

HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Nr. 2 | April/Mai 2016

HOTEL & DESIGN | Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie | Coverfoto: Kasbah Tamadot | € 6,- | P.b.b. | 092038153M | Brigitte Strohmayr, Birkensee 32a, 2482 Munchendorf | Retouren an PF555, 1008 Wien



H&D-AWARD 2016
And Desi
goes to ...!

FOOD & DESIGN
Sommerdrinks &
Eis-Kreationen

HOTELS INTERNATIONAL
Kasbah Tamadot
in Marokko



DAS TOP-KAFFEESERVICE FÜR HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

IHRE VORTEILE

- Individuelle Kaffee-Komplettlösungen
- Keine Investitions- oder Mietkosten
- Siebträgermaschinen und Vollautomaten
- Exklusives Angebot an feinsten Kaffeeröstungen
- Verrechnung über Portionsmodell
- Kostenloser Service garantiert
- **Neu:** Kapselmaschinen z.B. für Gästezimmer
- Hogast gelistet


cafe+co

hotellerie gastronomie

T. (0043) 0505200-400
systemkaffee@cafeplusco.com
www.cafeplusco.com





Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Es ist vollbracht – „And Desi goes to...“ war wieder einmal die Ansage bei unserem H&D-Award, der nun schon zum vierten Mal stattgefunden hat. Mithilfe unserer Top-Jury sowie unseren beiden Sponsoren Römerquelle und Salesianer Miettex, fand der Event im Hotel Bristol in Wien statt. Und die Branche kam, um zu sehen, welche Sieger in den einzelnen Kategorien gekürt wurden. Noch nie hatten wir so viele Einreichungen und noch nie so eine große Anzahl an tollen Produkten. Es war wirklich nicht leicht, sich festzulegen, wer nun unsere „Desi“ heuer davontragen durfte. Unser Design Award für die Branche, der einzige in Österreich dieser Art, ist mittlerweile für nationale wie auch internationale Firmen zum „must“ avanciert. Darüber freuen wir uns natürlich und deshalb werden wir nächstes Jahr, praktisch zum fünften Geburtstag von „Desi“, versuchen, diese Auszeichnung noch attraktiver zu machen – versprochen.

Nun aber zum Magazin-Alltag. In unserer aktuellen Ausgabe haben wir uns wieder dem Thema „Schlafen“ gewidmet, denn nichts ist für Gäste wichtiger in einem Hotel als das Bett. Wir waren auf der ambiente, der weltweit größten Fachmesse für Tischkultur, und sammelten für Sie die neuesten Trends. Und da ja bald der Sommer ins Land zieht, haben wir den Themen „Grillen“ und „Sommerdrinks“ Raum gegeben, um Ihnen einige Anregungen aufzuzeigen, wie Sie Ihre Gäste nicht nur verwöhnen, sondern auch überraschen können. Unser Reisekolumnist Karl Riffert hat sich das berühmte Hotel von Richard Branson in Marrakesch angesehen und wir waren in einigen „Top-Herbergen“ unterwegs, um Ihnen Eindrücke zu liefern, wie und in welchem Umfeld Ihre KollegInnen Gäste zu begeistern versuchen. Wir sind überzeugt, wieder viel Berichtenswertes für Sie eingeholt zu haben und rückten diese Geschichten wie immer ins richtige Bild. Wobei wir uns stets redlich bemühen, hinter der schönen Fassade, die unsere Grafikerin zaubert, auch wichtige Informationen für Sie sowie persönliche Einblicke unsererseits abzuliefern.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen viel Vergnügen beim Lesen
Ihr

Peter A. de Cillia
Chefredakteur



sponsored by:



WIR SPÜLEN,
WIE SIE KOCHEN.
PASSIONIERT.

Die neue Winterhalter Gerätespülmaschine.
Sauber. Ergonomisch. Wirtschaftlich.

UF-Serie. Part of your Passion.



www.winterhalter.at



1



2



3



4

H&D H&D INFORMIERT

Editorial	SEITE	3
News	SEITE	6
H&D-Award	SEITE	8
Buchtipps	SEITE	64
Kolumne „anonymus“	SEITE	73
Vorschau, Impressum	SEITE	74

H&D HOTELS/GASTRONOMIE

Hotel Altstadt Vienna ①	SEITE	12
Women Sensitive Hotels	SEITE	16
Romantik Hotel Walhalla in Osnabrück ..	SEITE	30
Aadla Walser-Chalets am Arlberg	SEITE	34
Hotel Grand Ferdinand	SEITE	36
Lisa-Chalets in der Flachau	SEITE	38
Leading Family Hotel & Resort Dachsteinkönig in Gosau	SEITE	40
Mountain Club hendl fischerei ②	SEITE	42
Neuer Küchenchef in der Bristol Lounge	SEITE	44
Brasserie im Suitenhotel Sir Henry	SEITE	50
Kasbah Tamadot in Marokko ③	SEITE	65
AllegroItalia Golden Palace Turin und San Pietro All' Orto 6 Mailand	SEITE	66
PGA Catalunya Resort ④	SEITE	69
Ruby Hotels in München und Wien	SEITE	70

H&D BETTEN & CO

Perfekter Schlafkomfort	SEITE	17
Moderne Bettentechnik	SEITE	18
Guter Schlaf in „fremden“ Betten	SEITE	20
Für die schönsten Momente im Leben ...	SEITE	22
Wohnen & Interieur 2016	SEITE	24
Die Kraft des Wassers – HydroMassage	SEITE	26

H&D FOKUS

Motorradkauf im Frühjahr	SEITE	15
interbad 2016 in Stuttgart	SEITE	28
Salesianer Miettex	SEITE	32
Cleverere Investitionsstrategien für Hotels	SEITE	39
ambiente 2016 in Frankfurt	SEITE	61
Gartengestaltung mit Wasser	SEITE	72

H&D FOOD & DESIGN

Wiberg Genusswelt	SEITE	46
Grillvergnügen	SEITE	47
Weingut Klosterkeller Siegendorf	SEITE	52
Sommerdrinks	SEITE	53
Kattus-Range	SEITE	56
Hochsaison im Eissalon	SEITE	58
Trends im Konfitürenbereich	SEITE	60

Grillvergnügen, ab Seite 47

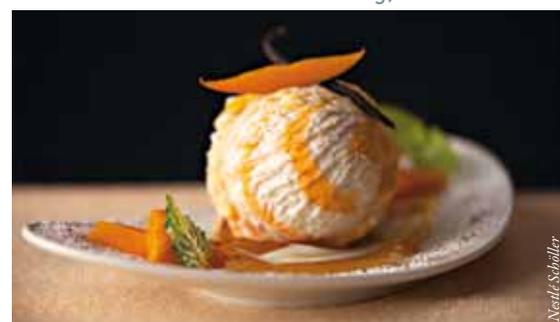


Villamay & Bach

Der H&D-Award 2016, ab Seite 8



Eis-Kreationen für Sommerfeeling, Seite 58



Neid & Schüller



GLAS-FALTWÄNDE | HORIZONTAL-SCHIEBE-WÄNDE | WINTERGÄRTEN | GLASHÄUSER

FLEXIBLE GESCHÄFTSEINGÄNGE

Gestalten Sie für Ihre Kunden einen variablen, einladenden Eingang: Mit einer Glas-Faltwand schaffen Sie großflächige, barrierefreie Raumöffnungen. Eine extrem leichte Bedienung sowie optimale Wärmedämmung der Elemente bieten für Kunden und Anwender den perfekten Komfort. Solarlux - natürlich „made in Germany“.





Rezidor steigt ins Economy-Segment ein

Die Rezidor Hotel Group gab mit dem Erwerb eines 49-prozentigen Anteils an prizeotel ihren Einstieg ins Economy-Segment bekannt. Der Kauf umfasst auch das Recht, die übrigen 51 Prozent nach vier Jahren zu erwerben. Prizeotel ist ein dynamisches Start-up-Unternehmen, das derzeit in Deutschland drei Häuser betreibt.



Sternenhimmel im Hotel Imperial

Das Opus Restaurant des Hotel Imperial reiht sich mit der besonderen Anerkennung durch den Guide Michelin offiziell als Juwel in die Riege der weltweit besten Gourmettempel ein. Hinter dem Erfolg des nun mit einem Michelin Stern und zwei Gault Millau Hauben ausgezeichneten Restaurants steht seit drei Jahren Sous Chef Stefan Speiser.



Manfred Hayböck, Hansueli Loosli und Thomas Panholzer

Foto: Anna Stöckel/Transgourmet Österreich

Umfirmierung abgeschlossen

Seit Anfang des Jahres ist C+C Pfeiffer Teil der Transgourmet-Gruppe. „Ab nun heißt Österreichs Marktführer im Gastronomie-Großhandel Transgourmet“, freuen sich Hansueli Loosli, Verwaltungsratspräsident der Transgourmet Holding AG, sowie die beiden Österreich-Geschäftsführer Thomas Panholzer und Manfred Hayböck. Das Unternehmen tritt mit einem Umsatz-Höchststand den Eigentümerwechsel an: So wurden im Jahr 2015 erstmals mehr als 497 Mio. Euro in Österreich umgesetzt, was einem Plus von 6,67 % zum Vorjahr (465 Mio. Euro Umsatz) entspricht.

Neuer Küchenchef im La Véranda

Jeremy Ilian (29) übernimmt die Küchenleitung des Restaurants im Hotel Sans Souci Wien. Seine Küchenlinie beschreibt der aufstrebende Jungkoch als „ehrlich, sinnlich“: „Hinter ‚ehrlich‘ verbirgt sich, dass wir unsere Gäste aufrichtig und verantwortungsbewusst über die Herkunft unserer Produkte informieren“, erklärt Jeremy Ilian. Das Wort „sinnlich“ bezieht sich wiederum auf Geschmack, Farbe, Geruch und Textur der Speisen.



Pay with a Poem

Am 21. März, dem UNESCO Welttag der Poesie, engagierten sich mehr als 130 Kaffeehäuser und Restaurants in ganz Österreich im Namen der Poesie. Die Initiative „Pay with a Poem“ – „Bezahle Deinen Kaffee mit einem Gedicht“ wurde vom Wiener Traditionsröster Julius Meinl erstmals im Vorjahr ins Leben gerufen. Dieses Jahr nahmen bereits mehr als 1.250 Locations in 34 Ländern auf vier Kontinenten weltweit teil.

Cathy Zimmermann im Interview mit Rainer Schönfelder



Foto: Katharina Schiff



Neu im Vorstand

In der Generalversammlung des Kuratoriums Kulinarisches Erbe Österreich wurde Toni Mörwald als Vizepräsident in den Vorstand aufgenommen. Der Präsident des Kuratoriums Kulinarisches Erbe Österreich, Dr. Ferry Maier, betonte: „Wir freuen uns sehr, dass wir mit Toni Mörwald unsere Führungsspitze mit einem außergewöhnlichen Koch, Unternehmer und Autor von ausgezeichneten Kochbüchern verstärken konnten. Seine Fähigkeiten und kulinarischen Begabungen machen ihn zu einem wichtigen Träger der Anliegen des Kuratoriums.“

Wirtshaus und Greißlerei

Der neue Hotspot ist ein Gemeinschaftswerk des Wiener Spitzenwinzers Fritz Wieninger und des Kochstars Juan Amador. Gemeinsam mit seinem Partner Gebhard Schachermayer hat Amador im 19. Bezirk in Wien einen Betrieb gepachtet und verwirklicht dort ein kulinarisches Konzept, bei dem entspannter Genuss im Mittelpunkt steht.

Green Brands Austria-Siegel

Mit der Auszeichnung Green Brands Austria werden „grüne Marken“ Österreichs geehrt, die sich ihrer ökologischen Verantwortung in besonderem Maße bewusst sind und einen wertvollen Beitrag zum Umwelt- und Klimaschutz in Österreich leisten. Für 2016/2017 konnte sich die Brau Union Österreich diese Auszeichnung nun sichern.

V.l.n.r.: Norbert Lux, Chief Operating Officer der Green Brands Organisation; Gabriela Maria Straka, Leiterin Kommunikation / PR & CSR Brau Union Österreich; Generaldirektor Brau Union Österreich Markus Liebl; Friedrich Hinterberger, GF des Nachhaltigkeitsinstituts SERI und Vorsitzender der Jury



A/ Leogang, Bergdorf Priesteregg, Günter Standl

Christian Redl
Weltrekordhalter Tauchsport

WENN LEISTUNG ENTSCHEIDET

Durch modernes Design, grenzenlose Formgebungsmöglichkeiten und hervorragender Verarbeitungsqualität fügen sich unsere Schwimmbecken harmonisch in jede Umgebung ein.

Überzeugen Sie sich von unserer Erfahrung und Professionalität anhand zahlreicher Schwimmbadprojekte seit 1960.

www.berndorf-baederbau.com



A/ Fiss, Familienhotel Laurentius, Foto Müller/ Reutte



D/ Dingolfing, Caprima, Monocom, Alexander Holzinger

H&D-Award

And Desi goes to ...

Zum bereits vierten Mal fand am 5. April unser H&D-Award statt. Im prachtvollen Rahmen des Hotels Bristol in Wien wurden die Sieger in 10 Kategorien für ihre eingereichten Produkte geehrt und mit unserer Statuette „Desi“, geschaffen von Künstlerin Daniela Wolfsberg, ausgezeichnet. Rund 100 geladene Gäste aus der Branche feierten mit uns.

Fotos: Daniela de Cillia



Verleihung



V.l.n.r.: Stephan u. Nicole Pröll, Benni's Nest; Wolfgang Mayer, Walküre; Architekt Christian Prasser, CP Architektur



Philipp Zipfnger, Neue Wiener Werkstätte



Ing. Gerold Steinbauer, Steinbauer Development



Erich Eder, Villeroy & Boch



Christian Schiff, Kathrin Foremny, Küppersbusch



Markus Klingenschmid, Klafz

Wir danken unseren beiden Sponsoren
Römerquelle und Salesianer Mieltex!

get together



Erich Wandl, Römerquelle



Mag. Reinhard Idl,
Salesianer Mieltex



Nicole Hoffmann, H&D,
Gigi Schoeller, Schoeller PR



Michaela Feurstein-Prasser, Christian Prasser,
Stephan u. Nicole Pröll, Mag. Irene Salzmann



Mag. Christiane Weissenborn,
Hotel Lamée, Hotel Topaz,
Mag. Willi Rader, Lenikus



Markus Klingenschmid, Klafs,
Wolfgang Gräscher, Selva



Anita Hempel, Thomas Niklas, Sales Director
Diversey Care Austria, Elisabeth Pala BA MA,
Marketing Director Diversey Care Austria



Simone Dulies,
GM Hotel Bristol



Rainer Rintelen, GF Mastertent
und Patrick Torggler, Mastertent



Nicole Hoffmann, H&D,
Heike Labetzki, Women Sensitive Hotels



Alessio Ceccarelli, caffè+co
mit charmanter Begleitung



Anna Wagner, Daniela Bosch, db Marketing-
büro, Margit Febvre, Starinn Hotels

Der starke Partner für Ihr Hotel-Interior

Wir realisieren Ihre Visionen.

ZIMMER
BAR | REZEPTION | LOBBY
BÄDER



voglauer.com

- ALLES AUS EINER HAND Projektplanung | Produktion | Projektsteuerung
- KOMPETENZZENTRUM Entwicklung | Bemusterung | Schauraum
- ZERTIFIZIERTES TRADITIONSUNTERNEHMEN mit über 80 Jahren Erfahrung



VOGLAUER
hotel concept



Bo Jesionek, Philipp Zipfinger,
Neue Wiener Werkstätte



Mag. Francois Guilbeault/Gitarrist,
Mag. Elisabeth Löffler-Tüchler, Kitzler Verlag



Heike Labetzki, Women Sensitive Hotels, Renate
Frank von Bauscher, Simone Dulies, Hotel Bristol



Peter de Cillia, Mag. Gertrud und
Dr. Berthold Salomon, Salomon Undhof



Paul Jansen, Ing. Gerold Steinbauer

Ursula Herf, Card Complete, Fritz Strohmayr, BPI



Die Siegerprodukte in den 10 Kategorien

Interieur Design: Neue Wiener Werkstätte „Stummer Diener“

Der stumme Diener von der Neuen Wiener Werkstätte trägt diskret und unaufdringlich Hosen, Anzüge und Jacken. Gefertigt aus massiver Eiche, zudem lässt sich die Bügelhalterung aus Alu auch mit dem eigenen Firmen- oder Hotellogo branden. Die integrierte Ablagefläche ist mit hochwertigem Leder ausgelegt und bietet genügend Platz für Kleinteile wie Schmuck, Schlüssel und Geldbörse. Ein besonders raffiniertes Detail: Der praktische USB-Port an der Ablagefläche bietet die Möglichkeit, Smartphones und mobile Endgeräte direkt aufzuladen. Das USB-Kabel ist dabei unsichtbar in das Fußgestell integriert und kann am Fußende direkt am Strom angeschlossen werden.



