



# HOTEL & DESIGN

[www.hotel-und-design.at](http://www.hotel-und-design.at)

Nr. 2 | April/Mai 2021

HOTEL & DESIGN | Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie | € 6,- | Peter A. de Cillia, Rainergasse 16/2, 1040 Wien | Österreichische Post AG | 2020/2006 M | Retouren an PF 355, 1008 Wien

BETTEN & MATRATZEN  
Traumhafter  
Schlafgenuss

SAUBERKEIT & HYGIENE  
Das Wohl der  
Gäste im Fokus

NACHWUCHS-HOTELIERS  
Generations-  
wechsel

**NESPRESSO**<sup>®</sup>  
PROFESSIONAL

# EINFACHHEIT LIEGT IM DETAIL.

Erleben Sie eine schnelle Zubereitung  
durch das intuitive Touchdisplay.

**NESPRESSO MOMENTO**  
FÜR INSPIRIERENDE KAFFEEMOMENTE

 [www.nespresso.com/pro](http://www.nespresso.com/pro)

 0810 981 981 (zum Ortstarif)

*what else?*





## Verehrte Leserschaft!

Noch ist der Irrsinn rund um Corona nicht vorbei, noch können wir nicht einen normaleren Alltag, einen Alltag wie er einmal war, genießen. Das Virus mit all seinen Mutationen ist hartnäckig. Neben persönlichen Befindlichkeiten, Beschränkungen und viel Leid der ursächlich Betroffenen sind nicht nur die Politik, die Menschen, sondern auch die Wirtschaft besonders gefordert.

Über das Krisenmanagement der Politik

wurde schon überall viel geschrieben, daher an dieser Stelle nur ein paar Gedanken. Kritisieren ist immer leicht, handeln und entscheiden umso schwieriger, zumal alle Politiker verlernt haben, etwas „durchzuziehen“. Sie schauen viel zu sehr auf die Wähler und deren möglichen Befindlichkeiten und nicht auf Experten, die einzig und alleine nach Faktenlage agieren. Die alles entscheidende Impfkampagne kommt jetzt endlich langsam, aber doch in die Gänge und die Hoffnung, dass die Branche im Mai doch endlich wieder aufgesperrt werden kann, ist mit Stand Mitte April groß. An die dummdreisten Corona-leugner nur einen Satz: Ihr solltet zumindest 1 Woche lang in einer der Intensivstationen Hilfsdienst machen müssen, vielleicht entweicht dann dort eure anhaltende Dummheit.

Nach der Öffnung wird es schnell wieder bergauf gehen, natürlich kann man die harten Monate ohne Einkommen nicht wiedergutmachen, aber schon jetzt demonstrierten viele sehr Erfolgreiche, dass mit Einfallsreichtum, Umdenken und Visionen auch in der Krise ein Weiterkommen möglich ist. Ich denke dabei nur an die vielen tollen, neuen „Takeaway-Ideen“, die nicht nur von kleinen Wirtshäusern, sondern auch von großen Gastrobetrieben ins Leben gerufen wurden. Natürlich sind Hotels bei diesen Überlegungen eher ausgenommen, aber dort wurde die Zeit mit viel Nachdenken, Umdenken und auch – man möchte es nicht für möglich halten – auch für Um- und Neubauten genutzt. Lesen Sie bei uns mehr darüber, auch über ein interessantes „Round-Table-Gespräch“ rund um das Thema Hygiene, über unterschiedliche Schlafkonzepte oder auch über genussvolle Neuigkeiten in der Getränkeszene.

Wir alle sehnen uns endlich wieder danach, im Gastgarten sitzen zu können und das neue, alte Leben genießen zu dürfen. Es ist bald soweit ... In diesem Sinne

Peter A. de Cillia  
Chefredakteur



new

PRODUKTE  
& WEBSEITE

NU finishes

Für das Neueste über unsere farblich abgestimmten Oberflächen besuchen Sie bitte unsere Webseite.

Seien Sie unser Gast

**ALISEO** GmbH  
G E R M A N Y



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



H&D H&D INFORMIERT

Editorial ..... SEITE 3  
 News ..... SEITE 6  
 Buchtipps ..... SEITE 66  
 Vorschau, Impressum ..... SEITE 67

H&D BETTEN & CO

Wie man sich bettet ..... SEITE 13  
 Schlafsysteme & Textilien für Bett & Bad ..... SEITE 14  
 Punktelastisch und natürlich gebettet ... SEITE 16  
 Boxspringbetten-Spezialist ..... SEITE 18  
 Traumhafter Schlafgenuss ..... SEITE 20  
 Kissen „Made in Austria“ ..... SEITE 21



H&D FOKUS

Vermittlungsplattformen für Chalets .... SEITE 22  
 Einkaufstipps ..... SEITE 23  
 Nachwuchs-Hoteliers ..... SEITE 34  
 Fachartikel: Hotel-Führungskraft der Zukunft 37  
 New Design University: Alpenvereins­hütten® 40  
 Outdoor: Die Zeit ist reif ..... SEITE 60

H&D HOTELS & GASTRONOMIE

Hotel Moar Gut im Großarlal<sup>①</sup> ..... SEITE 9  
 Naturhotel Forst­hofgut in Leogang<sup>②</sup> .... SEITE 24  
 Hotel Weiden in Schladming<sup>③</sup> ..... SEITE 38  
 Gösserhalle<sup>④</sup> ..... SEITE 42  
 Y Mini Bar der Dots Group, Wien<sup>⑤</sup> ..... SEITE 58  
 Wellnesshotel Weinegg, Südtirol<sup>⑥</sup> ..... SEITE 62  
 Luxus-Resorts der Coco Collection<sup>⑦</sup> .... SEITE 64

H&D HYGIENE

Das Wohl der Gäste im Fokus ..... SEITE 26  
 Der Faktor Hygiene ..... SEITE 28  
 Badarchitektur der Extraklasse ..... SEITE 32

H&D FOOD & DESIGN

Für Genießer & Feinschmecker ..... SEITE 44  
 Wiberg Genusswelt: Dip dich glücklich .. SEITE 45  
 The Food Revolution ..... SEITE 46  
 Tischkultur – Highlights für den Frühling SEITE 48  
 Bio-Sekt aus Österreich<sup>®</sup> ..... SEITE 50  
 Lasst den Sommer ins Glas ..... SEITE 52  
 Hendrick's Limited Edition Lunar ..... SEITE 54  
 Präzisionskaffeefullautomaten ..... SEITE 56



## GEMÜSEPOWER BUNT UND KÖSTLICH

Die neuen WIBERG Essig-Gemüsevarianten **AcetoPlus Karotte** und **AcetoPlus Paprika** bringen Farbe sowie ein feines, fruchtig-prickelndes Säureerlebnis auf die Teller. Im Handumdrehen entstehen herrliche Vinaigrettes, Dressings, Marinaden und Emulsionen – natürlich nicht nur zum Verfeinern von Salaten!

NEU





© Nick Knight

## Die Kraft der kreativen Freiheit

Eine Kraft, die uns neue Horizonte eröffnet und uns voranbringt. Daraus entstand die Idee einer Kollaboration zwischen Lady Gaga und Dom Pérignon. Ab 6. April lädt Dom Pérignon ein, ein neues Universum zu betreten, die Welt zweier ikonischer Schöpfer. Und das Ergebnis der Kooperation zu bestaunen: eine Werbekampagne, Flaschen in limitierter Auflage und eine von Lady Gaga entworfene Skulptur.

## Neues Genuss-Atelier

Die neue Flagship Boutique unter dem Namen Nespresso Atelier Wien setzt auf ein einzigartiges Design-Konzept und ein umfangreiches Einkaufserlebnis, wo Kaffee-Expertise und das Kundenservice im Fokus stehen. Auf zwei Stockwerken lädt das Atelier im ersten Bezirk dazu ein, die Welt von Kaffee und Nespresso mit allen Sinnen zu entdecken.

*V.l.: Klaus Slamanig (B2C Commercial Director Nespresso Österreich), Nina Ganahl (Marketing Director Nespresso Österreich), Alessandro Piccinini (Geschäftsführer Nespresso Österreich)*



© Lupa Spinnma

## Zurück zur Natur

Der Frühling ist da und mit ihm die neue Trachtenkollektion von Lena Hoschek Tradition. Verspielt, romantisch und blumig präsentiert sich das Dirndl'wand der aktuellen Frühjahrs-/ Sommerkollektion. Besonders die floralen Muster spiegeln einmal mehr Lena Hoscheks Liebe zur Natur wider und versetzen die Trägerin durch frische Farbakzente und raffinierte Handstickereien in frühlommerliche Vorfreude.

## Bester Hotel-Ausbildungsbetrieb

Wer jemals den Service eines Luxushotels erlebt hat, weiß wie viele gut ausgebildete Mitarbeiter es braucht, um den Aufenthalt für jeden Gast perfekt zu gestalten. Das 5-Sterne-Hotel Kempinski Hotel Berchtesgaden gehört mit 30 Auszubildenden zu einem der großen Ausbildungsbetriebe im Landkreis. Das Hotel wurde am 27. März 2021 von der Studie „Deutschlands beste Ausbildungsbetriebe“ mit dem ersten Platz als bester Ausbildungsbetriebs Deutschlands in der Hotellerie ausgezeichnet.





## Top-Hotellerie ist bereit

Erfreut zeigt sich Dr. Markus Gratzner, Generalsekretär der ÖHV, über die Ankündigung des Gesundheitsministeriums Betriebe mit Phase drei des Impfplans ab Mitte Mai miteinzubeziehen: „Viele unsere Mitglieder haben schon von Anfang an gesagt, dass sie sofort bereit wären für Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter und deren Angehörige eigene Impfstraßen einzurichten.“ Speziell in abgelegenen Regionen, aber auch Städten könnten die Häuser so die bestehende Infrastruktur entlasten und erweitern. Als positiven Nebeneffekt sieht Gratzner darin die Impulse für den Standort: „Sicherheit und Vertrauen ist die neue Währung im Tourismus. Damit konnten wir in Österreich schon immer punkten. Jetzt können wir noch einen draufsetzen.“

## Ausgezeichnete Innovationskraft

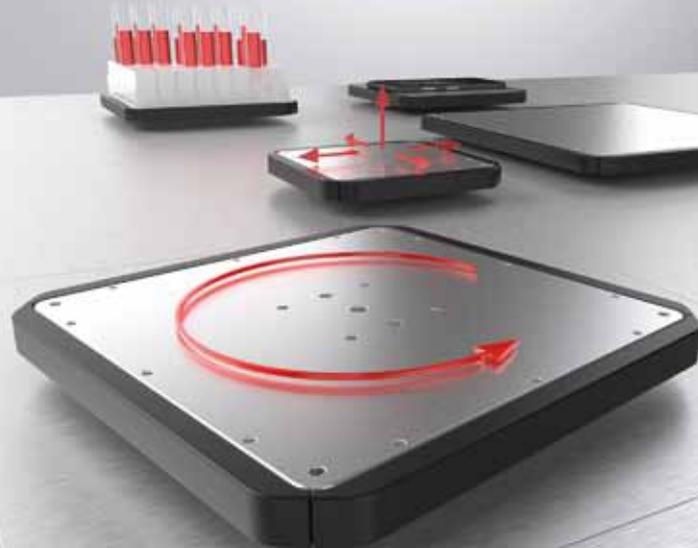
Grohe, eine der führenden globalen Marken für ganzheitliche Badlösungen und Küchenarmaturen sowie Teil des internationalen Markenportfolios der Lixil Corporation, hat sich zum dritten Mal als eines der innovationsstärksten Unternehmen im deutschen Mittelstand behaupten können. Im Rahmen des jährlichen Wettbewerbs „TOP 100“ im Auftrag von compamedia wird das Erneuerungspotential großer mittelständischer Unternehmen nach wissenschaftlichen Kriterien bestimmt. Grohe überzeugte die Jury bereits zum dritten Mal in der Kategorie „Innovationsklima“, bei der die Unternehmenskultur analysiert wurde.

*Thomas Fuhr (links), Leader Fittings Lixil International and Co-CEO Grohe AG, freut sich mit Torsten Meier, Leader Research and Development Fittings, Lixil International, über die erneute Top 100-Auszeichnung.*



# XPlanar®: Schwebend, kontaktlos, intelligent!

Freie 2D-Produktbewegung mit bis zu 6 Freiheitsgraden



	Schwebende Planarmover		Kippen um bis zu 5°
	Skalierbare Nutzlast		Heben um bis zu 5 mm
	360° Rotation		Dynamisch mit bis zu 2 m/s



[www.beckhoff.com/xplanar](http://www.beckhoff.com/xplanar)

XPlanar eröffnet neue Freiheitsgrade im Produkthandling: Frei schwebende Planarmover bewegen sich über individuell angeordneten Planarkacheln auf beliebig programmierbaren Fahrwegen.

- Individueller 2D-Transport mit bis zu 2 m/s
- Bearbeitung mit bis zu 6 Freiheitsgraden
- Transport und Bearbeitung in einem System
- Verschleißfrei, hygienisch und leicht zu reinigen
- Beliebiger Systemaufbau durch freie Anordnung der Planarkacheln
- Multi-Mover-Control für paralleles und individuelles Produkthandling
- Voll integriert in das leistungsfähige PC-basierte Beckhoff-Steuerungssystem (TwinCAT, PLC IEC 61131, Motion, Measurement, Machine Learning, Vision, Communication, HMI)
- Branchenübergreifend einsetzbar: Montage, Lebensmittel, Pharma, Labor, Entertainment, ...



## 40-Jahr-Jubiläum

Baduscho hat zahlreiche Bädertrends über die Jahre hinweg nicht nur begleitet, sondern geprägt. Josef Pichler, Geschäftsführer: „Als österreichisches Unternehmen bieten wir seit 40 Jahren innovative und funktionelle Dusch-Architektur in höchster Qualität, Regionalität und Verlässlichkeit. Das heißt für unsere Partner, dass wir sie mit unserer 40-jährigen Expertise in allen Planungs- und Montagefragen unterstützen.“



## Residenzen in Südfrankreich

Das LUX\* La Baraquette Resort & Residences eröffnet 2023 in der Hafenstadt Marseillan. Die gemischt genutzte Anlage bietet neben 84 Suiten insgesamt 167 auf dem Anwesen verteilte zum Kauf stehende Residenzen – darunter 133 stilvolle Apartments mit Studios bis zu vier Schlafzimmern, 30 mediterrane Terrassenvillen sowie vier spektakuläre Villen am Wasser, die alle über einen privaten Pool verfügen.



## Sonne & Strand

Am 1. April 2021 eröffnete das neue Steigenberger Resort Ras Soma an der Ostküste Ägyptens, 55 Kilometer südlich von Hurghada. Direkt am Meer erwartet das 5-Sterne-Hotel seine Gäste mit 409 hochwertig ausgestatteten Zimmer und Suiten sowie drei Royal Suiten mit eigenem Swim-up-Pool. Vier großzügige Villen garantieren mit zwei bis drei Schlafzimmern, voll ausgestatteter Küche und privatem Swimmingpool einen luxuriösen Aufenthalt direkt am Strand. Kulinarisch versorgen fünf Restaurants und vier Bars die Gäste mit Spezialitäten aus aller Welt, ein Spa rundet das Wohlfühlkonzept ab.

## Neue Hotel-Erlebnisse

Während Reisende weltweit davon träumen wieder in den Urlaub zu entfliehen, expandiert Marriott Bonvoy, das außergewöhnliche Portfolio von Marriott International mit 30 Marken, in einige der begehrtesten Urlaubsdestinationen in Europa und den Vereinigten Arabischen Emiraten. Die Neueröffnungen für 2021 stillen die wachsende Sehnsucht von Reisenden nach neuen Abenteuern und bieten helle, geräumige Unterkünfte in bester Lage.

*Das neue Moxy Bergen bietet Ausblicke auf den Fjord.*



## Exklusive Restaurant-Kisten

Das Obsthaus Haller setzt sich in diesen schwierigen Zeiten für seine Gastronomie-Kunden ein und schnürt exklusive Restaurant-Kisten, die mit zwei Rezepten zum Nachkochen inspirieren. Mit dabei sind Vapiano, Ströck-Feierabend, Honu Tiki Bowls, Swing Kitchen, Das Bootshaus und Feuerdorf. Die Kisten sind für Privathaushalte ab 8. April im Obsthaus Online-Shop bestellbar und werden direkt an die Haustüre geliefert.





## Liebevoller Luxus für die ganze Familie

In der Tradition eines Familienhotels stehend, zählt das 5-Sterne-Hotel „Moar Gut“ im Großarlital zu den wohl besten Familien-Natur-Resorts Europas. Drei Generationen machen das Hotel zu einem „Mehr“ an Gastfreundschaft. Nun erstrahlt das Resort unter Mithilfe der Tischlerei Huber im neuen Glanz. ➤





*Jene Betriebe, die in der Lage sind, diesen aufwendigen Weg zu gehen, kommen, wie wir überzeugt sind, auch gut durch die Krise. Was konkret sind jetzt die Neuerungen, die Sie zusammen mit Spitzen-Professionisten realisiert haben?*

Fam. Kendlbacher: Erstens sorgen jetzt 150.000 m<sup>2</sup> Resortfläche für noch mehr Platz und Sicherheit. Es wurde ein neuer Kindergarten ohne Kunststoffe geschaffen, ein Secorestaurant

Eine Partnerschaft auf höchstem Niveau – so könnte man die Zusammenarbeit zwischen der Eigentümerfamilie Kendlbacher und der Tischlerei Huber beschreiben. Nach nur 9 Monaten des Umbaus erstrahlt das Resort in neuem Glanz und wird ganz sicher wieder als zukunftsweisend angesehen werden. Was bei einer idealen Partnerschaft von Kunde und Handwerksbetrieb alles möglich ist, wenn beide den Anspruch haben, beste Qualität und Innovationen zu verwirklichen, zeigt HOTEL&DESIGN in einem Hintergrundgespräch auf.



inklusive Bar, Ess- und Kaffeebereich, ein Wellnessbereich inklusive diverser Ruheräume und einem Only-Adult-Bereich, weiters kamen neue Hochgartl Suiten dazu, ein neues Fitnessgebäude, ein Bürozubau inklusive einer neuen Rezeption und Lobby und eine Tiefgarage sowie eine Reithalle runden die Neuerungen ab. Auf diese Weise, unter Berücksichtigung der Ressourcenschonung und rücksichtsvollem Umgang mit unserer wertvollen Natur, sind neue Bereiche für Kinder und für die Eltern entstanden, welche das „Moar Gut“ zu dem perfekten Ort für liebevoll gelebten Luxus machen.

*Ihr Hotel lief immer schon hervorragend. Was waren die Gründe und Ziele Ihres Umbaus gerade in der schwierigen Corona-Zeit?*

Fam. Kendlbacher: Gerade in Zeiten wie diesen ist „Flagge zeigen“ angesagt. Wir wollen auch jetzt unseren Kunden aus Österreich und all jenen, die in naher Zukunft wieder aus dem Ausland zu uns kommen dürfen, ein Optimum an Sicherheit, Komfort und Luxus anbieten. Da darf man nicht auf Altbewährtem stehen bleiben, sondern es müssen immer wieder neue Akzente gesetzt werden, um den hohen Ansprüchen unserer Gäste gerecht zu werden.





Renovierung und Einrichtung von Hotels an. Hier ist auch eine gewisse Größe des Tischlereibetriebs und die technische Ausstattung mit modernsten Maschinen Voraussetzung, dass der Auftrag überhaupt ausgeführt werden kann.

*Welche konkreten Arbeiten haben Sie im Moar Gut nun tatsächlich geleistet?*

Aichhorn: Zusätzlich der schon von Familie Kendlbacher eingangs erwähnten Neuerungen, zeichnen wir auch für den Jugendraum, für sämtliche Außenmöbel auf der Terrasse und den Balkonen, für die Couchen, Vorhänge, Polsterungen, ganze

*Ein deutlicher Schwerpunkt liegt, wie wir eindrucksvoll sehen können, im Bereich der Tischlerarbeiten. Was waren hier die Gründe für Ihre Entscheidung für die Tischlerei Huber in Hüttschlag?*

Fam. Kendlbacher: Wir haben uns für die Tischlerei Huber entschieden, weil es in Österreich wenige Tischlereibetriebe gibt, die unseren Vorstellungen von Qualität, Termintreue und einem sehr guten Preis-/Leistungsverhältnis entsprechen. Dazu kommt die enorme Erfahrung des Huber-Teams und die langjährige Zusammenarbeit. Der Betrieb hat sich da im Laufe seines über 130-jährigen Bestehens auch international einen guten Namen gemacht.



