

Aroma. Für eine spielend leichte Bedienung sorgen frontal angeordnete Tasten und ein modernes TFT-Display.

Für alle Bedürfnisse

Die neue WE6 von JURA zeichnet sich durch hohe Autonomie aus und ist gerade für den Einsatz in Büros, Geschäftsräumen sowie Ladenlokalen oder bei Großfamilien hervorragend geeignet. Die neue WE-Linie revolutioniert den Kaffee-genuss in jeder Hinsicht und liefert Espresso wie in der Kaffeebar in acht klassischen Spezialitäten. Die Extraktionszeit wird dabei optimiert, indem er beim kurzen Espresso das heiße

Wasser getaktet – in schnellen Intervallen – durch das Kaffèepulver presst und somit ein Höchstmaß an Aroma garantiert.

Einfachstes Bedienkonzept

Wer auf direktem Weg zu seinem Lieblingskaffee gelangen möchte, kommt bei der WE6 ganz auf seine Kosten. Frontal angeordnete Tasten und ein modernes TFT-Farbdisplay machen die Bedienung besonders einfach. Auch das Einfüllen der Bohnen oder Nachfüllen von Wasser erweist sich als simpel. Der Wassertank mit 3 Liter Fassungsvermögen kann bequem von vorne entnommen werden.



Genauso einfach wie die Zubereitung ist auch die Pflege. Integrierte Spül- und Reinigungsprogramme sorgen für TÜV-zertifizierte Hygiene auf Knopfdruck. Hygienisch reines Wasser und Schutz vor Kalk liefert die neue CLARIS-Smart-Filterpatrone, welche nun erstmals durch eine automatische Filtererkennung mit dem Vollautomaten verbunden ist. Dank dem intelligenten Wassersystem (I.W.S.*) werden die Vorteile des Filters optimal genutzt und Fehler vermieden. Dies garantiert stets beste Wasserqualität als Grundlage für perfekten Kaffeegenuss.

Wer auf Kaffeespezialitätenvielfalt, Flexibilität, Einfachheit und Ästhetik setzt, liegt mit der neuen WE8 ebenfalls goldrichtig. Sie besticht durch hohe Autonomie und eignet sich ideal für den Einsatz in Büros, Geschäftsräumen, Ladenlokalen oder bei Großfamilien. Trotz hoher Kapazität findet sie aufgrund ihrer Kompaktheit überall leicht Platz. Die One-Touch-Funktion zaubert zwölf verschiedene Klassiker und Trendspezialitäten wie Latte macchiato, Flat White oder Cappuccino ganz einfach auf Knopfdruck und in höchster Feinschaum-Qualität. Frontal angeordnete Tasten und ein modernes TFT-Display machen die Bedienung besonders einfach. Die Weltneuheit, der Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.*), kommt auch bei der WE8 zum Einsatz.

Harmonisches Design

Klare, symmetrische Formen, harmonische Linien und viel Liebe zum Detail verleihen der WE-Linie im charakteristischen JURA-Design eine hochwertige Ästhetik, die in jeder (Büro-) Küche hervorragend zur Geltung kommt. Elegante Chrom-Highlights an der Front bringen den Look der professionellen WE8 zudem vollendet zur Geltung.

www.at.jura.com





Die neuen 500-g-Honigspender von Darbo

Einfach nur zum Drücken

Für ein perfektes „Guten Morgen“
beim Frühstück sorgt Darbo.
Unter anderem mit den neuen
Honigspendern.



Bereits im Jahr 1879 hat die Familie Darbo begonnen, Konfitüren und Fruchtaufstriche herzustellen. Im Laufe der Zeit wurde das österreichische Traditionsunternehmen zum Synonym für schonende und fachkundige Verarbeitung von Früchten in höchster Qualität sowie zum österreichischen Marktführer im Konfitüren- und Honigmarkt, sowohl im Lebensmitteleinzelhandel als auch in der Gastronomie.

Einfaches Dosieren garantiert

Mit den neuen 500-g-Honigspendern in ansprechendem Bienenkorbdesign aus dem Hause Darbo wird das Frühstück zu einem wahren Honigleckern und nicht zu einem Honigpatzen. Die praktischen Spender garantieren ein sauberes und einfaches Dosieren und sind somit die ideale Lösung fürs Frühstücksbuffet. Passende und optisch ansprechende Holz- und Acrylaufsteller ermöglichen eine dekorative Platzierung am Frühstücksbuffet oder direkt am Tisch.

Erhältlich sind ein heller, milder Blütenhonig sowie eine dunkle, kräftige Mischung aus Wald- und Blütenhonig. Zwei äußerst beliebte Sorten, die ideal als Brotaufstrich, zum Süßen von Tee oder anderen Getränken sind und sich auch hervorragend zum Verfeinern von Joghurt sowie Müsli eignen. Durch intensive Qualitätskontrollen und jahrzehntelange Erfahrung in Auswahl, Beschaffung und Abfüllung von Honig erreicht der österreichische Marktführer Darbo höchste Produktqualität. Erhältlich im gut sortierten Großhandel in Überkartons à 6 Stück.

www.darbo.at



WE-Linie

Perfekter Kaffeegenuss im Büro

Kaffee beflügelt die Kreativität, fördert die Kommunikation und steigert den Wohlfühlfaktor. Deshalb schuf JURA die »plug-and-enjoy«-Geräte für stilvollen Kaffeegenuss am Arbeitsplatz. Dank des einzigartigen Puls-Extraktionsprozesses (P.E.P.®) gelingen selbst kurze Spezialitäten wie Ristretto und Espresso in höchster Kaffeebar-Qualität. Flexibilität, Ästhetik, Einfachheit und erhöhte Kapazität von Bohnenbehälter, Wassertank sowie Kaffeesatzbehälter sind ihre großen Stärken. Das macht sie überall dort unentbehrlich, wo rund 30 Spezialitäten am Tag genossen werden:

- Büro
- Werkstatt
- Anwalt, Notar
- Geschäftsräume
- Atelier



WE8 – Für Spezialitäten-Liebhaber



WE6 – Für Klassik(er)-Freunde

Herstellergarantie: 25 Monate oder bis 16.000 Bezüge



Perfektes Tagen

Das Star Inn Hotel Wien Schönbrunn wird speziell von Business-Gästen sehr geschätzt. Das Angebot ist stimmig und beginnt mit einem perfekten Frühstück. Produkte aus dem Hause WMF sind dabei sehr hilfreich.

Im modern designten 3-Sterne Hotel stehen 283 Zimmer, eine großzügige Lobby mit 24h-Barservice und zwei Tagungsräumen zur Verfügung. Geschäftsreisende schätzen neben der Nähe zu zahlreichen bekannten Firmen und der hervorragenden Verkehrsanbindung vor allem das professionelle Tagungsservice des Hotels. In zwei ruhigen Seminarräumen lassen sich Konferenzen, Besprechungen und Präsentationen erfolgreich abhalten. Die

Räume Sissi und Franzl sind mit jeweils 70/100 m² für 25/35 Personen geeignet, barrierefrei zugänglich sowie mit moderner Tagungstechnik ausgestattet und ein ganz wichtiger Aspekt dabei – Tageslicht mit Gartenblick trägt im Star Inn Hotel auch zu einem erfolgreichen Seminar bei. Die hauseigene Hotelgarage und die U-Bahn in unmittelbarer Nähe sind weitere Pluspunkte des Hotelangebotes.





