

HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Nr. 3 | Juni/Juli 2019



H&D-AWARD
„And Desi
goes to ...!“

BAD & DESIGN
Hotelbad, Spa
und Wellness

HOTELS INTERNATIONAL
Hotel Palacio
Can Marqués

OUTDOORKITCHEN ROCK.AIR
STAINLESS STEEL



STEININGER

Showrooms: Sankt Martin · Weinleiten 1 · **Linz** · Hauptstraße 12 · **Vienna** · Schuberting 4
Hamburg · Große Bäckerstraße 3 · **London** · 104-110 Goswell Road, EC1V 7DH · www.steinger-designers.com

KITCHEN INTERIOR DESIGN ARCHITECTURE



Liebe Leserin, lieber Leser!

Nun kann der Sommer wirklich kommen, und er wird ja angeblich ziemlich heiß werden. Nicht nur wegen der angesagten Temperaturen, sondern auch wegen des unvermeidlich stattfindenden Wahlkampfes, bei dem uns die „Kämpfenden“ einmal mehr einzureden versuchen, dass nur sie die besten Lösungen für das Land parat haben. Derzeit werkt ja eine Übergangsregierung, bestehend aus

Experten, und es wird immer lauter darüber nachgedacht, ob dies nicht auch weiterhin so sein sollte. Jetzt frage ich mich aber ernsthaft: „Waren denn vorher keine Experten am Werk?“ Und bei den ersten Diskussionen darüber und bei einigem Nachdenken ... könnte dann der Wählerschaft durchaus in den Sinn kommen, dass eben meistens „brave ParteisoldatInnen“ gewerkelt haben und eben nicht ExpertInnen. So weit, so erkenntnisreich. Würde in der Hotel- und Gastrobranche ebenfalls nur dilettiert werden, wären die meisten Betriebe schon längst bankrott. Die Eigentümer müssen Entscheidungen tragen und auch dafür einstehen, Experten rund um den Betrieb sollten professionell beraten und die MitarbeiterInnen sollten ihr Bestes geben, um Gäste zu begeistern. Nur begeisterte Gäste kommen wieder, denn die Mitbewerber schlafen ja bekanntlich nicht. Aber wie gesagt – Politik und reales Leben sind halt anscheinend schwer zu vergleichen. So weit, so unverständlich. Darum freut es uns umso mehr, dass wir in und für eine äußerst kreative Branche arbeiten und schreiben dürfen. Unser jährlicher Design-Award mit der Siegerstatue „Desi“ gab darüber einmal mehr Auskunft. Lesen Sie in dieser Ausgabe über die Sieger aus dem In- und Ausland und die Verleihung. Ja, und dann natürlich über weitere zentrale Themen für die Branche wie geniale Lösungen für die neuen Badezimmer, für ein perfektes Frühstück oder für die angesagtesten Sommerdrinks, damit die Gartenparty für Ihre Gäste und für Sie ein voller Erfolg wird.

Wie schon eingangs erwähnt – der Sommer kann kommen. Sie sind dafür richtig vorbereitet, auch durch unsere Geschichten, die hoffentlich nicht nur interessant sind, sondern Sie auch inspirieren, wie Ihr Betrieb erfolgreich bleiben kann.

Ihr

Peter A. de Cillia
Chefredakteur



Bad-Special ab Seite 16



BEST OF: Hundehotels, Seite 40



Frühstück & Co ab Seite 43



Hotel Palacio Can Marqués, S. 61



H&D H&D INFORMIERT

Editorial	SEITE	3
News	SEITE	5
Buchtipps	SEITE	57
Kolumne anonymus	SEITE	63
Vorschau, Impressum	SEITE	66

H&D HOTELS & GASTRONOMIE

Hotel Goldener Berg, Lech am Arlberg ^①	SEITE	14
Quellenhof Luxury Resort Lazise ^②	SEITE	25
Andaz Vienna Am Belvedere ^③	SEITE	37
Serie BEST OF: Hundehotels ^④	SEITE	40
Hilton Garden Inn in Mannheim ^⑤	SEITE	58
Moxy Copenhagen Sydhavnen ^⑥	SEITE	60
Boutique-Hotel Palacio Can Marqués ^⑦	SEITE	61
JO&JOE Paris-Gentilly ^⑧	SEITE	64

H&D BAD & DESIGN

Bad-Special	SEITE	16
Duft-Design	SEITE	18
Dusch-WC mit starker Optik & Komfort	SEITE	20
Luxus-Washlets aus Japan	SEITE	22
Spa oder nicht Spa?	SEITE	23
Kunstlederprodukte fürs Gästezimmer	SEITE	24

H&D FOKUS

H&D-Award 2019 „And Desi goes to ...!“	SEITE	8
Ganzjährige Gastronomie im Wintergarten	SEITE	28
Outdoor: Im Freien ist was los	SEITE	30
New Design University in St. Pölten: Hotels der (nahen) Zukunft – Teil II	SEITE	32
Fachartikel: 10 Punkte für mehr Direktbuchungen und bessere Preise	SEITE	34



H&D FOOD & DESIGN

Frühstück & mehr	SEITE	43
Kommen Sie in Sommerlaune	SEITE	44
Celebrate Breakfast	SEITE	45
Beste Kaffeequalität	SEITE	48
Wiberg Genusswelt: Saucen	SEITE	50
Jägermeister zeigt Charakter	SEITE	51
Gin-Genuss	SEITE	52
Whisky at its best	SEITE	54
Sommer, Sonne & Drinks	SEITE	56





Gipfel des Barista-Handwerks

Mit dem Bewerb „Alpenbarista 2019“ hat Dallmayr den Barista Jam auf die Spitze getrieben – und die Leidenschaft für Kaffee war auf Deutschlands höchstem Berg überall zu spüren: Am 18. Mai trafen sich auf der Zugspitze im kürzlich neu eröffneten „Panorama 2962“ auf knapp 3.000 m Seehöhe 15 internationale Top-Baristi, um ihr Können an der Siebträgermaschine zu zeigen und um den Titel „Dallmayr Alpenbarista“ zu kämpfen. Nur knapp konnte die 31-jährige Polin Agnieszka Rojewska das Rennen für sich entscheiden und den begehrten Titel mit nach Hause nehmen. Rund 450 geladene Gäste freuten sich über ein abwechslungsreiches Rahmenprogramm.



Taxi auf Knopfdruck

Als spezieller Service für Business-Kunden arbeitet mytaxi, die führende Taxi-App Europas, mit der französischen Firma Taxibutler zusammen. Der Taxibutler ist eine Hardware (installiert auf einem platzsparenden Gerät in der Größe eines Smartphones), die es Hotels, Lokalen und Unternehmen ermöglicht, mit nur einem Knopfdruck ein oder mehrere Taxis zu bestellen. Die Bestellung wird innerhalb weniger Sekunden verarbeitet, und schon ist ein mytaxi unterwegs. Aktuell sind in Wien und Salzburg bereits rund 120 Taxibutler im Einsatz, darunter vertraut u.a. die Hotelkette Motel One auf diesen einfachen und zeitsparenden Dienst.

Tolle Leistungen der Lehrlinge bei den Tischlermeisterschaften in Kuchl

In Kuchl wurden am 25. Mai 2019 die Tischlermeisterschaften ausgetragen. Die Lehrlinge vom Voglauer Möbelwerk in Abtenau waren dabei und konnten ihre hervorragenden Leistungen unter Beweis stellen. Im dritten Lehrjahr erreichte Tobias Grünwald den ersten Platz und Tobias Windhofer den zweiten Platz. Seit der Firmengründung wurden mehr als 420 Lehrlinge ausgebildet. Aktuelle Auszeichnungen wie der „WIKARUS – Salzburger Wirtschaftspreis“ sowie der „Bildungs-Oscar“ und „Ausgezeichneter Lehrbetrieb“ bestätigen das hohe Niveau der Lehrlingsausbildung bei Voglauer.

Aloft Dublin City

Marriott International hat mit dem designorientierten Aloft Dublin City das erste Haus seiner Marke in Irland eröffnet. Das 202 Zimmer umfassende Hotel befindet sich in Blackpitts, einem dynamischen Viertel der Stadt Liberties. Wo einst Textilien gehandelt wurden, sind heute zahlreiche Medien- und Technologiefirmen sowie Dublins Top-Sehenswürdigkeiten.



Frischer Wind

Ab sofort sind die Gemäuer der Ceconi-Villa des Salzburger Boutiquehotels Villa Carlton mit einer modernen Klimaanlage ausgestattet, die nun auch in den heißen Sommermonaten für einen angenehmen Aufenthalt der Gäste sorgt. Die Umbauphase wurde zudem genutzt, um einige Zimmer sowie die Lobby zu erneuern.





SPA Star Award

Benjamin Jansen, Direktor vom „The Spa im Steigenberger Frankfurter Hof“, durfte den SPA Star Award 2019 für das beste City Spa im deutschsprachigen Raum entgegennehmen. Auf über 1.000 m² können die Gäste des „The Spa“ Schönheitsbehandlungen, Entspannungsrituale und Spa-Anwendungen aus aller Welt buchen.



Inspirationsgeber

Über 100.000 Fachbesucher trafen sich Ende Mai in Shanghai zur größten Branchenschau in Asien für Küche und Bad. Kaldewei begeisterte die Besucher mit seiner Bandbreite an Badlösungen aus hochwertigem Kaldewei Stahl-Email und einem designorientierten Standkonzept.



© Brau Union Österreich / POGUS

Bestes Bier zum besten Burger

Amuse Bouche lud in Zusammenarbeit mit der Brau Union Österreich Lehrlinge aus Wiener Gastronomiebetrieben zur Teilnahme an einem besonderen Wettkampfformat ein: Gesucht wurde der „Wiener-Gastro-Burger 2019“. Aus über 50 Einreichungen wurden zehn Kreationen der Lehrlinge ausgewählt. Live für die Fachjury zubereitet, überzeugte das Rezept von Alexander Ertan, Top-Lehrling im Café Restaurant Mozart.

Sieger Top-Lehrling Alexander Ertan verkostete mit den Finalisten Hussam Al-Deen und Faes Ilias (v. l.) den Gösser NaturRadler als gute Kombination zu den Burgern.

Zimmer mit Aussicht

Seit Jänner wird im und am Boutique Hotel am Stephansplatz renoviert. Ab Sommer können sich die Gäste auf ein neues, elegantes Wohngefühl einstellen. Das Interieur bestimmen in Zukunft Holzböden, warme Farbtöne und Natur-Materialien wie Holz, Leinen und Loden. Nach dem Umbau kann man sich auch für die Top-Suite Tobias entscheiden, mit privater, 38 m² großer Dachterrasse und freier Sicht auf den Stephansdom.



ReiseSalon reloaded

„Jede Reise soll bunt und facettenreich sein, überraschen und begeistern. Und das wünschen wir uns auch für den ReiseSalon“, so Christina Neumeister-Böck, Geschäftsführerin von n.b.s. marketing & events. Sie und ihr Team präsentieren nach sieben erfolgreichen Jahren ReiseSalon ein neues Konzept des „ReiseGlück“-Festivals mit exklusiven Salons mit Themenschwerpunkten.





© Christian Lenzl

V.l.n.r.: Prok. Thomas Niklas, Hans-Peter Fink (Haberl & Fink), Kevin Stummer (Top-Lehrling Küche Grand Hotel Wien), Elisabeth Pala, BA MA, Lukas Horch (Top-Lehrling Service Grand Hotel Wien)

Innovations-Preis powered by Diversey

Das Top-Lehrlings-Team Grand Hotel Wien – Gewinner des „Innovations-Preises powered by Diversey“ – überzeugte beim „11. Wettkampf der Top-Lehrlinge“ mit exzellenten kulinarischen Kreationen. Das innovative Konzept bei der Umsetzung des Finalmenüs wurde von Silber-Sponsor Diversey und Amuse Bouche mit einer exklusiven kulinarischen Reise ins Steirische Vulkanland belohnt. Prok. Thomas Niklas und Elisabeth Pala, BA MA – Repräsentanten von Diversey – ermöglichten gemeinsam mit Piroska Payer, Amuse Bouche, den Gewinnern vom „Innovationspreis powered by Diversey“ eine unvergessliche Reise in die südliche Steiermark.



© Transgourmet/ Bill Lorenz

Manfred Mladosevits, Standortgeschäftsführer von Transgourmet Wien Nord, und Jürgen Krizmanich, Geschäftsführer Standorte bei Transgourmet Österreich

Transgourmet rockt die Insel

Erstmals werden heuer beim Donauinsselfest die 120 Gastronomie-Partner, die an insgesamt rund 200 Ständen für Speis und Trank sorgen, von Transgourmet beliefert. Alle alkoholfreien Getränke, Energy Drinks und Spirituosen sind für die teilnehmenden Partner exklusiv bei Transgourmet zu beziehen, darüber hinaus steht diesen natürlich das gesamte Food- und Nonfood-Sortiment von Österreichs führendem Gastronomie-Großhändler mit gesamt 26.000 Einzelartikeln zur Verfügung. Als Experte für Großveranstaltungen sorgt Transgourmet beim Donauinsselfest mit einem Team von ca. 100 Mitarbeitern für eine reibungslose kulinarische Verpflegung – und bietet dabei alles aus einer Hand.

Österreich gegen den Rest der Welt

Die beiden österreichischen Sektbotschafter Petra Stolba, GF der Österreich Werbung, und Karl Hohenlohe, Herausgeber des Gault&Millau, luden Gäste aus Wirtschaft, Politik und Kulinarik zur spannenden Blindverkostung österreichischer und internationaler Sektspezialitäten. Die Vielfalt und Qualität des heimischen Sekt-Angebots hat kontinuierlich zugenommen, was den Vergleich mit internationalen Produkten, den der österreichische Sekt schon lange nicht mehr scheuen muss, umso interessanter macht.

V.l.n.r.: Benedikt Zacherl, GF des Österreichischen Sektkomitees, mit den Sektbotschaftern Ferry Maier, Petra Stolba, GF der ÖW, und Karl Hohenlohe, Herausgeber des Gault&Millau



Die ersten zertifizierten Schlaf-gut®-Sommelièren

Das 4-Sterne Superior Hotel Gradonnain Kals am Großglockner am Tor des Nationalparks Hohe Tauern bietet die perfekten Voraussetzungen für einen erholsamen Schlaf: Der Duft nach frischem Zirbenholz, die klare und saubere Alpenluft, kombiniert mit der Ruhe der Natur, ergeben das ideale Refugium am Fuße des Großglockners. Begleitet werden Gäste von Expertinnen in Sachen Schlaf. Mit individuellen Gesprächen und Vorbereitungen durch die zertifizierten Schlaf-gut®-Sommelièren findet jeder entspannt ins Land der Träume.



© Schulz Gruppe

H&D-Award

„And Desi goes to ...!“

HOTEL&DESIGN, das Fachmagazin für Architektur und Design in der gehobenen Hotellerie und Gastronomie, verlieh am 16. Mai 2019 im Rahmen einer exklusiven Abendveranstaltung im ViENNABallhaus den H&D-Award.

Vor zahlreichen geladenen Gästen aus dem In- und Ausland nahmen die Sieger die begehrte Auszeichnung in sieben verschiedenen Kategorien feierlich entgegen.



© Manfred Krigelair

V.l.n.r.: GM Thomas Wacker, Novotel Wien Hauptbahnhof, Federico Alaminos, Cofel Gruppe, Elisabeth u. Gottfried Schgaguler, Hotel Schgaguler, Benedikt Komarek, Hotel Schani Wien, Arch. Gabriel Kacerovsky von archisphere, Toni Mörwald, Hotel am Wagram, Martin Steininger, Eigentümer Steininger.Designers, Renate und Dr. Hans Leonhardy, Hotel Belvedere

Der H&D-Award ist eine Auszeichnung für Hotels im In- und Ausland, die in verschiedenen Kategorien eine hohe Produkt- und Designqualität repräsentieren. Der Abend – gesponsert von unseren Partnern Transgourmet, 11er, Almdudler, Schlumberger, Lenz Moser und Gira – demonstrierte wieder einmal mehr, welche hohe Qualität und Affinität zum Thema Design in der Branche vorherrscht. Die eigens für den H&D-Award geschaffene Skulptur „Desi“ wird von Künstlerin Daniela de Cillia aus recycelbarem Pappmaché handgefertigt. Jede einzelne Figur hält – passend zur jeweiligen Kategorie – ein anderes Symbol in der Hand.

H&D-Award-Jury

Andrea Fuchs, Hotel Sans Souci Wien
Architekt Dipl. Ing. Christian Heiss, Atelier Heiss
Univ.-Prof. (NDU) Mag. arch. Christian Prasser, cp Architektur
Manfred Stallmayer, GM „The GuestHouse“ Wien
Mag. (FH) Philipp Patzel GF Hotel Altstadt Vienna
Peter A. de Cillia, Herausgeber HOTEL&DESIGN



KATEGORIE: INTERIOR DESIGN

Hotel Schani Salon/ Artboards von archisphere

In jedem der 24 Zimmer des Hotel Schani Salon ist ein individuelles Artboard montiert. Auf diesem sind, neben dem Schani-typischen Stadtplan, die Artworks des Künstlers Oskar Kubinecz eingearbeitet, dessen Handschrift bereits im Hotel Schani Wien überall zu erkennen ist. Für die „kleine Schwester“ interpretierte er die Werke der Jahrhundertwende neu. Zudem ist in einigen Zimmern der Fernseher Teil der Wandtafel, in anderen ist er auf Messingwänden befestigt. Je nach Größe und Thema des Zimmers – Otto Wagner, Gustav Klimt & Emilie Flöge, Egon Schiele und Sigmund Freud – wurden die Artboards eigens von der Firma Stilles aus Slowenien angefertigt.



KATEGORIE: BADKONZEPTE

The Capitol Kempinski Hotel Singapore/ Kaldewei Centro Duo Oval

Im Herzen der Metropole Singapur bietet das Luxushotel „The Capitol Kempinski Hotel Singapore“ mit prunkvollem Ambiente und ausgezeichnetem Service einen Aufenthalt der Superlative. Bei der Ausstattung der Badezimmer setzt das Hotel auf edelste Materialien und exklusives Design: In den 142 Zimmern verspricht die freistehende Badewanne Kaldewei Meisterstück Centro Duo Oval ein Badeerlebnis auf höchstem Niveau. Das Meisterstück Centro Duo Oval bildet mit seiner puristischen Eleganz einen spannenden Kontrast zur opulenten Badarchitektur und lädt die Gäste zum luxuriösen Entspannungsbad ein. Das freistehende Wannenmodell aus Kaldewei Stahl-Email zeichnet sich durch seine ästhetische Formensprache und einzigartige Materialeigenschaften aus: Sowohl die Badewanne als auch die Verkleidung sind vollständig aus Stahl-Email gefertigt. So entsteht eine durchgängige Materialität, die durch ihre hochwertige Optik ebenso überzeugt wie durch die besondere Langlebigkeit und Pflegeleichtigkeit.



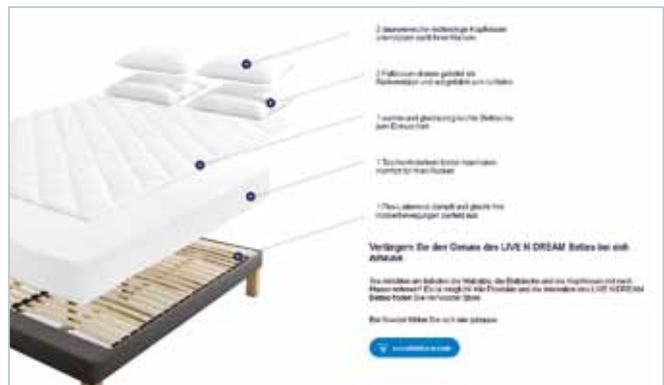


KATEGORIE: SCHLAFKONZEPTE

**Novotel Westbahnhof/
Copirel Smart Pillow**



Die neuen LIVE N DREAM Betten wurden gemäß den strengen Anforderungen einer nachhaltigen Entwicklung entworfen. LIVE N DREAM wird dementsprechend komplett umweltfreundlich hergestellt: von den Bettdecken und Kopfkissen aus hochwertiger, mit recycelten Flaschendeckeln hergestellter Mikrofaser bis zum Bettrahmen mit Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft werden die Betten sowohl Schlafansprüchen als auch der Umwelt gerecht. Besonders beeindruckt hat die Jury das System der Smart Pillow Faltkissen. Gäste können es hinlegen oder falten: Es lässt sich für jeden persönlichen Komfort beliebig positionieren.



KATEGORIE: WELLNESS & SPA

Hotel Belvedere/ProWellness

Ende März 2019 war es so weit. Gäste konnten nun wieder am Bozner Sonnenberg über den Dingen schweben: Der umfassende Umbau des Hotel Belvedere war abgeschlossen. Geblieben ist die spektakuläre Lage des Hotels auf 1.100 Metern oberhalb von Bozen mit freier Fernsicht auf die Dolomiten. Die Neuerungen umfassen unter anderem zehn in den Porphyrfelsen gebaute AMIRA Hangsuiten, eine Außensauna mit Panoramablick, einen Genussgarten mit Naturteich, einen lichtdurchfluteten Raum für (Yoga)-Workouts und Seminare sowie die Erweiterung von Panoramaterrasse, Bar & Lounge und des Spas. Der Wellnessbereich und speziell die imposante Sauna wurde von der aus Südtirol stammenden Firma ProWellness umgesetzt.



KATEGORIE: KÜCHENDESIGN

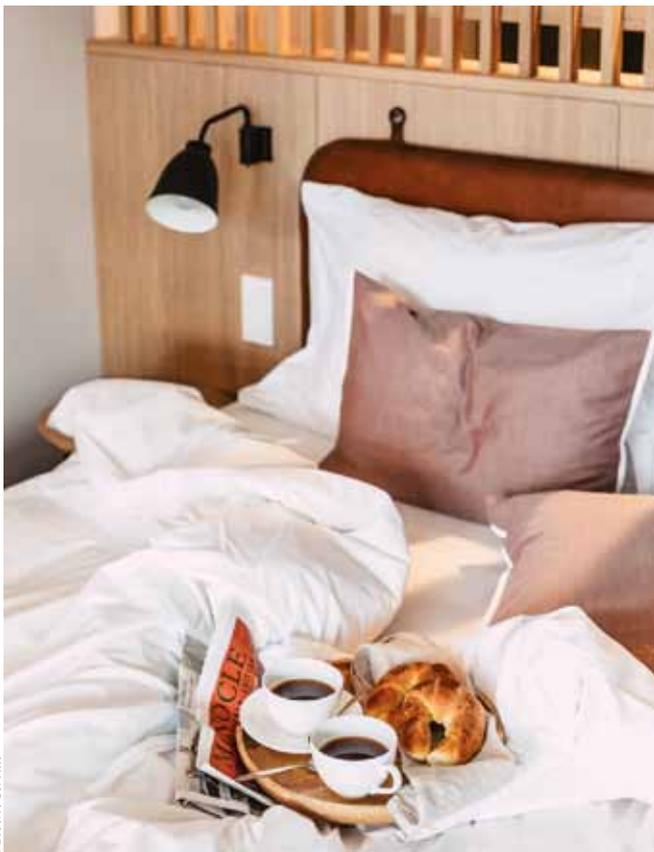
Hotel am Wagram/ Steininger Designers Küche Modell PURE

Die Architektursprache von Toni Mörwalds „Hotel am Wagram“ zitiert Österreichs Kellergassenhäuser. Der Stil des Gebäudes und sein Interieur harmonieren mit der Atmosphäre des Ortes Feuersbrunn. Das helle, lichtdurchflutete Haus bietet luxuriöse Zimmer, wie zum Beispiel die Penthouse-Suite mit einer Größe von 180 Quadratmetern. Die Suiten sind mit Steininger-Küchen eingerichtet und bieten eine einmalige Aussicht auf die umliegenden Weinberge. Heimische Materialien, wie z. B. Eiche und kontrastierende Werkstoffe wie Keramik oder Stein, holen die Atmosphäre der Umgebung in das Hotel.

