

HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Nr. 3 | Juni/Juli 2020

HOTEL & DESIGN | Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie | Cover: © SPA4, Alsik Hotel & Spa | € 6,- | Peter A. de Cillia, Rainergasse 16/2, 1040 Wien | Österreichische Post AG | 2020/4/2006 M | Retouren an PF 555, 1008 Wien



CORONAKRISE
Branchen-
umfrage

BAD & WELLNESS
In der Ruhe
liegt die Kraft

FOOD & DESIGN
Frühstück
und mehr

Get addicted
to color.



Kelio 63 in **Matt Majestic Gold**

Customize your mixer with the color you love. Discover **The Outfit** finishings. All new at www.fir-italia.it



*Obsessive
Design
Engineering*

THE OUTFIT





Gerade jetzt – genießen ist angesagt!

Verehrte LeserInnen!

Die Welt ist anders geworden. Ein heimtückisches Virus schaffte es, das Gefüge ins Wanken zu bringen. Was Kriege, Spekulanten an den Börsen und falsche politische Entscheidungen nicht schafften, wurde jetzt zur Realität – die Angst ist bei den Menschen

allgegenwärtig. Nicht verwunderlich, wenn man jeden Tag hört und liest, wie schlecht sich die Wirtschaftsdaten in nächster Zeit entwickeln werden. Und trotzdem – gerade jetzt sollte man nicht verzagen, sondern mit Zuversicht in die Zukunft schauen. Würden sich all die Pessimisten einmal die Arbeit machen, sich die Krisen der vergangenen hundert Jahre anzusehen, würden sie erkennen, dass die Menschheit schon viel Schlimmeres überlebt hat. Ein Umdenken ist angesagt – Billigflugpreise, stetiges enormes Wachstum und steigende Löhne bei weniger Arbeitspensum gehören bei seriösen Überlegungen der Vergangenheit an. Es scheint noch nicht bei allen angekommen zu sein, und viele glauben, dass die Milliarden, die jetzt auf der ganzen Welt zum Wiederaufbau der Wirtschaft eingesetzt werden, nur gedruckt werden müssten, und dass es damit dann erledigt sei. Keiner denkt darüber nach, wer dies alles wann und wie zurückzahlen muss, und ich befürchte, dass den Politikern schlussendlich zum Stopfen der Riesenlöcher nur Steuererhöhungen einfallen werden. Trotzdem arbeiten und leben wir alle in einer Branche, die von den Menschen dringend gebraucht wird. Jetzt mehr denn je. Es liegt in der Natur des Menschen, dass er nach einer Krise, ja selbst in der Krise, etwas im Leben genießen will, sich etwas leisten will. Und dazu gehören nun einmal an erster Stelle das Essen, Trinken und Urlauben. Die Wirte und Hoteliers, die jetzt vor lauter Angst ihre Kreativität und ihr Unternehmertum verlieren, werden es sehr schwer haben. Die anderen werden es zwar nur etwas leichter haben, aber auf jeden Fall überleben und wie Phönix aus der Asche steigen. Dies gilt auch für die Produzenten, die gerade jetzt Kommunikation großschreiben und sich nicht sofort nach vielen guten Jahren ängstlich hinter Zahleneinbrüchen zurückziehen. Wir alle leben in und von dieser Branche. Wir alle müssen jetzt zusammenhalten, Ideen entwickeln, Kreativität zeigen, Zuversicht demonstrieren und mit einer gewissen Unaufgeregtheit in die Zukunft blicken. Wir sind ja Unternehmer, da gibt es immer wieder ein Auf und Ab. Wären wir anders gestrickt, würden wir einen anderen Beruf ausüben, eine andere Berufung ausleben.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Freude mit unserem Magazin mit vielen interessanten Geschichten über unsere so geliebte Branche.

Ihr

Peter A. de Cillia
Chefredakteur



WHEN
MIRRORS
MATTER

ALISEO GmbH
G E R M A N Y

 **GERMAN
DESIGN
AWARD
WINNER
2018**

JETZT
DIREKT
BEI UNS
BESTELLEN

Sales Manager ALISEO:
Anthony Ween
E-Mail: a.ween@aliseo.de
Mobil +49 (160) 420 6261
www.aliseo.de



H&D INFORMIERT

Editorial	SEITE	3
News	SEITE	6
Kolumne Anonymus	SEITE	85
Buchtipps	SEITE	87
Vorschau, Impressum	SEITE	90

H&D FOKUS

Corona-Krisengipfel	SEITE	9
Corona in Italien	SEITE	14
Hygieneprodukte	SEITE	16
Nachhaltiges Restaurantdesign – Teil II	SEITE	56
Spoga	SEITE	60
Intergastra	SEITE	62

H&D HOTELS & GASTRONOMIE

Genießerhotel Birkenhof ^①	SEITE	32
Hotel Hirschen Dornbirn ^②	SEITE	39
Select Hotel Moser Verdino Klagenfurt	SEITE	42
Motel One Linz-Hauptplatz	SEITE	59
Hotel Four Elements Hotel Amsterdam ^③	SEITE	64
Wein & Co Wiedereröffnung ^④	SEITE	78
Strandcafé an der Alten Donau ^⑤	SEITE	80
Andreas Döllers „Cuisine Alpine“	SEITE	82
Mayrei in Altaussee	SEITE	84
Lvdwig & Zur Schwäbischen Jungfrau	SEITE	86
Hotel Nobu Ibiza Bay ^⑥	SEITE	88



H&D BAD & WELLNESS

Bad & Wellness	SEITE	18
ME-&-MY-Spiegelkonzept	SEITE	19
Farbige Badelemente	SEITE	20
Collaro – eine Kollektion mit Charakter	SEITE	22
Umbauarbeiten im Zugspitz Resort	SEITE	24
Farbige Designarmaturen	SEITE	26
Stilvolle Bäder im Hotel L'Armanette	SEITE	28
Badprodukte	SEITE	30
In der Ruhe liegt die Kraft	SEITE	33
Neuer Megatrend für Medical Spa	SEITE	34
Spa der Superlative	SEITE	36
Der Spa-Spezialist	SEITE	38

H&D FIRMENINNOVATIONEN

Rutschfeste Lamine	SEITE	41
Sleep Cube	SEITE	41
Keramikfliesenhersteller	SEITE	44
Bettwaren – frisch und bauschig	SEITE	46
Mittelpunkt Hotelbett	SEITE	48
Matratzen, Betten und Polstermöbel	SEITE	50
Luxus weben, Luxus leben	SEITE	52
Büromöbel	SEITE	53
Topmöbel aus Österreich	SEITE	54

H&D FOOD & DESIGN

Frühstück & mehr	SEITE	66
Kaffeeegenuss mit gutem Gewissen	SEITE	67
Zum Frühstück nur das Beste	SEITE	68
Genuss verbindet	SEITE	71
Professionelle Kaffeevollautomaten	SEITE	72
Wiberg Genusswelt	SEITE	74
Summerfeeling	SEITE	75

WELLNESS FÜR IHRE GÄSTE

GEBERIT AQUACLEAN. DAS DUSCH-WC.

DESIGN
MEETS
FUNCTION



Mit Geberit AquaClean Sella 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

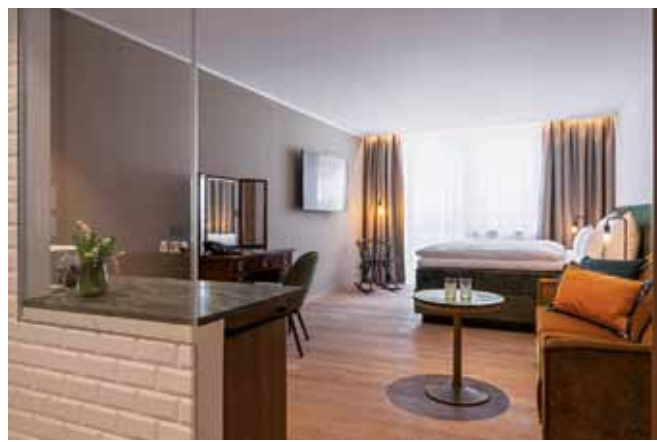


FERNBEDIENUNG



Roboter aus der Ostschweiz

Das Ostschweizer Start-up staedler robots AG will mit Roboter-technologie die Hotel- und Gastronomiebetriebe ins 21. Jahrhundert führen. Die Roboter werden in Singapur hergestellt und unterstützen Mitarbeiter beim Transport von Mahlzeiten, Wäsche, Abfall und vielem mehr. staedler robots bringt mehr Effizienz in die Hotellerie und stellt sicher, dass sich das gut ausgebildete Personal auf den Kundenservice fokussiert.



www.transueback.com | Christof Wagner

Wachgeküsst

Traunkirchens historisches Hotel Post ist ein neues Salzkammergutjuwel. Mit der Hoftaverne des heuer 1.000-jährigen Klosters Traunkirchen haben Monika und Wolfgang Gröller bereits die historische Poststube aus dem Jahre 1327 in eines der besten Wirtshäuser der Region verwandelt. Nun zeigen sie am völlig neu gestalteten Hotel Post, wie Salzkammergut-Sommerfrische zum lässig neuen, jungen Lifestyle wird.



© Kempinski Hotels

Neuer GM

Vom Roten Meer zum Mittelmeer – Kempinski Hotels hat Eike Clausen zum neuen General Manager des führenden Luxushotels in Malta, dem Kempinski Hotel San Lawrenz, ernannt. Der gebürtige Deutsche zieht von Aqaba in Jordanien auf die Insel Gozo, nur eine Stunde von der maltesischen Hauptstadt Valletta entfernt, und übernimmt dort die Leitung des eleganten 5-Sterne Hotels.

Es wird geschnipst

Die App „Schnips“ spendiert den Wiener Gastronomen für ihre Kunden eine Lokalrunde im Wert von 70.000 Euro. Nach der Öffnung der Gastronomie braucht es die Unterstützung der Gastronomen ebenso wie Anreize für die Konsumenten. Beides bieten die App „Schnips“ und die aktuelle Aktion in Wien. Alle Gäste, die die App downloaden und für einen Lokalbesuch nutzen, erhalten ein Seiterl gratis. Dies gilt für 19.000 Seiterl in jenen Wiener Lokalen, die die App auch verwenden. Natürlich nur, solange die Seiterl noch nicht ausgetrunken sind. Die Kosten im Wert von 70.000 Euro übernimmt die Brau Union Österreich für die Gastronomen.



Die wichtigste interbad seit Langem

Corona-bedingt kann man jetzt schon davon ausgehen, dass die Messe zu einem der wichtigsten Treffpunkte kommenden Herbst werden wird. Die interbad ist die weltweit wichtigste Branchenplattform für den öffentlichen Schwimmbadbereich und eine der Top-3-Messen für alle Belange gewerbemäßiger und auch privater Schwimmbadbesitzer. Mehr als 400 Aussteller präsentieren auf 35.000 Quadratmetern ihr breites Angebotsspektrum in den Bereichen Öffentlicher Bäderbau, Schwimmbadtechnik, Pools, Sauna, Spa und Wellness. Die nächste interbad findet vom 27. bis 30. Oktober 2020 auf der Messe Stuttgart statt.





IntercityHotel mit innovativer App

IntercityHotel trumpft in Sachen Hygiene- und Sicherheitskonzept mit eigener innovativer App auf. Die neue IntercityHotel App gestaltet den Hotelaufenthalt so bequem und kontaktlos wie nur möglich. Gerade in diesen Zeiten grenzt sich die Hotelkette mit diesem Angebot von Wettbewerbern ab. „Es hat für uns höchste Priorität, dass sich unsere Gäste jederzeit bei uns sicher und wohlfühlen. Daher freuen wir uns umso mehr, unseren Gästen mit unserer App einen komplett kontaktlosen Aufenthalt anbieten zu können und somit das Risiko einer Ansteckung mit dem Covid19-Virus deutlich zu minimieren“, so Joachim Maruszyk, Gründungsgeschäftsführer der IntercityHotel GmbH.



© Penta Hotels Worldwide

Penta Hotels Worldwide

Rogier Braakman [43] ist neuer Geschäftsführer von Penta Hotels. Er begann in verschiedenen Führungspositionen bei The Ritz-Carlton und übernahm leitende Funktionen in den Hauptquartieren von Hilton Hotels in den Niederlanden und von Landal GreenParks. Anschließend baute er die Sandton Hotels und Pillows Hotels von Grund auf. Mit seinem visionären Führungsstil und einer Start-up-Mentalität weitete Rogier gemeinsam mit seinem Team beide Unternehmen auf ihre heutigen Größen aus. Nach seinem Ausstieg im Sommer 2018 begann Braakman über die Beteiligungsgesellschaft NoCeiling, in verschiedene Technologie-Start-ups zu investieren und sie zu beraten.

Facility Manager

Eine Steuerung für alle Gewerke:
Gebäudeautomation von Beckhoff



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 leistungstarken 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)



Neue Suiten

Die Gastgeber der Schlossanger Alp in Pfronten haben die Schließzeit produktiv genutzt und in gut einem Monat das Hotel um zwei neue Suiten erweitert. Die Idee zur Suite Bienenkorb kam durch das hoteleigene Bienenvolk. Die Suite Sterntaler ist eine Hommage an den klaren Allgäuer Sternenhimmel. Gäste können diesen hautnah erleben und Sternbilder bequem vor dem Einschlafen vom eigenen Treca-Bett aus suchen, indem sie es einfach auf die private, 45 m² große Terrasse rollen.



Schani Hotels Gregor Hofbauer

Erfolgreiches Re-Opening

Schani Hotels starten mit verbessertem berührungslosen Check-in durch und sind für die Wiedereröffnung nach dem Lockdown bestens aufgestellt. Sie präsentierten ihre überarbeitete App mit einfacherer Bedienung. So steht dank Mobile Check-in und Mobile Key einem unkomplizierten berührungslosen Check-in nichts im Weg. Daneben sollen künftig weitere Neuerungen in der Schani App, etwa eine Chat-Funktion mit der Rezeption, folgen.



Erweiterung des Management-Teams

Um in Zukunft Digitalisierung noch stärker als Wettbewerbsvorteil für alle Kunden nutzen zu können, wurde Mag. Wolfgang Ehrenguber MBA mit 1. Juni 2020 als Director Digital and Technology in das Managementteam der Brau Union Österreich bestellt. Als Teil des Management Teams wird er die digitale Perspektive in alle Unternehmensbereiche miteinbringen und die Entwicklung digitaler und einfacher Kundenkanäle vorantreiben.

Ein bisschen Freude

Obdachlose Menschen, alleinerziehende Mütter, MindestpensionistInnen: Für viele ist Kaffee ein unleistbares Luxusgut. Umso größer die Freude, wenn sich im Lebensmittelpaket der Caritas neben Reis, Mehl und Nudeln plötzlich ein Packerl Präsident oder Jubiläumsmischung von Julius Meinl findet oder es im Notquartier nach frisch gebrühtem Kaffee duftet. 20.000 Packungen Kaffee spendete der Wiener Traditionsröster Julius Meinl der Caritas. Die Spende wird österreichweit in verschiedenen Angeboten und Einrichtungen der Caritas an in Not geratene Menschen verteilt.



Die Renaissance des Kochens & der Küche

Die Küche ist bereits seit Jahren ein besonderer Raum, doch erst in den letzten Wochen entwickelte sie sich zum wichtigsten und lebendigsten Punkt des Hauses. Im Zuge der derzeitigen Lage nahm Johannes Artmayr, Geschäftsführer von Strasser Steine, es zum Anlass, die aktuellen Entwicklungen im Bereich „Küche und Kochen“ zu untersuchen. Dazu holte er zwei Experten – Ernährungswissenschaftlerin und Foodtrendforscherin Hanni Rützler und Marktforscher Prof. Dr. Werner Beutelmeyer – an Bord.



© STRASSER Steine

Krisengipfel

Die Coronakrise hält das Wirtschaftsleben auf Sparflamme. Ein Licht am Ende des Tunnels ist sichtbar. Trotz staatlicher Finanzhilfen steht die Branche aber vor enormen Herausforderungen. H&D befragte namhafte UnternehmerInnen und Produzenten, wie sie in ihren Betrieben und auch persönlich mit der Krise umgehen und wie sie die Zukunft bewerten.

- 1 *Stillstand in den Betrieben: Ist Kurzarbeit oder Kündigung bei Ihnen angesagt?*
- 2 *Um wie viele Beschäftigte müssen Sie sich kümmern?*
- 3 *Wie geht es Ihrer Meinung nach in Zukunft für die Betriebe/Wirtschaft weiter?*
- 4 *Wie geht es Ihnen und Ihrer Familie persönlich?*



Matthias Winkler,
CEO Hotel Sacher

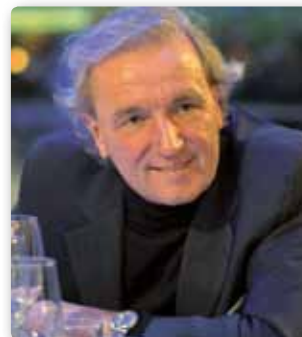
1 Sacher hat sich, längst bevor alle Details zur Kurzarbeit bekannt waren, FÜR diese entschieden und damit gegen Kündigungen. Finanzielle Überlegungen spielten dabei wenig Rolle, wichtiger war, SOLIDARITÄT zu zeigen mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wir agieren auch hier als FAMILIE und im TEAM.

In guten wie in schlechten Zeiten.

- 2 Die Sacher Gruppe beschäftigt nicht ganz 800 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- 3 Wir stehen vor leeren Hotels, Restaurants, Cafes und Bars. Das ist ein trauriger Anblick, jeden Tag aufs Neue, daran können, wollen und werden wir uns nicht gewöhnen. Deshalb managen wir einerseits die Krise bestmöglich, andererseits denken wir an den Tag 1 nach Covid. Wir wissen nicht, wann der Tag kommt, aber wir sind uns sicher, DASS er kommen wird. Der Tourismus wird aber Monate, wahrscheinlich sogar Jahre brauchen, um sich davon zu erholen. Dennoch blicken wir mit Optimismus und einer großen Portion Hoffnung in die Zukunft!
- 4 Wir sind gesund und dafür dankbar! Wir versuchen zu helfen, wo es möglich ist – wir sind mit vielen Mitarbeitern in täglichem Kontakt, größtenteils virtuell.

Monika Kober,
Geschäftsleitung
Klafs

- 1 Wir setzen auf die Kurzarbeit und möchten unser Team unbedingt behalten.
- 2 Wir beschäftigen 65 MitarbeiterInnen.
- 3 Dieser Einbruch „in voller Fahrt“ wird gewaltige Auswirkungen haben, Wochen- und Monatsumsätze gehen für uns uneinholbar verloren – wir bleiben dennoch zuversichtlich, dass wir DANACH gestärkt und mit gut dosiertem Elan wieder durchstarten.
- 4 Mir und meiner Familie geht es gut. Wenn es gelingt, mit dem Klafs-Team in die Kurzarbeit zu gehen, und es sich insgesamt um eine zeitlich begrenzte Krise handelt, schaffen wir es. Der Zusammenhalt ist gut spürbar und sehr groß.



Reinhard
Wohlfahrtstätter, GF
REWO Handelsagentur

- 1 Kurzarbeit per 1. März
- 2 Fünf Mitarbeiter
- 3 Wir sind sicher schneller wieder zurück, als man aktuell glaubt!
- 4 Mir und meiner Familie geht es sehr gut!



Mag. Getrud Salomon, Weingut Salomon

- 1 Als Weingut arbeiten wir vornehmlich in der Natur, und Stillstand gibt es in unserem Betrieb nicht, denn unsere Arbeitsschritte bestimmt die Natur. Die Weingartenarbeit im Frühjahr legt das Fundament für die Qualität der Trauben im Herbst. Glücklicherweise ist es bei all diesen Tätigkeiten leicht, einen großen Sicherheitsabstand einzuhalten. Die Herausforderung besteht allerdings in der Anfahrt in den Weingarten – diese muss nun einzeln erfolgen. Kündigung führten wir keine einzige durch, zwei Mitarbeiter arbeiten seit April in Kurzarbeit.
- 2 In Summe sind es zehn Mitarbeiter.
- 3 Nachdem diese Situation noch nie dagewesen ist, kann man aus der Vergangenheit kaum Schlüsse ziehen. Arbeitsplätze können durch die staatliche Unterstützung der Betriebe teilweise erhalten werden und hoffentlich wird sich der Konsum nach der Krise langsam wieder stabilisieren. Unsere Weine sind von Wien bis NY und Sydney zum großen Teil in der Gastronomie zu finden. Wir liefern nicht an Supermärkte. Daher befindet sich unser Weingut „einnahmenseitig“ in einer ähnlichen Situation wie Restaurants und Hotels. Für uns alle wird das Jahr 2020 – weltweit – extrem schwierig. So wichtig es volkswirtschaftlich betrachtet nun auch ist, dass der Staat Geld in die Märkte pumpt, um noch Schlimmeres zu verhindern, wird diese Maßnahme für die junge Generation ein sehr schwerer Rucksack werden.
- 4 Durch den ruhigeren Büroalltag kommt man auch gut zum Aufarbeiten. Man muss die Positiva sehen. Zu unseren Kindern halten wir Respektabstand und sie zu uns ebenso. Wir sind bisher alle gesund geblieben, also haben wir schon einmal gewonnen.

Andreas Ruhland, GF KATTUS-BORCO

- 1 Als Familienunternehmen nehmen wir die Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ernst: Es wird niemand gekündigt! Das gesamte Team zieht an einem Strang, damit wir gestärkt in die Recovery-Phase gehen. In der über 160-jährigen Unternehmensgeschichte gab es viele Herausforderungen. Es liegt in der DNA des in fünfter Generation familiengeführten Unternehmens, zusammenzuhalten! Wir werden allerdings das Kurzarbeitsmodell nutzen, um Arbeitsplätze zu sichern und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestmögliche Rahmenbedingungen für die Zeit danach zu bieten. Das betrifft alle Managementebenen, die solidarisch mit dem gesamten Team sind! Auch ich werde mich im Sinne des Unternehmens der Kurzarbeit unterziehen.
- 2 50
- 3 Die Maßnahmen zur Eindämmung sind ein harter Schlag für mehrere Branchen: Tourismus und Gastronomie haben von einem Tag auf den anderen keine Geschäftsgrundlage mehr. Bei KATTUS-BORCO verzeichnen wir über alle Kategorien hinweg einen Umsatzeinbruch von 40 Prozent. Es fehlen die letzten Wochen der Skisaison und das bevorstehende Ostergeschäft. Einzelne Kategorien weisen einen dramatischen Rückgang von bis zu 100 Prozent auf. Soweit schon Zahlen vorliegen, sind die Handelsumsätze bei vielen Marken derzeit über Schnitt und wirken sich positiv aus. Wir sind zuversichtlich, dass die Wirtschaft dank des entschlossenen Handelns der österreichischen Bundesregierung schnell in die Recovery-Phase kommen wird. Menschen werden nach Wochen des „Social Distancing“ schnell ihre Konsumbedürfnisse nachholen wollen und das Zusammensein im realen Leben genießen. Das wird die Gastronomie und auch den Tourismus hoffentlich sehr schnell wieder in den Normalzustand bringen. Bei KATTUS-BORCO geben wir uns große Mühe, unsere Partnerinnen und Partner in dieser herausfordernden Situation zu unterstützen. Covid-19 wird unser gesamtes Leben nachhaltig verändern. Ein gemeinsames Glas wird man in Zukunft vielleicht noch mehr schätzen!



- 4 Uns geht es den Umständen entsprechend gut. Das Wichtigste ist jedoch, dass die Familie, und dazu gehören auch unsere Mitarbeiter, GESUND ist! Der Zusammenhalt im Unternehmen ist außergewöhnlich und ein schöner Aspekt dieser Situation. Wir machen gemeinsam das Beste daraus und ziehen an einem Strang! Als Geschäftsführer bin ich wirklich stolz auf dieses wunderbare Team!



Manfred Stallmayer, GM The Guesthouse Vienna

- 1 Es wird keine Kündigungen geben, wir gehen alle in Kurzarbeit.
- 2 47 MitarbeiterInnen.
- 3 Die Welt wird danach nicht mehr so sein wie vorher. Ich hoffe, dass die Menschen bewusster werden und dass man wieder mehr regional und nachhaltig denkt. Wirtschaftlich

ist zu befürchten, dass es schlimm wird. Eine Inflation ist zu befürchten: Die Milliardenhilfen des Staates, die jetzt mehr als notwendig sind, werden helfen, aber es muss uns bewusst sein, dass wir das alles ja auch wieder zurückzahlen müssen.

- 4 Danke, es geht uns gut. Wir sind im Südburgenland in unserem Haus, aber ein Unwohlsein im Bauch ist da. Es gibt eine Verantwortung gegenüber den Mitarbeitern und dem Unternehmen, und das sitzt immer im Kopf und macht nicht frei.

Thomas Panholzer, GF Transgourmet



- 1 Transgourmet hat für 1.680 Mitarbeitende Kurzarbeit beantragt.
- 2 Transgourmet beschäftigt 1.800 Mitarbeitende.
- 3 Es sind besonders herausfordernde Zeiten, in denen wir uns aktuell befinden. Eine Situation, die wir alle in dieser Form nicht kennen, für die es keine Blaupause gibt und von der wir vor allem nicht wissen, wann und in welcher Form wir wieder zu unserem normalen (Wirtschafts-)

Leben zurückkehren können. Wir haben uns daher als verantwortungsvolles Unternehmen gemeinsam mit unseren Mitarbeitenden darauf verständigt, die Krise gemeinsam unter anderem durch Inanspruchnahme des Covid-19-Kurzarbeitsmodells zu bewältigen. Wie die Wirtschaft sich mittel- bis langfristig entwickelt, kann man aus heutiger Sicht nicht sagen. Es wird für die Bereiche Gastronomie und vor allem Hotellerie davon abhängen, wie lange die Krise andauern wird.

- 4 Die aktuelle Situation fordert uns alle vollumfänglich: persönlich, als Familie und als verantwortungsvoller Arbeitgeber. Mein oberstes Anliegen ist die Gesundheit unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter sowie deren Familien. Die aktuelle – sich laufend verändernde – Situation stellt uns als Unternehmen täglich vor neue Anforderungen seitens Kunden, Regierungsentscheidungen und Arbeitsmarkt, deren Lösungen Kreativität, schnelles, sozial verträgliches Handeln und Gemeinschaftssinn voraussetzen.

Alessandro Piccinini, BEO Nespresso Österreich



- 1 Unsere MitarbeiterInnen sind das Herzstück unseres Unternehmens. Ihre Gesundheit, Sicherheit und ihr Wohlbefinden haben oberste Priorität. Unsere Office- und Kundendienst-MitarbeiterInnen arbeiten aus dem Homeoffice. Für unsere Boutique-MitarbeiterInnen wurden individuelle Dienstpläne erstellt, sodass sie auch während der Schließungen einen wertvollen Beitrag leisten können. Bei der Einteilung der Dienste wird auch auf etwaige Kinderbetreuungsnotwendigkeiten Rücksicht genommen und fallweise werden bezahlte Dienstfreistellungen ermöglicht.

- 2 In Österreich beschäftigt Nespresso 430 MitarbeiterInnen.

- 3 Covid-19 hat aktuell einen großen Einfluss darauf, wie wir leben und arbeiten, was wir schätzen und wie wir konsumieren. An dieses „neue Normal“ müssen sich Unternehmen nun anpassen. Die großen Krisen der Vergangenheit legen nahe, dass auf einen Abschwung immer wieder ein Aufschwung folgt. Das wird diesmal wohl nicht anders sein – Zeitpunkt und Umfang davon sind jedoch derzeit noch nicht vorhersehbar.