Bestuhlung, Wellnessliegen, Plissees, Teppiche, für die gesamte Holzverkleidungen innen, also die Wände und Decken sowie für sämtliche Möbel innen, also für Tische, Bänke, Türen und Böden in den Schlafzimmern, Bädern, Wohnbereichen und Küchen, außer im Fitnessbereich, verantwortlich.

*Geben Sie uns bitte noch einen kurzen Überblick über Ihr Unternehmen und einen Ausblick in die Zukunft Ihrer Manufaktur.*

Aichhorn: In Hüttschlag/Großarlal, wo einst ein Pionier des Tischlereihandwerks seine ersten Spuren verdiente, steht heute ein hochmodernes Unternehmen mit 30 – zum Großteil

*Also, Herr Aichhorn, das sind ja Lobesworte eines Bauherrn. Können Sie uns etwas über Ihre Tischlerei sagen, vor allem was Sie für derart große Aufträge auch auszeichnet.*

Aichhorn: Erst einmal möchte ich mich auch an dieser Stelle bei Herrn und Frau Kendlbacher für den Auftrag und all ihren Mitarbeitern für die gute Zusammenarbeit während der Umbauarbeiten sehr herzlich bedanken. Bei so einem großen Vorhaben – es wurde ja sehr viel Holz verbaut – da muss die Zusammenarbeit mit dem Kunden reibungslos funktionieren, damit auch alle Termine pünktlich eingehalten werden können. Und dann kommt es natürlich auf das Know-how der Tischlerei bei der





Elisabeth und Josef Kendlbacher leben und lieben, mit ihren vier Kindern und Seniorchef Opa Ferd Prommegger, die Philosophie „Liebevoller Luxus für anspruchsvolle Familien“.

langjährigen – Mitarbeiter\*innen. Seit acht Jahren leite ich als langjähriger leitender Mitarbeiter die Geschäfte als Inhaber des inzwischen zum Komplettanbieter aufgestiegenen Betriebs. Schon vor mehr als einem Jahrzehnt formte Huber den ursprünglichen Tischlereibetrieb um: „Alles unter einem Dach“ war und ist bis heute unsere gültige Devise. Huber Kunden mussten nicht mehr länger von einem zum anderen Professionisten wandern und überall wieder mit dem Aussuchen und Abstimmen der einzelnen Einrichtungsgegenstände und Materialien beginnen. All das geschieht seit langem bei uns. Dem Kunden stehen dabei

bestens ausgebildete Experten zur Seite. Egal ob es sich um einen Neubau, Ausbau oder Umbau handelt – das Huber Expertenteam überzeugt als erfahrener und kompetenter Partner für die komplette Innenraumausstattung. Dazu gehört auch die große Auswahl von In-/Outdoor-Stoffen, Vorhängen und Polstermöbeln.

Hotelsuiten, Restaurants oder gemütliche Schihütten im Pongau waren und sind das „naheliegende“ Betätigungsfeld von uns. Inzwischen arbeiten wir für die Gastronomie- und Hotellerie sowie auf dem privaten Sektor in ganz Österreich. Was heute bei Kunden zählt, ist nicht nur höchste Qualität, sondern auch die rasche Herstellung der Betriebseinrichtungen. Mit der neuen 5-Achs CNC-Maschine ist der Huber Vorzeigebetrieb mit seinem bestehenden Maschinenpark nun auch in punkto Schnelligkeit unschlagbar. Für die nahe Zukunft ist auch eine noch engere Zusammenarbeit mit der Tischlerei Fleissner im Pongau geplant, um die starke Nachfrage in unserem Bereich noch besser bewältigen zu können. Trotz der Pandemie wurde bei der Tischlerei fleißig weitergearbeitet, um so die zeitgerechte Fertigstellung der verschiedenen Projekte zu garantieren.

*Wir danken für das ausführliche Gespräch!*

## Fazit

Einmal mehr wird hier wieder bestätigt, dass Bauherr und ein ausführender Fachbetrieb, so beide auf Augenhöhe zusammenarbeiten, etwas Tolles in kurzer Zeit schaffen können. Das „Moar Gut“ gilt durchaus als bestens gelungener Vorzeigebetrieb seiner Art. Dieses Investment noch dazu in dieser Zeit zu tätigen, demonstriert Weitsicht des Bauherren und kommt schließlich nicht nur der Wirtschaft, sondern auch den bald wiederkehrenden Gästen zugute.



Firmenchef Christoph Aichhorn  
[www.tischlerei-huber.at](http://www.tischlerei-huber.at)



# WIE MAN SICH BETTET ...

Guter Schlaf beginnt beim richtigen Kissen. Lesen Sie mehr über HEFEL Kissen auf Seite 21. Alle HEFEL Kissen, Bettdecken und Unterbetten sind zu 100 % „Made in Austria“.



## Für den Gast nur das Beste

Als Marktführer im deutschsprachigen Hotelmarkt begeistert FBF bed&more (Fränkische Bettwarenfabrik GmbH) seit Jahrzehnten seine Kunden mit Schlafsystemen und Textilien rund um Bett und Bad.

Nicht umsonst vertrauen mehr als 30.000 Kunden aus der nationalen und internationalen Hotellerie auf die langjährige Erfahrung des deutschen Komplettanbieters. Als Ergänzung zu den bewährten Bettssystemen wurden speziell für den Hotelbedarf das Schlafsofa Riva und das Etagensofa Meran entwickelt.

### Funktionalität

Das Schlafsofa Riva ist funktional und komfortabel und lässt sich durch das sogenannte „Rapid- System“ spielend leicht aus- und einklappen. Es ist mit verschiedenen Liegeflächen (von ca. 075 x 190 cm – 160 x 200 cm) und Armlehnen in vier verschiedenen Breiten erhältlich. Die große Auswahl an Bezugstoffen bietet zahlreiche Kombinationsmöglichkeiten. Diese können bei Verschmutzung oder Beschädigung mittels Klettband abgenommen und gereinigt werden. Eine hochwertige Kaltschaummatratze auf einem soliden und langlebigen Unterbau sorgt dabei für einen guten Schlaf.



### Stylish

Platzsparend, funktional und komfortabel ist das Etagensofa Meran, ein robustes und zugleich stylisches Sofa, mit dem man auf engem Raum bei Bedarf im Handumdrehen zwei vollwertige Schlafplätze schaffen kann. Mit der großen Auswahl an Bezugstoffen hat man außerdem zahlreiche Kombinationsmöglichkeiten.

Das Sofabett lässt sich mittels eines einzigartigen Transformationssystems in wenigen Minuten in zwei bequeme, übereinanderliegende Betten umwandeln. Das obere Bett kann mühelos unter Zuhilfenahme des Liftsystems hochgehoben und sicher arretiert werden, anschließend lässt sich das untere Bett einfach herausziehen.

### Solide & langlebig

Die in den Rahmen eingebaute Leiter und das Seitenschutzgeländer versenken sich bei der Nutzung als Couch zwischen den Betten. Für einen guten Schlaf sorgen die beiden hochwertigen 14 cm starken Kaltschaummatratzen auf einem soliden und langlebigen Unterbau.



FBF bed&more

[www.fbf-bedandmore.de](http://www.fbf-bedandmore.de)

Designed for your hotel, created for your guests.

# Schlafsysteme – Perfekt für Ihre Gäste!



Boxspringbetten  
Matratzen  
Bettwaren  
Bettwäsche  
Frottierwaren



**Fränkische  
Bettwarenfabrik GmbH**

T +43 810 008281

[office@fbf-salzburg.at](mailto:office@fbf-salzburg.at)

[www.fbf-bedandmore.de](http://www.fbf-bedandmore.de)



# Punktelastisch und natürlich gebettet

Matratzen und Schlafsysteme für erholsame Nächte. Guter Schlaf ist die Basis für ein vitales, gesundes Leben. Dazu gehört auch eine hochwertige Matratze.

Menschen, die leicht schwitzen und gern etwas kühler schlafen möchten, sind mit einer Taschenfederkernmatratze gut beraten. Dank des speziellen Aufbaus ihres Matratzenkerns bietet sie eine hohe Luftdurchlässigkeit und Querbelüftung. Auf diese Weise gewährleistet sie eine sehr gute Feuchtigkeitsregulierung und Atmungsaktivität bei ausgezeichneter Stützwirkung. Wer hingegen nachts leicht friert, wird sich auf einer Kaltschaummatratze wohlfühlen. Mit ihrer offenporigen Materialstruktur begeistert sie mit besonderer Atmungsaktivität, transportiert Feuchtigkeit schnell ab und hält angenehm warm. Ein weiterer Vorteil: Sie zeigt ein geringeres Nachschwingverhalten beim Umdrehen in der Nacht und unterstützt ruhiges Liegen. Allergiker und Naturfreunde finden indes im Bereich der Naturlatex-Matratzen ihren Favoriten. Die hochwertigen Matratzenkerne aus Naturlatex bestehen zu 100 Prozent aus nachwachsenden Rohstoffen. Gleichzeitig sorgen Millionen miteinander verbundener, kleiner Luftbläschen für eine natürliche Feuchtigkeitsregulierung. Aber auch die Härtegrade sind relevant. So bestimmt die Festigkeit maßgeblich das persönliche Liegegefühl und gehört zu den wichtigen Kriterien beim Matratzenkauf.

## Qualität als Komfort-Kompass

Wer individuelle Qualität und anspruchsvolle Produkte wünscht, sollte einen Blick auf das Angebot der Betten- und Matratzenhersteller aus Österreich legen. Sie verbinden Handwerk mit erlesenen Materialien und ergonomischen Feinheiten zu traumhaften Begleitern in der Nacht. Je höher der Komfort ist, desto flexibler passen sie sich an die Vorgaben des Schlafers an. Auch das große Angebot an zahlreichen Härtegraden, Höhen und Größen unterstreicht die Expertise der Manufakturen.

Ob Federkern-, Kaltschaummatratzen oder Komfortschaummodelle – verschiedene Ausführungen erfüllen nahezu alle persönlichen Bedürfnisse. Denn die Spezialisten aus Österreich haben sich auf besondere Wohlfühl-Faktoren spezialisiert und exklusive Neuheiten rund um den erholsamen und gesunden Schlaf entwickelt. So gewährleistet zum Beispiel die Kombination aus offenporigem Kaltschaum und im Matratzenkern eingebetteten Airogel®-Zellen eine permanente Durchlüftung während der Nacht. Gleichzeitig wird der intensive Schlaf mit wohltuender Druckentlastung und angenehmer Körperstützung gefördert.

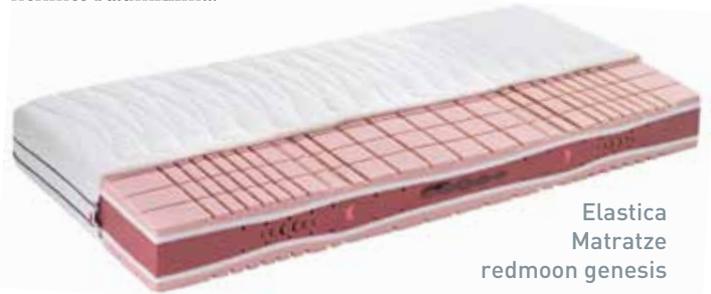


JOKA  
Matratze  
Zirbe/Stroh

gefertigten „grünen Bett“: Dank eines stimmigen Zusammenspiels von Matratze, Lattenrost und natürlichen Werkstoffen entsteht eine individuelle Wohlfühl-Atmosphäre, die den Menschen zur Ruhe kommen lässt. Perfekt aufeinander abgestimmt entlastet das Schlafsystem den Körper und sorgt außerdem für ein angenehmes Raumklima.

### Boxspring-Luxus

Im Trend liegen außerdem die beliebten Boxspring-Betten. Sie bestehen aus mehreren Komponenten und werden exakt auf den Schläfer abgestimmt. Der vielschichtige Aufbau aus einem gefederten Untergestell, einer hochwertigen Matratze und einem Topper macht es möglich. Ob innovative und hochelastische Kunststofffederkerne oder Varianten, die mit einem Lattenrost



Elastica  
Matratze  
redmoon genesis

### Perfekte Sleep-Life-Balance

„Made in Austria“ steht für innovative und nachhaltige Trends: So sorgte kürzlich eine zu 100 Prozent klimaneutrale Matratze, deren CO<sub>2</sub>-Footprint von einem unabhängigen Prüfinstitut ermittelt und zertifiziert wurde, international für Schlagzeilen. Denn die Unternehmen aus Österreich haben bei der Entwicklung ihrer Produkte stets den Menschen und die Natur im Blick. Ein Argument, das insbesondere bei der Wahl des Schlafsystems und der Matratzen an Bedeutung gewinnt. So spielen die hohe Qualität und sorgfältige Auswahl der Materialien vor allem bei der Entscheidung für Produkte, mit denen wir hautnah in Berührung kommen, eine entscheidende Rolle.



ADA  
Matratze  
AIROGEL KS 220

unterfedert und Schaumstoff ummantelt sind – die modernen Boxspring-Systeme begeistern mit dynamischen Federeigenschaften bei optimaler Rückstellkraft. Neben der hohen Qualität liegt der Möbelindustrie in Österreich aber auch die Umwelt am Herzen: FCKW-freie Kaltschäume, nach Öko-Tex 100 zertifizierte Stoffe und lösemittelfreie Verklebungen auf Wasserbasis werten die Traumstätte spürbar auf. Bis hin zum konsequent ökologisch



SEDDA Matratze Kingline

100 Jahre JOKA,  
100 Jahre Gemütlichkeit.

100 Jahre JOKA  
1921 - 2021

**Joka**  
WOHNEN MIT CHARME

*Das wird schön!*

[www.joka.at/100-jahre](http://www.joka.at/100-jahre)



Bei JOKA finden Sie nicht nur das traditionelle Boxspringbett mit Federkern oder Taschenfederkern – JOKA hat außerdem metallfreie Boxspringbetten entwickelt.

## JOKA – der Spezialist in Sachen Boxspringbett



Grundlage dabei ist das patentierte JOKA FlexiNET® System, welches aus handgeflochtenen Kaltschaumstegen besteht. Durch diese Verflechtung ist nicht nur optimale Durchlüftung sichergestellt, sondern auch perfekte Anpassung durch die hohe Punktelastizität gewährleistet.

### „MATTINA“

Dieses Boxspringbett besticht durch seine „Leichtfüßigkeit“, die formschönen Fußvarianten können entweder in Nuss, Eiche oder Buche gewählt werden bzw. stehen elegante schwarze Metallfüße zur Verfügung. Wie bei JOKA üblich, ist das Innenleben des Boxspring-Unterbettes in Federkern, Tonnentaschenfederkern oder FlexiNet® erhältlich und kann so mit der

ausgewählten Matratze perfekt abgestimmt werden. Durch das FlexiNet®-System, das aus handverflochtenen Kaltschaumstegen hergestellt wird, kann das Boxspringbett als metallfreie Variante gewählt werden.

## „ARTE“

Bei der Entwicklung der Boxspring-Bettenserie „Arte“ wurden von JOKA komplett neue Maßstäbe angesetzt. Ein weiches Kopfhaupt, das aus losen Kissen mit wahlweise waschbaren Überzügen besteht, überzeugt durch seine Anschmiegsamkeit und seinen Variantenreichtum.

## „PIAZZA“

Das Boxspringbett „Piazza“ bringt noble Eleganz in jedes Schlafzimmer, der sensationelle Liegekomfort übertrifft höchste Ansprüche.

Das formschöne Kopfhaupt mit moderner, quadratischer Steppung macht das Bett zu einem wahren Blickfang. Die zusammenlaufende Form eines jeden Elementes und die Tiefheftung verleihen dem imposanten Kopfhaupt eine einzigartige Tiefenwirkung mit 3D-Effekt. In Kombination mit einfarbigen Stoffen entsteht so ein Spielraum für verschiedenste Gestaltungsmöglichkeiten. „Piazza“ ist in zahlreichen Breiten erhältlich. In die Konzeption von „Piazza“ ist all das Können und jahrzehntelanges Know-how von JOKA eingeflossen und überzeugt dadurch sowohl in der Hotellerie als auch bei Ihnen zu Hause in Ihrem Schlafzimmer.

## „CAPRI“

Das Doppelbett Capri bringt gehobenen Lifestyle in das Schlafzimmer: Klassisches Design verbindet sich mit exquisitem Schlafkomfort. Das formschöne Kopfhaupt mit edler Steppung rundet das Gesamtbild ab.

Capri kann als Boxspring-Bett oder als Polsterbett mit Lattenrost gewählt werden: Beim Boxspring-Bett kann man aus drei Polsterungen (Federkern, Taschen-



federkern und FlexiNet®) wählen, beim Polsterbett mit Lattenrost stehen ein geräumiger Stauraum sowie Kopf- und Fußhochsteller zur Verfügung.

[www.joka.at](http://www.joka.at)





© Günter Staudl

DAS STEMP Wellnessresort, Büchlberg Bayerischer Wald



© Grotzer Willert

DAS EDELWEISS Salzburg Mountain Resort, Grossarl/Salzburg

## Traumhafter Schlafgenuss – mit Symphonic eine Selbstverständlichkeit

Ankommen, zurücklehnen und entspannen. Nach einem langen Tag soll das Hotel für den Gast wie ein zweites Zuhause sein. Ein stimmungsvolles Ambiente und ein harmonischer Einrichtungsstil sorgen für Wohlühlcharakter. Von der Rezeption bis zum Hotelzimmer und Restaurant sorgt SYMPHONIC für höchsten Komfort in der Hotelausstattung und verleiht jedem Raum eine persönliche Note. 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.

### Komfort & Funktion

Für das Wohlbefinden Ihrer Gäste spielt ein erholsamer Schlaf im Hotel eine bedeutende Rolle. Neben der perfekten visuellen Gestaltung legt der renommierte Objektausstatter SYMPHONIC immer auch einen Fokus auf hohen Komfort und smarte Funktionen: Luxuskomfort beim Schlafen ist zum Beispiel durch Boxspringbetten garantiert, durch deren hochwertigen Schichtaufbau mit Boxspringuntergestell und Matratze das Ober- und das Unterbett optimal belüftet werden.

Die Boxspringbetten von SYMPHONIC bestechen aber nicht nur mit erstklassigem Komfort, sondern auch mit einer enormen Gestaltungsvielfalt. Durch die Auswahl der einzelnen Komponenten, des Härtegrades und der Optik lässt sich die Schlafoase perfekt an die persönlichen Bedürfnisse und räumlichen Gegebenheiten anpassen. Erhöhte Bettseiten verschaffen der Matratze einen optimalen Halt, womit ein Verrutschen der Matratze verhindert wird. Verschiedene Matratzen und Topper optimieren die Liegeeigenschaften und verwöhnen durch eine ideale Druckverteilung mit einer ausgezeichneten Körperzonenfeinanpassung.

### Individualität

Vom Kopfhaupt über den Bettkasten bis 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. Verschiedene Stoffe und Farben sowie individuelle Steppungen von Caro über Buttoned bis hin zu Diamond bieten einen umfangreichen Gestaltungsspielraum.

[www.symphonic.at](http://www.symphonic.at)



ROSENALP Gesundheitsresort & SPA, Oberstaufen/Allgäu



© Christian Wockinger

HOTEL PENZINGHOF, Oberndorf/Tirol

# Erholsamer Urlaub – in diesem Sommer

Die Sehnsucht ist riesengroß. Nach Tapetenwechsel, nach Auszeit vom anstrengenden Alltag, nach ein paar Tagen Erholung. Österreichs Top-Hotellerie steht in den Startlöchern.

Mit einem „Kissen-Menü“ von HEFEL bieten Sie Ihren Gästen ein ganz persönliches Wohlfühlservice. Denn Erholung braucht guten Schlaf, und guter Schlaf beginnt beim richtigen Kissen. Erstklassige Qualität und höchster Schlafkomfort „Made in Austria“ machen HEFEL Kissen zu etwas ganz Besonderem. Und Sie machen Ihren Gast zum König!

## HEFEL-Tipp: Das Kissen-Menü „HEFEL Choice“

**HEFEL My Face:** Besonders beliebtes Beauty- und Anti-Falten-Kissen. Die doppelte Nierenform sorgt für freie Atmung und wenig Knautschzone beim Schlafen. Perfekt für Rücken- und Seitenschläfer.