Modern und komfortabel

Alle 283 Zimmer des Hotels sind modern designt eingerichtet. Zur Standardausstattung gehören individuell regulierbare Klimaanlage, Badezimmer mit Dusche und Haarfön, ein französisches Bett, 42-Zoll LED-TV, Schreibtisch, Telefon und ein Minikühlschrank mit einer kostenfreien Flasche Wasser. Die 165 Business-Zimmer sind noch geräumiger und bieten ein zusätzliches, bequemes Ledersofa sowie einen größeren Schreibtisch. Darüber hinaus stehen noch 16 Familienzimmer mit zwei französischen Betten für vier Personen und fünf barrierefreie Zimmer bereit. Höchsten Komfort garantieren die sechs Suiten, mit separatem Wohn- und Schlafbereich. Kostenfreies WLAN ist im gesamten Hotel selbstverständlich verfügbar.



Kaffeemaschinen zubereitet werden. Und unsere ‚Star Inn‘ Design-Frühstücksteller sind ebenfalls ein Highlight des Frühstücks. Ebenso wird das WMF-Besteck immer öfters sehr positiv von unseren Gästen wahrgenommen“, so Eva Reiner, Direktorin des Hotels.

Mit „Base“ isst man richtig

Mit „Base“ stellt WMF Hotel ein neues, modernes Besteck für den breiten Einsatz in Gastronomie und Hotellerie vor. „Base“ ist mit seiner klaren, glatten Form mit Porzellandekoren und Tischaccessoires verschiedener Stilrichtungen einfach zu kombinieren. Es zeichnet sich durch eine angenehme Haptik und eine ausgewogene Balance aus. Die Verarbeitungsqualität des Bestecks aus rostfreiem Edelstahl 18/10 CromarganR entspricht den hohen Anforderungen, die in der Gastronomie an ein hochwertiges Besteck gestellt werden.

... und der Tag kann beginnen

Speziell das Thema „Frühstück“ ist für die meisten Gäste ein sehr wichtiges, wird damit sozusagen sehr oft ein anstrengender Tag eingeleitet. Deshalb setzt das Star Inn Hotel ganz bewusst auf ein erstklassiges reichhaltiges Frühstücksbuffet. Ob frisch geschnittenen Serano Schinken über verschiedene Wurst- und Käsespezialitäten, die kulinarische Palette ist umfangreich und bietet für jeden Geschmack etwas. Und der frisch geschnittene norwegische Räucherlachs mit cremigen Oberskren, Zitrone und einem frisch zubereiteten Rührei machen das Buffet zusätzlich zu etwas Besonderem.

Das Auge isst immer mit

Beste Zutaten im Angebot sind eine Voraussetzung für zufriedene Gäste, formschönes Besteck und Teller tragen aber ebenso viel zu einem rundum zufriedenen Gästeklientel bei. Daher verlässt sich das Hotel ganz bewusst auf Produkte aus dem Hause WMF. „Besonders hervorzuheben ist unser erlesene Auswahl an Kaffeespezialitäten, welche ganz frisch mit WMF-

Have a snack

Immer mehr Menschen ziehen einen leichten Lunch einer üppigen Mahlzeit vor. Die Speiseartikel von „Solutions“ geben diesem Trend einen abwechslungsreichen Rahmen. Auf der langen Platte machen Sandwiches eine genauso gute Figur wie die Suppenschale. Appetizer lassen sich verlockend auf dem neuartigen Gourmetlöffel platzieren, der sich ebenso als Presenter für Pralines eignet. Die Macchiato-Gläser verschaffen auch Desserts einen reizvollen Auftritt. Belegte Brötchen, Sandwiches und Kuchen werden gleich auf quadratischen oder rechteckigen Tellern angerichtet und platzsparend an der Theke präsentiert. Die Platten und Teller sind extrem grifffreundlich, da der breiteste Rand sich dort befindet, wo der Daumen zum Festhalten liegt. Und das gesamte Programm ist natürlich spülmaschinenfest.

Mit einem Wort – mit perfekten Besteck und Tellern und einen qualitativ hochwertigen Angebot kann man jeden Gast schon am Morgen begeistern.

Genuss ganz ohne Promille



Jung, trendy und ganz im Sinne des Zeitgeistes ist „Brooklyn – Homemades Style“, das Getränke-Konzept des steirischen Postmix-Herstellers Grapos.

Warum nennt ein österreichisches Unternehmen sein Lieblingsprodukt ausgerechnet „Brooklyn“? Inspiriert wurde Grapos Geschäftsführer Wolfgang Zmugg auf einem Spaziergang durch den Stadtteil von New York City. „Die „Brooklyn – Homemade Style“-Linie von Grapos trifft auch bei uns genau den Geschmack der stetig wachsenden Zielgruppe von ernährungs- und auch umweltbewussten Menschen“, so Zmugg. „Brooklyn“-Getränke sind frei von Allergenen, vegan, weniger süß, dafür aber noch fruchtiger, vermitteln das Gefühl von selbstgemacht und sind ökologisch und geprüft nachhaltig.

Gurken, Früchtescheiben und Eis zur Selbstentnahme sorgen für eine ansprechende und gleichzeitig einfache Handhabung. Ganz nach Lust und Laune können so die alkoholfreien Drinks individuell gemischt und selbst kreiert werden. Das ist es, was das „Brooklyn“-Konzept so einzigartig macht: Einerseits bekommt der Gast ein Feeling von „Cocktail in der Hand“ und andererseits genießt er ein alkoholfreies Erfrischungsgetränk in höchster Qualität. Selbstverständlich immer frisch, eisgekühlt und ganz nach Geschmack prickelnd oder still – und das bei minimalem Aufwand für den Wirt.

Individuell und einzigartig

Die Ausschankgeräte sind nicht nur die absoluten Hingucker für jedes Lokal, sondern bieten zusätzlich jede Menge Spielraum für Phantasie und Spaß für den Gast. Kleine Behälter für Kräuter,

Sortenvielfalt und Bioqualität

Derzeit sind die „Brooklyn – Homemade Style“-Produkte in acht köstlichen Sorten verfügbar, drei davon sogar in Bioqualität: Holunderblüte, Grüntee-Kaktusfeige (mit echtem Grüntee), Rhabarber, Lemon, Vitaminwasser sowie Bio-Kirsche, Bio-Apple und Bio-Orange. Es versteht sich von selbst, dass alle acht „Brooklyn“-Sorten auch für die anderen Schankanlagen der Grapos Marke „Schankomat“ verfügbar sind.

Die individuell für den Betrieb maßgeschneiderten und in Größe sowie Design für jeden Stil adaptierbaren Ausschankgeräte peppen den Betrieb nicht nur auf, sondern bieten alle Vorteile des Offenausschanks gegenüber Flaschengetränken: Sie sind besonders günstig, da in Bag-in-Boxen angeliefert und mit wenig Platzaufwand und ungekühlt lagerbar. Die Kosten für

Lagerung und Entsorgung von Leergebinden entfällt.