Schlafkonzepte: Zirbenholzbett „Benni's Nest“

Ein Zirbenholzbett aus Österreich für tiefen und gesunden Babyschlaf. Die ovale, geschlossene Form von Benni's Nest vermittelt dem Baby das beschützende Gefühl der Nestwärme, gleichzeitig ist die Luftzirkulation durch Öffnungen seitlich sowie am Boden des Bettchens gewährleistet. Benni's Nest wird von Hand aus Zirbenholz gefertigt. Das Bettchen ist vielfältig einsetzbar und wird das Neugeborene und seine Familie über viele Jahre als Sitzbank, Spielzeugkiste oder Nachttischchen begleiten.



Wellness/Spa: Steinbauer Development „TerraWay“

Das TerraWay-Wegesystem ist speziell für luft- und wasserdurchlässige Beläge für Leichtverkehrswege entwickelt worden. Durch den TerraWay-Belag wird das Niederschlagswasser direkt in die darunter befindliche Ausgleichsschicht geleitet, wo es, je nach Untergrund, sofort oder verzögert versickert. Damit können sowohl auf ein Wege- bzw. Platzgefälle verzichtet und sämtliche Entwässerungseinrichtungen eingespart werden.



Bad/Sanitär: Villeroy & Boch Waschtischserie „Artis Color“

Ein Highlight von Villeroy & Boch im Jahr 2016 ist die Waschtischserie Artis, die in den vier Formen rund, oval, rechteckig und quadratisch erhältlich ist. Sie ist gefertigt aus TitanCeram, einem neuartigen Werkstoff, den Villeroy & Boch speziell für die Realisierung von hochwertigen Premium-Designs entwickelt hat. Das mit der Erweiterung des Sortiments verbundene Farbkonzept wurde in Zusammenarbeit mit der deutsch-dänischen Designerin Gesa Hansen entwickelt, die für Villeroy & Boch bereits für die Küchenspülen ein Farbkonzept entwarf.

Bad-Ausstattung: Vola Handbrause „T60“

Die Handbrause T60 aus der „Runden Serie“ und die Brausestange T65 sind die neuesten Ergänzungen des exklusiven Duschsortiments und greifen die ästhetisch ansprechenden Formen sowie Materialien der innovativen runden Kopfbrause auf und führen sie mühelos fort. Zentrale Designelemente der Serie sind die Kreisform und der schmale Ring, der in der Seitenansicht zum attraktiven Blickfang wird. Der schlanke zylindrische Griff erstreckt sich hinter dem Duschkopf, ragt über diesen hinaus und betont dessen Status als Schlüsselement. Die kreisrunden Wandhalterungen der Brausestange kongruieren mit dem runden Kopf der Handbrause und schaffen eine horizontale Verbindung mit der Duscharmatur.



Tischkultur: Walküre „Aromakanne“

Die anspruchsvolle Formensprache der Walküre Aromakanne erlaubt frische Kaffeezubereitung und Genuss direkt am Tisch. Bestehend aus Kanne, Porzellan-sieb und Deckel erfreut die Aromakanne nicht nur optisch. Dank Porzellanfilter – es wird weder Filterpapier, Metall oder Kunststoff verwendet – entwickelt der gebrühte Kaffee sein reines, volles Aroma. Komplettiert durch einfache Handhabung erfreut sie Auge und Gaumen äquivalent. Die gute Temperaturspeicherfähigkeit des Porzellans hält den Kaffee lange warm und sorgt so für entspannten Genuss.



Großküchen/Küchentechnik: Küppersbusch „PalmariumMobile“

Mit dem Mobil-Konzept bietet Küppersbusch in Kooperation mit Halton eine frei bewegliche Profi-Kochstation mit allem drum und dran. Restaurantketten und Systemgastronomen müssen meist schnell reagieren, wenn sie an den angesagtesten Hot-Spots präsent sein wollen. Da bleibt oft keine Zeit für lange Küchenplanungen und aufwendige Konstruktionen. Genau für diese speziellen Gastronomiekonzepte hat Küppersbusch den PalmariumMobile entwickelt. Beim PalmariumMobile handelt es sich um eine mobile Herdanlage auf stabilen Rollen, die dem Kunden auf den Leib geschneidert wird.



Küchen-Ausstattung: Piron Kombidämpfer „Dolce Vita“

Die mediterrane Küche wurde von Italien wesentlich geprägt. Die Garmethoden sind aber anders als bei den Nordeuropäern. Dafür sind nicht nur Kochkunst und Fingerspitzengefühl wichtig, sondern auch das richtige Equipment. Auch dem italienischen Unternehmen Piron, das seit 2006 unter diesem Namen hochwertige Kombidämpfer für das Gastgewerbe sowie die Gemeinschaftsverpflegung und Bäckereien entwickelt, ist dies bewusst. Und so hat Piron beschlossen, Kombidämpfer zu entwickeln, die den mediterranen Geschmack besonders hervorbringen.

Innovativ: Klafs Sauna „S1“

Der entscheidende Clou an dieser Sauna ist ihr minimaler Platzbedarf. Im komplett eingefahrenen Zustand ist die S1 gerade einmal 60 cm tief, so wie ein herkömmlicher Schrank. Dennoch ist die S1 eine richtig schicke, bis ins Detail hochwertig gestaltete Sauna mit Platz für die ganze Familie. Per Knopfdruck auf die neuen, besonders kompakten und flachen Steuerungen in der Front entfaltet sich die S1 in nur 20 Sekunden zu einer funktionsbereiten und annähernd drei Mal so tiefen Sauna. Die neue Klafs S1 ist zudem als komplett geschlossenes, mobiles System konzipiert. So kann die Sauna wie ein Schrank, bei einem Umbau im Hotel einfach mit umziehen.



Hotel/Architektur: Hotel Goldener Berg in Oberlech/cp architektur

Beim Umbau des 4-Sterne-Superior Hotels der Familie Pfefferkorn wurden die öffentlichen Gästebereiche im Erdgeschoss komplett neu gestaltet und mit den drei Restaurants, der Rezeption und der Hotelterrasse durch eine offene Raumstruktur verbunden. Das Ruhezentrum bildet die leicht erhöhte Kaminlounge, welche die Gäste mit einem großen, freistehenden Durchsichtkamin aus Naturstein empfängt. Von allen Bereichen bietet sich ein Ausblick auf das spektakuläre Bergpanorama. Ziel der Neugestaltung war es, eine klare und moderne Sprache zu finden, die aber trotzdem Behaglichkeit und Natürlichkeit vermittelt.





Wiener Charme reloaded

Mit dem Hotel Altstadt Vienna wurde ein Solitär in der Wiener Hotelszene geschaffen, das seinesgleichen sucht.

Text: Peter A. de Cillia
Fotos: Hotel Altstadt Vienna





Das Altstadt Vienna befindet sich im angesagten Viertel am Spittelberg, im Zentrum von Wien. Dort, wo sich immer mehr junge, attraktive Menschen mit gehobenem Einkommen ansiedeln wollen, steht das Hotel, das sich so gar nicht in ein bestimmtes Schema pressen lässt und das ganz bewusst.

In einem altherwürdigen Patrizierhaus befinden sich 45 Zimmer und Suiten. Alle anders, spannend und inspirierend. Sicher auch polarisierend, auf jeden Fall aber mutig. Manche der Wohneinheiten sind eher klassisch, aber nicht im herkömmlichen Sinn. Sie sollen eher die sooft beschriebene und besungene „Wiener Gemütlichkeit, den Wiener Charme“ widerspiegeln. Was auch immer dies sein soll, denn der vielzitierte „gratige Ober im Kaffeehaus“ kann ja nicht gemeint sein. Philipp Patzel, Direktor des Hotels: „Wir versuchen, ein Wiener Flair zu vermitteln. Unsere Gäste sollen spüren, in welcher Stadt sie sich befinden: Wäre unser Hotel in einer anderen Stadt, würde es auch ganz anders sein.“ Namhafte, aber auch aufkommende Architekten, Designer und Künstler sind für das Ambiente, für das Flair verantwortlich.

Art Gallery

Das Hotel beherbergt eine beachtliche Sammlung an zeitgenössischer Kunst. Ob als Leihgabe großer Museen oder im Besitz von Eigentümer Otto E. Wiesenthal, die Werke von Warhol, Niki de Saint Phalle, Prachensky, Leibowitz, Attersee, Helnwein und einiger mehr haben drei Dinge gemeinsam: Sie inspirieren, sie lassen die Gäste einen Moment oder auch länger verweilen. Und die Kunst stellt wie immer Fragen, die von den Gästen selbst beantwortet werden sollen.

Das Wohnen

Vielfältig und einzigartig präsentieren sich die Zimmer und Suiten. Ob von weltberühmten Architekten wie Matteo Thun oder von zeitgenössischen Modestars wie Lena Hoschek entworfen, kein Wohnraum gleicht dem anderen. Mittlerweile werden von Gästen aus der ganzen Welt ganz bewusst bestimmte Suiten angefragt. Die Einzigartigkeit dieser Philosophie hat sich schon längst herumgesprochen.

Wie alles begann

1902 im sogenannten Ringstraßenstil erbaut, war das Haus in der Kirchengasse 41 ursprünglich das Stadtpalais eines Industriellen. 1991 entdeckte Otto E. Wiesenthal das leerstehende Haus. Nach Jahren als Geschäftsreisender und zahlreichen Nächtigungen in gesichtslosen Hotels hatte er das Bedürfnis, ein Refugium zu erschaffen, in dem man sich auch abseits von daheim wohlfühlen kann. Er ließ die Pension zum Altstadt Vienna mit damals 24 Zimmern umbauen. „A home away from home“, so einer der ersten Slogans.



Die Diversität

Im „Altstadt Vienna“ fühlt man sich eher in einer Wiener Altbauwohnung beheimatet denn in einem Hotel. Ob im Frühstücksraum oder Lesezimmer, in den Gängen, aber auf jeden Fall in den Zimmern und Suiten – das Flair ist ein völlig anderes als in vordergründig vergleichbaren Boutiquehotels. Hier wird Design weder zur Behübschung angesehen noch dient es dazu, kurzfristigen modischen Strömungen nachzueifern. Der Individualität der Anreisenden wird durch die Verschiedenartigkeit der Zimmer schon einmal genüge getan. Die gute, alte „Wiener Altbauwohnung“, die bei vielen Wohnungssuchenden wieder besonders „in“ ist, feiert hier an diesem Ort ihr Comeback. Man hat nie das Gefühl, in einem Hotel zu sein, die Mischung aus Kunst und Individualität in der Gestaltung lässt eher Gedanken an die Bohème aufkommen. Die Unkompliziertheit, das laissez-faire, kann man hier voll ausleben und die Gastgeber sind auch auf der Suche nach Menschen, die ihrer Individualität freien Raum geben wollen.

Fazit

Ein außergewöhnliches Hotel, das eigentlich keines ist. Hier wird das „Großbürgertum“ vergangener Zeiten auf neue Art und Weise wiederbelebt. Man spürt den Flair vergangener Zeiten, ohne dabei auf „Sissi“-Gesülze reduziert zu werden. So will man sich eigentlich auch bei sich zu Hause einrichten, denn viel Geschmack, wenn auch unterschiedlicher Natur, steht im „Altstadt Vienna“ im Vordergrund.

HOTEL&DESIGN-Bewertung

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

Interview mit Chief Experience Manager, GM Mag. (FH) Philipp Patzel

Herr Patzel, seit mehr als zwei Jahren leiten Sie nun das Hotel. Warum gerade dieses?

Nach meiner Zeit bei Hollmann Beletage wollte ich an sich raus aus der Hotellerie, aber so ein Juwel wie das Altstadt Vienna gibt es meiner Meinung nach nur einmal in Wien und da sollte man beim Angebot dann zugreifen.

Beschreiben Sie die Philosophie des Hauses.

Wir waren meiner Meinung nach das erste wirkliche Boutique-Hotel der Stadt. Klein, privat geführt und mit viel Individualität ausgestattet. Wir wollen unseren Gästen drei Geschichten erzählen. Dass sie an einem wertvollen Ort sind, wir wollen ein Wiener Lebensgefühl widerspiegeln und wir wollen ein Refugium für Menschen sein, die Individualität lieben und suchen, weil sie selbst starke Persönlichkeiten sind.

Was unterscheidet dieses Haus von anderen?

Sehr viel. Wir gehen nach der Osborn-Checkliste* vor und wollen durch Kreativität unseren Gästen Überraschungen anbieten. Als Beispiel – unsere Rezeption schaut nicht wie

eine aus und wird auch nicht wie eine geführt. Der Gast wird hier gleich entschleunigt, sein Autopilot soll hier gleich einmal deaktiviert werden.

Sind Sie nun ein Design-Hotel?

Design soll und kann nur ein Baustein der zu erzählenden Geschichte sein. Es ist wichtig, aber spielt nicht die Hauptrolle. Unsere Kunst, unser Wiener Flair, unsere Mitarbeiter, die sich genauso wohlfühlen sollen wie der Gast, das sind die Hauptprotagonisten in diesem Spiel.

Wie schaut die Zukunft im Hotel aus?

Unsere Philosophie ist, jedes Jahr so an die zehn Prozent unserer Zimmer zu erneuern. Das bedeutet, dass wir heuer bis zum Sommer drei neue Suiten dazubekommen und ein kleines, feines Spa und unter Umständen werden wir uns in einiger Zeit der Kulinarik nicht nur in Form unseres wirklich exquisiten Frühstücksbuffets widmen.



*Die „Osborn Checkliste“ wurde von Alex Osborn schon um 1957 entwickelt und ist eine Kreativitätstechnik, die sich durch spezifische schematische Fragen besonders für die Verbesserung oder Weiterentwicklung von Produkten und Prozessen eignet. Das zielt darauf ab, etablierten Ideen, Produkten oder Prozessen weiteres Innovationspotenzial abzugewinnen.



Dr. Julia Klátil ist Rechtsanwältin in Villach und Österreichs erste amtlich beedigte, gerichtlich zertifizierte Sachverständige für die Rechte und Pflichten von Aufsichtsräten. www.juliaklatil.at

Born to be wild – Motorradkauf im Frühjahr

Wenn im Frühjahr die Temperaturen steigen und Sie an den Kauf eines gebrauchten Motorrads denken, beachten Sie folgende Hinweise.

Motor- und Getriebeschäden Diese können schon nach wenigen Kilometern nach dem Kauf des Gebrauchtmotorrades auftreten. Bei Kauf von Privat müssen Sie in der Regel selbst für diese Kosten aufkommen. Daher wird empfohlen, beim Händler mit Garantie oder Gewährleistung zu kaufen. Treten dann nach dem Kauf Mängel auf, muss der Händler die Mängel auf seine Kosten beheben.

Worauf müssen Sie achten Welchen Eindruck macht der Verkäufer? Wie ist der Zustand von Bremsen, Felgen, Rahmen, Abgasanlage, Motor, Kettensatz, Getriebe, Lenker, Gabel/Federbein, Lager? Wie hoch ist der Kilometerstand?