**HEFEL Daune Mont Blanc:** Das federleichte 3-Kammer-Daunenkissen. Mit besonders weicher Bauschkraft und angenehmen Liegekomfort. Mit stabilem Kern aus 100 % reinen Federn, für angenehme Festigkeit und Stützkraft. RDS (Responsible Down Standard) zertifiziert.

**HEFEL Wellness Vitasan:** Die vegane Kissen-Alternative zur Daune. Und ein perfektes Kissen für Allergiker. Außergewöhnlich leicht und atmungsaktiv durch 4-Loch-Hohlfaser. Für beste Hygiene bei 60 °C waschbar und trocknergeeignet.

**HEFEL Softbausch Home:** Ein Kissen zum Reinkuscheln. Fein bauschig und weich, mit unkomplizierten Pflegeeigenschaften für höchste Hygiene. Bei 60 °C waschbar und trocknergeeignet.

**HEFEL Bio-Zirbe:** Das Beste aus der Natur: Aus 100 % Schafschurwolle (kbT) und mit echten Tiroler Zirbenflocken, in 100 % Organic Cotton Gewebe (kBA). Mit dem Duft und der Kraft der Zirbe lässt es sich auf diesem Kissen himmlisch träumen.

Diese Auswahl ist eine von vielen Möglichkeiten aus dem umfangreichen Kissenangebot von HEFEL. Alle HEFEL Kissen, Bettdecken und Unterbetten sind zu 100 % Made in Austria.

[www.hefel.com](http://www.hefel.com)



Chalets der AlpenParks Hagan Lodge Altaussee: 62 Ferienhäuser aus Holz im lokalen Ausseer Stil.

## Neue Plattform für Urlaube in Chalets und Lodges

In Österreich gibt es 230 touristisch genutzte Chaletdörfer. Das oberösterreichische Unternehmen thematica GmbH hat sich auf touristische Vermittlungsplattformen ohne Buchungsgebühren spezialisiert.

Rund 300 Chalet-, Lodge- und Hüttendörfer befinden sich im Suchverzeichnis. Voraussetzung für eine Aufnahme am Portal ist, dass die Dörfer touristisch professionell betrieben werden und eine entsprechende Wertschöpfung für die Region aufweisen. Aktuell betreut das Innviertler Unternehmen mit sieben Mitarbeitern und Mitarbeiterinnen elf Hotelplattformen für unterschiedliche Zielgruppen wie beispielsweise Familien, Hundebesitzer, Skisportler, Mountainbiker, Wellness-Genießer oder Allergiker. In Summe sind mehr als 15.000 Unternehmenseinheiten auf den Portalen gelistet. Alle haben eines gemeinsam: Bei der Vermittlung von Gästen fallen für die Unternehmenseinheiten keine Provisionen an. Das Geschäftsmodell von thematica

ist ausschließlich werbefinanziert und basiert auf Premium-Einträgen und zusätzlichen Marketingprodukten wie Newsletter. Jährlich verzeichnen die Hotelportale 1,5 Millionen Besucher sowie rund sechs Millionen Seitenaufrufe.

### Urlaube in Chalets

Stefan Spatzenegger, Redaktionsleiter von der Buchungsplattform: „Die Urlaubsform der Chalets hat zwischen den Lockdowns besonders floriert. Ein Chalet bietet im Vergleich zu einem Hotelzimmer viel mehr Privatraum. Oft verfügen Chalets über bis zu zehn Betten. So kann man einen gemeinsamen Urlaub mit der Familie oder mit Freunden in privater Atmosphäre verbringen.“ Beliebte sind größere Chalets auch für den gemeinsamen Urlaub mit Großeltern, Kindern und Enkeln. Zahlreiche Chalets sind exklusiv ausgestattet und verfügen auch über private Spas wie Sauna oder Whirlpool.

In den vergangenen Jahren sind im Alpenraum viele neue Chaletdörfer entstanden. Aktuell gibt es neue Projekte in Tamsweg im Salzburger Lungau, im kärntnerischen Baldramsdorf bei der Goldeck Talstation aber auch in Bayern wie beispielsweise im fränkischen Gunzenhausen. „Chaletdörfer werden oftmals auch kritisch gesehen“, weiß Spatzenegger. „Ein Chaletdorf sollte daher auch daran gemessen werden, an wie vielen Tagen im Jahr es durch Urlauber belegt ist. Auf unserer Plattform geht es ausschließlich um gewerbliche Beherbergung. Also um Tourismus, der sich um Gäste bemüht und nicht um die Verwaltung von Zweitwohnsitzen.“

[www.chaletdorf.info](http://www.chaletdorf.info)

**Im Franzerl am Weissensee kann man im eigenen Ferienhaus Wellness privat genießen. Unter dem Dach, im obersten Stockwerk, befindet sich die Sauna mit Blick auf den See.**



# EINKAUFSTIPPS

Ausgewählte Qualitätsprodukte unserer Partner

Hotel & Design bietet in Zusammenarbeit mit dem Einkaufsführer hoeb eine exklusive Auswahl an Produkten und Leistungen namhafter Qualitätsfirmen für die Hotellerie & Gastronomie.

*Der hoeb Branchen Einkaufsführer... das ideale Service für Ihren Einkauf*

Mit dem hoeb online Einkaufsführer [www.hoeb.at](http://www.hoeb.at) steht Ihnen eine umfangreiche Einkaufsdatenbank zur Verfügung. Rund 3000 ausgewählte Branchenspezialisten präsentieren sich mit Kontaktdaten und unterschiedlichen Infos zu Ihrem Unternehmen. Mit wenigen Klicks finden Sie ausgewählte Anbieter für Ihren Bedarf. Sie können sich einfach und schnell über die Firmen und deren Leistungen informieren und sofort in Kontakt treten. Die einfache Anfragemöglichkeit – auch an mehrere Firmen gleichzeitig spart Ihnen Zeit und Geld bei Ihren Einkaufsentscheidungen.

Das Service kann jeder Hotelier, Gastronom und Einkäufer kostenlos nutzen.



[www.hotel-und-design.at](http://www.hotel-und-design.at)

[www.hoeb.at](http://www.hoeb.at)

**PAY PER WASH:**  
Keine Investition. Null Risiko.



Winterhalter hilft Gastgebern in der Krise. Eine neue Spülmaschine muss her, doch der klassische Kauf ist jetzt nicht die ideale Lösung? Der Spülspezialist bietet sichere und planbare Finanzierungsmodelle. Mit PAY PER WASH bezahlen Sie nur, wenn die Maschine auch läuft: pro Spülgang, bei voller Flexibilität und Kostenkontrolle. Bezahlt wird ein exakt kalkulierter Preis digital und kontaktlos: all inclusive! Maschine, Körbe, Wasseraufbereitung, passende Spülchemie, eventuell anfallende Reparatur- und Wartungskosten, je nach Maschinengröße, ob Untertisch- oder Durchschubspülmaschine, je nach Ausstattung und Tarif: ab 21 Cent pro Spülgang, bei höchster Spülqualität und Hygienesicherheit.

**winterhalter®**

Winterhalter Gastronom  
Vertrieb- und Service GmbH  
A-5303 Thalgau  
Tel. +43 6235 50222 0  
[www.winterhalter.at](http://www.winterhalter.at)

**WINDSCHUTZ** Freiluftgenuss  
in geschützter Zone



Mit der Windschutzlösung UP & DOWN und UP & DOWN PLUS wird jedes Lokal optisch aufgewertet. Durch die einfache Bedienung ist es möglich auf jede Wetteränderung rasch zu reagieren und somit wird dieser Bereich für jeden Gast zu einem geschützten und entspannten Freiluftbereich. Das Zweischeibenverbund-sicherheitsglas ist in einem pulverbeschichteten Aluminiumrahmen eingebaut. Durch die solide Konstruktion und den hochwertigen Materialien ist eine lange Nutzungsdauer gewährleistet.

**pemwieser.at**  
Professionelle Gartengartenlösungen

Ing. Martin Pemwieser GmbH  
A-4101 Feldkirchen  
Tel. +43 7233 77 27  
[www.pemwieser.at](http://www.pemwieser.at)

**Sichere Handhygiene mit  
berührungslosen Spendern**



Die neuen Desinfektionsmittelspender von FRANKE sind für die Wandmontage geeignet oder können als elektronische Ausführung geschickt mit einer hochwertigen, mobilen Standsäule kombiniert und dadurch frei im Raum platziert werden. Flexibel, praktisch und hygienisch – damit sind sie perfekt für Empfangsbereiche, an Ein- und Ausgängen, im Hotel-Restaurant und Sanitäranlagen geeignet.

Franke GmbH  
A-6971 Hard  
Tel. +43 5574 6735 0  
[www.franke.at](http://www.franke.at)

**FRANKE**

**Starke Leistung: Die neue  
Korbtransportspülmaschine CTR**



Spülspezialist Winterhalter setzt erneut Maßstäbe im Markt und verspricht mit der CTR hohe Spülleistung bei kompakten Abmessungen. Dank ihres modularen Systems lässt sich die CTR einfach planen, individuell konfigurieren und auch im Nachhinein erweitern. Die perfekte Spüllösung für 100 bis 400 Essensteilnehmer. Sie liefert auch bei hohem Spülgutaukommen erstklassige Spülergebnisse. Sichertgestellt wird dies u.a. durch das durchdachte Hygiene-Konzept mit Hygiene-Zertifikat nach DIN SPEC 10534. Kostengünstig im Betrieb, sparsam im Verbrauch und über CONNECTED WASH mit Computer oder mobilen Endgeräten vernetzbar: die CTR macht's möglich!

**winterhalter®**

Winterhalter Gastronom  
Vertrieb- und Service GmbH  
A-5303 Thalgau  
Tel. +43 6235 50222 0  
[www.winterhalter.at](http://www.winterhalter.at)



# Den Stillstand als Chance nutzen

Das Naturhotel Forsthofgut bleibt mutig und setzt zahlreiche Neuheiten für den Sommer 2021.

Visionen leben, mutig bleiben, Neues wagen – dies sind nur einige der Kernwerte des Naturhotel Forsthofgut im österreichischen Leogang. Gastgeberfamilie Schmuck nutzte die vergangenen Monate und wagte sich in einer Zeit des beinahe gänzlichen Stillstands, exklusive Neuheiten für das Naturhotel Forsthofgut zu planen und in die Tat umzusetzen.

Ab Ende Mai 2021 können Gäste einige ihrer Wünsche und Inspirationen im naturverbundenen Haus selbst erleben. Neben der Erweiterung des waldSPA Family & Kids um eine zusätzliche Badelandschaft wird auch der Adults Only-Bereich des waldSPA erweitert – die Gesamtgröße beträgt dann 5.700 Quadratmeter. Es entstehen das neue waldSPA Seehaus mit Infinity-Außenpool, ein 42 Grad warmer Onsenpool mit Onsen-Waschplatz

und reinigenden Ritualen sowie eine Finnische Seesauna und ein Naturtauchbecken im erweiterten Bio-Badesee. „Es geht nicht um höher, schneller, weiter. Vielmehr geht es um Erlebnisse, die individuell berühren sowie Emotionen entstehen lassen, und um diese wollen wir uns noch stärker kümmern“, so Gastgeber Christoph Schmuck.

## Spa-Erlebnisse

Im neuen waldSPA Seehaus entstehen ein Ruheraum mit Weitblick und 50 zusätzlichen Liegeplätzen und gemütlicher Kaminlounge, heimelige Außenliegeplätze mit Wärmelampen und drei zusätzliche Massage- und Behandlungsräume. Im Garten

gehören ein 32 Grad warmer Infinity-Außenpool inklusive Liegen mit Whirl-Funktion und Blick auf die Leoganger Steinberge sowie ein 42 Grad warmer Onsenpool mit Onsen-Waschplatz zu den neuen Highlights. Zusätzlich entstehen auch eine 35 Quadratmeter große Finnische Seesauna mit Banja-Ritualen und ein Naturtauchbecken im vergrößerten Bio-Badesee. Das gesamte waldSPA Seehaus wird in hellem warmen Design gestaltet, das mit sehr viel Holz und einer gemütlichen und dennoch stylischen Atmosphäre besticht. Die Natur soll, wie überall im Forsthofgut, im Mittelpunkt stehen und durch das zurückhaltende Design und große Fensterfronten auch im Innenraum die Hauptrolle spielen. Die Renovierung des waldSPA Entrées mit waldSPA Shop, Beratungsbereich, Testcounter und Nail- und Face-Bar sowie eine eigene waldSPA Skincare-Produktlinie gehören ebenfalls zu den Neuheiten.



kulinarische japanische Highlights – kombiniert mit heimischen Produkten. Im Kontrast zum Design der anderen neuen Bereiche wird die Gestaltung des Interieurs des neuen Seerestaurants eher dunkel mit dunklem Holz, fernöstlich inspiriert und sehr elegant umgesetzt. Zusätzlich wird es ein erweitertes À la carte-Angebot am Nachmittag sowie À la Carte-Service bei den Sonnenliegen im Hotelgarten, eine inkludierte strudelZEIT mit herzhaften und süßen Strudeln und einen Tortenwagen geben, der mit hausgemachten Spezialitäten aus Österreich bestückt ist.

### Neuartige Suiten

Drei neue Garten Loft Suiten mit einer Größe von jeweils 140 Quadratmetern und 56 Quadratmeter großer Loggia ermöglichen außerdem luxuriöses Wohnen im neuen Seehaus. Helle, warme Farben und viel helles Holz sowie ein reduziertes, sehr offenes Design und große Fensterfronten sollen die Natur noch mehr ins Innere holen und für sich wirken lassen. Als besondere Highlights dienen eine eigene Sauna in den Suiten, eine Lehmputzwand hinter dem Bett sowie mit Bäumen begrünte Dachflächen rund um die drei Loft Suiten – die Natur wird damit nahezu ins Wohnzimmer geholt.

[www.forsthofgut.at](http://www.forsthofgut.at)



### Wenn Familienträume wahr werden

Große und kleine Gäste dürfen sich ab Ende Mai 2021 über das vergrößerte waldSPA Family & Kids freuen, das dann mit 800 Quadratmetern zusätzlicher Badelandschaft inklusive 21-Meter-Hallenbad, einer Kinderwasserwelt mit Baby- und Kleinkindbecken sowie abgetrennten Kinderbecken, drei Rutschen – eine davon mit einer Länge von 70 Metern und Rutschzeit-Messfunktion –, einer wasserWERKSTATT, Rocky's Zirbensauna für Familien und einer großen Textilsaunalandschaft ab 10 Jahren besticht. Das vergrößerte waldSPA Family & Kids hat damit eine Gesamtgröße von 2.200 Quadratmetern.

### Exklusive japanische Küche

Auch kulinarisch stehen neue Hochgenüsse bereit. Im Sommer 2021 öffnet das neue japanische Seerestaurant „Mizūmi“ mit Showküche, japanischem Sushi-Koch und großzügiger Seeterrasse seine Türen. Gäste erwartet hier exquisites Sushi und weitere





### Hygiene – der Gesundheit dienende Kunst

Hygiene im weiteren Sinne ist die „Gesamtheit aller Bestrebungen und Maßnahmen zur Verhütung von Krankheiten und Gesundheitsschäden“

## Das Wohl der Gäste im Fokus

Hygiene – das Schlagwort der letzten Monate. Anbei einige innovative Anregungen für Ihren Betrieb.



### Vom Ladenbau zum Hygieneschutz

Das Erfolgsgeheimnis von retail interior ist das Erkennen von Visionen und vielversprechenden Ideen. So entstand 2020, in Zeiten der globalen Pandemie, dann auch die Idee, einen stilvollen Handdesinfektionsspender für den gewerblichen Einsatz zu entwickeln. Das elegante und moderne Design der freistehenden Desinfektionssäulen „Black Tube“ und „Steel Tube“ mit Fußpedal passt perfekt in jeden Eingangsbereich, ganz egal ob Einzelhandel, Büro, Hotel oder Praxis.



3M Scotchgard  
Bodenschutzfolien 2200

## Beste Platzierung von Bodenschutzfolien

Hand-Desinfektionsspender sind zur Standardausstattung für öffentliche Gebäude, Hotels, Restaurants und Geschäfte geworden. Bei jeder Entnahme tropfen Teilmengen des Desinfektionsmittels unweigerlich auf den Boden – und können dort zu sichtbaren Schäden führen. Mit den 3M Scotchgard Bodenschutzfolien 2200 lassen sich Oberflächen zuverlässig schützen.

## Faktensammlung

Die COVID-19-Pandemie hat zu einer erhöhten Besorgnis über die Aerosolisierung während der Händetrocknung geführt. Die neuesten Ergebnisse einer Studie, die vom unabhängigen Labor Airmid Healthgroup Ltd. in Dublin durchgeführt wurde, gibt dazu Auskunft. Die Airmid Healthgroup ist eine führende biomedizinische Forschungsorganisation, die sich mit einem multidisziplinären Team von Medizinerinnen und Wissenschaftlern



Top-Hygiene im Hotels Ochsen in Höfen im Schwarzwald.

zusammengetan hat, um sich auf Aerobiologie, Mikrobiologie, Allergie und Immunologie zu spezialisieren. Die Untersuchungen haben gezeigt, dass die Dyson Airblade Händetrockner genauso hygienisch sind wie Papiertücher, dabei jedoch weniger Umweltschäden und Betriebskosten verursachen.

## Top-Hygiene für die Gäste

Bei der Hygiene dürfen Hoteliers keine Kompromisse eingehen. Vielmehr müssen sie jetzt mehr denn je auf die Sauberkeit achten. Besonders schnell hat Familie Braune, Inhaber des Hotels Ochsen in Höfen im Schwarzwald, auf die neuen Anforderungen reagiert und in gleich vier Dampfsaugsysteme der beam GmbH investiert. Die Geräte töten 99,9 Prozent an Keimen und Bakterien ab und inaktivieren auch Viren wirkungsvoll – ganz natürlich, ohne Chemie.



Dyson Airblade Händetrockner



Daniel Winkler, hollu  
Vertriebsleiter Österreich,  
Gastronomie & Hotellerie

Hotel ASTORIA  
Resort in Seefeld

# Der Faktor Hygiene

Die andauernde Pandemie stellt neue Hygieneanforderungen/-standards an die Gastronomie und Hotellerie. Wie dies besonders professionell gelöst werden kann, demonstriert die Hygienezertifizierung am Beispiel Hotel ASTORIA Resort in Seefeld gemeinsam mit TÜV Austria und Hygienespezialisten hollu.

Hotel & Design veranstaltete zu diesem zentralen Thema eine Videokonferenz mit Hoteleigentümerin Dkfm. Elisabeth Gürtler, dem Stv. Hoteldirektor Dominic Smith und Daniel Winkler, hollu Vertriebsleiter Österreich, Gastronomie & Hotellerie.

*Wenn Gastronomie und Hotellerie – wann auch immer – wieder geöffnet werden, wird die Hygiene jedenfalls eine zentrale Rolle spielen. Erstens um dem Gast Sicherheit zu geben und zweitens um allfällige gesetzliche Rahmenbedingungen zu erfüllen. Wissen Sie schon von entsprechenden Rahmenbedingungen, die möglicherweise vom Gesetzgeber her spezifisch für die Gastronomie und Hotellerie gesetzt werden?*

Dkfm. Elisabeth Gürtler: Darüber, glaube ich, wird noch sehr viel diskutiert werden. In jedem Fall wird dabei die hoffentlich baldige Einführung eines „Grünen Passes“ sehr entscheidend sein. Österreich ist ja diesbezüglich Initiator und wahrscheinlich Vorreiter. Das heißt, wir werden Gäste empfangen dürfen, wenn sie geimpft sind oder aktuell getestet sind oder bereits Antikörper nach einer Corona-Erkrankung aufgebaut wurden.

*Thema TÜV-Hygienezertifizierung. Auf wessen Initiative geht diese in Ihrem Fall zurück?*

Dkfm. Elisabeth Gürtler: Nachdem das auch eine finanzielle Frage ist, war es meine Entscheidung. Denn ich habe gesagt, dass wir hinsichtlich Hygiene mehr tun müssen als das, was wir rein aufgrund der gesetzlichen Voraussetzungen tun müssen, um dem

Gast die Gewissheit zu geben, dass er bei uns seinen Urlaub genießen kann, da er in sicheren Händen ist. Meine Überlegung war also, dass das Geld, das diese Zertifizierung kostet, wieder hereinkommen würde, wenn wir dem Gast gegenüber als Argument anführen können, dass er bei uns einen Urlaub ohne Risiko verbringen kann. Wobei mir natürlich klar war, dass es jemanden braucht, der sich dieser Zertifizierung annimmt. Unser stellvertretender Direktor Dominic Smith war dann bereit, dieses Thema abzuarbeiten.