- 4 Ich bin stolz darauf, wie rasch und effektiv wir es als Unternehmen schaffen, uns an die neuen Rahmenbedingungen anzupassen und entsprechende Maßnahmen zu setzen. Wir kommunizieren aus dem Homeoffice proaktiv miteinander und treffen täglich wichtige Entscheidungen, die dafür sorgen, dass unsere KundInnen auch jetzt ihren Nespresso Kaffee genießen können. So bietet unser Coffee Ambassador Michael Ilsanker beispielsweise ab sofort über unseren Instagram-Kanal <https://www.instagram.com/n Nespresso.at/> online Verkostungen und Live-Tutorials für den perfekten Kaffee genuss an.

Toni Mörwald, Haubenkoch

- 1 Alle Mitarbeiter sind bei uns in Kurzarbeit. Wir haben keinen einzigen gekündigt. Es ist für uns die richtige Maßnahme in diesen Zeiten.

- 2 Wir haben 300 Mitarbeiter.

- 3 Hoffentlich wird sich die Situation bald wieder ins Positive ändern und wir können wieder optimistisch in die Zukunft schauen.

- 4 Die Familie ist einfach eine sehr große Stütze und wir sind alle gesund.



Andrea Fuchs, GM Hotel Sans Souci

- 1 Unsere Hauptmärkte sind die USA und UK – zwei Länder die besonders betroffen sind. Wir erwarten, dass es lange dauern wird, bis Gäste aus den USA wieder nach Europa kommen. Buchungen aus den USA treffen bei uns durchschnittlich 150 Tage vor Ankunft der Gäste ein – also gibt es hier nochmals eine Verzögerung von fünf Monaten.

Am 17. März 2020 haben wir das Sans Souci geschlossen und planen die Wiedereröffnung für Ende Mai, so bald wie erlaubt. Wir hoffen, dass wir aus der DACH-Region viele neue Gäste für unser Haus gewinnen werden, rechnen aber mit einem Buchungsrückgang für 2020 von ca. 66 %. Gleichzeitig werden die Preise nicht auf dem Niveau vor Corona zu halten sein.

- 2 34 Kündigungen, 52 Kurzarbeit.
- 3 Ich erwarte eine langsame, vorsichtige Aufwärtsentwicklung ab September 2020. Da werden Hochzeiten, die jetzt hätten stattfinden sollen, Kongresse, Meetings etc. nachgeholt werden. Firmenweihnachtsfeiern – ein wichtiger Faktor für uns von Ende November bis Ende Dezember – sehe ich für 2020 kaum. Ab April 2021 erwarte ich wieder eine stärkere Nachfrage – allerdings etwa 20 % unter dem Niveau, das wir bislang hatten. Wir wissen noch nicht, wer von unseren Reisebüro-, Veranstalterpartnern nach der Krise noch am Markt sein wird – wir können uns vorstellen, dass die OTAs eine noch prominentere Rolle einnehmen werden. Wir versuchen, jetzt schon die Erwartungen und Wünsche unserer Gäste nach dem einschneidenden Erlebnis – Coronavirus – zu antizipieren – wir denken, dass Frühstücksbuffets out sein werden – wir arbeiten an einem Konzept, das Frühstück zu servieren. Wir können uns vorstellen, dass Gäste nach der intensiven Zeit mit ihren Kindern auch im Stadthotel für einige Stunden pro Tag eine Kinderbetreuung wünschen, dass die Erwartungen an Hygienestandards nochmals enorm steigen werden – deshalb machen wir uns zu vielen Details in diesem

Bereich schon Gedanken, wie wir die Hygiene tatsächlich nochmals verbessern und wie wir diese Verbesserungen auch gut kommunizieren, um den Gästen Sicherheit zu vermitteln.

- 4 Persönlich geht es uns sehr gut – wir haben das Glück, einen Garten zu haben und so jederzeit zu Luft und Sonne zu kommen. Ich vermisse die Besuche bei unseren Eltern, die Chorproben, die Yogastunden – und mit jedem Tag mehr das Hotel, die Mitarbeiter und die Gäste.



Benni Zacherl, GF Schlumberger Österreich

- 1 Bei Schlumberger haben wir bereits Ende Februar erste vorbeugende Maßnahmen wie das Aussetzen von Dienstreisen, erhöhter Hygienestandards (unter anderem Desinfektionsmittelspender, Hygienehinweise etc.) und die richtige Vorgehensweise im Verdachtsfall zum Schutz unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter eingeführt.

Seit dem Inkrafttreten der massiven Ausgangsbeschränkungen durch unsere Bundesregierung Mitte März haben wir unsere gesamte Belegschaft in der Verwaltung (mit Ausnahme von Journaldiensten) auf Teleworking von zuhause umgestellt. Lediglich die Produktion muss wie bisher vor Ort erfolgen. All diesen Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern gebührt ein besonderer Dank.

Als mittelständischer österreichischer Traditionsbetrieb ist es unser erklärtes Ziel, die Arbeitsplätze unserer Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter so gut wie möglich abzusichern. In diesem Zusammenhang haben wir mit Anfang April knapp zwei Drittel des Personals zur Kurzarbeit gemeldet.

- 2 Schlumberger Österreich beschäftigt in Summe rund 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.
- 3 Eine rasche Rückkehr zur Normalität können wir mit Sicherheit ausschließen. Die Regierung hat uns einen Stufenplan vorgestellt, der den Weg in Richtung eines üblichen Alltags skizziert. Gewisse Branchen und Unternehmen werden früher wieder anlaufen, für einige wird es deutlich länger dauern. Vor allem für die Gastronomie, die Hotellerie bzw. die Tourismusbranche im Allgemeinen werden die nächsten Monate enorm herausfordernd.

Unabhängig davon steckt aber in jeder Krise auch eine Chance. Aktuell sehen wir verschiedene Trends – einerseits eine Art „back to the roots“-Trend, bei dem verstärkt wieder auf heimische Herstellung und regionale Produkte zurückgegriffen wird, andererseits eine Verlagerung zu Online-Lösungen, sei es der Einkauf oder die Arbeit von zuhause. Und auch online kann man bewusst auf heimische Produkte und Anbieter setzen, um die Wertschöpfung und damit auch die Arbeitsplätze im Land abzusichern.

Ich bin überzeugt, dass uns die Folgen dieser Krise noch sehr lange begleiten werden und sich die Welt nach Corona in vielen Bereichen verändert darstellen wird. Gleichzeitig bin ich zuversichtlich, dass wir gerade auch im Bereich der Gastronomie und des Tourismus gemeinsam mit den vielen Partnern und Kunden gestärkt aus der Krise hervorgehen werden.

- 4 In diesen Tagen schätzen wir den Wert der Gesundheit und auch der sozialen Kontakte auf eine völlig neue Weise. Ich bin daher froh und glücklich, dass sowohl in meiner privaten Familie als auch innerhalb der Schlumberger Familie bislang alle wohlauf sind.



Mag. Anna Kapsamer-Fellner, GF Joka



- 1 Wir haben Kurzarbeit angemeldet.
- 2 Wir beschäftigen 130 Mitarbeiter.
- 3 Ich denke, dass das stark von der Dauer der Krise abhängt. Je länger diese dauert, umso zäher werden die Geschäfte dann wieder anlaufen, denn umso mehr insolvente Betriebe wird es geben.
- 4 Die Situation ist angespannt. Man versucht, so gut wie möglich die richtigen Entscheidungen zu treffen, was in einer Gleichung mit so vielen Unbekannten ein herausfordernder Prozess ist.

Johann Freigassner, GF Winterhalter Gastronom Vertrieb und Service GmbH, Österreich



- 1 Auch wir haben uns für das von der Bundesregierung angebotene Kurzarbeitsmodell entschieden. Kündigungen stehen aktuell nicht zur Diskussion, da wir zum einen unser gut ausgebildetes Personal nach der Krise wieder zur Verfügung haben wollen, und natürlich auch, weil wir uns auch unserer sozialen Verantwortung unseren Mitarbeitern gegenüber bewusst sind.
- 2 Die Kurzarbeit betrifft bei uns ca. 50 MitarbeiterInnen.
- 3 Aktuell ist das natürlich schwer einschätzbar. Das hängt sicherlich auch von der Dauer der gesetzten Maßnahmen wie Betriebsschließungen, Ausgangseinschränkungen, Quarantäne-situation etc. ab. Ich gehe aber schon davon aus, dass diese Krise ihre Spuren hinterlassen wird und speziell in der Gastronomie und Hotellerie nicht mehr alles so sein wird wie vorher. Wir werden uns darauf einrichten müssen, den wirtschaftlichen Stillstand und den damit verbundenen wirtschaftlichen Einbruch irgendwie zu verarbeiten und gemeinsam zu meistern. Wenn man aber die Kreativität vieler Gastronomen gerade jetzt in dieser schweren Krise beobachtet, stimmt es mich zuversichtlich, dass die Betriebe danach wieder durchstarten werden und sich die wirtschaftliche Situation allmählich wieder erholen wird. Wir werden jedenfalls versuchen, in der Zwischenzeit unser Unternehmen Winterhalter für die Zeit nach der Krise vorzubereiten, um danach wieder der bewährte verlässliche Partner für unsere Kunden zu sein.
- 4 Meiner Familie und mir geht es gut. Auch ich verbringe sehr viel Zeit im Homeoffice und versuche die Flut an anstehenden Verwaltungstätigkeiten abzarbeiten. Einen großen Teil

meiner Zeit verbringe ich aktuell damit, unseren Weg zurück in die Normalität vorzubereiten. Nachdem wir auf dem Land leben, machen wir natürlich auch ausgiebige einsame Spaziergänge, damit uns nicht plötzlich auch noch der Lagerkoller erwischt. Ansonsten halten wir uns an die Vorgaben der Regierung und hoffen natürlich wie alle anderen auch, dass diese Zeit so schnell als möglich vorübergeht und wir uns wieder mit unseren Freunden treffen können.

Franziska Hänle, Vertriebsleiterin Hotel Service Wanzl

- 1 Generell ist bei uns an Stillstand nicht zu denken, da wir unsere Kunden in der schwierigen Zeit optimal unterstützen möchten. Um unsere Mitarbeiter dabei zu schützen, setzen wir aktuell umfangreiche Präventionsmaßnahmen um. Dazu wurde die Arbeit in den deutschen Werken für zwei Wochen unterbrochen. Es wurde jeder einzelne Arbeitsplatz besichtigt, um zu bewerten, welche Vorkehrungen zum besten Schutz getroffen werden müssen, z. B. Trennwände zum Spuck- und Niesschutz. Während dieser Zeit arbeiten alle anderen Funktionen – im Wesentlichen – aus dem Homeoffice, sodass unsere Kunden möglichst wenig von der Pause spüren. Der weitestgehend normale Arbeitsbetrieb beginnt wieder nach dem Osterwochenende am Dienstag. In der Niederlassung in Österreich konnten die Maßnahmen zum Schutz der Mitarbeiter bereits umgesetzt werden. Leider mussten wir aufgrund der Ausnahmesituation für diese Niederlassung Kurzarbeit anmelden. Die Kollegen arbeiten mit einer Notbesetzung, damit auch hier die benötigten Waren ausgeliefert werden können.

- 2 An unseren deutschen Standorten geht es um ca. 700 Mitarbeiter. In meinem Team kümmere ich mich um fünf Mitarbeiter.
- 3 Die wirtschaftlichen Schäden sind meiner Meinung nach noch nicht abschätzbar. Ich denke, es wird ein wichtiger Schritt sein, die Bevölkerung nicht langfristig in ihrer Bewegungsfreiheit einzuschränken, um der Hotellerie und der Tourismusbranche allgemein eine faire Chance zu geben. Ich wünsche mir für die Gastronomie und Hotellerie, dass sie schnell zum Alltag zurückkehren kann, und vielleicht gibt es ja gerade der österreichischen / deutschen / europäischen Reisebranche einen Push, wenn Auslandsreisen teurer und eingeschränkter werden.
- 4 Meiner Familie und meinen Freunden geht es gesundheitlich soweit gut. Wir leben auf dem Land mit eigenem Grundstück und Landwirtschaft. Somit ist die Ausgangsbeschränkung hier nicht so sehr zu spüren und es kann auch die alljährliche Arbeit auf den Wiesen und Feldern erledigt werden.





Kartell Kollektion Jelly

Italien – Neustart mit Zuversicht und Kreativität

Der Lockdown ist zu Ende. Die Produktion in den Fertigungsbetrieben des europäischen Landes, das wohl am meisten an der Pandemie zu leiden hatte, kann wieder aufgenommen werden – ein Aufatmen geht durchs Land: Italien muss sich neu ordnen. Was die Zukunft bringt, ist schwer einzuschätzen. Doch es gibt Zuversicht. Design lässt sich nicht einsperren und Gastfreundschaft nicht abstellen. Anbei einige Einschätzungen von Betroffenen zur Zukunft.



Michil Costa,
Hotelier und Gastgeber Hotel La Perla und Berg-hotel Ladinia in Corvara, Südtirol, Albergo Posta Marcucci in Bagno Vignoni, Toskana

Jetzt ist der Moment, es mal mit Weisheit zu versuchen und wirklich den Kopf einzusetzen. Den Intellektuellen in uns zu Wort kommen zu lassen, unseren Verstand und all unsere Kreativität einzusetzen. Versuchen wir, uns den Durchblick zu verschaffen, indem wir die Zukunft projizieren, alternative Modelle und Ideen entwickeln. Ganz furchtlos. Wir können gar nichts falsch machen.

Nicolò Favaretto Rubelli,
Inhaber & CEO Rubelli

Die letzten Monate haben unsere täglichen Gewohnheiten radikal verändert und wir haben die Einführung unserer neuen Kollektionen, sowohl im Textil- als auch im Einrichtungsbereich, während des Salone del Mobile, des Schlüsselereignisses für die Designwelt, verpasst. Das hat uns jedoch nicht entmutigt: Es spornt uns an, neue kreative Wege zu finden, um unsere Produkte auf den Markt zu bringen, insbesondere unter Nutzung der Vorteile der digitalen Welt. So sehen wir trotz der derzeitigen Schwierigkeiten auch Chancen für die Zeit nach dem Lockdown.





Lorenza Luti, Marketing Direktorin Kartell

Wir erleben eine schwierige Zeit, aber haben nie unser Vertrauen und unsere Hoffnung verloren, die Schwierigkeiten zu überwinden und neu anzufangen. Der Salone del Mobile musste auf 2021 verschoben werden, wodurch wir das jährliche Treffen und die Events in Mailand mit befreundeten Journalisten, Kunden und Designern aus der ganzen Welt verpassen. Aus diesem Grund wollen wir nächstes Jahr große Überraschungen präsentieren. Wir haben nie aufgehört, kreativ zu denken und neue Ideen zu entwickeln. Wir planen beispielsweise neue Ausführungen von Produkten wie etwa eine Matt-Linie. Wir werden die Kommunikation in unseren Geschäften über unser KI-Stuhlprojekt mit Recyclingmaterial verstärken und wir bereiten bereits einige Neuheiten für die Weihnachtsvitrinen vor, die wir in den kommenden Monaten präsentieren können.

Federico Palazzari, CEO Nemo

Ich freue mich auf eine harmonische Zusammenarbeit im Designbereich nach der Krise. Den Prozess des Umdenkens habe ich bereits in Gesprächen mit meinen Kollegen aus der Beleuchtungsindustrie erlebt. Nur wenn wir uns zusammentun und über das einschränkende Konzept des Wettbewerbs hinausgehen, werden wir diese Botschaft gemeinsam vermitteln können.



Chiara Pieri, Hoteldirektorin Albergo Posta Marcucci in Bagno Vignoni, Toskana

Gastfreundschaft ist nicht nur ein abstrakter Begriff, sondern etwas sehr Konkretes, das sich in Wärme ausdrückt, in Verbindungen in jeder Hinsicht. Auf die Menschen zuzugehen, ihnen in die Augen zu sehen, sie mit all dem zu empfangen, was wir hier zu bieten haben – darauf freue ich mich sehr.



Albergo Posta Marcucci – ein Ort der Genüsse mitten in der Toskana

Chiara Pieri



Gemeinsam gegen Corona

Hygienespezialisten unter Österreichs Leitbetrieben erarbeiten praktische Ratschläge für Unternehmen und Haushalte.



CWS Hygiene

Seife & Einmalhandtücher

CWS Hygiene ist der führende Spezialist für Waschaumhygiene und Berufskleidung. Die geradezu verzweifelte Suche von Unternehmen und Privaten nach Desinfektionsmitteln ist weitestgehend überflüssig. Ausreichend Seife (am besten flüssig, also als Seife/Wasser-Gemisch), Einmalhandtücher (Textil oder Papier) aus Spendersystemen, die sicherstellen, dass das Handtuch tatsächlich nur einmal verwendet wird, in Verbindung mit einer Anleitung zum wirkungsvollen Händewaschen, sind absolut ausreichend, um das Ansteckungsrisiko massiv zu senken. Der quantitative Effekt ist höher als der jeder zusätzlichen Hightech-Maßnahme: Eine Erhöhung des Händehygienelevels vom Normalstandard von 20 Prozent auf 60 Prozent verringert die Infektionszahlen um zwei Drittel.

www.cws.com



Hagleitner Hygiene

Chemo-thermische Desinfektion von Textilien

Salesianer, österreichischer Marktführer im Bereich Wäschendienstleistungen und Miettextilien, versorgt derzeit im Spitalwesen zusätzlich auch Gesundheitseinrichtungen, deren Einweglieferungen aus dem Ausland ausgeblieben sind, mit sterilen Mehrweg-OP-Textilien zur Aufrechterhaltung des OP-Betriebs. Allgemein gilt, die wichtigste Präventionsmaßnahme im Umgang mit potenziell kontaminierten Textilien sind validierte, chemo-thermisch desinfizierende Waschverfahren: Temperaturen von mindestens 60 °Celsius und gelistete Waschmittel mit Peressigsäure garantieren eine desinfizierende Wirkung gegen Bakterien und Viren, selbstverständlich auch gegen das Coronavirus. Weitere Schutzmaßnahmen zur Verhinderung von Kreuzkontamination sind eine strikte Trennung schmutziger von sauberer Wäsche sowie die regelmäßige Desinfektion aller Wäschecontainer und Transport-LKW.

www.salesianer.at



Salesianer

Duschgelspender für Desinfektionsmittel

Hagleitner Hygiene ist Österreichs größter Produzent von Hände- und Flächendesinfektionsmitteln. Der Hersteller von Desinfektionsmitteln ist nicht nur mit einer aufs Zwölfwache gestiegenen Nachfrage konfrontiert, sondern muss auch ausfallende Angebote an Desinfektionsmitteln aus dem Ausland kompensieren. Dank umfangreicher Vorräte der bedeutsamen Rohstoffe Ethanol und Isopropanol ist die Produktion derzeit gesichert. Einen Engpass gibt es aber bei den Entnahmebehältern, als Übergangslösung ist die Verwendung von Duschgelspendern für Desinfektionsmittel sinnvoll. Geliefert werden die Desinfektionsmittel derzeit auch in Kanistern – Wartezeiten sind leider unvermeidlich.

www.hagleitner.com

Auf die Qualität kommt es an

Handhygiene und Desinfektion prägen unseren Corona-Alltag. Desinfektionsprodukte sind so gefragt wie nie. Aber Desinfektionsprodukt ist nicht gleich Desinfektionsprodukt. Neben der belegten Wirksamkeit zur Abtötung der Corona-Viren empfiehlt es sich auch zum Schutz der Hautgesundheit und Langlebigkeit Ihrer Materialien auf hohe Produktqualität zu achten. Wie es bei den EN-geprüften Desinfektionsprodukten des Hygienespezialisten hollu der Fall ist.

www.hollu.com/sorglosnah



Berührungsfreies Spülsystem A200

Mit dem neuen, sensor-gesteuerten Spülsystem A200 präsentiert Villeroy & Boch die nächste Generation von ViConnect, dem bewährten Installationssystem aus Vorwandelementen und Betätigungsplatten made in

Germany. Durch intelligente Spülfunktionen setzt ViConnect A200 neue Maßstäbe in Sachen Hygiene und Wirtschaftlichkeit.

Das Spülsystem kann nicht nur berührungslos durch eine einfache Handbewegung in der Nähe des Sensors ausgelöst werden, es spült auch selbstständig, wenn der Nutzer es vergisst oder die Spülung nicht auslösen kann. Wird eine Toilette selten genutzt – etwa bei Leerstand, Reisen oder falls der Nutzer die Spülung vergisst –, sorgt ein Timer für eine automatische, regelmäßige Spülung und verhindert so effektiv eine Bakterienbildung. Wird das WC im Stehen genutzt, spült das WC, sobald der Nutzer sich entfernt, mit einer kleinen Wassermenge. Wird das WC im Sitzen genutzt, entscheidet die Nutzungsdauer.



Die innovativen Dampfsaugsysteme des bayerischen Qualitätsherstellers beam arbeiten mit einem UVC-Blau-lichtfilter und entfernen bereits über heißen Trockendampf mit einer Temperatur von bis zu 180 Grad Keime und Bakterien rückstandslos von Oberflächen. Diese werden so zu 99,9 % abgetötet und Viren wirkungsvoll inaktiviert.

Update der Hotel-Tablets

SuitePad – führender Anbieter von In-Room-Tablets für die Hotellerie und Experte für digitale Gästekommunikation – reagiert auf die aktuelle Pandemiesituation und passt den Content seiner Geräte an: Ab sofort stellt das Unternehmen seinen Kunden auf Wunsch ein Update zur Verfügung, das verschiedene Informationen zum Umgang mit dem Coronavirus zeigt – so beispielsweise wie man die Hände korrekt wäscht oder wie man Abstand zu anderen Menschen hält.



Sicherung der internationalen Lieferketten

Sigron ist der führende österreichische Großhändler für Desinfektionsmittel und Schutzbekleidung. Kaum eine andere Branche ist derzeit für die Aufrechterhaltung des Gesundheitswesens wichtiger, als es die Lieferanten von hygienerelevanten Produkten wie Schutzbekleidung und Desinfektionsmitteln sind. Die Sigron GmbH liefert aktuell trotz gravierender Lieferhindernisse täglich 200 Paletten an medizinische Einrichtungen und Reinigungsunternehmen und trägt damit entscheidend dazu bei, die drastisch gestiegene Nachfrage zumindest zu einem wesentlichen Teil zu befriedigen.

www.sigron.at

Top-Hygiene

„Es gibt keinen Zweifel, dass die aktuelle Krisensituation das Bewusstsein und die Wahrnehmung für Sauberkeit und vor allem Hygiene enorm gesteigert haben. Das ist gut so, denn bisher wurde die Wichtigkeit von hygienisch reinen Oberflächen oft übersehen“, sagt Hygiene-Experte Robert Wiedemann aus Albstadt (Bayern). „Das Virus kann mehrere Tage auf Oberflächen überleben und so für Infektionen sorgen. Das muss allen bewusst sein, die für die Reinigung zuständig sind“, so Wiedemann. Der Fachmann rät klar zum Einsatz von High-End-Reinigungsgeräten wie zum Beispiel der Blue-Evolution-Reihe der beam GmbH und verweist auf die hohe Reinigungskraft und Top-Hygienewerte dieser HACCP-zertifizierten Geräte. 

Bad & Wellness



Dreiloch-Wasch-
tischarmatur Melrose 22
in der Ausführung Royal Black –
Matt Luxe Konzept von FIR ITALIA.
Ein Einrichtungselement, das von
rundlichen Motiven in den kreuz-
förmigen Griffen und von modernen,
geschwungenen und weichen Formen
im Auslauf gekennzeichnet wird.
Lesen Sie mehr über Armaturen
von FIR ITALIA auf den
Seiten 26/27.



„See Yourself ... Be Yourself“

Aliseos ME-&-MY-Spiegelkonzept – einfach konstruiert für maximale Effizienz.

Aliseos ME-&-MY-Spiegelkonzept fügt einen erfrischend modernen Touch von visuellem Komfort und persönlichem Luxus hinzu – für diejenigen, die Schlichtheit im Design bevorzugen.

Das Produkt besteht aus mehreren drehbaren Gelenken, die ein breites Spektrum an präzisen Bewegungen und eine bestmögliche Winkelreflexion ermöglichen. Aliseos punktgenaue Halo-Beleuchtung wird von einer schattenfreien SMD-LED-Beleuchtungsplattform gespeist, die für visuelle Klarheit und Komfort sorgt. Eine Beleuchtungsoptimierung für maximale Lebensdauer und Effizienz.

Der ME-Spiegel verwendet ein spezielles lichtdurchlässiges Acrylgehäuse, das für eine unverwechselbare stimmungsvolle Hintergrundbeleuchtung sorgt.

ME & MY bestechen durch außergewöhnliche Vielseitigkeit, klare Linien und moderne Ästhetik, und sind somit eine natürliche Ergänzung zu jeder Badezimmersausstattung. Aliseo bietet technische Innovation, Langlebigkeit und funktionelle Schönheit, die von allen geschätzt wird.





Farbe ist Trumpf

Stilistisch ist die Moderne geprägt von puristischem Design, minimalistischer Formensprache – und einer klaren Dominanz der Farbe Weiß. Warum eigentlich? Unter formal-ästhetischen Gesichtspunkten hängt die Wirkung eines Produkts maßgeblich von Form und Farbe ab.



Farbige Badelemente setzen aufmerksamkeitsstarke Farbtupfer im Bad und ermöglichen es, die Architektur spannend zu gestalten.

Für viele Architekten, Innenraumgestalter, Planer und Endkunden ist die Wahl der Farbe eine der zentralen Aufgaben im Gestaltungsprozess – so auch im Bad.

Dass Bette in Sachen Designmanagement und Farbvielfalt an der Spitze mitspielt, beweist neben der vielfach ausgezeichneten Designsprache auch seine moderne und effekthaschende Farbpalette. Neben einer Vielzahl klassischer Sanitärfarben und Mattfarben umfasst sie auch glitzernde und aufregend schimmernde Farbtöne.

Farbe ist Leben

Bereits am Bauhaus war die Farben- & Formenlehre essenzieller Ausbildungsbaustein. Künstler und Architekten wie Kandinsky, Itten und Le Corbusier beschäftigten sich intensiv mit Goethes Farbenlehre und sorgten dafür, dass Farbe aus der Moderne nicht mehr wegzudenken ist. Sven Rensinghoff, Marketingleiter bei Bette: „Vorreiter der Farbenlehre am Bauhaus war Johannes Itten, der sich intensiv mit dem Zusammenwirken von unterschiedlichen Formen und Farben auseinandersetzte und damit experimentierte. Für uns bei Bette ist er ein Vorbild und Inspiration, Farbe ist ein entscheidendes Element in unserem Designprozess.“

Das (Farb-)Tüpfelchen im Bad

Farbige Waschtische oder Duschflächen setzen aufmerksamkeitsstarke Farbtupfer im Bad und ermöglichen es, die Architektur spannend zu gestalten: Wird etwa die runde Waschtischschale BetteCraft in einem leuchtenden Grün oder einem sanften Blauton gewählt, setzt sie den Waschplatz besonders elegant in Szene. Auffällige Kontrast- oder Effektfarben wie der schwarze Glitzerfarbton Midnight oder die changierende Farbe Forest inszenieren einzelne Badobjekte als farbige Eyecatcher, die je nach Lichteinfall aufregend schimmern. Der glasierte Titanstahl, von Bette meisterhaft in Form gebracht, erhält dadurch eine reizvolle optische Tiefe. „Unser Ziel ist es, Farbe nicht nur als rein dekoratives Element einzusetzen, sondern die räumliche Wirkung unserer Produkte durch die Farbwahl zu unterstützen“, bestätigt Sven Rensinghoff.

Farbe im Bad bedeutet aber nicht automatisch knallbunt. Im Trend liegen zeitlose, dezente Töne und Pastellfarben. Anthrazit, Beige- und Grautöne sowie feine Erd- und Sandtöne stehen ebenfalls weit oben auf der Beliebtheitskala, denn sie strahlen eine wohltuende und beruhigende Wirkung aus und vermitteln eine natürliche Gemütlichkeit. Mittlerweile entscheiden sich bei Bette sogar mehr als 40 Prozent der Kunden für farbige bodenebene Duschflächen aus glasiertem Titanstahl.