„Brooklyn“-Getränke sind weniger süß und durch die Beigabe von Kräutern und frischen Früchten nicht nur ein besonders fruchtiges Geschmackserlebnis, sondern auch ein besonderer Augenschmaus.

www.grapos.com



Spannendes aus
der WIBERG
Genusswelt



BurgerMania

Mobilität, Flexibilität und Schnelligkeit – der Trend, der sich daraus entwickelt hat, nennt sich Infinite Food und führt zu Entwicklungen wie Street Food, Food Trucks sowie Concept Stores. Mit seinen Neuzugängen sorgt WIBERG für einen Hype in puncto Street Food, der jeden Burgerliebhaber zum absoluten Fan macht. Christian Berger vom WIBERG Team Inspiration gibt Auskunft über aktuelle Food- und Grilltrends:

Die Ansprüche der Konsumenten haben sich in den letzten Jahren definitiv erhöht. Vor allem bei Snacks und Fast Food setzen Kunden heute immer mehr auf beste Qualität sowie moralische Unbedenklichkeit. „Fast Good“ lautet das neue Motto und rückt Genuss und Gesundheit mit reinem Gewissen in den Vordergrund. Dazu zählen Werte wie regionale Herkunft der Lebensmittel, Bioqualität, fairer sowie nachhaltiger Handel mit den Erzeugern, gegebenenfalls fleischlos und frei von Allergenen. WIBERG reagiert darauf mit innovativen Burger- & Grill-Würzungen für qualitativ hochwertiges Fast bzw. Street Food in verschiedenen Geschmacksrichtungen und von garantiert bester Qualität.

Der Burger Boom

Als „Semmerl mit Fleischlaberl“ hat der Burger auch hierzulande seine Tradition. Einfach in der Handhabung ist er zudem auch noch und wenn er aus hochwertigen Komponenten zusammengesetzt wird, ist der Burger auf jeden Fall ein Thema für die Gastronomie. Alle Zutaten – vom Brot bis hin zur Sauce – lassen sich in ihrer Ausprägung variieren, verfeinern und neu umsetzen. Tofu, Seitan oder Süßkartoffelscheiben statt Fleisch, kein Problem, denn mit der richtigen Würzung entstehen auch fleischlose Burger, die jeden begeistern!

Übrigens, schon probiert: SMOKEY BEEF BUGER: Rinderfaschiertes mit Speck vermengen und mit Burger Mix Spicy sowie Paprika geräuchert würzen. Anschließend zu Laibchen formen, mit Oliven-Öl bepinseln und saftig grillen. Burger-Brötchen angrillen, mit den Laibchen, Salatblättern, Zwiebeln, Tomaten sowie Speckscheiben füllen und mit reichlich Dip-Sauce Smoked Honey vollenden.

Würzig-Vegan

Mit intensivem Geschmack nach Thymian und Oregano ist der Burger Mix Herby ein sensationeller Newcomer. Die ausgewogene Würzmischung eignet sich vor allem zum Abschmecken von Burger- und Hackfleischgerichten. Ohne Zugabe von Zusatzstoff Geschmacksverstärker, kenntlich zu machende Zusatzstoffe, Lactose oder Allergenen präsentiert sich die Mischung als rein pflanzliches Produkt und folgt zudem einem großen Trend, denn sie ist nicht nur glutenfrei, sondern auch vegan.

Temperamentvoll Scharf

Burger Mix Spicy ist eine feurige Würzmischung mit intensivem Geschmack nach Chilli und mit natürlicher, dezenter Rauchnote. Sie ist ebenso einfach in der Anwendung wie der Burger Mix Herby und genauso clean in allen Bereichen!

Smoke it honey

Fruchtig-rauchig, mit tasmanischer Bergpfefferschärfe und einer dezenten Honignote – so lautet die Charakteristik der neuen Dip-Sauce Smoked Honey. Sie ist ideal zu Spare Ribs, Steaks, Burger, eben zu allen Köstlichkeiten vom Grill sowie Pommes und Wedges.

www.wiberg.eu



Gläserpolieren – das war gestern!

Nie mehr polieren und brillante Spülergebnisse – das ist mit den neuen Winterhalter Umkehrosmose-Geräten der AT Excellence-Serie garantiert machbar.



„Um höchste Ansprüche unserer Kunden an die Wasserqualität in Zukunft noch besser zu erfüllen, haben unsere Ingenieure ihr ganzes Know-how in die Entwicklung der neuen Umkehrosmose-Geräte eingebracht“, erklärt geschäftsführender Gesellschafter Ralph Winterhalter stolz. Winterhalter Kunden können sich jederzeit auf polierfreie Spülergebnisse verlassen: Das neue Produktprogramm umfasst zwei externe Geräte, die AT Excellence-S und AT Excellence-M, sowie eine in die Untertischspülmaschine eingebaute Lösung, die UC Excellence-i.

Perfektes Spülergebnis

Für ein gleichbleibend perfektes Spülergebnis spielt die Beschaffenheit des Wassers eine zentrale Rolle. Kalkablagerungen, Schlieren und Flecken auf dem Spülgut können mit einer professionellen Wasseraufbereitung wirkungsvoll vermieden werden. Die Umkehrosmose-Geräte der neuen AT Excellence-Serie filtern nahezu 100 Prozent der unerwünschten Inhaltsstoffe aus dem Wasser.

„Mit der neuen Gerätegeneration garantieren wir mit Sicherheit polierfreie Spülergebnisse ohne Qualitätsschwankungen. Das spart Zeit und Kosten“, betont Arndt Manter, Senior Produktmanager für Wasseraufbereitungsgeräte bei Winterhalter. Die beiden externen Geräte AT Excellence-S für Untertischmaschinen und AT Excellence-M für Durchschubspülmaschinen unterscheiden sich lediglich in ihren Abmessungen und Kapazitäten. Gespült wird immer mit optimalem Wasser für beste Spülergebnisse. Die gesetzlich vorgeschriebene Wassertechnische Sicherungseinrichtung (WSE) ist bei den Geräten der AT Excellence-Serie bereits eingebaut. Es entstehen weder zusätzlicher Installationsaufwand noch Extrakosten.

Platzsparend

Die UC Excellence-i und UC Excellence-iPlus sind vollständig in die Untertischspülmaschinen der Größen S und M eingebaut. Dadurch beschränkt sich der Platzbedarf auf die Abmessungen der Spülmaschine. Johann Freigassner, Geschäftsführer Winterhalter Gastronom Vertrieb und Service GmbH, Österreich verdeutlicht: „So wird das Spülen mit Osmosewasser selbst im engen Thekenbereich problemlos möglich und höchste Ansprüche an die Wasserqualität werden erfüllt.“ Bei der UC Excellence-iPlus, die zusätzlich mit einem eingebauten Enthärter ausgestattet ist, können dank der Funktion „VarioAqua“ bei den Spülprogrammen unterschiedliche Wasserqualitäten hinterlegt werden. Gerade in Snackbars, Coffeshops oder Bistros bietet sich diese Funktion an: Gläser können mit Osmosewasser und Geschirr mit enthärtetem Wasser gespült werden. Gleichzeitig werden die Leistung und Lebensdauer der Membran erhöht. Durch vorenthärtetes Wasser wird die Effizienz zusätzlich gesteigert.

www.winterhalter.at

Und der Sommer wird anders ...

Mit Schlumberger ON ICE wird eine Innovation speziell für den Sommer präsentiert.