Daniel Winkler: Ergänzend dazu, wie es generell zu diesem Produkt der Zertifizierung gekommen war: Zunächst freuen wir uns sehr, dass Sie, Frau Dkfm. Gürtler, als unser Kunde diese Zertifizierung durchgeführt haben. Beim ersten Lockdown hatten wir uns als Hygienepartner, Hygieneproduzent und -lieferant Gedanken gemacht, welchen Beitrag wir leisten können, um unsere Kunden in der Gastronomie und ganz besonders in der Hotellerie zu unterstützen, damit sie diese Sicherheit, die Sie, Frau Dkfm. Gürtler, angesprochen haben, für Ihre Gäste sichtbar machen können. Und unabhängig davon wollten wir ein Produkt kreieren, das die Unternehmen geprüft werden – autark, nicht von einem Lieferanten oder Produzenten, sondern mit einem Partner wie dem TÜV Austria, der auch eine entsprechende Akzeptanz am Markt besitzt. Und somit war die Idee geboren, gemeinsam mit den Best Wellness Hotels in einer Projektphase dieses Produkt der Hygienezertifizierung zu kreieren. Aufgrund der gültigen Gesetze und Verordnungen wurden mit den Hotel-

betreibern gemeinsam die Richtlinien für die Zertifizierung festgelegt. Der TÜV Austria hat dieses System sowie die Lenkungspunkte dann in Hinblick auf eine Zertifizierung nach ÖNORM 49000 im Rahmen eines Audits der hollu Akademie überprüft und freigegeben.

*Kurzum – diese Initiative ging von der Kundengruppe der Best Wellness Hotels gemeinsam mit hollu und dem TÜV Austria aus?*

Daniel Winkler: Ja. Und es war, wie gesagt, auch der Wunsch von hollu, hierzu einen Beitrag leisten zu können. Und am Beispiel Hotel Astoria von Frau Dkfm. Gürtler sehen wir, dass es uns gelungen ist, diese Zertifizierung nach ÖNORM 49000 auch nach außen sichtbar zu machen. Es geht um Sicherheit der Gäste und der Mitarbeiter. Das ist ganz essentiell. Wir als Hygienelieferant und -produzent wollen natürlich, dass Hygiene richtig umgesetzt wird. Und mit einer Zertifizierung wird das ganz stark untermauert. Dementsprechend stolz sind wir, dass wir das einerseits mit dem TÜV und der Kundengruppe der Best Wellness Hotels im Projekt haben umsetzen können und jetzt Kunden begrüßen dürfen, die dieses Zertifikat auch innehaben. Je nach Betriebsgröße und Intensität, die der Betrieb vorgibt, dauert die Umsetzung der Zertifizierung auch unterschiedlich lange. In dieser Zeit stellen wir eigentlich ein komplettes Qualitätsmanagement auf, damit auch Verantwortlichkeiten da sind und dementsprechend auch die Nachwirkung gesichert ist. Denn es sollte nicht ein Einmal-Momentum sein, sondern ein nachhaltiges Projekt mit einer Nachwirkung, die garantiert, dass die Hygiene an erster Stelle steht.

*Die Initiativpartner sind also wer?*

Daniel Winkler: hollu war der Initiator. Erich Nußbaumüller, der Leiter der hollu Akademie, hat das Projekt gemeinsam mit der Gruppe der Best Wellness Hotels vorangetrieben und umgesetzt.

*Und soll das auch noch weiter ausgerollt werden? Oder ist das exklusiv limitiert?*

Daniel Winkler: Derzeit bieten wir das den Mitgliedern der Best Wellness Hotels an, weil das unsere Projektgruppe war. Somit haben diese auch vorrangig dieses Recht. Aber es kommt natürlich auf den Betrieb selber darauf an, ob er diese Investition tätigen möchte oder nicht. Dementsprechend in die breite Masse gehen wir jetzt aber noch nicht, wir bieten das Zertifikat jetzt über unsere Außendienstmitarbeiter nur einer ausgewählten Kundengruppe an. So gesehen ist es also sehr exklusiv.

*Was umfasst diese TÜV-Hygienezertifizierung? Für welche Personengruppe ist sie gedacht? Für welche Teilbereiche der Hotellerie/Gastronomie; Küche, Housekeeping ...?*

Dkfm. Elisabeth Gürtler: Ganz wichtig sind das Housekeeping und der Spa-Bereich, aber natürlich auch die Küche und das Service, einschließlich der Rezeption. Nur die Außenbereiche sind von der Zertifizierung nicht umfasst.



Dkfm. Elisabeth Gürtler, Hotel-  
eigentümerin Astoria Seefeld



Dominic Smith, Hoteldirektor  
Stellvertreter Astoria Seefeld

Dominic Smith: Im Prinzip stellen wir überall, wo der Gast einen Touchpoint mit Hygiene hat, die entsprechende Sicherheit her. Es ist auch die Aufgabe für mich als Risikomanager, diese Risiken einzuschätzen und dementsprechend auch dafür sorgen zu können, dass der Gast sorgenfrei seinen Urlaub bei uns genießen kann.

*Das ist also ein Inhouse-Projekt, das vor Ort in den Hotels stattfindet, nicht in der hollu-Akademie?*

Daniel Winkler: Der Großteil des Projektes wird direkt im Hotel umgesetzt – vor Ort unterstützt durch das Team der hollu Akademie, zum Beispiel bei der Erstellung der Lenkungsdokumente. Ein Teil des Zertifikates besteht auch aus der Ausbildung einer Hygienefachkraft sowie der Ausbildung zum Risikomanager für mikrobiologische Kontamination – diese Ausbildungen finden in der hollu Akademie statt. Das Projekt gliedern wir von unserer Seite in vier Phasen. Die erste Phase ist die Ist-Erhebungsphase und die Definition der Soll-Phase, sprich: welcher Hygienestandard in dem Betrieb umgesetzt werden soll. Das bedeutet, wir gehen vor Ort über mehrere Wochen gemeinsam mit dem Betrieb, der sich für das Zertifikat entscheidet, die gesamten Elemente durch, die der Betrieb für sich beansprucht. Es ist ja auch jedem Betrieb selber überlassen, welche Themenbereiche – Wellness oder auch die Etage oder die Küche – er als Kunde zertifiziert haben möchte, und dementsprechend begleiten wir den Kunden. Das ist Phase 1, die Ist-Erhebung, wo auch Missstände aufgezeigt werden, damit für den Betrieb sichtbar wird, wo nachjustiert werden muss und wo nicht, oder vielleicht Ausbildungen fehlen, wo es allenfalls noch nicht die erforderlichen Verantwortlichkeiten gibt.

Somit gehen wir dann von der Phase 1 in die Phase 2 über, abhängig davon, wie es der Betrieb haben möchte. Das bedeutet entsprechende Schulungen für das Personal. Und das kann in den Betrieben unterschiedlich sein. In dem gegenständlichen Fall macht Herr Smith das alleine, es kann aber auch sein, dass in einem Betrieb mehrere Personen diese Bereitschaft haben und dies vom Betrieb auch so gewünscht ist.

In Phase 3 geht es dann schon in Richtung der Umsetzung. Es wird ein Qualitätsmanagement aufgestellt, das bedeutet, man erstellt einen „Risiko-Baum“, in diesem sind Lenkungsdokumente verknüpft, beispielsweise anhand der Küchenreinigung – HAC-CP-Schulung: Wer führt diese durch, wer hat die Verantwortung



Der digitale Hygiene- und Prozessmanager NOA von hollu etabliert transparente Prozesse in Unternehmen und sorgt für perfekten Workflow – in Echtzeit. [www.noa.online](http://www.noa.online)

für die Hygiene in diesem Bereich? Schritt für Schritt werden hier die Tätigkeiten aufgelistet und zusammengeführt, welche der Verantwortliche für die Hygiene und für die Standards, die zum Beispiel Frau Gürtler für ihren Betrieb festlegt, dann auch umsetzt. Das ist die 3. Phase.

Wenn das alles zusammengeführt ist, von der Ist-Erhebung über die Ausbildung und weiter bis zur Qualitätsmanagement-Phase, gibt es letztlich die Zertifizierung, die der TÜV in einem externen Audit vornimmt. Wobei die Fälle eingespielt werden und geprüft wird, ob die Lenkungsdokumente greifen, ob die Mitarbeitenden wissen, was sie zu tun haben. Und somit sind alle 4 Phasen abgeholten.

#### *Wie viele Leute vom jeweiligen Betrieb sind da involviert?*

Dominic Smith: In unserem Haus gibt es ein Hygiene-Organigramm, da nicht ich allein das Risiko für die gesamte Hygiene des Hauses übernehmen kann. Somit habe ich meine Stakeholder in jeder Abteilung, meistens die Abteilungsleiter, welche jeweils die Verantwortung in ihrer eigenen Abteilung tragen und reporten. Sie werden natürlich von mir entsprechend eingeschult und bekommen auch einmal wöchentlich stichprobenartig die Aufträge für Abklatschtests. Und auch in den Abteilungen selber – etwa in größeren Abteilungen wie im Housekeeping oder im Restaurant – kann die Abteilungsleitung die Verantwortung noch einmal aufteilen auf eine Vertrauensperson. Für mich hat auch die Eigenkontrolle eine sehr hohe Priorität da es immer Verbesserungen gibt und man stetig am aktuellen Stand sein soll.

#### *Wie wird die TÜV-Hygienezertifizierung vermarktet? Plaketten, online, booking.com?*

Dominic Smith: Über unterschiedliche Wege. Ganz stark sind wir im Online-Bereich präsent wie auf unserer Homepage, wo der Gast sich informiert und ihm dabei auch gleich ins Auge sticht, was wir bezüglich Hygienesicherheit für den Gast tun. Vom TÜV Austria gibt es eine Plakette, die wir in die Homepage eingebaut sowie auch am Haus für die eintretenden Gäste sichtbar

angebracht haben. Es kommen dann natürlich auch Fragen dazu, über die wir entsprechend im Detail aufklären. Aber der Gast soll schon zu Hause wissen, dass er bei uns sicher Urlaub machen kann, damit werben wir im Online-Bereich.

#### *Also auf den Buchungsplattformen?*

Dominic Smith: Genau, da haben wir die Plakette vom TÜV Austria und zusätzlich noch eigene Unterseiten eingebaut, wo noch einmal auf die ÖNORM 49000 hingewiesen wird.

Daniel Winkler: Für die Branche wäre ideal, aus dieser ÖNORM eine ISO-Zertifizierung machen zu können, um dann einen etwas größeren Hebel zu haben. Sprich: Wenn man in einer Buchungsplattform nach Kategorien sucht, sollte unserer Ansicht nach auch die von einem unabhängigen Prüfinstitut zertifizierte Hygiene ein Auswahlkriterium sein.

#### *Der TÜV mag im deutschen Sprachraum ein Begriff sein, aber wie ist es mit anderen internationalen Gästen?*

Dkfm. Elisabeth Gürtler: Amerikaner zum Beispiel, die als Gäste zu uns kommen wollen, fragen in diesen Zeiten ohnehin immer nach, ob und wie wir Hygiene und Sicherheit garantieren. Und da kann man dann sagen, dass es dieses offizielle TÜV-Siegel gibt, welches garantiert, dass die Hygiene nicht nur einmal kontrolliert wird, sondern dass das anhand von Stichproben auch kontinuierlich weitergeführt wird.

Dominic Smith: Der TÜV Austria ist international ein Begriff, das heißt, man kann diese Informationen und Hinweise auch in sämtliche Sprachen übersetzen lassen. Für unsere Homepage haben wir eine entsprechende Detailbeschreibung auch auf Englisch. Und natürlich stehe auch ich im Haus für jeden Gast als Ansprechpartner für Hygiene zur Verfügung oder kann auch schon bei einer telefonischen Reservierung die entsprechende Sicherheit gewähren. Nachdem eine solche Zertifizierung in der Hotellerie noch relativ neu ist, muss man viele Gäste noch entsprechend aufklären.

#### *Mit Blick in die Zukunft – glauben Sie, dass sich der Stellenwert der Hygiene nachhaltig verändern wird?*

Dkfm. Elisabeth Gürtler: Davon bin ich überzeugt. Nachdem dem Konsumenten jetzt stärker bewusst wird, wie wichtig Hygiene ist, wird das weiter ein Thema bleiben. Es geht ja nicht nur um die Hygiene, sondern auch um die Nachhaltigkeit, zumal das Umweltbewusstsein sehr groß ist. So wie die Leute hauptsächlich regionale Produkte haben wollen, werden sie auch fragen, wie gereinigt wird, ob umweltschonend, mit biologisch abbaubaren Produkten. Gerade bei jungen Leuten sind diese Fragen mehr und mehr wichtig, nicht nur jetzt, temporär.

*H&D dankt für das interessante Gespräch!*

# 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.

[www.my-bette.com](http://www.my-bette.com)

**BETTE**

# Das Bad im Fokus

Mit den bodenebenen Duschflächen von Bette kann der Hotelier seinen Gästen eine Badarchitektur der Extraklasse anbieten.

Im höherwertigen Hotel-Badezimmer ist der Trend zur ausladenden, bodenebenen Komfort-Dusche ungebrochen, denn eine bodengleiche Duschfläche lässt die Badarchitektur optisch einheitlich und weitläufig wirken. Ein wichtiges Argument für Hotels, denn das Badezimmer nimmt im Werben um Gäste eine zentrale Rolle als Visitenkarte und Aushängeschild ein.

Moderne Gästebäder müssen so gestaltet sein, dass sie das Bedürfnis der Urlauber oder Geschäftsreisenden nach einem Ort der Erholung und Entspannung bestmöglich befriedigen. Eine bodengleiche Duschfläche wie BetteFloor oder BetteFloor Side kann eine übersichtliche, aufgeräumte Raumarchitektur unterstützen und dem Gast gehobenen Komfort signalisieren. Für den Hotelplaner und das Hotelmanagement sind dabei vor allem eine hohe Planungs- und Investitionssicherheit sowie niedrige Unterhaltskosten zusätzlich von Bedeutung.

## Flexible Gestaltung und sparsam im Unterhalt

Auch hier spielt eine bodenebene Duschfläche aus glasiertem Titan-Stahl ihre Stärken aus. Neben den gängigen Standardmaßen und -formen sorgen viele weitere Formate und spezielle Formen wie Fünfeck oder Viertelkreis für eine große Gestaltungsfreiheit. Dazu besitzt das robuste und unempfindliche Material – auf das Bette eine Garantie von 30 Jahren gibt – eine dauerhaft schöne, fugenlose und keimfreie



Bodengleiche Duschflächen sind in puncto Ästhetik, Reinigungsfreundlichkeit und Investitionssicherheit ideal im Hotelbad.



Die rutschhemmende Oberfläche BetteAntirutsch Pro ist kaum sichtbar, sorgt aber unter der Dusche für hohe Standsicherheit und Begehkomfort.



Ein Plus an Investitionssicherheit fürs Hotel bietet die Kombination aus BetteFloor Side und BetteZarge, die den Anschluss zur Wand dauerhaft und wartungsfrei abdichtet.

Oberfläche. Sie lässt sich schneller und hygienischer reinigen, als beispielsweise Fliesenböden mit Duschrinne, und hilft dadurch Kosten bei der Reinigungsdauer und beim Verbrauch von Reinigungsmitteln zu senken. Darüber hinaus sind für die BetteFloor Duschflächen viele Sanitär- und Mattfarben wählbar, sodass der Duschbereich farblich an das vorherrschende Ambiente des Hotelbads angepasst werden kann.

### Rutschhemmende Oberfläche

Für zusätzliche Sicherheit in der Hoteldusche empfiehlt sich die rutschhemmende Email-Oberfläche BetteAnti-rutsch Pro, die mit klassischem Weiß und Mattfarben kombinierbar ist. Haptisch unmerklich angeraut, sorgt ihr erhöhter Rutschwiderstand über die gesamte Duschfläche hinweg für optimale Standsicherheit und Begehkomfort. Für den Hotelgast kaum sichtbar, belässt die rutschhemmende Lösung den eleganten Duschflächen ihre makellose Ästhetik.

### Dichtigkeit, Schallschutz & Revisionsfähigkeit

Für eine hohe Investitionssicherheit sorgt auch, dass die bodengleichen Duschflächen dank des ausgeklügelten BetteEinbausystems Universal schnell, dicht und dauerhaft installiert werden können. Das hilft dabei, Kosten für die Montage zu senken, und stellt sicher, dass die Duschfläche der erwarteten Lebensdauer gerecht wird. Außerdem schützt das Einbausystem effektiv vor Durchfeuchtungsschäden und verwirklicht Schallschutz auf hohem Niveau. Ein entscheidender Vorteil des Einbausystems ist auch seine Revisionsfähigkeit – sind also künftig Wartungsarbeiten an oder unter der Duschfläche nötig, kann der Handwerker diese ohne große Probleme vornehmen.

Mithilfe der BetteZarge, einer wandseitigen Aufkantung des glasierten Titan-Stahls unter den Fliesen, können bei der BetteFloor Side zudem wartungsanfällige Silikonfugen an der Wand vermieden werden. Das beugt Schimmel vor, der immer einen schlechten Eindruck beim Hotelgast hinterlässt, und schützt den Baukörper an dieser Stelle dauerhaft vor Wasserschäden.



Fliesen und Fugen kamen wegen des Reinigungsaufwandes für den Duschbereich im Hofhotel Grothues-Potthoff nicht in Frage: Das Hotel setzt deshalb auf die bodenbündigen BetteFloor Duschflächen. Für erhöhte Standsicherheit der Hotelgäste beim Duschen sorgt die dauerhaft eingebrannte Antirutsch-Oberfläche.

Bette GmbH & Co. KG  
Heinrich-Bette-Str. 1, D-33129 Delbrück  
T +49 5250 511-0, [projekte@bette.de](mailto:projekte@bette.de)

Generalvertretung für Österreich & Südtirol: [www.rewo.at](http://www.rewo.at)

Fotos: © Bette / Arch. Bruno Moser / Tirol Lodge Ellmau

[www.my-bette.com](http://www.my-bette.com)

Im Hotel Brunnenhaus Schloss Landau schützen BetteFloor Side Duschflächen mit wandseitig aufgekanteter Zarge die historische Bausubstanz.



# Generationswechsel im Alpenraum

Nachwuchs-Hoteliere von heute bewältigen nicht nur andere Herausforderungen als ihre Eltern. Sie haben es auch mit größerer Konkurrenz zu tun und müssen ihre Betriebe daher viel klarer im jeweiligen Segment positionieren.

Zum Glück stehen die „alten Hasen“ immer noch gern mit Rat und Tat zur Seite. So konnten die Zukunftsvisionen der Jungunternehmer teilweise schon erfolgreich umgesetzt werden. Folgende Beispiele aus Bayern, Tirol und Südtirol zeigen, wohin die Reise unterschiedlicher Alpenhotels in Zukunft gehen wird und wie man mit den richtigen Alleinstellungsmerkmalen das Fundament für den Markenkern legt.