Neben einer Vielzahl klassischer Sanitär- und Mattfarben umfasst die Farbpalette von Bette auch glitzernde und schimmernde Effektfarbtöne, wie die vier Effektfarben Forest, Daylight, Blue Satin und Midnight.

Key Colours lassen keine Wünsche offen

Manchmal wünschen sich Kunden aber auch einen ganz speziellen, individuellen Farbton, der nicht auf der Bette-Farbpalette zu finden ist. Beispielsweise bei hochwertigen Bauvorhaben – etwa der Planung von Premiumhotels. Hier bietet Bette mit seinen Key-Colours-Architekten und -Badplanern für Aufträge ab einer bestimmten Größenordnung die Möglichkeit, einen eigenen Farbton zu kreieren.

Auf der Seite www.my-bette.com/de/inspiration/farben gibt das Unternehmen einen Überblick über seine aktuelle Farbvielfalt. Neben einem Auszug der mehr als 400 Sanitärfarben (in glänzend und matt) sind darunter unter anderem auch vier Effektfarben. Für Planer entwickeln sich daraus die unterschiedlichsten Beratungs- und Gestaltungsansätze.

Midnight ist ein schwarzer Glitzerfarbton, der das geometrische Muster der freistehenden Badewanne BetteLoft Ornament besonders aufregend schimmern lässt.

Für alle, die matte Farben bevorzugen: Die exklusiven Mattfarben für bodenebene Duschflächen sind fein abgestimmt auf aktuelle Trends bei Fliesen, Naturstein und Holzböden.



© Bette

Damit du dich im Bad nie wieder hinlegst. Außer in die Badewanne.

Füll dein Leben mit Unbeschwertheit –
mit der innovativen Oberfläche
BetteAntirutsch Pro, die einen hohen
Rutschschutz bietet.

BETTE

www.my-bette.com



Eine Kollektion mit Charakter

Mit Collaro präsentiert Villeroy & Boch eine neue Kollektion mit starkem Charakter. Hochwertige Materialien und ein eigenständiger Look – diese Kombination macht Collaro unverwechselbar.

Der Waschplatz ist eines der zentralen Elemente in jedem Bad. Hier entscheidet sich, welchen Stil das Bad verfolgt: klassisch oder modern, puristisch oder elegant. Collaro setzt auf einen geradlinigen und gleichzeitig wohnlichen Look, der mit schmalen Kanten und schlanken Wandstärken überzeugt. Damit greift die Kollektion den von Premiumbädern bekannten Trend zu mehr Leichtigkeit auf – und gibt ihm seinen ganz eigenen Charakter. Möglich gemacht wird die neue Leichtigkeit durch die Materialentwicklung TitanCeram: Das enthaltene Titanoxid veredelt die Keramik und ermöglicht Formen, die außerordentliche Festigkeit mit einem zeitlosen Look vereinen.

Der Waschplatz als Hingucker

Mit einer großen Auswahl an Waschbecken wird Collaro verschiedenen Geschmäckern und Raumsituationen gerecht. Egal ob Schrank-, Aufsatz- oder Wandwaschbecken, Einzel- oder Doppelbecken, runde oder eckige Formen – die 15 verschiedenen Modelle bieten großen Gestaltungsspielraum. Passend zu den Waschbecken bietet Collaro eine Auswahl an geräumigen Möbeln in zehn verschiedenen Trendfarben. Die Griffleiste aus farblich abgestimmtem Aluminium macht mit einer dimmbaren

Beleuchtung auf sich aufmerksam – ein Effekt, der nicht nur dem Badmöbel, sondern dem gesamten Raum Atmosphäre verleiht. Dem Wunsch nach zusätzlichem Stauraum wird die Kollektion mit passenden Hochschränken und Seitenschränken gerecht.

Individuell entspannen

Collaro-Badewannen aus Acryl greifen den Charakter der Waschbecken auf und bestechen durch ihre einzigartige Kombination aus Leichtigkeit und Badekomfort. Inspiriert ist die dynamische Formensprache vom harmonischen Spiel mit runden Kanten und sanften Linien. Der einseitig breite Wannenrand zitiert das Design der Waschbecken und dient gleichzeitig als praktische Ablagefläche. Wesentliches Designmerkmal ist außerdem die integrierte Ab- und Überlaufkante in den Farben Chrome, Champagne, Gold oder Black Matt. Ein besonderes Highlight ist der optionale Wassereinfluss, der die Wanne wie ein sanfter Wasserfall befüllt.

Mit Collaro bringt Villeroy & Boch erstmals eine Kollektion auf den Markt, die eine ideale Option für Kunden darstellt, die hochwertige Materialien und modernes Design zu einem attraktiven Preis suchen.

www.villeroy-boch.at

Hygiene und Erfrischung mit dem Bidet im WC



WASHLET™ RW – Die Prime Edition von TOTO

Maximale Hygiene in modernem Design zu bestem Preis-Leistungsverhältnis.

Das WASHLET™ RW besticht nicht nur durch seine schlanke Silhouette, sondern vereint die bekannten TOTO-Hygienefunktionen.

Für ein sauberes Gefühl; jederzeit, den ganzen Tag.

TOTO

Life Anew

de.toto.com



Das neue Zugspitz Resort



Im Frühjahr 2019 startete das Zugspitz Resort in Ehrwald in Tirol eine umfangreiche Rundumerneuerung. Geberit war maßgeblich daran beteiligt.



Bereits Anfang Dezember präsentierte sich das 4-Sterne-Haus nach den Um- und Neubauarbeiten in neuem Glanz. Um das Projekt in wenigen Monaten realisieren zu können, setzte man auf effiziente Planung, verlässliche Partner und erprobte Qualitätsprodukte: Bei Bädern, Heizung sowie bei Trink- und Abwasserleitungen kamen fast ausschließlich Produkte von Geberit zum Einsatz, die nun mit erstklassiger Funktion und langer Haltbarkeit für einen angenehmen Aufenthalt der Gäste sorgen.

Das Familien- und Erlebnisresort Zugspitz wird wegen seiner Lage inmitten der Tiroler Zugspitz Arena als Urlaubsdestination geschätzt. Das Jahr 2019 stand für das Traditionshaus im Zeichen einer ganzheitlichen Renovierung – dabei wurden ab dem Frühjahr bestehende Bereiche revitalisiert und das beliebte Urlaubsrefugium um neue Gebäudeteile und Komfortzonen erweitert. 47 Zimmer und Suiten im alpenländisch-modernen Design kamen dazu und

erhöhen die Anzahl der Wohneinheiten auf 83. Das überarbeitete Kulinarikangebot sorgt für noch mehr Genuss. Abwechslung bieten der neue Outdoor-Aktivbereich sowie die groß angelegte Indoor-Erlebniswelt für Kinder.

Installationssysteme aus einer Hand

„Das neue Zugspitz Resort kann sich sehen lassen: Hier ist in rekordverdächtiger Zeit ein echter Wohlfühlort für Urlauber entstanden – hochwertig, zeitgemäß und perfekt auf die Bedürfnisse moderner Gäste zugeschnitten“, so Karl Pedrolini von Geberit, der in besonderem Maße in das Hotelprojekt eingebunden war. Immerhin kamen in allen Installationsbereichen – außer bei der Fußbodenheizung – Produkte der Marke Geberit zum Einsatz: Mapress für die Trinkwasser-Verteilleitungen, Kälte,



Hydrantenleitungen und die Heizungsverteilung, Mepla bei Trinkwasser-Anbindungsleitungen und der Heizung sowie Pluvia für die Dachentwässerung. Planer Helmut Penz vom Ingenieurbüro A3 jp-haustechnik GmbH & Co KG erklärt das Projekt folgendermaßen: „Jeder Hotelbetrieb ist eine technische Herausforderung bezüglich des Brand- und Schallschutzes, der Trinkwasserhygiene und der Luftqualität. Im Viersternesegment kommen noch hohe Ansprüche an Komfort, Funktionalität und Ästhetik dazu. Da lässt man sich als Planer nicht auf Experimente ein, sondern arbeitet mit verlässlichen Partnern zusammen, die geprüfte und langzeiterprobte Qualitätsprodukte im Angebot



und hohe Standards. Die Edelstahlrohre aus der Geberit Mapress Serie hatten wir beispielsweise erstmals im Einsatz – und waren sehr zufrieden damit.“

Fertigbäder als perfekte Lösung

Speziallösungen waren auch für die neuen Badeinheiten notwendig. Um den engen Zeitplan einhalten zu können, nutzten die Planer das Konzept der Huter Fertigbäder. Hierbei handelt es sich um im Werk vorgefertigte Kabinen in Leichtbauweise, die als kompakte Einheit auf die Baustelle geliefert und dort eingebracht und lagerichtig versetzt werden. Vorgefertigt heißt, dass alle Leitungen, alle Keramiken und sogar die Fliesen bereits im Werk in die Kabinen eingebaut werden. So bringt die Fertigung



haben.“ Die schnelle Verarbeitung und rasche Verfügbarkeit der Installationssysteme von Geberit wurden somit zum wichtigen Kriterium, um die Fertigstellung planmäßig voranzutreiben.

Um die Anforderungen des Bauherrn in der kurzen Bauzeit von nur neun Monaten optimal umzusetzen, wurden nicht nur die Technikumsetzungen, sondern auch die Koordination der vielen bereichsübergreifenden Gewerke zur Herausforderung. Auf die Dimension und die speziellen zeitlichen Rahmenbedingungen angesprochen, bestätigt Bauleiter Hubert Eberle den Sonderstatus des Projekts: „Die Zielvorgabe war, das Zugspitz Resort Anfang Dezember – also rechtzeitig zur Wintersaison – wieder öffnen zu können. Wir mussten dafür nahezu 75 Prozent der Installationsarbeiten in der ersten Bauphase abwickeln. Dazu kamen Anforderungen wie schalldämpfende Spezialisierungen



höchste Ausführungsqualität mit sich, und sie kann, unabhängig vom Baufortschritt, im Werk in Matrie am Brenner jederzeit gestartet werden. Nachdem Aufbau und Ausstattung nach den individuellen Vorgaben des Auftraggebers erfolgen, bleiben bei dieser praktischen Badalternative keine Wünsche offen – außerdem sorgen die Fertigbäder durch ihr Raum-in-Raum-Prinzip für optimalen Schallschutz. Einzig die Koordination stellte das Baustellenteam vor Herausforderungen: Transport und Einbringung mussten dafür exakt geplant und abgestimmt sein, immerhin wurden im Zugspitz Resort insgesamt 70 Fertigbäder installiert und dazu 15 Bäder für die Suiten angelegt. Doch auch das klappte dank der guten Zusammenarbeit aller Beteiligten reibungslos.

www.geberit.at



FARBEN-POTPOURRI

FIR ITALIA, eine der Weltmarken im Bereich von Designarmaturen, ist bekannt dafür mit Innovationen, sowohl im ästhetischen als auch im technologischen Bereich, zu punkten und immer wieder starke Akzente zu setzen. Mit der Kollektion The Outfit kommt Farbe ins Badezimmer.





Das italienische High-Class-Unternehmen hat seit der Gründung vor mehr als 60 Jahren viel Erfahrung gesammelt, wie sowohl Design- und Produktqualität vollständig Hand in Hand gehen. Speziell für die Hotelbranche ein wichtiger Faktor, denn Zuverlässigkeit, beste Materialbeschaffenheit sowie hervorstechendes Design sind sowohl für Hoteliers als auch für Gäste wichtige Parameter. Jedes neu entwickelte Produkt von FIR ITALIA wird unter Berücksichtigung strenger Umweltauflagen und des Schutzes der Primärressourcen produziert.

Mehr Farben braucht das Land

Der Trend fürs Badezimmer geht schon seit einiger Zeit eindeutig in Richtung Farbenvielfalt. Das Programm The Outfit bietet eine umfangreiche und komplette Auswahl an trendigen Farben, die alle Armaturen von FIR ITALIA bekleiden. Jahrelange Forschungs- und Entwicklungsarbeit sowie eine Garantie für Zuverlässigkeit, die durch das Bestehen von strengen Labortests bestätigt wird, sind dabei eine Selbstverständlichkeit. Das Unternehmen nimmt für die Serie The Outfit Anleihen aus der Modewelt und transferiert diese in die moderne Welt der Badezimmer.

Vielfalt macht Spaß

Die Ausführungen von The Outfit basieren auf einer neuen und innovativen Technologie, die Advanced Superfinish Process (ASP) genannt wird. Das Ergebnis ist ein Mix aus fortschrittlichen Produktionsprozessen. Jede Ausführung und Farbe (derzeit 21), basiert auf einem einzigartigen Rezept. Innerhalb einer jeden Produktfamilie sind verschiedene Outfits (Ausführungen, Farben od. Farbtöne) vorhanden, die traditionell oder innovativ, klassisch oder modern sein können, und Oberflächenbearbeitungen oder Spezialkombinationen umfassen, die kontinuierlich aktualisiert werden. So entsteht eine umfangreiche und komplette Palette an Ausführungen, die einen hohen ästhetischen Wert und eine lange Dauerhaftigkeit gemeinsam haben. Eine Besonderheit, die auch kundenspezifische Lösungen möglich macht. Dank ausgefeilter Oberflächenbehandlungen, die dem Metall einzigartige Farben, Töne und Reflexionen verleihen, garantiert diese neu entwickelte und innovative Technologie einen hohen ästhetischen

Wert, totale Abdruckresistenz auf den matten Ausführungen und eine gute Abdruckresistenz auf den glänzenden und verspiegelten Ausführungen sowie eine lange Dauerhaftigkeit, die durch das Bestehen von strengen Labortests bestätigt wird.

Vielfalt ist eine der USP des Unternehmens. Und so können Fir-Italia-Armaturen sich in jedes Ambiente bestens einfügen, ja dieses sogar prägen. Speziell Badezimmer der neuesten Generation haben sich zu einem Wohlfühlort entwickelt. Gäste sollen sich möglichst lange in dieser Umgebung aufhalten, wohlfühlen, zur Ruhe kommen und sich auch an der Ästhetik und dem Design erfreuen. Das Badezimmer als Ort für alle Sinne – mit einer fein abgestimmten Farbenwelt ist das realisierbar.

Die Kollektionsvarianten

- Black to White: Von Weiß bis Schwarz, über die verschiedenen Grautöne, um auf die Materie in der Natur zu verweisen.
- Brushed: Diese gebürsteten Ausführungen sind bearbeitet und von einem gebürsteten Oberflächeneffekt gekennzeichnet.
- Matt Luxe: Ausgewählte Farben und Farbtöne, bereichert durch leichte Effekte und changierenden Glanz.
- Golden: Glänzende Goldtöne, in mehreren Versionen von Gelbgold bis zu englischem Gold.
- Matt Golden: Matte Goldtöne, in mehreren Versionen von Gelbgold bis zu britischem Gold.

Die italienische Manufaktur kann weltweit auf eine Vielzahl von Referenzprojekten verweisen. Hier ein kleiner Auszug, der auch die Vielseitigkeit der Produkte widerspiegelt:

- The Pantheon Iconic Hotel*****, Rom, Italien
- One&Only Royal Mirage, Jumeirah Beach Resort*****, Dubai
- Olympic Palace Resort Hotel*****, Rhodos, Griechenland
- Bio- und Wellnesshotel Stanglwirt*****, Going am Wilden Kaiser, Österreich
- Souq Al Wakra Hotel Qatar by Tivoli*****, Doha, Katar



Alpine Lebenskunst

Das französische Luxus-hotel L'Armancette bietet ein atemberaubendes Bergpanorama und stilvolle Bäder von TOTO.

Das ehemals komfortable Familienhaus steht im Herzen des Dorfs Saint-Nicolas-de-Véroce mit seinem ganz besonderen Charme. Das Haus wurde mit traditionellen Materialien der Haute-Savoie, wie Mont-Blanc-Granit, Holzschindeln oder Kalksteinschiefer, umgebaut, um es stimmig in die lokale Architektur zu integrieren. Im Inneren erwartet die Gäste ein anspruchsvolles Interieur aus altem gebürsteten Holz und seltenen Natursteinen. Beeindruckende Textilien runden das Bild ab und schaffen einen wärmenden Kontrast. Dieses ruhige und friedliche Refugium mit nur 17 Zimmern bietet seinen Besuchern eine Verschnaufpause vor dem atemberaubenden Bergpanorama des Mont Blanc.

Höchste Qualität auch im Bad

Der hohe Anspruch des Hotels findet sich auch in den Badezimmern wieder, denn das Hotel L'Armancette hat sich dafür entschieden, alle Zimmer mit WASHLETs von TOTO auszustatten. Hochwertig und elegant fügen sie sich harmonisch in die Einrichtung ein und bieten den anspruchsvollen Hotelgästen alles, was sie sich von einem entspannenden und regenerierenden Aufenthalt im Bad erwarten: höchsten Komfort und ein außergewöhnliches Hygieneerlebnis. „Die WASHLETs von TOTO erfüllen auch die Anforderungen unserer internationalen Kunden“, so die Hotelleitung.

Das WASHLET SG von TOTO fügt sich stimmig in die Einrichtung ein und bietet den Gästen höchsten Komfort und Hygiene. Dies schätzen nach Aussage der Hotelleitung die anspruchsvollen ausländischen Gäste. In den Bädern sorgt die Kombination von altem Holz und Granit für eine besondere Atmosphäre.



Strophor



TOTO Europe

Im Design schlicht und formschön, in puncto Hygiene und Komfort ein WASHLET der Spitzenklasse: Das neue RW der TOTO Prime Edition. Neu ist das Modell mit automatischer Spülung.

Bei den eingesetzten WASHLETs überzeugt TOTO mit seiner einzigartigen Expertise. Das Zusammenspiel der Hygienetechnologien EWATER+, PREMIST, TORNADO FLUSH und CEFIONTECT, wie sie nur von TOTO angeboten werden, machen die Nutzung eines WASHLETs für die Gäste zu einem einzigartigen Erlebnis.

Neue WASHLET-Modelle mit Plus

Bei den WASHLETs RW und SW der Prime Edition sowie den Modellen RX EWATER+ und SX EWATER+ bietet TOTO optional die Möglichkeit einer automatischen Spülung. Die Berührungslosigkeit sorgt für mehr Hygiene und Komfort im Bad. Für manche Nutzer bedeutet dieser eine Handgriff weniger ein großes Mehr an Bequemlichkeit. Die Spülung wird beim Verlassen automatisch aktiviert. Dazu ist das WASHLET mit einer automatischen Sitzerkennung ausgestattet, die sogar

unterscheiden kann, ob die große oder die kleine Spülung aktiviert werden muss: So wird nach einer Sitzdauer zwischen sechs und 30 Sekunden die „kleine“ 3-Liter-Spülung aktiviert und nach einer Sitzdauer über 30 Sekunden die „große“ 4,5-Liter-Spülung.

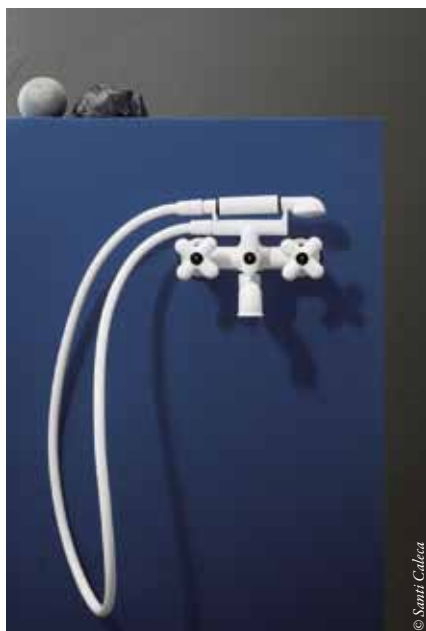
Höchster Hygieneanspruch

Auch in puncto Hygiene bringt die automatische Spülung ein weiteres Plus – alles, was berührungslos funktioniert, bleibt vollständig sauber. In Hotels oder an anderen Orten mit mehreren Nutzern ist das ein wichtiger Aspekt. Als mehrfach prämierte „World's No. 1 Brand“ beim Verkauf für Dusch-WCs glänzt TOTO sowohl bei der RW und SW Prime Edition als auch bei den WASHLETs RX EWATER+ und SX EWATER+ mit einer einzigartigen Expertise und hat die bewährten Hygiene- und Komforttechniken damit erweitert.

Hygiene- und Komforttechniken der neuen WASHLET-Modelle im Überblick

- Optional mit einer automatischen Spülfunktion.
- EWATER+ zur nachhaltigen Reinigung sowohl der Keramik als auch der Stabdüse mit elektrolytisch aufbereitetem Wasser – Düse und WC Becken bleiben länger sauber.
- PREMIST zur Benetzung des Toilettenbeckens mit einem feinen Sprühnebel aus Wasser, da an feuchter Keramik Schmutz schlechter haften bleibt.
- Die kraftvolle Spülung TORNADO FLUSH zur gründlichen Reinigung des gesamten Beckens.
- CEFIONTECT, die langlebige Spezialglasur, die nicht nur eine dauerhaft schöne Oberfläche gewährleistet, sondern auch weitgehend verhindert, dass sich im Becken Bakterien oder Ablagerungen festsetzen.

de.toto.com/washlets/



Trendstarkes Design

Die Badkollektion „O.novo“ steht seit Jahren in Sachen Design und Material für bewährte Villeroy & Boch-Qualität. Um noch mehr Flexibilität in die Badgestaltung zu bringen, wurde die Serie um insgesamt acht rechteckige Waschbecken und Handwaschbecken erweitert, die schlankes, filigranes Design mit bester Funktionalität verbinden. Sie sind wandhängend oder als Einbau- bzw. Aufsatzwaschbecken installierbar und in der Farbe „Weiß Alpin“, optional mit der schmutzabweisenden Oberflächenveredelung CeramicPlus sowie der antibakteriellen Glasur „AntiBac“, erhältlich.



Made in Italy

Fantini ist ein italienischer Hersteller hochwertiger Bad- und Küchenarmaturen, der innovative Technik und zeitloses Design mit traditionellem Handwerk vereint. Vielfältige Kollektionen sind das Ergebnis von über 70 Jahren Erfahrung, fachlichem Know-how und zukunftsgerichteten Fertigungsprozessen sowie der Zusammenarbeit mit renommierten DesignerInnen. Mit der Kollektion „I Balocchi“, die 1977 von Davide Mercatali und Paolo Pedrizzetti entworfen wurde und an Pop Art erinnert, revolutionierte Fantini die Welt der klassischen Armatur von einem rein technischen Objekt zum farbenfrohen Einrichtungsaccessoire.

Beton als Gestaltungselement

Beton überzeugt als Baustoff durch seine Stabilität und Langlebigkeit, und bringt mit seinen ruhigen, harmonischen Farbtönen eine unvergleichliche Optik ins Badezimmer oder in den Wellnessbereich. Beton brilliert als Waschtisch und Verkleidung der Badewanne oder Duschwand ebenso wie als komplette Auskleidung. Die efecto-Betonschreiner sind echte Pioniere auf dem Gebiet der Fertigung exklusiver Betonmöbel und -verkleidungen für den Innen- und Außenbereich und ermöglichen eine Gestaltung ganz nach individuellen Vorlieben. Die Betonplatten werden passgenau gefertigt und deren Oberflächen behandelt, um Wasser- und Kalkspuren zu reduzieren. Das erleichtert die Reinigung und lässt mit der Zeit eine gleichmäßige Patina entstehen, die den optischen Charme des Betons noch verstärkt.



Rückzugsort Bad

Ob Badewanne mit Massage-Optionen, Dusche mit Infrarot oder Dampfbad – Repabad macht jedes Hotelbad zur persönlichen Wellness-Oase. Bereits auf einem Quadratmeter Fläche lässt sich ein Dampfbad verwirklichen: Wichtig ist nur eine dicht schließende Duschkabine inklusive Dach, damit der wohltuende Wasserdampf in der Kabine bleibt und sich nicht im kompletten Badezimmer ausbreitet. Um die Dampfbad-Technik kümmert sich Repabad und bietet dabei zusätzliche Features wie Infrarot und Sole, die sich positiv auf die Gesundheit auswirken.

SICHER ZUR BARRIEREFREIHEIT



Die neue Duschfläche Cayonoplan Multispace ist robuste Bewegungsfläche und garantiert maximalen Raumnutzen durch ihren bodengleichen Einbau. Kaldewei steht seit über 100 Jahren für nachhaltige und hygienische Lösungen aus hochwertigstem Stahl-Emaile.

Ausgezeichnet und gemacht für die Ewigkeit.



reddot winner 2020

kaldewei.de/barrierefrei





Weitläufige Landschaft zum Durchatmen, See und Golfplatz gleich nebenan und dazu eine gerade eben erst spektakulär erweiterte Wasserwelt. Nicht zu vergessen die fantastische, soeben mit 2 Michelin-Sternen ausgezeichnete Küche überzeugt in Familie Obendorfers 4-Sterne-Superior-Genießerhotel Birkenhof.

Die neu kreierte Ice-Lounge im Birkenhof



Viel Natur und edle Wasserwelt

Hoch über der Oberpfälzer Seenlandschaft etablierte sich der Birkenhof als eines der führenden Landhotels in Ostbayern. Alles wunderbar weitläufig, sodass die Gäste sehr viel Platz zur Verfügung haben, um auch weiterhin ein wenig Abstand zu wahren und zu genießen.

Traumhafte Wasserwelten

Eine Klasse für sich ist der kontinuierlich erweiterte Relaxbereich: Etwa der ganzjährig beheizte Innen- und Außenpool sowie ergänzend zum bereits zuvor umfangreichen Sauna-Angebot noch der Solepool, das Onsen-Becken, die Turmsauna, die Infrarotsitze und die neue, spektakuläre Ice-Lounge. Vergrößert wurde zudem der Biobadesee mit seinem tollen Panorama. Dazu gibt es ab Juni bzw. Juli weitere brandneue Highlights: Die Gartenanlage erhält ihren letzten Feinschliff, die Turmsauna steht dann bereit und das „Haus Birkenquell“ erstrahlt im neuen Glanz – alle Zimmer verfügen über einen Balkon und wurden komplett renoviert. Dazu gesellen sich im dritten Stock noch wahrlich exklusive Suiten.

Michelin-Sterne-Genuss

Im eleganten, seit 2020 mit 2 Michelin-Sternen ausgezeichneten Restaurant „Eisvogel“ – als Ergänzung zur „Turmstube“ und zum Terrassenrestaurant „Landart“ – lädt nun der kochende Patron Hubert Obendorfer, unterstützt von seinem Sohn Sebastian, zur Wahl zwischen modern interpretierten regionalen Klassikern und Kreationen mit Internationalität sowie einem Touch Avantgarde ein.

Ein Familienbetrieb der Sonderklasse mit immer neuen Ideen, um Gäste zu begeistern.

www.landhotel-birkenhof.de

In der Ruhe liegt die Kraft

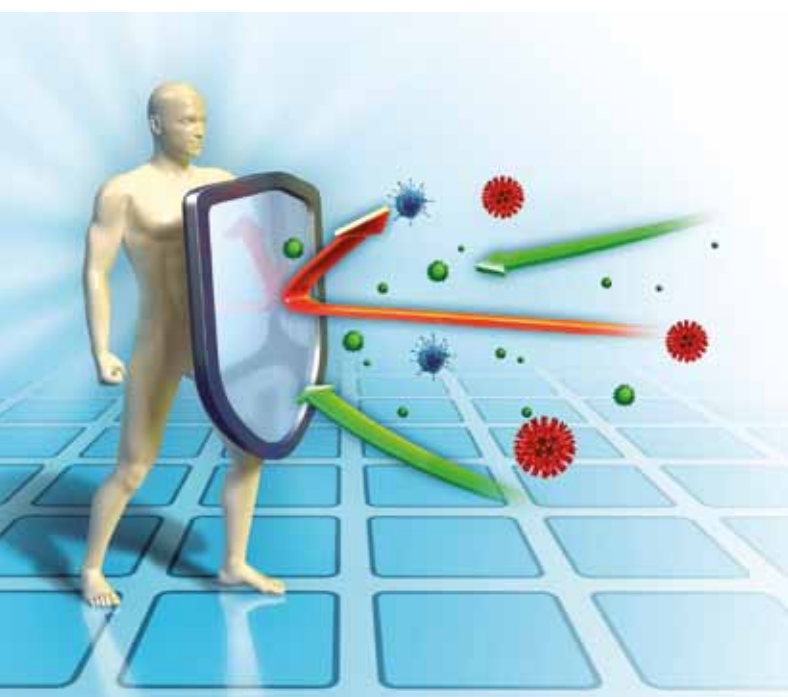
Wellness wird aus dem Englischen am besten mit „Wohlbefinden“ oder „Wohlfühlen“ übersetzt. Ein in Hotels perfekt inszeniertes, ganzheitliches Gesundheitskonzept erhöht maßgeblich die Zufriedenheit der Gäste.