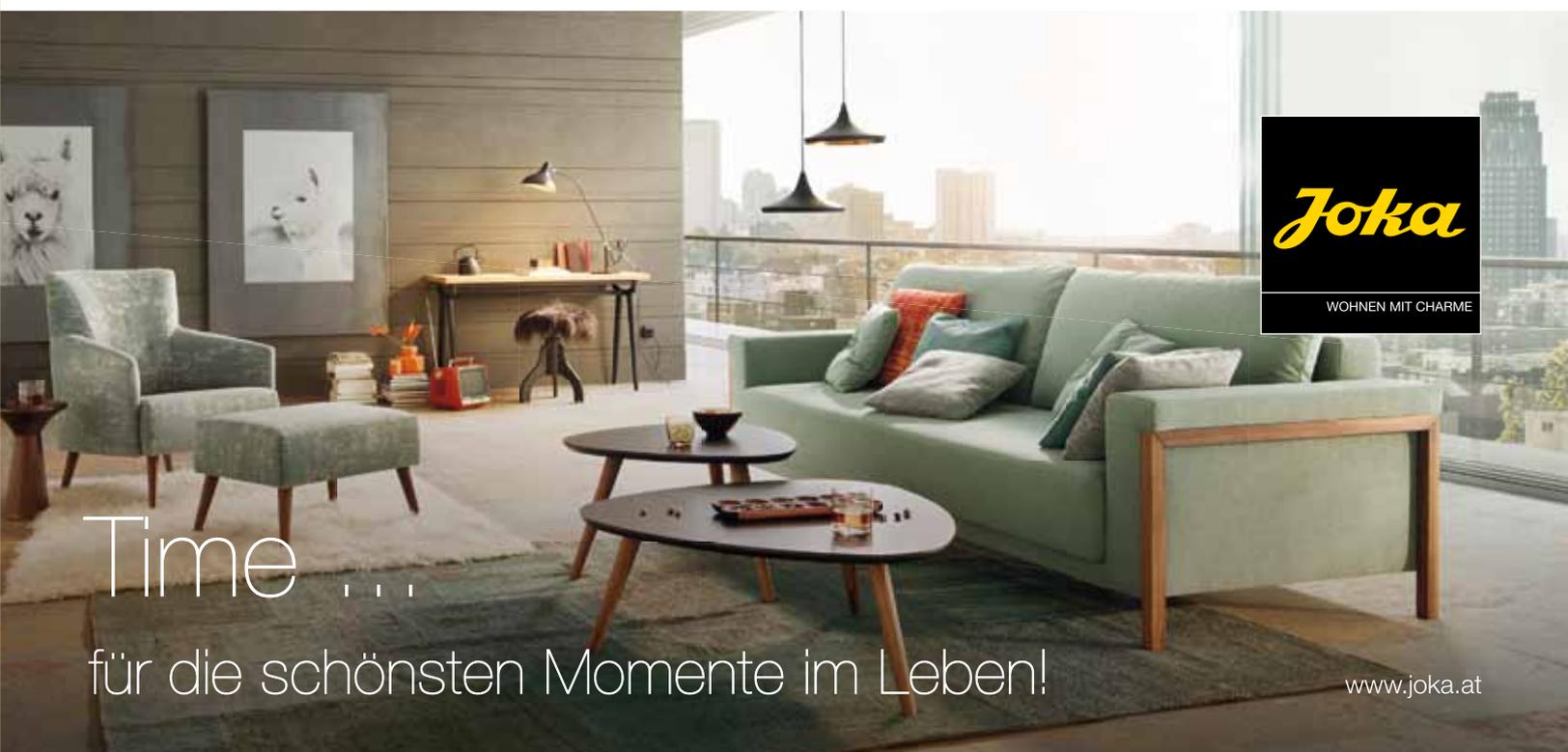
Speziell das Serviceheft Prüfen Sie, ob der Verkäufer die vorgeschriebenen Serviceintervalle lückenlos eingehalten hat. Wenn nicht, stehen wohl bald größere Reparaturen an, die Sie bezahlen müssten. Ist bald ein großes Service, sollten Sie bedenken, dass allein der Tausch der Ventile einige hundert Euro kostet. In dem Fall ist es ratsam, entweder nochmals über den Kaufpreis zu verhandeln oder Sie suchen sich besser ein anderes Fahrzeug.

Reifen Beide Reifen dürfen nicht unterschiedlich sein und müssen die gesetzliche Profiltiefe aufweisen. Ohne Rille in der Reifenmitte ist das Fahren bei Regen nicht nur gefährlich, sondern bei einem Unfall steigt Ihnen die Versicherung aus; das kann Sie teuer kommen.

Typengenehmigung Die Reifen von wenig gefahrenen oder alten Motorrädern haben keinen Grip mehr und bekommen Risse. Die Versicherung zahlt nicht bei Unfall. Unbedingt sollten Sie daher die Herstellerempfehlungen beachten.

Schäden am Lenker Dies deutet darauf hin, dass der Verkäufer mit dem Motorrad wohl gestürzt ist. Daher vor dem beabsichtigten Kauf die gesamte Beleuchtungsanlage, Blinker, Bremslicht und Hupe prüfen sowie die Kupplung auf Leichtgängigkeit testen.

Last but not least ist der Eindruck des Vorbesitzers für einen beabsichtigten Motorradkauf entscheidend: Welcher Motorrad-Typ ist der Verkäufer: Bastler oder Kenner? Raser oder Cruiser? Eine von vielen Regeln beim Gebrauchtmotorradkauf lautet: Kaufen Sie nie vom Hobby-Schrauber! 



Time ...
für die schönsten Momente im Leben!



Was Frauen wollen

Women Sensitive Hotels – unter diesem Titel ist vor kurzem das erste Portal für reisende Geschäftsfrauen online gegangen.

Da die Anzahl alleinreisender Business-Frauen in den vergangenen Jahren stetig gestiegen ist und weiter wächst, sind auch die Hotels gefordert, sich auf diese wirtschaftlich attraktive Zielgruppe einzustellen und auf deren besondere Bedürfnisse einzugehen. Denn wie verschiedene Studien zeigen, haben weibliche Gäste ganz spezielle Ansprüche, was die Ausstattung von Hotels betrifft. Für sie zählen vor allem Aspekte wie Wohlfühlatmosphäre, Sozialität und Sicherheit – dazu gehören etwa geschützte Frauenparkplätze bzw. Parkservice, gut beleuchtete Flure oder Diskretion beim Check-In ohne laute Nennung der Zimmernummer. Bei der Zimmerausstattung legen sie vor allem Wert auf gute Beleuchtung, große Spiegel und ausreichend Stauraum sowie Ablageflächen.

Internationale Vermarktungsplattform

Sich auf die speziellen Bedürfnisse von Frauen einzustellen bedeutet für den Hotelier aber nicht, dass er umfangreiche Renovierungen vornehmen und große Investitionen tätigen muss. Vielmehr sind eine besondere Liebe zum Detail und die Aufmerksamkeit der Mitarbeiter im Umgang mit den weiblichen Gästen gefragt. Women Sensitive Hotels will hier Hilfestellung leisten und die Hotels dabei unterstützen, gezielt die weibliche Zielgruppe anzusprechen: Neben Unterstützung bei der Verbesserung



„Women Sensitive Hotels wurde gegründet, um Hotels dabei zu unterstützen, sich auf die Zielgruppe weiblicher Geschäftsreisender einzustellen.“

Unternehmensberaterin Heike Labetzki ist die Initiatorin des Konzeptes

von Ausstattung und Service bietet die Online-Vermarktungsplattform ein internationales Kommunikationsnetzwerk, um die speziellen Angebote und Dienstleistungen der Hotels adäquat und kontinuierlich zu promoten.

Als Mitglied der Women Sensitive Hotels registrieren kann sich jedes Haus, das bestimmte Kriterien in Bezug auf Sicherheit und Ausstattung erfüllt. Dabei wird zwischen Kriterien unterschieden, die erfüllt werden müssen, sowie Serviceangeboten und Dienstleistungen, die nicht obligatorisch, aber wünschenswert sind. Auch die Umgebung des Hotels spielt natürlich eine wesentliche Rolle. Zahlreiche Hotels in Deutschland und Österreich haben sich bereits als Women Sensitive Hotels qualifiziert, u. a. das Vier Jahreszeiten Kempinski München oder das Hotel Bristol sowie das Tigra in Wien.

www.womensensitivehotels.com

Perfekter Schlafkomfort

Das Thema Schlafkomfort ist dem Gast immer wichtiger. Er möchte erholt aufwachen. Darauf geht der Hotelier immer stärker ein, denn mit kaum etwas wirbt es sich besser als mit hochwertiger Qualität und einem auf individuelle Bedürfnisse abgestimmtem Schlafkomfort.



Bei Bettwäsche sind gleich mehrere Trends auszumachen. Zum einen geht er hin zur hochwertigen Bettwäsche aus hochwertiger Damastqualität. Die strahlend weiße Bettwäsche Neva aus feinsten Garnen ist akzentuiert durch schlichtes Grau sowie exklusiver Biesenstickerei und entspricht höchsten Qualitätsansprüchen.

Ideal geeignet, um dem Gast diese Wünsche zu erfüllen, ist das immer beliebter werdende Boxspringbett. Das Federungssystem des Boxspringbettes fördert die Luftzirkulation und Feuchtigkeit wird optimal abgeleitet. Die Federung der Box leitet den Druck, der auf die Matratze einwirkt, auf die Unterfederung ab, was die Matratze entlastet und ihre Lebensdauer so deutlich erhöht.



Zum anderen sind pflegeleichte Bettwäschen sehr gefragt. Atmungsaktiv und pflegeleicht ist z. B. die Bettwäsche Fine. Das weiche Material liegt angenehm an der Haut, die Wäsche trocknet schnell und muss nicht gebügelt werden. Die Bettwäsche Loan verleiht dem Zimmer mit seinem modernen Karodesign ein gemütliches Wohlfühl-Ambiente und die Bettwäsche Tupan sorgt für Glanzpunkte im Gästezimmer.



Hotelwäsche Erwin Müller bietet ein hochwertiges Boxspringbett in einem Baukastensystem an, das eine ganze Reihe an Variationsmöglichkeiten von Farben und Formen ermöglicht. Das Premium-Boxspringbett „Majestic“ ist in jeder Hinsicht eine traumhafte Lösung. Das imposante Kopfteil sowie die Verwendung erstklassiger Möbelstoffe in 3D-Optik runden das Erscheinungsbild des Premiumbettes ab.



**TEXTILIEN
FÜR GASTRONOMIE,
HOTELLERIE & CATERING**

Fordern Sie gratis unseren Katalog an:

www.hotelwaesche.at
Tel.: 0820 400 002

*(0,12 €/Min. aus dem österreichischen Festnetz; abweichende Preise für Anrufe aus den Mobilfunknetzen.)



Moderne Bettentechnik

Spezielle Kunststoff-Federleisten für Hotelbetten vereinen gute Robustheit mit hoher Dauerelastizität und Individualisierbarkeit.

Das Bett steht im Kern jedes Hotel-erlebnisses. Wer nicht gut schläft, wird mit dem ganzen Aufenthalt eher schlechte Erinnerungen verbinden. Klassische Holz-Lattenroste, aber auch Boxspringbetten können allerdings der teils hohen Belastung nicht lange standhalten: Holz und Metall verlieren mit der Zeit an Elastizität, leiden unter Feuchte und Temperaturschwankungen und können letztlich ihre Federwirkung nicht mehr leisten. Eine haltbarere Lösung stellen die neuen Federleisten aus Duroplast der Lorenz Kunststofftechnik GmbH dar. Die flexiblen Leisten aus glasfaserverstärktem Kunststoff sind extrem widerstandsfähig und stabil, sodass ihre Elastizität über 25 Jahre unverändert bleibt. Da sich die Federung für alle Arten von Matratzen und Schlaf-typen eignet, wurden Einlegerahmen mit diesen Leisten vom Ergonomie Institut München in die höchste Kategorie „Gehobenes ergonomisches Qualitätsniveau“ eingeordnet.

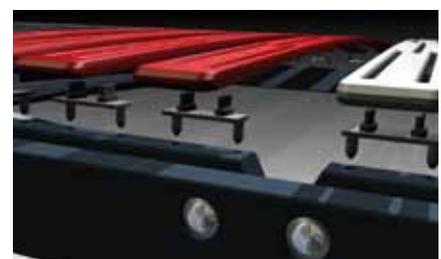
Dauerhaft robust

Hauptmerkmal der neuen Federleisten ist ihre im Vergleich zu Holz deutlich höhere Robustheit und Haltbarkeit. Vor allem kann Feuchtigkeit – ob aus der Luft oder durch Nachtschweiß – dem

Material nichts anhaben, sodass der Federbogen dauerhaft erhalten bleibt. Zusätzlich wurde bei der Kunststoffrezeptur Wert auf eine hohe Dauerelastizität und spezifische Biegefestigkeiten gelegt. Die Matratze wie auch der Lattenrost müssen mit diesem System deutlich seltener gewechselt werden, um dem Gast einen gleichbleibend hohen Komfort zu bieten.

Die neuen Federleisten-Rahmen können mit und ohne verstellbare Kopf- und Fuß-teile, wahlweise gasfederunterstützt oder motorisiert, gefertigt werden. Sie sind für Betten mit Längen von 190 bis 240 cm und Breiten zwischen 70 und 140 cm erhältlich. Die verwendeten Kunststoffe sind unter anderem halogenfrei und lassen sich zu 100 Prozent recyceln.

Die Kunststoffleisten werden bei Lorenz in vier Härtegraden gefertigt und können dank Clip-System unkompliziert umgesteckt werden. Aufgrund der hohen Stabilität des Materials konnten in die Federleisten gefahrlos Lüftungsschlitze integriert werden. Diese helfen, Feuchtigkeitsstaus zu verhindern und verbessern das Schlafklima. www.michelle-schlafsysteme.de



Fotos: Lorenz Kunststofftechnik

SYMPHONIC

Objekt Design & Maßanfertigung



BETTEN - MATRATZEN - ZUBEHÖR - POLSTERMÖBEL - STÜHLE - RESTAURANTBÄNKE - SCHLAF-SOFAS



2016
KATALOG

Von Boxspringbetten über Polstermöbel bis hin zu Matratzen und Hygienebezügen bieten wir alles für die Ausstattung Ihres Hotelzimmers. Fordern Sie kostenlos unseren Katalog an!

Symphonic Trading GmbH
A-8184 Anger
Baierdorf-Umgebung 61
Tel. +43 31 75 224 21
office@symphonic.at
www.symphonic.at

Guter Schlaf in „fremden“ Betten

Ob Business-Trip oder Städte-Reise: Ist der Hotelgast zurück im Zimmer, verbringt er die meiste Zeit im Bett. Die Qualität eines Hotelbetts ist deshalb von besonders großer Bedeutung – Symphonic sorgt dafür.



Wer ausgeruht und mit frischen Kräften aufwacht, wird seine Unterkunft in guter Erinnerung behalten. Betten und Matratzen von Symphonic sorgen für höchsten Komfort im Objektbereich und machen jedes Hotelzimmer zu einer Ruheoase mit Persönlichkeit. Besonders Boxspringbetten liegen voll im Trend. Die Modelle Basic Plain und Superior Plain bieten beispiellosen Komfort. Mit modernem Design und einer exquisiten Verarbeitung sorgen sie für ein Schlaferlebnis der Luxus-Klasse. Typisch für Betten dieser Art ist der Schichtaufbau der Matratzen. Die Basis gleicht den Druck aus, während sich die Matratze dem Körper anpasst. Unter- und Oberbett werden zudem optimal belüftet.

Individualität ist angesagt

Bei diesen Modellen können Kunden aus einer reichhaltigen Palette an hochwertigen Stoffen und Lederarten wählen oder individuell eigene verarbeiten lassen. Für Gestaltungsvielfalt sorgt zudem eine große Auswahl an Kopfhäuptern, die sich boxseitig oder an der Wand montieren lassen. Je nach Ambiente des Hotels avancieren sie mit feinen Nähten, aufwendigen Steppungen, modernen Mustern oder elegant einfarbig zum stilvollen Eyecatcher im Raum. Auch Sonderpolsterungen der Häupter sind problemlos möglich. Verschiedene Bezüge, klassisches Volant oder optional auch passende Tagesdecken runden die vielseitigen Bettensembles ab.

Höchste Qualitätsansprüche

Für klassische Betten und Boxspringvarianten bietet Symphonic hochwertige Premium-Taschenfederkernmatratzen wie das Modell SY 20/4 an. Hier fühlt sich der Hotelgast vertraut gebettet wie zuhause.