Mit der neuesten Drink-Innovation bringt die Traditions-Sektkellerei erstmals einen halbtrockenen Sekt auf den Markt, der perfekt zum aktuellen Trend zu fruchtigen, eiskalten Getränken passt – ein Sekt für die lifestylebewusste Gesellschaft. Für Schlumberger-Vorstandsvorsitzenden Eduard Kranebitter ist klar, dass ON ICE der Trend-Sommerdrink 2016 wird, denn: „Unser Ziel war es, einen echten Trendsetter zu schaffen. Sekt soll für die junge, lifestylebewusste Generation und für die Szene-Gastronomie wieder sexy gemacht werden. Unsere neue Kreation entwickelt den perfekten, erfrischend-fruchtigen Geschmack am besten, wenn sie gut gekühlt auf Eis serviert wird. Darüber hinaus eignet sich Schlumberger ON ICE hervorragend als Basis für coole Cocktails. Damit bringen wir frischen Wind in das beliebte Thema der Sommerdrinks und in Szene-Lokale, Bars sowie auf Terrassen und in Schanigärten.“

Méthode Traditionnelle

Das trendige Neuprodukt wird als ON ICE Classic und ON ICE Rosé nach der Méthode Traditionnelle aus ausschließlich österreichischen Qualitätstrauben hergestellt und in besonders edler Aufmachung angeboten. Das hochwertige Flaschendesign mit teiltransparenten Eiswürfelabbildungen ist eine absolute Neuheit und lässt dank einer neuen Sleeve-Technologie auch einen Blick auf den Inhalt zu. Als erster halbtrockener Sekt aus dem Hause Schlumberger ist ON ICE prickelnd-fruchtig und erfrischend im Geschmack. Die größte Neuerung ist aber die Art, wie das Produkt genossen wird: in großen Weingläsern, gut gekühlt und auf Eis aufgegossen. Diesen Trend zu eiskalten, fruchtigen Drinks hat Schlumberger bereits vor rund zwei Jahren erkannt. Mit der erforderlichen Vorlaufzeit bei Sekt der höchsten Qualität – der Herstellungs- und Reifeprozess in den kühlen Kellern der Sektkellerei nimmt zumindest 18 Monate in Anspruch – konnte Schlumberger ON ICE nun endlich der breiten Öffentlichkeit präsentiert werden.

www.schlumberger.at

Die Trend-Sommerdrinks mit Schlumberger ON ICE

Blueberry Basil Sparkler

3 cl Stolichnaya Premium Vodka
10 cl Schlumberger ON ICE Rosé
Heidelbeeren
Deko: Basilikum

French 75

10 cl Schlumberger ON ICE Classic
3 cl Bulldog Gin
1,5 cl Zitronensaft
1 cl Zuckersirup (2:1)
Deko: Lemon Twist

ICE Tonic

10 cl Schlumberger ON ICE Rosé
6 cl SENS Tonic Water
Deko: Scheibe Grapefruit & Minze



Die beiden renommierten Barkeeper Sigrid Ehm und Dein Dumancic präsentierten die ON ICE-Sommerdrinks 2016.



Schnelle Badsanierung

Bekannt als Spezialist für Duschsysteme und Duschabtrennungen bietet Baduscho nun mit „Recrea“ ein neues Wandverkleidungssystem für die schnelle, einfache und kostengünstige Bad-Sanierung. „Recrea“ ist ein Wandpaneel, das den alten Untergrund – egal ob Fliesen oder Wand – in der Dusche, hinter der Badewanne oder auch im gesamten Bad durch eine neue Oberfläche ersetzt. Die fugenlosen Wandpaneele, die in verschiedenen Dekoren erhältlich sind, lassen sich millimetergenau zuschneiden und einfach auf alle vorhandenen Untergründe kleben. Sie sind nicht nur zu 100 % wasserresistent, sondern auch strapazierfähig, kratzfest, lichtbeständig und durch ihre Fugenlosigkeit hygienisch und schimmelresistent.

Komplex und vielfältig

Lounges, Wartebereiche, Cafeterien und informelle Besprechungszonen werden lässiger und hochflexibel. Denn Brunner hat die minimalistische Produktfamilie „hoc“ um einen sechseckigen Dreisitzer und einen schlanken Dreifußsteh Tisch erweitert. Die Selmer Objekteinrichtungen GmbH ist Exklusivrepräsentant der Brunner GmbH in Österreich.



The untouched rum

Rum aus dem Haus Mezan wird in ehemaligen Bourbonfässern ohne Zusatz von Zucker und Zuckercouleur sowie ohne Kältefilterung zu optimaler Reife geführt. In Österreich sind im Sortiment von Top Spirit folgende Rums erhältlich: „Jamaica X.O“, ein Blend aus mehreren Rumsorten, der die aromatische Kraft der Rums aus Jamaika besonders zur Geltung bringt, sowie „Guyana 2005“ und „Panama 2006“. Beide sind Jahrgangsrums, die jeweils aus demselben Destillationsjahr und einer einzigen Destillerie stammen.



Moderne Innentüren mit Aluzargen

Durch den Einsatz des Aluzargen-Systems wird der Türstock überflüssig: Das System überzeugt einerseits mit einer günstigeren Lösung und mit einer schönen, modernen Optik. Die Innentüren von KAPO und der Neuen Wiener Werkstätte zeichnen sich nicht nur durch individuelle Gestaltungsmöglichkeiten aus, sie bestechen auch durch ein Höchstmaß an Qualität.





Klar wie Eis

Dieser Vodka wurde nicht als Ergebnis einer Marktstudie, sondern als Erinnerung an eine knapp überlebte Reise auf den Südpol und an die Entdeckung eines echten, 18.000 Jahre alten Mammuts kreiert. Auch die gebogene Form der Flasche – einem Mammutstoßzahn nachempfunden – sowie seine besondere Qualität machen Mamont Vodka einzigartig. Top Spirit hat diesen einzigartigen Vodka im Sortiment.

Fließendes Wellen-Design

Mit der einzigartigen Badmöbel-Serie „Aquawave“ positioniert sich Klomfar als österreichischer Luxus-Badmöbel-Hersteller. Die Details machen deutlich, dass die Serie mit ihren fließenden Oberflächen und dem wellenförmigen Design Stilsicherheit verspricht. Sie überzeugt auch in Hinblick auf Herstellung und Entwicklung mit dem neuesten Stand der Technik.



Dem Himmel so nah

Kreiert für Genießer, die Abwechslung suchen, feierte der Pommery Royal Blue Sky am 20. Juni 2016 im Berliner KaDeWe Premiere. Das erlesene Produkt inspiriert leidenschaftliche Champagnertrinker, den französischen Klassiker auch auf unkonventionelle Art zu genießen und überrascht mit atemberaubender Frische.



Doppelt gereift

Beam Suntory brachte kürzlich mit „Jim Beam Double Oak“ einen neuen Premium-Whiskey auf den Markt. Wie alle Kentucky Straight Bourbons von Jim Beam reift auch der „Double Oak“ (43 Vol.%) zunächst traditionell in neuen, ausgeflamten Fässern aus amerikanischer Weißeiche, danach wird er weiter in einem zweiten Fass gelagert. Dieser zweifache Reifungsprozess ermöglicht einen ausgeprägten Kontakt mit dem Holz, wodurch sehr komplexe, ausbalancierte Geschmacksnoten entstehen. Das Ergebnis ist ein sehr runder Bourbon mit lieblichen Aromen nach Vanille, Karamell und Toffee sowie lang nachklingenden Holznoten im Abgang.