Bei PURE ist der Name Programm. Die monolithische Kücheninsel aus Beton besticht durch ihre klare und präzise Formensprache. Der integrierte Tisch aus Massivholz und das Schwenkkräuterbeet aus Edelstahl sind nicht nur funktionale Elemente, sondern lassen die Oberflächenmaterialien der modernen Betonküche PURE erst richtig zur Geltung kommen. PURE kann aus nur 8 mm dünnem Beton gefertigt werden. Beton ist hitzebeständig und lebensmittelecht, somit wie gemacht für den Einsatz in der Küche.



Toni Mörwald, Hotel am Wagram, Martin Steininger, Steininger.Designers



©Tiberio Sorvillo

KATEGORIE: JURYPREIS

VillaVerde Aparthotel/ Tencel Bettwäsche von Heitex



Frisch. Neu. Charmant. Anders. Das VillaVerde Aparthotel ist ein Urlaubszuhause im Grünen für moderne Nostalgiker. Das VillaVerde Aparthotel in Algund bei Meran begrüßt seine Gäste in 35 hellen Wohlfühl-Apartments mit Küchenzeile, Zugang zum Garten oder Terrasse. Hinter dem Schmuckstück – bestehend aus einer nostalgischen Villa und einem zeitlosen Neubau – stehen drei Frauen der Hoteliersfamilie Oberhofer-Kiniger und deren kreative Ideen. Heidi und ihre Töchter Judith und Paula setzen mit handverlesenen Details von Flohmärkten, Antiquitätenhandlungen und Tante-Emma-Läden liebevolle Akzente in der Einrichtung. Ihr gemeinsames Ziel? Etwas Schönes schaffen – einen Ort zum Wohlfühlen mit viel Komfort. Besonders beeindruckt hat die Jury der Nachhaltigkeitsgedanke, der unter anderem durch die Tencel-Bettwäsche manifestiert wurde.



Peter de Cillia, Herausgeber & Chefredakteur HOTEL&DESIGN, führt durch den Abend.

KATEGORIE: Architektur Hotel Schgaguler/Arch. Peter Pichler

Schlichtes, zeitloses Design und die Reduzierung auf das Wesentliche: Das Schgaguler Hotel im Südtiroler Kastelruth setzt neue Akzente für die Hotellerie in den Bergen. Seit 1986 ein Familienbetrieb hat es nach umfangreicher Renovierung im Juli 2018 wiedereröffnet. Die hellgraue, fast weiß wirkende Fassade des Hauses fügt sich geschmackvoll in die umliegende Landschaft der Dolomiten ein. Das Interieur verzichtet auf jede Form der Komplexität und Accessoires. Architekt Peter Pichler und Martin Schgaguler bereichern das reduzierte puristische Design mit klaren Linien und schlichter Farbgebung. Die Zimmer sind geprägt von matten Erdtönen, kombiniert mit hellen Kastanienholzflächen und bodentiefen Fenstern, die wie ein Bilderrahmen den Blick auf die Dolomiten einfassen. Ziel war es, Authentizität, schlichtes Design und zeitgenössischen Baustil auch in die Berglandschaft zu bringen. Die prägnanten Giebelbauten erinnern an die berühmte Südtiroler Bergkette der drei Zinnen.



Mario Imann, Transgourmet Österreich, und Hannah Neunteufel, ViennaBallhaus, bei der Übergabe des Transgourmet-Schecks.



Elisabeth und Gottfried Schgaguler, Hotel Schgaguler



Die Veranstalter Nicole Hoffmann und Peter de Cillia freuen sich über einen gelungenen Abend.



Übergabe der Desi: Benedikt Komarek, Eigentümer Schani Hotels (Mitte) und Arch. Gabriel Kacerovsky von archisphere (rechts)



Toni Mörwald, Eigentümer Hotel am Wagram (Mitte), Martin Steininger, Eigentümer Steinger.Designers (rechts)



Renate und Dr. Hans Leonhardy, Hotel Belvedere



GM Thomas Wacker, Novotel Wien Hauptbahnhof, und Federico Alaminos, Cofel Gruppe



Elisabeth u. Gottfried Schgaguler, Hotel Schgaguler



Fotos: Manfred Kringsleder

Jetzt glänzt es wahrhaftig

Nach dem Umbau der öffentlichen Gästebereiche im Erdgeschoss wurde im Hotel Goldener Berg in Lech am Arlberg die thermische Sanierung des gesamten Hotels inklusive Brandschutzkonzept vorgenommen, aber auch der gesamte Baukörper mit Fassaden und den Erschließungswegen saniert sowie 12 neue Zimmer und Loftsuiten umgesetzt.



Von außen prägen nun weiße Putzfassaden im Wechsel mit hellen Holzverkleidungen die Ansicht. Bewusst werden die Gestaltungselemente der verschiedenen Bauphasen des Hotels zitiert. Als Elemente der traditionellen Alpinarchitektur werden die vorkragenden Dachflächen durch vertikale Schrägbalken gestützt. Die Gestaltung spielt bewusst mit den vertikalen Putzflächen und den horizontalen Holzbalkonen und Fassadenteilen. So werden die Gestaltungselemente der verschiedenen Bauphasen des Goldenen Bergs zitiert und wiederaufgenommen. Im Inneren wurde der Bestand saniert und bekam durch neue Gestaltungselemente eine zeitgemäße Erscheinung. Alle Zimmer erhielten einen Balkon, mit den neuen „Loftsuiten“ bekam der Goldene Berg großzügige Zimmer zur 2- bis 4-Personennutzung mit Ausblick auf das umliegende Bergpanorama. Die Lofts bestehen aus zwei Räumen, die optisch durch ein Schrankelement mit Sitznische getrennt sind. Das Badezimmer öffnet sich hinter dem Betthaupt, das von einem eigens für den Ort entworfenem Raumteiler abgetrennt wird. Räumlich wird das offene Badezimmer mit der freistehenden Badewanne durch eine über die Decke gezogene Holzlamellenwand zusammengehalten.

Reminiszens an die Vergangenheit

Bilder an die 30er- und 60er-Jahre werden geweckt, als der Goldene Berg in Oberlech zu den Pionieren der alpinen Hotelarchitektur gehörte. Eine weitere große Veränderung auf der Nordseite der Fassade ist die Öffnung des gesamten Stiegenhauses,

das von außen als weiteres vertikales Gestaltungselement fungiert, von innen den Blick auf das Karhorn und die weichen Hügel Oberlechs freigibt und Licht ins Innere des Gebäudes holt.

Zeitgemäß in die Zukunft

Entlang der Gänge erstreckt sich nun als hochgezogene Sockelleiste das abstrahierte Lecher Bergpanorama. Die neue indirekte Beleuchtung ermöglichte die Installation einer Kabeltrasse, in der die Brandmeldeanlage aller Bestandszimmer geführt werden.

Alle Zimmer erhielten im Zuge des Umbaus einen eigenen Balkon, wodurch auch die Fenster bis zum Boden geöffnet werden konnten. Mit ihrem loftartigen Lebensgefühl und dem Ausblick auf das bizarre Lecher Bergpanorama holen die Fenster die Natur in jedes Zimmer. Badewanne und Waschtisch sind in der offenen Struktur untergebracht, WC und Dusche folgen hinter einer satinierten Glaswand, die die notwendige Intimität garantiert.

Hotel Goldener Berg

Architekt: Christian Prasser
cp architektur, www.cp-architektur.com

Projektleitung:
Mathias Exner, Anikó Imrek, Wolfgang Czihak

www.goldenerberg.at

Das Badezimmer – ein Ort von zentraler Bedeutung

Das Hotelbad mutiert immer mehr zum privaten Spabereich, der zum Verweilen einlädt. Wie im Wohn- oder Schlafzimmerbereich gilt auch für das Bad: Die Möglichkeiten, den persönlichen Stil des Hauses in der Gestaltung des Raums auszudrücken, sind nahezu unendlich. Ob minimalistisch, im Industrial-Stil oder opulent – moderne Materialien machen sehr viel mehr Designideen möglich, ohne die Hygiene zu vernachlässigen.

Ausdrucksvolle Eleganz

Mit Happy D.2 Plus realisiert Duravit gemeinsam mit sieger design aktuelle Trends in Bezug auf Farben, Formgebung und Oberflächen. Der archetypische Kreisbogen des Designklassikers Happy D. prägt auch die Elemente des neuen, ergänzenden Programms. Aufsatzschalen mit präziser Linienführung, solitäre Konsolen und dazu passende Halbhochschränke sowie kreisrunde Spiegel bilden perfekt aufeinander abgestimmte Waschplätze. Mit dem neuen Programm lassen sich elegant-expressive Stilwelten in tendenziell heller oder dunkler Grundstimmung gestalten.

Ein Stil-Statement setzen die Happy D.2 Plus Vorwandwannen aus glänzendem Acryl mit nahtloser Verkleidung in Graphit Supermatt. Die freistehende Version gibt es wahlweise in Graphit Supermatt und ganz in Weiß.

Dank kompakter Außenmaße erlauben die verschiedenen Modelle große Flexibilität bei der Raumplanung. Pure Entspannung und angenehmen Komfort bietet neben dem großzügigen, ergonomisch geformten Innenraum bei allen Wannenmodellen die optionale Ausstattung mit Whirlsystem.





Minimalistisch

Zeitgenössischer Minimalismus verknüpft mit ikonischem Design: Die neue Wanne „Spoon M“ von Agape verkörpert die ästhetischen Grundwerte und den hohen Qualitätsanspruch des italienischen Badspezialisten. Dabei wurde der 1998 von Benedini Associati entworfene Produkt-Klassiker „Spoon“ mithilfe von neuesten Fertigungstechnologien und innovativen Materialien aktualisiert und verfeinert: Die neue Wanne überzeugt mit schmalen Kanten, die die sanft geschwungene Form umhüllen – ob in Weiß oder zweifarbig in Hell- oder Dunkelgrau. Gleichzeitig ermöglicht das biobasierte Material Cristalplant eine gleichbleibende Wassertemperatur.



Black is beautiful

Schwarz ist die Farbe vieler zeitloser Design-Klassiker – und der Interior-Trend 2019. Als Highlight im Bad präsentiert Villeroy & Boch deshalb das innovative Dusch-WC „ViClean-I 100“ in Glossy Black und setzt damit ein Statement für außergewöhnliche Badgestaltung. Da die gesamte Technik nicht im Sitz, sondern in der Keramik integriert ist, überzeugt das Dusch-WC mit einer klaren Linienführung und einer minimalistischen Optik, die durch den ultraflachen WC-Sitz zusätzlich betont wird. Clevere Technologien sorgen für hygienische Sauberkeit und eine einfache Bedienung.

Für einen durchgängigen Look lässt sich die „ViClean-I 100 Black Edition“ perfekt mit den Aufsatzwaschtischen der Kollektion „Memento 2.0“ in Glossy Black kombinieren.



Mondgestein

Studio Furthermore, im Jahr 2015 von Marina Dragomirova und Iain Howlett gegründet, erzählt mit seinen Entwürfen überraschende Geschichten und setzt dabei auf unkonventionelle Materialien, spannende Formen und starke Farben. Für Pulpo hat das Londoner Design-Duo die Tektites-Kollektion „neolit“ entworfen: Die handgefertigten, keramikbeschichteten Schalen verschmelzen zeitgenössische Formen mit dem Aussehen von Mondgestein. Nun haben die Designer eben diese Struktur erneut aufgegriffen und die passende Badspiegel-Serie „apollo“ für Wand und Tisch mit schlichtem, rundem Glas- spiegel konzipiert.

Revolution

EOOS Design und Laufen präsentieren die Toilette der Zukunft: „Save!“ ist die erste Separations-Toilette der Welt, die Urin vom Rest trennt – und ist somit eine echte Revolution des nachhaltigen Urban-Wastewater-Managements. Die Schlüsselinnovation von „Save!“ ist ein von EOOS entwickeltes Rohrsystem, das Urin unter Ausnutzung der Oberflächenspannung in einen getrennten Ablauf ableitet und so vom Rest separiert. Mittels hocheffizienter Bio-Reaktoren werden die Nährstoffe aus dem Urin extrahiert, Medikamenten-Rückstände und Hormone neutralisiert und bis zu 80 % des im Abwasser enthaltenen Stickstoffs entfernt. Der im Urin vorkommende Stoff kann nun dort verwendet werden, wo er als wertvolle Ressource Nutzen bringt, zum Beispiel als Dünger auf Feldern.



Berührungslos

Sanft gerundete Linien verbunden mit klaren geometrischen Formen und komfortablen Funktionen zeichnen die neue Waschtischarmatur „Xeris E-T“ von Schell aus. Die Infrarot-Sensorarmatur funktioniert berührungslos und verfügt rechtsseitig über einen kleinen, ergonomisch geformten Thermostatgriff. Die Wunschtemperatur lässt sich damit exakt justieren und bleibt dann stabil, wobei der Thermostat mit integriertem Verbrüherschutz (max. 38 °C) das Wasser von der ersten Sekunde angenehm temperiert fließen lässt. Auch Laufzeit und Nachlaufzeit des Wassers lassen sich sekundenexakt einstellen.



Musik liegt in der Luft

Mit „klingenden“ Badprodukten macht es Repabad für Gäste möglich, im Hotelbad die eigene Musik-Playlist zu hören. Unsichtbar verbaute Bluetooth-Receiver inklusive Lautsprecher machen die Badewanne, die Waschtischplatte, den Badspiegel oder das Infrarotelement zum Klangkörper und liefern einen tollen Sound. Das Wiedergabegerät wird einfach via Bluetooth verbunden – schon erklingt die Lieblingsmusik und macht den Aufenthalt im Bad zum beschwingten Erlebnis.



Duft-Design

Design kann sich nicht nur sehen, sondern auch riechen lassen. Das zeigt jetzt Hagleitner – denn Österreichs Hygieneschmiede denkt Design auch olfaktorisch.

Angenehme Düfte steigern bekanntlich das Wohlbefinden und schaffen in jedem Raum Behaglichkeit und eine besondere Atmosphäre. Hagleitner verbindet sehr gelungen Duft und Design und versucht dabei stets, sowohl modernen Trends als auch dem Zeitgeist zu folgen. Jedes Parfum von Hagleitner hat deshalb seinen eigenen Duftgeist: zeitlos und unverwechselbar.

Dabei bietet Hagleitner für jeden Raum und jeden Anspruch das passende Duftkonzept: So wurde etwa „XIBU senseFreshair“ explizit für den Waschraum konzipiert. Diesem Ort hat Hagleitner mit XIBU eine eigene Linie gewidmet – eine Linie, die auch Hygienepapier-, Seifen- und Papierhandtuchspender umfasst. Acht feine Parfums wurden geschaffen, um im Waschraum „zerstäubt“ zu werden und diesen mit komplexen Duftnoten zu erfüllen.

Für große Räume braucht es hingegen große Ideen. Auf diese stützt sich Hagleitner mit seiner Duftsäule namens „Magicus“ – und ihr Name spricht Bände. Denn „Magicus“ wirkt einfach magisch: nicht nur auf die Nase, auch auf die Augen. Sanft beleuchtet, kann das Farbenspiel der Umgebung angepasst werden. Die Duftdosis kann jederzeit nach Wunsch bzw. entsprechend der Raumgröße angepasst werden.

„Harmonie ist der Schlüssel, hier muss alles zusammenstimmen“, erklärt Christian Aigner, Produktmanager bei Hagleitner. „Die Basis bildet sicher die Duftkomposition. Doch sie allein macht noch kein Dufterlebnis. Ganz entscheidend ist auch die Dosis – und die Art, zu lüften. Darum installiert Hagleitner nicht einfach nur Raumduft-Systeme – wir sehen uns immer zuerst die örtlichen Gegebenheiten an, dann beraten wir unsere Kunden gerne.“

WELLNESS FÜR IHRE GÄSTE

GEBERIT AQUACLEAN. DAS DUSCH-WC.

DESIGN
MEETS
FUNCTION

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. Infos unter www.geberit-aquaclean.at.



WHIRLSPRAY-
DUSCH-
TECHNOLOGIE



SPÜLRANDLOSE
KERAMIK MIT
TURBOFLUSH



ORIENTIERUNGSLICHT



FERNBEDIENUNG

Eine Starke Optik mit noch mehr Komfort

Wellness für die Gäste beginnt schon im Badezimmer.

Mit Geberit AquaClean Sela sind Hoteliers und ihre Gäste auf der sicheren Seite.

Fotos: Geberit

Geberit, seit Jahrzehnten spezialisiert auf Produkte rund um das Badezimmer, baut sein Dusch-WC-Angebot weiter aus und bringt mit dem neuen AquaClean Sela ein Modell mit vielen zusätzlichen Features und optimierten Funktionen auf den Markt. Das puristisch-elegante Dusch-WC, das sich durch seine klare Formensprache und hochwertigste Materialien auszeichnet, ist zudem intuitiv leicht zu bedienen. Dank einfacher Installation lässt sich das formschöne Dusch-WC in praktisch jede Raumsituation integrieren und überzeugt nicht nur mit zeitlos-puristischer Formensprache. Denn AquaClean Sela bietet jetzt noch mehr Komfort und – dank der neuerdings spülrandlosen WC-Keramik und integrierter Entkalkungsfunktion – perfekte hygienische Voraussetzungen, was gerade im Hotel von besonders hohem Nutzen ist.

Das neue, formschöne Geberit AquaClean Sela überzeugt durch viele zusätzliche Features.



Angenehm und gründlich

Wie alle Dusch-WCs von Geberit verfügt auch AquaClean Sela über die einzigartige, patentierte WhirlSpray-Duschtechnologie. Der Duschstrahl wird dabei durch eine dynamische Luftbeimischung verfeinert und ermöglicht eine angenehme, gründliche Reinigung bei geringem Wasserverbrauch. Neu ist, dass auch die besonders schonende Lady-Dusche serienmäßig integriert ist. Darüber hinaus bietet die Neuauflage des bewährten Modells weitere nützliche Features, wie etwa das Orientierungslicht für mehr Komfort in der Nacht, die sensorgesteuerte Benutzererkennung, die das versehentliche Auslösen des Duschstrahls verhindert, sowie die innovative TurboFlush-Spültechnik. Letztere basiert auf der strömungsoptimierten, spülrandlosen WC-Keramik und sorgt dafür, dass nicht nur besonders gründlich, sondern auch überaus leise gespült werden kann – besonders in der Nacht ein großer Vorteil.

Reduzierter Reinigungsaufwand

Und da die TurboFlush-Spültechnik intensiver spült als eine normale Spülung, ist damit der Reinigungsaufwand maßgeblich reduziert. Ein Umstand, der für Hoteliers einen enormen Mehrwert bedeutet. Bedient wird das AquaClean Sela kinderleicht via Fernbedienung oder nunmehr auch über die innovative Geberit Smartphone-App. Das Smartphone wird damit zur Fernbedienung, mit dem sich individuelle Einstellungen speichern lassen. So können Gäste ihr persönliches „WC-Wellness-Wunschprogramm“ von ihrem AquaClean zu Hause vor Ort im Hotel bequem abrufen.

www.geberit.at

Produkt-Highlights

- WhirlSpray-Duschtechnologie mit fünf regulierbaren Druckstufen
- Separate, sanft reinigende Ladydusche
- TurboFlush-Spültechnik
- Spülrandlose WC-Keramik
- Orientierungslicht in verschiedenen Farben
- Benutzererkennung
- Fernbedienung sowie Smartphone-App zum Speichern und Abrufen individueller Einstellungen

Die WhirlSpray-Technologie von Geberit – mehr Sauberkeit und Wohlgefühl dank sanfter Wasserreinigung.



Die TurboFlush-Spültechnik von Geberit sorgt für besonders leise und gleichzeitig überaus gründliche Ausspülung.





Park Hyatt Wien

Luxus-Washlets aus Japan

Nach 10 Jahren auf dem europäischen Markt hat sich der japanische Komplettbadanbieter Toto am Markt etabliert. Die gehobene Hotellerie hat schnell erkannt, dass sich ihre anspruchsvolle Klientel nicht nur für den Komfort, die Hygiene und die stilvolle Eleganz begeistern wird, sondern auch fasziniert ist vom besonderen Flair der japanischen Badkultur.

Die außergewöhnlichen Funktionalitäten der Toto-Produkte sind mittlerweile bekannt. Mit viel Esprit wurden vor allem das Washlet und hochwertige Badwannen in zahlreichen Luxushotels eingesetzt und finden immer mehr Anhänger. Wie z. B. im Hotel Schloss Elmau. Bei der Gestaltung des modernen Retreats entschied sich der Hotelier und Schlossherr Dietmar Müller-Elmau für Toiletten des Herstellers. Zudem sind sämtliche Bäder mit Toto-Produkten ausgestattet. „Die Dusch-WCs aus Japan sind die besten auf dem Markt“, erklärt Müller-Elmau überzeugt.

Luxus-Ambiente

Mondänes Flair empfängt die internationalen Gäste des Grandhotels „Vier Jahreszeiten Kempinski München“. Gäste, die hier nächtigen, sind weltweit unterwegs und erwarten höchste Standards. Um ihnen das perfekte Ambiente zu bieten, wurde beim Umbau insbesondere in den Badezimmern Wert auf technisch anspruchsvolle und im Design klassisch-elegante Produkte gelegt. „In allen 100 neuen Zimmern und Suiten kommen Toto-Produkte zum Einsatz, und in der Präsidenten-Suite genießen die Gäste den Komfort der Toto Neorest Badewanne“, so Frank Schroeder, Director of Engineering des Hotels. „Die Produkte zeichnen sich durch ein modernes Design und besonders hohe Praktikabilität aus“, erklärt der für die Umgestaltung des Hotels verantwortliche Interior Designer Pierre Court aus New York.

Auch im exklusiven Luxushotel „Park HYATT Wien“ erfüllen die Annehmlichkeiten der Toto-Interieurs die gehobenen Wellness-Bedürfnisse der Besucher. Das Wiener Hotel darf sich als eines der luxuriösesten Häuser der Hyatt Hotels & Resorts bezeichnen. „Wer mehrere tausend Euro bezahlt, um eine Nacht in der größten Suite Österreichs zu verbringen, darf in purem Luxus schwelgen“, so Innenarchitekt Colin Finnegan. Und dabei darf Toto nicht fehlen.



Vier Jahreszeiten Kempinski München

www.toto.com



Spa oder nicht Spa?

Das ist eine der zentralen Fragen, die man sich als Hotelier stellen muss. Die Kostenfrage ist dabei eine enorme, und das bedeutet, dass der Gang zum Professionisten unumgänglich ist. Wir führten ein Gespräch mit Andreas Poschalko, Sales Manager Austria von Starpool.