Dank besonders hoher Punktelastizität und der 40 mm Kaltschaumauflage passt sich die Matratze optimal dem Körper an. Der atmungsaktive Topper sorgt für eine optimale Belüftung und ein trockenes Schlafklima. Ein anschmiegsames und verstepptes Doppeltuch mit flauschigem Griff sorgt für die nötige Hygiene. Auch Kaltschaummatratzen gehören zum umfangreichen Sortiment des Objektausstatters. Hier werden ausschließlich hochelastische, schadstoffgeprüfte Materialien verarbeitet. Damit sind beste Liegeeigenschaften garantiert, auch bei Druckempfindlichkeit.



Lange Lebensdauer

Für eine längere Lebensdauer und ein Höchstmaß an Hygiene hat der Profiausstatter spezielle Matratzenschutzhüllen und Hygienebezüge entwickelt. Hautverträglich und atmungsaktiv schützen sie die Matratzen vor Verschmutzung und absorbieren die Feuchtigkeit. Die hochwertigen CARE-Bezüge sind aus reiner Baumwolle gefertigt, bis zu 95 °C waschbar und mit einer Nässe-sperrschicht aus Polyurethan kombiniert.

Die Symphonic Trading GmbH ist ein kompetenter Objektausstatter, der seinen Kunden ein vielseitiges Sortiment sowie individuelle Konzeptlösungen anbietet und sie auf diese Weise dabei unterstützt, ihr Traumobjekt zu realisieren. Höchste Qualität und umweltschonende Produktion sind die Zutaten des Erfolgsrezepts, langfristige Kundenzufriedenheit das Markenzeichen.

www.symphonic.at



Für die schönsten Momente im Leben

Joka präsentierte auf der Wohnen & Interieur in Wien die neuesten Modelle aus den Bereichen „Wohnen“ und „Schlafen“.

Premiere feierte dabei die neue Doppelliege „Time“, die für ein zeitlos modernes Wohnzimmer genau die richtige Ergänzung ist. Dabei besticht die Wohnliege nicht nur durch die Optik, welche durch die Integration von Sichtholzelementen im Armteil unterstrichen wird, sondern auch aufgrund des perfekten Liegekomforts. Dieser wird durch die Joka Federkern-Polsterung sowohl in der Liegefläche als auch in der Rückenlehne sichergestellt. Profitieren kann man bei der Doppelliege auch von ihrer Wandelbarkeit: Unterschiedliche Armteile und Möbelfüße in verschiedenen Varianten stehen zur Verfügung. Außerdem überzeugt die Wohnserie „Time“ durch die Verwandlungsmöglichkeit in ein Doppelbett mittels der einzigartigen Hubmatic-Funktion. Durch den eingesetzten Beschlag ist die kinderleichte Bedienbarkeit sichergestellt und auch hochflorige Teppiche stellen kein Hindernis mehr dar.

Die Modellreihe

Bei Modell 380/3 können die integrierten Holzelemente in den Armteilen in den Holzarten Buche, Eiche oder Nuss gewählt werden, wobei bei der Ausführung in Buche unterschiedliche

Beiztöne wählbar sind und die Ausführungen in Nuss und Eiche in geölter oder lackierter Ausführung zur Verfügung stehen. Charakteristisch für die Doppelliege „Time-less“ sind die breiten Armteile, die dem Möbel einen besonders einladenden Ausdruck verleihen. Markenzeichen der Doppelliege „Time-out“ sind die schmalen, eleganten Armteile, die auch bei kleineren Wohnzimmern großen Eindruck machen.

Klare Formensprache

Neben den beiden Klassikern, der Boxspringbett-Serie „Noblesse“ und der Wohnserie „Delizia“, wurden außerdem die beiden Newcomer, die Betten-Serie „Arte“ und die Wohnserie „Tosca“, präsentiert. Dabei wird bei der Wohnserie „Tosca“ besonders auf den Sitzkomfort und die Optik Wert gelegt. Eine klare Formensprache sowie Elemente aus dem Designanspruch der 50er Jahre werden zu einer unverkennbaren Modellserie kombiniert, womit wieder ein neues Kapitel in der Joka Produktgeschichte aufgeschlagen wird. Die Bettenserie „Arte“ überzeugt durch das weiche Kopfhaupt, das aus losen Kissen mit wahlweise waschbaren Überzügen besteht. Dieses Boxspringbett besticht

Doppelliege „Time“
und Fauteuil „Tosca“

außerdem durch seine „Leichtfüßigkeit“, die formschönen Fußvarianten können entweder in Nuss, Eiche oder Buche gewählt werden. Wie beim österreichischen Familienunternehmen üblich, steht das Innenleben des Boxspring-Unterbettes in Federkern, Tonnentaschenfederkern oder FlexiNet® zur Verfügung 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. Zusätzlich ist „Arte“ als klassisches Bett mit integriertem Lattenrost und Stauraum erhältlich.

Neuer Flagshipstore

Der Joka Schauraum in Wien auf der Mariahilfer Straße wird mit Mitte April 2016 aufgelassen, um in einen neuen Schauraum am Stubenring 12 zu übersiedeln. Damit schlägt die Möbelmanufaktur den nächsten konsequenten Schritt zur Pflege der Marke ein und will im neuen Flagshipstore am Stubenring das Können in puncto Tradition, Qualität und Design „Made in Austria“ unter Beweis stellen. Ziel ist es, durch den Einsatz von besten Materialien in Kombination mit ansprechendem Design und höchster handwerklicher Qualität Produkte zum Wohlfühlen zu schaffen.

www.joka.at





ADA Premium Castell

Mit allen Sinnen Qualität genießen

Vom 5. bis zum 13. März drehte sich in Wien alles um schicke Wohntrends, moderne Formensprache und exklusive Accessoires. Neun Tage lang setzte die „Wohnen & Interieur“ – Wohn(t)räume, Accessoires, Home Entertainment und Garten – modern Living neu in Szene.



AURORA von Sedda mit elektrischer Schlafbankfunktion



SOL Home Office von Team 7

Dabei standen auch Möbel made in Austria im Mittelpunkt. Namhafte Qualitätshersteller wie zum Beispiel Team 7, ADA, Wittman, ewe-Küchen, Joka, sedda, Voglauer, Karasek, sembella u. v. a. setzen die aktuellen Wohntrends gekonnt um. Denn wenn es um hohe Qualität, Funktionalität und exklusive Materialien geht, stehen die Unternehmen der österreichischen Möbelindustrie ganz oben im Ranking der internationalen Einrichtungs-Profis und gehören zu den Schrittmachern der Branche. Jahrzehntelange Handwerkstraditionen im Mix mit innovativen Designideen, Nachhaltigkeit und moderner Technik bis hin zu Maß- und Sonderanfertigungen zeichnen die Produkte aus.

Trendsetter made in Austria

So passt zum Beispiel der aktuelle Trend „Naturholz“ perfekt ins Portfolio der Anbieter aus Österreich. Mit hoher handwerklicher Kompetenz und einem traditionell gewachsenem Verhältnis zu edlen Hölzern sowie massiven Qualitäten stehen die langlebigen Möbel für authentische Werte. Kompetente Herstellerbetriebe, kleine, aber feine Manufakturen und innovative Designschmieden bringen das Naturmaterial mit einem Händchen für besondere Extras in Top-Form. Ob puristisch-elegant oder üppig-gemütlich – die Profis bestechen mit enormer Holzkompetenz. Zudem zieht eine neue Gemütlichkeit ins Wohnen ein. Ob Lounge-Sessel, Sofa-Landschaften mit vielen Kissen oder kuschelige Relaxinseln im Wohnzimmer – Wellbeing ist angesagt. Das gilt sogar für die Küche. Heimelige Sitzecken, aber auch Naturholz, Keramik, Stein und edle Lederhaptiken sorgen für warmes Wohnfeeling am Herd. Raffiniert kombiniert mit technischen Features wie höhenverstellbaren Arbeitsplatten, Lichtkonzepten, Ordnungssystemen und Soundmodulen.



Joka Woodspring®

Bewegung für Möbel

Neben Holz und der starken Naturthematik kommt auch die Technik nicht zu kurz. Im Gegenteil: Smarte Funktionen bringen Bewegung ins Möbel. Wie ausgefeilt die intelligenten Features sind, demonstrieren die aktuellen Polstermöbel. Wenige Handgriffe genügen und schon gleitet der Besitzer dank cleverer Verwandlungssysteme soft ins Traumland. Auf dem Weg dorthin kann er in verschiedensten Relaxpositionen Station machen und sich nach Herzenslust entspannen. Sweet soft and lazy passen sich die bequemen Sitzpartner mit einem gelungenen Zusammenspiel aus Form und Technik dem Menschen an. Variable Nackenstützen, bewegliche Armlehnen, einzeln verstellbare Rückenlehnen und modernste Infrarot-Tiefenwärmesysteme punkten mit spürbarem Mehrwert.



Palais von Wittmann

Funktion und Komfort

Die Innovationen aus Österreich verbinden Funktion mit Komfort und schaffen spielend den Spagat aus modernem Design und wohngesunden Materialien. Ein wichtiger Taktgeber beim Thema Schlafen. Denn nachhaltige Naturhölzer, metallfrei und biologisch, geben die Richtung vor. In Verbindung mit Boxspring wird ein Megatrend daraus. Mit ihrem typischen Schichtaufbau stützen Boxspringbetten den Körper optimal und heben das Thema Schlafkomfort auf ein ganz neues Niveau. Bei den klassischen Bettensystemen sorgen innovative Matratzen mit abgestimmten Liegezonens für einen besonders erholsamen Schlaf. Perfekt abgerundet werden die Modelle mit gepolsterten Leder- und Stoff-Kopfteilen oder mit hochwertigen massiven Holzabsetzungen.



Die Kraft des Wassers

Wasser ist Ausdruck von Kraft und Stärke, Schönheit und Präzision, Ruhe und Entspannung. Ob bei tosender Meeresbrandung, auf einem gemütlich dahinfließenden Fluss oder an einem See bei kleinen Windböen, Wasserwellen üben eine einzigartige Faszination aus.

Wasser ist sowohl Träger und Lieferant von Energie als auch eine Quelle des Lebens. In der fernöstlichen Welt ist das Wasser (Shui) eines der fünf Hauptelemente, welches für unser Wohlbefinden und unsere Gesundheit verantwortlich ist. Und auch bei uns sind Ausdrücke wie „Munter wie ein Fisch im Wasser“ oder „Wasser ist Leben“ weit verbreitet.

Entspannende Massagen werden zugänglicher

Die angenehme und wohltuende Wirkung einer klassischen Massage ist wohl unbestritten. 94 % aller, die eine Massage erhalten, lieben es. Doch nur eine von sechs Personen wird jährlich mindestens einmal massiert. Zum einen liegen die Gründe im Aufwand, der betrieben werden muss, um eine Massage zu bekommen. Dazu zählen die Anmeldung, Anfahrt/Anreise, Kleiderwechsel, Rückreise, Rücksprache mit Kostenträgern, Terminplanung und vieles mehr. Zum anderen scheitert es oft an den Kosten. Nicht jeder kann sich den Luxus einer Massage leisten.

Genau hier setzt HydroMassage an: mit einer betreuungsfreien Massagegelegenheit, welche dem Kunden entspannende Massagen bietet. Ein Rundumsystem, das selbstständig gewählt, gestartet und somit einfach, schnell und unkompliziert sowie mit voller Tiefenwirkung vom Kunden genossen werden kann. Eine kräftige Wasserwelle massiert dabei den ganzen Körper und vermittelt ein herrlich entspannendes Erholungs Erlebnis von Kopf bis Fuß. Komfortabel bleibt man während der Massage bekleidet.

Mitglieder und Patienten lieben es

Bereits zehn Minuten reichen für eine tiefenentspannende Massage aus. Dadurch müssen keine zusätzlichen Massagetermine eingeplant werden. Der Druck der Wasserwelle ist mit zehn Druckstufen regulierbar. Dabei wird der Körper in voller Länge und Breite oder auch – wenn gewünscht – nur in speziellen, vordefinierten Körperzonen massiert. Über den Touchscreen-Monitor sind Filme und Spiele einfach abrufbar. Wer möchte, kann aber auch nur Musik hören und dabei die volle Wirkung der Entspannungsmassage genießen.

HydroMassage wurde 1989 gegründet und ist seit über 25 Jahren bei Ärzten, Physiotherapeuten, Trainern sowie Athleten im Einsatz und somit weltweit die Nummer 1. HydroMassage bietet ein Höchstmaß an Qualität. Jedes Bauteil durchläuft einen 5000-Stunden-Test, bevor es für die Produktion zugelassen wird.



Gerade deshalb benötigt HydroMassage bis auf einen wöchentlichen Re-Boot nur einen Service pro Jahr. Verglichen mit anderen Herstellern wird HydroMassage als stärkste Wasserstrahlmassage anerkannt.

Vom Standard zum Profi(t)-Center

HydroMassage als Teil einer Premium-Mitgliedschaft, z. B. als Upgrade an Mitglieder zu verkaufen, ist eine der erfolgreichsten Businessvarianten mit HydroMassage. Mit ein bis zwei weiteren Zusatzangeboten lässt sich dadurch der Umsatz leicht um 10 % oder mehr steigern. Dies erhöht signifikant den Reingewinn.

Eine weitere Möglichkeit bieten separat verkaufte Massagepakete, in denen die Mitglieder eine monatliche Gebühr für eine tägliche Nutzung von beispielsweise zehn Minuten bezahlen. Zwei bis drei aktiv angebotene Probeminuten empfehlen sich, um viele Neukunden zu überzeugen und zu gewinnen. Auch 10er-Karten eignen sich für die Generierung von mehr Kunden und Umsatz.

Lassen auch Sie sich von der Kraft des Wassers überzeugen. Testen Sie HydroMassage selbst und ermöglichen Sie sich und Ihren Fitnesscenter-Mitgliedern das Gefühl von Erholung und Tiefenentspannung durch die Kraft des Wassers.

LMT CYBEX GmbH

Marketing Manager: Michelle Tischer
michelle.tischer@lmt.ch

www.lmt.at

Duschen in der schönsten Form –
mit der neuen Handbrause VOLA T60



vola®

VOLA Vertriebs GmbH
Kandlgasse 19
A-1070 Wien
T 01/526 39 71-0
www.vola.at



Die interbad feiert runden Geburtstag

2016 feiert die interbad in Stuttgart ihr 50-jähriges Bestehen. Was 1966 als Fachausstellung klein begann, hat sich zur großen internationalen Fachmesse für Schwimmbad, Sauna und Spa entwickelt.

Die interbad, die heuer vom 27. bis 30. September ihre Tore öffnet, bietet naturgemäß die neuesten Entwicklungen und Trends rund um die Themen Bad, Sauna und Wellness. 2016 präsentiert sich die Messe zudem an neuer Stelle und bietet eine optimierte Anbindung aller Ausstellungshallen. Auf dem Gelände der Messe Stuttgart zieht sie von der Süd- in die Nordspange um. „Mit dem Umzug erreichen wir eine für die interbad optimale Anbindung aller Ausstellungsbereiche an die Besucherführung“, so Joachim Sauter, Teamleiter Medizin & Gesundheit, Messe Stuttgart.

creating atmospheres

Nachdem das 2014 erstmals auf der interbad angebotene Forum „creating atmospheres“ erfolgreich gestartet ist, wird das Konzept 2016 erweitert. Architekten, Hoteliers, Planer und private Bauherren sollen mit Fachvorträgen und erstmals auch im Rahmen einer als Pool- und Saunalandschaft gestalteten Sonderfläche informiert und inspiriert werden.

Die digitale Bade-Zukunft

Zu den vielen Themen, die auf der 50. interbad in Stuttgart präsentiert und diskutiert werden, gehört auch die sogenannte intelligente Gebäudetechnik. Stichwort „Smart Home“ – ein Thema nicht nur für Privathaushalte, sondern auch für gewerbliche und öffentliche Badbetreiber, meint Kromer von Baerle, GF Messe Stuttgart: „In Stuttgart etwa entwickelt das Fraunhofer-Institut für Produktionstechnik und Automatisierung Sensoren, die sich unter den Fliesen befinden und ein Alarmsignal geben, wenn jemand stürzt. Eine Technologie, die sich auch im Bereich von Pool und Sauna einsetzen lässt.“

Intelligente Gebäudetechnik sei für öffentliche Bäder „im Grundsatz nichts Neues“, ergänzt Dr. Christian Ochsenbauer, Geschäftsführer der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e. V. „Hier gab es in den letzten Jahren eine kontinuierliche Fortentwicklung.“ So sei in vielen neugebauten Einrichtungen etwa der Energieverbrauch durch „intelligente“ Technik optimiert worden. Daneben gehe es aber auch um Systeme zur Unter-

stützung des laufenden Betriebes oder sogenannte „Ertrinkenden-Erkennungssysteme“, die in manchen öffentlichen Bädern bereits im Einsatz sind.