## Umweltschutz als stetige Vision

Die Geschichte des Naturhotel Leitlhof in den Südtiroler Dolomiten beginnt 1997, Stephan Mühlmann ist nicht einmal sieben Jahre alt. Schon damals war die Vision seiner Eltern Agnes

Naturhotel Leitlhof, Dolomiten/Südtirol



© Radensteiner Mike

und Robert, das Haus im Sinn eines nachhaltigen Tourismus in die Zukunft zu führen. Doch erst nachdem Stephan sich mit gerade mal 21 in den Kopf setzte, den Leitlhof in Innichen europaweit zu einem Vorreiter in Sachen Umweltschutz zu machen, kam diesbezüglich richtig Fahrt auf. In jahrelanger Kleinstarbeit entwickelte er ein eigens von ihm konzipiertes Holzkraftwerk. Dank diesem heizt das Hotel heute nicht nur energieautark, sondern sogar klimapositiv. „Als leidenschaftlicher Bauer im Nebenberuf habe ich außerdem mit unserem ‚Mühlhof‘ einen landwirtschaftlichen Betrieb realisiert, wo wir exklusiv für unsere Gäste Gemüse anbauen und Angus-Rinder züchten.“ Schon während seiner Schulzeit hatte der heute 30-Jährige in beinahe allen Hotelbereichen des 4-Sterne-Superior-Hauses mitgeholfen, um möglichst viel zu lernen. Auch sein BWL-Studium in Graz sowie diverse Praktika bei Unternehmensberatern seien wertvoll als Chef von 50 Mitarbeitern – seit Anfang 2019 nämlich ist er Inhaber und Geschäftsführer des Naturhotels. „Die Erfahrungen meiner Eltern schätze ich nach wie vor sehr“, sagt der bald dreifache Vater, der noch viele Pläne für den Leitlhof bereithält: „Wir möchten uns vor allem in Bezug auf Nachhaltigkeit weiter verbessern und unsere Stärken hinsichtlich der Produktion alternativer Energien festigen.“

## Auch in Zukunft eine Art Mythos

Lebenserfahrung ist etwas, das man in keinem Studium, Praktikum oder Buch lernen kann – davon ist Marcel Gutheinz vom Jungbrunn in Tirol überzeugt. Dementsprechend befindet sich der junge Hotelier in ständigem Austausch mit seinen Abteilungsleitern sowie den Eltern Markus und Ulrika, die den „Gutzeitort“ im österreichischen Tannheimer Tal nach 25 außergewöhnlichen Jahren vertrauensvoll in die Hände ihres

Sohnes übergeben haben. Seit 2017 leitet er den Betrieb mit 150 Angestellten erfolgreich in dritter Generation und führt die Philosophie seiner „Lebenslehrer“ weiter: „Man muss immer offen für Neues bleiben und tagtäglich hart an sich arbeiten.“ Doch auch wenn der gelernte Hotelbetriebswirt, Koch und Sommelier dankbar ist für jeden Rat, trifft er die finalen Entscheidungen am Ende doch selbst. „Dabei geht es vor allem darum, im Sinn des Unternehmens zu handeln“, findet der 32-Jährige. Damit sei aber nicht gemeint, dass das Hotel mit seinem 7.900-Quadratmeter-Spa mehr Betten haben müsse – im Gegenteil: Die jetzige Größe mit 92 Zimmern, Suiten und Apartments hält er für perfekt und möchte lieber kontinuierlich die Qualität steigern. „Meine Vision ist vielmehr, das Jungbrunn auch weiterhin als Vorreiter in Sachen Design zu etablieren, aber nicht nur: Mir geht es speziell um die Wertschätzung der Menschen im Haus. Auch in Zukunft sollen Freigeister und außergewöhnliche Charaktere im Jungbrunn zusammenkommen und die einzigartige Atmosphäre kreieren, in der sich Gäste wie Mitarbeiter so wohlfühlen.“

Marcel Gutheinz, Hotel Jungbrunn, Tannheim/Tirol



© Hotel Jungbrunn, Tannheim/Tirol



© angelblitz.com

Florian Ultsch, harry's home hotels & apartments, DACH Hotel Schwarzer Adler Innsbruck und aDLERS Lifestyle-Hotel, Tirol/Österreich

## Ein Familienunternehmen, zwei Generationen

Gemeinsam mit seinen Eltern und seinem Bruder leitet Florian Ultsch die österreichische Hotelkette harry's home hotels & apartments sowie die beiden Innsbrucker Häuser Hotel Schwarzer Adler und das aDLERS Lifestyle-Hotel. Noch gibt es keinen offiziellen Generationswechsel: „Derzeit sind wir im Prozess der künftigen Rollendefinition und legen bereits die Weichen zur Übergabe in den nächsten Jahren“, sagt der älteste Sohn von „harry's home“-Gründer Harald Ultsch. Durch seine touristische Ausbildung hat Florian bereits früh im Betrieb ausgeholfen, 2013 ging der heute 33-Jährige aktiv an den Start. Die künftige Strategie für die harry's home hotels & apartments sieht er klar definiert: „Mittelfristig bleiben wir weiterhin im deutschsprachigen DACH-Raum vertreten. In Bezirkshauptstädten, industriellen Hotspots sowie Ferienregionen mit ganzjährigem Angebot und gewerblicher Nachfrage fühlen wir uns sehr wohl. Auf lange Sicht könnten wir uns allerdings eine weitere Expansion vorstellen.“ Konkrete Ideen hatte Florian unter anderem auch beim Umbau des Hotels Schwarzer Adler Innsbruck, das die Familie bereits in vierter und fünfter Generation führt. „Unser Anspruch war es, dem Gast ein Hotel mit allen modernen Komfort- und Design-Ansprüchen zu bieten, ohne dabei den historischen Flair des geschichtsträchtigen Hauses zu verlieren.“



© Feldhof/Miriam Federpöhl

Familie Thurner, Roter Hahn, Südtirol/Italien

## Neue Wege, alte Familienbande

„Mit der Idee, den alten Bauernhof komplett zu sanieren, konnte sich meine Mutter zuerst nur schwer anfreunden“, erzählt Christian Thurner vom Feldhof in Vilpian bei Terlan.

Radler spezialisiert – Christian und Gaby sind geprüfte Mountainbike-Guides und gehen gern mit ihren Gästen auf Tour durch Südtirols Süden.

## Alles im grünen Bereich

„Mein Anliegen ist es, diesen besonderen Platz anderen Menschen zugänglich zu machen.“ So beschreibt Maximilian Schwabe seine Philosophie als Geschäftsführer des Schlossgut Oberambach. Der herrschaftliche Landsitz mit 40 Gästezimmern liegt oberhalb des Starnberger Sees, umgeben von 52 Hektar Wald und Wiesen auf eigenem Grund. Ursprünglich wollte der 34-Jährige in der Event-Branche arbeiten, entschied sich aufgrund des großen Veranstaltungsbereichs im Schlossgut aber für eine Ausbildung im oberbayerischen Familienbetrieb. Die gefiel Maximilian so gut, dass er anschließend im Schweizer Montreux Hotelmanagement studierte. Im Oktober 2018 schließlich übernahm er das Biohotel von seinem Vater Andreas, nachdem er schon zehn Jahre laufend dort mitgearbeitet hatte. „Er steht mir immer noch beratend zur Seite. Allerdings habe ich die Zeit auch genutzt, um eigene Ideen umzusetzen, zum Beispiel ein Gemüsefeld und die vegetarische Mittagskarte. Außerdem hat sich in Sachen Digitalisierung viel geändert. Und die Themen Hochzeiten sowie Meetings und Incentives rücken noch klarer in den Fokus“, erzählt der zweifache Vater. Darüber hinaus gehe es jetzt legerer zu. „Mein mittel- und langfristiges Ziel ist ein extrem hoher Standard, wobei sich Gäste und Mitarbeiter auf Augenhöhe begegnen, austauschen und voneinander profitieren sollen“, beschreibt Maximilian seine Zukunftsvision für das Schlossgut Oberambach. ▮

Maximilian Schwabe, Schlossgut Oberambach



© Robert Kittel/Schlossgut Oberambach

# Die Hotel-Führungskraft der Zukunft

Die Anforderungen an einen zukunftsfiten Hotelmanager haben sich nicht zuletzt durch die Coronakrise maßgeblich verändert.

Autor: Thomas Reisenzahn

Effiziente Mitarbeiterführung und gelungene Zusammenarbeit bleiben zwar auch zukünftig strategische Erfolgsfaktoren, durch den Wandel in Demographie und Gesellschaft und die zunehmende Komplexität der Arbeit nimmt Führung aber eine immer wichtigere Rolle ein. Touristische Führungskräfte müssen nicht nur selbst mit der hohen Unplanbarkeit und permanenten Schockmomenten klar kommen, sondern gleichzeitig Liquidität sichern, an die Zukunft denken und Mitarbeiter arbeitsfähig halten sowie Zuversicht ausstrahlen.

## Herausforderungen

Der Job eines touristischen CEOs ist mit der Zeit immer anspruchsvoller geworden. Während es früher einen Hang zum Personenkult gab, gilt heute, als CEO in den Hintergrund zu rücken. Die Erwartungshaltung von Erfolgen ist dabei allerdings unverändert geblieben. Was heute dazukommt, ist die möglichst nachhaltige Absicherung des Geschäfts.

Eine weitere Herausforderung ist die Generationen-Vielfalt am Arbeitsmarkt: Gekürzte Ausbildungszeiten und die Erhöhung des Pensionsantrittsalters führen zu erheblich längeren Erwerbszeiten. Die Folge davon ist, dass mittlerweile bis zu fünf Generationen gleichzeitig am Arbeitsmarkt tätig sind. Dies erfordert von Führungskräften, dass sie die Werte, Einstellungen und Erwartungshaltungen jeder Generation kennen und entsprechend reagieren. Digitalisierung und damit einhergehend immer neue Tools und Systeme machen zusätzlich zu schaffen und es stellt sich die Frage, ob der Hotelbetrieb damit passend ausgestattet ist, um in einem drastisch veränderten Umfeld weiterhin effektiv agieren zu können? Welche Fähigkeiten müssen zusätzlich ausgebaut werden, um im digitalen Zeitalter als Hoteldirektor zu bestehen?

## Welche Kompetenzen sind gefragt?

Erfolgreiche Hotelmanager der Zukunft müssen Führungsqualitäten aufweisen und auf Veränderungen in unserer schnelllebigen Welt reagieren können. Es muss auch die Frage erlaubt sein, Verantwortlichkeiten und Entscheidungswege aktiv zu hinterfragen. Möglicherweise gibt es Bereiche, in denen die Kompetenzbereiche von bestehenden Mitarbeitern besser aufgehoben sind. Andere essentielle Fachbereiche werden im Gegensatz dazu womöglich gar nicht adäquat abgedeckt. CEOs sollten sich auch auf das fokussieren, was sie am besten können und alles andere delegieren. Das Finden der Balance zwischen Geschäftsabsicherung, Conversion-Optimierung und Gästezufriedenheit gilt als eines der Erfolgsgeheimnisse. Hinter den Kulissen müssen Netzwerke und Kooperationen gefördert und Teams richtig und zielorientiert zusammengestellt und motiviert werden. Gerade in der Krise haben Themen wie Teamaufbau und die

Teamförderung leider deutlich an Bedeutung verloren. Oftmals lag der Fokus (verständlicherweise) auf Effizienz und Schadensbegrenzung. Gerade die viel umworbene Generation Y verlangt von Führungskräften eine außerordentliche kommunikative Fähigkeit. Sie müssen in der Lage sein, Visionen und Ideen mit dem Team zu kommunizieren, zuhören zu können, die Mitarbeiter zu verstehen sowie für jeden einzelnen die richtige Gesprächsbasis finden. Nur eine Führungskraft, die mit den Mitarbeitern interagieren kann, ist eine effektive Führungskraft. Besonders von Bedeutung sind neben Allgemeinwissen und Hausverstand auch starke Persönlichkeitsmerkmale.

## Agile Führung

Zunächst müssen die bestehenden Arbeitsabläufe und -vorgänge hinterfragt werden. Sind diese in einer neuen Arbeitswelt weiterhin relevant beziehungsweise ergebnisorientiert aufgestellt? Auch die Art der Kommunikation wird auf die Probe gestellt: Mitarbeiter beobachten genau, ob die kommunizierten Werte auch selbst gelebt werden. Was es braucht, um bestehen zu können, ist eine Änderung der eigenen Haltung als Führungskraft. Das entspricht auch dem Prinzip der Agilität: Es geht darum, mit vielen kleinen Schritten ans Ziel zu kommen, den eigenen Fortschritt immer wieder zu reflektieren und das Vorgehen, wenn nötig, zu adaptieren. Das führt zwingend auch zu besseren Ergebnissen und in den meisten Fällen auch zu schnellerer Zielerreichung.

## Auf 3 Wissensbereiche kommt es an

Die Kompetenzen eines CEO der Zukunft lassen sich grob auf folgende drei Wissensbereiche unterteilen:

- 1/3 touristisches Branchenwissen: Das Wissen über die klassischen Abläufe in der Hotellerie bleibt ein wichtiger Bereich, wenngleich dies allein nicht mehr reicht, um ein Hotel erfolgreich zu führen. Verschiedene Entwicklungsszenarien für den Betrieb müssen geplant und ständig adaptiert werden.
- 1/3 Transformationswissen: Der Hoteldirektor von morgen braucht eine generalistische Grundkompetenz. Integrative Tourismuszukunftsforschung sowie Umsetzung und Analysefähigkeit von neuen Rahmenbedingungen (z. B. Fördermöglichkeiten, gesetzliche Änderungen ...) bilden einen wichtigen Kompetenzbereich.
- 1/3 digitales Wissen: In der digitalen Tourismuswelt bleibt kein Stein auf dem anderen. Das Wissen rund um neue Tools und Entwicklungen (Revenue Management, Bewertungsportale, Social Media, Benchmarking, Mobile Marketing, Buchbarkeit auf der Website, Online-Buchungsplattformen, Hotelsoftware-Erfahrung ...) bildet den Grundstock für die erfolgreiche Führung eines Hotels.



© zuchna VISUALISIERUNG

## Urlaub neu gedacht

In Schladming, am Hochplateau Rohrmoos, bekommt die Auszeit für das „Ich“ ein neues Zuhause. Das neue Hotel Weiden bietet ab Juli, großzügiges und hochwertiges Wohnen in Apartments und Suiten.

In Privatsphäre entspannen – im modern-lässigen Apartment oder in der frischen Suite – all dies ist begleitet vom Service eines 4-Sterne-Hotels. Ein innovatives Kulinarik-Konzept, eine

Rezeption und ein Concierge-Service gibt es in dem Apart & Suites Hotel Weiden ebenso wie einen entspannenden Wellnessbereich, einen top Fitnessraum sowie einen beheizten Außenpool und einen Kinderspielraum.

Flexibel und frei, so soll sich der Gast in dem neuen Haus von Familie Niederl fühlen. Beim großflächigen, luftigen Wohnen ist an alles gedacht: Gemütlichkeit durch reduzierte, natürliche Materialien, hochwertige Betten, perfekt ausgestattete Küchen mit allen Details, ein kommunikativer Esstischbereich, sogenannte „Weideflächen“ – traumhafte Kuscheloasen mit vielen Polstern und freier Sicht vor großen Glasfronten zum Tagträumen. Der Feinschmecker bleibt kulinarisch ungebunden. Egal ob beim Frühstücksbuffet vom Allerfeinsten mit TCM-Bereich im „Tante-Emma-Laden-Style“ oder bei der abendlichen Smart Kitchen – man entscheidet täglich aufs Neue, ob man die Kulinarik im Hotel genießen möchte. Oder, ob man doch lieber mal selber den Kochlöffel im eigenen Apartment schwingt oder zwischendurch im Tagescafé vorbeischaut – ganz easy und nach Lust und Laune.





## Mehr als ein Hotel

Das Apart und Suiten Hotel fungiert auch als Gesundheitshaus „light“, Bildungshaus mit Kochschule, Workshops, Ernährungsberatung, Kräuterwissen, Vorträgen und Lebensstil-Inputs aus den Bereichen der TCM (traditionell chinesische Medizin) und TEM (traditionell europäische Medizin). Das neue Haus liegt perfekt. Erholungssuchende und Sportbegeisterte finden hier ihre neue Homebase für Aktivitäten in der Natur und am Berg.

## Slow down mit nQi

Gastgeberin Nadja Niederl hat ihre Kompetenz aus den Bereichen der TCM und TEM zur eigenen Selfness-Marke und Gesundheitslinie gemacht. Dafür steht „nQi“. Vielseitige und nachhaltige Angebote zum Thema Gesundheit und Prävention wurden konzipiert, um dem „Ich“ längerfristig bzw. dauerhaft Gutes zu tun. nQi steht für sinnvoll und erholsam urlauben, für Kräuterwissen, Kochworkshops und TCM-Ernährungsberatung, für Fasten, Yoga, Bewegung in der Natur, ein Buch lesen, ein gutes Gespräch führen, Malen, Zeit für den Partner haben ... – kurzum für Inputs, die Großes bewirken können, und für bereichernde Lebensstilveränderungen, die bleiben. Nur 34 Zimmer bietet das kleine, feine und charmante Hotel. „Alles was wir brauchen ist weniger“, ist der Leitgedanke der innovativen Gastgeber.

[www.rohrmooserhof.at](http://www.rohrmooserhof.at)





Student\*innen der Innenarchitektur der New Design University in St. Pölten entwickeln Designkonzepte für Alpenvereins­hütten.

Text: Univ.-Prof. (NDU) Christian Prasser, Johanna Aufner

# Alpenvereins­hütten

## Der Raum zwischen Berg und Mensch.

### TEIL 2

Am Beispiel der neuerrichteten Seethalerhütte 2018 und der gerade in Bau befindlichen Voisthalerhütte gestalten NDU Student\*innen diesen Atmosphärenbereich, definieren Benutzerbarkeits­hinweise und beschäftigen sich schwerpunktmäßig mit den Gästebereichen sowie den Schlafräumen inklusive Nasszellen der beiden Hütten. Es gibt einen Fokus auf Innenarchitektur, der uns sagt, wo Schuhe, Rucksäcke und Pickel abzustellen sind und wo Regeneration und Gemütlichkeit zu Hause sind. So stellen sich die Student\*innen die Frage, welchen Komfort eine zeitgemäße Schutz­hütte bieten soll, auch in Hinblick auf die wachsende weibliche Mitgliedschaft.

### Hoch hinauf

Entwurfsvorschlag von Christina Fuchs und Lisa Steckbauer für die Innenraumgestaltung der Seethalerhütte

In dem Innenraum soll vor allem die Einfachheit einer Alpenvereins­hütte sowie ein Bezug zur Natur sichtbar werden. Stein und Holz sind dabei ausschlaggebend. Wir reduzieren die Gestaltung auf diese beiden Materialien.

Helles Fichtenholz schafft eine gemütliche, freundliche Atmosphäre. Im Projekt wird es daher auch in Räumen verwendet, in denen man sich meist längere Zeit, gemeinsam mit anderen, aufhält. Dunkler Stein wirkt massiv, rau und kräftig. Die Atmosphäre der Höhle bietet Schutz, einen Rückzugsort und Halt. Im Projekt definiert der Stein Orte, die Privatsphäre benötigen, oder Bereiche, in denen man sich zurückziehen kann. Richtigen Stein zu verwenden, wäre aber wirtschaftlich eher schwer, bezogen auf den Transport. Das bietet aber die Möglichkeit, auf die dunkle Fassade der Seethalerhütte einzugehen, welche aus Titanzinkblech ist. Mit demselben Material werden Stein­formationen im Innenraum nachgeahmt und neuinterpretiert. Die Gedanken zu der Materialität und ihre Eigenschaften haben wir schließlich auf die Räume übertragen: Material ist Wegweiser, gibt die Raumnutzung vor und definiert den Raum.

Wie es sich auf den Alpenvereins­hütten gehört, werden die Wanderschuhe aus- und die Hausschuhe angezogen. Das Schuhwerk ist in den Bergen ein wichtiges Element. In dem hellen, einladenden Eingangsbereich wird daher bewusst ein offenes Schuhregal platziert. Der helle Gang leitet den Gast weiter zur Ausschanke. Sie imitiert eine dunkle massive Felswand mit drei





Schaukeln als Barhocker. Es soll einem vorkommen, als würde man sich abseilen nach dem anstrengenden Aufstieg. Die Felsformation wächst weiter Richtung Stube, baut sich auf und lässt eine Sitznische entstehen, in der man sich wie in einer Höhle, zurückziehen kann, um das Panorama zu genießen. Wie ein Durchbruch wächst die Formation nach außen und lässt dort ebenfalls eine Sitznische entstehen. Der Außenraum wird zum Spiegelbild des Innenraums.

In der Stube wird das Beisammensein großgeschrieben. Das helle Holz prägt den Raum und schafft eine gemütliche Atmosphäre. Lange, große Tische laden ein, sich zueinander zu setzen. Um die Strenge etwas aufzulockern, die das schlichte Design der Möbel erzeugt, werden Lampen quer über die Tische gespannt. Es werden Bergspitzen imitiert, die ein spannendes Treiben an der Decke erzeugen.