Als einziger Anbieter präsentiert sich Panacool International mit einem attraktiven Show- und Testroom in Kärnten. Hier erfahren Hoteliers und Spa-Mitarbeiter bei einer kostenlosen Präsentation alle wichtigen Infos zu diesem neuen Trend. Gleichzeitig können Gratisanwendungen durchgeführt werden. H&D-Tipp: Nutzen Sie dieses Kurzseminar inkl. praktischer Durchführung für eine Mitarbeiterexkursion.

Der neue Megatrend für Medical Spa

Wie Krisen zu neuen Chancen werden können, zeigt die Ganzkörperkältetherapie bei -110°C von Panacool.



Das Geheimnis vieler Topstars aus den Branchen Sport, Film und Beauty kommt jetzt auch exklusiv nach Österreich in die Top-Hotellerie und wird somit auch für Gäste zugänglich. Die studienbelegten Erfolge mit Kryotherapien bei -110°C in den Bereichen der Medizin eröffnen somit neue Chancen für Top-gesundheitsresorts und Wellnesshotels. Speziell nach Covid-19 sind Kurzkälteimpulse laut internationalen Spitzenmedizinern das beste Training zur Stärkung der Abwehrkräfte und des Immunsystems. Die vielseitigen Anwendungserfolge sind das Geheimnis des rasanten internationalen Erfolges dieser neuen Therapiemöglichkeit.

Gäste immer überraschen

Die Vorteile der rund dreiminütigen Anwendungen sprechen für sich: Es kommt zu einer essenziellen Stärkung des Immunsystems und einer schnellen Reduktion von plagenden Gelenks-schmerzen, und so steht einer erfolgreichen Burn-out-Prävention nichts mehr im Weg. Ein neuer Kraftaufbau, eine rasche Stimmungsaufhellung, nachweisbare Leistungssteigerungen und eine

rasche Regeneration sind ebenfalls nachhaltig gegeben. Dem aber nicht genug – ein strafferes Ganzkörperhautbild, ein vitaler Teint und eine gesunde Ausstrahlung sind ebenso überzeugend wie ein sichtbarer Rückgang der Cellulite sowie eine merkbare Gewichtsreduktion. Fußballgott Cristiano Ronaldo oder Pop-sängerin Britney Spears bevorzugen schon einige Zeit diese Art von gesundem Kälteschock. Einem betuchten und nach Ruhe und Gesundheit suchenden Gästeklientel sind mittlerweile kaum Neuerungen auf dem Medical-Wellness-Sektor fremd. Als Anbieter neue Art von Kältetherapie erzielen Hoteliers und Gesundheitsmanager ganz sicher einen zusätzlichen wertvollen Wettbewerbsvorteil in einer heiß umkämpften Branche.

Klares und edles Design

Die Kabinen bestechen durch hochwertige Materialien sowie neueste Technologie. Die Panacool Cryo 110 Kurzkältekabinen bestehen aus zwei separaten Räumen: einem Vorraum (-20 bis -30 °C), in dem der Anwender kurz getrocknet wird, bevor er dann den eigentlichen Kurzkälte-Therapieraum bei -110 °C betritt. Da hier der Luft die Feuchtigkeit entzogen ist, wird die Kurzkälte (2,5 bis 3,5 Minuten) von vielen überraschend angenehm wahrgenommen. Und das Ergebnis führt nachweislich zu einem starken USP des Hotels.

TIPP

Ende Juni erscheint zum diesem Megatrend das neue Buch „Zukunft Kälte-Medizin!“. Darin werden neueste Erkenntnisse, praktische Erfahrungen sowie alle Vorteile für die Gesundheit der Gäste übersichtlich und plausibel dargestellt. Die ersten 50 Besucher und Interessenten des Panacool International Showrooms erhalten es persönlich signiert vom Autor als Geschenk. Anmeldungen bitte bei Frau Julia Schrottenbacher unter 04257-93080 oder per Mail an: julia.schrottenbacher@panaceo.com.



Gäste betreten die Kabine in Badekleidung oder anliegender Unterwäsche. Die Ohren werden mit einem Stirnband oder Kopfhörer, die Atemwege mit einem Mundschutz, die Hände mit Handschuhen und die Füße mit Socken oder Schuhen geschützt. Und auf Wunsch wird Ihr Lieblingssong in Bose-Qualität eingespielt.

Einige Vorteile und Alleinstellungsmerkmale der neuen Kältekammer

- Die nachweisbare Steigerung der Abwehrkräfte sowie die Stärkung des Immunsystems durch Kryotherapien bei -110 °C führen seit Covid-19 zu einer steigenden Nachfrage.
- Drei riesige neue Zielgruppen können so angesprochen werden: Medizin, Sport und Schönheit. Zusätzlich sichern über 50 Anwendungsbereiche (von Migräne, Schlafstörungen und Gelenkschmerzen über Leistungssteigerungen und Ganzkörperhautstraffungen bis hin zur raschen Gewichtsreduktion u. v. m.) eine hohe Therapieauslastung.
- Im Gegensatz zur Sauna- oder Dampfbadbenutzung erzielt man mit dem neuen Gesundheits-USP auch neue Einnahmen. Und durch die Möglichkeit des Leasings bleibt die Liquidität des Betreibers voll erhalten.
- Jede Anwendung wird für den Gast zu einem Gesundheitserlebnis, einem sogenannten „Medtainment“.

Olympiasieger Franz Klammer: „Die Panacool Kryotherapie bei -110 °C hilft mir bei Gelenks- und Muskelschmerzen sowie vor allem auch durch schnelle Regeneration im Sport. Ich fühle mich danach unglaublich gut. Ein freies und leichtes Supergefühl!“





Im Mineral Serail Dampfbad fördern gesunde Strahlungswärme und Kräuterdampf, in Kombination mit einer Heilerde-Packung, die Entgiftung des Körpers.

Spa der Superlative

Auf knapp 4.500 m² Fläche, verteilt auf vier Stockwerke, hat die Tiroler SPA4 Manufaktur im Alsik Hotel & Spa die größte Wellness- und Gesundheitsoase Dänemarks verwirklicht.



Die kreativen Macher von SPA4 (v.l.n.r.): Florian Jaud, Markus Strasser und Michael Meininger



Der Himalaya Salzstein Ruheraum begeistert sowohl mit der wohltuenden Wirkung von Salz als auch mit einer ganz besonderen Raumatmosphäre.

SPA4 ist ein Unternehmen mit Tiroler Wurzeln. Als eigenständiger Teil der Südtiroler Hofer Group aus St. Christina ist die Manufaktur einer von nur wenigen global agierenden Komplettanbietern im Wellness- und Spa-Segment. SPA4 plant, designt, produziert, montiert und serviert das gesamte Spa-Equipment für Hotels und Thermen – dadurch wird eine maximale Wertschöpfung erzielt. Dabei setzt man auf modernste technische Lösungen und gewährleistet damit einen umwelt- und kostenschonenden sowie störungsfreien Betrieb.

Alsik Hotel & Spa in Sønderborg

Eines der jüngsten internationalen Referenzprojekte von SPA4 ist das Steigenberger Alsik Hotel & Spa in Sønderborg. Der 19-stöckige Hotelturm mit 190 Zimmern und Suiten ist das größte Hotel in der deutsch-dänischen Grenzregion rund um Flensburg. Direkt am Ufer zwischen der Meerenge Als Sund und der Flensburger Förde am einstigen Industriehafen gelegen, ist er das neue Wahrzeichen der Stadt.

Als besonderes Highlight birgt das Luxushotel das größte Spa in ganz Dänemark. Es erstreckt sich auf insgesamt 4.500 m² Fläche, verteilt auf vier Etagen, und wurde komplett von SPA4 konzipiert und umgesetzt. „Die größten Herausforderungen lagen zum einen darin, für den ‚touristischen Leuchtturm Dänemarks‘ ein einzigartiges Wellness- und Gesundheitskonzept maßzuschneidern und zum anderen, dieses sinnvoll über die Stockwerke zu verteilen sowie technisch effiziente Synergien und Lösungen für alle Anwendungs- und Behandlungsräume zu finden“, erklärt Florian Jaud, Geschäftsführer und technischer Leiter SPA4. Speziell die Planung der unterschiedlichen Betriebsabläufe und Wege, um Gäste sowie MitarbeiterInnen sinnvoll und angenehm durch das Gebäude zu leiten, war eine der komplexesten Aufgaben in der Projektentwicklung.

Durchdachtes Konzept

Verteilt auf vier Etagen finden Hotel- und Day Spa-Gäste eine einzigartige Inspirationswelt für Körper und Geist. Das Nordic Spa-Konzept baut auf die Symbiose zwischen warm und kalt und lässt Ruhesuchende den Aufenthalt mit allen Sinnen erleben und genießen. Neben zahlreichen Wärme- und Wasseranwendungen stehen auch eine Vielzahl an Diagnose-, Entspannungs-, Therapie- und Trainingsmöglichkeiten zur Verfügung. Je weiter man nach oben kommt, desto intensiver werden die gesundheitsorientierten Behandlungen, die von gut ausgebildeten TherapeutInnen durchgeführt werden.

Die Integration von insgesamt mehr als 50 Attraktionen in einem Spa erfordert viel Fachwissen, wie Markus Strasser, Geschäftsführer & Sales Director von SPA4, betont: „Speziell unsere Kompetenz und unser individuelles Spa-Equipment – ob Saunen, Dampfbäder oder Behandlungsprodukte – waren wichtige Entscheidungskriterien für eine wirtschaftlich effiziente Zusammenarbeit. Wir konnten die Investorenfamilie und auch den Spa-Betreiber durch unser visionäres Konzept, wie man 4.500 m² Wellness- und Gesundheitsfläche auf vier Stockwerke effizient und sinnvoll verteilt, überzeugen.“

Der 4 Senses Lounger sorgt mit Wärme, sanften Schwingungen, Farben, Klängen und Düften für eine multisensorische Reise in die Welt der Tiefenentspannung.

Fotos: © Alsik Hotel & Spa



Das Danam vereint die Vorteile des Hamams mit aktivierender Kneipp- und Eistherapie.

Nordic Spa

Der Wellnessbereich selbst basiert auf drei Themenbereichen:

1. Fire & Ice mit speziellen kreislauffördernden Wärme- und Kälteanwendungen,
2. der Wasserwelt mit einer Reise durch die vier Jahreszeiten und
3. der Dampfwelt mit Kristall- und Seraildampfbädern sowie einer großzügigen „Feuerpanoramasauna“ mit Effektfeuer und einzigartigem Blick auf die Bucht und das Meer.

Dabei kommen insbesondere auch Spezial-Produkte wie z. B. der „Sensory Cocooning Lounger“, eine Behandlungsliege mit holistischem Ansatz sowie Licht- und Farbtherapie, zum Einsatz.

Ein einzigartiges Signature Treatment des Alsik Spa ist das speziell entwickelte „Danam“. Es vereint die Vorteile des klassischen Hamams mit den Wurzeln der nordischen Therapie. Anstelle einer reinen Seifenschäumbehandlung wird dabei noch ergänzend mit Kneipptherapie und Eistherapie gearbeitet. So werden der Kreislauf gestärkt und die Zellverbände im Körper aktiviert.



SPA4 GmbH | Gewerbegebiet Nord 193 | A-6261 Strass im Zillertal | +43 5244 62005 | office@spa4.at
www.spa4.at | alsik-hotel.com



Foto: Alex Gatterer

Der Spa-Spezialist

Urlaubsmomente mit ganzheitlicher Entspannung sind sehr kostbar. Die Wellnessoase als Rückzugsort ist aus der Hotellerie nicht mehr wegzudenken und wird stetig revolutioniert. Klafs bietet dazu immer wieder großartige Ideen. Von der ersten Konzeption bis zur Feinplanung, vom Innenausbau bis zur schlüsselfertigen Inbetriebnahme.



Mit jahrzehntelanger Erfahrung in der Spabranche ergänzt Klafs den hohen Qualitätsanspruch mit Design, setzt innovative, neue Maßstäbe und achtet zusätzlich auf eine wirtschaftliche Betriebsführung.

Prominente Referenzprojekte

„Seit mehr als einem halben Jahrhundert ist der kompromisslose Qualitätsanspruch die Basis unseres Denkens und Handelns. Diese Philosophie schlägt sich in all unseren Produkten nieder“, so Geschäftsführerin Monika Kober. Durchdachtes Design, modernste Innovationen, hoher Komfort, Betriebssicherheit und ein exzellentes Serviceangebot – all diese und viele weitere Komponenten komplettieren das Klafs-Paket. Mehr als 40.000 Referenzen in Hotels, Fitnessstudios, Freizeitbädern und privaten Wellnessoasen belegen die hohen Qualitätsansprüche des traditionsreichen Unternehmens.

Trends von morgen

Darüber hinaus gelingt es dem Unternehmen immer wieder innovative, überraschende Neukonzeptionen vorzustellen. Mit dem Sanarium® prägt Klafs zum Beispiel die Saunakultur bis heute: Fünf verschiedene Badeformen in nur einer Sauna geben den Trend zur Erlebnisvielfalt auch in der privaten Spaoase vor. Wie Klafs Innovationen umsetzt und Trends in der Hotellerie trifft, zeigt die weltweit einzigartige Sauna S1. Das Entscheidende dabei ist der minimale Platzbedarf bei vollem Saunavergnügen. Die Sauna S1 bietet Hotelgästen wohltuendes Saunieren in völliger Privatsphäre, denn sie lässt sich perfekt in die Suite und den private Spa integrieren und das Hotelzimmer zur eigenen Rückzugsoase werden.

Sie funktioniert wie das Zoom Prinzip einer Kamera, im komplett eingefahrenen Zustand misst die Sauna S1 gerade einmal 60 Zentimeter – wie ein herkömmlicher Schrank. Per Knopfdruck entfaltet sich die Sauna in nur 20 Sek. zu einer annähernd dreimal so tiefen Sauna mit viel Platz. Dies sind nur einige Beispiele für die Innovationskraft des Unternehmens, das in der Hotelbranche höchstes Ansehen genießt.

www.klafs.at



Ein perfekter Rückzugsort

Das Hotel Hirschen Dornbirn bietet eine willkommene Auszeit. Ein langer Atem war in den vergangenen Monaten gefragt. Jetzt heißt es wieder: Tief durchatmen, Wärme spüren, Seele baumeln lassen und genießen. Klafs kann dabei sehr hilfreich sein.

Die Coronakrise lässt erste Lichtblicke zu: Wir dürfen uns wieder auf Auszeiten freuen, die wir selbst bestimmen und uns nicht fordern, sondern Körper und Seele guttun. Lang ersehnt hat das auch Charlotte Hirt. Als Gastgeberin aus Leidenschaft fehlten ihr die vielen Begegnungen mit ihren Gästen. Topmotiviert freut sie sich mit ihrem ganzen Team auf Besuch im neuen Hirschen Dornbirn, dem boutiquestyle hotel in Dornbirn.

Genuss, Entspannung und Business

Das Hotel ist vielseitig und schafft den Spagat zwischen Design, Außergewöhnlichem, Naheliegender und Wohligem: „Wir setzen auf Genuss, Wellness und Business“, bringt es Hirt auf den Punkt. Bislang waren Businesskunden die stärkste Gästeschicht. „Etwas Unerwartetes, Überraschendes auf dem Weg in die Stadt“, so beschreibt es die Geschäftsführerin. „Wir liegen kurz





vor der Stadt und doch zentral – klein und fein, mit vielen Möglichkeiten für Geschäftskunden und Freizeitreisende. In unserem Abendrestaurant kocht mein Mann persönlich und das merkt man. Es steht für alle Gäste offen.“ Das Wochenende und die Nebensaisonen gewinnen immer stärker an Bedeutung. Deshalb setzt der Familienbetrieb auf Lebensstil und Entspannung. Vor Kurzem ist dafür im Dachgeschoss ein unglaublich stimmiges Wellnessrefugium entstanden.

Die Gastgeber Charlotte und Erwin Hirt.



Neuer Raum: Sky Relax

Der neue Sky-Relax-Raum ist ein Ort, der mit einem beeindruckenden Ausblick fasziniert und den Erholungsfaktor auf eine weitere Ebene hebt. „Unser Wellnessbereich präsentiert sich noch wie neu, weil wir erst zu Silvester eröffnet haben“, ist Charlotte Hirt stolz. Hier, zwischen Stadt und ruhiger Lage, gibt es noch wirkliche Rückzugsorte. Schaukeln, Liegen, eine Terrasse über den Dächern, eine Lounge mit Wohnzimmercharakter. „Bei uns braucht man kein schlechtes Gewissen zu haben, wenn man bei Schlechtwetter nicht aus dem Hotel kommt“, lacht sie. Ein Grund: Die Panoramasauna ist ein besonderes Erlebnis. Mit ihrem modernen Stil passt sie perfekt zum Konzept des Hauses.

Klafs als optimaler Partner

So speziell wie das Hotel ist auch diese Sauna. „Der perfekte Partner für unsere besonderen Anforderungen war Klafs“, hebt Charlotte Hirt hervor. „Bei unseren vielen Sonderwünschen von der Glasoberfläche bis zu speziellen Griffen hörten wir nie ein ‚Schauen wir mal‘. Ganz im Gegenteil: Sofort gab es konkrete Vorschläge. Alles war schnell umsetzbar. Von der Planung bis zur Inbetriebnahme ein Topservice“, schwärmt die Hotelierin von der richtigen Wahl ihres Wellnesspartners. Es ist die Gesamtstimmung, die das oberste Wellnessgeschoss ausmacht, die Großzügigkeit von Sauna und Dampfbad – diesem gibt übrigens eine Dampfkunstkugel ein besonderes Flair, die tollen Infrarotliegen, die Farbstimmungen – vor allem am Abend, die Düfte, das Ambiente mit der Berg- und Stadtkulisse ... Dass die Hotelierin mit diesem Gesamtkonzept auch bei ihren Gästen ins Schwarze



getroffen hat, zeigte ein kräftiger Anstieg der Buchungen noch vor der Coronakrise. „Mit unserem neuen Konzept konnten wir ein grenzüberschreitendes Interesse wecken und das macht mich zuversichtlich, dass wir bald wieder gut starten“, sagt Charlotte Hirt. Die Pause wurde übrigens genutzt, um schon wieder neue Ideen zu schmieden und zu erproben. Diese entstehen hie und da auch im Relaxingbereich, den die passionierte Gastgeberin selbst begeistert nutzt, damit sie auch weiß, was sie ihren Gästen anbietet.

Hirschen Dornbirn, das boutiquestyle hotel

- ... wird seit 1843 familiengeführt und setzt auf ein langjähriges zwanzigköpfiges Team, das perfekt harmonisiert.
- ... ist ein schmuckes Kleinod mit Stil und einer eigenen Handschrift.
- ... wurde Ende 2019 einem Marken-Relaunch unterzogen. Das besondere Highlight: Der Sky Relax Room im Rooftop mit freiem Blick auf die Berge.

www.hotel-hirschen-dornbirn.at
www.klafs.at



Fotos: Petra Reiner

Rutschfest

Die rutschfesten Lamine von Arlon Graphics wurden entwickelt, um die Lebens- sowie Wirkungskdauer von Digitaldrucken zu verlängern. Sie ermöglichen hervorragende Bildschärfe und bieten gleichzeitig hervorragenden Schutz auf allen Boden- sowie Teppichoberflächen im Innenbereich. Die Series 3420 Matte und 3510 Matte wurden für kurzfristige grafische Anwendungen im Innenbereich entwickelt, z. B. für glatte Böden, versiegelten Beton, Keramikfliesen, gewachste Vinylböden, versiegeltes Holz, Marmor und Terrazzo.



Nachhaltige Erlebnismächte

Das Start-up sleeperoo konnte jüngst seinen dritten Geburtstag feiern und hält gerade jetzt das perfekte Angebot für Auszeiten bereit. sleeperoo bietet nachhaltige und exklusive Pop-Up Erlebnismächte in Design sleep Cubes an außergewöhnlichen Orten.

„Wir bemerken bei unseren Buchungen die große Sehnsucht nach einem „Raus aus den vier Wänden“. Mit unserem Abenteuer-Angebot bieten wir attraktive Optionen an über 50 Spots – und dies mit den besten Möglichkeiten des Social Distancing: Mehr Abstand zu anderen als im Cube geht fast gar nicht“, so sleeperoo-Gründerin Karen Löhnert.

sleeperoo bei Büdlich am Burgkopf





NOVUM Hospitality eröffnet das Select Hotel Moser



Nach Abschluss der Generalsanierungs- und Umbauarbeiten öffnet das ehemalige Traditionshotel „Moser Verdino“ als Select Hotel Moser Verdino Klagenfurt in der Domgasse erneut seine Türen.

Das bereits im Jahr 1907 etablierte Haus in Klagenfurt verfügt über 120 Zimmer. Der erste, nun eröffnete Hotelabschnitt umfasst 80 Zimmer, weitere 40 sollen im Spätherbst 2020 folgen. Ein



zusätzliches Highlight ist die Bar 19null7, die Gäste derzeit auf der 5. Etage empfängt. Im April dieses Jahres soll die dazugehörige Panoramadachterrasse als erste Rooftopbar Klagenfurts eingeweiht werden.

„Mit dem Select Hotel Moser Verdino Klagenfurt begrüßen wir ein ganz besonderes Haus in unserem Portfolio. Dank der aufwendigen Revitalisierungsmaßnahmen konnte eine Symbiose geschaffen werden, die den Denkmalaspekt mit modernem Design verbindet. Ich freue mich, das geschichtsträchtige Haus nun unter unserer Upscale-Marke Select Hotels weiterzuführen“, äußert sich David Etmennan, Chief Executive Officer & Owner NOVUM Hospitality.

Erste Rooftopbar Klagenfurts

Als Hoteldirektorin und gewerberechtliche Geschäftsführerin des Hotels zeichnet die 33-jährige gebürtige Kärntnerin Nathalie Lorenz verantwortlich. „Es erfüllt mich mit sehr viel Stolz, eines der traditionsreichsten Hotels in Kärnten aus dem Dornröschenschlaf zu wecken und dieses wunderschöne und außergewöhnliche Haus im Markt neu zu etablieren.“ Durch die zeitgemäße Ausstattung und die optimale Lage im Herzen Klagenfurts dient das neue Haus sowohl Geschäfts- als auch Freizeitreisenden als idealer Ausgangspunkt für ihren Aufenthalt in Kärntens Landeshauptstadt.

www.novum-hotels.com

**AUS-
(HECKEN?)**

Wir wollen doch
nicht das Paradies verlassen.
JOKA. Wohnen mit Charme.

Joka

WOHNEN MIT CHARME

SICHER NICHT!

www.joka.at



Agob Buchrad GmbH / Jasba Mosak GmbH (Nicole Zimmermann, Heinsberg)

Individualität pur mit Jasba-Fliesen



Agob Buchrad GmbH / Jasba Mosak GmbH (Nicole Zimmermann, Heinsberg)

Hyggelig auf Mainzisch – so präsentiert sich das neueste me and all hotel. Das Interior Design konzipierte Flumdesign, die Jasba mit einer Sonderedition der Fliesenserie Pattern beauftragten.

Die me and all hotels sind eine Marke der Lindner Hotels AG. Mit ihrem urbanen, lässig ungezwungenen Flair möchten sie vor allem City- und Business-Traveller sowie Urban Locals ansprechen. Nonchalantes Herzstück der Hotels ist die offene Verschmelzung von Check-in, Bar, Lounge und Co-Working-Corner, die Funktion und Finesse sowie Luxus und Gemütlichkeit gekonnt miteinander verbinden. 2016 eröffnete in Düsseldorf das erste Haus dieser Art. Mainz ist der zweite Standort. Geplant sind weitere Eröffnungen in Düsseldorf, Hannover, Kiel, Ulm, Leipzig sowie Stuttgart. Und jedes Hotel wird mit einem ganz eigenen Designkonzept überzeugen. Den Wettbewerb für das übergreifende Interior-Konzept in Mainz gewann das Hamburger Innenarchitekturbüro Flumdesign. Inhaber Ralph Flum: „Wir haben uns zunächst die berühmte Standardfrage gestellt: Wer ist unsere Zielgruppe? Und hieraus entstand ein Designansatz, der eine typische me-and-all-Geschichte erzählt.“

Urbane „Wohnzimmer“ mit Top-Ausstattung

Flumdesign hatte ein Klientel vor Augen, das jung und urban, bestens vernetzt und mit den neuesten Kommunikationsmitteln ausgestattet ist. Man ist kosmopolitisch unterwegs, hat schon viel gesehen und bringt von seinen Reisen Erinnerungstücke mit oder betreibt Upcycling. Die Arbeitsplatte des Sideboards im Schlafraum beispielsweise ist aus recyceltem Bauholz gefertigt. In den offen gestalteten Bädern fallen sofort die markanten Waschtische aus geflochtenem schwarzen Eisen auf. Sie sind eine Reminiszenz an die Weinregion Rheinland-Pfalz und stehen stellvertretend für die traditionellen Bütteln, die bei der Weinlese eingesetzt wurden. Auch die Fliesen, die sich in den Badezimmern sowie im Eingangsbereich der Gästezimmer wiederfinden, erzählen ihre ganz eigene Geschichte. „Wir wünschten uns Fliesen, die in die Gedankenwelt des me and all hotels passen“, erläutert Flum. „Sie sollten eine Zeit zitieren, die noch Mut zum Dekor hatte, und sie sollten wie ein Fund aus einem alten Gebäude wirken.“ Realisiert wurden die Fliesen in Zusammenarbeit mit Jasba, die in einer projektspezifischen Sonderfertigung – angelehnt an die bereits bestehende Serie Jasba Pattern – das gewünschte Motiv kreierte und umsetzte.

Gestalterische Freiräume

Jasba ist so wie Agrob Buchtal eine Marke des führenden deutschen Keramikfliesenherstellers Deutsche Steinzeug Cremer & Breuer AG. Ein wichtiger Bestandteil der Unternehmenskultur ist das herausragende Serviceangebot für kreative Architekten und Planer. Wenn ganzheitliche Konzepte eine explizit definierte Stilsprache erfordern, entwickelt das Unternehmen innovative Lösungen und bedient sich dabei eines hauseigenen Expertenteams, das kompetent und projektspezifisch die Umsetzung der Ideen begleitet. Durch die Einbeziehung der Designabteilung und die Möglichkeit zu Spezialfarben und -formaten, Digitaldruck oder Wasserstrahltechnik bleibt nahezu kein Wunsch unerfüllt.

Lässiges Wohnambiente

Im me and all hotel Mainz finden sich die eigens angefertigten Fliesen im Format 20 x 20 Zentimeter nicht nur in den Bädern, sondern auch im Eingangsbereich der Zimmer, wo das ornamentale Dekor einladend wie ein keramischer Teppich wirkt. „Wir wollten, dass die Gäste gleich beim Eintreten in eine ganz besondere Atmosphäre eintauchen“, erläutert Ralph Flum.