Mega groß und sicher

Innenverglasungen bringen Transparenz und Tageslicht in Gebäude aller Art. Daher suchen Architekten nach neuen Dimensionen zwischen Boden und Decke – am besten ohne Zwischenfugen oder Rahmen. Mit Contraflam® Mega hat Vetrotech Saint-Gobain dafür die perfekte Lösung entwickelt und bringt nun das größte transparente Brandschutzglas auf den europäischen Markt.



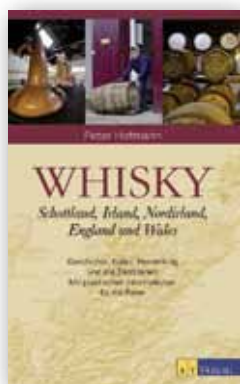


BURGER UNSER – Das Standard-Werk für wahre Liebhaber

Hubertus Tzschirner / Nicolas Lecloux / Dr. Thomas Vilgis / Nils Jorra / Daniel Esswein

Der „Federball-spielende Italiener“ trifft auf den „Schönen Jacques“, sie liefern sich ein Duell voll saftigem Fleisch, würzigen Saucen und herzhaften Beilagen. Der eine punktet beim Sauereifaktor, der andere mit feinen Zutaten. Denn die beiden könnten unterschiedlicher nicht sein ... Der Sieger? Kommt ganz auf den Geschmack an. Und der kommt in diesem Standardwerk für Burgerliebhaber bestimmt nicht zu kurz. Abwechslungsreich und überraschend liefert es spektakuläre 70 Rezepte und zeigt, dass alles, was man bisher für Burger gehalten hat, bloß belegte Brote waren. Ob Burger-Novize oder -Professional – das Burger Unser verspricht den Eintritt ins Burger-Paradies! Nicht mehr und nicht weniger. Amen.

Gebunden mit Sonderausstattung, Leseband, 25 x 28 cm, 288 Seiten, ca. 150 Farbfotos, 41,10 €, ISBN: 978-3-7667-2201-0, Verlag Callwey

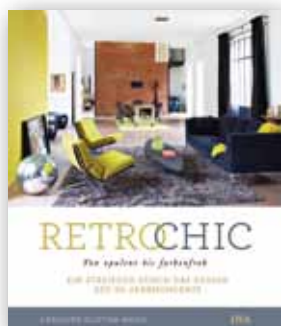


Whisky

Peter Hofmann

Im vorliegenden kompakten Sach- und Reisehandbuch konzentriert sich der Autor auf die in Europa beliebtesten Whisky-Länder Schottland, Irland, Nordirland, England und Wales. Nach den wichtigsten Grundlagen über die Destillation im Allgemeinen, die Herstellung und Arten von Whisky werden sämtliche Destillerien Grossbritanniens und Irlands detailliert beschrieben, ergänzt durch Hinweise auf Sehenswürdigkeiten, interessante Anlässe, empfehlenswerte Restaurants, Pubs und Whisky-Bars, gute Übernachtungsmöglichkeiten und vieles mehr.

Gebunden, 14 cm x 22 cm, 550 Seiten, 51,30 €, ISBN: 978-3-03800-918-4, AT Verlag



Retro Chic – Von opulent bis farbenfroh

Ein Streifzug durch das Design des 20. Jahrhunderts | Caroline Clifton-Mogg

Retro Chic ist nicht nur ein Buch über das Design des 20. Jahrhunderts. Es stellt zeitlose Interiors vor, in denen Alt und Neu aufs Schönste vereint sind. Von ländlichen Anwesen über herrschaftliche Stadthäuser bis zu umgebauten Fabriketagen: Die Autorin zeigt, wie man ausgewählte Stücke kombiniert und in einen überraschenden Kontext setzt – in jedem einzelnen Raum der Wohnung, vom Stuhl bis zum Spiegel, von der Leuchte bis zum Teppich. Ein opulent bebildertes Buch mit einer Fülle von Ideen, die Seite für Seite ein inspirierendes Vergnügen sind. Gebundenes Buch mit Schutzumschlag, 41,20 €, ISBN: 978-3-421-04011-4, Verlag DVA



Süße Kunst – Dekor in Konditorei und Patisserie

Leo Forsthofer, Ernst Lienbacher

Dekorbücher gibt es wie Sand am Meer – die „Süße Kunst“ jedoch ist einzigartig. Noch nie gab es alles in einem Buch: Mit Marzipan-, Schokoladen-, Zucker- und gebackenem Dekor umfasst die „Süße Kunst“ eine bis dato unübertroffene Bandbreite an klassischen und abstrakten Dekorvarianten. Die beiden Konditormeister Leo Forsthofer von der Konditorei Oberlaa in Wien und Ernst Lienbacher, Chef der Konditorei und Confiserie Lienbacher in Spittal an der Drau bereiten ihr immenses Fachwissen erstmals für ein breites Publikum auf. Mit einfachsten Mitteln zeigt Forsthofer, wie man auf schnelle und unkomplizierte Weise zu spektakulären Ergebnissen kommt. Zahlreiche Fotos veranschaulichen Schritt für Schritt die Herstellung diverser Dekorelemente, sei es eine Masche aus Seidenzucker, eine Blüte aus Marzipan oder zarte Schwünge aus Schokolade.

Hardcover, 24 x 30 cm, 268 Seiten, 79,90 €, ISBN 978-3-99033-604-5, Trauner Verlag



Der Traum vom englischen Garten auf dem Lande

Wie aus dem Nichts ein Paradiesgarten geschaffen wurde | Oliver Kipp, Karsten Brakemeier

Country-Garden made in Westfalen – auf knapp einem Hektar Weideland entstand in 15 Jahren ein Gartenparadies, das inzwischen zum Geheimtipp für Gartenliebhaber in ganz Deutschland und darüber hinaus avanciert ist. Nur selten öffnen Karsten Brakemeier und Oliver Kipp ihre Gartenpforte. Jetzt geben sie Einblick in ihr privates Paradies, in dem alles selbstgemacht ist – vom Entwurf über die Ausführung bis hin zur Bepflanzung mit unzähligen Raritäten und Besonderheiten.

Gebundenes Buch mit Schutzumschlag, 41,20 €, ISBN: 978-3-421-03975-0, Verlag DVA

Eine Legende in Hongkong

Wie aus dem Handel mit Tee und Opium eine der besten Hotelketten der Welt entstand. Ein Besuch im allerersten Mandarin Oriental Hotel und seinem coolen Zwilling in Hongkong Central.

Mit dem bekannten Reisekolumnisten zu den schönsten Destinationen und Hotels der Welt.
Mag. Karl Riffert ist seit fast zwei Jahrzehnten profil-Reisekolumnist & Autor beim Wirtschaftsmagazin trend.