Auf der letzten interbad 2014 haben rund 450 Aussteller auf 32.000 m² ihre Produkte und Dienstleistungen präsentiert.

www.interbad.de





Romance – tut der Liebe gut

Nicht nur gesunder Schlaf und Erholung, auch Romantik und Erotik werden mit dem Bett untrennbar assoziiert. Und genau auf diese Gefühlsebene zielt das neue „Romance“-Unterbett von Hefel ab. Es wirkt als wohltuendes Aphrodisiakum - und steigert „natürlich“ die Lust, dank Zimt, Ingwer und Ylang-Ylang.



... und er bläst ziemlich cool

Den neuen Dyson Pure Cool Link Luftreiniger und eine WLAN-Anbindung – mehr braucht es nicht, um die Luftqualität in Innenräumen effizient zu verbessern. Per App-Steuerung kann der Nutzer auch von unterwegs die aktuelle Qualität der Luft innerhalb und außerhalb der eigenen vier Wände in Echtzeit kontrollieren – und sie bei Bedarf wirkungsvoll reinigen lassen, noch bevor er selbst zuhause ist.

Willkommen im Club

Die von archirivolto für Brunner entworfene Clubmöbel-Serie corona bringt Wohnlichkeit in den Raum. Entscheidendes Designelement: die zweifarbige Schale. Ursprünglich gab es nur einen Sessel. Mittlerweile ist daraus eine umfassende Produktfamilie geworden.



TerraWay lässt die Erde atmen!



Thermen Linsberg, St. Martin und Wien

Fest wie Beton, aber gleichzeitig wasser- und luftdurchlässig wie Gras – TerraWay ist die umweltschonende Belagsalternative für die Gestaltung belastbarer Wege, Plätze und Flächen, ohne sie zu versiegeln. Mehr über die Eigenschaften von TerraWay, weitere Anwendungsmöglichkeiten und Referenzprojekte finden Sie auf unserer Website.

www.terraway.at



Romantikhotel mit Glasanbau

Das perfekte Altstadtambiente für einen romantischen Urlaub: Schmale verwinkelte Gassen mit Kopfsteinpflaster, die gotische St. Marienkirche, das senffarbene spätgotische Rathaus und der Marktplatz wirken wie ein Ort aus Grimms Märchen. Vis-à-vis des Platzes steht ein Fachwerkhhaus aus dem Jahre 1616, heute umgebaut zu dem 4-Sterne-Hotel Walhalla in Osnabrück. Eine der zentralsten Neuerungen: Der Gastraum des Hotels wurde mit einem modernen Wintergarten von Solarlux erweitert.



Mit dem 75 Quadratmeter großen Glasanbau von Solarlux, einem Premiumanbieter für Verglasungslösungen, konnte die Hoteldirektion gleich zwei Raumveränderungen realisieren: einen neuen, ganzjährig nutzbaren Gastronomie-Bereich sowie einen zweiten Zugang zum Hotel.

Die Geschäftsführung des Hotels wollte zuerst den bestehenden Biergarten durch ein Terrassendach vor Wind und Regen geschützt gestalten. Doch bald war klar, dass sich die Idee vom wetterfesten Raum viel weiter ausführen ließ und so wurde nicht nur ein Terrassendach, sondern durch den Anbau eines Wintergartens ein lichtdurchfluteter, neuer Raum realisiert. Dieser birgt nun ausreichend Platz für die neue Lounge mit Bar- und Restaurantbetrieb.

Lichtdurchflutete Eleganz

Aus dem vielfältigen Angebot des Markenherstellers Solarlux entschied sich die Hotelleitung zusammen mit dem Architekten für das Modell der Design-Linie – das wärmegeämmte Wintergarten-Dachsystem „SDL Akzent plus“ aus Aluminium. Die filigranen Profile des Daches mit außenliegender Statik sorgen für eine lichtdurchflutete Eleganz, Transparenz und Leichtigkeit. In der Innenansicht charakterisiert das Dach eine ebene Fläche, wodurch die lichte Raumhöhe im Restaurant- und Barbereich voll ausgenutzt werden kann.

Praktische modulare Bauweise

Aufgrund der Modulbauweise des Wintergartens ließ sich der senkrechte Bereich mit den wärmegeämmten Glas-Faltwänden vom Typ „SL 80“, bestehend aus fünf Glaselementen, ergänzen. Ausgestattet mit einer patentierten Beschlag-Technik und hochwertigen Edelstahl-Laufwagen ist die Vergasungslösung äußerst leichtgängig und variabel. Die Glaselemente lassen sich auf ein Minimum zusammenfallen, ganz oder nur teilweise öffnen und in jeder beliebigen Position arretieren. Durch das komplette zur Seite falten der flexiblen Glas-Faltwand wird eine maximale Raumöffnung verwirklicht, die einen ungehinderten Blick in den Biergarten erlaubt.

Im gastronomischen Betrieb werden nicht nur Tische von Innen nach Außen und wieder zurück transportiert, das Personal muss sich ebenso frei hin- und herbewegen können. Mit der Glas-Faltwand SL 80 kein Problem: Die in den Boden eingelassene Führungsschiene wird ganz flach verlegt und verwirklicht so normgerechte barrierefreie Übergänge.

Ein plötzlicher Wetterumschwung ist ebenso ein Szenario aus dem Gastronomie-Alltag, dem man Herr werden muss. Kein Problem jedoch mit der Glas-Faltwand: Die gesamte Fensterfront kann sekundenschnell



und kinderleicht wieder geschlossen werden. Eine zweiflügelige Automattür, die direkt neben der Glas-Faltwand im Wintergarten platziert wurde, sorgt für einen direkten Zugang zum Hotel und somit für ein schnelles Einchecken der Gäste.

Stimmungsvolles Ambiente

Die Frischluftversorgung im neuen Glasanbau wird durch vier motorisch betriebene Dachfenster gewährleistet. Zwei außenliegende Markisen spenden bei intensiven Sonnenstunden den notwendigen Schatten. Die in den Dachsparren integrierten Strahler leuchten den Raum gemütlich aus und verwandeln in den Abendstunden den neuen Raum in ein romantisches Sujet.

Mit dem Wintergarten von Solarlux wurde ein Raum geschaffen, der das Ambiente der Umgebung soweit wie möglich in den Raum einbindet und an wärmeren Tagen durch die geöffneten Glas-Faltwände erschließt, die sich über die ganze Fläche hinweg öffnen lassen. Die gläserne Lounge ist nicht nur ein sehr stimmungsvolles Ambiente, gleichzeitig sorgt der Wintergarten mit seiner Systemvariabilität für einen Ort, der die Arbeit des Personals durch seine Praxis mitgestaltet und vereinfacht.

www.solarlux.at





Familienunternehmen mit Tradition

Die Verlässlichkeit eines Familienunternehmens ist die Grundlage des Erfolgs von Salesianer Miettex. Gegründet 1916, hat sich das Unternehmen von einer einfachen Wäscherei zum Marktführer Österreichs entwickelt.



Als im Jahr 1916, mitten im ersten Weltkrieg, Magdalena Wittmann eine kleine Wäscherei in der Salesianergasse erwarb, war es alles andere als eine Selbstverständlichkeit, dass eine Frau zur Unternehmerin wurde. Den Durchbruch brachte eine für die damalige Zeit völlig neue Serviceidee: Statt in der Wäscherei auf Kunden zu warten, zog Magdalena Wittmann mit einem Handwagen durch die Stadt, holte die Wäsche bei den Kunden ab und brachte sie auch wieder zurück. Auch in der weiteren Firmengeschichte spielten Frauen an der Spitze eine große Rolle. So wurde das Unternehmen ab 1985 mehr als 20 Jahre lang von Christine Krautschneider geführt und in dieser Zeit wurde das größte Wachstum erreicht. Christine Krautschneider ist bis heute Vorsitzende des Aufsichtsrats.

Erfolgskurs prolongiert

Österreichs führendes Textilmanagementunternehmen befindet sich im hundertsten Jahr seines Bestehens und liegt weiter auf Erfolgskurs. Im Geschäftsjahr 2015/16 wird voraussichtlich erstmals die Schwelle von 160 Mio. Euro Umsatz übersprungen

werden. „Auch mit 100 Jahren präsentiert sich unser Unternehmen wirtschaftlich gesund, innovativ und voller Tatendrang“, sagt Mag. Thomas Krautschneider, geschäftsführender Gesellschafter in dritter Generation. „Neben Investitionen in Millionenhöhe in die kontinuierliche Modernisierung unserer Betriebe und dem Ausbau unserer Marktführerschaft in Österreich wollen wir in den kommenden Jahren unsere Aktivitäten in Süddeutschland und in Südtirol weiter stärken; auch in Zentral- und Osteuropa werden wir weiter wachsen und neue Märkte erschließen.“

Mehr als nur sauber

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

Die Hygiene-Garantie

Da Hygiene nicht nur eine Frage der technischen Möglichkeiten, sondern ebenso sehr auch der konsequenten Anwendung in der Praxis ist, kommt der 2012 eingeführten „Hygienegarantie“ besonders große Bedeutung zu. In zahlreichen Unternehmen der Hotellerie und Gastronomie werden die Gäste mit ganz speziellen Hygieneaufstellern darüber informiert, dass hier hygienisch saubere Textilien verwendet werden. „Wir haben damit wesentlich dazu beigetragen, dass erstklassige Hygienestandards heute für gute touristische Unternehmen eine Selbstverständlichkeit und für deren Kunden ein wichtiges Entscheidungskriterium sind“, so Krautschneider. „Die Garantie, dass in einem Hotel oder einem Restaurant alles für Hygiene und damit auch für die Gesundheit der Gäste getan wird, ist heute ein Wohlfühlfaktor, auf den niemand mehr verzichten möchte.“

Nachhaltigkeit als Unternehmensstrategie

Nachhaltigkeit und Umweltschutz sind wesentliche Bestandteile der Unternehmensstrategie. „Wir wollen als Marktführer eine Vorreiterrolle in Sachen Umweltschutz einnehmen. Miettextilservice ist eine energie- und wasserintensive Branche und daher reicht es hier nicht, ‚kosmetische Änderungen‘ durchzuführen, sondern wir setzen tiefgreifende technische Innovationen um“, sagt Dr. Andreas Philipp, GF des Unternehmens. „Die Vorreiter-



rolle wird auch dadurch unterstrichen, dass drei Betriebe (Linzer Straße, Grödig und Leogang) als erste und einzige Wäschereien Österreichs mit dem österreichischen Umweltzeichen ausgezeichnet wurden. In weiterer Folge werden auch unsere anderen österreichischen Betriebe den Zertifizierungsprozess durchlaufen.“

Zahlen und Fakten

- Gegründet 1916
- Familienunternehmen in dritter Generation
- 360 Tonnen bearbeitete Wäsche pro Tag
- 13 Betriebe in Österreich mit über 1.500 Mitarbeitern
- 10 Betriebe in acht weiteren Ländern in CEE/SEE mit 750 Mitarbeitern
- Rund 25.000 Kunden, davon 15.000 in Österreich

www.salesianer.com



Übergabe der Urkunden, März 2016. V.l.n.r.: BM DI Andrä Rupprechter, Dr. Andreas Philipp, DI (FH) Thomas Gittler



Aadla Walser-Chalets am Arlberg

Pünktlich zur Wintersaison 2016/17 eröffnet hoch über dem Bergdorf Schröcken auf 1.500 Meter Höhe ein neues Chaletdorf: Aadla Walser-Chalets am Arlberg.

Aadla ist ein neuer Name am Chaletdorf-Himmel: Vor 700 Jahren haben sich die Walser in den Vorarlberger Tälern angesiedelt. Als Bauern und Hirten sind sie in Gruppen vom Schweizer Oberwallis eingewandert. Die einstige Walser-Siedlung Nesslegg, wo das Chaletdorf gebaut wird, liegt auf 1.500 Meter Höhe, an sonniger Panoramalage hoch über dem Bergdorf Schröcken. Die sieben Chalets entstehen im Baustil der Vorfahren. Das kleine Dorf wird Aadla genannt und ist die Übersetzung der Einheimischen für Bergkiefer.

Architektur reloaded

Michaela und Elmar Schwarzmann fungieren als Bauherren und Geschäftsführer. Architekt ist Dipl.-Ing. BM Rudolf Mages aus Dornbirn, welcher mehrjährige Erfahrung mit Hotelbauten hat. Entstehen werden sieben Chalets: zwei kleinere Häuser mit zwei Schlafzimmern und fünf größere Häuser mit drei Schlafzimmern. Die Architektur lehnt sich an den alpinen Stil der Walserhäuser an. Die optisch leicht variierenden Chalets werden

mit viel Holz und Naturstein gebaut, liegen in leichter Hanglage und sind von der Rückseite her via Obergeschoss erschlossen. Dies ermöglicht große Fenster, Balkone und Terrassen zum Bergpanorama hin.

Athmosphärisch

Jedes Haus hat eine eigene Sauna und im Freien einen sichtgeschützten Aadla-Holzzyber. Die Inneneinrichtung in den hellen Chalets strahlt eine stilvolle Eleganz aus. Mit einem verglasten Kamin im großen Wohnraum wird zu jeder Jahreszeit und bei jedem Wetter eine behagliche Atmosphäre geschaffen. Die Badezimmer liegen auf beiden Stockwerken und eine gut eingerichtete Küche rundet das komfortable Raumangebot ab. Ab Winter 2016/17 wird dank der neuen Flexenbahn der Zusammenschluss von Schröcken-Warth-Lech-Zürs mit St. Anton, Stuben und St. Christoph möglich. Damit liegt das Aadla direkt an der Talabfahrt des größten zusammenhängenden Skigebietes Österreichs.

www.aadla.at





Back to the Seventies

Karasek lässt die 70er Jahre neu aufleben, denn die kultigen Plastik-Outdoor-Stühle, die man zumeist in Grün aus den Biergärten kennt, gibt es jetzt wieder in den Originalfarben von 1973. Die farbenfrohen Matten kommen in knalligem Orange, Hellgrün, Gelb und Hellblau und lassen sich leicht montieren bzw. austauschen. Sie sind robust, langlebig und wetterfest. Die pflegeleichten und unkomplizierten Retro-Stühle sind sehr gut stapelbar und mit unterschiedlichen Tischmodellen kombinierbar. Alle Karasek Gartenmöbel werden unter größtem Bedacht auf Design und Komfort in Wien entwickelt und gefertigt.



Farbenspiele

Little Greene präsentiert die Frühjahr-/Sommer-Farben für den Outdoor-Bereich. Tom's Oil Eggshell. Durch ihre Ölbasis ist sie extrem praktisch und haltbar, hat einen wunderschönen seidenmatten Glanz und ist absolut wetterfest. Intelligent Exterior Eggshell ist eine moderne, sehr haltbare wasserbasierte Farbe mit besonders niedrigem VOC-Gehalt und damit praktisch geruchlos. Zudem ist sie sehr pflegeleicht und wetterfest. Es ist ein hochwertiger, deckender Holzlack. Er kann ohne Grundierung direkt auf neues, unbehandeltes Holz und auf passend grundiertes Metall aufgetragen werden.

Das Gebäude der Zukunft kann auch so aussehen.

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



www.beckhoff.at/building

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

IPC

I/O

Automation



Halle 9, Stand F06



G'schamster Diener

Hotelier Florian Weitzer knüpft mit dem Boutique Design Hotel Grand Ferdinand an das Schöne der Ringstraßenzeit an und möchte mit seinem jüngsten „Hotelsprössling“ eine Art „Wiener Lebensgefühl“ neu interpretieren. In Sachen Reinigung verlassen sich die Hotelprofis ganz bewusst auf Diversey Care.