Auch im Frühstücksraum, der in der Konzeption der me and all hotels stets einen ganz besonderen Stellenwert einnimmt, finden sich die Fliesen. Mit ihrem faszinierenden Dekor lassen sie den Raum wohnlich-lässig wirken und trennen ihn optisch von der Lounge ab.

Last but not least griff Flumdesign im Rahmen seines Interior-Konzeptes auch auf Fliesen der Marke Agrob Buchtal zurück und setzte sie gezielt an den Wänden der Badezimmer ein. Mithilfe der Serie Plural im Farbton Sandgrau entstand auf diese Weise ein ganzheitliches Raumkonzept, das das Motto „Hyggelig auf Mainzisch“ perfekt repräsentiert.

www.jasba.de

www.agrob-buchtal.de





Frisch und bauschig

Das schönste Erlebnis im Hotel ist der erholsame Schlaf in einem perfekten, frischen Bett. Eine Investition in hochwertige und gut zu pflegende Bettwaren lohnt sich, denn die Sensibilität der Gäste, speziell was Hygiene und Sauberkeit anbelangt, ist enorm gestiegen. Mit Wellness Vitasan von HEFEL betten Sie Ihre Gäste auf jeden Fall richtig.



„Bio verpackt“ – seit Jahrzehnten richtet HEFEL seine Produktentwicklungsstrategie konsequent auf ökologische Kriterien aus. Und dazu gehört auch die nachhaltige Verpackung der veganen Bettdecke Bio-Hanf.

Mit dem Bettwarenprogramm HEFEL Wellness Vitasan bietet der österreichische Bettwarenspezialist HEFEL eine besonders hochwertige und pflegeleichte Faseralternative zu traditionellen Daunenbettwaren. HEFEL Wellness Vitasan Bettdecken sind herrlich bauschig, leicht und atmungsaktiv, das Gewebe aus Baumwollfeinsatin ist mit Aloe vera angereichert.



Hotel-Bettdecken müssen sich verschiedenen Ansprüchen anpassen. Das Bettwarenprogramm HEFEL Wellness Vitasan umfasst Sommerdecken, Ganzjahresdecken und Winterdecken, Kissen in verschiedenen Größen und Unterbetten.

Die perfekte Hotelbettdecke

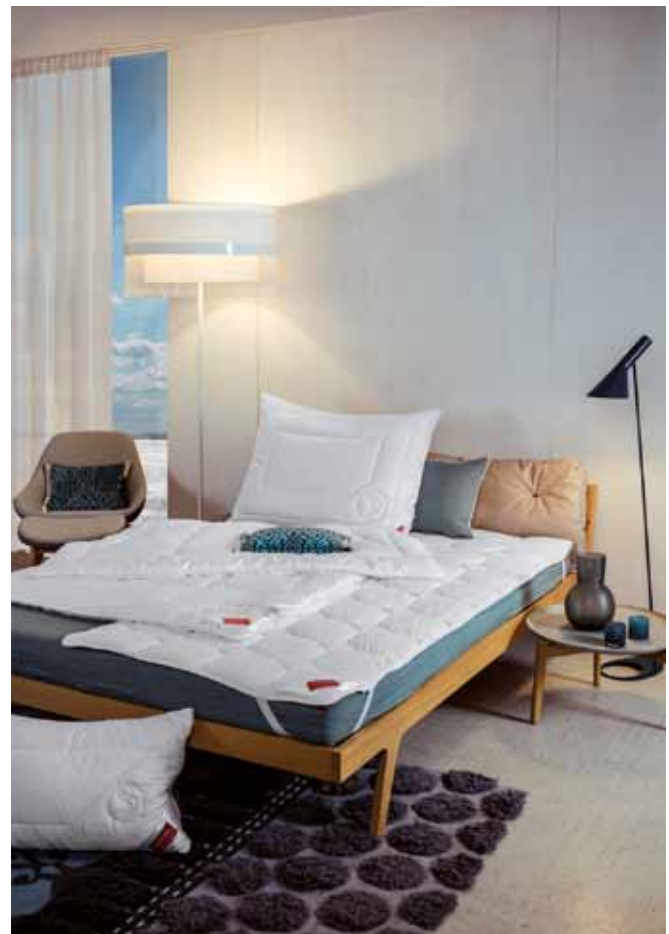
Durch die spezielle Body-Fit-Steppung von HEFEL, dem österreichischen Familienunternehmen, schmiegt sich die Bettdecke angenehm an den Körper an. Das Wellness Vitasan Programm umfasst Sommer-, Ganzjahres- und Winterdecken sowie Kissen und Unterbetten. Alle Wellness Vitasan Bettwaren sind bei 60 °C waschbar und trocknergeeignet. Neben der Standardgröße von 200 cm sind die Bettdecken auch in der immer beliebter werdenden Überlänge von 220 cm erhältlich. Alle Produkte werden zu 100 % in Österreich gefertigt.

Für Allergiker geeignet

Das besondere an HEFEL Wellness Vitasan ist die unglaubliche Luftigkeit und Leichtigkeit, die sonst nur Daunendecken haben. Aufgrund der Vier-Loch-Form sind Vitasan-Hohlfasern außergewöhnlich leicht und atmungsaktiv – und die Füllung kann besonders viel warme Luft speichern. Dieser hohe Schlafkomfort in Verbindung mit angenehmer Wärmekraft bleibt auch bei vielen Waschgängen unverändert erhalten. Ein eingearbeiteter Aktivschutz innerhalb der Faserfüllung hemmt die Entwicklung von Hausstaubmilben wirksam. HEFEL Wellness Vitasan ist daher auch für Allergiker bestens geeignet.

Vegane Auszeichnung für HEFEL

Ab sofort führt HEFEL auch zwei rein vegane Bettdecken im Programm, die mit dem V-Label, dem international anerkannten und geschützten Qualitätssiegel für vegane und vegetarische Produkte, ausgezeichnet sind: die Bettdecken HEFEL Bio-Hanf – in Österreich 2019 zum Produkt des Jahres gewählt – und HEFEL Bio-Linen erfüllen damit zu 100 % vegane und allergenfreie Schlafwünsche.



HEFEL Wellness Vitasan: Pflegeleicht mit höchsten Komfort. Decke, Kissen und Unterbett.

Weitere Informationen zu HEFEL auf Facebook und Instagram

@hefelbedandsleep

sowie unter:

www.hefel.com





© Mühlbacher

SYMPHONIC lässt keine Wünsche offen



Ankommen und den Alltag hinter sich lassen. Nach einem langen Tag sehnen sich Hotelgäste nach Gemütlichkeit, Entspannung sowie höchstem Liege- und Schlafkomfort. Im Mittelpunkt steht dabei das Hotelbett.

Dorfhof Fasching, Fischbach



© Gustav Willeit | DAS EDELWEISS

Neben den vielfältigen Gestaltungsmöglichkeiten legt SYMPHONIC immer auch einen Fokus auf besonderen Komfort und smarte Funktionen: Luxuskomfort beim Schlafen ist zum Beispiel durch Boxspringbetten garantiert, durch deren hochwertigen Schichtaufbau das Ober- und das Unterbett optimal belüftet werden. Beim Design und in der Fertigung der Betten legt man größten Wert auf hohen Komfort, feinste Materialien und eine perfekte Verarbeitung. Vom Kopfhaupt über den Bettkasten bis hin zu den Füßen kann das Bett nach dem jeweiligen Einrichtungsstil individuell geplant werden. Die Optik wird dabei maßgeblich durch das Kopfhaupt bestimmt. Die großzügigen Kopfhäupter von SYMPHONIC nehmen im gesamten Raum eine zentrale Stellung ein und ziehen alle Blicke auf sich. Mit verschiedenen Stoffen und Farben sowie individuellen Steppungen von Caro über Buttoned bis hin zu Diamond kann die Gestaltung ganz an den Stil des Hotels angepasst werden. Die Auswahl des Bettes entscheidet daher auch über den Charakter und die Wirkung des Raumes.

Optimaler Schlaf

Durch eine stimmige Kombination aus Matratze, Topper und Unterfederung wird ein optimaler Komfort erreicht. So passen sich die SYMPHONIC-Matratzen dank ergonomischer Schnitttechnik bestmöglich an den Körper an, entlasten die Schulter- und Beckenzonen und sorgen dadurch für einen ausgeruhten Start in den Tag. Die atmungsaktiven Topper mit erhöhter Polsterung sind besonders bequem und ermöglichen ein komfortables Aufstehen und Zubettgehen.

Neben Boxspringbetten bietet SYMPHONIC zudem ein großes Sortiment an klassischen Betten. Das Fundament bildet hier ein strapazierfähiger, stabiler Lattenrost mit Außenholmen und Federleisten aus massivem Buchenholz. Dadurch werden ein optimales Stützverhalten sowie Langlebigkeit garantiert.

Der Premiumausstatter

Mit innovativen und preisgekrönten Entwürfen schafft SYMPHONIC Ruhepole mit Persönlichkeit und erfindet die zeitgenössische Objektausstattung immer wieder neu. Vom Einsteiger- bis zum Premium-Segment reicht das Sortiment von Betten und Matratzen über Sofas, Funktions- und Wellnessliegen bis hin zu Restaurantbänken und Sesseln. Der Premiumausstatter bietet dabei eine große Gestaltungsvielfalt in verschiedenen Preisklassen an und ist auf nationaler und internationaler Ebene ein renommierter und starker Partner.

Für Individualisten

Ob klassisches oder modernes Design, schlichte Eleganz oder gemütliches Ambiente – verschiedene Stoff- und Lederausführungen, diverse helle und gedeckte Töne sowie unterschiedliche Musterungen sorgen für eine individuelle Einrichtung passend zum jeweiligen Hotelstil. Moderne Technologien und hervorragende Qualitätsstandards bilden die Grundlage der Produkte. Entdecken Sie die Welt von SYMPHONIC, lassen Sie sich inspirieren und finden Sie Ihr persönliches neues Lieblingsstück.

www.symphonic.at



Der verlässliche Partner für die Hotellerie

Beinahe 100 Jahre Erfahrung in den Bereichen Matratzen, Betten und Polstermöbel haben JOKA zu einem unverzichtbaren Partner in der gehobenen Hotellerie wachsen lassen. Hohe handwerkliche Qualität und umfangreiches Know-how bilden hierfür die perfekte Grundlage.



Das 1921 gegründete Familienunternehmen produziert nach wie vor ausschließlich in Österreich und kann nicht nur deshalb besonders schnell und flexibel auf Kundenwünsche eingehen. Das Matratzen-, Betten- und Polstermöbelprogramm aus dem Hause JOKA zeichnet sich durch den konsequenten Anspruch an Funktion, Qualität und Design aus.

Ziel ist es, durch den Einsatz von besten Materialien in Kombination mit ansprechendem Design und höchster handwerklicher Qualität Produkte zum Wohlfühlen zu schaffen, ganz nach dem schon traditionellen JOKA-Motto: „Wohnen mit Charme“. Eine österreichische Manufaktur mit Vorzeigecharakter, wie immer mehr Kunden, speziell aus der Hotelbranche, es herausfinden und damit zufriedene Gäste generieren.

Präzise Handarbeit und individuelle Anfertigung

Die Produkte des Familienunternehmens zeichnen sich durch eine hohe Fertigungstiefe aus. So wird z. B. der berühmte Bonell-Federkern, der Garant für eine lange Lebensdauer der Produkte ist, immer noch in der firmeneigenen Federnproduktion in Schwanenstadt hergestellt. Ein bewusstes Statement des Unternehmens zur rein österreichischen Handwerksqualität.

Durch die hohe Fertigungstiefe können Produkte der Manufaktur aus Oberösterreich selbstverständlich auch nach individuellen Vorstellungen und Wünschen angepasst werden.

Form, Funktion, Designsprache

Neben der ansprechenden Optik der Produkte ist es für JOKA auch von großer Bedeutung, dass die Zusatzfunktionen der Möbel nicht zu kurz kommen. So wird besonders bei den Polstermöbeln für die Hotellerie darauf Wert gelegt, dass Verwandlungsfunktionen sowie zusätzliche Stauraummöglichkeiten Platz finden.

Besonderes Know-how im Bereich Schlafen

Nicht nur durch die ständigen Forschungen und Weiterentwicklungen in Hinblick auf die bestmögliche Konstruktion einer Matratze, sondern auch in Bezug auf die verwendeten Materialien konnte sich JOKA seit Jahrzehnten einen Namen machen.

Das Umweltbewusstsein

JOKA legt seit jeher großen Wert auf eine umweltbewusste Fertigung der Produkte. So ist es für das Unternehmen besonders wichtig, ästhetisch und funktionell langlebige Produkte mit umweltfreundlichen Werkstoffen zu erzeugen. Dabei werden heimische Holzarten aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern verwendet und mit wasserlöslichen Beizen und Lacken, lösungsmittelfreien Klebern und FCKW-freien Schäumen produziert.

Außerdem tragen viele JOKA-Matratzen für die Hotellerie das Österreichische Umweltzeichen. JOKA ist damit der einzige Matratzenhersteller, der mit dem Österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet wurde. Klare Zeichen für eine gesunde, nachhaltige Umwelt und für einen erholsamen, perfekten Schlaf.

www.joka.at



Luxus weben, Luxus leben



Die Webmanufaktur Luxury Weaving befindet sich in Oepping im österreichischen Mühlviertel. Sie ist seit fünfzig Jahren die erste neu gegründete Weberei in dieser traditionsreichen Gegend, deren Name seit jeher für textile Kultur steht.

Hinter dem Unternehmen Luxury Weaving steht der erfahrene Web- und Textiltechniker Thomas Pfleger. Mit seinem umfassenden Know-how ist er in der Branche bekannt für die exzellente Umsetzung anspruchsvoller Webtechniken und individueller Sonderwünsche. Mit viel Geschick und Gespür erweckt Thomas Pfleger historische Muster zum Leben, setzt selbst die ungewöhnlichsten Vorstellungen seiner Kunden in Webstoffe um und entwickelt zudem eine hochwertige eigene Kollektion unter dem Label Pfleger Luxury Weaving.

Tradition und moderne Technik

Das Unternehmen gibt es seit 2012. Von Anfang an lag das Bestreben darin, neue Wege in einer alteingesessenen Branche zu beschreiten. Dies gelingt mit einer Kombination aus Tradition und Technik: Angesiedelt im Mühlviertel, wird auf hochentwickelten Maschinen am idealen Weberfolg gearbeitet. Nach den geeigneten Materialien für seine Kreationen sucht Thomas Pfleger auf der ganzen Welt: Leinen, Hanf, Baumwolle, Wolle, Kaschmir und Seide stammen aus Frankreich, Belgien und Italien.

Gefertigt wird mit eigenen Spezialgarnen. Gefärbt wird auf höchster Stufe metallfrei (Babyklasse 1). Zudem ist die Weberei GOTS-zertifiziert. Dieses Siegel steht weltweit für Umwelt- und

Sozialverträglichkeit in Sachen Textil und setzt höchste Maßstäbe. Kein Wunder also, dass das norwegische Königshaus ebenso zu den Kunden gehört wie führende Restaurants und erstklassige Hotels in Österreich und der Schweiz.

Die hauseigene Kollektion

Bettwäsche, Tischwäsche, Badetücher und Vorhänge sind vor allem geprägt von Wohlgefühl: Die gewebten Designerstücke überzeugen sowohl optisch als auch mit ihrer angenehmen Haptik. Abgerundet wird die Kollektion durch Dekorstoffe, Decken und speziell gefertigte Kissen. Neben den Standardgrößen werden natürlich auch individuelle Maße angefertigt. Decken und Kissen aus reiner Baumwolle erhalten durch die speziell entwickelte Ausrüstung einen besonders weichen und wolligen Griff. Hochwertige Materialien, ausgetüftelte Technik, immer wieder Neues: Für medizinische Matten experimentiert Thomas Pfleger mit einem Stoff, in den er feine Kupferfäden einwebt, die mit Strom den Körper stimulieren. Für einen Berliner Künstler webt er Aquarellbilder nach, und für Wellnessbetriebe hat er Frottier mit Hanf entwickelt, das einen sanften Peelingeffekt besitzt. Luxury Weaving bietet eben besondere Stoffe – gewebt mit Leidenschaft.

www.luxuryweaving.com

Liebert's Kulinarium



Restaurant Lisl Wagner-Bacher



Miteinander, aber mit Distanz

Der Wunsch nach sozialer Nähe trotz körperlicher Distanz: Eine Challenge, der sich Bene auf dem Weg zu einem neuen Büroalltag stellt.

Mit dem Produkt SHIELDED by Bene präsentiert der internationale Büroexperte ein transparentes und mobiles Schutzschild zur unkomplizierten räumlichen Teilung von Arbeitsplätzen – und gewährleistet damit ein sichereres Arbeitsumfeld.

Die gesamte Welt stemmt sich gegen die Covid-19-Pandemie. Besonders betroffen ist davon auch die Arbeitswelt, die nun vor der Herausforderung steht, sich unter Einhaltung aller notwendigen Hygiene- und Schutzmaßnahmen auf die Rückkehr ihrer Mitarbeiter vorzubereiten. Für Bene ist das Büro ein Ort, der von Austausch und Interaktion lebt. Um soziale Nähe im Büro auch weiterhin zu gewährleisten, lanciert der Spezialist für die Gestaltung und Einrichtung von modernen Arbeitswelten SHIELDED by Bene: transparente Schutzschilder zur physischen Trennung von Arbeitsbereichen, die als Einzelelemente oder in Kombination in unterschiedlichsten Situationen eingesetzt werden.

Selbsterklärend, universell und ohne Montage

Die Schutzschilder tragen zur Risikoreduktion der Übertragung von Infektionskrankheiten bei, die beispielsweise durch Husten oder Niesen übertragen werden können. Das Schutzschild aus hochwertigem Acrylglas ist horizontal und vertikal freistehend auf Tischflächen, Empfangspulten und Theken zu platzieren. Eine vielseitig einsetzbare Lösung, die Mitarbeitern, Kunden und Lieferanten bestmöglichen Schutz bietet.

„Die wichtigste Spielregel für das neue Miteinander heißt Social Distancing. Dies ist im Büro jedoch nicht immer einfach umzusetzen. Daher sagen wir ‚Physical Distancing to stay social‘ und möchten mit dem Produktlaunch von SHIELDED by Bene unseren Beitrag für eine sicherere Arbeitsumgebung leisten“, so Mag. Michael Fried, Geschäftsführer Sales, Marketing und Innovation bei Bene.





JOKA Linea pura: Natürliche Materialien zum Wohl des Menschen

Regionale Produkte geben mehr Sicherheit

Die letzten Wochen haben gezeigt, wie schnell sich die Welt verändern kann und wie bedeutsam gerade in schwierigen Zeiten Verlässlichkeit, echte Werte und ein schönes Ambiente sind. Zukünftig gewinnen deshalb Attribute wie erstklassige Qualität, regionale Herkunft, smarte Funktionen und eine hochwertige Verarbeitung messbar an Bedeutung. Das gilt insbesondere für Möbel.

„Die Menschen besinnen sich wieder mehr auf das Regionale“, betont Dr. Georg Emprechtinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie. „Heimische Produkte aus der Region geben Sicherheit. In der Güte, im Material und in der Fertigung, die im Einklang mit Mensch und Natur erfolgt. Das schafft Vertrauen – die beste Währung für wirtschaftlichen Erfolg.“

Lust auf neue Möbel

Der Bedarf nach Möbeln wächst. Die Menschen möchten es sich zu Hause schön machen. Lieb gewordene Traditionen erhalten mehr Raum, und an Wohnideen mangelt es auch nicht: Viele Haushalte nutzten beispielsweise die Ausgangsbeschränkungen, um ihre Möbel zu inspizieren und festzustellen, was fehlt. So kam

Wittmann: Hochwertige heimische Fertigung



bei vielen Lust auf etwas Neues auf. Auch das Homeoffice könnte vielerorts eigene Büromöbel oder, falls dies bereits vorhanden ist, aktuelleres Interieur vertragen. So rangieren Büromöbel bei etlichen Verbrauchern ganz oben auf der Wunschskala. Wer konkrete Einrichtungsvorstellungen hat und keine Kompromisse mehr eingehen möchte, findet in Österreich die richtigen Partner. „Wir haben einen Individualisierungsgrad der Produkte und eine Flexibilität in der Herstellung erreicht, die international Maßstäbe setzen. Unsere auftragsbezogene Fertigung stellt stets den Kundenwunsch in den Vordergrund“, betont der Sprecher der Österreichischen Möbelindustrie.

„Die Menschen besinnen sich
wieder mehr auf das Regionale.“

Dr. Georg Emprechtinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie

„Made in Austria“ schafft Vertrauen

Möbel mit der Herkunftsbezeichnung „Made in Austria“ stehen für hochwertige Produkte und seriöse Unternehmen. Dazu gehören auch pünktliche Lieferungen, langlebige Möbel, engagierter Service und exzellente Verarbeitung. So verfügt Österreich wie kaum ein anderes Land über bewährte Handwerks- und Möbeltraditionen. Diese Liebe zum Holz und zur Natur sowie die gelebte Leidenschaft für Schönheit und Perfektion gehören für die Betriebe zum Selbstverständnis. In Österreich trifft die hohe Kunst der Möbelfertigung auf zeitloses Design und intelligentes Ingenieurs-Know-how. Das Ergebnis sind moderne Möbel, die sich individuell an alle Geschmacksvorgaben und Räumlichkeiten anpassen. Gleichzeitig begeistern sie mit inneren Werten und verleihen jeder Einrichtung eine einzigartige Ausstrahlung. „Unsere heimischen Betriebe haben sich als kreative und innovative Kraft im In- und Ausland bewährt“, erklärt Dr. Georg Emprechtinger. „Wir erschaffen nicht nur Produkte, sondern vor allem Werte, für die sich die Verbraucher künftig ganz bewusst entscheiden werden.“

Sedda: Aufwendige Handarbeit



Sedda: Remus Lugano

Heimische Produkte mit messbarem Mehrwert

Natürliche Materialien, wertvolles Handwerk und zuverlässige Lieferketten zeichnen die österreichische Möbelindustrie aus. Hinzu kommt das valide Dienstleistungsniveau: von der Beratung über geprüfte Qualitätsarbeit bis hin zu kurzen Wegen in der Bearbeitung. Die Einrichtungsindustrie Österreichs punktet mit attraktiven Imagefaktoren und großem Nachfragepotenzial: „Es gilt, diese Wettbewerbsvorteile jetzt zu nutzen“, ist Dr. Georg Emprechtinger überzeugt. „Die Kombination von hochwertigem Design mit moderner Hightech, die wir immer weiter ausbauen, und unserer langen Handwerkstradition, aus der hervorragend ausgebildete Tischler und Polsterer hervorgehen, sowie der umfassende Kundenservice sind stabile Garanten für unseren Erfolg. Auch in der Zukunft!“

www.moebel.at

ADA AUSTRIA premium: Zirbenholzbetten sind wohltuend für Körper sowie Geist und fördern ein gesundes Raumklima.





„Delight“-Team Elina Strautmane und Ludmila Enders



Rezepte für nachhaltiges Restaurantdesign

FOLGE 2

StudentInnen der Innenarchitektur der New Design University in St. Pölten entwickelten Designtrends für nachhaltiges Restaurantdesign.

Text: Mag. Arch. Christian Prasser

Mit jeder Mahlzeit verändern wir die Welt – gut 35 % unseres ökologischen Fußabdrucks wird für die Ernährung aufgebracht! Auch wir als Innenarchitekten sollten diese Überlegungen in unsere Gestaltungsansätze integrieren. Das Wesely-Haus im Zentrum von St. Pölten dient uns als Spielplatz für unterschiedliche Gestaltungskonzepte im Bereich Restaurantdesign. Das ehemalige Autohaus ist ein Gebäude der Nachkriegsmoderne. Mit seiner Wabenfassade ist es ein typisches Beispiel der Architektur der 1960er-Jahre und aus architekturhistorischer Sicht als erhaltenswert einzustufen.

Wir öffnen das Erdgeschoss als Food Hall und erhalten die Struktur im Obergeschoss für eine Restaurantzone mit Urban Gardening am Dach. Welche Bezüge lassen sich aus der Synergie der drei Ebenen entwickeln und was sind die Restaurantkonzepte der Zukunft?

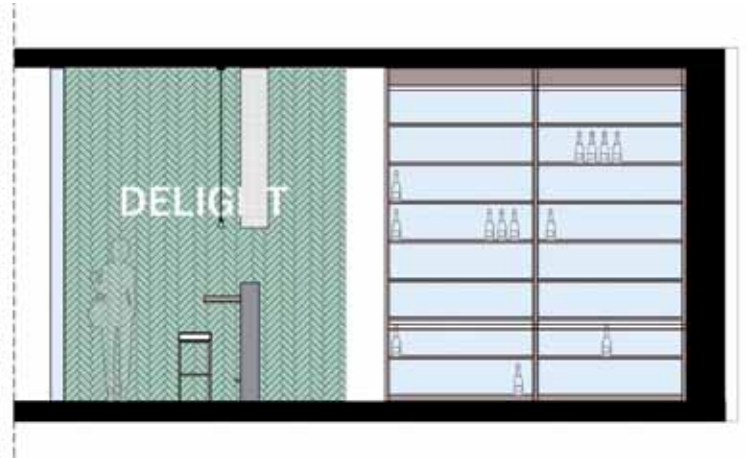
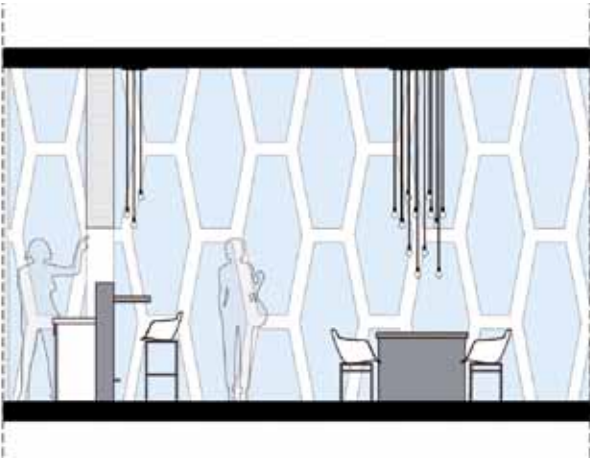
Vier Kochbücher dienten als Ausgangspunkt für eine Entwurfsidee für jeweils ein Restaurantkonzept im 1. OG. Aus der Inspiration der Kochbücher sowie einer Recherche zu den Überlegungen der Kochbuchautorinnen wird ein zeitgemäßes Lokal entwickelt, welches bewusst zeitkritische Bewegungen wie Slow Food, Fridays for Future, Essbare Stadt, Urban Gardening, World Food Day und jüngste Tendenzen aus sozialen Medien

aufnimmt und architektonisch übersetzt. In der Februar-Ausgabe H&D 1/2020 wurden auf den Seiten 43 bis 45 zwei Projekte auf Grundlage des „Noma-Handbuch Fermentation“ vorgestellt. Diese Ausgabe stellt nun ein weiteres Kochbuch als Inspiration für nachhaltige Restaurantkonzepte vor.

„Genussvoll vegetarisch“ von Yotam Ottolenghi diente Elina Strautmane und Ludmila Enders als Inspiration zu dem bezeichnenden Lokalnamen „Delight – die Freude, die Lust, die Bezauberung“ sowie für Selma Agovic und Zahra Alishahi mit ihrem Lokal „INEDIA“.



„INEDIA“-Team Selma Agovic und Zahra Alishahi



Statement von Elina Strautmane und Ludmila Enders zu ihrem Lokal „Delight“

Das „Delight – die Freude, die Lust, die Bezauberung“ ist ein vegetarisches Restaurant, in dem das Essen auf großen Platten serviert wird und jeder sich seinen Teller selbst anrichtet. Unser Konzept beschäftigt sich stark mit dem Thema direkter Kommunikation mit haptischen Erfahrungswerten und sieht sich als Auszeit von unserer täglichen virtuellen Kommunikation. Das Restaurant soll als Ganzes erlebbar werden, daher beruht unser Konzept auf zwei starken innenarchitektonischen Elementen.