Es gibt manchmal Hotels mit einem großen Namen, die, wenn man dann davorsteht, irgendwie enttäuschen. So erging es mir vor Jahren, als ich zum ersten Mal im Mandarin Oriental in Bangkok abstieg. Bei der Anfahrt mit dem Taxi dachte ich mir, das sieht doch aus wie Caorle in den 60ern, nur ein bisschen größer halt, ein Hochhaus. Aber schon nach dreißig Minuten wusste ich, warum diese Herberge so berühmt war. Ein Empfang, als wäre man der Prinz von Zamunda, kein lästiges Rumstehen bei der Rezeption, ein Glas Champagner im Zimmer. Und der Lift duftete nach Limetten. Am meisten beeindruckte mich nach ein paar Tagen der Liftboy, der sich tatsächlich die richtigen Stockwerke für (fast) alle Gäste merken konnte. Das war meine erste Begegnung mit einer Hotelkette namens Mandarin Oriental, die heute aus 29 Hotels in 24 Ländern besteht. Aber begonnen hatte alles an einem ganz anderen Ort: in Hongkong mit zwei Familien, die einen der unglaublichsten Kriege der Geschichte ausgelöst haben. Die beiden britischen Kaufleute und Glücksritter William Jardine und James Matheson schickten 1834 die erste private Schiffsladung mit chinesischem Tee nach England und importierten im Gegenzug Opium. Es war Balzac, der einmal schrieb, am Anfang jedes großen Vermögens stünde ein Verbrechen. Als die chinesische Regierung die Drogenimporte verbot, wandte sich die Firma der beiden Kaufleute hilfesuchend an die britische Regierung, die alsbald ihre Soldaten schickte. Die Firma der beiden Tee- und Drogenhändler – Jardine Matheson Holdings – ist inzwischen ein multinationaler Mischkonzern, der immer noch von den Nachfahren der Gründer kontrolliert wird.

Tourismus als Geschäftszweig

Anfang der 60er-Jahre jedenfalls beschlossen die Familien Jardine und Matheson, ins Touristengeschäft einzusteigen und eröffneten das Mandarin. Bei seiner Eröffnung 1963 war es das höchste Gebäude auf Hongkong Island. In den 70er-Jahren kaufte man das schon berühmte Hotel Oriental in Bangkok dazu.

Mandarin Oriental war geboren und auch das berühmte Logo: der Fächer (englisch: Fan). Seit langem wirbt eine Schar von Stars für die Hotelkette mit dem Slogan: „I am a fan of Mandarin Oriental“. Es gibt in Hongkong jetzt übrigens zwei Mandarin Orientals. Das legendäre Gründungshotel am Victoria Harbour ist ein klassisches Fünfsterntaus mit zehn Restaurants und 501 Zimmern. Ich mochte besonders den schönen Blick auf Kowloon und die Boote der Star Ferry. Das Swimmingpool im 24. Stock ist zwar in einem geschlossenen Raum, überrascht aber mit einem Riesens Bildschirm, der den Blick nach draußen überträgt. Der Service ist exzellent. Kaum steigt man aus dem Pool, wartet schon ein dienstbarer Geist mit ausgebreitetem Handtuch.

Und im Cafe Causette gibt es österreichische Spezialitäten. Wer modernes Design bevorzugt, wählt hingegen das Landmark Mandarin Oriental mitten im Shopping-Paradies von Hongkong Central. Außergewöhnlich schick, sehr große Zimmer (113 davon) und ein Michelin-Stern-gekröntes Restaurant locken. Welches schöner ist? Ehrlich, ich konnte mich nicht entscheiden.



Das Mandarin Oriental ist über airtours ab 214 Euro zu buchen, das Landmark Mandarin Oriental ab 271 Euro.

www.airtours.de

Ein Geschenk der Götter

Circa 150 Kilometer vom internationalen Flughafen Rom entfernt liegt inmitten der toskanischen Maremma, einer vergleichsweise untouristischen sowie ziemlich ursprünglichen Region Mittelitaliens, das Luxusresort Terme di Saturnia.

Fotos: Terme di Saturnia Spa & Golf Resort

Text: Daniela de Cillia



Der sogenannte Wut-Bürger ist ja derzeit in aller Munde. Wesentlich kreativer als mittels einer meist willkürlich abgegebenen Proteststimme wurde jedoch vor Jahrtausenden Zorn ventiliert: Gott Saturn schleuderte einen Blitz zu Boden, um seine angestauten Aggressionen über die unbelehrbare Menschheit loszuwerden. Dort, wo seine Gemütsableitung aufschlug, sprudelt seitdem warmes Wasser hervor. Und zwar ständig und mit einer konstanten Temperatur von 37 °C.

Sanft wabernde Schwefeldämpfe

Das wohltuende, mineralische Heilwasser, das tatsächlich seit Jahrhunderten aus dem Inneren eines natürlichen Kraters hervorquillt, wirkt sich auf das Herz-, Kreislauf- und Atmungssystem, die Muskulatur und das Knochengestüt aus und hat einen reinigenden Einfluss auf die Haut. Im Quellschwimmbecken des Hotels erreicht das stets dampfende Nass die Oberfläche. Wobei der Begriff Schwimmbecken eigentlich nur ungenügend



das spektakuläre in Stein gefasste dampfende Feuchtgebiet beschreibt. Das weltweit prämierte Spa des Luxusresorts erstreckt sich mit 4 Thermalbecken im Freien, Unterwassermassagen, Wasserfällen und Kreislaufparcours über 2.800 m² und gehört damit zu den größten Thermalbeckenlandschaften der Erde.

Weiches Licht und sanfte Farben

Das Hotel wurde unmittelbar um die Thermalquelle unter Einbeziehung alter Gebäudeteile aus Travertinstein gebaut. Es liegt eingebettet in einem jahrhundertealten Park, in dem die großen Marmorskulpturen mit dem passenden Titel „Acquapietra“ (Wasserstein) von Gio Pomodoro und „Spirito d'Acqua“ (Wassergeist) von Yoshin Ogata künstlerische Akzente setzen.

Die Hotelanlage besteht aus 128 Zimmer und Suiten. Bei der Gestaltung der Zimmer wurde von Architekt Lorenzo Bellini großer Wert auf die harmonische Eingliederung in die toskanische Umgebung gelegt, eine Philosophie, die sich in der Wahl der Böden, der Beleuchtung und der Farbgestaltung von Textilien und Details widerspiegelt sowie eine Atmosphäre vollkommenen Wohlbefindens schafft.

Die natürlichen, entspannenden Farben von Parkett, Marmor und Travertin verbinden die Geradlinigkeit eines modernen Stils harmonisch mit der toskanischen Tradition.

Avantgarde im Spa

Das Design des allgemeinen Spas ist von altrömischen Bädern inspiriert. Auch hier wurde die Einrichtung dahingehend angelegt, Wohlbefinden zu erzeugen. Der lokale Travertin-Stein kam

für Böden und Wände zum Einsatz, große Dachfenster lassen natürliches Licht herein. Im Zusammenspiel mit dem Dampf der Therme entsteht so ein einmaliges atmosphärisches Erlebnis.

Ganz anders das „Private Spa“ mit dem für Wellness-Bereiche eher unüblichem Farbspiel Schwarz und Lila. „The Ultimate“ wurde von der renommierten italienischen Architektengruppe Studio Parisotto & Formenton entworfen. Schwarze Eichen-Paneele geben den Ton vor, lila bis blaue Beleuchtung schaffen geradlinige Lichtakzente.

Bilder des deutschen Künstlers Herbert Hamak begleiten die Wege. Seine geometrischen Bilder in starken Farben unterstreichen den zugrundeliegenden Lichtplan.