H&D: Ein Urlaubshotel ohne SPA-Landschaft scheint unmöglich zu sein ...?

Wellnessbereiche sind ein immer anerkannteres Plus, heutzutage trifft eindeutig der Kunde die Wahl und entscheidet nach Kriterien des Angebotes. Ein Spa-Bereich genügt aber nicht, um Kundschaft anzuziehen. Der Spa-Bereich muss eine Erlebniswelt darstellen, nicht nur mehrere Badeformen (Sauna, Biosauna, Dampfbad) anbieten. Es muss ein durchgängiges Konzept mit aktuellen Prozessen und hoher Sauberkeit angeboten werden. Daher ist die Planungsphase im Vorfeld, abgestimmt auf das Hotel und die Zielgruppe, die wichtigste Phase.

Was ist IN und was ist OUT?

In den letzten Jahren haben Kunden viele Erfahrungen in der Hotelwelt gesammelt und sind in der Lage, immer bewusster zu entscheiden und die passende Wahl im SPA-Bereich zu treffen. Hier einige Daten: An erster Stelle der Wunschliste der Kunden steht Entspannung mit 58 %. An zweiter Stelle folgt Entgiftung. Daher ist es nötig, extrem gepflegte und thematisierte Entspannungs- und Ruheräume zu planen. Die passende Anzahl ergonomischer Chaiselongues, die zur Entspannung und Erholung nach dem Saunieren angeboten werden, sind enorm wichtig. Weiters sind für das Wohlbefinden das Beleuchtungskonzept und akustische Voraussetzungen für Ruhezone sehr wichtig. Also ganzheitliches Wohlbefinden ist zu unterstreichen.

Wohin geht die SPA-Zukunft?

Zum 360-Grad-Wohlbefinden, das Seele, Geist und Körper mit einbezieht. Sowohl im medizinischen Bereich, wo Vorbeugung im Mittelpunkt steht, als auch im Leisure-Bereich, der sich mit

Entspannung beschäftigt, ist Floating ein großes Thema, denn es ermöglicht muskuläre Erholung, Körperaufbau und mentale Regeneration. Ohne Schwerkraft und ohne Kontaktpunkte kann sich der Körper in der Floating-Liege entspannen und regenerieren, während der Geist sein ganzes Potenzial zum Ausdruck bringen kann.

Kosten im SPA-Bereich – Einsparungsmöglichkeiten?

Ein Spa-Bereich ist tatsächlich nicht billig, das liegt aber vor allem an der benötigten Infrastruktur und nicht zwingend an den Einrichtungen. Aus unserer Sicht ist die Frage, die man sich stellen muss, nicht, wie viel man sparen kann, sondern die Optimierung der Investition. Das bedeutet, die Definition von funktionalen Produkten und Lösungen, die mit passenden Kosten zum Budget zum Einsatz kommen. Zuerst ist es also wichtig, das Budget zu definieren, um das Ziel der neuen SPA-Anlage klar vor Augen zu haben, indem man sich einfache Fragen stellt wie: Warum mach ich das? Für wen mach ich es? Und wie werde ich es bezahlen? Ist es nur für den Hotelgast oder auch öffentlich zugänglich?

Zielgruppen von Starpool

Thermen, Hotels, Yacht-SPA, Fitnessclubs, öffentliche Freizeit und Sportanlagen sowie Privatkunden und gehobene Wohnhausanlagen mit Wellnessbereich. Mit über 25 Jahren Erfahrung bietet Andreas Poschalko Consulting in SPA, Wellness und Treatment an.

andreas.poschalko@starpool.com



The Londoner

A Classical Tradition

Aliseo GmbH

THE LONDONER – Eine vornehme Tradition von Stil und Klasse

Klassisch unverwechselbare, handgefertigte Kunstleder-Produkte verleihen dem Gästezimmer eine modisch-funktionale persönliche Note. Eine Vielzahl von handgefertigten Tablett-Sets sowie andere ausgewählte Accessoires sorgen für einen stylischen, einheitlichen Look.

Verarbeitet an speziell gegossenen Formen unterschiedlichster Gestalt und Größe erhalten die Accessoires ihr reiches Erscheinungsbild und ihre Langlebigkeit. Eine geruchlose, schadstofffreie, wasserabweisende Oberfläche verhindert das Eindringen von Feuchtigkeit.

Die hochwertige Ausarbeitung beinhaltet erlesene Details und die stabilen und aufwändig gefertigten Nähte ermöglichen eine lange Lebensdauer. Erhältlich in einem neutralen Taupe und jetzt auch in minimalistischem Schwarz.



Aliseos Generalvertretung in Österreich: HORN Vertrieb Österreich | info@horn-vertrieb.at | www.horn-vertrieb.at



Fünf Sterne funkeln am Gardasee

Der Gardasee gehört seit den 1950er-Jahren zu den Sehnsuchtszielen vieler Urlauber. Mit dem Quellenhof Luxury Resort Lazise lässt sich erstmals am Ostufer in einem 5-Sterne-Resort urlauben. Das Hideaway bietet ab sofort Komfort und Entspannung auf höchstem Niveau.

© Quellenhof Luxury Resort Lazise / Alexander Haiden

Umgeben von Olivenbäumen und Pinienbäumen, oberhalb des kleinen Städtchens Lazise und nur wenige Minuten zum weitläufigen Südostufer des Gardasees begrüßt seit März ein neues Urlaubsparadies, das Quellenhof Luxury Resort Lazise, seine Gäste. Seitdem glitzern erstmals fünf Sterne am Ostufer des Gardasees. Es ist das zweite Resort der alteingesessenen Hotelpioniersfamilie Dorfer, die bereits das bekannte Quellenhof Luxury Resort Passetier in Südtirol führt. Der 27 Jahre junge, in München aufgewachsene Stefan Margesin leitet das Resort als Hoteldirektor. Das Wellness & Spa Hotel besticht mit zuvorkommendem Service und anspruchsvoller sowie innovativer Hotelarchitektur. Das außergewöhnliche Design





und die moderne Architektur des neuen Hotels soll seinen Gästen ein besonderes Urlaubserlebnis bieten. Große Glasflächen eröffnen den Blick auf den Gardasee, auf idyllische Olivenhaine und die für Norditalien typischen Zypressen und Palmen.

Das Resort bietet seinen Gästen neben einem außergewöhnlichen kulinarischen Genusserlebnis auch ein Wellness- und Spa-Angebot, welches am Gardasee seinesgleichen sucht. Kulinarisch verwöhnt werden die Gäste im Rahmen der Gourmet-Halbpension: Die Gäste erwartet ein umfangreiches Gourmet-Frühstück vom Buffet und ein 6-Gänge-Wahlmenü am Abend, serviert im Panorama-Restaurant mit Cabrio-Dach. Untertags kann im Bistro „La Piazza“ eine kleine, aber feine Mittags- und Nachmittagskarte genossen werden, leichte mediterrane Gerichte und Snacks, hausgemachte Kuchen, Kaffee- und Eisspezialitäten stehen auf dem Programm. An der Bar werden exzellente Cocktails, exklusive Weine, Aperitifs, und vieles mehr serviert.

Dolce vita am See

Im großzügigen Spa wird den Gästen auf 2.000 m² Wellness & SPA vom Feinsten geboten. Im Adults-only-Saunabereich findet man eine Finnische Sauna, ein Dampfbad und eine Biosauna mit entsprechenden Relaxzonen. Zudem gibt es einen Familien- und Textilsaunabereich mit Finnischer Sauna, Dampfbad und großzügigem Ruheraum. Mehrere Behandlungsräume, Private Spa Suite und ein Friseur stehen den Gästen ebenso zur Verfügung. Vom ganzjährig beheizten Skypool (Adults-only-Bereich, 21 m) aus hat man außerdem einen wundervollen Blick auf den Gardasee. Im Sportpool mit Indoor-Einstieg (ganzjährig beheizt), im Kinderbecken mit 2 Rutschen und im Naturbadesee mit direktem Zugang zur traumhaften Gartenanlage kann man an heißen Tagen Abkühlung finden.

Für ein gesundes Gleichgewicht zwischen Aktivität und Entspannung sorgen der top ausgestattete Fitnessraum und ein





IBAY21661

Facility Manager.

Eine Steuerung für alle Gewerke:
Gebäudeautomation von Beckhoff.



Bewegungsraum. Mit dem „Body & Mind“-Programm bietet das Resort ein täglich wechselndes Aktiv-Programm. Logiert werden kann sowohl in luxuriösen Suiten als auch exklusiven Penthouse Pool Villen. Quellenhof Suiten & Pool Villen bieten erstklassigen Wohnkomfort auf 50 bis 265 m². Für die Gestaltung des neuen Hoteljuwels sind die Südtiroler Architekten Stephan Marx und Elke Ladurner verantwortlich. Mit einer Boutiquegröße von nur 60 Suiten bietet das von Olivenbäumen umgebene Hideaway Dolce Vita gepaart mit Südtiroler Gastlichkeit, etwa in den vier zweistöckigen, 265 m² großen Penthouse-Villen mit Dachterrasse und Infinity Pool oder den neun großzügigen Giardino Suiten für Familien. Inspiriert von den auf der Mailänder Möbelmesse „Salone del mobile“ vorgestellten Trends setzt Meggy Dorfer bei der Gestaltung auf Naturmaterialien; Holzböden harmonisieren mit Designmöbeln in hellen Mokka-, Rosé- und Blautönen und sorgen für edles Wohlfühlambiente.

www.quellenhof-lazise.it

www.beckhoff.at/building

Das ganze Gebäude zukunftssicher im Griff: Mit der integralen Gebäudeautomation von Beckhoff implementieren Sie eine PC-basierte Steuerungslösung, mit der Sie heute schon an den nachhaltigen Betrieb von morgen denken. Alle Gewerke der TGA werden von einer einheitlichen Hard- und Softwareplattform gesteuert: Ganz gleich, ob es um die nutzungsgerechte Beleuchtung, die komfortable Raumautomation oder die hocheffiziente HLK-Regelung geht. Die Steuerungslösung besteht aus leistungsstarken Industrie-PCs, Busklemmen zur Anbindung aller Datenpunkte und Subsysteme sowie der Automatisierungssoftware TwinCAT. Für alle Gewerke stehen vordefinierte Softwarebausteine zur Verfügung, die das Engineering enorm vereinfachen. Funktionserweiterungen oder -änderungen sind jederzeit möglich. Die Systemintegration erfolgt über die gängigen Kommunikationsstandards Ethernet, BACnet/IP, OPC UA oder Modbus TCP.

Skalierbare Steuerungstechnik –
von der ARM-CPU bis zur
x86-CPU mit 2,3 GHz auf 4 Cores



Embedded-PCs
(ARM)



Embedded-PCs
(x86)



Industrie-PCs
(x86)





Die Glas-Faltwände lassen sich im Ziehharmonika-Prinzip an der Seite verstauen. So öffnet sich die Lounge barrierefrei in Richtung Biergarten.

Stimmungsvolles Ambiente im Romantikhotel

Ganzjährige Gastronomie ist mit einem Wintergarten von Solarlux gewährleistet.

Fotos: Solarlux GmbH

Zwei außenliegende Markisen spenden bei intensiven Sonnenstunden den notwendigen Schatten in der Lounge.



Das perfekte Altstadtambiente für einen romantischen Urlaub: Schmale verwinkelte Gassen mit Kopfsteinpflaster, die gotische St. Marienkirche, das spätgotische Rathaus und der Marktplatz wirken wie ein Ort aus Grimms Märchen. Direkt gegenüber dem Platz steht ein Fachwerkhaus aus dem Jahre 1616, heute umgebaut zu einem 4-Sterne-Hotel. Damit die Gäste des Romantikhoteles Walhalla in Osnabrück auch bei schlechtem Wetter und in der Nebensaison das Flair des Biergartens genießen können, wurde das alte Gebäude mit einem modernen Wintergarten erweitert.

Die Grundidee der Modernisierung des Gastronomiebereichs bestand darin, den Biergarten durch ein Terrassendach vor Wind und Regen geschützt zu gestalten, sodass die Gäste nicht bei jedem Wetter-

umschwung in den Innenbereich flüchten müssen. Doch natürlich ließ sich die Idee vom wetterfesten Raum viel weiter ausführen. So entstand durch den Anbau eines Wintergartens ein lichtdurchfluteter neuer Raum, der auch außerhalb der Saison genutzt werden kann. Um den Ansprüchen an die Praxis im Hotel und Barbetrieb und den professionellen Anforderungen an den Arbeitsalltag gerecht zu werden, beauftragte die Hotelleitung ein ortsansässiges Architekturbüro. Dieses entschied sich zusammen mit dem Direktor bezüglich der Montage des Wintergartens und des vorgelagerten Terrassendachs für das Unternehmen Solarlux, Experte für bewegliche Glasfassaden.

Lösungsvorschläge vom Profi

Aus dem vielfältigen Angebot des Markenherstellers Solarlux wurde das Modell der Design-Linie – das wärmege-dämmte Wintergarten-Dachsystem SDL Akzent plus aus Aluminium ausgewählt. Die filigranen Profile des Daches mit außenliegender Statik sorgen für eine lichtdurchflutete Eleganz, Transparenz und Leichtigkeit. Aufgrund der Modulbauweise des Wintergartens ließ sich der senkrechte Bereich mit wärmege-dämmten Glas-Faltwänden, bestehend aus fünf Glaselementen, ergänzen. Die Glaselemente lassen sich nahezu komplett zusammenfalten, ganz oder nur teilweise öffnen und in jeder beliebigen Position arretieren.

Durch die komplette Öffnung der flexiblen Glas-Faltwand entsteht ein ungehinderter Blick in den Biergarten. Der Gastronomiebereich wird optisch und räumlich vergrößert. Die in den Boden eingelassene Führungsschiene ist flach verlegt und verwirklicht so einen normgerechten barrierefreien Übergang. Die Frischluftversorgung im neuen Glasanbau wird durch vier motorisch betriebene Dachfenster gewährleistet.

Zusätzlich zum ganzjährig nutzbaren Gastronomiebereich wurde ein zweiter Eingang geschaffen. Eine zweiflügelige Automatiktür, die direkt neben der Glas-Faltwand im Wintergarten platziert wurde,



Gerade in der abendlichen Dämmerung schafft die Lounge im Wintergarten einen stimmungsvollen Ort.

sorgt für einen direkten Zugang zum Hotel und somit für ein schnelles Einchecken der Gäste. Ein Highlight: Die in den Dachsparren integrierten Strahler leuchten den Raum gemütlich aus und verwandeln in den Abendstunden den neuen Raum in ein romantisches Sujet.

Die gläserne Lounge ist nicht nur ein sehr stimmungsvolles Ambiente, gleichzeitig sorgt der Wintergarten mit seiner Systemvariabilität für einen Ort, der die Arbeit des Personals durch seine Praxis mitgestaltet und vereinfacht.

www.solarlux.at

Durch die komplette Öffnung der flexiblen Glas-Faltwand wird der Innenbereich mit der Terrasse grenzenlos verbunden.



Im Freien ist was los

Naturnahe Gartengestaltung oder sachliche geometrische Formen mit wenigen Akzenten? Wer seinen Gastgarten nach den neuesten Trends modern gestalten möchte, hat es auch diesen Sommer nicht leicht. Denn bei Gartengestaltung von einem Trend zu sprechen, ist verwegen. Einen wirklichen Trend gibt es hier nicht. Erlaubt ist vielmehr, was gefällt, bequem ist und vor allem zum Verweilen und Entspannen einlädt. Man darf kreativ sein und dem eigenen Geschmack Raum geben.

Text: Daniela de Cillia; Fotos: Steininger.Designers, Agape, Villeroy & Boch, Mastertent, Markilux



Die modulare Outdoor-Küche ROCK.AIR verbindet innovatives Design und Hightechfunktionen. Die Optik der Designer-Outdoor-Küche trägt die puristische, klare Handschrift by steininger.designers.

Ob kleine Kochstelle, High-End-Grillstation oder eben die richtig große Freiluftküche: Kochen im Garten zieht Gäste an. Hier steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Umso praktischer, wenn man das entsprechende Geschirr dann auch gleich zur Stelle hat.

Frühstück im Salettl

Wem die Freiluftküche dann doch zu luftig ist, der kann sich an kühleren Tagen in sein pittoreskes Salettl unter dem alten Apfelbaum zurückziehen. Das Pagodendach könnte an die letzte Chinareise erinnern, offene Holzkonstruktionen wiederum an die alten Herrschaftsvillen aus dem letzten Jahrhundert. Auch extravagante Architektur findet hier ihren Platz. Wichtig ist nur, dass der Pavillon zum Garten oder zum Gesamtbild des Hauses passt. Flexibel bleibt man mit einer stabilen Zeltkonstruktion und offenen Seitenwänden. Leichte Vorhänge vermitteln hier Gemütlichkeit und schützen dennoch vor zu viel Sonne.

Wohnzimmer im Freien

Neue UV-resistente und wasserabweisende Stoffbezüge machen es möglich: Die Grenzen zwischen Wohnzimmer und Gartenlounge sind fließend. Kissen, Teppiche, Flechtmöbel und Leuchten werden jetzt ins Freie getragen und sorgen für kuschelweiche Abende unter dem Sternenzelt. Der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Der Garten wird zur erweiterten Deko-Zone. Wichtig auch hier: Drapierungen wie aus dem Katalog sind out. Die Natur und die Umgebung werden in die Gestaltung mit einbezogen. Großzügig und bequem soll es sein.

Sommer, Sonne, Strand

Eine frische Meeresbrise tut immer gut. Die Serie Montauk von Villeroy & Boch bringt mit Geschirr und Gläsern den Urlaub am Meer nach Hause. Das Design von Montauk ist wunderbar leicht, unbeschwert und ausgesprochen stylisch und sorgt für ein herrlich ursprüngliches, maritimes Flair. So ist Tag für Tag eine entspannte Meeresstimmung garantiert.

Outdoor-Waschbecken

Aus der Zusammenarbeit des Designer-Duos Diego Vencato und Marco Merendi entstand Petra von Agape: Eine farbenfrohe Outdoor-Waschbecken-Kollektion aus Cementoskin®, einer neuen Art von Beton, die resistent gegen jegliche Art von Schmutz und Witterungseinflüssen ist. Zudem zeichnet die optische und haptische Qualität dieses Materials die neue Linie aus, denn das weiche, authentisch wirkende Finish der Oberfläche gibt dem Produkt einen ganz eigenen ästhetischen Ausdruck. Für eine angenehm warme Wirkung sorgen die abgerundeten Kanten und Ecken sowie feinen Poren, die das Waschbecken in den Farben Terracotta, Moosgrün, Weiß sowie in verschiedenen Grautönen charakterisieren. Eine sanfte Neigung lässt das Wasser in dem nur 8 cm hohen Becken in einen länglichen Ablauf fließen. Die Kollektion umfasst mehrere Teile, die in einer Vielzahl von Kombinationen nebeneinander bestehen oder einzeln nutzbar sind: Neben einem Standwaschbecken auf einer monolithischen Säule ist Petra auch als Aufsatzwaschbecken erhältlich und kombinierbar mit Regalen sowie Ablagen. Das widerstandsfähige Material wappnet die Kollektion für den Außenbereich. Mit einem Wort – der Sommer kann kommen.

Mit der neuen Waschbecken-Kollektion Petra zieht es den italienischen Badspezialisten Agape erneut mit kreativen und cleveren Entwürfen ins Freie.



Sommerfrische Farben verleihen jedem Tisch ein luftiges, mediterranes Flair. Hier ein Beispiel von Villeroy & Boch.

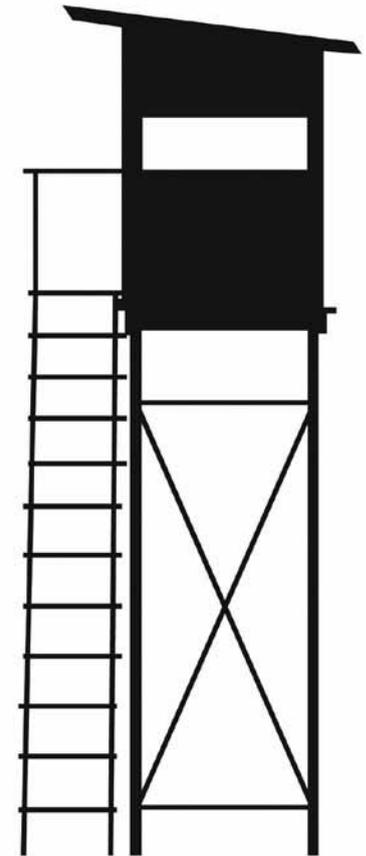
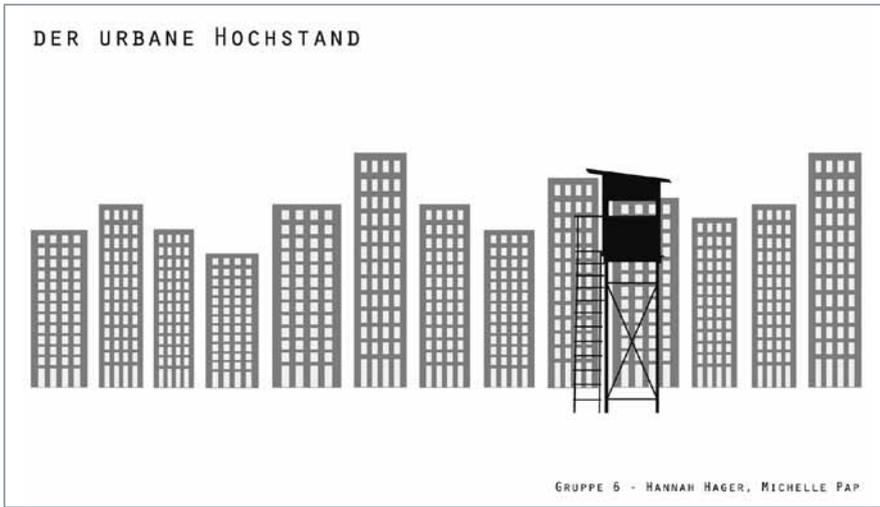


Optimal für die nächste Gartenparty – die Mastertent-Faltzelte bieten bei jeder Witterung Schutz in höchster Qualität.

Das Innere wird ins Freie verlagert:

Mit dem richtigen Sonnen- und Wetterschutz von Markilux ist das kein Problem.





Hotels der (nahen) Zukunft – Teil II

Junge InnenarchitektInnen der New Design University in St. Pölten gestalteten Designtrends für Stadthotels.

Thema für die Studierenden im Bachelorstudium Innenarchitektur und 3D-Gestaltung im dritten Semester war „Hoteldesign – Pro und Contra Hotelsterne“, unter der Anleitung der NDU-Lektoren Johanna Aufner, Christian Prasser und Adam Sebestyen.