Das klassische Restaurant erzeugt in unseren Köpfen ein Bild mit mehreren Tischen. Genau darauf haben wir verzichtet und bewusst einen großen Tisch für 20 Personen entworfen, der in unserem Lokal das Zentrum darstellt. Eine lange Bar – parallel

zur offenen Küche mit Einblick in den Ablauf der Gastronomie – zieht sich durch das ganze Lokal. Diese Struktur ist bewusst als Ort der Kommunikation gedacht, nicht nur zwischen den Gästen, sondern auch mit den Kellnern und Köchen.

Eine Glaswand zum Stiegenhaus schafft die nötige Abtrennung zum angedachten Foodcourt, ermöglicht aber zeitgleich den Gästen einen Blick in unser Restaurant.

Dunkelgrün ist die vorherrschende Farbgebung im Restaurant. Marmor, Samt, Glas und Messing sind die Materialien, die eine edle Umgebung schaffen. Für die Kommunikation ist eine gedämpfte Atmosphäre angedacht, welche durch warmes Licht in Szene gesetzt wird.





Statement von Selma Agovic und Zahra Alishahi mit ihrem Lokal „INEDIA“

INEDIA ist ein lateinischer Begriff und bedeutet Fasten, demzufolge haben wir das Kochbuch „Genussvoll vegetarisch“ gewählt und auf Fleisch verzichtet. Außerdem ist INEDIA eine Diät, bei der sich Menschen hauptsächlich von Licht ernähren (endogene Ernährung durch Lichtfasten), weshalb wir uns im Lokal mit der Thematik des Lichts beschäftigen.

Im Buch „Genussvoll vegetarisch“ wird immer ein Gemüse oder eine bestimmte Zutat in den Vordergrund gestellt, woraus sich ein neues Rezept ergibt. Diesen Gedanken haben wir übernommen und ein architektonisches Element in den Vordergrund gestellt. Wir haben uns für das Schattenmuster entschieden, dass mittels einer abstrakten Blätterdecke durch das Schattenbild im ganzen Lokal zu sehen ist.

Um diesen Effekt besser sehen zu können, wurde das Lokal komplett weiß gestaltet, wodurch wir stärker mit den Formen unserer Möbel spielen und auf Farbe vordergründig verzichten. Neigt sich der Tag zum Abend, wird dieses Konzept mittels Projektionen auf die Blätterdecke von einem Lichtspiel überlagert,



wodurch unser Lokal auch schon von der Straße ablesbar wird und eine vielschichtige orientalische Atmosphäre erlangt. Durch das Licht und die neutrale weiße Gestaltung können die Projektionen den Raum in ein vielfältiges Farbspiel verwandeln.

Wir haben unser Lokal in drei wichtige Bereiche unterteilt, die wir nach Zielgruppen geteilt haben. Der Gemeinschaftsbereich für größere Gruppen wie Familien, Freunde etc., einen Solobereich für Einzelpersonen, die allein und schnell etwas essen wollen, und Tischgruppen für jeweils zwei Gäste.



Leitung

Univ.-Prof. (NDU) Christian Prasser
und Johanna Aufner
(Gastlehrende)

Yotam Ottolenghi: Genussvoll
vegetarisch, München, Dorling
Kindersley Verlag 2011

Nächste Folge:
Fergus Henderson
Nose to Tail, Basel,
Echtzeit Verlag 2014
(deutsche Ausgabe)





© Motel One

Zwischen Tradition und Moderne

In einem traditionellen Gebäude mitten in Linz zog das neue Motel One Linz-Hauptplatz ein.

Das Haus mit 111 Zimmern befindet sich in bester Innenstadtlage und liefert einen beeindruckenden Blick auf den Hauptplatz. Neben der Toplage überzeugt der Standort durch industrielle Designobjekte und gewohnten Komfort. Unikate aus der Vergangenheit treffen auf modernste Einzelstücke. „Das Hotel unterstreicht einmal mehr unseren hohen Anspruch an die perfekte Lage. Dieser Standort ist die ideale Ergänzung zu unseren Häusern in Salzburg und Wien“, erklärt Dieter Müller, CEO und Gründer von Motel One.

Das Haus verfügt über eine sogenannte „Radlstube“, in der private Meetings abgehalten oder in Ruhe gearbeitet werden kann. Inspiriert ist diese „Werkstatt“ vom wunderschönen Donaurad-

weg, der sich herrschaftlich in das Gebäude integriert. Ein original Lobmeyer Kronleuchter bildet über der Workbench den edlen Kontrast zu der Graffiti-Kunst und den dekorativen Fahrrad-elementen, bestehend aus Klingeln, Satteltaschen und Rädern.

Auch die Kunst wohnt im Hotel

Das Hotel hat mit lokalen Künstlern zusammengearbeitet. Die Linzer Illustratorin katuuschka zeigt dem Gast in ihren reduzierten Werken ihre ganz persönlichen Einblicke und Alltagsszenen ihrer Heimatstadt. Die Industrieschlote, die Donau und ihre Wellen und auch die drei bekannten Brücken der Stadt waren Inspiration für den österreichischen Streetartkünstler SKIRL. Seine Kunst macht auch die Zimmer zu etwas Besonderem: Auf einer überdimensionalen 17-Quadratmeter-Fläche gestaltete er ein Werk, das anschließend in 111 Stücke geteilt wurde. Nun schmückt jedes Zimmer ein Original-SKIRL.

Die gemütlichen und extravaganzen Stühle, Sessel und Sofas der beiden österreichischen Traditionsunternehmen Gebrüder Thonet Vienna und Wittmann schaffen ein ganz besonderes Ambiente. Für das Design der Zimmer wird unter anderem auf bequeme Boxspringbetten, „Mini Spa“ mit Raindance-Dusche und luxuriösen Handtüchern sowie einen LG 43" Smart-Fernseher gesetzt. Neu sind zudem dimmbare Artemide-Leuchten, die sowohl warmes Ambiente wie auch prägnantes Arbeitslicht schaffen.

www.motel-one.com



Trendshow Outdoor Furniture & Decoration



spoga+gafa Trendshow Outdoor Furniture & Decoration, Halle 10.2

Sustainable Gardening

Der nachhaltige Garten als Rückzugsort steht im Mittelpunkt der spoga+gafa 2020, die wie geplant vom 6. bis 8. September in Köln stattfindet.

Die aktuelle Lage immer genau im Blick, laufen bei der Koelnmesse die Vorbereitungen für die spoga+gafa 2020 auf Hochtouren. Trotz der weltweiten Coronakrise sind 95 % der vorgesehenen Ausstellungsfläche bereits belegt. So werden – nach derzeitigem Stand – auf 250.000 m² rund 2.200 Anbieter dem Fachpublikum drei Tage lang ihre Neuheiten und Innovationen für die nächste Outdoor-Saison präsentieren. „Daran, dass wir trotz der vorherrschenden Lage zum jetzigen Zeitpunkt einen guten Anmeldestand auf Vorjahresniveau verzeichnen, sehen wir, dass die Grüne Branche auf eine Rückkehr zur neuen Normalität hofft“, so Oliver Frese, Geschäftsführer der Koelnmesse. Gleichzeitig garantiert er in Hinblick auf Covid-19 natürlich die bestmöglichen Schutz- und Sicherheitsmaßnahmen vor Ort für Aussteller und Besucher.

Heilsames Grün

Frischlucht und Pflanzen fördern die Gesundheit und Regeneration. Daher werden Garten oder Terrasse gerne zum erweiterten Wohnraum. Der Trend der letzten Jahre hin zu einer wohnlichen Gestaltung von Außenbereichen setzt sich damit fort und verstärkt sich noch. Neue Outdoor-Möbel verbinden den Komfort des Wohnzimmers mit beständigen Materialien für draußen. Das Design ist puristisch: Filigrane Gestelle für Tische, Stühle und Gartenliegen vermitteln eine neue Leichtigkeit. Reduzierte

Formen bei Sesseln und Sitzgruppen sorgen für mehr Klarheit. Heimeliges Flair schaffen leuchtend bunte Farben, die klassische Grau- und Brauntöne ergänzen, sowie abgestimmte Accessoires wie Kissen, Teppiche oder Laternen.

Nachhaltige Gärten

Die kommende spoga+gafa zeigt auch diesmal wieder das komplette Spektrum von Neuheiten und Trends rund um den Garten. Für Orientierung und einen guten Überblick sorgt die etablierte Aufteilung in die vier Themenbereiche garden living, garden creation & care, garden bbq und garden unique. Die Angebotsvielfalt reicht von Outdoor-Möbeln und Beschattungen über Gartengeräte, BBQ und Outdoor-Küchen bis hin zu dekorativen Accessoires für das Leben im Freien.

Quer über alle Segmente zieht sich bei der spoga+gafa diesmal das Leitthema „Sustainable Gardening“. Im Fokus stehen dabei nachhaltige Produkte und mehrwertstiftende Ideen. So spielt zum Beispiel die Langlebigkeit von Outdoor-Möbeln eine wichtige Rolle, ebenso der Einsatz umweltfreundlicher Materialien wie Recyclingstoffe oder Holz aus nachhaltiger Forstwirtschaft. Immer öfter findet sich auch Plastik aus dem Meer in Gartenmöbeln, Teppichen oder Pflanztöpfen. Und auch recycelte Metalle und gebrauchte Hölzer von Fischerbooten werden für neue Möbel verwendet.

www.spogagafa.de

ERST GRILLEN, DANN GLÄNZEN

WIBERG



Damit feine Kräuter und Gewürze ihr Aroma voll entfalten können, lautet das Motto der Grillsaison „Marinieren danach“. Dafür WIBERG Mix-Spezialität mit Premium-Öl vermischen, auf saftig geröstetes Grillgut auftragen und rasten lassen. Ein glänzend köstliches Geschmackserlebnis ist garantiert!
Tipps: **Italia**, **Ursalz pur fein** plus **Zitrus-Öl** für mediterran-fruchtiges Grillgemüse. **Harissa**, **Ursalz pur fein** plus **Traubenkern-Öl** für arabisch-scharfen Grillgenuss.

www.wiberg.eu



Bei der IKA/Olympiade der Köche konnte sich die Nationalmannschaft aus Norwegen als Olympiasieger durchsetzen.

Messe der Superlative

Mit knapp 1.500 Ausstellern und 100.000 Besuchern erreichte die diesjährige Intergastra neue Bestmarken.

Tork stellte in Stuttgart mit „PaperCircle“ das weltweit erste Recyclingsystem für Papierhandtücher vor.



Kurz bevor das Coronavirus die internationale Messewelt lahmlegte, konnte im Februar die Intergastra in Stuttgart neue Rekordzahlen bei Ausstellern und Besuchern verzeichnen. Knapp 1.500 Unternehmen präsentierten auf der deutschen Leitmesse für Hotellerie und Gastronomie ihr breites Angebotspektrum aus den Bereichen Food, Getränke, Kaffee, Küchentechnik und Ausstattung. Parallel zur Intergastra fand auch wieder die Gelatissimo, die größte Fachmesse für die handwerkliche Herstellung von Speiseeis nördlich der Alpen, statt.

Olympisches Gold

Anlässlich der Intergastra feierte die IKA/Olympiade der Köche ihr 25. Jubiläum. Mehr als 2.000 professionelle Köche aus über 70 Ländern sind unter dem Motto #dabeiseinistalles gegeneinander angetreten, um ihre Kochkünste unter Beweis zu stellen. Als Olympiasieger konnte sich die Nationalmannschaft

aus Norwegen durchsetzen, das Team aus Schweden holte den Titel der Jugendnationalmannschaften. In der Kategorie Gemeinschaftsverpfleger konnten die Köche aus Dänemark den Wettbewerb für sich entscheiden, und als Gewinner des IKA-Cups konnte sich die Mannschaft des Cercle des Chefs de Cuisine Lucerne aus der Schweiz durchsetzen. Die Besucher durften den Teams beim Kochen über die Schulter schauen und die Gerichte aus aller Welt auch selbst verkosten.

„Was wir mit der IKA/Olympiade der Köche gemeinsam auf die Beine gestellt haben, ist einmalig“, freut sich Richard Beck, Präsident des Verbandes der Köche Deutschlands e.V. „Alle teilnehmenden Köche und Pâtissiers waren begeistert, ihr Land und ihren Beruf zu repräsentieren. Fans und Besucher sorgten für eine großartige Stimmung.“

Hotel der Zukunft

Neben kulinarischen Highlights und gastronomischen Schwerpunkten setzte die Intergastra 2020 verstärkt auch einen klaren Fokus auf die Hotellerie. Zwei Hallen waren speziell der Hotellerie gewidmet und zeigten innovative Lösungen rund um die Themen Einrichtung und stimmungsvolles Ambiente. Von der Inneneinrichtung und Haustechnik, über Outdoor-Mobiliar bis hin zur Tischkultur präsentieren führende Hersteller und Dienstleister ihre neuesten Konzepte und Produkte. Auch der angrenzende Themenpark „Fokus Hotel“ war gänzlich auf die Ansprüche der Hotelbranche ausgerichtet. Neben einem vielfältigen Ausstellungsbereich für individuelle Designkonzepte feierte auf der Messe die neueste Zimmerstudie der i Live Group GmbH, die im kommenden Jahr ein Haus mit Short- und Longstay-

Apartments in Stuttgart eröffnen wird, ihre Premiere: Moderne, vollmöblierte Serviced Apartments als lukratives Zusatzgeschäft sollen den Gästen ein Wohnen auf höchstem Qualitätsniveau ermöglichen.

Outdoor-Trends

Im Außenbereich des Messegeländes zeigte auch diesmal wieder die Sonderschau „Outdoor. Living. Ambiente“ die neuesten Trends bei Sonnen- und Wetterschutzsystemen. Ob Markisen, Sonnenschirme oder Terrassendächer mit vielfältigem Zubehör – den Besuchern wurden verschiedene Überdachungs- und Beschattungsmöglichkeiten namhafter Hersteller im Freien unter realen Wetterbedingungen nähergebracht.

Weinraritäten aus Österreich

Auf Initiative der Deutschen Handelskammer in Österreich feierte auf der Intergastra 2020 eine weitere Sonderschau Premiere: Erstmals wurde österreichischen Winzern eine eigene Plattform geboten, um ihre ausgewählten Weinraritäten in Stuttgart dem Fachpublikum zu präsentieren. Heimische Weine erfreuen sich seit Jahren einer wachsenden Beliebtheit bei den deutschen Hoteliers und Gastronomen, nicht nur Kenner wissen deren hervorragende Qualität zu schätzen. Sieben Weingüter aus allen Weinbauregionen des Landes boten bei der Intergastra ihre edlen Tropfen zur Verkostung an – darunter das Weingut Lichtgartl aus der Wachau, das Weingut Strohmaier aus der Südweststeiermark und der Nepomuk Hof Graßl aus Göttlesbrunn (Carnuntum).

Erstmals hatten heuer auf der Intergastra österreichische Winzer die Gelegenheit, ihre edlen Weinraritäten zu präsentieren.



Markilux zeigte im Outdoor-Bereich, wie vielseitig Markisensysteme sein können und welchen Nutzen sie Gastronomen und Hoteliers bringen.





© Julia Papadopoulos

Energieneutral, stilvoll, innovativ

Im Four Elements Hotel Amsterdam trifft Öko-Design auf Luxus.

Das ehemalige Hotel Breeze Amsterdam wird ab sofort unter dem neuen Namen Four Elements Hotel Amsterdam unter der Leitung von Hotelmanager Robin Boer im schnell wachsenden Ökobezirk IJburg am IJmeer betrieben. Es ist eines der ersten energieneutralen Hotelbauten in Europa, die die Nutzung der vier natürlichen Elemente Erde, Wind, Wasser und Sonne in einer

bahnbrechenden Öko-Technologie widerspiegelt. Das Gebäude wurde 2019 mit dem „EZK Energy Award“ aufgrund des innovativen Biomimikry-Konzepts ausgezeichnet. Dieses simuliert die natürliche Klimatisierung eines Termitenhügels. Seit dem 1. Juni hat das Four Elements Hotel auch drei seiner charakteristischen Outlets geöffnet: die Lobby Lounge, die Waterside Terrace und das Herbs Garden Restaurant.

Ökologisches Bauen

Die Schonung der Umwelt, die Reduzierung des Energieverbrauchs und des Abfalls, erneuerbare Energiequellen – das ist heute kein Trend mehr, sondern eine Notwendigkeit, die sich in immer mehr Hotelprojekten ausdrückt. Das energieneutrale Gebäude nutzt Sonne, Wind, Kaskadenwasser und sogar die Energie lebender Pflanzen, um den Bedarf des Hotels zu decken. Das verwendete Biomimikry-Konzept, bei dem Technik und Natur miteinander verbunden sind, simuliert die natürliche Klimatisierung eines Termitenhügels. Das Innere dieser Termitenhügel hat unabhängig vom Standort immer eine konstante Temperatur: Selbst in einer Wüstenumgebung, wo die Temperatur tagsüber bis auf 40 Grad Celsius ansteigen und nachts bis unter den Gefrierpunkt abkühlen kann, bleibt die Temperatur konstant. Termiten regulieren diesen Schwung durch die Steuerung der Luftströme.





No Waste

Die bahnbrechende Öko-Technologie des Hotels zeichnet sich unter anderem durch ein eigenes Kraftwerk auf dem Dach aus, aber auch durch eine „No-Waste“-Politik im ganzen Haus, die Reduzierung des Papierverbrauchs auf ein Minimum sowie die Nutzung von recycelten Materialien für Uniformen des Personals und die Bettwäsche für die 195 ökologisch-luxuriösen Zimmer. Diese sind alle mit bodentiefen Fenstern sowie mit 100 Prozent umweltfreundlichen Materialien ausgestattet. In den Badezimmern befinden sich bio- und ecozertifizierte Produkte der Schweizer Eco-Biokosmetikmarke Natural Lab.

Vier natürliche Elemente

Im Restaurant „Herbs Garden“ im Erdgeschoss des Hotels steht die Erde für das Konzept von Lokalität, Saisonalität und flexibler Speisekarte. Der Chefkoch, Herb van Drongelen, ist die Seele, er durchquerte die Welt auf dem Fahrrad, um die

Geschmäcker zu erkunden, die er beeindruckend und vor den Augen der Gäste in ein besonderes Erlebnis umsetzt.

Wind heißt nicht nur die charakteristische Panorama-Himmelsbar, die für alle Winde offen ist. Der Wind erzeugt auch in einem einzigartigen System Strom im Haus und klimatisiert die Räume.

Wasser ist überall, wohin der Gast schaut: Vom Fenster aus auf das IJmeer sowie in der „Amsterdam Water“-Mineralwasserflasche auf dem Nachttisch. Und an der Waterside Terrace lassen sich ideal das Treiben am Hafen beobachten und leckere Cocktails schlürfen. Und die Sonne darf auch nicht fehlen. Sie ist Energiequelle für den Planeten und auch für das Four Elements Hotel Amsterdam. Auf dem Dach und an den Fassaden des Gebäudes sind Sonnenkollektoren installiert. Das Four Elements Hotel Amsterdam nutzt das Sonnenlicht auch zur Erwärmung von Wasser für die Duschen und zum Heizen der Hotelzimmer. Währenddessen treibt eine Wasserkaskade aus Tröpfchen die Belüftung an.

www.fourelementshotel.com

COLOMBIAN HERITAGE PROJECT

Mit der Initiative **Colombian Heritage Project** unterstützt Julius Meinl kolumbianische Kaffeebauern.

Mehr dazu auf
meinlcoffee.com/colombian-heritage



Inspiziert Poeten
seit 1862.

Frühstück ...



... darf's ein bisschen mehr sein?

Kaffeegenuss mit gutem Gewissen

Julius Meinl startete im Vorjahr ein Nachhaltigkeits-Projekt in Kolumbien und präsentiert nun – als Premiere – zwei exklusive Blends mit der ersten Kaffee-Ernte.



2019 wurde auf Initiative von Jeannette Meinl das „Columbian Heritage Project“ zusammen mit rund 50 kolumbianischen Kaffeebauern gestartet. Die Farmen sind allesamt klein und liegen auf mehr als 1.000 Metern Seehöhe, was die Bewirtschaftung der Plantagen sehr beschwerlich macht. Ziel von Colombian Heritage ist es, gemeinsam mit den Bauern sowohl die Qualität als auch den Ertrag der Kaffee-Ernten zu verbessern, sodass es sich für sie und ihre Nachkommen auch in Zukunft lohnt, die Farmen weiter zu führen. Julius Meinl unterstützt vor Ort mit der Finanzierung von technischem Equipment, aber auch mit Schulungen, um das Wissen rund um den Kaffeeanbau zu erweitern. Das Schulungsprogramm wurde im Vorjahr mit Unterstützung eines Agronomen gestartet und es wurden u. a. umweltfreundliche Kaffeetrockner installiert und erfolgreich eingesetzt.

Die erste Ernte

Jetzt findet das Columbian Heritage Project zum ersten Mal seinen Weg in die Tasse. Die erste Ernte ist Teil der beiden Blends „Poesia“ und „Café Expert Supreme“, die ab sofort exklusiv für die heimische Gastronomie zur Verfügung stehen:

„Poesia“ wurde zum 150. Firmenjubiläum von Julius Meinl kreiert. Dank der Kombination zentralamerikanischer Bohnen aus Kolumbien und Nicaragua sowie der Spitzensorte Brazilian Santos ergibt sich ein süß-samtiges Aroma. Hinzu kommt noch ein hoher Anteil von äthiopischem Sidamo für den langanhaltenden, würzigen Geschmack, unterstrichen von einer blumigen Note.

„Café Expert Supreme“ hingegen ist ein UTZ-zertifizierter Blend aus 100 % Arabica-Bohnen. Die ausgewogene Mischung überrascht mit einem reichhaltigen Aroma, das in einem frischen,

süßlichen Nachgeschmack endet. Die dunkle Röstung unterstreicht die hohe Qualität der Kaffeebohnen aus vier verschiedenen Anbaugebieten in Südamerika.

Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit

Julius Meinl setzt sich seit jeher für nachhaltigen Kaffeeanbau ein. Der Wiener Traditionsbetrieb war einer der ersten Kaffeeröster, der Bio-Fairtrade-Kaffee in der Gastronomie angeboten hat. Heute offeriert Julius Meinl seinen Kunden ein breit gefächertes Portfolio an nachhaltigen Produkten in Top-Qualität für jede Anwendung. Dazu zählen neben dem genannten „Café Expert Supreme“ (für den Siebträger) auch weitere UTZ-zertifizierte Blends wie „1862 Premium“, der Top-Blend des Hauses, oder die Nespresso-kompatiblen „Inpresso“-Kapseln in Bio-Fairtrade-Qualität.

www.meinlcoffee.com/at/nachhaltigkeit/colombian-heritage/



Julius Meinl unterstützt kolumbianische Kaffeebauern dabei, die Produktionseffizienz für sie und die zukünftigen Generationen zu steigern.

Zum Frühstück nur das Beste

Gerade beim Frühstück spielen die Produktauswahl und -qualität eine ganz entscheidende Rolle. Erstklassige Kaffees und Tees sowie saisonale und regionale Köstlichkeiten stellen frühmorgens den perfekten Mix dar.



Feines Bio-Gebäck

Seit Kurzem führt Vandemoortele unter der Marke Banquet D'Or ein neues Sortiment innovativer Brot- und Backwaren in bester Bio-Qualität. Neu erhältlich sind: „Bio Batard Brot“, „Bio Baguelino“, „Bio Dinkel Krusti“, „Bio Bauern Krusti“, „Bio Körner Krusti“ und „Bio Baguette“. Alle sechs Brot- und Gebäck-Variationen sind 100 % pflanzlich und natürlich und enthalten reichlich Ballaststoffe. Sie sind traditionell mit Sauerteig sowie im Steinofen gebacken und enthalten weniger als 1 g Salz pro 100 g. Ergänzt wird das Angebot noch um zwei süße Klassiker fürs Frühstück: „Bio Croissant“ und „Bio Schokobrötchen“.



Gewürz des Lebens

Dallmayr versteht sich als Ideen- und Impulsgeber für die gehobene Gastronomie und bietet mit seinen Tee-Editionen regelmäßig außergewöhnliche Kompositionen in limitierter Auflage an. In diesem Jahr überrascht das Traditionshaus mit der Sorte „Limo Kurkuma“. Die sonnengelbe Wurzel ist in Indien seit Jahrhunderten als „Gewürz des Lebens“ bekannt und verleiht der Schwarztee-Früchtetee-Mischung eine exotische, süßlich-würzige Note. Durch die fruchtige Frische von Orangenschalen und Limonenaroma eignet sich „Dallmayr Limo Kurkuma“ wunderbar auch als Basis für diverse Eistee- und Cocktail-Kreationen.

Kaffee-Expertise

Lavazza widmet sich seit 125 Jahren jeden Tag aufs Neue dem perfekten Kaffee Genuss. Mit zwei neuen Espresso der Barista-Range unterstreicht das italienische Unternehmen erneut seine Kaffee-Expertise. Die beiden Premium-Blends (ganze Bohne) überzeugen durch professionelle Caffè-Bar-Qualität: „Lavazza Espresso Intenso“ ist intensiv und körperbetont mit Noten von Kakao und Holz, „Lavazza Espresso Barista Gran Crema“ bietet einen vollen, ausgewogenen Geschmack mit blumigen Nuancen sowie Noten von Trockenfrüchten und Nüssen.



Wo Können und Klasse zählen



GIGA X3

Kaffeegenuss – frisch gemahlen, nicht gekapselt

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

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

Empfohlene
Tageshöchstleistung:
150 Tassen

Fruchtige Durstlöcher

Die Schankanlage „Juici CT“ ist die ideale Lösung bei regelmäßigem und intensivem Verbrauch von Pago-Fruchtsäften und perfekt fürs Frühstücks-Buffet. Sie vereint elegantes Design mit praktischem Handling und intuitiver Bedienung via Touchscreen-Display. Die moderne Schankanlage liefert auf Knopfdruck bis zu vier verschiedene Pago-Getränkessorten sowie gekühltes Wasser. Im Zuge der Einführung wurde das Angebot für das Bag-in-Box-System auf sechs Getränke erweitert: Apfel 100 %, Johannisbeere, Orange, Multifrucht, DrinkVit Himbeer-Zitrone (Skiwasser) und YO Holunderblüte.



Mild-nussig

Aryzta bereichert das Frühstücksangebot mit einem neuen Croissant mit Pistazienfüllung. Der mit Sauerteig verfeinerte Plunderteig harmoniert perfekt mit dem mild-nussigen Geschmack der Pistaziencreme-Füllung, zusätzlich sorgen als Deko grün gefärbte Cornflakes für eine ansprechende Optik. Das Croissant wird als tiefgekühlter Teigling geliefert und muss nur etwa 22 bis 24 Minuten mit Dampf fertig gebacken werden.

Aus der Region

Mit einer Auswahl an 60 verschiedenen Kochschinken-Spezialitäten bietet Berger für jeden Anspruch und jeden Geschmack das richtige Produkt. Gerade zum Frühstück und Brunch sind österreichische Klassiker wie der „Berger Traditions-Beinschinken“, aber auch saisonale und regionale Schinken-Kreationen gefragt. Ein kulinarisches Highlight ist der „Berger Duroc-Beinschinken“ aus dem „Regional-Optimal“-Programm, der sich durch einen besonders feinen Geschmack und eine mürb-zarte Textur auszeichnet. Die Duroc-Schweine, die für ihr schön marmoriertes und aromatisches Fleisch bekannt sind, werden in Österreich geboren, mit gentechnikfreien Futtermitteln aus der Region gemästet und in direkter Umgebung geschlachtet – das ist gut für das Tierwohl und sichert die regionale Wertschöpfung.