Integration von Landschaft und Planung

Umgeben wird das Hotel von einem vom Architekten Ronald Fream aus Kalifornien entworfenen 18-löchrigen Golfplatz. Bei der Planung wurde auf die natürlichen Ressourcen und Wasserquellen Rücksicht genommen, wofür die Anlage eine Umweltschutzauszeichnung erhielt. Dies sowie der gesenkte Energieverbrauch des Clubhauses sind keine Selbstverständlichkeiten in Italien.

Eventueller Wermutstropfen des wunderschönen Areals könnte der ständige An- und Ausblick auf die alten Orte und die sanfte Hügellandschaft der Maremma sein, die von den Abschlügen ablenken. Aber es soll schlechtere Ausreden für verlorene Spiele geben.

HOTEL&DESIGN-Bewertung					
Architektur					
Design					
Spa					
Service					
Kulinarik					





Radisson goes red

Rezidor, eine der dynamischsten Hotel-Gruppen weltweit und Teil der Carlson Rezidor Hotel Group, eröffnet das Radisson RED Hotel in Brüssel.



Radisson RED ist eine neue Hotel-Philosophie und Lifestylemarke, die den zeitlosen Geist der Millennials widerspiegeln soll. Inspiriert von Kunst, Musik und Mode, zeichnet die Marke ein wagemutiges Design aus, das losgelöst ist von der traditionellen Vorstellung davon, wie ein Hotel aussehen soll. Die neue Marke geht darauf ein, dass Hotelgäste – angetrieben durch den technologischen Fortschritt – auch mehr nach unkomplizierten Lösungen und flexibel gestaltbaren Erfahrungen suchen.

„Unsere neue Hotelmarke punktet mit einem vorwärts denkenden Design und vermittelt Gästen völlig neue Erlebnisse, die auf persönlicher Interaktion und der Möglichkeit beruhen, jederzeit die beste Auswahl treffen zu können. Denn wir haben erkannt, dass die neuen

Technologien eine immer größere Rolle spielen, um das tägliche Leben so einfach wie möglich zu gestalten – ob zu Hause oder unterwegs“, sagt Wolfgang M. Neumann, President & CEO der Rezidor Hotel Group.

„The RED Creatives“ (das Hotel-Team) – sie alle wurden übrigens allein über Social Media eingestellt – sind echte Persönlichkeiten und Service-Profis, die ganz genau wissen, was Reisende mit Millennial-Mentalität erwarten. Deshalb gibt es in RED Hotels auch keine Rezeption. Stattdessen sorgen die „RED Creatives“ für eine gesellige Atmosphäre, begrüßen Gäste per Tablet und schaffen so ein lässiges und persönlich gestaltetes Ambiente, das RED im Kern ausmacht.

Alles ist etwas anders

Die „RED App“ spielt bei dieser Erfahrung eine Schlüsselrolle. Sie sorgt für einen kostenlosen Zugang über das Smartphone des Gastes und funktioniert wie eine virtuelle Concierge beim Check-In und Check-Out. Die RED App ist der farbenfrohe und bequeme Schlüssel zu allem bei RED: ob die Rechnung an der Bar, Speisen und Getränke, neue Infos über RED oder Brüssel-Highlights, die man auf keinen Fall verpassen sollte. Das erste Hotel entsteht in Brüssel, liegt direkt im Herzen der belgischen Metropole und in unmittelbarer Gehweite zum Europäischen Parlament. Die 149 Studios verfügen über große Fenster, ein komfortables Bett, einen 55-Zoll-TV mit Soundbar, einen Picknick-Tisch, einen Kühlschrank, genau die richtige Kleiderschrankgröße und Abstellfläche, ein geräumiges Badezimmer mit begehbare Dusche sowie weitere Annehmlichkeiten zum Wohlfühlen. Die „OUIBar + KTCHN“ versorgt die Gäste mit fantastischen Drinks und einfacher Küche, nachhaltig, lokal und in Bio-Qualität.

Die neue Marke ist außerdem ganz und gar der Kunst ergeben. Die Hotels präsentieren nicht nur die Werke moderner Künstler, sondern setzen auch ganz auf die kreative Bereicherung durch Spiel und Spaß.

www.radissonred.com/brussels



Es geht nicht immer um den Preis

Österreichs Wirte und Köche sind international bekannt und geschätzt. Die österreichische Küche ist beliebt, hat einen hohen Qualitätsanspruch und ist ... zu günstig.

Als fast täglicher Konsument muss ich das unterstreichen, obwohl es ja gegen mein eigenes Geldbörsel spricht. Speziell die sogenannten Mittagsmenüs, die meistens weit unter 10 Euro angeboten werden, sind, wenn man sich dem Thema ehrlich stellt, viel zu billig. Wer verdient noch was daran? Sicher nicht der Wirt, auch nicht der Produzent.

Nutznieß ist zugegebenermaßen der Konsument, aber diesem wird durch diese zu billigen Angebote auch irgendwie suggeriert, dass der Wert dessen, was er konsumiert, auch nicht so hoch ist. Und genau da möchte ich ansetzen. Mündigen Bürgern – wir haben weit über sechs Mio. Wahlberechtigte in Österreich und da geht man ja von Mündigkeit aus, kann man durchaus zumuten, dass, so man auch richtig aufklärt, ein Mittagsmenü nicht unter 10 Euro machbar ist. Außer man nimmt mindere Qualität oder schlägt eben wie es bei uns im Lande usus ist, bei den Getränken zu viel drauf, um einen Verdienst zu generieren. Lebensmittel haben einen Wert, diese Botschaft sollte in Österreich endlich beim Konsument ankommen, dann ist er auch bereit, im Supermarkt nicht nur Diskontfleisch zu kaufen, dann ist es für ihn auch selbstverständlich, mehr als 10 Euro für ein Mittagsmenü zu zahlen. Wenn wir unsere Nachbarländer ansehen, gibt es dort beim Wirt um die Ecke solche Mittags-Diskontpreise nicht. Schauen wir doch nach Deutschland, Italien, Spanien, Frankreich. Wenn wir in diesen Ländern ein Gericht unter 10 Euro finden, freuen wir uns darüber, aber ein Zwei- bis sogar Drei-Gang-Menü um diesen Preis wäre unmöglich und wie gesagt – es ist auch nicht wirklich machbar – ausser man schlägt bei Wein, Wasser und Kaffee ordentlich drauf. Daher meine Anregung an die Wirte des Landes – denkt auch ihr um und kommuniziert euren Gästen, dass so billig verkaufte Lebensmittel nicht mehr eurer Philosophie nach Qualität entspricht. Vielleicht verliert der eine oder andere Wirt einen Stammgast, glauben sie mir, es kommen neue, andere, mit der richtigen Einstellung auch dazu. Menschen, die wissen, dass Lebensmittel einen Wert haben, den man auch bezahlen sollte,

meint
anonymus

*H&D gibt in jeder Ausgabe einer bekannten Persönlichkeit die Möglichkeit, über in der Branche diskutierte oder relevante Themen zu schreiben.
Anm. d. Red.: 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



Leonardo reloaded

Das Leonardo Hotel Las Ramblas in Barcelona wurde wieder eröffnet. Andreas Neudahm verbindet hier historisches Flair mit modernem Interieur.