Text: Peter A. de Cillia, Fotos: Grand Ferdinand

Das Bürogebäude aus den 50er-Jahren war gelinde gesagt schon ziemlich heruntergekommen. Es stand lange Jahre leer und gab optisch nicht gerade ein einladendes Bild wieder. Die Nachricht, dass dort ein Hotel entstehen würde, noch dazu in Auftrag gegeben von Hotelier Florian Weitzer aus Graz und von der Ideenschmiede von Atelier Heiss in Wien umgesetzt, ließ Schönes erhoffen. Und Ästeten wurden nicht enttäuscht. Kombiniert mit den Annehmlichkeiten der Jetztzeit erstrahlt der neugestaltete Bau am Schuberring als harmonisches Ganzes mit 188 Zimmern und sehr vielen extravaganten und liebevoll arrangierten Details. „Jedes meiner Hotels hat seine eigene Identität. Im Grand Ferdinand steht das ‚Österreichische‘ im Mittelpunkt.

Mich interessiert der Umgang mit der Tradition. Wir wollen sie nicht rückwärts denken, sondern vorwärts zelebrieren“, meint Florian Weitzer zu seinem jüngsten Hotelkind.

Lebensgefühl à l'Autriche

In den 188 Zimmern ist das Streben nach dem Schönen zwischen neuzeitigem Komfort und nostalgisch geschwungenen Betthäuptern und Chaise longues absolut spürbar. Dunkle Holzböden in Kontrast zu anthrazitfarbenen Wänden und weißem Mobiliar runden die elegant inszenierte Ausstattung ab. Geschmackvolle Extras wie Lichtschalter aus Keramik oder Duschwände aus Glas-

Hotelier Florian Weitzer





„Die Heavy-duty Arbeiten am Küchenboden erledigt die Scheuersaugmaschine TASKI swingo. Die orangen TASKI Maschinen sind äußerst wendig und überall einsetzbar für die beste Bodenpflege.“

Elisabeth Pala BA MA, Marketing Diversey Care Austria



Elisabeth Pala BA MA, Marketing und Thomas Niklas, Sales Director Diversey Care Austria

bausteinen sind als Reminiszenz an die Entstehungszeit des Gebäudes, die 1950er, zu sehen. Das „Grand Ferdinand Restaurant“ lädt mit seinen raumhohen Fenstern zum Ring ein, größtenteils Schmankerln der altösterreichischen Küche zu genießen.

Hoher Qualitätsanspruch

Und wie alle Weitzer Hotels geizt auch das Grand Ferdinand nicht mit überraschenden Details. Da wird ein Innenhof mit einer zauberhaften grünen Oase bespielt oder im Denkmal geschützten Entrée der prachtvolle Luster per Lift gesenkt, um seine echten Kerzen anzuzünden. Bei all diesen emotional belegten Ideen steht die Qualität des Gebotenen im Vordergrund. Direktor Ricardo Buttke: „Wir haben bei unseren Materialien ganz bewusst auf höchste Qualität wert gelegt. Nur so können wir unseren Gästen auch atmosphärisch unsere Philosophie näherbringen. Und den Materialien, die im ganzen Haus verwendet werden, gebührt auch ein besonderes Maß an Pflege. Deshalb haben wir uns für Produkte aus dem Hause Diversey Care entschieden.“

Ein hochprofessioneller Reinigungsplan, die richtigen Produkte am richtigen Ort eingesetzt und eine genaue, umsichtige Schulung des Reinigungspersonals gehören zur Grundphilosophie von Diversey Care. Nicht umsonst vertrauen viele der besten Häuser auf der Welt dem weltweit tätigen Reinigungsspezialisten. Von den hochwertig veredelten Zementbodenfliesen mit altklassischem Design bis hin zum Deckenluster mit seiner 300-jährigen Geschichte werden die Materialien einer besonderen Pflege durch das TASKI-Reinigungssortiment unterworfen. Das Reinigungskonzept der Profis funktioniert durch ein farbcodiertes Reinigungssystem mit Hochkonzentraten in Pouches und zentraler

Entnahmestelle für wiederbefüllbare Flaschen. Dies ist sicher für den Anwender, da kein Kontakt zwischen Anwender und Konzentraten möglich ist. Zudem punktet dieses System durch Nachhaltigkeit und ist absolut umweltfreundlich und ökologisch abbaubar. Durch das Beutelsystem kommt es zu einer Einsparung von Transport- und Lagerkosten sowie Verpackungsabfällen. Die Reinigungs- und Hygieneprofis verwenden im Grand Hotel Ferdinand außerdem ein modulares Trolleysystem ebenfalls von TASKI, dass, angepasst an die Bedürfnisse des Hauses, sehr wendig ist. Die Scheuersaugmaschine TASKI swingo erledigt die Heavy-duty-Arbeiten am Küchenboden, da sie sehr wendig und überall einsetzbar ist.

Hygiene unverzichtbar

Bei all den Bearbeitungen der hochsensiblen Materialien sollte aber nicht auf die Handreinigung und -pflege des Reinigungspersonals verzichtet werden. Hier werden Produkte von Soft Care eingesetzt. Speziell für den Handschutz während der Arbeit wird Soft Care Aquagard verwendet. Nach Arbeitsende wird für die sanfte Handpflege Soft Care DermaSoft aufgetragen.

Die Geschirreinigung erfolgt durch Reiniger und Klarspüler von Suma. Sie sorgen für strahlendes Porzellan. Und die Suma D-Serie von Diversey Care sorgt für funkelnendes Silberbesteck und eine hygienisch saubere Küche nach HACCP. Thomas Niklas, Sales Director Diversey Care Austria: „Die Partnerschaft zwischen den Weitzer Betrieben und Diversey Care wurzelt auf gemeinsam entwickelten Reinigungs- und Hygienekonzepten mit dem Schwerpunkt auf die Werterhaltung der exklusiv designten Einrichtung.“



Acht neue Luxus-Chalets sorgen für alpinen Lifestyle

Die bekannte Ski-Lounge Lisa Alm in der Flachau im Land Salzburg sorgt seit der aktuellen Saison nicht nur am Berg für Aufsehen.

Im Tal begeistert das Gastgeber-Duo rund um Erich und Christopher Tiefenthaler jetzt mit acht neuen „LISA-Chalets“, die alpinen Schick und Lifestyle versprühen und den Gästen Top-Komfort und luxuriöse Ausstattung bieten.

Wellness und Behaglichkeit

Gleich unweit der Talstationen, neben dem Hotel Lisa in Flachau, sind nun acht Chalets entstanden, deren Handschrift sich perfekt ins Gesamtkonzept „LISA“ fügt. Alpiner Lifestyle mit Top-Komfort bettet die erschöpften Skihäupter gemütlich und keinesfalls kleinkariert – denn das ist maximal die Bettwäsche in den Chalets. „Wir haben die Tradition mit ein paar Ampullen Zeitgeist geimpft und bieten in unseren komfortablen Chalets jetzt jeweils Platz für vier bis sechs Personen“, so Mastermind Erich Tiefenthaler. Für Gemütlichkeit und Wärme sorgt dabei nicht nur die Einrichtung, jedes Chalet ist auch mit einer Sauna ausgestattet. „Unterkühlt ist in unseren Chalets wirklich nur der Champagner im Kühlschrank“, lacht Erich Tiefenthaler. Wieder einmal mehr eine gekonnte Inszenierung am Berg, die dem vorherrschenden Trend, neben dem Haupt-Hotel den Gästen noch Chalets mit all nur erdenklichem Komfort anzubieten.

www.lisa-chalets.at



Inflation? Deflation?

Cleverere Investitionsstrategien für Hotels

Die Entwicklung auf den Finanzmärkten der letzten Zeit war turbulent. Im Kampf gegen sinkende Inflationsraten bzw. gegen eine drohende Deflation hat die EZB ihren Leitzins zuletzt auf 0 % gesenkt. Demgegenüber klagen viele Hotelbetriebe über eine „Kreditklemme“ bzw. hohe Risiko-Aufschläge bei Finanzierungen. Was bedeuten jedoch diese Entwicklungen auf den Finanzmärkten für eine kapitalintensive Branche wie die Hotellerie? Der Blick in die Glaskugel zeigt leider nicht, wie sich die Zinsen und Inflationsraten in der mittleren Frist entwickeln werden. Nach Ansicht vieler Experten ist kein rascher Aufschwung in Sicht, daher werden die Inflationsraten und Zinsen nach Ansicht noch für längere Zeit niedrig bleiben.



Dr. Martin Domenig, MRICS,
Partner bei Kohl & Partner

Gute Zeiten zum Investieren?

Grundsätzlich zeigt sich: Zu Tode gefürchtet ist auch gestorben. Fehlinvestitionen sind eine der wesentlichen Konkurs-Ursachen für Hotels, zugleich lässt sich jedoch auch eindeutig feststellen, dass jene Hotels, die zielgerichtet und laufend investieren, langfristig erfolgreicher sind.

Eine gute Hardware-Qualität ist heute Voraussetzung, nicht aber Garant für den wirtschaftlichen Erfolg. Wesentliche Einflussfaktoren dabei sind einerseits die steigenden Anforderungen der immer qualitätsbewussteren Gäste, andererseits die immer kürzer werdenden Produktlebenszyklen bzw. Trends im Interior Design.

Im Hinblick auf das schwer einzuschätzende wirtschaftliche Umfeld ist es umso wichtiger, die eigenen Investitionsvorhaben professionell sowie strategisch vorzubereiten und kritisch zu hinterfragen.

Empfehlungen von Dr. Martin Domenig, Partner bei Kohl & Partner:

1. Grundlage jeder Investition ist eine durchdachte Strategie: Nur wenn im Unternehmen die Vision und die Ziele klar sind, können nachhaltig erfolgreiche Investitionspläne abgeleitet werden!
2. Gäste lieben Innovationen: Alle drei bis fünf Jahre sollte durch eine „spürbare“ Innovation ein maßgeblicher Impuls im Marketing und Vertrieb gesetzt werden können. Ganz wichtig ist dabei eine durchdachte „Etappenplanung“, um die betriebliche Weiterentwicklung nicht zu „verbauen“!
3. Konkreter „Lieblingsgast“ im Fokus der strategischen Überlegungen: Maßgeschneiderte Angebote für spezielle Zielgruppen sind gefragt. Weg von Standardlösungen im Einheitsdesign!
4. Profis als Partner bei der Projektentwicklung und Umsetzung: Sie als Hotelier müssen dabei den Überblick bewahren und ein Team aus erfahrenen Experten koordinieren. Von besonderer Bedeutung ist dabei ein exaktes Briefing aller Beteiligten.

5. Flächeneffizienz in allen Bereichen: Einer der wesentlichen Erfolgsfaktoren in der Budget-Hotellerie ist die Optimierung des Flächenbedarfes in allen Bereichen, ohne bei der Einrichtung und Ausstattung zu sparen.
6. Von Beginn an Inszenierungs-Highlights denken: Erfolgreiche Unternehmer machen sich bereits vor Projektbeginn detaillierte Gedanken darüber, welche „Sehnsuchtsbilder“ nach Projektabschluss im Prospekt erscheinen sollen.
7. Nüchterne Kosten-Nutzen-Relationen: Oftmals sind die 100%igen Lösungen aus wirtschaftlicher Sicht nicht die besten, ein Face-Lifting rentabler als ein Komplettumbau. Hinterfragen sie bei alternativen Investitionsprojekten genau, welche zusätzlichen Auslastungs- und Preispotenziale realistisch sind!
8. Perfekte Vorbereitung auf Finanzierungsgespräche: Je professioneller der Businessplan für das eigene Investitionsprojekt aufbereitet ist, umso größer sind die Erfolgsaussichten für konstruktive Finanzierungsgespräche.
9. Alternative Finanzierungsmöglichkeiten & Förderungen prüfen: Crowdfunding ist derzeit in aller Munde, aber auch andere alternative Finanzierungsmodelle wie „Buy to let“ können einen wertvollen Beitrag zum Finanzierungsmix leisten.
10. Pre-Opening Marketing und Anlaufzeiten berücksichtigen: Gerade in gesättigten Märkten ist ein professionelles Pre-Opening-Marketing (oft schon ein Jahr vor der Investition!) sowie realistische Erwartungen hinsichtlich der Anlaufzeiten (in der Ferienhotellerie oft sogar 3–5 Jahre!) von entscheidender Bedeutung für eine nachhaltig erfolgreiche Betriebsphase.
Fazit: Gerade jetzt zu investieren kann sich mittel- und langfristig sehr lohnen – neben unternehmerischem Mut bedarf es jedoch einer überlegten Investitionsplanung und professioneller Umsetzung!



Beste Aussichten

Im Dezember 2016 eröffnet in Gosau am Dachsteingebirge das wohl spannendste und innovativste Familienhotel Europas – das neue Leading Family Hotel & Resort Dachsteinkönig.

Mit der komplett neu errichteten Hotelanlage wird die Familienhotellerie einen neuen Level erreichen. Hinter dem Großprojekt stehen echte Familienprofis: Ernst Mayer und seine Familie setzen seit Jahren Meilensteine in Sachen exklusiver Urlaub für Groß und Klein in ihren beiden Hotels Leading Family Hotel & Resort Alpenrose****S, Kinderhotel Oberjoch****.

Jetzt stecken die Mayers ihre langjährigen Erfahrungen und ihr umfangreiches Wissen in ihr jüngstes „Baby“ – dem 4-Sterne Superior-Hotel Dachsteinkönig. 105 Familiensuiten und zwölf Chalet-Einheiten (Einzel- und Doppelchalets, mit eigener Panorama-Sauna) legen Familien exklusive Wohnwelten „state of the art“ zu Füßen.



Rendering - miss3 s.r.l.

ARKAN
ZEYİNCİGLİ

Rundumbetreuung

Ab dem siebten Lebenstag (!) werden Babys und Kinder professionell betreut. 20 ausgebildete Betreuer kümmern sich sieben Tage in der Woche von 8 bis 21 Uhr um die jungen Gäste. Sensationelle 2.000 m² ist der Indoor-Spielbereich groß. Kino und Theater, eine Softplayanl, eine Turnhalle, Indoor-Gokarts u. v. m. sprengen die Vorstellungskraft so mancher Kinderträume. Das „Abgefahrenste“ wird wohl die 100 Meter lange Wasserrutsche in die Badelandschaft mit zahlreichen Pools und Attraktionen.

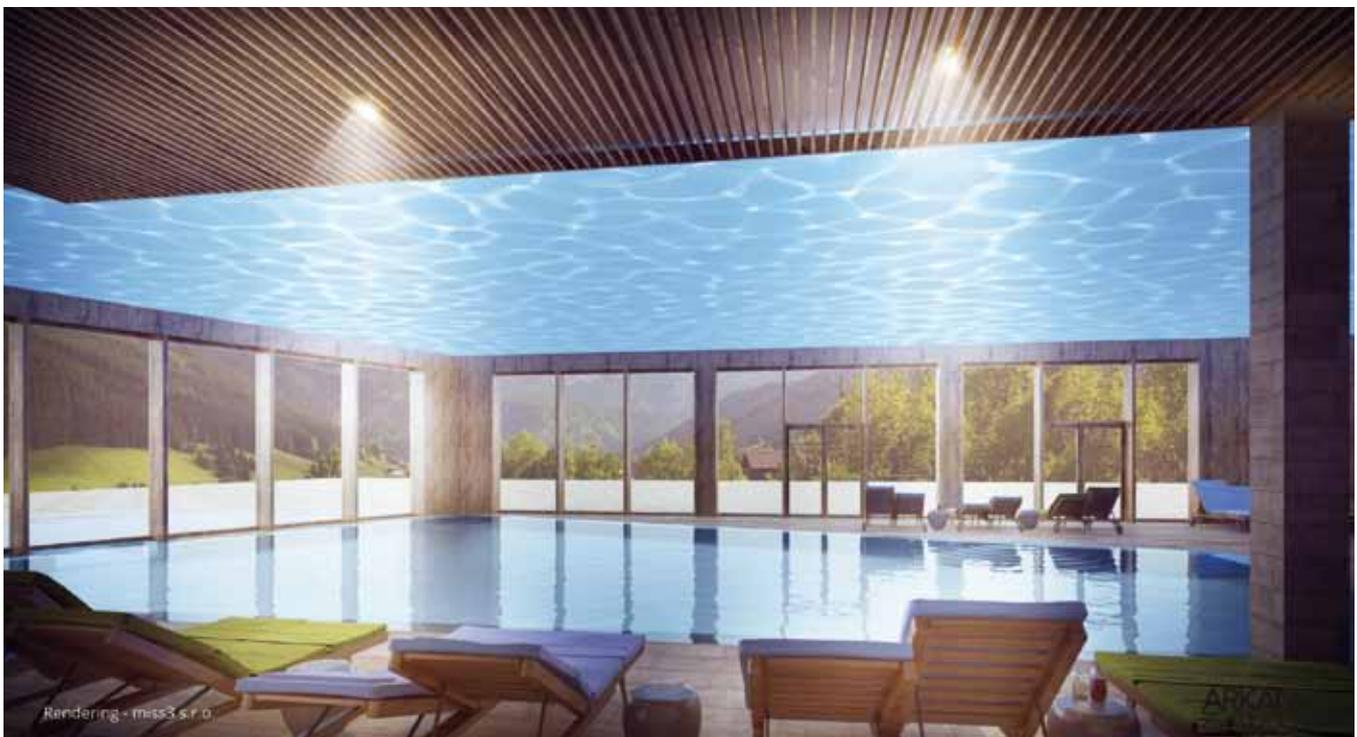
Eine 1.000 m² große Wellness- und Saunalandschaft mit einem exklusiven SPA ist den Erwachsenen und der Regeneration in aller Ruhe vorbehalten. Kleine „Schleckermäulchen“ speisen im eigenen Kinderrestaurant. Große Feinschmecker dürfen sich auf eine Top-Gourmetküche freuen. „Es ist schon von Vorteil, wenn man seit vielen Jahren Kinderhotels entwickelt und leitet. Und dennoch sind auch wir immer wieder überrascht, wie sehr sich Wünsche und Träume unserer kleinen Gäste mit den Jahren wandeln. Darüber haben wir viel gesprochen und unsere gesamte Konzeption danach ausgerichtet. Das wird unseren neuen Dachsteinkönig deutlich anders machen als vergleichbare Häuser in diesem Segment“, kündigt Ernst Mayer an.