Narrative Raumkonzepte

Statement Team 1 – Der urbane Hochstand

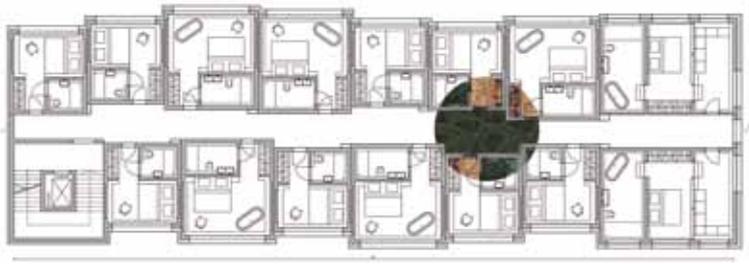
Angelehnt an Kindheitserinnerungen an einen Hochstand als Spielstätte, Baumhausersatz und Ort, an dem man nach dem Spielen nicht immer zusammenräumen muss, wurde ein Gestaltungskonzept für einen mobilen Hochstand entwickelt. In einem Hotelzimmer will man sich heimelig fühlen, man will sich um nichts kümmern müssen und man möchte dem Alltag entfliehen. Ausgehend von der mystischen, dunklen und engen Stimmung innerhalb eines Hochstands wurde versucht, diese Atmosphäre auf ein Hotelzimmer zu übertragen. Die Stimmung soll durch

die Schwarzfärbung der Wände und der Decke, durch die Raumproportionen (relativ hoch und eng), die abgehängte Decke in Anlehnung an ein Pultdach, die durchgehende Ablage und die Fensterschlitze erreicht werden. Abgesehen von der Atmosphäre eines Hochstands wurde Urbanität in das Konzept gebracht. Da der Hochstand als Hotel in einer Stadt stehen soll, sollte er nicht ländlich daherkommen. Die Materialien, Farben und Oberflächen sollen dazu beitragen, der Gestaltung etwas Urbanes einzuhauchen.

Erläuterung Sterne-Kategorie

Die Grundausstattung des urbanen Hochstands entspricht dem Standard eines 4-Sterne-Hotels, kann aber aufgrund der Zimmergröße des Standardzimmers nicht in diese Kategorie fallen. Andere Standards, die für eine 4-Sterne-Bewertung Voraussetzung wären, wie eine Minibar oder ein Fernseher, könnten in unser Konzept jederzeit eingeplant werden.





Entwurfsbeschreibung

Der Grundriss des Standardzimmers ist durch die Verkleinerung des größeren Zimmers mit Badewanne entstanden. Dadurch ist aus dem freistehenden Bett eine Bettische mit freistehendem Sessel geworden – in der Verlängerung des Gangbereiches. Die Ablage, die im Hochstand als stützende Ablage für Arm und Gewehr des Jägers dient, schlängelt sich durch das komplette Standardzimmer und erhält nur unterschiedliche Tiefen je nach den Objekten, die man an bestimmte Positionen am ehesten ablegen würde. Die Ablage geht entlang des Stauraums weiter und bildet dort Griffe für zwei Laden. Im Bettbereich ist der Teil unter der Ablage verbaut und gepolstert, wobei der Verbau an manchen Stellen weiteren Stauraum beinhaltet und zu öffnen ist. Die Junior Suite verbindet das Element der Veranda mit unterschiedlichen Ebenen, die das Gefühl von Außen und Innen jeweils räumlich trennen. Der Kasten als Element, das auch im Detail ausgearbeitet wurde, verbindet die Fassade mit dem Innenraum. Die Schindeln aus geschwärztem Holz, die an der Fassade zum Einsatz kommen, besetzen ebenfalls die Kastenfront oberhalb der Höhe der Ablage.

Beim Bad stellte sich die Frage, wie man denn in einem Hochstand badet. Dabei wurde darauf verwiesen, dass man vermutlich eher rausgehen würde, um sich zu waschen, was zu der Idee der Verbindung des Bads mit einer lichtungsähnlichen Gestaltung führte. Vorherrschende Materialien im Schlafraum sind: geschwärztes Holz, schwarzer Stoff, Eichenholz und -parkett, Spiegel in den Nischen, die das Konzept des Fensterschlitzes an drei Seiten ermöglichen und Samt mit geometrischem Muster bedruckt. Im Badezimmer kommen grüner Marmor, Kupfer und schwarzer Beton in Baumstammsoptik zum Einsatz. Die Fassade soll schon von außen den Eindruck eines Hochstands vermitteln (Sockelzone verglast und verstrebt und obere Geschosse geschlossen mit Fensterschlitz).

Team: Hannah Hager & Michelle Pap

Titel: Der urbane Hochstand

Sterne-kategorie: nicht klassifiziert (4 Sterne)

Anzahl Standardzimmer klein:

8 pro Etage, groß: 5 pro Etage

Größe Standardzimmer klein: 18,17 m², groß 27,19 m²

Anzahl Sonderzimmer: 2 pro Etage

Größe Sonderzimmer: 40,12 m²



Statement Team 2 – we at the motel

instagram: weatthemotel

Social Media ist zurzeit ein großes Thema, deshalb haben auch wir als Designer uns dazu entschlossen, einen Instagram-Account zu eröffnen und unser Semesterprojekt damit zu präsentieren. Licht ist unser Hauptthema. Wir haben ein Motel entwickelt, das sich an typische Motels anlehnt und diese neu interpretiert. Wir arbeiten mit Klischees wie dem Blumentvorhang sowie dem Retro-TV und kombinieren das Ganze mit unserer eigenen LED-Gestaltung. Dabei ist ein Motel für neugierige, offene und abenteuerlustige Reisende entstanden. Unsere Gäste können sich selbst für eine Lichtfarbe in ihrem Zimmer entscheiden und sind dazu eingeladen, eigene Lichtideen auf die Wand zu projizieren.

Erläuterung Sterne-Kategorie

„we at the motel“ ist nicht klassifiziert. Das haben wir uns bewusst überlegt, da wir einerseits unser eigenes Ding gemacht haben, abseits von Tradition und Regeln, andererseits bieten wir Besonderheiten wie den Retro-TV, der nicht zeitgemäß ist und dementsprechend auch nicht einer 4-Sterne-Kategorisierung entspricht. In unseren Zimmern gibt es, abgesehen von der Glühbirne auf der Toilette, keine andere Lichtquelle als unseren LED-Weg – eine eigene Kreation.





Entwurfsbeschreibung

Neon (in LED-Technik) nimmt den 18-m²-Raum ein. Die Raumtrennung erfolgt durch eine Neonröhre im Boden, die den Rand eines Fliesenmusters aufgreift. Die Röhre verläuft weiter über die Wand hinauf zur Decke und bildet die Grenze zwischen Wasch- und Schlafbereich. Sowohl Boden und Decke als auch die Wand sind roh und unfertig. Die Möbel aus mittelgrauem Kunststoff sind bewusst trashig. Der Schlafbereich verfügt über eine zweite Neonlichtquelle, genauer gesagt eine Schlauchleuchte. Der Neonschlauch dient somit entweder als Nachttischlampe oder gibt den Gästen die Möglichkeit, kreativ und interaktiv zu sein. Das Zimmer hat zwei Fenster, ein kleines zum Gang, der im Außenbereich liegt, und ein großes in die Wildnis/Stadt. Dies ergibt eine unglaubliche Fassadengestaltung bei Nacht, wenn die Zimmer in unterschiedlichen Farben leuchten.

Team: Daniela Strobl & Marie Schmidt

Titel: we at the motel

Sterne-kategorie: nicht klassifiziert (4 Sterne)

Anzahl Standardzimmer: 18 pro Etage

Anzahl Sonderzimmer: 2 pro Etage

Größe Sonderzimmer: 36,00 m²

Nächste Ausgabe Thema 3: SUFFIZIENTE RAUMSTRATEGIEN



10 Punkte für mehr Direkt- buchungen und bessere Preise

Autor: Thomas Reisenzahn



1. Lockern Sie Ihre starren Preislisten

Die Stadt- und Kettenhotellerie arbeitet schon lange mit flexiblen und auslastungsabhängigen Preisen. Auch in der Ferienhotellerie sind dynamische Preissysteme auf dem Vormarsch. Ob Sie die Preise jetzt auf täglicher Basis je nach Auslastung, Gästesegment und Buchungszeitraum variieren oder gewisse Saisonzeiten beibehalten sollen, hängt stark vom jeweiligen Betrieb und den Gästen ab. Ein dynamisches Preissystem ist grundsätzlich darauf ausgelegt, zu Terminen, an denen höhere Preise durchsetzbar sind, diese auch einfach und konsequent über den angeschlossenen Channel Manager an die Buchungsportale zu schicken. In der Buchungsmaschine auf der eigenen Website werden die Preise auch angeboten. Kombinationen mit Longstay-Rabatten und Frühbucherangeboten unterstützen Sie zusätzlich dabei, bereits rechtzeitig eine gewisse Grundauslastung zu generieren.

2. Verwenden Sie „responsives Webdesign“

Responsive Websites sind kein Trend! „Responsive Webdesign“ ist heute die absolute Pflichtaufgabe, wenn man am Markt bestehen will. Die Gäste sind es gewohnt, mit verschiedenen Endgeräten zu surfen. Ein weiterer Vorteil von responsiven Webseiten stellt deren Pflegeaufwand dar. Die gesamten Inhalte einer Webseite müssen nur einmal angelegt werden, um dann auf allen aktuellen sowie zukünftigen Endgeräten und Auflösungen perfekt angepasst dargestellt zu werden.

3. Bringen Sie Ihre Inhalte auf den neuesten Stand

Hand aufs Herz: Wie oft überprüfen Sie die Inhalte, die Sie ins Netz gestellt haben? Ansprechende, informative und vor allem aktuelle Inhalte sind ausschlaggebend für jede Hotelwebsite, wenn es darum geht, Gäste für sich zu gewinnen. Hotelgäste interessieren sich zumeist aber nicht ausschließlich für das Hotel: Achten Sie daher darauf, auch weiterführende Informationen zu Stadt, Destination, Sehenswürdigkeiten und Events bereitzustellen.

4. Beschäftigen Sie sich mit Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Die Inhalte der Hotelwebsite sind nicht nur für deren Besucher und potenzielle Gäste, sondern vor allem auch für die Suchmaschinen von Relevanz. Wenn Sie in der organischen Suche besser gelistet werden wollen, gibt es unzählige Schrauben, an denen Sie drehen können. Viele davon können Sie durch die richtige Gestaltung von Links, Bildern und Texten auch selbst beeinflussen. Für andere, technische Anpassungen brauchen Sie allerdings Ihre Webagentur oder externe Suchmaschinen-Spezialisten.

5. Optimieren Sie Ihre direkte Buchbarkeit

Viele Hotels vertrauen noch immer ausschließlich auf ein Anfrageformular und verzichten auf die Einführung eines Buchungstools. Gäste wollen aber zum Großteil bereits das Angebot, das ihnen zusagt, direkt buchen. Und die beste und günstigste Quelle für mehr Buchungen ist die eigene Hotelwebsite. Stärken Sie diese durch die Einbindung einer Buchungsmaske, die im Idealfall auch direkt mit Ihrer Hotelsoftware verbunden ist, um Verfügbarkeiten live auf der Website anzuzeigen und umgekehrt die Reservierungen auch direkt und in Echtzeit zu verarbeiten. Vorausgesetzt natürlich, Sie bieten Ihren Gästen auch wirklich die besten Preise auf der eigenen Website an ...

6. Heben Sie Ihren Buchungs-Button prominent hervor

Alle Maßnahmen zur Optimierung der Hotelwebsite haben im Grunde nur ein Ziel: mehr Direktbuchungen! Der Schritt zur Buchung ist zwar vielleicht der letzte in einer Reihe von Entscheidungen, die ein potenzieller Gast bis dahin trifft, aber definitiv ein wichtiger. Daher braucht der Buchungsbutton eine auffällige Positionierung und soll zum Buchen auffordern. Verstecken Sie den Button nicht und geben Sie dem Gast auf jeder Unterseite Ihrer Website die Chance zu buchen. Gäste, die das Interesse verlieren und wegnavigieren, buchen möglicherweise anschließend bei einem der bekannten Buchungsportale, oder im schlimmsten Fall bei einem Mitbewerber!

7. Versenden Sie Newsletter

Direkte Buchungen erfordern direkte Kommunikationskanäle. E-Mail-Newsletter sind der günstigste Werbeweg für Hotels, müssen aber dementsprechend optimiert werden. Im guten Durchschnitt öffnen nicht mehr als 25 % der Empfänger Ihre Newsletter und maximal 3 % werden anschließend auch auf Ihre Webseite klicken. Wenn man sich jetzt die Frage stellt, wie viele Buchungen dadurch überhaupt möglich sind, dann kommt man schon mal ins Grübeln, ob sich der Aufwand überhaupt lohnt. Sehen Sie E-Mail-Marketing eher als langfristige Chance, Stammkunden kostengünstig zu aktivieren.

8. Hinterfragen Sie Ihre Social-Media-Aktivitäten

Setzen Sie Ihre Social-Media-Kanäle gezielt ein? Haben Sie eine Strategie und einen Redaktionsplan? Wie viel Zeit investieren Sie in die Betreuung von Facebook, Instagram, Twitter und Co? Betrachten Sie Facebook als weiteren Absatzkanal oder als ein reines Marketing-Tool? Wo liegen Ihre Prioritäten und welche Kanäle sind für die Erreichung Ihrer Ziele relevant bzw. mit der vorhandenen Manpower überhaupt professionell zu managen? Auch ein hoteleigener Blog ist nur dann sinnvoll, wenn dieser aktuelle Inhalte einen Mehrwert für den Gast enthält.

9. Vergessen Sie nicht auf Google

Viele Hotels unterschätzen noch immer die Bedeutung von Google. Nachdem die verschiedenen Google-Dienste, einschließlich der Google-Suche und Google-Maps, gebündelt wurden, können Sie Ihre Online-Präsenz mit Google My Business zentral verwalten. Wenn Ihr Hotel beispielsweise auf Google-Maps mit allen relevanten Informationen gefunden werden soll, muss es einen entsprechenden Eintrag geben. Nicht zu vergessen ist, dass damit verbundene aktuelle Inhalte Einfluss auf die Suchergebnisse in der noch immer dominantesten Suchmaschine haben.

10. Definieren und verfolgen Sie eine Upselling-Strategie

Zusatzverkäufe durch Upselling sind zweifelsfrei großartige Möglichkeiten, um die durchschnittlich erzielten Raten zu erhöhen oder zusätzliche Umsätze zu lukrieren. Haben Sie bereits eine Upselling-Strategie, und wenn ja, haben Sie diese schon mal hinterfragt? Wie viel ist der Gast bereit, für ein Zimmerupgrade zu bezahlen? Oder versuchen Sie bereits bei eincheckenden Pärchen spontan Romantik-Packages zu verkaufen? Auch ein Bonifikationssystem für die Rezeption kann wahre Wunder wirken und den Direktverkauf enorm ankurbeln.

Es gibt noch unzählige weitere Maßnahmen, um die Zugriffe auf Ihre Website zu steigern und damit die Buchungen zu einem optimierten Durchschnittspreis zu erhöhen. Direktlinks von Holidaycheck und Tripadvisor, Google-Adwords und Google-Display-Kampagnen, Blogger Relations und die Optimierung der hoteleigenen Package-Angebote sind nur einige weitere Bereiche und Tools.

Prodingler Tourismusberatung
Thomas Reiszahn
t.reiszahn@prodingler.at
prodingler-tourismusberatung.at



Moderne Materialsprache

Eine vielfältige Maserung begleitet von zarten Grautönen verleihen den Fliesen der Kollektion Stardust des italienischen Keramik-Spezialisten Ceramiche Refin einen einzigartigen Charakter. Inspiriert von dem Phänomen Sternenhimmel entsteht eine Fliese, die in kontrastreichen Aderungen zu smoothen Farbtönen eine neue und moderne Materialsprache hervorbringt.



Plattenspieler im Vintage-Look

Crosley Radio, einer der führenden Anbieter von preisattraktiven Plattenspielern, bringt mit dem Bermuda einen Plattenspieler mit vier Standfüßen im Look der Fifties auf den Markt. Der Crosley Bermuda Plattenspieler ist die ultimative Kombination aus Design und Musik, eine Reminiszenz an die Dansette-Plattenspieler der 50er- und 60er-Jahre.

Perfekte Unterlagen

Lundhs Real Stone ist dank seiner natürlich kühlen und porenfreien Oberflächen die perfekte Unterlage für das Zuschneiden und Arrangieren von frischen Wiesenblumen oder das Zubereiten des leichten Garnelensalats für den Lunch-Break.



Black & White

Als Experte für durchdachte Infrarotheizungs-lösungen hat sich easyTherm bereits einen Namen gemacht. Das österreichische Unternehmen lässt mit Design-Elementen aufhorchen, die Licht und Wärme optimal vereinen.



Schallhemmende Eleganz

Création Baumann ist mit dem Stoff Silent Light eine Weiterentwicklung des erfolgreichen dichten Akustik-Stoffes Silent gelungen. Im Gegensatz zum großen Bruder ist er transluzent. Als Double-face-Stoff aufgebaut, überzeugt er mit seiner Zweifarbigkeit und bringt visuelle Dynamik in den Raum. So bietet er sich auch als Raumtrenner an, und es können im Büro schnell und flexibel Zonen wie Arbeits-, Besprechungs- und Loungebereiche geschaffen werden.

Einmal ganz anders

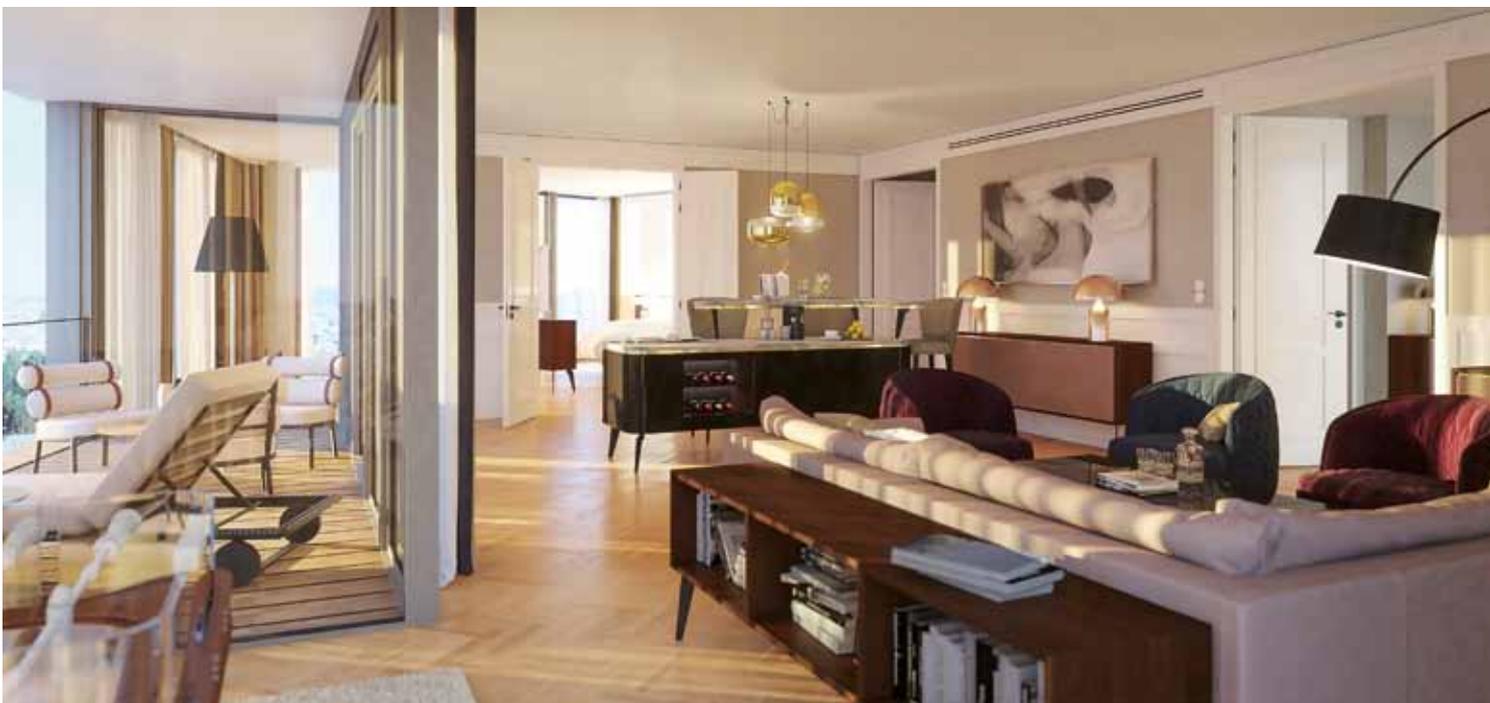
Der jüngste Coup der Hotelgruppe Hyatt, das „Andaz Vienna Am Belvedere“, soll für urbane Lifestyle-Liebhaber mit Anspruch an zeitgenössische Architektur, Kunst, Mode und Kulinarik ein Ort der Begegnung werden.



Die internationale Hotelgruppe hat es sich zum Leitspruch gemacht, dass jedes der Hotels einzigartig und ein authentisches Spiegelbild der lokalen Kultur abgeben soll. Das Hotel in Wien präsentiert sich nun mit über 303 Zimmern, einem 2.200 m² umfassenden Konferenzbereich, einem 700 m² großen Ballsaal, Fitnessbereich, Restaurant, Eatery und einer Rooftop-Bar im 16. Stockwerk auf 60 Metern Höhe. Gelegen ist das Andaz direkt gegenüber dem Schweizergarten in unmittelbarer Nähe zum Wiener Hauptbahnhof. Für das für die Stadt doch sehr raffinierte äußere Erscheinungsbild zeichnet der italienische Star-Architekt Renzo Piano verantwortlich. Bei den Materialien wurde auf beste Qualität Wert gelegt, modernes, stylisches, aber nicht abgehobenes Design prägt das Gesamtbild.

Das Wiener Wirtshaus neu interpretiert

Ein neues Restaurantkonzept schöpft seine Inspiration aus dem Leben und den Reisen des einst bedeutendsten Feldherrn des Habsburgerreiches – Eugen von Savoyen. Im Restaurant „Eugen21“ bemüht sich ein junges Team gekonnt, das Zusammenspiel aus Alt und Neu, aus Tradition und Moderne zu interpretieren. Vintage-Teller mit Streublumen kommen ebenso zum Einsatz wie Geschirr im minimalistischen Design, am Chef's Table aus Holz sitzt man auf Kaffeehausstühlen unter modernen Pendelleuchten. Die Drinks genießt man aus geschliffenen Kristall-Sektschalen und klassischen Weingläsern, serviert von einer Servicecrew in Tweed-Gilets und Jeans. In der Küche setzt Chef de Cuisine Richard Leitner auf moderne und klassische

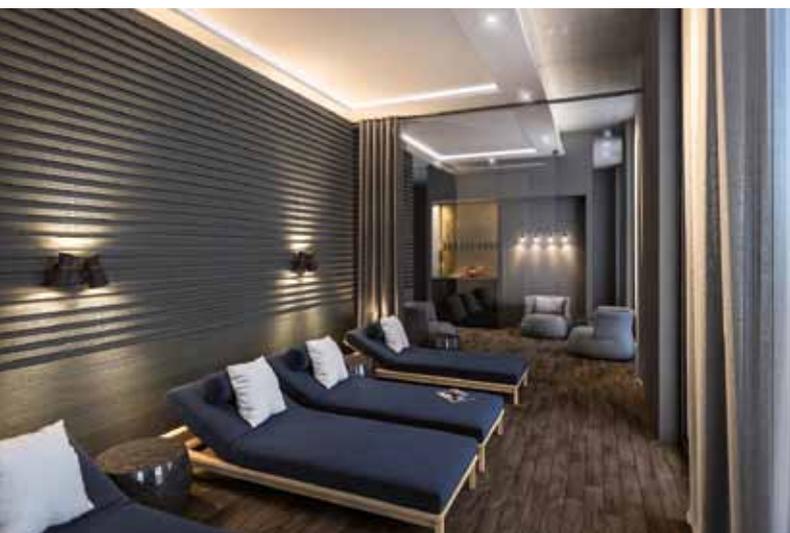




Über den Dächern der Stadt

Die Barflys sollen sich in der Bar „Aurora“ im 16. Stockwerk des Hotels treffen. Barchef Marcus Philipp serviert im einladend-warmen Ambiente mit offener Feuerstelle und großzügiger Dachterrasse außergewöhnliche Cocktail-Kreationen. Inspiration holt sich der Bar-Routinier dabei aus den Ländern Skandinaviens und ihren Küchen.