Fotos: LH Barcelona Las Ramblas

Bei dem im Februar 2016 wieder eröffneten Leonardo Hotel Las Ramblas Barcelona setzt der international renommierte Designer Andreas Neudahm auf eine Mischung aus alter Historie und trendbewusster Einrichtung. Beim Betreten des Hotels fallen detailverliebte Stuckaturen, verzierte Säulen und das typisch spanische Steingewölbe auf, das Neudahm als roten Faden im Hotel integriert. So nutzt Neudahm die historischen Mauern auch im Spiel mit kräftigen Farbtönen, verschiedensten Accessoires und hochwertigen Materialien. „Ich möchte Emotionen bei den Gästen wecken und überraschen – das Hotel ist ein Ort des Erlebens geworden.“ Auch in der Konzeptionierung der Open-Lobby verbindet der Designer Leichtigkeit mit Gewohnheit und schafft es so, Eingang, Restaurant und Bar ohne räumliche Grenzen miteinander zu verbinden. Stilvolle Akzenttapeten im Entrée sorgen für Struktur an den Wänden – das Spiel mit verschiedenen großen Lichtquellen setzt die Sitzmöglichkeiten für den Gast rund um den Empfangsbereich perfekt in Szene und unterstreicht den Lounge-Charakter. Mit Creme-, Gold- und Erdtönen werden hochwertige Möbelstoffe aus Seide, Samt und Cord ergänzt. Tagsüber bietet die Lobby ein „Wohnzimmer-Ambiente“ – am Abend erhält diese durch ein abgestimmtes Licht- und Musikkonzept echten Club-Charakter.





Spanisches Lebensgefühl

Im hauseigenen Restaurant liegt der Fokus auf dem Herzstück des Raumes – dem verglasten Weinkeller. Das im Original erhaltene Tonnengewölbe mit offenem Ziegelputz verleiht dem Raum Nostalgie. Das Mobiliar besteht aus hochwertigen Oberflächen wie Eichenholz. „Gute Qualität ist mir sehr wichtig, denn nur so kann ein Hotel langfristig den Anforderungen der Gäste entsprechen“, erklärt Neudamm seine Ansprüche in Bezug auf Design und Funktionalität. „Das spanische Lebensgefühl verströmt eine unglaubliche Anziehungskraft und soll natürlich auch im Hotelzimmer spürbar sein“, so der Designer. Die typische, farbenreiche Mosaikkunst und klare geometrische Formen spiegeln sich so zum Beispiel in den hohen Kopfteilen der Betten wider. Weiter befinden sich in den 110 Zimmern des 4-Sterne-Hauses eigens entworfene Lichtinstallationen, die mit den Wandelementen harmonisieren.

Ein neuer Hotspot in der Szene-Metropole Barcelona stellt vor allem auch die hoteleigene Dachterasse mit Lounge-Charakter und Roof Top-Pool dar. „Von dort oben hat man einen atemberaubenden Blick über die Dächer der Stadt – ein idealer Ort, um vom Alltag abzuschalten“, erklärt Neudamm.



Vorschau auf H&D August 2016



Die Seele stilvoll baumeln lassen

Seit 2002 wird das heilende Wasser der Vitalquelle in der Therme Laa zum Wohle der Gesundheit genutzt. Mit der kürzlich umgebauten und erweiterten Saunawelt von Klafs lädt das Resort zum stilvollen Entspannen ein.

Nicht nur für Autofreaks

Das neu renovierte Landhotel Seppenbauer in St. Salvator in Kärnten ist nicht nur für Fans von edlen Karossen eine Reise wert. Guido Schwengersbauer und sein Team setzen die „senza confini“ Idee kulinarisch genüsslich um. Und nebenbei kann man auch wunderbar entspannen.



... und der Boden kommt aus der Natur

Das Erlebnis eines Naturholzbodens ist und bleibt einzigartig. Haptisch sorgt ein Holzboden für ein sinnliches Erlebnis. Durch Veredelung mit natürlichen Ölen ist er auch bestens für die Hotel- & Gastronomie-Branche geeignet.

F&D: Kaffee zwischen Tradition und Trend

Kaffee ist nicht gleich Kaffee. Ob Espresso über Verlängerten bis hin zum neuerdings wieder prominenten Filterkaffee – die Ansprüche an das Lieblingsgetränk der Österreicher steigen. In unserem Special „Leidenschaft Kaffee“ dreht sich alles rund um die wertvolle Bohne.



Termine für H&D Nr. 4 | August/September 2016

Redaktionsschluss: 20. Juli, Erscheinungstermin: 16. August 2016

IMPRESSUM

Grundlegende Richtung:

Unabhängiges Fachmagazin für Führungskräfte und Entscheidungsträger in Hotels, Restaurants, Bars, Küchen und für Architekten. Bezahlte PR-Beiträge 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

Chefredakteur:

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

Redakteure dieser Ausgabe:

Claudia Brameshuber, Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia, Mag. Nicole Hoffmann, Mag. Gernot Memmer, Mag. Karl Riffert

Grafik und Redaktionsleitung:

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

Fotos:

Daniela de Cillia, Archiv
Nicht gekennzeichnete Fotos wurden von den Herstellern und Hotels kostenlos zur Verfügung gestellt.

Coverbild:

©Aliseo

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,- inkl. Ust.; 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- und Druckfehler.

Derzeit gilt die Anzeigenpreisliste 2016.

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

Chefredakteur:

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

Anzeigen:

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

Roman Alexander Buttura

+43 664/736 220 99
r.buttura@hotel-und-design.at

Mag. Roland Holstein

+43 664/12 12 995
r.holstein@hotel-und-design.at

Druckunterlagen:

Brigitte Strohmayr
bst@hotel-und-design.at

NEHER
Das Duscherlebnis_

PHYSIO≈THERM®
Infrarotduschen

Jetzt für Suiten
& Badezimmer!

JETZT NEU:

INTENSE^{SMART}

In die Dusche integrierbares Infrarotmodul

Intelligent, platzsparend und dreifach ausgezeichnet:

Mit der INTENSE SMART ist Erholung und Entspannung auch in den kleinsten Bädern möglich. Das Infrarotmodul lässt sich flexibel in jede bestehende Dusche integrieren. Für ein besonderes Wohlfühlerlebnis Ihrer Gäste.

PHYSIOTHERM GmbH

Physiothermstraße 1, A-6065 Thaur/Innsbruck
Telefon +43 5223 54 777, Fax +43 5223 54 777-1022
infrarot@physiotherm.com, www.physiotherm.com

WMF 5000 S

Genuss kann nicht warten!



NEUHEIT
Kaffeegenuss in
Höchstgeschwindigkeit!



WMF 5000 S Highlights!

- Neues Milchsistem DYNAMIC MILK
- „Clean in Place“-HACCP-konforme Reinigung
- schlanke, platzsparende Bauweise
- Heavy Duty Brüher - Fassungsvermögen bis zu 19 g Kaffeemehl
- großes Touchdisplay mit klarer Menüführung für SB-Betrieb
- Small-Medium-Large Funktion (vordefinierte Füllmengen)
- reduzierte Geräuschemission
- USB-Schnittstelle

WMF in Österreich GmbH, Telefon: 0512/3302-0, gastro@wmf.at, www.wmf-kaffeemaschinen.at