Ganz schön abgefahren

„Wir möchten nicht nur den Eltern, sondern vor allem unseren Kindern die Wichtigkeit von Kreativität, Schönheit, Ästhetik und Komfort vermitteln und eine Wohlfühlatmosphäre zaubern, die alle in der Familie von der ersten Minute an glücklich sein lässt“, erklärt Hoteldirektor Florian Mayer.

„Ein Familienurlaub darf sich nur so nennen, wenn das Angebot sowohl für Kinder als auch für Erwachsene stimmt“, ist Ernst Mayer überzeugt und wird in Gosau viel bieten: Elf Behandlungsräume für Massagen, Bäderanwendungen, Kosmetik und Ayurveda wird es geben. Ägyptos, Ligne St. Barth und Maria Galland sind die hochwertigen Kosmetiklinien im SPA. Dazu kommen sechs verschiedene Saunen, Panorama-Außensauna, Ruheraum, Kommunikations- und Relax-Zone mit Saftbar, Schwimmteich, Top-Fitnessraum, Indoor-Golfsimulator u. v. m. ▶





Kunst auf der Tasse

Die neueste Auflage der illy Art Collection trägt die Handschrift des italienischen Künstlers Gillo Dorfles, einer der vielseitigsten Figuren der internationalen Kunst- und Kulturwelt der letzten fünf Jahrzehnte. Für die Kollektion interpretierte der Künstler historische Textildesigns neu und gestaltete so ein spielerisches Formen- und Farbuniversum, appliziert auf Kaffeetassen. „Es war uns eine große Freude, Dorfles um die Gestaltung der Tassen zu bitten – eine Sammlung, in der über die letzten zwanzig Jahre hinweg die führenden Stimmen der zeitgenössischen Kunst zu Wort gekommen sind“, so Andrea Illy, Vorstandsvorsitzender und CEO von illycaffè.



Farbkraft

Laut Farbenspezialist Pantone sind die Farben des Jahres 2016 „Rose Quartz“ und „Serenity Blue“. Passend dazu hat Tork sein Servietten-Sortiment um zwei neue Farbnuancen ergänzt: Hellblau und Blaugrün. Beide Töne harmonieren perfekt miteinander, aber auch mit vielen Deko-Elementen, insbesondere in Kombination schaffen sie ein modernes, lebendig-frisches Ambiente bei Tisch. Angeboten werden die Tork-Servietten mit dem „Easy Handling“-System: Einzelne Servietten-Sets sind in Plastikverpackungen eingefasst, damit der Inhalt hygienisch rein bleibt. Durch ihre Perforation lassen sich die Verpackungen leicht mit einem Handgriff öffnen.



Die Hendl Fischerei





Direkt an der Asitz-Bergstation in Leogang hat im Dezember 2015 die hendl fischerei als „Mountain-Club“-Konzept eröffnet. Die Planung und Bauleitung übernahm das Architekturbüro W2 Manufaktur.

Fotos: Günter Standl

Die langjährige Verbindung zwischen der W2 Manufaktur und Huwi sowie Renate Oberlader, den Betreibern des Priesteregg und mama thresl, ist von Erfolgen gekrönt. Ein wunderbar innovatives und erfrischend anderes Ski-Gastronomie-Konzept, bei dem auf Klischees und Konventionen verzichtet werden kann, ist das Ergebnis.

Die Spannung liegt im Detail

Die hendl fischerei wurde in Massivbauweise konzipiert und hält einige architektonische Highlights bereit. Die massive Schirmbar mit zu öffnendem Dach ist ein Ersatzbau und wurde den Qualitätsansprüchen und Sicherheitsbestimmungen im Nahbereich des Stationsgebäudes angepasst. Der Gastraum steht auf einem massiven Untergeschoss, in welchem Technikräume, Lagerräume und Personal-WC sowie Aufenthaltsräume untergebracht sind. Gemeinsam mit dem Kärntner Holzbildhauer Gottfried Kaschnig wurden im Innendesign zahlreiche Raffinessen umgesetzt. Die Basis des Gebäudes bildet eine Fundament-Konstruktion aus Stahlbeton-Bodenplatte sowie Einzel- und Streifenfundamenten. Die Wandkonstruktion bzw. die tragenden Bauteile bestehen im Untergeschoss aus Massiv R90 und Stahlbeton, im Erdgeschoss hingegen aus einem Stahlskelett mit Verglasungen und Füllungen mit Holzoberflächen. Auf Knopfdruck kann das vordere Glasdach des Gebäudes, ein 12-eckiges Zelt-dach, unter das Hintere gefahren werden und Gästen ein Genuss unter freiem Himmel und Sonnenstrahlen ermöglicht werden. Aber auch bei schlechtem Wetter und geschlossenem Dach fällt Wohlfühlen hier leicht, denn großflächige, massive Zirbenholzelemente mit fließenden, weichen Formen verleihen dem gesamten Gebäude Wärme und ein entspanntes Flair. Den Logenplatz der hendl fischerei genießt man auf einer Empore über der Bar. Hier findet sich Platz für bis zu 20 Personen. Der Raum Klimt hat eine vorgelagerte Panoramaterrasse und ist komplett mit Lehmverputz gestaltet. Die Deko- und Formenwahl erinnert optisch an Werke des Malers Gustav Klimt. Ein Konzept, das entsprechend auf junges sowie junggebliebenes Publikum abzielt und einen Stilmaßstab im Bereich Ski-Gastronomie setzen wird. ▮





Kulinarische Zeitreise

Mit Manuel Gratzl als neuem Küchenchef setzt die Bristol Lounge neue gastronomische Akzente und präsentiert sich als modernes „All Day Dining“-Restaurant im historischen Art-Déco-Stil.

Fotos: Hotel Bristol Wien

Dabei ist Manuel Gratzl im Hotel Bristol Wien nicht wirklich ein Neuling, denn er war schon von 2003 bis 2008 dort Teil des Küchenteams. Ende letzten Jahres ist der 33-Jährige als Küchenchef ins Wiener Ringstraßen-Hotel zurückgekehrt. Dazwischen war Gratzl in anderen Top-Küchen Österreich zuhause – von St. Moritz über Kitzbühel bis Saalbach – und hat von seinen Aufenthalten und Aufgaben in den Bergen die Liebe zur kreativen Verarbeitung von Fisch und Fleisch mitgenommen. Zurück in der Bristol Lounge hat er sich nun zum Ziel gesetzt, ein Speisenangebot zu kreieren, das so einzigartig und typisch ist wie das Restaurant selbst: „Die Bristol Lounge ist wohl das holistischste Restaurantkonzept in Wiens Top-Hotellerie, denn von 7.30 bis 24.00 Uhr kann hier in prachtvollem Art-Déco-Ambiente gegessen, getrunken und gechillt werden.“

Das kreative Speisenangebot wird nicht nur den Tageszeiten angepasst, sondern auch den Wünschen der Gäste. Nach dem reichhaltigen Frühstücksbuffet werden in der Bristol Lounge zur Mittagszeit sowohl erfrischend-leichte Menüs als auch diverse

„Es ist wichtig, bei dem zu bleiben, was man gelernt hat. Ab und zu darf man aber abschweifen – ich tobe mich gerne in der Küche aus, das macht mir und dem gesamten Team viel Spaß.“

Manuel Gratzl, Küchenchef Bristol Lounge

À-la-Carte-Gerichte serviert. Abends wartet der Küchenchef mit einer delizösen Auswahl an persönlich interpretierten österreichischen und internationalen Spezialitäten auf. Dabei überrascht er gerne mit raffinierten, teils unerwarteten Kombinationen von Zutaten und Aromen. Die Speisekarte ist demnach vielfältig und spannend – von retro bis futuristisch, von heimisch bis asiatisch, von traditionell bis modern.



„Bei Wiesbauer Gourmet kann ich das gesamte Fleisch nach meinen eigenen Anforderungen bestellen und bekomme es schnell und frisch geliefert – zu einem super Preis-Leistungsverhältnis.“

Experimentierfreudig

Sehr gerne kocht Manuel Gratzl Fleischgerichte – und zwar nicht nur typisch traditionelle wie Wiener- und Kalbsbutter-Schnitzel oder Esterházy Rostbraten, sondern unter anderem auch Lammkarree oder saftige Rib Eye Steaks. Aber ebenso asiatisches Curry mit heimischem Rinderfilet, denn Manuel Gratzl mag es gerne auch exotisch: „Es ist wichtig, bei dem zu bleiben, was man gelernt hat. Ab und zu darf man aber abschweifen – ich tobe mich gerne in der Küche aus, das macht mir und dem gesamten Team viel Spaß.“ Eines seiner Lieblingsgerichte ist Kaninchen, das er derzeit im Restaurant mit Limetten-Confit und Parmesan-Gnocchi serviert. Ein Highlight auf der Vorspeisen-Karte ist zudem das Beef Tartar mit Avocado.

Als Fleischlieferant arbeitet Manuel Gratzl eng mit Wiesbauer Gourmet zusammen, denn er schätzt nicht nur das umfangreiche Sortiment des Gastro-Spezialisten, sondern vor allem auch dessen Kundenbetreuung: „Ich habe auch vorher schon mit Wiesbauer Gourmet zusammengearbeitet und war immer schon sehr zufrieden. Bei Wiesbauer Gourmet kann ich das gesamte Fleisch



nach meinen eigenen Anforderungen bestellen und bekomme es schnell und frisch geliefert – zu einem super Preis-Leistungsverhältnis. Außerdem fühle ich mich als Kunde immer gut betreut und das ist mir wichtig.“

Nostalgie-Dinner

Zusätzliche kulinarische Akzente setzt die Küche im Bristol mit saisonalen Köstlichkeiten wie Gansl oder Ente sowie mit dem prestigeträchtigen „Bristol Nostalgie Dinner“. Damit wird der unverkennbare und für das Haus typische Art Déco-Stil der 1920er Jahre im Restaurant hautnah erlebbar: Der Raum wird wie damals mit Palmen dekoriert, die Tische sind mit originalem, altem Tafelgeschirr und Besteck pompös gedeckt und selbst das Servierpersonal ist entsprechend gekleidet. Originale Menükarten aus dem Jahr 1929 dienen als Vorlage für das Dinner, bei dem Manuel Gratzl und sein Team mit Gerichten aus damaliger Zeit aufwarten – etwa mit klassisch französischer Ente à l'Orange oder einem ganzen Braten vom Rinderfilet als „Surprise“.

www.bristol-lounge.at | www.wiesbauer-gourmet.at



Spannendes aus der WIBERG Genusswelt

ALLES DRIN! ALLES DRAN!

Eine klare, deutliche und vor allem einfach geniale Sprache sprechen die Produkte aus der neuen WIBERG BASIC Linie. Mit ihnen lässt sich einwandfrei kochen, abschmecken sowie verfeinern und das auf eine schnelle, aber dennoch intelligente Art und Weise. Christian Berger vom WIBERG Team Inspiration weiß, was man mit der neuen Produktlinie alles machen kann.

Die neue Linie bietet Köchen ein solides Würz-Fundament, auf das sie entweder selbst aufbauen können, das sie aber auch so belassen können, wie es ist – qualitativ hochwertig und dennoch günstig! Die WIBERG Basic Würzungen Rind, Schwein, Geflügel, Lamm, Fisch, Gemüse, Kartoffeln, Salat sowie Dessert sind unabhängig von landesspezifischen Geschmacksvorlieben und können daher individuell verfeinert, einfach und direkt angewendet werden.

Fundament einer cleanen Küche

In den neuen Würzungen ist aber nicht nur alles drin und dran, sie sind zudem noch alle allergenfrei, aus rein veganen Rohstoffen gefertigt, gluten- sowie lactosefrei, ohne kenntlich zu machende Zusatzstoffe und ohne Zugabe vom Zusatzstoff Geschmacksverstärker. So muss das Fundament einer guten Küche aussehen!

Der Trend lautet Vielseitigkeit

Abwechslung, Individualität und Vielseitigkeit sind Schlagwörter der Stunde und mit Basiswürzungen von WIBERG lassen

sie sich auch alle realisieren! Der Kreativität bei den Rezepten sind – im wahrsten Sinn des Wortes – keine Grenzen gesetzt, denn egal, in welche kulinarische Region es gehen soll, nur wenige, gezielt ausgesuchte Rohgewürze bestimmen die Richtung. Regionale Vorlieben wie z. B. Kümmel für Schweinefleischgerichte können nach Belieben ergänzt werden und harmonisieren dennoch mit der Basiswürzung.

Übrigens, schon probiert:

Forelle Müllerin: Forelle waschen, mit Küchenkrepp etwas abtupfen und mit BASIC Fisch innen und außen würzen. In Mehl wenden und mit Oliven-Öl beidseitig knusprig braten. Petersilie in etwas Wasser quellen lassen, mit Zitrus-Öl vermischen und anschließend mit Butter erhitzen. Forelle kurz vor dem Servieren damit übergießen.

Ein Gewinner-Sortiment

WIBERG liefert mit der neuen Basic Linie nicht nur den besten Basisgeschmack für Ihre Gerichte, sondern verlost zudem tolle Ausstattungen, damit Handgriffe noch schneller und einfacher gelingen: KitchenAid-Ausrüstung, Nesmuk Messer oder Plackpull-Pfannenset sind nur einige der tollen Preise, die es zu gewinnen gilt!

Das Gewinnspiel läuft bis zum 31. August 2016. Hinweise zum genauen Ablauf sowie zu den rechtlichen Rahmenbedingungen finden Sie auf: www.basic.wiberg.eu





Anheizphase

Grillen ist längst nicht mehr nur eine beliebte Freizeitbeschäftigung, sondern auch in den Profi-Küchen ein großes Thema. Der Koch wird immer öfter zum Grillmeister.

Das BBQ ist eine wunderbare Spielwiese für kulinarische Köstlichkeiten. Von klassischen Steaks und Spare Ribs, verfeinert mit individuell kreierten Marinaden, über die derzeit aufstrebende Burgerküche bis hin zu stundenlang bei niedrigen Temperaturen gegrilltem Pulled Pork – allein die vielfältigen Fleischgerichte laden zum kreativen Experimentieren mit Gewürzen und Saucen ein. Dazu bietet sich eine Vielzahl an Gemüsesorten zum abwechslungsreichen Grillen an, und gegrillter Fisch und Meeresfrüchte werden sowieso immer gerne bestellt.