Genuss verbindet

Unter diesem Motto unterstützt Dallmayr seine Gastronomiepartner beim Re-Opening und stellt dabei den Kaffeegenuss in den Mittelpunkt.

Der Genuss ist für den Moment. Aber der Eindruck, den er hinterlässt, der bleibt. Dallmayr-Marketingleiter Daniel Rizzotti erzählt im Interview mit HOTEL&DESIGN, wie sich die Coronakrise in Österreich auf den Kaffeekonsum auswirkt und wie der Kaffeeröster die Gastronomie dabei unterstützt, mit Qualität und aufmerksamkeitsstarker Kommunikation bei den Kunden zu punkten.

Wie hat sich das Kaffee-Konsumverhalten durch die Corona-Pandemie verändert?

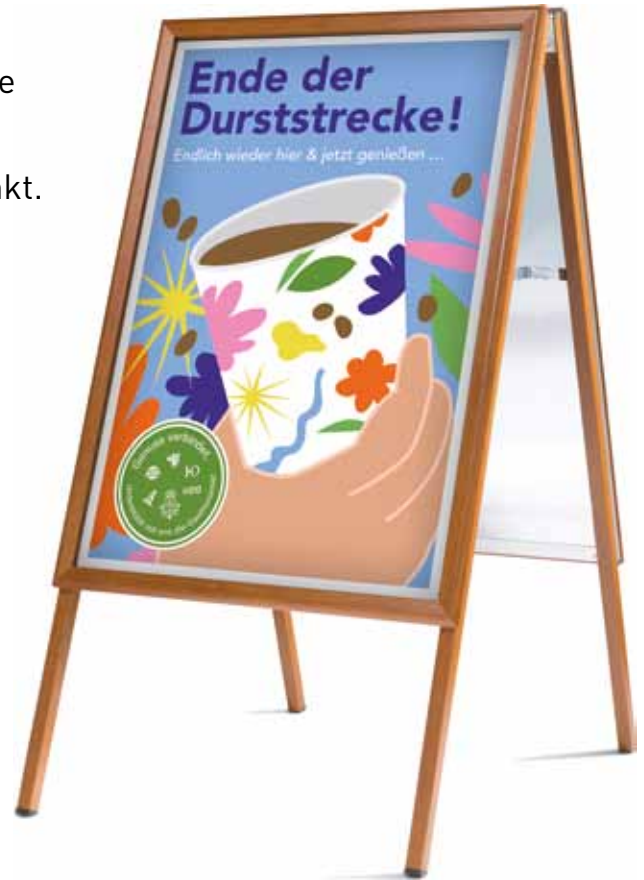
Kaffee war vor der Pandemie das Lieblingsgetränk in Österreich und ist es auch in Coronazeiten geblieben. Obwohl der Außer-Haus-Konsum drastisch eingebrochen ist, haben die Menschen in den ersten Monaten mehr Kaffee getrunken. Das zeigt uns, dass die Lust auf Kaffee ungebrochen ist und sich der Genuss einfach nach Hause verlagert hat. Kaffeeliebhaber haben in hochwertige Kaffeemaschinen und Zubehör investiert, um sich den perfekten Espresso oder Cappuccino auch in den eigenen vier Wänden zubereiten zu können. Diese Entwicklung wird das Bewusstsein für guten Kaffee weiter stärken. Das erhöht natürlich auch den Druck auf die Gastronomie.

Worauf sollte der Gastronom besonders achten, um bei den Kunden zu punkten?

Die Vorfreude auf den ersten Kaffee außerhalb der eigenen vier Wände ist riesig. Um den Gast aber langfristig zu überzeugen und als Stammgast zu binden, ist es nach wie vor wichtig auf Qualität zu setzen. Der Gast erwartet Genussmomente, die sich deutlich von denen zuhause unterscheiden. Ist der Kaffee dann auch noch nachhaltig, ist der Genuss perfekt! Mit dem Lockdown ist natürlich auch das Fernweh gestiegen. Exotische Kaffee- und Tee-Cocktails können diesen Sommer für das gewisse Urlaubsfeeling also an Bedeutung gewinnen. Auch wechselnde saisonale Specials und angesagte Kaffee-Trends machen die Genusskarte spannend.

Mit welchen begleitenden Maßnahmen unterstützt Dallmayr seine Kunden für einen erfolgreichen Re-Start?

Das Wichtigste für uns ist, ein vertrauensvolles und partnerschaftliches Verhältnis zu unseren Kunden zu haben. Mit unserer verkaufsfördernden Kampagne unter dem Motto „Genuss verbindet“ versuchen wir die Gastronomen in der Kommunikation zu unterstützen. Der emotionale und aussagekräftige Claim schafft Nähe und ist auf sympathische und kraftvolle Art auf den Werbemitteln umgesetzt. Bunte fröhliche Fensterkleber und



Kundenstopper machen auf die Wiedereröffnung aufmerksam und kurbeln den Kaffeekonsum an. Unter anderem erhöhen z. B. Verzehrgutscheine den spontanen Umsatz und sind zusammen mit Bonuskarten ein wichtiges Kundenbindungstool. Das aufmerksamkeitsstarke Aktionspaket wird über unser Vertriebsteam verteilt und unseren Kunden kostenlos zur Verfügung gestellt. Darüber hinaus versuchen wir auf individuelle Situationen zu reagieren und punktuell mit maßgeschneiderten, kreativen Lösungen zu unterstützen. So machen wir gemeinsam einen ersten Schritt in Richtung Normalität!

www.dallmayr.com



Daniel Rizzotti, Marketingleiter Alois Dallmayr Kaffee OHG

Für perfekten Kaffeegenuss kreiert



GIGA X3 –
Flexibilität in der Oberklasse

In der GIGA X3c/X3 vereinen sich die modernsten JURA-Technologien auf kleinem Raum. Das macht sie zum professionellen Vollautomaten der neuesten Generation, der in allen Belangen brilliert. Wer auf eine durchdachte Kaffeespezialitätenvielfalt, Flexibilität, Einfachheit und Ästhetik setzt, liegt mit dem Modell WE8 ebenfalls goldrichtig.

Mit der GIGA X3c/X3 beweist JURA eindrücklich Schweizer Innovationskraft und Professionalität bis ins kleinste Detail. Überall, wo Kapazitäten bis zu 150 Tassen an der Tagesordnung sind, überzeugt sie mit Qualität, Funktionalität und Zuverlässigkeit. Gepaart mit Höchstleistung in allen Belangen resultiert ein Hightech-Vollautomat, der ideal auf die Anforderungen von Großbüros, dem Frühstücks-, Seminar- und Tagungsbereich sowie Selbstbedienungszonen zugeschnitten ist.

Modernste Technologien

Das Hochleistungs-Keramikscheibenmahlwerk liefert zuverlässig über Jahre eine präzise, konstant gleichmäßige Mahlung. Dafür sorgt eine Top-Innovation: A.G.A.® (Automatic Grinder Adjustment) – die elektronisch gesteuerte, automatische Nachjustierung. Der Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.®) optimiert die Extraktionszeit für kurze Spezialitäten und CLARIS Pro Smart in Kombination mit dem Intelligent Water System (I.W.S.®) liefert perfekte Wasserqualität für puren Geschmack. Die GIGA X3c/X3 verfügt über einen durchdacht konstruierten höhenverstellbaren Kombiauslauf, der mit Milch und Milchschaum verfeinerte Trendspezialitäten dank Feinschaum-Technologie in Vollendung gelingen lässt. Der Aufwand für Nachfüllarbeiten beschränkt sich dank des großen Bohnenbehälters mit 1 kg Fassungsvermögen und Aromaschutzdeckel auf ein Minimum. Die Bedienung über das prägnante, 4,3" große, hochauflösende Touchscreen-Farbdisplay präsentiert sich vollkommen intuitiv. Klar verständliche, moderne Grafiken führen selbst ungeübte Benutzer.

TÜV-zertifizierte Hygiene-Garantie

Genauso einfach, logisch und intuitiv wie die Bedienung funktioniert die Pflege. Original Pflegeprodukte von JURA sowie integrierte Spül- und Reinigungsprogramme sorgen für TÜV-zertifizierte Hygiene auf Knopfdruck. Ebenso durchdacht präsentiert sich die Milchsystemreinigung. Vollautomatisch und per Touch aufs Display gestartet, garantiert sie perfekte Sauberkeit im Umgang mit Milch. Der massive Kombiauslauf lässt sich mit wenigen Handgriffen zerlegen. Die darin vorn angeordneten Milchausläufe sind bequem zugänglich und können bei Bedarf ganz einfach ersetzt werden.

Harmonisches Design

Mit der WE8 liegt man goldrichtig, wenn man eine innovative Maschine für den Einsatz in Büros, Geschäftsräumen, Ladenlokalen oder bei Großfamilien sucht. Trotz hoher Kapazität findet sie dank ihrer Kompaktheit überall leicht Platz. Und das Design besticht ebenfalls. Klare, symmetrische Formen, harmonische Linien und viel Liebe zum Detail verleihen der WE-Linie eine hochwertige Ästhetik, die in jeder Küche hervorragend zur Geltung kommt. Akzentuiert wird das charakteristische JURA-Design durch Partien in edlem Dark Inox.

Revolutionäre Technologie

Für den Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.®) ließ sich Innovations-leader JURA von den besten Baristas der Welt inspirieren. Entstanden ist eine Technologie, welche die Extraktionszeit optimiert. Bei kurzen Kaffees wie Ristretto und Espresso wird das heiße Wasser in einer exakt auf die Wassermenge abgestimmten Taktfrequenz durch das Kaffeepulver gepresst. Dadurch haben die Aromen genau jene Zeit, die sie brauchen, um sich richtig zu entfalten.

Frontale Bedienphilosophie

Der neue Vollautomat der JURA WE-Linie besticht durch eine intuitive Bedienphilosophie. Über ein TFT-Farbdisplay wird der Benutzer Schritt für Schritt angeleitet. Zudem ist die WE8 ganz einfach von vorne bedienbar. Nicht nur der Wassertank ist frontal entnehmbar, auch der Bohnenbehälter lässt sich ganz leicht von vorne befüllen. Ebenso unkompliziert präsentiert sich die Pflege. CLARIS-Wasserfilter liefern die optimale Wasserqualität für stets perfekte Kaffeerresultate. Sie schützen das Fluidsystem vor Kalk und befreien das Wasser gleichzeitig von geschmacks- und geruchsbeeinträchtigenden Stoffen wie Schwermetalle oder Chlor. Um die Vorteile des Filters und seine Kapazität optimal zu nutzen, erkennt die WE8 dank dem neuen intelligenten Wassersystem (I.W.S.®) die mit RFID-Technologie ausgestattete CLARIS-Smart-Filterpatrone automatisch. Nie zuvor war die Filterverwendung so einfach, effektiv und sicher. Zudem garantieren integrierte Spül- und Reinigungsprogramme TÜV-zertifizierte Hygiene. Auch die Milchsystemreinigung auf Knopfdruck ist auch dank passendem Behälter intuitiver und einfacher denn je.

www.jura.com



WE8 – Kaffeespezialitäten
für den Arbeitsplatz

Wie man 2020 grillt

Der Trend der kommenden Saison:

ERST GRILLEN – DANN GLÄNZEN!

Wie das Marinieren nach dem Grillen den Geschmack verbessert und den Genuss erhöht.

Grillen zählt wohl zu den ursprünglichsten Formen der Zubereitung von Speisen und weckt in Menschen eigentümliche archaische Gefühle. Die Feuerstelle als Ort der Zusammenkunft und des gemeinsamen Verzehrs erlegten Wildes, war schon immer etwas Besonderes. Der charakteristische Geschmack von Raucharomen hat bis heute eine wildromantische Anziehungskraft und verleiht Gerichten das gewisse Etwas.

Profiköche präferieren jedoch beim Grillen unterschiedliche Methoden, und egal ob man einen Plattengrill verwendet oder über Kohlen zubereitet, letztendlich zählt der Geschmack. Wie man den selbigen ins Grillgut bekommt, ist zwar eine Sache der Zubereitung, trotzdem gibt es dabei einige Tricks, die man beachten sollte. Nach dem Motto „Marinieren danach“ zeigt WIBERG, dass das Beste, wie immer zum Schluss kommt und stellt damit gleichzeitig den Grilltrend der Saison 2020 vor.

DAS BESTE KOMMT ZUM SCHLUSS

Nur die besten Zutaten ermöglichen den höchsten Genuss. So weit, so gut. Beim Marinieren scheiden sich jedoch die Geister. Manche bevorzugen das Einlegen des Grillguts über Nacht oder zumindest für ein paar Stunden, andere wiederum präferieren etwa bei Rindfleisch den gänzlichen Verzicht auf eine Marinade. WIBERG erklärt, warum es sich auszahlt, Marinaden erst nach dem Garprozess zu verwenden. Marinaden aus hochwertigen Ölen und Gewürzen herzustellen hat den Vorteil einer sehr komplexen Aromatik. Kaltgepresste Qualitätsöle wie etwa Sesamöl, Olivenöl oder auch Erdnussöl haben einen starken Eigengeschmack und

fügen gustatorisch neue Komponenten hinzu. In Kombination mit edlen Gewürzen ergibt sich eine Aromenvielfalt, die es zu bewahren gilt und deshalb keiner großen Hitze ausgesetzt werden sollte. Da Fleisch und Fisch nach dem Garprozess ohnehin rasten sollten, bleibt genug Zeit, die Marinade aus intensiven Ölen und Gewürzen aufzutragen und einziehen zu lassen. Das Interessante an den Marinaden ist, dass man sie für alle Sorten von Fleisch, Fisch und Gemüse verwenden und dabei sehr kreativ variieren kann.

TIPPS für besondere Geschmackserlebnisse nach dem Motto „Marinieren danach“

- **CHICKEN FINEST:** WIBERG Grill-Brasil plus Erdnuss-Öl für fruchtig-scharfe Hühnerbrüste, Chickenwings und Drumsticks.

WIBERG PRODUKTE: Grill Brasil, Erdnuss-Öl

- **THE FISHY ONE:** WIBERG Zitronen-Pfeffer und Ursalz pur fein plus Basilikum-Öl für maritimen Grillgenuss von Fisch, Garnelen und Calamari.

WIBERG PRODUKTE:

Zitronen-Pfeffer, Ursalz pur fein, Basilikum-Öl

- **VEGGIE POWER:** WIBERG Italia, Ursalz pur fein plus Zitrus-Öl für Paprika, Zucchini, Auberginen, Zwiebeln und Tomaten.

WIBERG PRODUKTE: ITALIA Gewürzzubereitung, Ursalz pur fein, Zitrus-Öl

Weitere Rezeptideen finden sie auf www.wiberg.eu/rezepte



SUMMERFEELING



Jederzeit genießen

Durch die Tradition der Kellerbierabende in der Brauerei Zipf wurde das ungefilterte Kellerbier beliebt. Nun ist es auch braufrisch abgefüllt in Gastronomie und Handel erhältlich. Ungefiltert, mit puren Genuss frisch vom Fass, so überzeugt das Zipfer Kellerbier. Bisher war die Bierspezialität nur einmal pro Woche im Zipfer Brauhaus erhältlich. Ab sofort wird auch braufrisch abgefüllt, um dieses besondere Geschmackserlebnis einem breiteren Publikum zugänglich zu machen.



Japanese Spirits

Beam Suntory bringt mit seinen exklusiven Spirituosen aus Japan Abwechslung in die Getränkekarte. Neben dem perfekt ausbalancierten „Roku“ Craft Gin mit sechs japanischen Botanicals und dem komplexen „Toki“ Whisky ist auch der „Haku Japanese Craft Vodka“ ein Highlight aus dem Hause Beam Suntory. Statt aus Kartoffeln oder Roggen besteht dieser besondere Vodka aus reinem weißen japanischen Reis, der aufgrund seines milden und subtil süßen Geschmacks sehr geschätzt wird. Die dreifache Destillation und eine traditionelle Filtration durch Bambuskohle sorgen für den unvergleichlich weichen, ausbalancierten Geschmack.





Fruchtig-prickelndes Summerfeeling

Je nach Mixtur entfaltet Lillet, der erfrischend leichte Weinaperitif aus Frankreich, seinen einzigartigen Charakter anders und lädt neben den traditionellen Rezepten dazu ein, intuitiv immer neu „erfunden“ zu werden. Die diesjährigen Sommerdrink-Kreationen von Lillet tragen so klingende Namen wie „Lillet Rosé Chic“ oder „Lillet Jolie“. Eine fruchtig-frische Neukreation ist zudem „Lillet Summer“ – zubereitet mit 5 cl Lillet Blanc und der Red Bull Sommer-Edition Wassermelone.

Gehaltvoll

Der Trend, Cocktails mit Essig zu verfeinern, ist endlich auch in den österreichischen Bars angekommen. Essig als Basis balanciert die Aromen der restlichen Zutaten ideal aus und rundet die Drinks geschmacklich ab. So hat u. a. Barkeeperin Pia Köfler vom Café Kandl basierend auf den Essigen von Mautner Markhof zwei trendige Drinks kreiert: „M&M Bramble“ ist eine Komposition aus London Dry Gin, „Mautner's Spezialitäten Zwetschken Balsam Essig“, Limettensaft, Zuckersirup und Creme de Cassis. Im „Downtown“ hingegen harmonisieren Rye Whiskey und roter Wermut mit „Mautner's Spezialitäten Apfel Balsam Essig mit Blütenhonig“.



Premium-Gin

Mit Bombay Bramble lanciert die weltweit führende Premium-Gin-Marke Bombay Sapphire ein Neuprodukt, das mit einer 100 % natürlichen Fruchtinfusion ausgereifter Himbeeren und Brombeeren punktet. Die Beereninfusion enthält keinen zusätzlichen Zucker und ist frei von künstlichen Farb- und Aromastoffen. Das Ergebnis: eine auffällige karminrote Farbe und ein kräftiger Geschmack – die ideale Basis für Cocktail-Kreationen.



Mexikos Sonne

Mit dem mexikanischen Original SOL kommt lateinamerikanische Lebensfreude nach Österreich. Seit 1899 in Mexiko gebraut, kommt das lateinamerikanische Geschmackserlebnis SOL 120 Jahre später nun auch nach Österreich. Der Legende nach war der Braumeister gerade mit der Abfüllung der ersten Charge einer neuartigen Rezeptur beschäftigt, als ein Sonnenstrahl auf

die Flasche fiel. So entstand der Name „El Sol“. Wie die Sonne strahlt auch das Bier in goldgelber Farbe. In Österreich wird das ansprechende leichte Lagerbier in der Brauerei Wieselburg gebraut.

Low & No Alcohol

Der neue Martini Vibrante und Floreale versprechen ein authentisches Geschmackserlebnis – ohne Alkohol. Martini präsentiert seinen neuen alkoholfreien Aperitivo und wird zum Innovationstreiber in der Kategorie „Low & No Alcohol“. Damit reagiert das Unternehmen der Barcardi-Gruppe auf die steigende Nachfrage der Verbraucher nach alkoholfreien Getränke-Alternativen.



**SEI OFFEN FÜR
ABWECHSLUNG**

Zipfer

HOPS
ZITRONE
0.0%
Hopfenlimonade

HOPS
BITTER ORANGE
0.0%
Hopfenlimonade

HOPS
MARACUJA
0.0%
Hopfenlimonade

**Jetzt in der
ALKOHOL
FREI
ZONE**
natürlich gebraut!



© Florian Payer

Wein & Co Wiedereröffnung

Seit 15. Mai 2020 erscheint die Filiale von Wein & Co auf der Mariahilferstraße in neuem Glanz. Der Weinhändler auf der bekanntesten Einkaufsstraße Wiens präsentiert auf einer Fläche von 242 Quadratmetern eine spannende Wein- und Genusswelt.

Das umfassende Sortiment an österreichischen und internationalen Weinen, ein feines Speisen- und Delikatessenangebot, eine spezielle Verkostungszone sowie ein 25 m² großer Schani-garten laden zum Gustieren und Genießen ein. Die neu renovierte Filiale begeistert zudem mit einem einzigartigen Designkonzept. Nach einer kurzen Pause feiert das Fachgeschäft Wein & Co auf der Mariahilferstraße ein Comeback. Der neu gestaltete Standort auf der beliebten Einkaufsstraße ist der neue „Place to be“ für alle Weinliebhaber sowie Feinschmecker. Das überragende Weinsortiment sowie die große Auswahl an Köstlichkeiten laden zum Entdecken und Genießen ein. Im neuen Shop können die Gäste auf mehr als 1.000 verschiedene Weine aus einem Sortiment von etwa 10.000 Flaschen zurückgreifen. Neben österreichischen sowie internationalen Weinen beeindruckt die Filiale auch mit

exklusiven Tropfen und Ikonen sowie Sammlerstücken. Den vinophilen Gästen steht eine ausgezeichnete Beratung des geschulten Teams zur Verfügung, das jede Frage rund um das herausragende Sortiment beantwortet. Die Leitung der neuen Filiale übernimmt Peter Hainz, während Markus Diemer für die Bar verantwortlich ist.

Weindesign

Die umgestaltete Filiale erstrahlt in neuem Glanz und Design und bietet zudem ein einzigartiges integriertes Ladenkonzept, welches ein außergewöhnliches Shop- sowie Barerlebnis vereint. Auf 242 m² Fläche haben die Gäste nicht nur die Möglichkeit, die vielfältige Welt von Wein & Co mit unterschiedlichsten

Weinen und Feinkost zu entdecken, sondern auch das gastronomische Angebot rund um den Wein mit feinen Köstlichkeiten, wie einer Charcuterie-Etagere, Pasta, verschiedenen Käseplatten und Delikatessen aus dem Shop, zu genießen. Die in der ganzen Filiale verteilten 30 Sitzplätze sorgen für ein gemütliches Gefühl einer Vinothek. Ganz nach dem Motto „Verweilen & Genießen“ kann man auch in der neuen Filiale auf der Mariahilferstraße den gewünschten Wein im Shop auswählen und gegen ein geringes Korkgeld gleich vor Ort trinken.



Outdoor-Genuss

Im Sommer lädt ein 25 m² großer Schanigarten dazu ein, mit tollen Speisen und dem passenden Wein dem Alltag zu entfliehen. Ein weiteres Highlight der neuen Filiale ist ein Separee für acht Personen, in dem man in privater Atmosphäre die ausgezeichneten Tropfen genießen kann. Eine innovative Besonderheit ist auch die spezielle Verkostungszone, in der ein umfangreiches Angebot an Topweinen kostenlos probiert werden kann.

Außergewöhnliche Verkostungen

Mit einer integrierten Verkostungszone bietet die Filiale auf der Mariahilferstraße allen Besuchern ein besonderes Erlebnis. Neben den kostenlosen Verkostungen von Weinklassikern finden auch monatlich wechselnde Themenverkostungen statt, bei denen verschiedene Weine zu einem ausgewählten Thema probiert werden können. Zusätzlich gibt es für VinoCard-Holder einen speziellen, monatlich wechselnden Fine Wine gratis zum Verkosten. Mit dem umfangreichen Verkostungsangebot haben die Kunden die Möglichkeit, ihr Wissen über unterschiedliche Weine zu erweitern und entspannt die Produktvielfalt zu entdecken.





© Rupert Steiner

Gastro-Comeback

Das Strandcafé an der Alten Donau kehrt zurück: Ab dem 15. Mai verwöhnt der seit 1921 bestehende Traditionsbetrieb seine Gäste wieder am legendären Holzfloß.

Nach eineinhalb Jahren Pause wirft das legendäre Strandcafé an der Alten Donau wieder seinen Griller an. Ab dem 15. Mai serviert man in der Florian-Berndl-Gasse 20 im 22. Wiener Gemeindebezirk die legendären Strandcafé-Ripperln mit der kultigen rot-weißen Sauce, traditionelle Wiener Schmankerln und natürlich Budweiser Budvar oder Grieskirchner vom Fass. Und auch die begehrten Sitzplätze am Holzfloß können wieder reserviert werden. Bedingt durch die Corona-Auflagen und die folglich reduzierte Tischanzahl, sind diese Plätze nun noch rarer. Eine Reservierung wird daher dringend empfohlen.

Der High-End-Grill

Auch wenn sich das äußere Erscheinungsbild des Strandcafés kaum verändert hat, die Technik im Inneren des Wirtshauses wurde komplett umgebaut. Neben dem neuen, fünf Meter langen, größten Indoor-Grill Österreichs wurde auch das erst zwei Jahre alte Luftfiltersystem komplett getauscht. Ab sofort reduziert ein fünfstufiger Aktivkohlefilter die Gerüche auf das technisch machbare Minimum. Dazu kommt ein zusätzlicher Spezialfilter, der auch die letzten Geruchsmoleküle bindet. Im Zuge der Umbauarbeiten wurden auch der Kamin erhöht und der Anzahl der Sitzplätze im Vorgarten von 80 auf 30 reduziert.

„Unser Ziel war es immer, das Strandcafé mit Konsens der Nachbarn zu betreiben. Dies umfasst einen Lärmschutz, eine geschlossene Grillküche samt High-Tech-Filteranlage zur Abluftreinigung und viele weitere Maßnahmen. In Summe haben wir mehr als 1,2 Millionen Euro in den Anrainerschutz investiert“, so der Betreiber des Strandcafés, das im Besitz der Familie Yeritsyan ist.

Hintergrund der Pause

Das Strandcafé ist eine Wiener Institution mit langer Tradition. Seit 1921 werden hier die Wiener mit Schmankerln verwöhnt. Doch über die Jahre entsprach die Anlage nicht mehr den Anforderungen an einen modernen Gastronomiebetrieb. Nach einem umfangreichen Umbau wurde im Juni 2017 das Lokal nach höchsten Umweltstandards und barrierefrei wiedereröffnet. Höchste Priorität beim Umbau hatte schon damals der Schutz der Anrainer. So wurde statt in einen offenen Grill in eine geschlossene Grillküche samt High-Tech-Rauchwaschanlage zur Abluftreinigung investiert. Leider entsprachen die gesetzten Maßnahmen nicht den Erwartungen mancher Anrainer. Diese beschritten den Rechtsweg und bekamen vor dem Landesverwaltungsgericht recht. Dieses entschied, dass ein neuer Antrag



© ROBIN CONSULT / Lepsifoto

zur Betriebsanlagengenehmigung zu stellen sei. Das Strandcafé musste schließen und 70 Mitarbeiter verloren ihre Jobs. Die Betreiber nutzten die Zeit, um Grillstation und Filteranlage zu adaptieren. Nach umfangreicher Begutachtung erging im November 2019 ein positiver Bescheid durch die Behörden. Am 15. Mai 2020 erfolgte die Wiedereröffnung des Traditionslokals. Auch zahlreiche Mitarbeiter, wie beispielsweise der Küchenleiter und Sprecher des Strandcafés Erich Homolka, hielten dem Wirtshaus die Treue und starteten mit Energie und Zuversicht in die neue Saison.



Regeln in Zeiten von Corona

Im Restaurant und am Floß gilt ein Mindestabstand von einem Meter zwischen den Besuchergruppen. Auch zwischen den Gästen, die nicht an einem Tisch gemeinsam sitzen, muss dieser Mindestabstand gewährleistet sein. Pro Tisch sind nur vier Erwachsene zuzüglich ihrer minderjährigen Kinder oder Gruppen aus Personen, die in einem gemeinsamen Haushalt leben, erlaubt. Die Speisekarten sind abwaschbar und werden nach der Benützung gereinigt. Beim Betreten des Lokals ist ein Mund-Nasen-Schutz notwendig.

www.strandcafe-wien.at





Andreas Döllerers neue Bühne

Darauf hat Österreichs Gourmetszene schon lange gewartet: Mit der Wiedereröffnung der Gastronomie kann nun auch das mit Spannung erwartete, völlig neu gestaltete Genießerrestaurant des Salzburger Vierhaubenchefs Andreas Döllerer in Golling bei Salzburg endlich besucht werden.