### Privatsphäre gesichert

Auch wenn der Trend vom großen Schlaflager zu kleineren Einheiten geht, wird das etwas veraltete Konzept des großen Schlafraums auf neue Art und Weise umgesetzt. Unterschiedliche Ebenen sorgen dafür, dass für jeden Schlafplatz trotz des großen Raumes etwas Privatsphäre geschaffen wird. Die Schlafplätze orientieren sich hin zur Raummitte, was die Kommunikation zwischen den Gästen ermöglicht. Zusätzlich sind noch zwei Doppelbetten vorhanden, welche durch ein Geländer aus gespannten Seilen vom restlichen Raum abgetrennt werden.

Nach dem Motto „Man geht mit der Sonne schlafen und steht mit ihr wieder auf“ wird beim Lichtkonzept darauf geachtet, dass einerseits jeder Gast nachts in Ruhe schlafen kann,

aber auch sicher im Dunklen aus dem Raum finden kann. Daher die einfache, aber strikte Lösung: Jeder Besucher bekommt bei der Ankunft eine Taschenlampe. Vorteilhaft ist hier auf jedem Fall der sehr sparsame Umgang mit Strom, welcher am Berg sowieso wichtig ist. In den Waschräumen dominieren die Form und die dunkle Farbe der Felsen. Waschbecken wachsen in abgekanteten Formationen aus den Wänden, Duschen sind aufgebaut in Form einer Höhle. Es wirkt als würde eine heiße Quelle aus dem Felsen entspringen und wieder in ihm verschwinden.

Die Innenraumgestaltung für die Zimmer der Angestellten und Pächter gleicht sich jener der restlichen Hütte an. Sie wird aber so abgeändert, dass genug Privatsphäre und Komfort geboten werden, denn das Personal verbringt meist mehrere Wochen auf dem Berg. Auch eine Notschlafstelle für den Winter ist im Keller vorhanden. Der Raum verfügt über multifunktionale Möbel, Betten für vier Personen und einen Ofen.

Leitung: Johanna Aufner (Gastlehrende) und Univ.-Prof. (NDU) Christian Prasser  
 Fast Facts: BA Innenarchitektur & 3D Gestaltung  
 Abschluss: Bachelor of Arts (BA)  
 Studiendauer: 6 Semester  
 Organisationsform: Vollzeitstudium  
 Studienumfang:  
 157 Semesterstunden bzw. 180 ECTS-Punkte

[www.ndu.ac.at](http://www.ndu.ac.at)





## Umbau Gösserhalle

Vom Brauen und Bauen, vom Gestern ins Morgen – die Geschichte der sogenannten Gösserhalle im Wiener Gemeindebezirk Favoriten ist eine vielschichtige.

Seit seiner Errichtung im Jahre 1902 prägt der Industriebau, der ursprünglich zum Zwecke der Lagerung von Bierfässern diente und zuletzt besonders als Eventlocation genutzt wurde, mit seiner markanten Bogenfassade aus Klinker den Charakter des Stadtteils. Diese identitätsstiftende, backsteinerne Struktur überführt der Entwurf von AllesWirdGut nun in die Zukunft. Als achtsame Auseinandersetzung mit dem Bestand jongliert das Vorhaben zwischen stadtgestalterischen Auflagen und zukünftigen Nutzungsbedürfnissen – und wagt einen durchwegs radikalen Eingriff: Während die Außenmauern der Gösserhalle erhalten bleiben, wird das bestehende Dach abgetragen, um so optimale Voraussetzungen für einen von historischen Gemäuern gefassten, dreigeschoßigen Neubau mit Büroräumen und Café zu bieten. Die Diskrepanz zwischen der alten Trakttiefe und der neuen Außenhülle schafft einen überraschenden und luxuriösen Spannungsraum von insgesamt drei Metern. Der Zwischenraum ist ein Geschenk, der nach gestalterischen, ökologischen, ökonomischen und pragmatischen Gesichtspunkten entwickelt wird.

### Vorgefertigte, modulare Element

Das Konzept von AllesWirdGut stützt sich dabei auf vorgefertigte, modulare Elemente und einen Materialmix aus Holz, Klinker und Kupfer. Der Entwurf beschreibt eine Synthese aus respektvollem Erhalt von bereits Gebautem und neu Geplantem am Puls der Zeit. Behutsame Rücksichtnahme und konsequente moderne Typologie fließen in ein maßgeschneidertes Produkt ein, das ungebündelt natürliches, heimeliges Dazwischen im Zentrum einer urbanen Gestaltungsaufgabe verwurzelt.

Architektur: AllesWirdGut  
 Auftraggeber: Klaus Stanek  
 Wettbewerb: 12.2020 – 1. Preis  
 Fertigstellung: 2023  
 BGF: 4.700 m<sup>2</sup>  
 Visualisierung: expressiv; Illustrationen: AllesWirdGut



# KATTUS

STIL UND QUALITÄT SEIT 1857



# FÜR GENIESSER & FEINSCHMECKER

## Prickelndes Frühlings- erwachen in Rosé

Auf den nächsten Seiten finden Sie ausgewählte Kulinarik-Tipps und trendige Summerdrinks.

Foto: Die wunderschöne Spring Edition von Schlumberger in frühlingshaftem Design.  
(Seite 52)

## Dip dich glücklich

Den Gastgarten auf Vordermann bringen, den Griller schrubben – wenn dann das Wetter mitspielt, steht dem Start der Grillsaison nichts mehr im Wege. Doch egal, was auf den Grill kommt: Perfekt wird der Freiluft-Genuss erst mit den richtigen Grillsaucen und Dips.



Schier unendlich ist die Auswahl an köstlichen Grillrezepten. Vom klassischen Kotelett über amerikanische Rippchen oder Burger bis zum Kinderliebling Grillwürstchen, der Fantasie sind keine Grenzen gesetzt. Auch vegetarisches Grillgut oder puristisch feines Gemüse landet zu dieser Jahreszeit wieder gern auf dem Rost. Eines brauchen sie alle: Facettenreiche Saucen und spannende Dips, die für den letzten Schliff sorgen.

### Viele Möglichkeiten – fertig für den Teller

In gleich drei herrlichen Varianten verwöhnen die WIBERG Dip-Saucen anspruchsvolle Genießer. Wer es fruchtig und frisch liebt, greift zur Dip-Sauce Mango-Ananas. Ihr leichter Geschmack mit feiner Curry-Ingwernote passt perfekt in den Sommer und zu allen Arten von Gegrilltem. Die Dip-Sauce Barbecue wiederum schmeckt nach Tomate und Zwiebel und begeistert mit angenehmer Chilinote. Den perfekten Auftritt hat dieser

Dip an der Seite von Spare Ribs, Steaks, Burgern aber natürlich auch Pommes und Wedges. Für alle, die es gerne gehaltvoll und kräftig haben, ist die Dip-Sauce Smoked Honey die richtige Wahl. Süßlich-rauchig im Geschmack, entwickeln die leichte Schärfe des Tasmanischen Bergpfeffers und das Aroma des Röstkaffeepulvers eine Vielzahl unerwarteter Geschmacksnuancen. Alle WIBERG Dip-Saucen sind sofort einsatzbereit und der perfekte Helfer, wenn es schnell und gut sein muss.

### Varianten ohne Ende

Als Basis eignen sich diese drei Grill- und Dip-Saucen aber auch wunderbar für alle Kreativen, die individualisieren oder gar polarisieren möchten. So ist etwa eine brasilianische Mango-Salsa blitzschnell auf dem Teller: Einfach fein gewürfelte Mangos und rote Zwiebeln, zusammen mit frisch gehacktem Koriander und einem Schuss Erdnuss-Öl zu Dip-Sauce Mango-Ananas rühren.

Die Dip-Sauce Barbecue verwandelt sich mit frischem Limettensaft und -abrieb in ein würziges Tomaten-Limetten-Relish mit Chili. Eine Brise Cayennepfeffer sorgt für Schärfe in der gewünschten Abstufung.

Besonders edel flankiert eine Whiskey-Pfeffer-Glace beispielsweise hochwertige Steaks. Dazu wird die Dip-Sauce Smoked Honey mit rauchigem Whiskey sowie WIBERG Röstzwiebel und WIBERG Exquisite Pfeffer-Cuvée verrührt.

Auch abseits ihres Einsatzes als köstliche Saucen glänzen die WIBERG Dips – im wahrsten Sinne des Wortes. Wer das fast fertig gegarte Grillgut damit glasiert, garantiert seinen Spare ribs, Beef-Brisket und vielen anderen Köstlichkeiten einen optisch und geschmacklich einzigartigen Auftritt.



Mehr Informationen zu den WIBERG Produkten finden Sie unter [www.wiberg.eu](http://www.wiberg.eu)



# THE FOOD REVOLUTION

Wie viele andere menschliche Grundbedürfnisse hat sich die Ernährung durch die Pandemie stark gewandelt.



Alexander Stahr, Geschäftsführer der kulinarischen Kreativschmiede Wholey und Christian Weber, Produktentwickler bei Wholey, geben Einblick, inwieweit die Pandemie unser Essverhalten beeinflusst und erläutern, welche Food Trends sich unabhängig davon zukünftig durchsetzen werden.

Beide setzen sich seit Jahren proaktiv mit Ernährungstrends auseinander. So entschieden sie sich, den Fokus ihrer Produktentwicklung auf cleane, vegane und nachhaltige Produkte, wie Smoothies, Smoothie Bowls und Ingwer-Shots zu legen. „Um mit der Zeit zu gehen, haben wir besonders während des letzten Krisenjahres den Markt intensiv beobachtet. Wir möchten erkennen, inwiefern sich die Bedürfnisse und Wünsche der Konsumenten wandeln, oder eben auch nicht“, sagt Ex-Profisportler Stahr. Sein Team und er schließen auf vier Entwicklungen.

## „Flexitarier“

Fleisch wird durch Skandale und Umwelt-Aspekte immer mehr zum Problem-Thema. Die Ernährung ist bekanntlich der Klima-Killer Nr. 1: Die Weltbevölkerung wächst stetig, während die Ressourcen sowie das Konsumverhalten wenig nachhaltig sind. Nicht nur die Soja- und Getreideproduktion zur Herstellung von Tierfutter rückt immer mehr in die öffentliche Debatte, sondern auch Themen wie Überweidung, Überfischung, Waldschädigung und Treibhausgas. Veganer sind keine Randgruppe mehr – auch nicht in Österreich. Laut einer Umfrage aus dem Jahr 2019 ernähren sich in Österreich bereits acht Prozent der Bevölkerung vegetarisch oder vegan, weitere 17 Prozent tun dies zumindest zeitweise. „Flexitarier“ – Menschen, die den Konsum von Fleisch oder Milchprodukten aus unterschiedlichsten Gründen reduzieren, werden immer mehr. So wuchsen die Umsätze mit vegetarischen Produkten im deutschen Lebensmittelhandel während der Pandemie letztes Jahr um 39 Prozent, die mit veganen Produkten sogar um 59 Prozent, während das Nicht-Veggie-Angebot ein Plus von „nur“ 15 Prozent verzeichnete.

## Convenience 2.0

Mit Convenience Food 2.0 sind Produkte gemeint, die der Schnelligkeit des Alltags Rechnung tragen, dabei aber nicht zwangsläufig ungesund sind. Weber, der neben seiner Tätigkeit als Produktentwickler auch als Koch tätig ist, erläutert: „Die Light-Lüge bei Convenience-Produkten haben wir längst durchschaut, aber inzwischen bekommen wir es immer öfter mit der Aufschrift „weniger Zucker“ zu tun. Blenden lassen sollten wir uns davon aber nicht, denn weniger als unverantwortlich viel kann immer noch ungesund viel sein.“ Wholey orientiert sich in seiner Produktentwicklung immer an den Kriterien gesund, schnell und einfach – das eine darf das andere nicht mehr ausschließen. „Als Leistungssportler und Familienväter sahen wir uns bei der Gründung von Wholey mit der Herausforderung konfrontiert, uns zwischen Kindern, Meetings und Trainingsein-



Team Wholey (v.l.n.r.): Gründer Alexander Stahr, Philipp Stahr, Casimir von Carmer, Alexander Carsten, Clemens Schulze

heiten schnell und gesund zu ernähren. So entstand die Idee für eine Smoothie Bowl, die in weniger als 60 Sekunden im Mixer zubereitet werden kann, mit schockgefrosteten und dadurch nährstoffreichen Zutaten aus dem Tiefkühler.“

## Snackification überdauert Pandemie

Auch der Wandel von einer traditionellen zu einer modernen Esskultur ohne strikte Abläufe ist nicht neu. Vor allem Vertreter der urbanen und mobilen Mittelklasse läuteten damit das Ende der klassischen drei Mahlzeiten pro Tag, wie sie früher üblich waren, ein und legten ein immer flexibleres, spontaneres und individuelleres Essverhalten an den Tag. Diese Entwicklung wurde durch den Lockdown abrupt unterbrochen. In der häuslichen Quarantäne gewannen die traditionellen Mahlzeiten wieder ihre alte, strukturgebende Funktion. Eine Rückkehr ins kulinarische Biedermeier und eine Renaissance der Drei-Gang-Menüs im Alltag ist Stahr zufolge aber trotzdem unrealistisch.

## Du bist, was du (nicht) isst

Stay-at-home und Lockdown führten zwangsläufig auch zu mehr Do-it-Yourself in der eigenen Küche und zum Anbau von Kräutern, Salaten und Gemüse auf Balkonen, Fensterbänken sowie in Gärten. „Das ist keine reine Pandemie-Erscheinung, sondern es waren bereits vor Jahren die jungen Großstädter, die das Garteln im urbanen Raum für sich entdeckten“, meint Weber. Fotos von selbst zubereitetem Essen füllen die Social-Media-Kanäle, um der Krise auch symbolisch zu trotzen und das Banner des Genießens hochzuhalten. Die Smartphone-Kamera präsentiert die Homemade-Snacks in bestem Licht, sodass sie, garniert mit Erdbeer-Emoji, auf Instagram oder Tik Tok eine satte „Like“-Ernte einfahren. Auch Rezeptaustauschbörsen und Online-Kochanleitungen werden abseits der Foodie-Szene verstärkt genutzt. „Ernährung wird immer mehr zum Selbstverwirklichungstool und dient zur Selbsterfahrung und Selbstdarstellung. Was man isst, sagt künftig genauso viel über den Menschen aus wie das, was man nicht – mehr – isst“, ist Wholey-Geschäftsführer Stahr überzeugt. 



# TISCHKULTUR –

## Highlights für den Frühling

Kostbares Geschirr, ein geschmackvolles Ambiente und eine passende Tischdekoration – so wird das Essen durch Tischkultur von der bloßen Nahrungsaufnahme zu einem besonderen und geselligen Geschmackserlebnis verwandelt.

### Stand up

Mit der neuen Kristallglasserie Stand up bringen Sieger und Ichendorf Bewegung auf den Tisch. Inspiriert von dem unerschütterlichen Gleichgewicht eines Stehaufmännchens entstanden

drei mundgeblasene Digestif- und Weingläser sowie eine Karaffe voll eleganter Leichtigkeit und überraschender Dynamik. Gleich ob leer oder gefüllt, bei jeder Berührung pendeln sie fein hin und her, um schließlich immer wieder ihre Balance und den aufrechten Stand zu finden. Möglich macht dies der präzise gewölbte Boden, der den Tisch auf weniger als einem Quadratmillimeter berührt.

[www.sieger-germany.com](http://www.sieger-germany.com)



### Edler Trinkgenuss

Natürlich darf ein gutes Glas Weißwein beim Essen nicht fehlen. Die Casella Gläser von Leonardo setzen jeden feinen Tropfen in Szene. Optisch wirken sie durch ihre Diagravur besonders edel und sind in sechs verschiedenen Dekoren erhältlich. Dank Teqton sind die Gläser zudem ausgesprochen hochwertig und kratzfest.

[www.leonardo.de](http://www.leonardo.de)



## Fine Dining neu definiert

Rund oder oval – wenn beide Geometrien geschickt miteinander verbunden werden, kann etwas ganz Neues entstehen. Mit der neuen Kollektion Stella Cosmo aus feinstem, weißen Premium Bone Porcelain präsentiert Villeroy & Boch ein innovatives Geschirr in faszinierenden, neuartigen Formen. Fine Dining wird so auf eine extravagante Weise, die anspruchsvolle Küchenchefs und Gäste gleichermaßen begeistert, neu definiert.

[www.villeroyboch.com](http://www.villeroyboch.com)

## Die neue Barkollektion

„Schon seit Anfang an gehören zu den Highlights in einem Maybach ganz eindeutig die Robbe & Berking Silberkelche und Silberbecher“, meint Raimund Dornburg, Leiter Mercedes-Benz Center of Excellence. Johannes King, der mit zwei Michelin Sternen ausgezeichnete Patron im Sölring Hof auf Sylt, bringt es auf den Punkt: „Unsere Gäste lieben diese Robbe & Berking Kelche.“ Zeitlos, edel und ganz schön trendy. Trinkgefäße, deren äußere Erscheinung an die Kanneluren antiker Säulen erinnert, aber gleichzeitig mit moderner frischer Ausstrahlung einen ganz besonderen Charakter haben. Alle Gefäße der „Belvedere-Kollektion“, liegen nicht nur perfekt in der Hand, sind unzerbrechlich und spülmaschinenfest, sondern bieten jedem Getränk einen unvergesslichen Auftritt.

[www.robbeberking.de](http://www.robbeberking.de)



**Grapos®**  
SOFT DRINKS

DAS BROOKLYN

# HOTELLERIE KONZEPT

FRÜHSTÜCK | SEMINAR  
GLAS | KARAFFE | FRÜCHTE + KRÄUTER



**Bio & Vitaminbar**  
INNOVATIVE TECHNIK  
IM ZEITGEIST-DESIGN

**Technik**  
INDIVIDUELL FÜR SIE  
ADAPTIERT

**BIO - Säfte**  
IN NACHHALTIGER  
PREMIUM QUALITÄT  
**BIO ZERTIFIZIERT**



REDUCE  
BOTTLE  
TRANSPORT

**EIGENPRODUKTION**  
MADE IN AUSTRIA  
Wir produzieren  
**SIRUP + TECHNIK**  
bei uns  
im Haus

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



Nachhaltige  
**AF-KONZEPTE**  
VOM PROFI FÜR PROFIS

GETRÄNKE + TECHNIK + SERVICE  
EXKLUSIV FÜR DIE GASTRONOMIE

[www.grapos.com](http://www.grapos.com) | [www.schankomat.com](http://www.schankomat.com)

**Grapos®**  
SOFT DRINKS



SEIT 2019 | EIN MIT DEM  
ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN  
AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN



## Die innovative Erfolgsgeschichte geht weiter

Der einzigartige KATTUS Bio-Sekt ist jetzt auch in Rosé zu genießen.



Die Wiener Traditionszellerei im Familienbesitz präsentiert ihren „KATTUS Organic Rosé“. Der vegane Bio-Sekt aus niederösterreichischen Zweigeltrauben steht für bewussten Genuss und erweitert die erfolgreiche „Organic“-Linie.

Mit „KATTUS Organic“ stellte die Sektzellerei vor eineinhalb Jahren ihren ersten Bio-Sekt vor, bei dessen Herstellung zur Gänze auf Herbizide und Pestizide verzichtet wird. Nach dem großen Erfolg der prickelnden Innovation aus dem Traditionsunternehmen kommt diesen Frühling der zweite Bio-Sekt auf den Markt, der die Herzen bewusster Genießer und der immer größer werdenden Rosé-Fangemeinde höher schlagen lässt.

## Schonend & nachhaltig

Der neue „KATTUS Organic Rosé“ wird ausschließlich aus Zweigeltrauben aus Bio-Weingärten im niederösterreichischen Weinviertel hergestellt und trägt ebenfalls das EU-Bio-Siegel für schonende und nachhaltige Herstellung. Zudem ist er mit dem „V-Label“ zertifiziert, das Veganern verlässliche Orientierung beim Einkauf gibt. Auf der dreistufigen österreichischen Sekt-Pyramide ist die Produktneuheit von KATTUS in der Kategorie „Klassik“ eingeordnet, die österreichische Qualität mit der rot-weiß-roten Banderole leicht sichtbar macht. Der Bio-Sekt ist mindestens neun Monate auf der Hefe gelagert und kommt in einer limitierten Auflage von 10.000 Flaschen auf den Markt.