Wirtshausküche aus vorrangig lokalen und regionalen Zutaten. „Eugen21 ist ein modernes österreichisches Wirtshaus, eine Kombination aus klassischer und moderner Küche“, erklärt Michael Fortner, General Manager im Eugen21. „Mithilfe neuer Küchentechniken und intensiveren Geschmacksnoten präsentieren wir die Welt der österreichischen Küche von einer neuen Seite.“



Gaumenfreuden

Schon Sherlock-Holmes-Erfinder Arthur Conan Doyle wusste um die wohltuende Wirkung einer Fahrradtour, wenn einem alles aussichtslos erscheint. Doch das Fahrrad ist heute längst mehr als ein Mittel, um (wieder) vorwärts zu kommen. Es ist Teil einer ganzen Velokultur und Ausdruck eines nachhaltigen, gesundheitsbewussten Lebensstils. Im Restaurant „Cyclist“ widmet

So werden etwa beim Ötscherblick-Schweinsbraten alte Servicetechniken wiederaufgegriffen, der vermeintlich klassische Gabelbissen vom Fisch überrascht als alpine Version vom Seesabling. Außerdem werden Speisen wie Saftgulasch vom Galloway-Rind oder Rücken vom Maibock mit grünem Spargel auf der Karte stehen. Eine wahre Freude hätte Prinz Eugen wohl auch mit dem Hausbier „Andaz Lager“, einem untergärigen California Common, das in Zusammenarbeit mit der Ottakringer Brauerei entwickelt wurde und mit einem Hauch Wacholder infusioniert wird.





Akzente zu setzen. Wir möchten künftig nicht ausschließlich Touristen, sondern auch die lokale Bevölkerung begrüßen“, so die sympathische Kosmopolitin.

Fazit

Kosmopolitisches Statement wird hier zelebriert. Das Hotel strahlt Internationalität aus und setzt mit einigen klugen Ideen darauf, auch den heimischen Gast zu gewinnen. Ein gelungener Neuzugang in der Wiener Hotellszene.

man sich dem Velo-Lifestyle in all seinen Facetten. Bereits beim Interieur wird das Fahrrad zum stilprägenden Design-Element: Die Lampen im modernen Industrial-Look hängen an Fahrradketten und Ritzeln, die Barhocker sind mit Fahrradsätteln bestückt und die Wände zieren ausgediente Lenkräder.

Bei den Gerichten setzt man auf ein Angebot aus innovativen und gesunden Speisen und Getränken für eine gesundheitsbewusste Zielgruppe. Auf der Speisekarte finden sich unter anderem



HOTEL&DESIGN-Bewertung

Architektur	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Design	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Kulinarik	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Service	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿

herzhafte Sandwiches, Salate & Bowls – transporttauglich verpackt in praktischen Gläsern – sowie neueste Kreationen wie ein „Beyond Meat Burger“, ready-to-eat oder zum Mitnehmen. Dazu trinkt man frische Säfte, Smoothies, selbstgemachte Haselnuss- und Mandelmilchgetränke oder hausgemachte Limonaden. Dem Thema Kaffee als integraler Bestandteil der Velokultur trägt man im Cyclist mit einer hauseigenen Röstung der Mikro-Rösterei Röstwerkstatt Rechnung.

Als GM des neuen Hotels fungiert Gözde Eren: „Ich freue mich, mit Andaz Vienna Am Belvedere in der Positionierung der Hotelmarke Andaz im deutschsprachigen Raum völlig neue





© Tuboris Nature & Spa Resort / Hannes Niederkofler



Auf den Hund gekommen



Unsere Serie BEST OF beschäftigt sich dieses Mal mit Hotels, die sich auf Urlaub mit Hund spezialisiert haben. Urlaube mit Vierbeinern boomen. Sind diese dann im Hotel zwar geduldet, aber nicht wirklich willkommen, sind Probleme vorprogrammiert. Lesen Sie über ein paar Hotels, die tatsächlich hundefreundliche Unterkünfte anbieten.



© Astoria / Daniel Zangl

Das exklusive Hundeparadies

Im modernen Ambiente des Astoria Resorts in Seefeld in Tirol verbindet sich Tiroler Gemütlichkeit mit der Wärme von natürlichen Materialien wie Loden, Filz, Holz und Marmor. Die individuell gestalteten 82 Zimmer und Suiten sind großzügig designt und laden zum entspannten Verweilen ein. Das Alpen Spa und Spa Chalet sorgen durch individuell abgestimmte Körper- & Beauty-Treatments für einen langanhaltenden Wohlfühleffekt. Der Rundum-Wohlfühlurlaub im Hotel setzt sich bei den kulinarischen Genüssen fort. Bereits zum zehnten Mal in Folge erfreut sich die Astoria-Küche über die Auszeichnung der Gault Millau Haube. Im über die Grenzen bekannten und beliebten Hotel sind die vierbeinigen Freunde nicht nur erlaubt, sondern werden wirklich herzlich willkommen geheißen.

www.astoria-seefeld.com

Das Naturresort

Umrahmt von majestätischen Bergen bietet das Tuberis Nature & Spa Resort jede Menge Raum zur Selbstentfaltung. Herzlichkeit, Ruhe und Beständigkeit kennzeichnen das Wellnesshotel im Vinschgau. Es wurde ein modernes Refugium im Einklang mit der Natur geschaffen. Das Tuberis ist umgeben von einer herrlichen Naturlandschaft, die dazu einlädt, mit den Vierbeiner auf Entdeckungstour zu gehen. Im Frühling, Sommer und Herbst sind besonders Wanderungen und Mountainbike-Touren in den umliegenden Bergen sowie genüssliche Radtouren im Tal und gemütliche Ausritte angesagt. Als Rückzugsoasen dienen stilvolle Zimmer und Suiten mit Interieur aus heimischem Holz. Auch Feinschmecker dürfen sich freuen: Hochwertige Produkte vom eigenen Bauernhof werden in der Küche zu kulinarischen Köstlichkeiten verarbeitet. Das Ergebnis: authentischer Genuss, der natürlicher nicht sein könnte.

www.tuberis.com

Das Trainingshotel

Das Hotel Gut Feuerschwendt ist ein wahres Kleinod für alle Tierliebhaber. Urlaub mit Hund heißt im Gutshotel im Bayerischen Wald ankommen und sich wohlfühlen. Auf der weitläufigen Anlage mit 43 ha Privatgrund inmitten einer traumhaften Landschaft fühlen sich Mensch und Hund richtig wohl. Auch wenn mehrere Vierbeiner zur Familie gehören, sind auch diese Gäste im Hotel herzlich willkommen. Im Wohlfühlhotel wohnt der Gast in gemütlichen und großzügigen Bungalows mit getrennten Wohn- und Schlafräumen und eigener Terrasse. Zudem werden professionelle Hundeseminare zu vielfältigen Themen angeboten. Ein überdachter und eingezäunter Hundesportplatz steht ebenfalls zur Verfügung und für Hunde, die nicht gewohnt sind, im Haus zu schlafen, stehen große Indoor-Hundezwinger bereit.

www.gut-feuerschwendt.de



Das Almdorf

„Ursprünglich, nachhaltig und hochklassig“. Diese drei Wörter beschreiben einen der schönsten Orte der Welt, das exklusive Kärntner Hoteldorf „Almdorf Seinerzeit“. Das Almdorf ist eine weltweit einzigartige Hotelanlage im UNESCO Biosphärenpark Nockberge auf einer Seehöhe von 1.400 m. Die 51 traditionellen Almhütten und Chalets fügen sich auf einem ruhig gelegenen Hochplateau zu einem gemütlichen Almdorf zusammen. Diese sind mit Zirbenschlafzimmer, Bad mit Holzbadewanne, gemütlichen Stuben mit Kachelofen, Küche samt Omaofen, privater Sonnenterrasse mit Balkon und je nach Kategorie mit Sauna, Infrarotkabine oder Hottub ausgestattet. Kulinarisch können sich die Gäste im Wirtshaus Seinerzeit, im Gasthaus Fellacher, in der Holzknechtshütte, dem Weinkeller oder durch das Hüttenwirts-service mit traditioneller Kärntner und gehobener österreichischer Küche aus besten einheimischen Produkten verwöhnen lassen. Es ist die Herzlichkeit aller Mitarbeiter, es ist ihre Aufmerksamkeit, ihre Freude und es ist ihre Gastfreundschaft, die einen Aufenthalt im Almdorf Seinerzeit zu einem unvergesslichen Erlebnis für Gäste mit ihren Vierbeinern machen.

www.almdorf.com



Den Urlaub gemeinsam mit seinem Hund genießen und sich dabei wirklich willkommen fühlen. Das ist Ziel von pftencheck. Die Gründer Stefan Moser und Stefan Chibici-Revneanu, selbst begeisterte Hundefreunde, sind keine Neulinge in der Branche. Gemeinsam haben der Tierarzt Moser und Medienprofi Chibici-Revneanu vor Jahren bereits die Österreichische Hundezeitung aus der Taufe gehoben, bis heute das auflagenstärkste Hundemedium im deutschsprachigen Raum. Persönliche Erfahrungen und der offensichtliche Trend in der Reisebranche, Hunde als Familienmitglieder in den Urlaub mitzunehmen, gaben den Ausschlag zur Gründung von pftencheck.

www.pftencheck.com



© Marek Kruszynski

Outdoorfit mit Jägermeister

Die Saison der Musikfestivals steht vor der Tür. Jägermeister weckt die Lust auf Draußen mit dem neuen Coolpack. Dieser ist durch die Outdoorreinigung mit wenig Gewicht ein Muss für jeden Festival-Fan. Der weltbekannte Kräuterlikör kommt – neben der bekannten grünen, eckigen Glasflasche – nun auch in einer leichten und praktischen Verpackung aus Kunststoff daher.



Feine Genussmomente

Der schottische Traditionswhisky bringt mit Chivas XV neuen Whiskygenuss ins Gaumenspiel. Der Neuzugang reift mindestens 15 Jahre und erhält sein Finish in Cognac-Fässern aus der Region „Grande Champagne“. Diese Reifung verbindet den Geschmack von zwei der renommiertesten Spirituosen der Welt und verknüpft Tradition mit Innovation. Mit seinen sanften und fruchtigen Geschmacksnoten erschließt Chivas XV den Whisky-Genießern eine neue Aromawelt.



© Permal Ricard Austria

Sommerliche Lebenslust in der Flasche

Sonnenschirme, Badetücher, Flipflops, Bikinis – Objekte, die Lust auf Sonne, Strand und Abkühlung machen: Pünktlich zum Sommerbeginn präsentiert Kupferberg seinen beliebten Rosé Sekt in neuem Kleid, das mit seinem peppigen Design die Lebenslust hochhält.

Erfrischend leichter Genuss

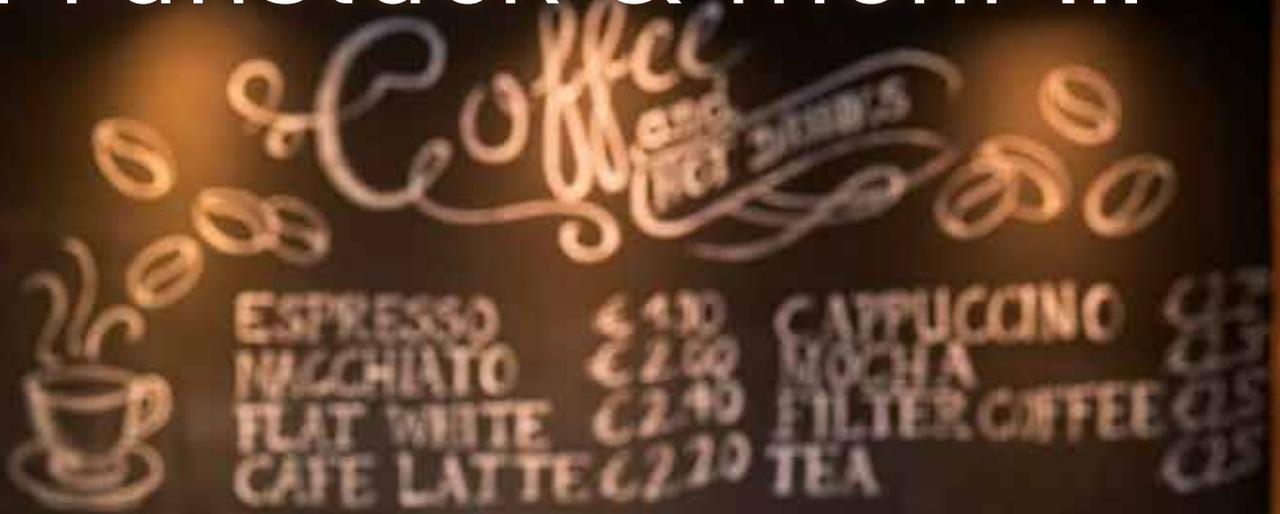
Immer mehr Österreicher kommen auf den Geschmack des natürlichen, erfrischenden und nur leicht alkoholischen Getränks. Cider hat eine lange Tradition, schon die Griechen erzeugten Getränke aus vergorenen Äpfeln. Bisher war Cider vor allem in England und Frankreich beliebt. Nun erlebt Cider auch bei uns einen großen Aufschwung: Cider ist österreichweit die am stärksten wachsende Getränkekategorie.



Passion verbindet

Gute Barkeeper brauchen viel Fantasie, eine versierte Technik sowie die perfekten Zutaten und Utensilien. Häufig suchen sie nach dem Außergewöhnlichen, sind Vorbilder und Trendsetter der Branche. Um ihre individuellen Cocktail-Kreationen zu inszenieren, sind die Produkte von Sieger by Fürstenberg für sie ideal. Eine besondere Beziehung pflegt die Marke zu der mehrfach ausgezeichneten und selbst ernannten Getränkeköchin Marie Rausch, die zu den besten Bartendern Deutschlands gehört.

Frühstück & mehr ...



ESPRESSO € 1,30 CAPPUCCINO € 2,05
MACCHIATO € 2,00 MOCHA € 2,05
FLAT WHITE € 2,40 FILTER COFFEE € 1,05
CAFE LATTE € 2,20 TEA € 1,05



Zauberhafte
Liaison: Die zwei
gefüllten Korncroissants
„Honigzauber“ und „Beeren-
zauber“ von Vandemoortele
harmonieren durch ihren zart-
blättrigen Plunderteig mit Korn-
Mix und einem erfrischend
aromatischen
Herz.



Kommen Sie in Sommerlaune



Darbo Sommersirupe sind wieder da

Eine Schwalbe macht ja bekanntlich noch keinen Sommer. Aber zum Glück sind andere Vorboten der heißen Jahreszeit schon im Anflug: Ab Mai 2019 sind die begehrten Sommersirupe von Darbo wieder zu genießen. Neu im sommerlichen Quartett sorgt die Sorte „Sizilianische Zitrone“ gemeinsam mit den beliebten Sorten „Holunderblüte-Minze“, „Mandarine“ und „Limette-Melisse“ für die nötige Erfrischung an heißen Tagen. Freuen Sie sich auf intensiven Genuss – aber nur, solange der Sommer reicht.

Ein weiteres Familienmitglied in voller Blüte

Darbo hat zudem sein vielfältiges Honig-Sortiment für die Gastronomie um handliche 8-g-Honig-Sticks im Karton zu 80 Stück erweitert. Der helle und milde Blütenhonig ist ideal zum Süßen von Tee oder anderen Getränken, zum Verfeinern von Müsli oder Joghurt oder ganz klassisch fürs Honigbrötchen. Dank der praktischen Größe eignet sich das neue Produkt nicht nur gut für das Frühstücksbuffet, sondern auch für den Roomservice-Bereich, für das To-go-Geschäft, für Airlines und überall dort, wo es aufs Platzsparen ankommt. Die mehrsprachige und liebevoll gestaltete Aufmachung der neuen Honig-Sticks werden auch internationale Gäste ansprechend finden. Gastronomen können wie gewohnt auf die jahrzehntelange Erfahrung von Darbo in Auswahl und Beschaffung von Honig zählen.

Akazienhonig zum Quetschen

Neben den Sorten „Blüte“ und „Mischung aus Wald und Blüte“ ist nun auch der milde Akazienhonig von Darbo auch in einem handlichen Dosierspender zu 500 g erhältlich. Präsentiert im gewohnt ansprechenden Bienenkorbdesign wird das Frühstück zu einem wahren Honigleckern. Die praktischen Spender garantieren ein sauberes und einfaches Dosieren und sind somit die ideale Lösung fürs Frühstücksbuffet. Passende, optisch ansprechende weiße und transparente Aufsteller ermöglichen eine dekorative Platzierung am Frühstücksbuffet. Honig gilt als Rohkost und ist daher für Kleinkinder unter 12 Monaten ungeeignet.



Feiner Gemüsegenuss

Seit Februar 2018 finden Sie im gut sortierten österreichischen Gastronomiegroßhandel unter der Marke „Vegetella“ neue pflanzliche Aufstriche auf Sojabasis im praktischen Portionsbecher. Angeboten werden die Sorten „Paprika Trio“ und „Tomate Basilikum“ im gemischten Karton zu je 30 Stück à 24 g. Die herzhaften Aufstriche sind für eine vegane und glutenfreie Ernährungsweise geeignet. Sie helfen Ihnen dabei, Ihr Frühstücks- oder Jausenbuffet abzurunden und dieses an die aktuellen Ernährungstrends und Kundenbedürfnisse anzupassen. Beide Sorten bestechen durch eine cremige Konsistenz und durch einen feinen und intensiven Geschmack. Gönnen Sie Ihren Gästen diese pflanzliche Alternative.

www.darbo.at



Celebrate Breakfast!

Die Produktauswahl und -qualität spielt gerade beim Frühstück eine immer größere Rolle. Mit kreativen Angeboten, die mit Regionalität, Natürlichkeit und wenn möglich noch mit einem gesundheitlichen Mehrwert punkten, gelingt es, die Hotelgäste frühmorgens zu überraschen.

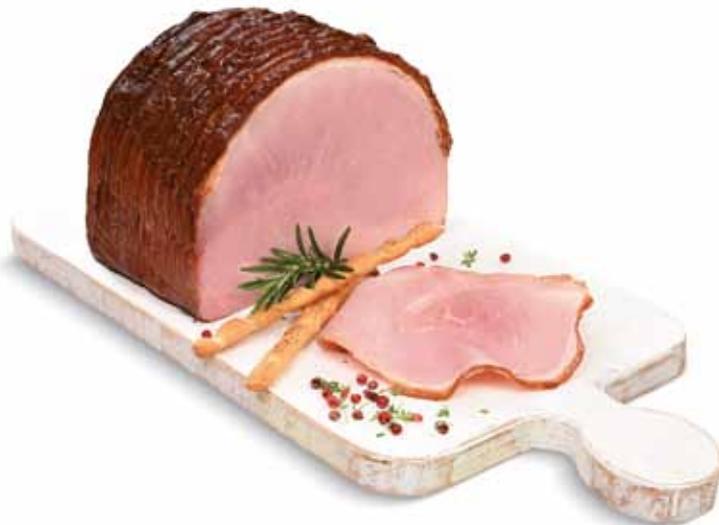
Superfood-Gebäck

Resch & Frisch hat sich mit seiner „Superfood“-Linie zum Ziel gesetzt, köstliche Backwaren zu kreieren, die durch besonders nährstoffreiche Zutaten einen gesundheitlichen Mehrwert bieten. So trägt etwa das „Balance-Weckerl“ mit extra Kalium zur Regulierung des Blutdrucks bei, während sich das „Sportweckerl“ durch einen hohen Eiweißgehalt auszeichnet. Und das „Hafer-Vollkorn-Weckerl“ liefert mit einer Extraportion Magnesium, Eisen, Phosphor und Zink einen ausgewogenen Mix an gesunden Nährstoffen. Um auch dem Nachhaltigkeitsgedanken gerecht zu werden, setzt man dabei ausschließlich auf heimisches Superfood wie Haselnüsse, Leinsamen oder Hanfnüsschen: Bereits 350 Vertragslandwirte beliefern Resch & Frisch mit Rohstoffen bester österreichischer Qualität.



Schinken-Vielfalt

Als Österreichs Nr. 1 in Sachen Kochschinken empfiehlt Berger insbesondere den klassischen „Traditions-Beinschinken“ als Must-have am Frühstücksbuffet: Er wird von Meisterhand einzeln gefertigt, über Buchenholz geräuchert und überzeugt durch seinen mild-feinen Geschmack. Ein Highlight ist auch der „Berger Beinschinken-Selektion“, der ausschließlich aus regionalem, gentechnikfreiem Schweinefleisch aus dem „Regional-Optimal“-Programm handgefertigt wird. Darüber hinaus hält das umfassende Schinken-Angebot von Berger für jeden Geschmack das Passende bereit – vom „Gastro-Saunaschinken“ über den fettreduzierten „Wellness-Schinken“ bis hin zum aromatischen „Backofen-Schinken“ mit feiner Bratkruste.



Bon Appetit

Die beiden neuen gefüllten „Korncroissants“ von Vandemoortele in den Varianten „Honigzauber“ und „Beerenzauber“ verlocken mit einem einzigartigen Kornmix und köstlichen Füllungen. Die Kombination der Getreidearten und Samen (wie Weizen, Gerstenmalz, Leinsamen und Mohn) verleiht den Croissants aus zartblättrigem Plunderteig einen ausgeprägten Geschmack mit leichter Salznote. Dazu im Kontrast sorgen die süßen Füllungen mit Honig und Ingwer bzw. roten Früchten und Holunderblüte für die unverwechselbare Note. Zubereitung: Die Produkte auftauen lassen und anschließend ca. 20 Minuten aufbacken.





Auf Knopfdruck

Neben den klassischen Fruchtsäften in der Glasflasche sowie der kürzlich neu lancierten Bio-Linie mit fünf fruchtigen Sorten führt Pago speziell für den Frühstücksbereich auch den bewährten Bag-in-Box-Dispenser sowie seit 2018 eine innovative Postmix-Schankanlage in elegantem Design mit Touch-Display im Programm. Im Zuge der Einführung wurde die Produktrange der Postmix Bag-in-Boxen mit „Apfel 100%“ und „Orange“ um die Sorten „Multifrukt“, „Johannisbeere“ und „Himbeer-Zitrone“ erweitert. Die Modernität der Anlage in Kombination mit der hohen Qualität der Pago-Fruchtsäfte stellt einen ganz neuen Anspruch an die Frühstücks- und Selbstbedienungsbereiche in größeren Gastronomie- und Hotelleriebetrieben.