Die „Cuisine Alpine“ hat eine neue Bühne bekommen. Behagliches Holz prägt das Ambiente, das auch die Philosophie der Küchenlinie widerspiegelt. Im alpinen Raum verwurzelt, aber lebendig, offen und innovativ, denn Tradition und Moderne müssen sich nicht ausschließen.

Die Tischabstände sind großzügiger geworden, was nicht nur in Coronazeiten optimal ist, sondern dem Lokal noch mehr Behaglichkeit, Privatsphäre und Wohnzimmeratmosphäre verleiht. Ein aufwändiges Akustiksystem dämpft wohltuend die Geräusche, regionale Kunst sorgt für optische Akzente.

Alpiner Genuss

In der Küche liegt der Fokus von Andreas Döllerer weiterhin auf der kreativen, alpinen Küche, die aber bei aller bodenständigen Verwurzelung bei den Produkten weltoffen über den Tellerrand blickt. Neue, zusätzliche Aromen fließen ebenso in die Gerichte ein wie Inspirationen seiner kulinarischen Reisen, zuletzt nach Südamerika und Japan. Gerade das macht die „Cuisine Alpine“ mit all ihren Möglichkeiten zu einer der spannendsten der Gegenwart.

Eine zusätzliche Bereicherung des Genießerrestaurants ist „Döllerers Wohnzimmer“, ein abgeschlossener, eigener Raum für kleine Gruppen von bis zu 15 Personen – ideal für private und berufliche Feiern oder Besprechungen. Für Hotelgäste steht ab Sommer eine Tiefgarage in unmittelbarer Nähe zur Verfügung.



gegeben hat. Ein Garten gewissermaßen, der auch den Klimawandel symbolisiert. Alle Pflanzen sind im Detail beschrieben und können in der passenden Jahreszeit direkt verkostet werden. Dieser Bereich wird Hotel- und Restaurantgästen zur Verfügung stehen.

Ambiente zum Wohlfühlen

Behagliche Wohnzimmeratmosphäre prägt das neu gestaltete Genießerrestaurant, das wie auch Andreas Döllers „Cuisine Alpine“ das Zusammenspiel von Tradition und innovativer Moderne zum Ausdruck bringt.

Eine genussvolle Brücke nach Japan schlägt das gleichzeitig durchaus alpin verwurzelte Gericht „Erinnerungen an Kobe“ mit Kojireiseis, Erdbeeren, karamellisierter Haselnuss, Tannenwipfel, Alpensäuerling und Verbene.

Essbarer Garten

Innovative Ideen waren im Hause Döllers noch nie Mangelware: Geplant ist für 2021 ein „Essbarer Garten“ samt Pergola, Liegeflächen, Brunnen und Kapelle im Naturpark direkt hinter dem Genießerhotel. In Zusammenarbeit mit einigen Spezialisten werden dazu vor allem Pflanzen kultiviert, die es vor 30 Jahren in den Alpen noch nicht



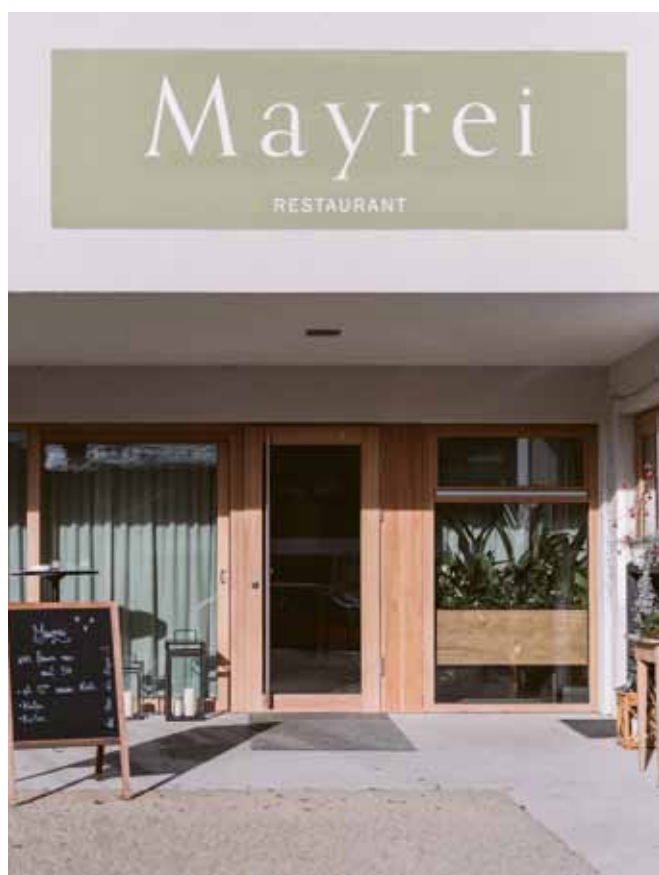


Gut verdauliche Spitzenküche

Die Mayrei in Altaussee ist das weltweit erste Lokal nach dem Prinzip der modernen F.X.-Mayr-Medizin.

Anfang des Jahres öffnete es mit insgesamt 25 Sitzplätzen offiziell seine Türen und soll internationaler Vorreiter sein. Nachhaltig gesunder Genuss und Speisen, die sich positiv auf die Darmgesundheit auswirken, haben hier ein neues Zuhause. Das zeitgemäße Interieur überzeugt mit ruhigen Naturfarben, viel hellem Holz und so manch schlicht-rustikalem Stilelement.

Auf die richtige Balance von basischen und sauren Lebensmitteln wird genauso Wert gelegt wie darauf, dass jede Speise auch als Trennkost bestellt werden kann. Serviert werden spannende Kombinationen aus heimischen Fischen, regionalem Gemüse und wertvollem Getreide. Die Mayrei serviert so gut verdauliche Spitzenküche und fördert den gesunden Lebensstil rund um einen ausgeglichenen Säuren-Basenhaushalt. Die Liste der prominenten VIVAMAYR-Fans auf der ganzen Welt ist lang





und zählt auch zahlreiche Spitzenköche und Gastronomen aus dem In- und Ausland, die in den Häusern in Maria Wörth und in Altaussee Stammgast sind. Das liegt vor allem an der bewährten, auf langfristige Gesundheit ausgerichteten Philosophie, die auf den Erkenntnissen des österreichischen Arztes Franz Xaver Mayr (1897–1965) beruht.

Auf die Balance kommt es an

Den Darm nicht unnötig zu belasten, ist nicht nur ein Prinzip der Modernen Mayr-Medizin – es ist für das Küchenteam der Mayrei oberstes Credo. Sämtliche Speisen werden deshalb so zubereitet, dass sie leicht verdaulich sind. Außerdem spielt Trennkost, also der Verzicht auf die Kombination von Eiweiß mit Kohlenhydraten, eine zentrale Rolle, ebenso wie das 70:30-Verhältnis von basischen zu sauren Ingredienzen. Als basisch gelten alle Gemüsesorten, Kartoffeln, reifes heimisches Obst sowie Milch und Obers. Jedes andere Eiweiß, Getreide, Nüsse und Zucker wirken im Körper sauer. Die Küche legt Wert auf spannende Kombinationen, wie beispielsweise: Kaisergranat mit Safranfenchel, Kombu-Rettich und Wasabischaum, hausgebeizte Lachsforelle mit eingelegten Rüben und Krenreis, Beef Tartare mit Sauerklee und Tapioka oder Quinoa-Laibchen mit Kerbelknolle, Babymais, Sellerie und Eiskraut. Auch auf Süßes muss in der Mayrei nicht verzichtet werden, als Dessert wird u. a. Chia-Kokos-Pudding oder eine Crème brûlée serviert.

Nachhaltiger Genuss

Wie auch in den beiden VIVAMAYR-Häusern gibt es eine große Tee-selektion. Zudem wird eine Auswahl an hervorragenden Weinen geboten. „In den VIVAMAYR-Gesundheitszentren machen wir es seit Jahren vor: Mit unserer neu eröffneten Mayrei haben wir nun einen weiteren Ort für nachhaltig gesunden Genuss geschaffen. Jeder Gast soll die Chance haben, auf höchstem kulinarischen Niveau etwas Gutes für seine Gesundheit zu tun“, erklärt Dr. Dieter Resch, Geschäftsführer VIVAMAYR Altaussee, das neuartige Restaurantkonzept der Mayrei und meint weiter: „Wir beweisen, dass sich gesundes Essen und Spitzenküche nicht ausschließen, sondern dass Gesundheit und Genuss harmonieren. In diesem Sinne sehen wir uns als Pioniere für einen Lebensstil, in dessen Mittelpunkt die Darmgesundheit steht. Weitere internationale Standorte sind geplant.“

Auf jeden Fall jammern ...

Eine der ganz besonderen österreichischen Eigenheiten ist das Jammern. Ob es einem nun gut oder schlecht geht, jammern ist immer angesagt. Und das verdammte Coronavirus hat uns jetzt noch gefehlt. Nörgler, Besserwisser, Dauerraunzer, professionelle Pessimisten und Angstmacher haben seit einigen Wochen Hochsaison, und das wird sicher noch lange Zeit so bleiben. „Bad news are good news“ – dieses Motto erlebt wieder eine Hochblüte, denn naturgemäß erregt man mehr Aufmerksamkeit mit schlechten Nachrichten und Zukunftsszenarien als mit guten. Natürlich, Covid-19 stürzte die ganze Welt in ein menschliches, aber vor allem wirtschaftliches Chaos. Die Zahlen der Toten auf der ganzen Welt – Gott sei Dank nicht in Österreich – und die Ungewissheit, wann es eine einheitliche Impfung geben wird, machen Angst, und ein Nachdenken über Soforthilfen und Lösungen für die Zukunft sind angesagt. Da ist aber nicht nur die Politik gefordert, sondern jeder Einzelne von uns. Viele Unternehmer tun etwas und stecken gerade jetzt den Kopf nicht in den Sand, sondern krempeln die Ärmeln hoch und arbeiten hart daran, die nähere Zukunft gut zu bewältigen. Man muss kein Prophet sein, um sagen zu können – genau diese Unternehmer werden es schaffen und die Zukunft meistern. Dies gilt auch für die Produzentenseite – es ist mir völlig unverständlich und entbehrt jeder Logik rund um Marketingmaßnahmen, wenn gerade in so schwierigen Zeiten weniger oder überhaupt nicht geworben wird. Geld ausgeben nur bei wirtschaftlicher Schönwetterlage? Ich glaube nicht, dass dies der richtige Weg ist,

meint Ihr
anonymus

HOTEL&DESIGN 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



Kooperation einer 300-jährigen Wiener Institution und einer jungen Wiener Bar

2020 ein sehr spezielles Jahr – auch für die Wiener Bar am Nachmarkt „LVDWIG“, welche erst im Jänner eröffnete, und für das wohl älteste Wäschegeschäft der Welt „Zur Schwäbischen Jungfrau“, das seit 1720 die Wiener Kultur prägt.

Barbara Ludwig die das Hotel Beethoven seit exakt 10 Jahren betreibt und Gastroprofi Paul Rittenauer eröffneten gemeinsam das „LVDWIG“ als neues Zentrum für Design & Genuss. Ausgerichtet und Konzeptioniert speziell für den Wiener Gast. Gemeinsam mit dem Traditionshaus „Zur Schwäbischen Jungfrau“ entwickelten sie anlässlich der Wiedereröffnung am 15. Mai 2020 für ihre Mitarbeiter besondere „LVDWIG-Masken“ – handgefertigt und handbestickt. Ein Jubeljahr unter neuen Vorzeichen – gerade jetzt möchte Theodor Vanicek, Inhaber der Schwäbischen Jungfrau, zeigen wie Wiener Unternehmen sich gegenseitig unterstützen und gemeinsam diese besondere Zeit bewältigen. Ein guter Cocktail und das Wiederaufleben der hochqualitativen Barkultur wird das „Comeback“ ab 15. Mai verstärken. Die besonderen handgefertigten Masken sind im LVDWIG um 15 Euro pro Stück auch für Gäste erhältlich.

Die Wiener Bar am Naschmarkt

Vis-à-vis zum historischen Eingang des Theater an der Wien, dem Papagenotor, befindet sich seit Jänner 2020 das LVDWIG. Als Melange aus alten Bartraditionen und einer neuen Wiener Seele steht die Bar für hochwertige Drinks und kleine feine Gabelbissen. Anlässlich der neuen Situation wird das Lvdwig ab kommender Woche, zum 18. Mai 2020, als Tages- und Abendbar geführt. Gestartet wird ab 7.00 Uhr mit einem Frühstück und besten Bieder & Maier Kaffee, fortgesetzt mit einem Mittagstisch in Kooperation mit dem Restaurant „Ludwig van“ und zum Abschluss gibt es bis 23.00 Uhr feinste Cocktails von Barchefin Isabella Lombardo.

Zur Schwäbischen Jungfrau

Das älteste Wäschegeschäft der Welt am Wiener Graben 26 erzählt die 300-jährige Erfolgsgeschichte eines schwäbischen Leinenhändler, der mit seinen zwei Töchtern nach Wien kam. Da seine Töchter nie heirateten, nannte man das Geschäft nach dem Wiener Mund „Zur Schwäbischen Jungfrau“. Über die Jahrhunderte avancierte das Traditionshaus zum k.u.k. Hoflieferant. Man fertigte unter anderem feinste Servietten für Kaiser Franz Joseph I. oder Bettwäsche für Kaisern Elisabeth an. Als Familienbetrieb führt Theodor Vanicek mit seiner Frau Lia sowie seiner Mutter Hanni Vanicek das wunderbare Geschäft am Wiener Graben.

www.lvdwig.bar

V.l.n.r.: Theodor Vanicek,
Barbara Ludwig, Paul Rittenauer



Jungbrunnen – Die neue Wellness- und Badekultur

Kari Molvar & gestalten (Hrsg.)

Ein Spabesuch verwöhnt nicht nur, er heilt. Heutzutage gibt es eine ganze Industrie, die uns beim Abschalten hilft und dafür überraschend innovative Konzepte entwickelt. Von finnischen Saunas und Thalassotherapien an der englischen Küste über moderne CBD-Oasen in New York bis hin zu surrealen Badelandschaften in China – Kari Molvar entführt zu außergewöhnlichen Entspannungsorten und gibt Einblick in die Kulturgeschichte der Bade- und Spakultur.

Hardcover, 21 x 26 cm, 256 Seiten, vollfarbig, 39,90 €, ISBN 978-3-89955-995-8, gestalten



Great Escapes: Europe. The Hotel Book, 2019 Edition

Angelika Taschen

Von antiken Weltwundern über weltbekannte Metropolen bis zu winzigen Örtchen voller Charme und Charakter steckt Europa voller faszinierender Reiseziele. Diese überarbeitete sowie aktualisierte Ausgabe präsentiert eine sorgfältig kuratierte Auswahl einzigartiger Hotels und stimmungsvoller Pensionen quer durch Europa. Die Häuser wurden aufgrund ihrer atemberaubenden Lage und ihres beeindruckenden Interieurs ausgewählt und bieten allesamt eine stimmungsvolle und geruhsame Umgebung.

Hardcover, 23,8 x 30,2 cm, 360 Seiten, mehrsprachige Ausgabe: Deutsch, Englisch, Französisch, ISBN 978-3-8365-7807-3, Taschen

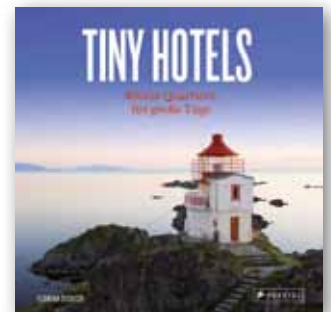


Tiny Hotels – Kleine Quartiere für große Tage

Florian Siebeck

Sie sind auf der Suche nach einem besonderen Hotel-Tipp? Sie waren schon überall, suchen nun aber nach der ultimativen Übernachtungsmöglichkeit? „Tiny Hotels“ enthält eine exklusive Auswahl an Herbergen, verteilt über die ganze Welt. Sie verfügen jeweils nur über einige wenige Zimmer, manche haben gar nur eines im Angebot. Aber sie sind alle mit Sinn für Außergewöhnliches eingerichtet und gestaltet – und bieten die Exklusivität der Einsamkeit, ohne auf den Luxus eines Hotel-Komforts zu verzichten.

Hardcover, Pappband, 17,0 x 17,0 cm, 224 Seiten, 230 farbige Abbildungen, 30,90 €, ISBN: 978-3-7913-8671-3, Prestel



Die schönsten Restaurants & Bars

Franziska Horn

Die einzige Gastronomie-Auszeichnung mit Schwerpunkt Interior Design präsentiert sich in einem hochwertigen Jahrbuch, das Pflichtlektüre und unerschöpfliche Inspirationsquelle für alle Genussmenschen, Planer und Akteure der Gastronomiebranche ist. Das Buch versammelt 44 herausragende Interior-Design-Konzepte, sorgfältig ausgewählt von einer hochkarätigen Jury. Beachtung finden dabei sowohl exklusive Geheimtipps, spektakuläre Neueröffnungen als auch gelungene Umgestaltungen und Renovierungen.

Gebunden, 248 Seiten, 59,95 €, ISBN: 978-3-7667-2456-4, Callwey



Die schönsten Ziele Europas erfahren

#recharge: Aufladen und Kraft tanken; MR & MRS T ON TOUR

Mit dem Elektroauto die Welt erfahren; unterwegs besondere Orte aufspüren, an denen man nicht nur sein Auto, sondern auch die eigenen Akkus wieder aufladen kann; andere inspirieren, nachhaltiger und mit viel mehr Energie unterwegs zu sein, das ist das Ziel von Ralf Schwesinger und Nicole Wanner, alias Mr & Mrs T on Tour. In diesem besonderen Reiseführer zeigen sie uns die 50 schönsten Hotels ihrer Tour durch Europa.

Hardcover, 21 x 26,5 cm, 224 Seiten, 223 Farbfotografien, 29,90 €, deutsche Ausgabe: ISBN 978-3-96171-231-1, teNeues





Lässiges Strandvillen-Ambiente

Zum Start der Sommersaison präsentiert das 5-Sterne-Superior-Hotel Nobu Ibiza Bay ein neues stylisches Highlight. Die zweistöckige Nobu Penthouse Suite verspricht entspannten Luxus und ultimative Privatsphäre.

Dank einer Wohnfläche von rund 186 m², zweier Terrassen mit rund 167 m² und drei Schlafzimmern logieren Gäste hier im großzügigen Ambiente einer privaten Strandvilla. Buchbar ist die Suite auf Anfrage inklusive Frühstück sowie Annehmlichkeiten wie eigenem Personal Trainer und Yogalehrer. Auf Wunsch wird sogar ein privater DJ-Workshop auf der Dachterrasse arrangiert.

Das stylische Nobu Hotel Ibiza Bay liegt eingebettet in der malerischen Bucht von Talamanca, und präsentiert sich seinen Gästen mit einer Fülle an neuen Erlebnissen und Angeboten. Zudem eröffnet das Nobu Hotel Ibiza Bay mit renoviertem Ibiza Bay Spa by Six Senses, das in diesem Jahr auch einige Experten der Wellnessbranche ins Hotel bringt. Außerdem steht ein rund um die Uhr geöffnetes und frisch renoviertes Fitnessstudio mit hochmodernen Geräten zur Verfügung.

Auf Familien wartet ein familienfreundliches Schwimmbad am Meer, ein preisgekrönter Kinderclub, der in diesem Jahr von allen Hotelgästen kostenlos genutzt werden kann, sowie ein

umfangreiches neues Angebot an Aktivitäten für Teenager, darunter Tauchausflüge mit dem einheimischen Meeresbiologen und National Geographic Explorer Manu San Félix sowie DJ- und Fotografie-Kurse für Instagram.

Mit den Füßen im Sand und nur wenige Meter vom Meer entfernt speisen Gäste im Restaurant Chambao, das sich ideal für ausgiebige Mittag- und Abendessen eignet. Ernährungsbewusste erwarten im Bay Café eine leichte und gesunde Küche sowie frische Säfte.

Unter der Leitung von Küchenchef Giacomo Notarbartolo besticht das Nobu Restaurant auch weiterhin mit seiner weltweit bekannten Fusionsküche aus japanischen und südamerikanischen Aromen. Zu den kulinarischen Highlights gehören hier beispielsweise schwarzer Kabeljau, Wagyu mit geräuchertem Edamame-Schaum und Rubin-Porto-Reduktion, Gelbschwanz-Sashimi mit Jalapeño und Black Cod Miso, Sushi sowie Ananas-Kakigōri mit Kokos-Sorbet und Grüntee-Torrijas.





Nachhaltigkeit als Konzept

Besonders wichtig ist dem Nobu Hotel Ibiza Bay auch der Schutz der eigenen Insel, daher unterstützt es weiterhin die Ibiza Preservation Foundation (IPF), die seit über zehn Jahren Initiativen zum Wohl der Umwelt und Gemeinschaft fördert. In dieser Saison setzt das Nobu Hotel Ibiza Bay außerdem die Zusammenarbeit mit LOVE Brand x Ibiza Bay mit seinen maßgeschneiderten Sea-Weave-Badeshorts für Männer und Jungs fort, um das Bewusstsein für das alte und gefährdete Posidonia-Seegegras der Insel zu schärfen.

Auf der obersten Etage des Nobu Ibiza Bay gelegen, bietet die Penthouse Suite mit ihren bodentiefen Fenstern einen atemberaubend weiten Blick über die Bucht von Talamanca und Ibiza-Stadt. Die Einrichtung versprüht neben Eleganz ein Flair von Lässigkeit und Entspannung. Dazu trägt auch der Mix aus Weiß-, Gold-, Türkis- und Blautönen bei, der das Lebensgefühl der Insel widerspiegelt. Das elegante Refugium umfasst einen Master Bedroom mit Kingsize-Bett plus zwei weitere geräumige Schlafzimmer, und eignet sich damit ideal für Familien oder Freunde, die gemeinsam Urlaubstage auf Ibiza genießen wollen. Hinzu kommen ein eleganter Eingangsbereich, ein Wohnzimmer, ein Essbereich und eine Küche. Auch die 167 Quadratmeter großen, begrünten Terrassen auf beiden Ebenen der zweistöckigen Suite tragen zum großzügigen Wohngefühl bei. Hier lässt es sich blickgeschützt sonnen oder Siesta halten.

Von allem nur das Beste

Die Bäder sind mit Badewannen und Regenduschen ausgestattet sowie aufwändig mit persischem Marmor und Perlmutterintarsien gestaltet. Für eine Mischung aus lässigem Schick und unaufdringlich anmutendem Qualitätsanspruch sorgen Details wie mundgeblasene Hängeleuchten, helle Fliesen und Kunstwerke von der Insel. Penthouse-Gästen stehen zudem täglich ein Personal Trainer sowie ein Yoga- und Meditationslehrer zur Verfügung. Das tägliche Frühstück wird direkt in der Suite serviert, und wenn es für Familie und Freunde etwas ganz Besonderes sein darf, so zaubert ein Nobu-Sushi-Meister auf Bestellung ein einzigartiges Dinner auf den Tisch.

Damit nicht genug: Die Bar des Penthouse ist gemäß der Präferenzen der Bewohner bestückt und wer davon träumt, einmal selbst auf Ibiza hinterm DJ-Pult zu stehen, kann sich bei einem privaten DJ-Workshop auf der Dachterrasse zeigen lassen, worauf es dabei ankommt.

Ums Frisurenstyling kümmert sich ein Profi des hoteleigenen John-Frida-Salons direkt in der Suite und ein persönlicher Concierge arrangiert Ausflüge auf der Insel. Kinder können nicht nur täglich den Kid's Club besuchen, auch in der Suite wird eine Spielecke für sie eingerichtet. Last, but not least werden täglich am Pool balinesische Betten speziell für die Penthouse-Suite-Bewohner reserviert.

www.nobuhotelibizabay.com



© Nobu Hotel Ibiza Bay



Vorschau auf H&D Nr. 4 | August/September 2020



Hotel International

Geplan Design hat sich bei der Gestaltung des Hotels Hyperion in Leipzig von der Stadt als traditionellem Dichter- und Buchdruckerzentrum leiten lassen.



Böden & Fliesen

Der Boden als Eyecatcher: Gäste schauen überallhin – auch auf den Boden. Für Restaurants, Hotelzimmer und Lobbys sind dabei die Themen Nachhaltigkeit sowie Benutzerfreundlichkeit von Wichtigkeit.



Hotelzimmer zum Wohlfühlen

Das Ambiente eines Zimmers sagt viel über das gesamte Haus aus. Ob modern, traditionell oder retro – Möglichkeiten gibt es viele. Der richtige Mix macht es schlussendlich aus.



FOOD & DESIGN

Süße Verführung

Die Süße alleine macht es nicht aus. Qualität steht an erster Verführungsstelle.

Leidenschaft Kaffee & Tee

Kaffee und Tee gehören zu den beliebtesten Genussmitteln weltweit. Baristas setzen ihren Siegeszug fort, dabei sollte das Grundprodukt beste Qualität vorweisen können. Bei uns finden Sie viele Anregungen, um Gäste glücklich zu machen.



Der Fuhrpark

Das richtige Fahrzeug, um Gäste abzuholen oder um Ihnen für eine kurze Spritztour ein heißes Gefährt zur Verfügung zu stellen, gehört mittlerweile zum Hotelangebots-Alltag. Hoteliers brauchen aber auch für ihre persönlichen Fahrten einen zuverlässigen mobilen Begleiter.

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 (Promotion) gekennzeichnet und damit vom redaktionellen Teil zu unterscheiden.

Medieninhaber und Herausgeber:

Peter A. de Cillia

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

Redakteure dieser Ausgabe:

Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia

Lektorat:

Jorgi Poll,
Edition Atelier

Fotos:

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

Cover:

© SPA4, Alsik Hotel & Spa

Druck:

BAUER MEDIEN
Produktions- & Handels-GmbH,
1030 Wien

Erscheinungsweise:

6 x jährlich

Auflage:

12.000 Exemplare

Aboservice und Verrechnung:

Peter A. de Cillia
Rainergasse 16/2/13
1040 Wien
+43 676/93 83 202
p.decillia@hotel-und-design.at
UID-Nr. ATU 58875088

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 Anzeigenpreisliste 2020.

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 teilweise auf geschlechterneutrale Formulierung verzichtet. Diskriminierungen, egal welcher Art, sind von uns damit selbstverständlich nicht intendiert.

Erscheinungstermin: 17. August, Redaktionsschluss: 20. Juli 2020



**NEW DESIGN
UNIVERSITY**

PRIVATUNIVERSITÄT ST. PÖLTEN

NORMAL IST GEFÄHRLICH

STUDIERE AN DER NEW DESIGN UNIVERSITY

BACHELORSTUDIUM INNENARCHITEKTUR & 3D GESTALTUNG

BACHELORSTUDIUM DESIGN, HANDWERK & MATERIELLE KULTUR

MASTERSTUDIUM INNENARCHITEKTUR & VISUELLE KOMMUNIKATION

LEHRGÄNGE AKUSTIK & DESIGN – FOOD DESIGN – PRODUKTDESIGN
– LICHTTECHNIK & GESTALTUNG – UND VIELES MEHR

**JETZT
ANMELDEN!**



© NDU/Schmidler, Wieser, Pala, Hanke und Gura, Fotos: N. Korab.



Die New Design University
ist die Privatuniversität
der Wirtschaftskammer NÖ
und ihres WIFI

WWW.NDU.AC.AT



Endlich ...

... der Tag unseres Wiedersehens.
Der erste Cappuccino seit Wochen
mit dir in unserem Lieblingscafé.

Das Highlight der Woche.

Wir nehmen den Moment intensiv wahr,
schätzen plötzlich das Alltägliche
mit allen Sinnen: den Duft des Kaffees,
das Herz aus Milchschaum,

den cremigen Geschmack.

Der erste Schluck.

Ein kleines Glücksgefühl.
Mit dir.



**GENUSS
VERBINDET.**



Dallmayr

I.O

gastronomie@dallmayr.at