„Mit Bio-Qualität aus Österreich und Rosé-Spezialitäten setzen wir Trends.“

*Johannes Kattus*



© Alexander Gatter



Fotos: Florence Stalder

## Bewusster Lebensstil

„Unser jüngstes Produkt ‚KATTUS Organic Rosé‘ verbindet die stark wachsende Nachfrage nach Rosé-Spezialitäten mit bewusstem Lebensstil und der Wertschätzung für österreichische Qualität“, ist Johannes Kattus überzeugt. Er ergänzt: „Regionalität, ressourcenschonende Herstellung und biologischer Anbau sind gut für die Weingärten und erfüllen die Wünsche der Konsumenten und Konsumentinnen mit einem bewussten Lebensstil.“

Der neue „KATTUS Organic Rosé“ präsentiert sich in leuchtendem Lachsrot. In der Nase versprüht der neue Bio-Rosé-Sekt einen zarten Duft nach Beeren und Kirschen. Am Gaumen brilliert er saftig-cremig mit feiner, knackiger Säure, schlankem Körper und fruchtigem Nachhall.

[www.kattus-borco.at](http://www.kattus-borco.at)



Sizilien im Glas: Gordon's Sicilian Lemon Distilled Gin

# Lasst den Sommer ins Glas

Der Genuss im Freien läßt sogleich Urlaubsstimmung aufkommen. Die Gedanken schweifen in die Ferne, aber oft liegt das Gute ja so nah.

Nach einer sehr langen „Durststrecke“ in den Gastgärten sehnt man sich endlich wieder auf Gesellschaft. Neuigkeiten aus der Getränkeszene könnten da überaus hilfreich sein.



## Der Trend aus den USA

Einer der spannendsten Trends in der internationalen Getränkebranche ist die Kategorie der Hard Seltzer. Darunter versteht man kohlenensäurehaltiges Wasser mit Alkohol und zugesetztem Fruchtgeschmack in der Kategorie „Ready-to-Drink“. Der Alkoholgehalt bewegt sich dabei im Schnitt um die 4,5 Volumenprozent. Top Spirit zeichnet für die Einführung von White Claw auf dem heimischen Markt verantwortlich.

## Die alkoholfreie Innovation

Die zweite Trendmarke, die Top Spirit neu in ihr Markenportfolio aufgenommen hat, ist Undone. Da alkoholreduzierte und



alkoholfreie Drinks auf dem Vormarsch sind, setzt sich das Unternehmen auch hier verstärkt in Szene. Undone ist eine sogenannte „alkoholfreie“ Spirituose, deren Herstellung auf echten Spirituosen aus Pot-Still Destillaten basiert. Dabei wird der Alkohol in einem aufwendigen Verfahren extrahiert, um die wertvollen Essenzen zu erhalten.

## Prickelndes Frühlingserwachen in Rosé

SektliebhaberInnen aufgepasst: Bereits zum dritten Mal läutet Schlumberger mit dem Sparkling Spring den Frühling ein – und auch heuer dreht sich alles um das Trendprodukt Rosé. Die Sektellerei erweitert ihr umfangreiches Sortiment für kurze Zeit mit einer wunderschönen Spring Edition in frühlingshaftem Design.

## Sizilien im Glas

Gordon's bereitet sich auf den Sommeranfang vor und hofft auf sonnige Zeiten in der Bar- und Restaurantszene. Die Neueinführung Gordon's Sicilian Lemon Distilled Gin gesellt sich nun im Gordon's Flavoured-Gin-Portfolio zu der beerigen Variante Pink Distilled Gin und setzt auf sommerlich-zitronigen Geschmack. Die spannende Neuheit mit sizilianischem Charme überzeugt nicht nur waschechte Gin-Fans.

## Viva Mexiko

Sierra räumt bei den Global Spirits Masters ab. Die hochprozentigen Preisträger werden von der Zeitschrift „Spirits Business“ prämiert, die weltweit in 120 Ländern gelesen wird und als Leitmedium der Branche gilt. Als großer Gewinner bei den „Tequila & Mezcal Masters 2021“ geht „Sierra“ mit gleich vier Gold- und zwei Silbermedaillen aus dem diesjährigen Bewerb hervor. „Der beachtliche Erfolg im internationalen Wettbewerb beweist, dass das fruchtige Geschmacksprofil von ‚Sierra‘ einmalig ist und die Marke im globalen Spitzenfeld mitspielt“, zeigt sich KATTUS-BORCO-Geschäftsführer Andreas Ruhland erfreut.



## Britisches Sommer-Aroma

Das pinke Raspberry & Rhubarb Tonic von FEVER-TREE mit englischem Rhabarber und schottischen Himbeeren schmeckt nach neuer Lebenslust. Eine Komposition aus fruchtiger Himbeere, zart-herbem Rhabarber und einem Hauch Chinin. Für dieses Tonic setzt die Premium Tonic&Mixer Marke bewusst auf eine geringere Menge Chinin als in den meisten seiner Mixer, um die süßen Fruchtaromen voll zur Geltung kommen zu lassen.

## Das Schwarze

Die zum Unternehmensverbund der Privatbrauerei Zwettl gehörige Bierwerkstatt Weitra präsentiert eine neue Bierspezialität: „Das Schwarze“ ist ein untergäriges Spezialbier, welches hauptsächlich in Gastronomiebetrieben sowie bei Veranstaltungen ausgeschrieben werden soll.



„Wir haben in Vorfreude auf das 700-Jahr Jubiläum Weitras als älteste Braustadt Österreichs dieses tiefschwarze Bier mit viel Liebe kreiert und eingebraut“, so Mag. Karl Schwarz, der „Das Schwarze“ als sein neues persönliches Lieblingsbier bezeichnet.



## Geselliges Beisammensein

Ein schonendes Brauverfahren entzieht dem neuen Puntigamer Pr0,0st nur den Alkohol, der süffig bodenständige Geschmack durch steirische Brautradition bleibt. Um mit Freunden gemütlich anzustoßen, egal ob beim abendlichen Treffen, beim Grillen oder auf Partys, gehört für die Österreicher Bier auf den Tisch. Mit der „natürlich alkoholfrei“ Produktpalette bietet die Brau Union Österreich eine geschmackliche Vielfalt an natürlich gebrauten, alkoholfreien Bieren und Biermischgetränken für Erwachsene, die 2021 regional mit dem Puntigamer Pr0,0st erweitert wird.





## Der Griff nach dem Mond

HENDRICK'S setzt mit der diesjährigen Limited Edition LUNAR neue Maßstäbe im Geschmackskosmos.

Hendrick's präsentiert eine streng limitierte Abfüllung namens Hendrick's Lunar Gin, die Lesley Gracie aus ausgewählten Botanicals ihrer „Wunderkammer“ im Hendrick's Gin Palace zauberte. Dieser außergewöhnliche, geradezu überirdische Gin wurde unter silbernem Mondlicht kreiert und entfaltet eine verführerische Komplexität und köstliche Wärme, die sich ideal für erfrischende Sundowners, einen Schlummertrunk oder andere kontemplative Praktiken eignet, die einen den Mond wie ein Mondsüchtiger betrachten lässt.

Die Flasche des Hendrick's Lunar Gin zeigt zwar die charakteristische Hendrick's-Form, die an viktorianische Apothekergefäße erinnert, überrascht aber mit ihrer Farbgebung, einem eleganten Tiefblau, das den Nachthimmel widerspiegelt. Beim Design des Lunar setzt Hendrick's im wahrsten Sinne des Wortes auf himmlisches Bildmaterial, welches den Wunsch heraufbeschwört, Cocktailegenuss im Mondlicht zu zelebrieren.

Lunar ist die zweite Limited Edition aus der Wunderkammer von Master Distiller Lesley Gracie, die beweist, wie inspirierend sich das spektakuläre Ambiente des Hendrick's Gin Palace auf ihren Wissensdurst und Kreativität auswirkt.

### In der Stille der Nacht

Lesley Gracie ist bekannt für ihre mitternächtlichen Garteninspektionen, bei denen sie regelmäßig ihre blühende Pflanzensammlung im Schimmer des Mondlichts begutachtet. In einer dieser mond hellen Nächte, in denen sie die Pflanzen in ihrem geliebten Gewächshaus pflegte, wurde sie zur Kreation dieses erfrischend vollmundigen, warmen und verführerischen Gins inspiriert.

Sie beschreibt die Inspiration, die sie zu Hendrick's Lunar Gin beflügelte, wie folgt: „Es ist ein Gefühl. Das Gefühl, das sich in einer wirklich dunklen, stillen Nacht mit sternklarem Himmel einstellt. Ich mag dieses Gefühl und wollte die Stimmung, Geschichten unter Sternen zu erzählen, in einer Flasche einfangen. In der Stille der Nacht nimmt man alle möglichen Gerüche wahr, es

gibt Blumen, die ihren Duft nur im Mondlicht verströmen. Nachts hat man eine besondere sensorische Sensibilität. Dunkelheit verändert die Dinge, auch die Reaktion auf die Umgebung, alles fühlt sich nachts anders an.“

Hendrick's Lunar Gin ist eine unwiderstehliche Kombination aus erfrischenden, wärmenden und blumigen Aromen und lädt dazu ein, abends, wenn die Sonne untergeht und der Mond aufsteigt, in guter Gesellschaft genossen zu werden.

Lesley Gracie setzt fort: „Hendrick's Lunar Gin vermittelt die Wärme mancher Botanicals, als ob man von einer Abendstimmung mollig-warm umhüllt würde. Dazu kommt das intensive Aroma nachtduftender Pflanzen, begleitet von einer erfrischenden Zitrusnote im Hintergrund.“

### Die Gurke als Garnierung

Ally Martin, globaler Markenbotschafter von Hendrick's Gin, verrät einige einfache Tipps und Tricks, wie man diesem außergewöhnlichen Getränk das gewisse Etwas verleiht. Sie lassen sich ohne großen Aufwand zu Hause nachmachen: „Hendrick's Lunar Gin sollte an trauten Abenden zu Hause genossen werden. Alle echten Hendrick's-Fans wissen, dass unser Gin besonders gut mit unserer charakteristischen Gurkengarnierung harmoniert. Hendrick's Lunar Gin macht da keine Ausnahme, profitiert aber auch durch die Zugabe von schwarzem Pfeffer, der die dominierenden Aromen dieses Gins betont.“

„Ein fantastischer Sundowner wäre der Moonlight Buck, eine kosmische Kombination aus Hendrick's Lunar, Gingerale und Zitronensaft, einmal mehr garniert mit Gurke und einem Zitronentwist. Außerdem kann man Hendrick's Lunar Gin mit einem Starry Old Fashioned mixen und in einer sternklaren Nacht genießen. Ein Old Fashioned mit Gin mag ungewohnt erscheinen, schmeckt aber wirklich gut, glauben Sie mir.“

Hendrick's Lunar Gin wird den Hendrick's Midsummer Solstice, die erste Limited Edition aus Lesley Gracies Wunderkammer, ersetzen.

## Serviervorschläge für Lunar „Mondschein Cocktails 2021“

### LUNAR & TONIC

#### Zutaten:

50 ml Hendrick's Lunar Gin  
150 ml Premium Tonicwater  
3 Gurkenscheiben  
schwarzer Pfeffer

#### Zubereitung:

Alle Zutaten in ein mit Eiswürfeln gefülltes Longdrink-Glas geben, leicht verrühren, mit drei geschnittenen Gurkenscheiben und etwas schwarzem Pfeffer garnieren und servieren.



### MOONLIGHT BUCK

#### Zutaten:

50 ml Hendrick's Lunar Gin  
15 ml Zitronensaft  
mit Gingerale auffüllen  
3 Gurkenscheiben  
Zitronentwist

Zubereitung: Alle Zutaten in ein mit Eiswürfeln gefülltes Highball-Glas geben, leicht verrühren und mit 3 dünn geschnittenen Gurkenscheiben und einem Zitronentwist garnieren und servieren.

### STARRY OLD FASHIONED

#### Zutaten:

50 ml Hendrick's Lunar Gin  
7,5 ml Zuckersirup  
1 Schuss Orangenbitter  
1 Schuss Angosturabitter  
Orangentwist

#### Zubereitung:

Alle Zutaten in einem Rührglas mit Eiswürfeln verrühren, in einen Tumbler auf Eis abseihen, mit einem Orangentwist garnieren und servieren.



Weitere Rezepte und zusätzliche Informationen finden Sie auf [www.hendricksgin.com](http://www.hendricksgin.com)  
Hendrick's Lunar kann u. a. bei: [www.spiritsandco.at](http://www.spiritsandco.at) gekauft werden.  
Mehr Informationen unter: [www.topspirit.at](http://www.topspirit.at)

# Weil ausschließlich Höchstleistung zählt

Mit der GIGA X8 hat JURA ein Meisterwerk  
Schweizer Ingenieurskunst im umfangreichen Portfolio.



Der Schweizer Präzisionskaffeevollautomat von JURA brilliert in sämtlichen Belangen und ist nun auch gleich 4 x professioneller. Ein komplett neues Innenleben macht die GIGA X8 robuster, effizienter, intelligenter und noch leichter servicerbar. Das Schweizer Traditionsunternehmen JURA beweist damit einmal mehr Schweizer Innovationskraft und Professionalität bis ins kleinste Detail. Überall, wo Kapazitäten bis zu 200 Tassen an der Tagesordnung sind, überzeugt der Vollautomat für den Profi-Bereich mit Qualität, Funktionalität und Zuverlässigkeit. Gepaart mit Höchstleistung in allen Bereichen resultiert ein Hightech-Vollautomat, der ideal auf die Anforderungen von Etagen-, Seminar-, Catering- oder Coffee-to-go-Lösungen zuge-

schnitten ist. Ob mobil und flexibel mit großem Wassertank (GIGA X8) oder als Festwasserlösung (GIGA X8c) spielt sie ihre Stärken überall dort aus, wo Höchstleistungen zählen.

## Schweizer Hightech für das ultimative Kaffeeresultat

Die neue GIGA X8 hat's in sich: Zwei Hochleistungs-Keramikscheiben-Mahlwerke liefern 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 zündet bei Ristretto und Espresso ein geschmackliches Feuerwerk. Die Speed-Funktion ist inspiriert von den besten Baristas der Welt. Dort bildet nämlich ein kräftiger Espresso, der durch heißes Wasser verlängert wird, die Basis für herrlichen Lungo. Bei der GIGA X8 führt ein Bypass während der Kaffeeextraktion automatisch die gewünschte Menge Heißwasser zu. So vermischt sich der frisch gebrühte Kaffee unter optimalen Bedingungen gleichmäßig mit dem heißen Wasser. Die daraus resultierende lange Spezialität zeichnet sich durch volles Aroma und hervorragende Bekömmlichkeit aus. Die GIGA X8 verfügt zudem über einen durchdacht konstruierten höhenverstellbaren Kombiauslauf, der mit Milch und Milchschaum verfeinerte Trendspezialitäten dank Feinschaum-Technologie in Vollendung gelingen lässt. CLARIS Pro Smart\* liefert perfekte Wasserqualität für puren Geschmack. Nie war die Verwendung des Filters einfacher, denn neu erkennt ihn das Intelligent Water System (I.W.S.®) automatisch.

### Intuitiv per Touch zur perfekten Kaffeesezialität

Touch-Technologie ermöglicht die einfachste und direkteste Kommunikation zwischen Mensch und Maschine. Dank ihr lassen sich mit der GIGA X8 sämtliche Liebesspezialitäten durch eine einzige Berührung des Displays zubereiten. Die Bedienung über das prägnante, 4,3" große, hochauflösende Touchscreen-Farbdisplay präsentiert sich klar verständlich und vollkommen intuitiv. Auf direktem Weg führt sie zum Ziel, denn der Touchscreen liest

einem im wahrsten Sinne des Wortes sämtliche Kaffeewünsche von den Fingerspitzen ab. Ob im Etagen-, Seminar-, Catering- oder Coffee-to-go-Bereich, die Klarheit der Bedienphilosophie zählt zu den großen Stärken der neuen GIGA-X-Vollautomaten.

### Das 5-Sterne-Handling

Besonderes Augenmerk der Ingenieure von JURA galt der Neukonstruktion des Restwasserschalenkonzepts. Gerade in hektischen Situationen brilliert die innovative Lösung. Die spülmaschinentaugliche Restwasserschale lässt sich mit nur einer Hand entnehmen, leeren und wieder einsetzen. Dabei verhindert der optimal gelegte Schwerpunkt ein Überschwappen. Einfach, sauber, schnell, bequem – der 5-Sterne-Gedanke reicht bis ins kleinste Detail.

### Automatische Milchsystemreinigung für TÜV-zertifizierte Hygiene

Genauso einfach, logisch und intuitiv wie die Bedienung funktioniert die Pflege der neuen GIGA X8. 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.

[www.jura.com](http://www.jura.com)

\* nur bei der Wassertankversion GIGA X8. Für die Festwasserversion GIGA X8c empfehlen wir das JURA-Wasserfiltersystem.



© Maria Johannik

# Y Mini Bar

Die Wiener Wollzeile bekommt gastronomischen Zuwachs mit der neuen Mini-Bar der Dots Group.



Mit den steigenden Temperaturen steigt auch die Lust auf den ein oder anderen gut gemixten Drink. Bis die Gastronomie wieder gänzlich öffnen darf, wird es wohl noch ein wenig dauern. Auf feine Drink-Klassiker und die Signature-Spezialität „Newman House Negroni“ müssen Genussfans trotzdem nicht verzichten. Denn am 18. März 2021 eröffnet der jüngste Coup von Unternehmer Martin Ho, wenn auch vorerst nur für Take-away. Die neue „Y Mini Bar“ liegt in direkter Nachbarschaft zu „Ivys Pho & Grill“ und dem „X Members Club“.

„Die ‚Y Mini Bar‘ beheimatete das ehemalige Raiffeisen Reisebüro. Zu Beginn war es der direkte Namensgeber des nicht mehr ganz so geheimen ‚X Members Club‘. Da von Anfang an strikt weder Türschild noch Sonstiges geplant war, war das Giebelkreuz-Logo der Raiffeisen quasi das geheime Zeichen. Y ist daher die logische Weiterentwicklung und Ableitung“, kommentiert Ho die Namensgebung seines jüngsten Gastro-Zuwachses.

## Klein, aber oho

Was gibt es in der Stadt, die ziemlich alles hat, noch nicht? Diese Frage ist für Martin Ho Dreh- und Angelpunkt jeder Projektentwicklung. Die Antwort war klar: eine Mini-Bar. Bewusst „mini“, weil die Größe des Lokals mit rund 50 m<sup>2</sup> sehr überschaubar ist. „Mini“ prägt buchstäblich auch das Interieurkonzept, denn das Herzstück bilden zwölf schwarze Smeg-Mini-Bars. Für das Bar-Konzept und die Namensgebung zeichnet Wegbegleiter der Familie Ho, Mitbegründer des „X“ sowie Kreativdirektor der Dots Group Sammy Zayed verantwortlich.

„Das Kreativkonzept und das Lichtkonzept inklusive individuell gestalteter Deckenbeleuchtung für die ‚Y Mini Bar‘ stammen vom Wiener Künstler und Designer Thomas Waidhofer. Für das Finishing haben wir uns die international bekannten Wiener Graffiti-Künstler von ‚Concrete‘ an Bord geholt. Ihre Graffitis geben der Bar den futuristischen Space-Look und lassen Gäste in eine außergewöhnliche Bar-Atmosphäre eintauchen“, so Zayed über das Konzept.

Die „Y Mini Bar“ wird in Zukunft, sobald die Covid-19-Maßnahmen der österreichischen Bundesregierung es erlauben, schon am Tag bespielt werden, distanziert sich aber bewusst von der Definition einer Tagesbar. Eine feine, kleine Karte mit ausgewählten Snacks, Cafés, Cocktails und der Möglichkeit, zusätzlich auf die unmittelbar angrenzende Küche des „Ivys Pho & Grill House“ zurückgreifen zu können, gelten hier. Neben ausgewählten Cocktail-Klassikern und Longdrinks wurde für die Getränkekarte ein starker Fokus auf Tequila gelegt.

„In Österreich sind Tequila und seine reiche Geschmacksvielfalt noch nicht angekommen. Mit unserem Schwerpunkt auf erstklassige Tequilas ist es aber nur eine Frage der Zeit. Nicht zuletzt, da die Dots Group seit Herbst letzten Jahres der exklusive ‚Clase Azul‘-Generalimporteur für Österreich ist“, so Ho.

Der 100 Prozent biologische Tequila wird aus Weber-Blue-Agaven hergestellt, die nach alter Tradition behutsam in Backsteinöfen gekocht werden. Jede Flasche „Clase Azul“ ist ein einzigartiges Kunstwerk, das von Hand geformt und individuell bemalt wurde.