Minis ganz groß

Die praktischen Portionspackungen à 24 g, die sich leicht mit nur einem Dreh öffnen lassen, machen die „Schlierbacher Bio-Frischkäse Minis“ zum idealen Produkt für das Frühstücksbuffet. Basierend auf biologischer Kuh-, Schaf- und Ziegenmilch sowie ohne jegliche Zusatzstoffe hergestellt, überzeugen alle drei Variationen durch ihre cremige Konsistenz und ihren frischen Geschmack. Die Frischkäse-Sorten aus Bio-Schaf- und Bio-Ziegenmilch sind außerdem auch für Kuhmilchallergiker eine willkommene Abwechslung.

Feine Käse-Scheiben

Mit den Premium-Käsescheiben bietet die SalzburgMilch ein abwechslungsreiches Käse-Sortiment speziell für die Gastronomie. Fein aufgeschnitten und perfekt gefächert sind die einzelnen Scheiben aus der wiederverschließbaren Packung convenient nach Bedarf entnehmbar – wobei vom würzigen Bergkäse über traditionellen Emmentaler bis zu Edamer verschiedenste Käsesorten zur Verfügung stehen. Den beliebten „Feinen Gouda“, den „Original Almkönig“ sowie den „Milden Tilsiter“ gibt es zudem nicht nur sortenrein verpackt, sondern auch als „SalzburgMilch Premium Käse-Selektion“ in der gemischten 1 kg-Schale.



Turbo-Omelett

Frisch & Frost bietet für ein abwechslungsreiches Frühstück eine breite Auswahl an süßen und pikanten Produkten, wie die beliebten Strudel und Palatschinken der Marke Toni Kaiser. Neu im Angebot ist das „Bauernland Eieromelett“, das bereits in runder Form gebacken und charakteristisch zusammengeklappt ist. Das Omelett mit einem Stückgewicht von 90 g lässt sich im Handumdrehen in der Mikrowelle oder im Kombi-Dämpfer zubereiten.





Expertise bei Kaffee & Tee

Julius Meinl ist in Sachen Kaffee seit vielen Jahren Marktführer in der heimischen Gastronomie und konnte seinen Vorsprung auch 2018 weiter ausbauen. Zentrale strategische Erfolgsfaktoren waren und sind dabei – neben dem kompromisslosen Qualitätsanspruch – die hohe Expertise und Serviceorientierung des Wiener Kaffeerösters, eine maßgeschneiderte Innovationsstrategie sowie die konsequente Markenpositionierung als Botschafter der Wiener Kaffeehauskultur.

Julius Meinl ist aber auch „New Wave“-Vorreiter in der Top-Gastronomie. Insbesondere mit „The Originals“ bietet man ein einzigartiges Angebot für Kaffee-Enthusiasten, das von den Premium-Blends „Red Door“ und „Vienna XVI“ für Siebträger-Maschinen bis zu limitierten „Specialty Coffee Editions“ für die Zubereitung in der Pour Over-Kanne reicht.

Neben den Kaffee-Spezialitäten offeriert Julius Meinl außerdem auch ein breites Tee-Sortiment. Besonders gefragt sind dabei die Premium-Produkte wie das Bio-Teeangebot für die Kanne, das 2019 um vier neue Blends erweitert wird: „Bio Feige Lavendel Rose“, „Bio Vanille Zimt Traum“, „Bio Kirsche Granatapfel“ und „Bio Frische Erdbeer Minze“. Jeder Big Bag ist einzeln in kompostierbarer Folie verpackt, um den Inhalt bis zum Zeitpunkt des Öffnens optimal zu schützen.

„In Österreich ist Julius Meinl eine Traditionsmarke, viele Menschen sind mit Julius Meinl Kaffee, Tee und Marmeladen aufgewachsen. Umso wichtiger ist es heute für uns, auf dieser Tradition aufzubauen und mit unserer Inspirationskraft Neues zu schaffen“, so Renata Petovska, Geschäftsführerin Julius Meinl Austria GmbH.



Grapos
SOFT DRINKS

INNOVATIVE
IDEEEN FÜR
PROFIS

PASSEND ZU IHRER ZIELGRUPPE
100% BIO-SAFT ODER ZUCKERREDUZIERT

DAS BROOKLYN

HOTELLERIE KONZEPT

FRÜHSTÜCK | SEMINAR
GLAS | KARAFFE | FRÜCHTE + KRÄUTER



Bio & Vitaminbar
INNOVATIVE TECHNIK
IM ZEITGEIST-DESIGN



Technik
INDIVIDUELL FÜR SIE
ADAPTIERT



BIO-Säfte
IN NACHHALTIGER
PREMIUM QUALITÄT



VEGAN - ALLERGENFREI - NACHHALTIG
PROUD TO BE
Grapos
SOFT DRINKS
A PRODUCT OF



Nachhaltige
AF-KONZEPTE
VOM PROFI FÜR PROFIS

GETRÄNKE + TECHNIK + SERVICE

EXKLUSIV FÜR DIE GASTRONOMIE

www.grapos.com | www.schankomat.com



Beste Kaffeequalität bei riesiger Spezialitätenvielfalt

Gründe für einen professionellen Kaffeevollautomat von JURA gibt es etliche. Einige der herausragendsten finden Sie hier.

Die Vollautomaten aus dem Hause JURA sind ab Werk auf Kaffeegenuss eingestellt. Viele Programmiermöglichkeiten erlauben es, diesen Genuss zu variieren und ganz auf die persönlichen Lieblingskaffeebohnen und -spezialitäten abzustimmen. JURA bietet auf Knopfdruck eine große Auswahl an Kaffee- und Milchkaffeespezialitäten, von Ristretto bis Cappuccino. Dabei sorgen innovative Technologien für jederzeit perfekten Kaffeegenuss – stets frisch gemahlen, nicht gekapselt. Das Personal steht meistens unter Zeitdruck, da ist es zudem äußerst hilfreich, Maschinen zu bedienen, die enorm Zeit sparen und sich an das Einsatzgebiet anpassen.

Minimaler Arbeitsaufwand

Ein intuitives Bedienkonzept sowie große Kapazitäten und TÜV-zertifizierte Hygiene garantieren minimalen Arbeitsaufwand. Für einwandfreie Hygiene auf Knopfdruck und stets perfekte Kaffeerisultate sorgen integrierte Spül- und Reinigungsprogramme.





Angepasst an das Einsatzgebiet

Dank Peripheriegeräten und Zubehör können die Vollautomaten von JURA anlass- und kundenspezifisch individuell zu einer Kaffee-Komplettlösung zusammengestellt werden. Ob in Shops, Büros, Frühstückspensionen oder im Catering- und Seminarbereich, abhängig von der Produktlinie lässt sich das Angebot an Kaffeespezialitäten individuell an das Einsatzgebiet anpassen. Intuitive Programmier- und Sperrfunktionen sorgen dafür.

Die Professional-Linien

Die Produktpalette der Schweizer Präzisionsmanufaktur ist breit gefächert und bietet für jeden Gastrobetrieb die richtige Kaffeelösung an.

Die GIGA-X-Linie

Bei dieser Maschine zählt ausschließlich Höchstleistung. Die geballte Potenz von bis zu zwei Mahlwerken, zwei Pumpen und zwei parallelen Fluidsystemen, gepaart mit Bedienerfreundlichkeit und höchster Qualität, führt zu einzigartiger Performance. In der Welt der GIGA-X-Linie, in der der Begriff Kaffee genuss eine neue Definition erfährt, lässt es sich hervorragend arbeiten. Die empfohlene Tageshöchstleistung beträgt dabei bis zu 200 Tassen.



Die X-Linie

Für all diejenigen, die einen robusten Allrounder benötigen, ist die Wahl für die X-Linie genau die richtige. Die X10 Platin, die X8 Platin und die X6 Dark Inox stehen zur Auswahl.

Stilvoll, robust, praktisch und zuverlässig präsentiert sich die für Großraumbüros, Selbstbedienungszonen oder Cateringbereiche entwickelte, professionelle X-Linie von JURA. Flexibilität, Einfachheit und hohe Kapazität charakterisieren sie genauso wie ein sicheres, intuitives Handling. In Kombination mit Peripheriegeräten ist die X-Linie flexibel skalierbar und bildet somit die ideale Basis für individuelle Kaffee-Komplettlösungen. Hier beträgt die empfohlene Tageshöchstleistung bis zu 80 Tassen.

Die WE-Linie

Diese Linie eignet sich bestens für alle Spezialitäten-Liebhaber. Die Modelle WE8 Chrom, WE8 Dark Inox und die WE6 Piano Black sind nicht nur formschön, sondern bieten höchsten Kaffee genuss.

Kaffee beflügelt die Kreativität, fördert die Kommunikation und steigert den Wohlfühlfaktor. Deshalb schuf der Schweizer Kaffeemaschinenhersteller die „plug-and-enjoy“-Geräte für stilvollen Kaffee genuss am Arbeitsplatz. Flexibilität, Ästhetik, Einfachheit und erhöhte Kapazität von Bohnenbehälter, Wassertank sowie Kaffeesatzbehälter sind ihre großen Stärken. Hier beträgt die empfohlene Tageshöchstleistung bis zu 30 Tassen.

Wie immer der Gastroprofi sich auch entscheidet – mit einer Kaffeemaschine von JURA trifft er die richtige Wahl. Das Personal wird entlastet und kann sich noch besser dem Service widmen, und die Gäste können Kaffee genuss auf höchstem Niveau genießen.

www.jura.com

DAS HERZ DER KÜCHE: SAUCEN!

Früher wurden in jedem guten Restaurant die erfahrensten Köche als Sauciers beschäftigt, die es in der Hand hatten, „das Herz der Küche“ – die Sauce – zum Höhepunkt für den Gast werden zu lassen. WIBERG übernimmt diese verantwortungsvolle Aufgabe liebend gerne und steht mit Know-how und Innovation zur Seite.

Ob gebunden oder ungebunden, warm oder kalt, mit Butter, Wein oder Mehl – die Sauce ist ein wichtiger Bestandteil, eine Speise als gelungen bezeichnen zu können. Sie rundet den Geschmack ab oder kontrastiert ihn. Bei Ragouts beispielsweise bildet sie das verbindende Element zwischen den verschiedenen Zutaten. Doch die Sauce kann noch viel mehr: Sie verleiht Gerichten eine ansprechende Optik, wirkt durch die Zugabe von Kräutern und Gewürzen mitunter appetitanregend und verdauungsfördernd. Auf jeden Fall aber steigert sie den Genuss!

KALTE SAUCEN

Beim Thema Saucen ist ein Kaltstart nichts Schlechtes! Dippen, Aufpeppen und Verfeinern mit aromatischen Dip-Allroundern liegt nämlich voll im Trend! Die WIBERG Dip-Saucen in den Geschmacksrichtungen Barbecue, Mango-Ananas, Smoked Honey und Süß-Sauer sowie die WIBERG BASIC Burger & Sandwich Sauce fügen sich dabei nahtlos in das zeitgemäße Konzept.

GEMÜSE-SAUCEN

Köstliches Gemüse lässt sich auch in Saucenform vorzüglich genießen! Einfach einkochen und nach Belieben mit den passenden WIBERG Produkten ergänzen: Wie wäre es z. B. mit einem wohltuenden Kürbis-Curry, mit Curry Madrocas oder einem typisch italienischen Tomatensugo, verfeinert mit der allergenfreien Würzsauce N° 1, die den Gerichten den beliebten Umami-Geschmack verleiht.

BUTTER-SAUCEN

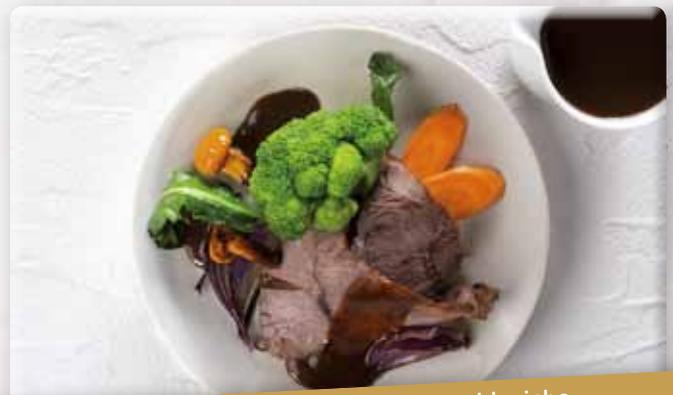
Neben Eigelb und Mehl eignet sich Butter hervorragend zum Binden von Saucen. Diese werden häufig zu gegrilltem Fleisch, Geflügel und Fisch gereicht. Man kann sie in Frischhaltefolien einwickeln und bis kurz vor dem Servieren im Kühlschrank aufbewahren.

HELLE, BRAUNE & DUNKLE SAUCEN

Das Konzept der Grundsaucen entstand in der klassischen Küche Frankreichs und gehört bis heute zum Standard in der internationalen Gastronomie. Sie dienen als Basis für zahlreiche Ableitungen, die durch die Zugabe von Gewürzen und Kräutern sowie geschmacksgebenden Lebensmitteln entstehen. Aus dem umfangreichen WIBERG Sortiment sind hier vor allem die Weiße Grundsauce, die Dunkle Bratensauce sowie die Braune Grundsauce pastös zu nennen. Ihnen allen gemeinsam ist neben dem intensiven Geschmack die kinderleichte Anwendung: einfach das Pulver bzw. die pastöse Grundsauce in kaltes Wasser einrühren und unter ständigem Rühren ca. drei Minuten kochen lassen, fertig! Anstelle von Wasser kann die Braune Grundsauce auch beliebig mit ungesalzene Fonds, Wein und/oder Fruchtsaft angerührt werden – so entstehen individuelle Kreationen im Handumdrehen, sozusagen „Convenience deluxe“.

SAUCENGERICHTE

Im WIBERG Sortiment findet man nicht nur die besten Gewürze und Kräuter für alle Saucengericht-Klassiker der europäischen Küche, sondern auch köstliche Wok-Saucen in den vier Geschmacksrichtungen Teriyaki, Thai-Chilli, Curry und Süß-Sauer. Ihre Anwendung ist denkbar einfach: Fleisch, Fisch oder Gemüse scharf anbraten, Wok-Sauce dazugeben, kurz aufkochen lassen – fertig!



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



Jägermeister zeigt Charakter

Die Temperaturen steigen stetig und Jägermeister sorgt mit einer Neuheit für den eiskalten und scharfen Genussmoment – als Shot perfekt genossen bei minus 18 Grad.

Durch die Interpretation des traditionellen und sehr facettenreichen Kräuterlikörs wird den Markenfans eine moderne und trendige Interpretation angeboten – mit einem neuen, authentischen Jägermeister mit intensivierter, verschärfter Ingwer-Note. „Wir sind, was wir sind: authentisch“, betont Sebastian Koenen, der als Projektleiter im Bereich Global Innovation & Design maßgeblich an der Einführung von Jägermeister SCHARF beteiligt war. „Wir bleiben unseren Wurzeln treu, wollen aber gleichzeitig als weltweit erfolgreichster Kräuterlikör-Hersteller für unsere Konsumenten immer wieder neue Impulse setzen: im Geschmack, im Produktdesign ebenso wie in der Kommunikation.“

Die geheimen Zutaten

Der originale Jägermeister hat fünf Hauptgeschmacksnoten: scharf, bitter, süß, zitrus und würzig. Die Schärfe war damit schon immer Bestandteil der Originalrezeptur, durch die Komplexität der 56 natürlichen Zutaten wird diese aber nicht vordergründig wahrgenommen. Bei Jägermeister SCHARF wird auf Basis der Originalrezeptur diese Eigenschaft intensiviert, indem die vorhandenen natürlichen Zutaten durch Betonung der Ingwer-Komponente und weiteren scharfen botanischen Rohstoffen, wie Extrakten der Citrusfrucht, neu akzentuiert wurden. Dadurch wird der scharfe Charakter von Jägermeister hervorgehoben. Mit besonderem Geschmack und einem modernen Design-Ansatz



werden Handwerk und zeitgenössische Ansprüche kombiniert. Diese Einzigartigkeit spiegelt sich in Jägermeister SCHARF wider: ein unvergleichlicher Geschmack, geschützt in der ikonischen Jägermeister-Flasche mit aktuellem, an die Bauhaus-Schule angelehntem Design. Der noch nie dagewesene und unverwechselbare Look ist für diejenigen, die wissen, dass man durch das Beherrschen von Regeln zum Künstler werden kann.



Seit 1967 füllt die Destillerie Franz Bauer den Jägermeister in Österreich auf Lizenzbasis ab. Im Laufe der letzten 50 Jahre entwickelte sich die Erfolgsgeschichte stetig, und so zählt der Kräuterlikör heute mit einem Absatzvolumen von über einer Million Litern pro Jahr zu den stärksten Spirituosenmarken Österreichs.



Die Hotelbar „Botanist“ des Hotels Forsthofgut in Leogang. Im Stil einer Apotheke des 20. Jahrhunderts lädt sie zu entspannten Drinks – natürlich und besonders mit Gin – ein.

Auf der Suche nach dem ultimativen Genuss

Das Wort „foraging“ ist ein Begriff, der im Deutschen so nicht existiert und im Englischen ein Qualitätsmerkmal und mittlerweile auch etwas Alltägliches darstellt. Wörtlich übersetzt bedeutet es „hamstern“ oder „Futtersuche“, und dies kann man auch im weitesten Sinne so sehen.



Pure Natur

Eine der absoluten Besonderheiten und höchstes Qualitätsmerkmal des The Botanist Gin sind die „foraged 22 Botanicals“. Dies bedeutet, dass die „22“ des Botanists bis heute von Botanikern, dem Ehepaar Mavis & Dr. Richard Gulliver, auf der Insel Islay von Hand gepflückt werden. Es sind wilde Botanicals, nicht gezüchtet oder gesetzt, sondern die Natur hat sie an den entsprechenden Fleckchen Erde groß werden lassen. Somit sind sie komplett unbehandelt, natürlich aromatisch und ihre Herkunft ist zu 100 % nachvollziehbar.

Foraging ist also nicht nur ein Begriff, sondern ein absolutes Qualitätsmerkmal, das immer mehr zu einem internationalen Trend wird: Regionalität, Nachvollziehbarkeit und der Verzicht auf jegliche Behandlung. Geschmack, wie ihn die Natur der Pflanze geschenkt hat, ohne dass diese in Gewächshäusern irgendwelchen Schönheitsidealen angepasst wurde. Egal ob man Köche oder Barmixer fragt, für sie machen diese Kriterien höchste Qualität aus – aber sie sei schwer zu finden. Doch das stimmt nicht immer, denn manchmal ist höchste Qualität ganz einfach zu finden: direkt vor unserer Haustür.

Vom Kräutergarten bis zum Wald

Thymian, Rosmarin und Co. haben schon länger die Bars erobert, und manche Bar zieht dem Gourmetrestaurant nach und beherbergt einen eigenen kleinen Kräutergarten. Aber dies ist nur ein kleiner Teil einer großen, spannenden Welt der Aromen, die es noch zu entdecken gilt. Mädesüß, Echter Steinklee oder Vogelmiere sind beispielsweise Gewächse, die bei uns auf Wiesen und in Wäldern häufig anzutreffen sind und einem Bartender auf der Suche nach Geschmacksvielfalt neue Möglichkeiten öffnen. Dazu kommt, dass diese Kräuter teilweise auch noch sehr reichhaltig an Vitaminen sind oder gar heilende Wirkung haben.

Foraged Mixology

Es ist ein weiter Weg, die eigene Barkultur zu erweitern und neue, unverwechselbare und einzigartige Aromen mit einem nie dagewesenen regionalen Bezug zu schaffen. Man kreiert nicht nur einen Drink, sondern ein Erlebnis mit einer Geschichte. „Storytelling“ wird immer wichtiger, um Gäste nachhaltig zu begeistern. Die Begehrlichkeit wird zudem größer, da alles saisonal abhängig ist. Jeder kann sich an Momente seiner Kindheit erinnern, als er in hiesigen Wäldern und Wiesen gespielt und gewisse Düfte oder Bilder wahrgenommen hat. Auch der Konsument der Drinks hat diese Erinnerungen, und sie werden mit den Informationen zu den Drinks geweckt. Eigene Geschichten kommen hinzu und regen zu Gesprächen an. Es mag nicht auf jeden zutreffen, aber die Wahrscheinlichkeit, dass man etwas erlebt oder zu erzählen hat, ist beim foraging von regionalen Zutaten wesentlich höher als bei exotischen Früchten und Kräutern.

Schottische Tradition und 31 Kräuter

The Botanist Gin wird in der traditionsreichen Destillerie auf der schottischen Insel Islay hergestellt, destilliert und abgefüllt. Aus dieser Destillerie stammt auch die Kult-Whiskymarke Bruichladdich. Der köstliche Botanist Gin besteht aus insgesamt 31 Kräutern, 22 davon kommen direkt von der Insel. Neben den neun klassischen Gin-Aromen, wie Schwertlilie, Zimtkassie und



Koriandersamen, wird The Botanist Gin mit einer Vielzahl wild wachsender, duftender Kräuter verfeinert. Diese werden von Kräuterexperten auf den windumtosten Hügeln, dem Hochmoor und der Atlantikküste von Hand gesammelt. Dieser saisonbedingte und exotische Mix wird dann langsam „köchelnd“ in der kostbaren und weltweit einzigartigen Lomond-Kupferbrennblase „Ugly Betty“ destilliert. Die Herstellungsweise durch ein Niederdruckverfahren benötigt höchstes handwerkliches Geschick und viel Zeit – dreimal so lang wie übliche Destillationsprozesse. Die Herkunft von The Botanist Gin aus der Destillerie auf der Insel Islay verleiht ihm Rückverfolgbarkeit und Authentizität.

Unverwechselbares Geschmackserlebnis

The Botanist Gin ist ein komplexer und blumiger Gin. Der Geschmack ist vollmundig, weich und frisch im Auftakt. Sobald er den hinteren Gaumen erreicht, wird die Wärme und absolute Reinheit der langsam und in großer Ruhe erfolgten Destillation spürbar. Der Geruch ist eine Kombination aus Menthol, Apfelminze, dem Duft von Frühlingswäldern, Wacholderbeere, Koriander mit Anisanklängen, Zitronen- und Orangenschale. In den vergangenen Jahren erlebten nicht nur klassische Cocktails ein wahres Revival. The Botanist Gin eignet sich aufgrund seiner Qualität und seiner großen Vielfalt an Geschmacksnuancen hervorragend als Grundzutat für die beliebten Klassiker, wie zum Beispiel Martini und Gin Tonic.

www.topspirit.at

www.thebotanist.com





Whisky at its best

„Das Wasser des Lebens“, wie Whisky auch seit jeher unter Aficionados genannt wird, hat sich vom Image des Altherrengetränks massiv zum fashionablen Bar- und Partygetränk gewandelt. Wir unterhielten uns mit Andreas Trattner, einem Kenner der Szene, wohin die Genussreise in nächster Zeit geht.



Längst vorbei sind die Zeiten, als Herren silbergrau meliert am Kamin sitzend an einem Whisky nippten. Die Bar- und Cocktailszene hat sich in den letzten Jahren radikal geändert. Alles ist erlaubt, was gefällt und vor allem was schmeckt. Und da darf das Getränk, vornehmlich aus Schottland und Irland, schon lange nicht mehr fehlen. Barflys auf der ganzen Welt wissen die unterschiedlichen Geschmacks- und Geruchsnuancen eines hochwertigen Whiskys zu schätzen, und Mixologen greifen bei ihren Kreationen immer öfter ebenfalls auf Whisky zurück. Die Angebotsrange ist gewaltig, wobei beste Qualität immer mehr im Vordergrund steht. Heute kann man Gäste nur mehr mit Qualität, Ideenreichtum und guten Geschichten, die hinter dem Produkt stehen, begeistern und zu genussreichen Wiederholungstätern machen.

Andreas Trattner, Premium Brand Activation Manager aus dem Hause Top Spirit: „Mit unserer breiten und qualitativ hochwertigen Produktrange haben wir naturgemäß bei allen Mixologen einen sehr guten Ruf. Unser Sortiment präsentiert sich wie das ‚Who is Who‘ der Whiskylandschaft. Da ist für jede Vorliebe etwas dabei“, so der Profi.

Tradition gepaart mit Qualität

Trattners Hauptaufgabe ist es, den Gastronomen und Barkeepern des Landes Whisky noch näher zu bringen. „Wir können in der Branche nur mit Qualität und sehr gutem Preis-Leistungs-Verhältnis punkten“. Die Vertriebsmarke Top Spirit, für die Trattner durch die Barlandschaft zieht, hat sich bei den Whiskybrands besonders auf alteingesessene Marken, die noch immer von Familien geführt werden, spezialisiert. Man denke dabei nur an William Grant & Sons. Die Firma wurde 1886 gegründet und wird immer noch von Familienmitgliedern geleitet. Das bedeutet nicht nur Tradition, sondern auch Wissen um Qualitätskriterien, Ideenreichtum, aber auch die Kraft und die Selbstverständlichkeit, den Markt nicht schnell zu beliefern, sondern dem Whisky im Fass auch genügend Zeit zur Reife zu geben.

Besonders die Single Malts sind in den letzten Jahren immer beliebter geworden. Andy Trattner: „Da liegt so viel Wissen und Liebe zum Produkt drinnen, dass es immer eine Freude ist, die verschiedenen Malts zu verkosten. Jeder präsentiert sich mit einer anderen Geschmacks- und Geruchsnuance. Die einen lieben eher den weichen, die anderen bevorzugen den torfigen. Beide Richtungen, wenn nicht pur getrunken, eignen sich auch hervorragend für viele Cocktails“, so der Whisky-Liebhaber und -Kenner. Parameter wie Alter, Fasstypen, Regionen ergeben zudem zusätzliche Herausforderungen an Gaumen und Nase. Ob man nun einen Balvenie, Macallan, Highland Park, Glenfiddich oder Bruichladdich im Glas hat – sie alle verkörpern wohl die Seele eines Whiskys und damit ganz spezielle genussvolle Momente.



Kleiner Genuss-Guide von Andreas Trattner, Premium Brand Activation Manager Top Spirit

1. Der perfekte Einstiegswhisky

Im Single-Malt-Sektor ist das Angebot größer denn je. Ein guter Anfang, aus meiner Sicht, sind Whiskys aus der Region Speyside. Charakteristisch für diese Gegend sind Single Malts, die fruchtig sind und nicht torfig. Einige Beispiele für den/die Einsteiger: Balvenie 14y Caribbean Cask, Macallan 12y Double Cask oder Glenfiddich 15y.

2. Der Whisky für Fortgeschrittene

Je mehr man sich mit einem Thema auseinandersetzt, desto experimentierfreudiger wird man. Das Angebot reicht von älteren Abfüllungen, torfigen Whiskys, unterschiedlichsten Fasstypen bis zu Abfüllungen in Fassstärke. Einige persönliche Favoriten: Glenfiddich 21y, Port Charlotte Islay Barley 2011, Highland Park „The Dark“, Octomore 9.3, Balvenie „The week of peat“.

3. Der perfekte Nachmittagswhisky

Hier kommt es unter anderem auch auf das Umfeld und die Jahreszeit an. Im Sommer eher leichter, fruchtig und mild. Im Winter darf es gerne stärker und würziger sein. Sommernachmittag: Glenfiddich IPA, Glenrothes 12y, Balvenie 14y Caribbean Cask
Winternachmittag: Highland Park 18y, Balvenie 17y Doublewood, Glenfiddich Fire & Cane

4. Der perfekte Sundowner

Hier fällt mir sofort „leicht und spritzig“ ein. Vor allem leicht zuzubereiten sind Whisky Highballs wie z. B. Scotch and Soda, Horse's Neck (Scotch, Ginger Ale, Angostura, Zitronenschale), aber auch als Mule-Variante mit Ginger Beer und Limettensaft.

5. Der perfekte Whisky nach dem Dinner

Ich persönlich trinke gerne nach dem Essen etwas süßliche, im Sherryfass gelagerte Single Malts, gerne auch mit ein bisschen Torf. Macallan Sherry Oak, Highland Park Valknut, Bruichladdich Black Art, Glenfiddich Project XX sind einige, die mir da einfallen.

6. Der perfekte Whisky für die lange Party

Hier würde ich auf ein paar Einsteigerwhiskys setzen, die auch als Basis für die oben genannten Drinks verwendet werden können.

Cocktailinspirationen mit Whisky

Project Wildberry (Old Fashioned)

6 cl Glenfiddich Project XX – optional: Wildberry Infused
0,5 cl Zuckersirup

2 Dash Angostura Bitters

2 Dash Choco Bitters

Garnitur: Orangenschale

Glas: Tumbler / Technik: Rühren

Zubereitung: Alle Zutaten in ein Rührglas mit Eis geben und für ca. 10 Sekunden rühren. Anschließend in ein Glas mit Eis sieben. Orangenschale abspritzen und dazugeben.

Scotch and Oil

4 cl Balvenie 14y Caribbean Cask

2 cl Old Judge Falernum

2 cl Lime Juice

Limettenschale

Garnitur: Dörrlimette

Glas: Tumbler

Technik: Rühren

Zubereitung: Alle Zutaten in ein Rührglas mit Eis geben und für ca. 10 Sekunden rühren. Anschließend in ein Glas mit Eis sieben und garnieren.

www.topspirit.at



Andreas Trattner, Premium Brand Activation Manager Top Spirit



Sommer, Sonne & Drinks

Spezielle Trinkgenüsse, die auch bei Ihren Gästen Sommerfeeling aufkommen lassen.

Durstlöscher

Die Brauerei Murau setzt den erfolgreichen Kurs der „Murelli“-Limonaden fort und präsentiert mit der neuen Sorte „Die Gärtnerin“ eine weitere Geschmacksrichtung in der 0,5 l-Mehrwegflasche. Kriert und entwickelt wurde die erfrischende Komposition aus Rhabarber und Minze im Rahmen eines Schulprojekts gemeinsam mit Schülern des Abteigymnasiums Seckau und der steirischen Volkswirtschaftsgesellschaft. „Die Gärtnerin“ ist die inzwischen achte Sorte im erfrischenden „Murelli“ Limonaden-Sortiment.

Mundgeblasen

Für „Monkey 47 Barrel Cut“, den im Maulbeerbaumfass gelagerten Schwarzwald Dry Gin, hat die Wiener Glasmanufaktur Lobmeyr eigens einen speziellen Tumbler gefertigt. Der zarte Tumbler, mundgeblasen aus Kristallglas, liegt gut in der Hand und eignet sich ideal zum Schwenken des edlen Gins. Die feinen Rillen auf der Glas-Innenseite verweisen auf die subtilen Maulbeerholznoten, die sich den gerösteten Innenwänden der speziellen Fässer verdanken. Sowohl der Affe als Markenzeichen von Monkey 47



als auch das Lobmeyr-Logo sind zusätzlich auf der handgeschliffenen und handpolierten Linse auf dem Boden des Tumblers eingraviert. Erhältlich unter www.monkeykiosk.com sowie bei Lobmeyr Wien.



The Art of Highball

In den 30er-Jahren war der Highball der „Drink of the day“. Weltweit entdecken einige der besten Bars diesen Whisky-Mix jetzt wieder neu: Whisky, Soda und Eis – ein moderner Klassiker, einfach herzustellen und gleichzeitig die Basisrezeptur für kreative Ideen und individuelle Serves. Beam Suntory liefert die besten Rezepte für den Trend-Drink des heurigen Sommers: Mit „Jim Beam Kentucky Straight Bourbon“ gelingt der perfekte Highball mit Zitronensaft, Zuckersirup und Soda oder auch einfach nur mit Soda und Limetten- bzw. Zitronenspalten. Varianten zum klassischen Highball mit Soda sind „Jim Beam Cola“, „Jim Beam Ginger Ale“, „Jim Beam Tonic“, der „Jim Beam Cranberry Highball“ mit Cranberry Sirup oder „Kentucky Splash“ mit Lime Cordial (gesüßtem Limettensaft).



Urlaubsfeeling

„Sizilien ist, wo ich bin“ – so lautet diesen Sommer das Credo bei Averna. Seit 1868 steht der Amaro für echtes sizilianisches Handwerk und italienisches Lebensgefühl. Seine Rezeptur fängt die Düfte und Aromen seiner Heimat ein und wurde von Generation zu Generation weitergegeben. Die vielfältigen Zutaten – wie Kräuter sowie die ätherischen Öle von Zitrone, Bitterorange, Granatapfel und anderen Früchten – verleihen Averna seinen vollmundigen, sanften Geschmack mit angenehmer Zitrusnote. Traditionell wird der Kräuterbitterlikör pur genossen, er kann aber auch auf Eis, mit Orangen- oder Zitronenscheibe bzw. mit mediterranen Kräutern serviert werden und macht jedes gesellige Beisammensein zu einem besonderen Genussmoment.

100 % natürlich

Gasteiner löscht den Durst an heißen Tagen mit einem neuen Nearwater-Trio, hinter dem ein völlig neuartiges – obwohl eigentlich ganz einfaches – Produktkonzept steht: Denn die drei Sorten „Gasteiner Lemon“, „Gasteiner Grapefruit“ und „Gasteiner Orange“ bestehen nur aus direkt gepresstem Fruchtsaft und reinstem, prickelndem Mineralwasser aus den Hohen Tauern. Ohne Aromen, ohne Konzentrate und ohne Zuckerzusatz sind sie 100 Prozent natürlich und erfrischend leicht. Bei der Verpackung setzt Gasteiner als erster heimischer Hersteller im Nearwater-Segment auf die bruch sichere, schlanke 0,33 l-Dose.

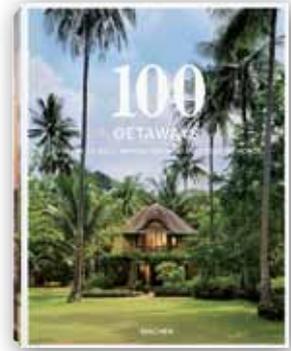


100 Getaways rund um die Welt

Margit J. Mayer

Ob London, Paris oder Schanghai: Auf Geschäftsreisen bevorzugt der moderne Mensch oft den immer gleichen Typus von Hotelzimmer, denn das hält den Kopf frei. Ganz anders sind die Prioritäten bei der Suche nach dem idealen Ort für ein Familienjubiläum, ein Wochenende mit der neuen Liebe oder ein paar Tage in splendid isolation mit guten Büchern. Plötzlich ist ein Balkon mit Aussicht wichtiger als die Anzahl der Fernsehkanäle, ein Bett mit himmlischer Matratze und handgebügelter Leinenwäsche relevanter als WLAN in jeder Ecke des Hotelgebäudes.

Hardcover, 2 Bände im Schuber, 24 x 31,6 cm, 720 Seiten, ISBN 978-3-8365-4397-2, Taschen Verlag

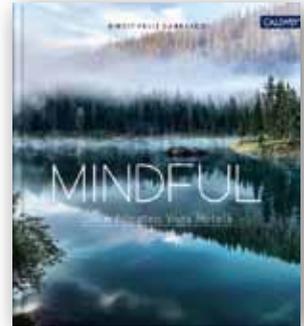


Mindful – Die schönsten Yoga Hotels

Birgit Feliz Carrasco

Im Urlaub in Hotels auf Yoga verzichten? Keinesfalls! Im Urlaub in Hotels Yoga kennenlernen und ausprobieren? Unbedingt! Die Autorin und Yoga-Therapeutin empfiehlt in diesem Buch 25 der schönsten Yoga Hotels in Europas beliebtesten Ferienregionen. Es sind erlesene Hotels in bezaubernden Umgebungen, die einen Aufenthalt zu einer nachhaltigen Auszeit vom Alltag machen. Die Yogaangebote sind authentisch und werden von kompetenten Yoga-lehrenden ausgeführt. Ein Buch zur Inspiration, zum Träumen und Urlaub buchen!

Gebunden, 236 Seiten, 49,95 €, ISBN 978-3-7667-2389-5, Callwey

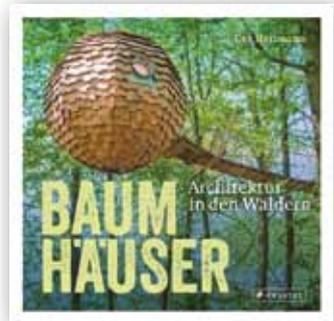


Baumhäuser – Architektur in den Wäldern

Eva Hermann

Es gibt viele Wege, dem Alltag zu entfliehen. Ein besonders reizvoller ist das Baumhaus. Hier kann man seine Kindheitsträume verwirklichen, aber genauso in Verbundenheit mit der Natur den perfekten Rückzugsort finden. In den Baumwipfeln unter freiem Sternenhimmel zu schlafen oder über dem Boden schwebend den Gedanken freien Lauf zu lassen, übt eine große Faszination aus. Ob komfortabel im Baumhaushotel oder spartanisch in der einfachen Hütte, ob selbst gebaut oder vom Architekten entworfen – nichts ist unmöglich. Ein Buch zum Träumen vom Leben in den Wipfeln!

Hardcover, Pappband, 17 x 17 cm, 224 Seiten, mit ca. 200 Farbfotos und 40 Grundrissen, 30,90 €, ISBN 978-3-7913-8556-3, Prestel

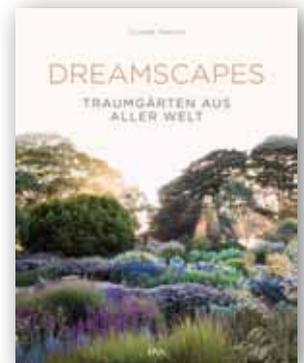


Dreamscapes – Traumgärten aus aller Welt

Claire Takacs

Das Buch lädt dazu ein, die schönsten Gärten und Gartenanlagen der Welt zu erkunden. Sie alle zeichnen sich durch exquisites Gartendesign, eine Leidenschaft für Pflanzen und wahre Originalität ihrer Schöpfer aus. Ausgewählt und fotografiert von der australischen Gartenfotografin Claire Takacs, gelingt es ihren poetischen Bildern, die schier überirdische Schönheit dieser Gärten in magischen Momentaufnahmen einzufangen.

Hardcover, 22,5 x 29, 304 Seiten, mit 392 Farabbildungen, 50,40 €, ISBN 978-3-421-04109-8, DVA Bildband

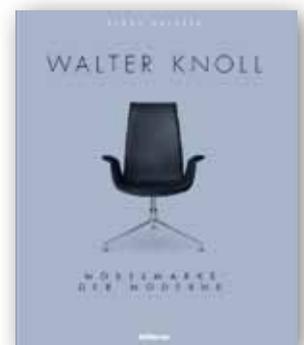


Walter Knoll – Möbelmarke der Moderne

Bernd Polster

Anhand der prägenden Persönlichkeiten Wilhelm, Hans und Walter Knoll – sowie seit über 25 Jahren bis heute Markus Benz – zeichnet das Buch die Entwicklung des Unternehmens Walter Knoll als Firmenbiographie nach. Über anderthalb Jahrhunderte wird die Entstehung dieser Möbeldynastie geschildert und eine umfassende Designgeschichte der Marke in Beziehung zu wichtigen kulturhistorischen Entwicklungen dargestellt.

Hardcover, 25 x 32 cm, 352 Seiten, 200 Farb- und 200 Schwarz-Weiß-Fotografien, 50,00 €, ISBN 978-3-96171-098-0, Verlag teNeues





Willkommen in Mannheim

Verlässt man den Mannheimer ICE-Hauptbahnhof in Richtung Innenstadt, fällt der Blick sofort auf das neue Hilton Garden Inn. Es ist ein Blickfang am Willy-Brandt-Platz.

Das mächtige historische Hauptportal der um 1900 hier beheimateten Reichspost ziert den Hoteleingang. „Es ist das erste Hilton Garden Inn in der Rhein-Neckar-Region. Wir etablieren damit in Mannheim eine weitere Weltmarke“, freut sich General Manager Anastasios Spiriadis.

Das Hotel verfügt über zwei Suiten und 195 komfortabel ausgestattete Zimmer, die speziell in den oberen Etagen den Gästen einen einzigartigen Panoramablick über Mannheim und die Region eröffnen. Ein Seminarbereich mit insgesamt 8 Räumen, darunter auch 3 Themenräume, bietet modernste Tagungsoptionen für Gruppen bis zu 55 Personen. In dem vom Büro Elke Ukas Landschaftsarchitekten ausgestalteten Garten im Innenhof des Hotels lässt sich nicht nur in Ruhe entspannen, sondern auch arbeiten. Darüber hinaus verfügt das Hotel über den von Hilton neu etablierten Minimarkt The Shop®, ein Restaurant und einen Fitness-

bereich. Hotelgästen und externen Besuchern bietet „Mister Postman – Bar & Grill“ in den Abendstunden einen neuen chicen Treffpunkt. Einzigartig ist auch die Architektur des Hotels von Schmucker und Partner, die in ihrer Fassade Historie und Moderne vereint und als städtebaulicher Hochpunkt am südlichen Rand des Willy-Brandt-Platzes die Blicke auf sich zieht.

Die Innenarchitekten von blocher partners nahmen die historischen Bezüge zur Post auf und entwickelten ein ganzheitlich ausgerichtetes, feinsinniges Interieur Design, das sich stimmig mit dem künstlerischen Konzept des Hauses verbindet. Dieses wurde im Auftrag der ARIVA gemeinsam mit der Prince House Gallery und dem Mannheimer Künstler Christian Borth entwickelt und umgesetzt. „Mannheim Connected“ verbindet den Betrachter mit der Stadt, erzählt vom Ankommen und vom Leben in der Kurpfalzmetropole.





Ruhe & Entspannung

Eine grüne Wand heißt die Besucher willkommen. Sie durchschreiten die Lobby, die mit dem angrenzenden Innenhof an einen kleinen Park erinnert, in dem man sich erst mal gemütlich niederlassen kann. Das Auge wandert über Wände aus geweißtem Kiefernholz. Sie erinnern subtil an Stückgut und Reisen. Die ruhigen, luftigen Farben und Stoffe des Raums hingegen signalisieren Ruhe und Entspannung. Doch nicht zu sehr, denn der goldglänzende Empfang ist immer präsent. Die Gestalter von blocher partners schufen gemeinsam mit weiteren Partnern einen Ort mit Lokalkolorit und dem Gefühl, ganz hier zu sein. Sie gaben dem Hotel im Interieur Design seinen Charakter. Die ARIVA Hotel GmbH hatte die Prince House Gallery und den Fotografen Christian Borth mit dem Kunstkonzept „Mannheim Connected“ beauftragt. Borths Arbeiten thematisieren das Abreisen ebenso wie das Ankommen und zeigen dabei die verschiedensten Facetten Mannheims. Gemeinsam wurde von allen drei Partnern ein fotografischer Zyklus entwickelt und gefertigt, der sich durch das ganze Haus mit seinen 197 Zimmern und 12 Etagen zieht. In der Verbindung von originärer Kunst und Interieur Design entstand ein individuelles, innovatives Konzepthotel.



Natur wechselt mit urbanem Flair

Grün changierende Fliesen unter der luftigen Pergola leiten Gäste zum Restaurant mit seiner Showküche und 96 Plätzen. Naturmaterialien und -töne vermitteln Wärme, leichte Möbel vermitteln Frische. Die Bar verfügt über 122 Plätze und präsentiert mit Sichtbetonflächen urbanen Flair. Schmuckstück des Raums ist die teilvergoldete Theke mit 14 Plätzen.

Effizient und anregend

Der Seminarbereich mit seinen acht hochmodernen Sitzungsräumen liegt an zwei Flügeln des L-förmigen Hauses. Die gesamte Ebene ist geprägt durch eine Mischung aus Sichtbeton und Holz sowie eine Palette lichter Grüntöne, die Konzentration fördern und die Teilnehmer angenehm fokussieren.

Charakteristische Wandnischen sorgen für ungezwungene Unterhaltungen zwischen zwei Themensitzungen, der Candy-Shop stärkt die Teilnehmer, und verschiedene Themenräume vermitteln ganz unterschiedliche Atmosphären. Hier kann man seiner Kreativität freien Lauf lassen. Sich selbstverständlich zu Hause fühlen und zum eigenen Zimmer zu führen, das ist die Aufgabe der Korridore auf allen Etagen. Alle Zimmernummern bestehen aus geflammtem Messingmetall, runde Leuchten sorgen für stimmungsvolles Licht und der Teppich nimmt mit seinem Verlauf die Farbgebung des Hotels auf und akzentuiert wiederum die Wände, wodurch im Flur ein angenehmer Rhythmus entsteht.



Hilton Garden Inn Mannheim

Baubeginn: 2017

Fertigstellung: April 2019

197 Zimmer

Restaurant, Bar und Konferenzbereich

www.hgi.com



Moxy-Debüt

Moxy Hotels, die Lifestylemarke von Marriott International, ist mit der Eröffnung des Moxy Copenhagen Sydhavnen nun auch in Dänemark vertreten.

Das im aufstrebenden Stadtteil Sydhavnen gelegene Hotel ist ein idealer Ausgangspunkt, um das dynamische Viertel, das sich durch moderne Büros, eine führende Universität, eine vielfältige Gastronomieszene und eine sehr gute Verkehrsanbindung an das Stadtzentrum mit seinen hervorragenden Einkaufsmöglichkeiten und erstklassigen touristischen Attraktionen auszeichnet, zu erkunden. „Kopenhagen ist bekannt für seine pulsierende Szene, was es zu einer perfekten Ergänzung für diese Marke macht“, meint John Licence, Vice President Premium and Select Brands Europe, Marriott International.

„Das Moxy Copenhagen Sydhavnen orientiert sich an den Bedürfnissen Einheimischer und Reisender, die auf der Suche nach authentischen Erlebnissen in dieser dynamischen Gegend sind“, ergänzt Per Denker Sørensen, CEO of Core Hospitality, Betreiber des Hotels.