## Raum-im-Raum-Konzept

Die persönliche Handschrift von Kunst- und Designliebhaber Ho darf freilich auch in der neuen Mini-Bar nicht fehlen: Die Bar gestaltet sich mit einer integrierten Galerie als hybrides Raum-im-Raum-Konzept. Ein Teil der „Y Mini Bar“ ist dem „B Corporation“-zertifizierten Projekt „The Skateroom“ gewidmet. Es vereint Kunstsammler, Künstler, Galerien, Museen, Stiftungen, Einzelhändler und gemeinnützige Organisationen auf der ganzen Welt in einem neuen Wirtschaftsmodell – „Art for Social Impact“. Mit 25 Prozent vom Verkaufserlös eines Skateboards, das in unterschiedlichen Künstler-Editionen erhältlich ist, werden Skateboarding-Projekte auf der ganzen Welt finanziert. Dafür setzt „The Skateroom“ auf namhafte Künstler-Kooperationen. In der „Y Mini Bar“ ist aktuell die Edition von Andy Warhol erhältlich.





Die BEGRÜNDER haben eine außergewöhnliche Poollandschaft angelegt, liebevoll an die Natur angepasst.

Im Gastgarten sitzen und wieder Gesellschaft genießen, wir alle sehnen uns nach dieser Selbstverständlichkeit. Wir präsentieren einige Must-haves, um dem Gast ein ideales Umfeld bieten zu können.

**Text:** Daniela de Cillia,  
**Fotos:** Ledvance, GO IN, Kartell,  
Begründer, easytherm, Gira

## Die Zeit ist reif

Dekorative Leuchten auf der Terrasse, in Beeten und auf Grünflächen schaffen schnell ein sommerliches Ambiente. Viele Kabeln haben aber so ihre Tücken, daher gelten als gute Option zum Beispiel witterungsbeständige, fest montierte Energiesäulen, die genau dort für einen sicheren Stromzugang sorgen, wo er benötigt wird. Neben der richtig eingesetzten Beleuchtung tragen

aber auch elektrische Heizstrahler mit Infrarotstrahlung zur Gemütlichkeit bei, egal ob auf der Terrasse oder dem Balkon. So vermittelt man dem Gast auch bei kühleren Stunden das Gefühl, in südlich-warmen Gefilden zu verweilen.

Heizstrahler von easyTherm sorgen für schnelle, effiziente Wärme.



### Zubehör für Outdoor-Möbel

Zu einem schönen Außenbereich gehören naturgemäß exklusive und stylische Möbel. Komfortable Möbel sind aber nicht alles – machen Sie es Ihren Gästen so gemütlich wie nur möglich. Bringen Sie in ihre Gestaltung mehr Farbe rein. Individuell, aber perfekt passend zu Ihren Outdoormöbeln. Wählen Sie einfach die Farbe und das Bezugsmaterial und stimmen Sie es auf Ihren Outdoor-Bereich ab.

Leuchten von Gira: Formschön und funktionell.





GO IN: Mit ein paar Farbtupfer lockert man jedes Ambiente auf.



Kartell präsentiert den Re-Chair, einen aus recyceltem Material hergestellten Stuhl.

## Nachhaltigkeit als Statement

Kartell setzt seine Strategie weiter fort, ikonische Produkte herzustellen, die nachhaltige Materialien mit modernster Produktionstechnologie kombinieren und neue kreative Impulse bieten, um die Umwelt zu respektieren und zu schützen – ein Sustainability-Credo, dem sich die Manufaktur mit seinem industriellen Manifest „Kartell Loves the Planet“ verschrieben hat. In diesem Zusammenhang präsentiert Kartell nun die finale Version des Projektes Re-Chair, den von Antonio Citterio entworfenen und aus recyceltem Material hergestellten Stuhl. Der Name beschreibt die Essenz dieses Produkts: RE wie „recycled“ und CHAIR wie das symbolische Objekt von Kartell in einer perfekten Verknüpfung von Vergangenheit und Zukunft. Das Ergebnis ist ein in jeder Hinsicht nachhaltig produzierter Stuhl, der durch sein markantes Design gekennzeichnet ist, welches diesem Leichtigkeit und gleichzeitig Stabilität verleiht.

Der Re-Chair eignet sich für den Indoor- sowie den Outdoor-Bereich; er ist stapelbar und in den Farben Weiß, Schwarz, Grau, Grün und Taubengrau erhältlich.

## Das Projekt „Waldjuwel“

Die Firma „Die Begründer“ haben eine außergewöhnliche Poollandschaft angelegt mit einem Lotus-Wasserbecken und als Verlängerung mit einem zusätzlichen Wasserfall. Liebevoll an die Natur angepasst hat man hier Materialien wie Kalksteinplatten und Holz gewählt. Seit vielen Jahren arbeiten die Begründer mit ausgewählten Firmen zusammen von denen sie Fachkräfte, Baumaterial, Möbel, Dekoration, Pflanzen und was man sonst noch alles in der Gartengestaltung braucht, beziehen. Die Möbel für den Außenbereich kamen aus dem Hause Paola Lenti (Couch und Liegen) und von Extremis (Tisch und Sessel).

Formvollendete, bequeme Stühle aus dem GO IN-Sortiment.

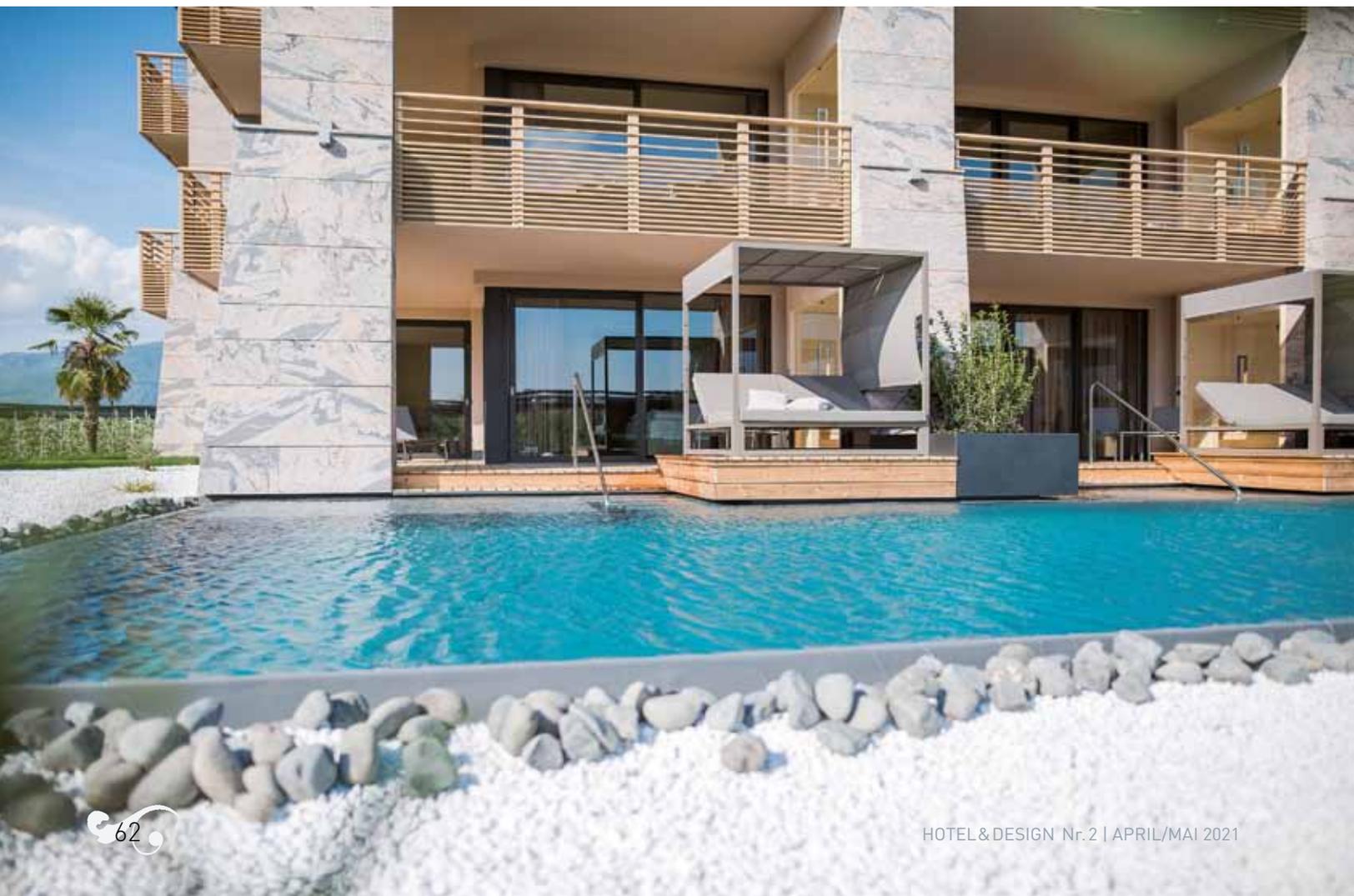


Lichttechnik von Ledvance: Clever eingesetzte Gartenleuchten scheinen dort, wo es auch Sinn macht.





# Wellnesshotel Weinegg



# Tief durchatmen zwischen Weinterrassen und Berggipfeln.

Fotos: Johanna Schweigkofler, Armin Terzer

Was bedeutet Urlaub? Abstand vom Alltag zu gewinnen, nicht dauernd auf die Uhr, oder das Handy schauen zu müssen, unbeschwert in den Tag hineinleben zu können, die Geräuschkulisse leiser zu schalten und sich verwöhnen zu lassen. Für viele Erholungssuchende erfüllen sich diese Wünsche nicht unbedingt am eigenen Wohnsitz, sondern durch einen Ortswechsel – und die Wahl einer Unterkunft mit hohem Service- und Wellnessgedanken, umgeben von unverfälschter Natur, möglichst mit überschaubarem Anreiseweg.

## Mediterranes Lebensgefühl

Das Hotel Weinegg befindet sich weniger als 30 Minuten von Bozen entfernt, lässt den Gast aber unmittelbar in eine andere Welt eintauchen: mediterrane Leichtigkeit und alpine Gemütlichkeit inmitten der Reblandschaft von Giran bieten den ersehnten Ruhepol für rastlose Gedanken. Diese lassen sich in der 5-Sterne-Unterkunft in lichtdurchfluteten Zimmern und Suiten und im Wellviva Spa mit Blick auf Weinberge, Wiesen und das imposante Bergpanorama gegen unverbindliches (Tag-)Träumen eintauschen. Auch das Langschläfer-Buffer steht stellvertretend für die Freiheit, dem eigenen Rhythmus ohne ein schlechtes Gewissen oder einen durchgetakteten Terminkalender nachgehen zu können.

## Zeit haben und genießen

Zeit zu haben, ist heutzutage der größte Luxus – nach dem Frühstück einfach mal, ganz in Ruhe, eine Runde Golf zu spielen oder einen Ausflug in die Natur zu unternehmen, sich tagsüber eine Massage zu gönnen oder sich nach dem Essen für einen weiteren Drink zu entscheiden, ohne an die anstehenden Verpflichtungen des nächsten Tags denken zu müssen: Das ist der Charakter des Hotel Weinegg. Diese Idealvorstellung von purer Entspannung ist hier schnell umgesetzt – im Golfclub Eppan, in der Umgebung, die zum Wandern und Mountainbiken einlädt, im weitläufigen Wellnessbereich mit dem längsten Pool Südtirols und im Rahmen der regionalen, kreativen Kulinarik – vom Wellness-Mittagsbuffet über das Kuchenbuffet bis hin zum 8-Gänge-Dinner oder den köstlichen À la carte-Gerichten. Neue Geschichten und Anekdoten bekommen mit einem Cocktail, einer Zigarre und einem Glas ausgezeichneten „Tenuta Moser“ aus der eigenen Familien-Kellerei eine ganz besondere Note. Und gewinnen wahlweise an Tiefe oder Leichtigkeit, die im Alltag häufig zu kurz kommt.

[www.weinegg.com](http://www.weinegg.com)





# Coco Romance



## Ein spezielles Arrangement der Coco Collection verspricht Romantik pur.

Die maledivischen Luxus-Resorts der Coco Collection, die Eco-Barfuß-Insel Coco Palm und die stylische Gourmet-Insel Coco Bodu Hithi bieten mit ihren traumhaften weißen Sandstränden und den luxuriösen Villen die perfekte Kulisse für einen Urlaub voller Romantik und Zweisamkeit. Die natürliche Schönheit der Inseln gepaart mit dem entspannten Charme und der Eleganz der Umgebung versprechen einen unvergesslichen Aufenthalt. Paare können sich im Rahmen des Arrangements „Coco Romance“ auf eine Vielzahl an romantischen Highlights freuen – von der Begrüßung mit Champagner und Schoko-Erdbeeren bis hin zum privaten Sunset Cruise um die Insel und vielem mehr.

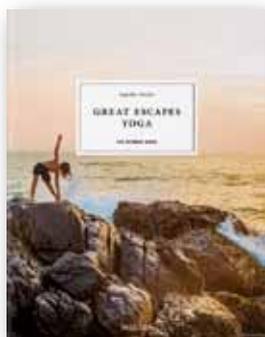
Nur wenige Destinationen weltweit sind so bekannt und prädestiniert für einen romantischen Liebesurlaub wie die Malediven. Die von einer einheimischen Familie geführte Coco Collection hat sich mit dem Arrangement deshalb ein ganz besonderes Paket für Paare ausgedacht. Auf alle Buchungen des Coco Romance Arrangements, die bis zum 30. April 2021 vorgenommen werden, erhalten Gäste einen zusätzlichen Preisnachlass von zehn Prozent. Das Arrangement ist anwendbar auf Buchungen eines Aufenthalts auf Coco Bodu Hithi und Coco Palm Dhuni Kolhu. Ein Mindestaufenthalt von fünf Nächten ist erforderlich.



### Serviceleistungen des Arrangements

- Transfer vom Flughafen zum Resort und zurück mit dem Speedboat (Coco Bodu Hithi) bzw. mit dem Wasserflugzeug (Coco Palm)
- Bei Ankunft Champagner und Schoko-Erdbeeren auf der eigenen Villa
- Eine luxuriöse Journey to Maldives Spa-Behandlung nach Wahl
- Ein traditionelles Blütenbad für Zwei in der eigenen Villa (nur auf Coco Bodu Hithi)
- Eine magische private Sunset Cruise um die Insel
- Ein romantisches privates Dinner am Strand unter einer Pergola
- Eine private Coco Cinema Kinovorstellung am Strand unter dem Sternenhimmel inklusive Popcorn und Getränken

[www.cocollection.com](http://www.cocollection.com)



## Great Escapes Yoga. The Retreat Book. 2020 Edition

Angelika Taschen

Ihnen steht der Sinn nach einem Kurzurlaub, der länger nachwirkt? Versuchen Sie es mit einem Yoga-Retreat! Unter Mitwirkung international bekannter Yogalehrer hat Taschen für Sie die schönsten Retreats ausfindig gemacht und sie in diesem aktualisierten Band versammelt. Zu den Highlights gehören der Parmarth Niketan Ashram in Rishikesh, der Geburtsort des Yoga, und das Esalen Institute im kalifornischen Big Sur, das legendäre Mekka der New-Age-Bewegung. Hardcover, 23,8 x 30,2 cm, 360 Seiten, mehrsprachige Ausgabe: Deutsch, Englisch, Französisch, 40,00 €, ISBN 978-3-8365-8213-1, Taschen



## Hotel Paradiso

Matthias Dusini

Das Paradies auf Erden, existiert es irgendwo? „Hotel Paradiso“ gibt Antworten auf diese Frage. Der Reisebegleiter führt zu 13 Orten in Mitteleuropa, von Norditalien und der italienischen Schweiz über Südtirol und Ostösterreich bis nach Tschechien. Die Leserinnen und Leser lernen utopische Orte kennen – in Turin, am Lago Maggiore, im Burgenland oder in Zlín. Dieses Buch gibt die Anregung: Orte zu finden, die ihre Geschichte erst auf den zweiten Blick preisgeben. 135 x 210 mm, 256 Seiten, 29,90 €, ISBN: 978-3-85439-662-8, Falter Verlag



## Mountain Escapes –

### The Finest Hotels and Retreats from the Alps to the Andes

Martin N. Kunz

In diesem ReviewBook hat sich der Autor der besonderen Hotellerie in den Bergen der Welt verschrieben. Detaillierte Insider-Informationen und faszinierende Bilder der vorgestellten Locations locken auch eingefleischte Höhenluftverweigerer in neue Regionen. Digitales Plus: Die kostenlose Bilderkennungs-App. Wer damit sein Smartphone über ein Bild im Buch hält, gelangt automatisch zur Unterkunft, wo noch mehr Bilder, Videos und teilweise sogar Soundtracks warten. Hardcover, 24,5 x 31,4 cm, ca. 256 Seiten, ca. 300 Farbfotografien, Deutsch/Englisch, 60,00 €, ISBN 978-3-96171-246-5, teNeues

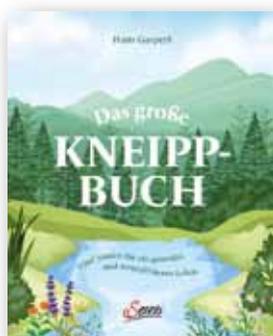


## Die schönsten Restaurants & Bars

Cornelia Hellstern / DEHOGA

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 50 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, 280 Seiten, 59,95 €, ISBN: 978-3-7667-2515-8, Callwey



## Das große Kneippbuch

Hans Gasperl, Georg Jillich, Regina Webersberger

Bewusst im Einklang mit der Natur leben: Diese Idee hat eine lange Tradition. Bereits vor 200 Jahren wurde Sebastian Kneipp geboren. Zu diesem Jubiläum hat Dr. Hans Gasperl, selbst 40 Jahre lang Land- und Kneipparzt, einen Gesundheits-Ratgeber verfasst, in dem er das Leben und die Fünf-Säulen-Philosophie von Pfarrer Kneipp ausführlich vorstellt. Die Autoren präsentieren die Ansätze von Sebastian Kneipp nicht nur theoretisch, sondern zeigen auch einfache Wege auf, wie Sie die fünf Säulen in Ihren Alltag integrieren können.

210 x 260 mm, 200 Seiten, 30,00 €, ISBN 13 9783710402760, Servus

# VORSCHAU

## H&D Nr. 3 | Juni 2021

### World of Wine

Portos neueste Erlebniswelt lockt mit kulturellen und gastronomischen Erlebnissen. Im Herzen Portos, im historischen Weinkellerviertel Vila Nova da Gaia, wandeln Besucher auf den Spuren von Wein, Kulinarik und Kultur Portugals.



Neu im Programm bei TOTO ist das WASHLET™ RG in gerundeter Form.

### Das Spa als Ort der Ruhe

Die Ruhe genießen, loslassen und entspannen. Ein bestens geplantes Spa schafft Urlaubsvergnügen in seiner reinsten Form. Und eine Sauna darf dabei nicht fehlen.



### Bad & Sanitär – die neuesten Kreationen

Der Gast muss sich in einem modernen Hotelbad auf jeden Fall wohlfühlen. Höchste Hygienestandards, ein formschönes Design und Nachhaltigkeit sind dabei ein Must.



### FOOD&DESIGN

#### Frühstücksvariationen sorgen für Begeisterung

Der erste Kontakt mit den Gästen in der Früh ist meistens ausschlaggebend für deren Wohlbefinden am ganzen Tag. Das Frühstück kann dabei sehr hilfreich sein.

**Erscheinungstermin: 21. Juni 2021,**  
**Redaktionsschluss: 21. Mai 2021**

## 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, +43 676/93 83 202, p.decillia@hotel-und-design.at, **Verlags- und Redaktionsadresse:** Rainergasse 16/2/13, 1040 Wien

**Redaktionsleitung und Chefredakteur:** Peter A. de Cillia, **Redakteure dieser Ausgabe:** Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia, **Lektorat:** Alexandra Höfle, Edition Atelier

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

**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 Abbestellung erfolgt.

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages. Vorbehaltlich Satz- und Druckfehler. Derzeit gilt die Anzeigenpreisliste 2021. 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.

# Glenfiddich®



CELEBRATE THE  
**OCCASION**

SKILFULLY CRAFTED. ENJOY RESPONSIBLY.