Gemeinsam und nicht einsam

Den jugendlichen, spaßorientierten Esprit der Marke Moxy verkörpert die Kombination aus gewagtem Design und erschwinglichem Stil, wobei gemeinschaftliches Erleben ein wichtiges Element darstellt. Den Gast empfängt eine helle, luftige, betriebsame, modern gestaltete Lobby. Gäste checken an der Bar, dem Herzstück des Hotels, ein und werden mit einem kostenlosen Cocktail begrüßt.

Der sogenannte „Living Room“ ist das Zentrum des Geschehens und bietet die ideale Kulisse zum Arbeiten und Spaß haben. Das Interieur ist geprägt von Graffiti-Kunstwerken an den Wänden, moderner Einrichtung und Fahrradlampen. Hinzu kommen atmosphärische Beleuchtung und Farbakzente, jede Menge Steckdosen, USB-Anschlüsse und ultraschnelles, kostenloses WLAN. Energiegeladen und dennoch gemütlich eignet sich die Lounge als allgemeiner Treffpunkt, für Veranstaltungen oder Cocktails zu beschwingter Hintergrundmusik.

Aufgeräumt wohnen

Die 226 smarten Gästezimmer sind ausgestattet mit Netflix-fähigen 43-Zoll-LCD-Flachbildschirm-Fernsehern, hochwertigen Soundsystemen, kostenlosem WLAN und bequemen Betten. Für einen individuellen Touch sorgt ein deckenhohes Kunstwerk an der Wand. Das Design ist funktionell, flexibel und aufgeräumt mit simplen, sorgfältig durchdachten Features. In den stylischen Badezimmern stehen Toilettenartikel der Marke Muk ebenso zur Verfügung wie pinkfarbene Haartrockner, Powerduschen und große Spiegel neben einem großzügigen Waschtisch. Smart und flexibel ist auch das rund um die Uhr zur Verfügung stehende gastronomische Selbstbedienungskonzept. Gästen steht eine große Auswahl an Speisen und Getränken, darunter frische Säfte, Kaffee, frische Panini-Sandwiches und Salate zur Verfügung. ▀





Herrschaftliches Wohnen

Das Boutique-Hotel Palacio Can Marqués inmitten der Altstadt von Palma de Mallorca besticht nicht nur durch altes, bestens restauriertes Gemäuer, sondern auch durch eine zeitgemäße Interpretation von gelungenem Laissez-fair.

Text: Peter A. de Cillia, Fotos: Palacio Can Marqués / Stuart Pearce

Im Oktober 2018 eröffnete das Palacio Can Marqués im beliebten La-Lonja-Viertel von Palma. Das Mitte des 18. Jahrhunderts gebaute Palais wurde mit höchster Sorgfalt renoviert und in ein 5-Sterne-Boutique-Hotel mit 13 Suiten umgebaut. Einrichtungselemente aus unterschiedlichen Epochen entführen die Gäste auf eine entspannte, luxuriöse Reise. Schon gleich beim Ankommen taucht man in eine andere Welt ein. Die kleine Rezeption im Patio vermittelt bereits Wohnzimmeratmosphäre – zugegebenermaßen die eines recht großen Wohnzimmers, aber der Eigentümer wollte auf jeden Fall „ein Zuhause für Gäste schaffen, die Luxus gewöhnt sind und diesen im Urlaub nicht

missen wollen“. Im ersten Stock befinden sich die Suiten Cathedral, Romance und Eden mit Blick auf eine gemeinsame Lounge und eine große Bibliothek.

Der barocke Palast wurde 1765 erbaut und war bis vor einigen Jahren Wohnsitz der Familie Marqués. 1999 erwarb der heutige deutsche Eigentümer Kim Schindelbauer das alte Gemäuer – zuerst als eigenen Wohnsitz. Nach vielen Jahren sensiblen Umbaus entschloss sich der erfolgreiche Unternehmer, den wiederbelebten Palast als Hotel umzubauen. Alleine dies dauerte zusätzliche 18 Monate. Ein Unterfangen, das sich aber sehen und genießen lassen kann.





Eintauchen in eine andere Welt

Schon der Patio mit seinen gotischen Alabastersäulen und elf Meter hohen Decken begeistert durch seine monumentale Größe und führt in einen 200 Quadratmeter großen Garten. Wahrlich ein Ort der Ruhe inmitten der lebendigen Altstadt. Das prächtige Treppenhaus mit einem frei hängenden Mittelstück ist von natürlichem Licht durchflutet. Das Gebäude ist im historischen Katalog von Palma mit A2 bewertet, was nach der Kathedrale von Palma mit A1 die zweithöchste Bewertung ist. Die 13 Suiten mit einer Größe von 33 bis 380 m² sind individuell gestaltet und vermitteln die Wärme und Intimität, aber auch die Individualität eines Privathauses. Jede der Suiten folgt dem Grundriss der alten Palaststruktur und ist einzigartig in ihrer Form, Dekoration und Größe. Einige haben eine große private Terrasse mit Blick auf die Stadt oder den Hafen. Und eine jede hat ihren eigenen Namen wie Cathedral, Renaissance, Romance, Rose, Oasis oder Eden, um nur einige zu nennen.

Durchdachte Designhandschrift

Das Design trägt die Handschrift von Aline Matsika, einer renommierten Innenarchitektin mit Büros in Paris, New York und Hamburg. Bei der Auswahl der Möbel, Skulpturen und Kunstwerke aus verschiedenen Epochen ließ sie höchste Sorgfalt walten. Die Kronleuchter der Suiten wurden in Murano gefertigt und die handgewebten Teppiche speziell für das Hotel entworfen. Die Herausforderung der Innenarchitektin bestand darin, ein

stimmiges Konzept zu entwickeln und eine Harmonie mit bestehenden architektonischen und dekorativen Elementen wie Santanyí-Stein, Binissalem-Stein und schwarzem Marmor zu schaffen.

Wohnen en vogue

Die Cathedral Suite ist 58 m² groß. Ein antiker offener Kamin, handgefertigt aus Santanyí-Sandstein, prägt den hellen Raum mit beigefarbenen Tönen sowie königsblauen Samtesseln von Essential Home und einem antiken bronzenen Couchtisch. Die 72 m² große Eden-Suite ist als Appartement konzipiert und verfügt über einen Aufzug, der die gemeinsame Terrasse und den Garten bedient.

Im ersten Stock befindet sich die Renaissance-Suite, die mit ihren sechs Meter hohen Decken, 75 m² Grundfläche und einem majestätischen Himmelbett von über drei Metern Höhe beeindruckt. Die Suite ist in hellen Farbönen mit Akzenten aus der Mitte des letzten Jahrhunderts, wie beispielsweise dem klassischen Couchtisch aus Marmor, dekoriert. Das Badezimmer ist ebenfalls prächtig, mit Wänden aus Rohkeramik, die mit Steinimitationen verkleidet sind, und einer großen Dusche aus Corian. Die 50 m² große Rosa-Suite befindet sich ebenfalls im ersten Stock und hat eine eigene, 40 m² große Terrasse, welche mit rosa Kettal-Gartenmöbeln ausgestattet ist. Die Atmosphäre dieser Suite erinnert mit ihren pudrigen Tönen und rosa Samt-Sofa an ein Boudoir. Im zweiten Stock befindet sich eine Lounge mit den drei angrenzenden Suiten Majestic, Diva und Escape. Die





HOTEL&DESIGN-Bewertung

Architektur					
Design					
Kulinarik					
Service					

Cascade-Suite mit 63 m² erstreckt sich, bei sechs Metern Deckenhöhe, vom zweiten bis zum dritten Stockwerk. Im obersten Stockwerk liegt die 380 m² große Präsidentensuite, The Riad. Sie bietet drei Schlafzimmer mit jeweils einem Badezimmer, ein großes Wohnzimmer mit Mares-Steinbögen und eine Holzdecke. Außerdem verfügt sie über eine Küche, einen Keller, einen Aufzug und eine Terrasse mit Blick auf die Stadt.

Kulinarische Genüsse

Der Palacio Can Marqués bietet ein Restaurant mit „Bistro“-Atmosphäre. Die Gäste werden in einem gewölbten Raum in den ehemaligen Stallungen des Schlosses empfangen. Ausgestattet mit Lederstühlen und -bänken in Taupe, schwarzen Tischen und den weißen Wänden fügt sich das Interieur in den Stil des Palasts ein. An den Wänden hängen Schmetterlings- und Vogelschwärme sowie Blumeninstallationen aus weißen Porzellan des Keramikers Marik Korus. Küchenchef Cedric Lebon lebt seit 15 Jahren auf Mallorca. Seine mediterrane Küche mit starken französischen Akzenten ist von seiner jahrelangen Erfahrung geprägt.

Wem all diese Genüsse noch nicht genügen, der kann auch auf hoher See fündig werden. Das preisgekrönte Design-Segelboot WinWin ist ebenfalls im Besitz von Kim Schindelhauer. Auf Anfrage haben Hotelgäste die Möglichkeit, exklusive Seetouren an Bord des Segelbootes zu unternehmen. Dem dolce vita à la Mallorca steht somit wirklich nichts mehr im Wege.

Fazit

Eine der gelungensten Renovierungen und Neugestaltungen der letzten Jahre in der internationalen Hotelszene. Dieser Luxus hat naturgemäß seinen Preis, aber Gäste, die hier absteigen, müssen sich darüber keine Gedanken machen. Sie wollen Genuss auf höchstem Niveau erleben, und der wird ihnen hier auf jeden Fall präsentiert.

www.palaciocanmarques.com

Ein bissl flexibel sein ...

Neulich in einer sehr bekannten Wiener Konditoreikette in Wien. Wir bestellen einmal das angebotene „Wiener Frühstück“. Am Foto, das das Angebot zeigt, sehen wir als Gebäck eine Semmel und ein Croissant abgebildet – wunderbar für uns. Die Kellnerin sagt aber, dass dies nicht so stimmt und beim Angebot eine Semmel und ein Kornspitz dabei sind. Wir wollen aber keinen Kornspitz und ich mache den unglaublichen Vorschlag, diesen doch durch ein Croissant auszutauschen. „Geht nicht, es kommt nur so wie angeboten und das Croissant wird zusätzlich verrechnet“, meint die Dame zwar freundlich, aber bestimmt. Na gut, wir wollen jetzt frühstücken und nicht diskutieren, aber im Laufe der Zeit steigt doch ein wenig Ärger in uns auf. Kann man sich als Gast nicht ein bissl mehr Flexibilität vom Gastgeber erwarten? Ob der nun ein Kornweckerl verkauft oder ein Croissant, ist doch einigermaßen egal, oder? Dazu kommt dann ja noch, dass das Foto zum Angebot eindeutig falsch war. Also, wenn schon überhaupt nicht flexibel, dann erstens das Bild schnell austauschen und in der Zwischenzeit das Personal ermächtigen, Großzügigkeit walten zu lassen. Wie trifft denn der Gast seine Entscheidungen, wohin er geht, in welchem Betrieb er zum Wiederholungstäter wird? Den Zuschlag bekommen diejenigen, die nicht nur ein gutes Angebot haben, zudem freundlich sind, sondern vermehrt diejenigen, die auch auf Wünsche, die wirklich nicht kompliziert zu erfüllen sind, einfach und unkompliziert eingehen. Flexibel sollte der Gastgeber sein, denn seine Kunden haben so viele Möglichkeiten abzuwandern wie niemals zuvor. Leider war die Semmel und unser geliebtes Croissant zudem weit davon entfernt, frisch und knusprig zu sein, aber dies ist wiederum eine andere Geschichte

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:
anonymus@hotel-und-design.at



Neues Open House in Paris

Nach der ersten Eröffnung in Hossegor eröffnete JO&JOE heuer ein weiteres Haus in nächster Nähe zur Cité Internationale Universitaire im Süden von Paris.

Fotos: Abaca Press-Francesco Luciani-Thierry Sauvage

Nur zwei Minuten von der RER-Linie B, 20 Minuten vom Triumphbogen und vom Flughafen Orly entfernt steht das JO&JOE Paris-Gentilly Einheimischen und Reisenden gleichermaßen offen. „Jugendherberge trifft Hotel – und schafft Lebensraum für alle“, so der Slogan der jungen Marke. Hier kann man Drinks genießen, kochen, Erfahrungen austauschen, Spaß haben, sich entspannen und man kann dort auch schlafen.

Die neue In-Location

JO&JOE hat sein Design zusammen mit dem internationalen Architektur- und Designstudio Penson entwickelt, das dazu beigetragen hat, Kundenerlebnis und innovative Werte zu definieren. Bei JO&JOE Paris-Gentilly findet man überall im „Open House“ Street Art, die von neun lokalen und internationalen Künstlern für die Wandgestaltung entworfen wurde.

Für Hungrige

Ein Restaurant mit 140 Plätzen und abwechslungsreicher Speisekarte besticht mit frischen, einfachen, aber großzügigen Gerichten, die den ganzen Tag angeboten werden und zum Teilen einladen, wie die XXL-Quiche oder die ultra-köstlichen Burger. Mit bargeldloser Zahlung können Gäste ganz einfach mit dem Handy bezahlen.

Für Durstige

Die Barkeeper heißen Gäste jederzeit mit einem Kaffee oder bunten Cocktail willkommen. Eine geniale Erfindung ist die Bierwand, an der man sich mit einer Prepaid-Karte selbst bedienen kann. Jeden Tag gibt es ein Angebot an Konzerten, Yogakursen, Open-Mike-Events, DJ-Sets und vielem mehr. Stay tuned – das komplette Line-up gibt es demnächst auf www.joandjoe.com.



Und was gibt es noch? Einen Garten und Außenbereich mit über 400 m². Und – oh ja – JO&JOE ist nicht nur eine offene und einladende Location, in der sich Geselligkeit, einzigartige Erlebnisse und Spaß vereinen – es ist auch ein Open House, in dem man in privaten oder Mehrbettzimmern nächtigen kann, für eine Nacht oder auch länger.

Verschiedene Unterkunftsarten stehen zur Verfügung:

- „Together“ gleichen Schlafsälen, in denen mehrere Personen übernachten können, wobei ihre Privatsphäre dank modularer Raumeinteilung gewahrt bleibt. Diese Räume können ab vier oder mehr Personen exklusiv genutzt werden – ab € 25 pro Bett.
- „Yours“ sind private Hotelzimmer für zwei oder drei Personen – ab € 70 pro Nacht für zwei Personen.
- „Cabins“ sind ein in Frankreich einzigartiges Konzept, das einen privaten Einzelraum mit Zugang zu einem Gemeinschaftsbad und einer Toilette bietet. Die perfekte Lösung für Unentschlossene, die sich nicht zwischen einem Stockbett im Mehrbettzimmer und einem Privatzimmer entscheiden können – ab € 30 pro Nacht.

Die Lifestyle-Division von Accor umfasst die Marken JO&JOE, Mama Shelter, 25hours, sbe und TRIBE.

www.joandjoe.com



Vorschau auf H&D Nr. 4 | August/September 2019



Park Hyatt Mallorca

Die Hotelanlage im Stil eines mallorquinischen Dorfes überzeugt durch Qualität der designten Zimmer und der Kulinarik, die in vier Restaurants zelebriert wird. Wer Urlaub in völliger Ruhe sucht, ist hier bestens aufgehoben.

Böden und Fliesen

Das unverwechselbar natürliche Design zum Beispiel von Agrop Buchtal der Serie Kiano aus einer Mischung von Stein und Zement steht für Ursprünglichkeit und handwerkliche Kunst, aber auch für Sinnlichkeit.



© Agrop Buchtal Kiano



© GO IN / Hotel Nikki, Leverkusen

Stühle und Pölmöbel

Vorzüglich schlafen und schlemmen lässt es sich im Nikii Hotel & Restaurant Leverkusen. Das Boutiquehotel im Herzen von Leverkusen setzt auf Individualität auch bei den ausgewählten Stühlen von GO IN.

FOOD&DESIGN

Süße Verführungen

Naschen auf höchstem Niveau macht Gäste glücklich. Die Kreationen präsentieren sich immer vielfältiger.



Leidenschaft Kaffee & Tee

Noch nie war die Kaffeervielfalt so groß wie heute. Am Morgen beginnt es und endet nach dem Abendessen – Kaffee und Tee gehören zu den beliebtesten Getränken und Umsatzbringern der Branche. Qualität vorausgesetzt.



© Dallmayr

Sonderthema: Alles rund ums Auto

Die neuesten Automobile, die sich bestens für eine gewerbliche und auch private Nutzung eignen.



© VW Multivan

IMPRESSUM

Grundlegende Richtung:

Unabhängiges Fachmagazin für Führungskräfte und Entscheidungsträger in Hotels, Restaurants, Bars, Küchen und für Architekten. Der redaktionelle Teil berichtet über die Neuausrichtung in der Hotellerie und gehobenen Gastronomie und den damit verbundenen Unternehmen. 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 Strohmayer

Verlags- und Redaktionsadresse:

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

Redaktionsleitung und Chefredakteur:

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

Verlags- und Produktionsleitung:

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

Redakteure dieser Ausgabe:

Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia, Nicole Hoffmann, Thomas Reizenhahn, Fritz Strohmayer

Lektorat:

Jorghi Poll, Edition Atelier

Fotos:

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

Coverfoto:

Boutique-Hotel Palacio Can Marqués

Druck:

BAUER MEDIEN
Produktions- & Handels-GmbH, 1030 Wien

Erscheinungsweise:

6 x jährlich

Auflage:

12.000 Exemplare

Aboservice und Verrechnung:

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

Abo:

Inland: 36,- €, Ausland zuzügl. Porto

Das Abonnement gilt auf ein weiteres Jahr verlängert, wenn nicht acht Wochen vor dem Ende des Bezugszeitraums eine schriftliche Abbestellung erfolgt.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Vorbehaltlich Satz- und Druckfehler. Derzeit gilt die Anzeigenpreislise 2019.

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.

Gendgerechtes Formulieren: In unseren Texten wird aus stilistischen Gründen und zur Verbesserung der Lesbarkeit auf geschlechterneutrale Formulierung verzichtet. Diskriminierungen, egal welcher Art, sind von uns damit selbstverständlich nicht intendiert.

Kontakte:

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

Grafik und Druckunterlagen:

Brigitte Strohmayer
bst@hotel-und-design.at

PR- und Anzeigenabteilung:

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

Erscheinungstermin: 19. August, Redaktionsschluss: 22. Juli 2019



DER EINZIG WAHRE ISLAY DRY GIN.

THE BOTANIST ist ein Gin mit einer vielschichtigen Komplexität. Er reflektiert die Artenvielfalt von Pflanzen und Gewächsen auf Islay Schottland. Insgesamt sind es 31 Pflanzen, 9 verschiedene Beeren, Rinden, Samen und Blätter und 22 heimische Kräuter von der Insel Islay. Diese werden von Hand gesammelt und anschließend langsam destilliert.

VERKOSTNOTIZ:

KÖRPER: Ein höchst verführerischer Genuss mit einem seidenweichen Gaumen

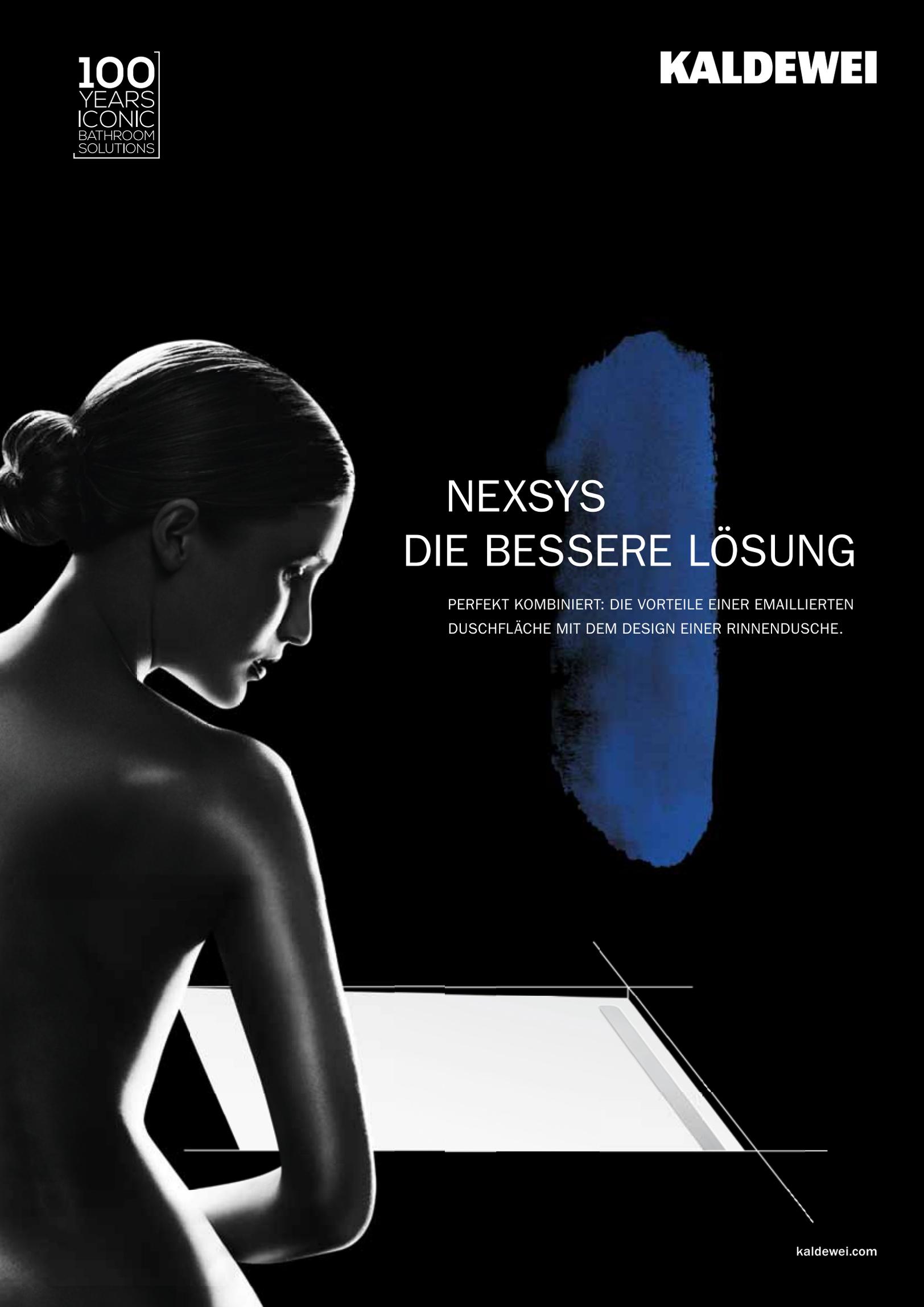
NASE: süßes, delikates Menthol, Apfeelminze, Duft von Frühlingswäldern, Wacholderbeeren, Koriander mit Anisanklängen

GAUMEN: vollmundig, weich und frisch im Auftakt

STIMMUNG: heiter und prickelnd

100
YEARS
ICONIC
BATHROOM
SOLUTIONS

KALDEWEI

A black and white photograph of a woman in profile, her hair in a bun, looking towards the right. In the foreground, a white shower tray is visible, with a blue brushstroke effect overlaid on it. The background is dark.

NEXSYS DIE BESSERE LÖSUNG

PERFEKT KOMBINIERT: DIE VORTEILE EINER EMAILLIERTEN
DUSCHFLÄCHE MIT DEM DESIGN EINER RINNENDUSCHE.