Saisonaufakt

Den Auftakt der Grillsaison macht – fast schon traditionell – der Tag der Käsekraier am 30. April, denn der steht

wieder ganz im Zeichen von Österreichs beliebtester Grillwurst. Ins Leben gerufen hat den Tag der Käsekraier vor zwei Jahren der Wiener Familienbetrieb Radatz, dem dieser Klassiker der heimischen Alltagsküche besonders am Herzen liegt. Denn vielen Aufzeichnungen zufolge war Radatz in den 1970er Jahren der erste Produzent der Käsekraier und verhalf der kultigen Grillwurst zu ihrem Siegeszug, den sie Jahre später zunächst an den Wiener Würstelständen antrat. Heute ist die Käsekraier so beliebt wie noch nie: Jährlich werden in Österreich ca. acht Mio. Radatz-Käsekraier gegessen – damit isst statistisch gesehen jeder eine im Jahr. Erst vor kurzem wurde Radatz übrigens als Superbrand 2015/16 ausgezeichnet und darf sich somit jetzt offiziell zu den sympathischsten Marken Österreichs zählen.





Vielseitig

Neben der natürlich gebrauten Soja-sauce ist vor allem die „Teriyaki Marinade & Sauce“ von Kikkoman (in der Klassik-Variante oder mit geröstetem Knoblauch) ideal zum Marinieren von Steaks und Geflügel. Sie verleiht dem Fleisch nämlich nicht nur einen fein-würzigen Geschmack, sondern macht es auch saftig und zart. Neu ist zudem die vielseitig einsetzbare „Kikkoman Teriyaki BBQ-Sauce with Honey“, die sich mit ihrer süßen Honig-Note und der dickflüssigen Konsistenz auch gut als Dip eignet.



Frische-Vorsprung

Frische-Lieferant Kröswang bietet für das BBQ in der Gastronomie ein sehr breites Sortiment an, das von Frischfleisch, Burgern und Würsteln bis hin zu Fisch und Meeresfrüchten reicht. In Zusammenarbeit mit Eisvogel wird garantiert, dass der Fisch innerhalb von 24 Stunden frisch geliefert wird. Er wird am Tag der Bestellung aus dem Quellwasserteich geholt, sofort verarbeitet und versandfertig gemacht. Diesen Frische-Vorsprung bietet kein anderer Großhändler in Österreich. Neben Süßwasserfischen führt Kröswang auch frische und tiefgekühlte Meeresfische im Programm.

Super Saucen

Die Burger-Küche ist derzeit vor allem bei den Jungen voll angesagt und bietet auch gehobenen Restaurants vielfältige Möglichkeiten. Als Impulsgeber hat Unilever Food Solutions eine Gastro-Broschüre mit Burger-Rezepten und Tipps für eine gekonnte Präsentation entwickelt. Darin finden sich anregende Ideen wie der Burger im New York Style mit Ziegenkäse und Avocado-Püree oder der Vitello Tonnato-Burger mit Kalbfleisch-Pattie und würziger Sauce, basierend auf „Hellmann's Real Mayonnaise“ mit Kapern, Thunfisch, Sardellen und Petersilie.



Some like it hot

Für die „Tabasco Habanero Sauce“ werden extra-scharfe Habanero-Chilischoten mit fruchtigen Komponenten wie Mango, Banane, Tamarinde oder Papaya kombiniert, dazu kommen noch Ingwer und schwarzer Pfeffer, um den Geschmack der Sauce abzurunden. Mit 7.000 bis 8.000 Scoville verleiht das schärfste Mitglied der „Tabasco“ Saucen-Familie gegrilltem Fleisch und Gemüse eine Extraportion Würze, aber auch Dips und Dressings lassen sich mit nur wenigen Tropfen aufpeppen.



Edles Topping

Einen besonderen Touch verleiht – nicht nur – Gegrilltem das „Biokürbis Kernöl gusto“ von Frank's Naturprodukte. Abgestimmt auf unterschiedliche Gerichte ist das steirische Kürbiskernöl mit Gewürzextrakten verfeinert und sorgt als Topping für eine außergewöhnliche Geschmacksnote: Fleischgerichte peppt das Kürbiskernöl mit mediterranen Kräutern auf, während die Sorte für Fisch mit Chili, Limette und Ingwer besticht. Gemüse wird verfeinert mit Thymian und Basilikum, und Desserts finden mit dem passenden „Biokürbis Kernöl gusto“ mit Noten von Vanille und Karamell ihre Vollendung.





Mayo & Senf

Neben dem berühmten „Tomato Ketchup“ bietet Heinz jetzt auch Mayo und Senf an: Die „Heinz Mayonnaise“ gibt es mit 70 % Fett sowie als leichte „Salatcreme“ mit 26 % Fettanteil. Beide haben einen sehr natürlichen, pikanten Geschmack und eine sehr cremige Konsistenz. In den drei Geschmacksvarianten „Mild“, „Chili“ und „Honey“ steht hingegen der „Heinz American Mustard Senf“ zur Verfügung. Mit seiner den europäischen Geschmackspräferenzen angepassten Rezeptur ist er in der Küche vielseitig einsetzbar, insbesondere zum Verfeinern von Fleisch und Saucen.

Multifunktional

Die neuen Pelletgrills von Rösle sind wahre Multitalente: direktes und indirektes Grillen, Niedertemperaturgaren, Räuchern oder Backen von Pizza, Flammkuchen und Brot – alles ist möglich mit nur einem Gerät. Die Pellets werden durch einen elektrischen Glühstab komfortabel und sicher entzündet. Die indirekte Umluft-Grilltechnik verhindert eine Überhitzung des Garguts sowie Fettbrand, so bleibt das Fleisch immer saftig. Rösle bietet den Pelletgrill in drei Versionen mit Unterschrank sowie zwei Einbauversionen an, alle puristisch-schlicht in der Form und komplett aus hochwertigem Edelstahl gefertigt.

Achten Sie gut auf Ihre **KÄSEKRAINER.** Das Krokodil hat heute nichts gefrühstückt.



georgzechner.com

Das Original vom Wiener Würstelstand.
Tipps zur perfekten Zubereitung auf dem Griller
inklusive Stupfkurs finden Sie auf und
radatz.at/kaesekraener

RADATZ *Schmeckt*



Foto: Sir Henry/Günter



Die „Cuisine des Alps“

Armin Leitgeb ist Chefkoch der Sir Henrys Brasserie des Suitenhotels Sir Henry, nahe Seefeld inmitten der Tiroler Berge. Zusammen mit seinem Küchenteam interpretiert er traditionelle Gerichte der Alpenländer neu und kreiert damit seine „Cuisine des Alps“. So versucht das kreative Küchenteam, frischen Wind in die alpine Küche zu bringen.

Der gebürtige Österreicher hat u. a. bereits im Tantris in München als Sous Chef oder dem L'Auberge de l'Ill in Illhäusern (F) gearbeitet, bevor er seit Dezember 2015 die Haus- und Tagesgäste der neuen angesagten Brasserie mit kulinarischen Spezialitäten verwöhnt.

Kreativ auch am Teller

Die Inneneinrichtung der alpinen Brasserie mit rotem Samt und stilvollem Kachelboden erinnert an eine Pariser Brasserie, doch die Menüs von Armin Leitgeb holen die Gäste zurück in die Alpenlandschaft. Wanderer oder Skifahrer können im Suitenhotel einkehren und mittags Casual im zwanglosen Ambiente

die Kreationen inklusive Panoramaausblick in die Tiroler Berge genießen. Am Abend steht die Brasserie ganz im Zeichen von Fine Dining und ist ein geeigneter Treffpunkt für einen gemütlichen Abend unter Freunden oder für ein romantisches Abendessen mit dem Liebsten. Exklusive Weine verfeinern die Menüfolge.

Neben der neuartigen Brasserie mit Bar verfügt das Hotel über eine großzügige Terrasse und Panorama Bar, die allen Sonnenhungrigen einen Platz an der Sonne verspricht und eine große Auswahl an klassischen Spirituosen sowie Eigenkreationen bietet. Im Winter halten kuschelige Lammfelle die Gäste warm, damit dem 360-Grad Ausblick in die umliegende Berglandschaft auch zur kalten Jahreszeit nichts im Wege steht. ▮

Honig, Wein und Kräuter

Nur 2,5 Jahre hat es gedauert. Bereits jetzt ist Bentianna in der Slowakei, Tschechien und Österreich in mehr als 600 Gastronomielokalen, in über 100 Hotels sowie in etwa 150 Supermärkten und Spirituosengeschäften erhältlich. Nach der erfolgreichen Etablierung in der gehobenen österreichischen Gastronomie und der Listung in nahezu allen relevanten Supermärkten in der Slowakei und Tschechien plant das Unternehmen Taste Evolution jetzt die Expansion in neue Märkte.



Grillen wird zum Ganzjahrestrend

Grillen liegt im Trend wie nie: Gemeinsames Essen und Genießen bei einem Barbecue gewinnt immer mehr an Beliebtheit. Doch zum kulinarischen Genuss im Freien gehören neben dem Grillen natürlich auch hochwertiges Grillgut, viel Abwechslung beim Dippen, leichte Beilagen und passende Getränke als Ergänzung. Underberg gehört zu diesem Trend eindeutig dazu: sei es mit der würzigen Underberg Grill-Marinade zum Dippen oder mit dem guten Schluck nach dem Essen.



BROOKLYN
Homemade Style
PREMIUM QUALITY
BY
Grapos
SOFT DRINKS

ZEITGEIST
AUS DER SCHANKANLAGE

Exklusivität + Nachhaltigkeit für
Gastronomie | Seminar | Catering

FÜR ALLE,
DIE IHREN
GÄSTEN
ETWAS
BESONDERES
BIETEN
WOLLEN.

GETRÄNKE + TECHNIK + SERVICE
EXKLUSIV FÜR DIE GASTRONOMIE
www.grapos.com | www.schankomat.com



Im Einklang mit der Natur

Am Rande des Naturschutzgebietes Oberseewald gelegen, ist das Weingut Klosterkeller Siegendorf eines der renommiertesten in ganz Österreich.

Funde von ca. 2.500 Jahre alten Traubenkernen in den freigelegten keltischen Hügelgräbern belegen, dass die Ursprünge des Weinbaus in Siegendorf bis in die späte Bronzezeit zurückreichen. Die burgenländische Kulturlandschaft hat aber nicht nur archäologisch viel zu bieten, sie zeichnet sich auch durch eine vielfältige, artenreiche Flora und Fauna aus: Nahe der Gräber ist im Naturschutzgebiet Oberseewald die Natur noch so intakt, dass hier Kuhschelle, Adonisröschen und Steinröslein blühen und dieser Tage als Frühlingsboten wieder ihren betörenden Duft verbreiten. Aber auch ein selten gewordener Mitbewohner aus der Tierwelt ist hier heimisch: das Ziesel. Die vom Aussterben bedrohten Nager sind auf den weitläufigen Wiesen ebenso zu beobachten wie in den Weingärten des Klosterkellers Siegendorf, die mit ihren 24 Hektar für österreichische Verhältnisse einzigartig sind.

Kräftige Weine mit viel Frucht

Seit 1988 von Lenz Moser bewirtschaftet, zählt das Weingut Klosterkeller Siegendorf zu den renommiertesten Österreichs und gilt als eine der besten Adressen für den nationalen Rotweinanbau. Bestehend aus zwei zusammenhängenden Rieden namens

„Dora Dülö“ und „Urasagi Puszta“ entfallen 87 % der Weingartenfläche auf die frankophilen Rebsorten Cabernet Sauvignon, Cabernet Franc und Merlot. Gut 13 % des Weingartens sind mit Weißburgunder ausgepflanzt.

Das Aushängeschild des Weingutes ist die Rotwein-Cuvée „O’Dora“, übersetzt „Das Werk der Riede Dora“. Etwa 16 Monate in neuen Barriquefässern ausgebaut, begeistert dieser kräftige Wein mit einer unvergleichlichen Fruchtfülle und ist damit ein idealer Begleiter zu würzigen Speisen.

Ergänzend zu den hochdotierten Cuvées „O’Dora“ und „Siegendorf Rot“ wartet das Weingut Klosterkeller Siegendorf jetzt mit drei neuen sortenreinen Weinen auf: Mit einem Merlot, einem Cabernet Sauvignon und einem Weißburgunder, der aufgrund des Terroirs sowie des Klimas wie die Rotweine durch einen unverwechselbaren Charakter punktet, kann Lenz Mosers burgenländisches Weingut sein volles Potenzial nun in breiterer Aufstellung entfalten.



KEEP COOL!

Wenn an heißen Sommertagen der Durst der Gäste besonders groß ist, sind erfrischende, kühle Getränke gefragt. Einige neue Limonaden sowie spritzige Drinks ohne bzw. mit geringerem Alkoholgehalt sollten deshalb auf keiner Karte fehlen.



Erfrischender Kaffeegenuss

Speziell für den Sommer hat Lavazza den fruchtigen „Cold Brew Coffee Orange“ entwickelt. Hierfür wird das Kaffeepulver mit kaltem Wasser aufgegossen, zieht bis zu zwölf Stunden und wird anschließend gefiltert. Durch diese schonende Methode werden die Aromenvielfalt sowie der Koffeingehalt nahezu vollständig extrahiert. Der intensive „Cold Brew Coffee“ wird mit Zitronenlimonade und Orangensirup gemixt und auf Eis – stilvoll in Lavazzas Latte-Macchiato-Gläsern – serviert.

That's life

Seit Mitte Februar ist „Coca-Cola life“ in Österreich neu am Markt. Die Line Extension zeichnet sich dadurch aus, dass mehr als ein Drittel des im klassischen Coke enthaltenen Zuckers durch Stevia ersetzt wird – dadurch enthält „Coca-Cola life“ rund 36 % weniger Kalorien, bietet aber dennoch den vollen gewohnten Geschmack. Die Neuheit richtet sich damit an kalorienbewusste Coke-Fans, die pflanzliche Zutaten bevorzugen, und präsentiert sich – um sich von den bestehenden Sorten zu unterscheiden – in grüner Farbgebung. Wer noch mehr Kalorien sparen will, greift weiterhin zu „Coca-Cola light“ oder „Coca-Cola zero“.

Fesch ohne Wäsch

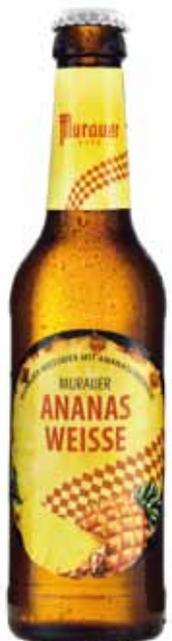
Almdudler hat sich für den Sommer etwas Besonderes einfallen lassen und überrascht mit der limitierten „Flitzer Edition“: Von März bis Juli zeigt sich das Almdudler-Trachtenpärchen – Jakob und Marianne – auf den Flaschen deutlich freizügiger als sonst und sorgt damit sicher für viel

Gesprächsstoff. Sowohl die 0,25-l-Einweg- als auch die 0,35er-Mehrweg-Glasflasche sind in der Sonderedition erhältlich und natürlich darf auch der Doppel-Bierdeckel nicht fehlen – denn Almdudler genießt man am besten zu zweit.



Bierige Exotik

Die Brauerei Murau wartet aktuell mit einem trendigen Mix aus steirischem Weißbier und 50 % Ananas-Limonade auf. Damit ist die „Murauer Ananas Weisse“ ein erfrischender Durstlöcher mit vollmundig bierigem, exotisch-fruchtigem Geschmack und nur 2,8 % Alkohol – und soll vor allem junge, aufgeschlossene Biertrinker, aber auch die Frauenwelt begeistern. Erhältlich ist der naturtrübe Weißbier-Radler in der 0,3-l-Einweg- sowie in der 0,3-l-Mehrweg-Glasflasche mit knallig gelbem Etikett.





Sommernachtstraum

Mit „Ramazzotti Aperitivo Rosato“ liefert Pernod Ricard die perfekte Basis für frisch-fruchtige Sommerdrinks. Der rosafarbene Likör (15 Vol. %) besticht mit Noten von Hibiskus und Orangen und kann u. a. mit Tonic, Mineralwasser oder Fruchtsäften gemischt werden. In Italien wird „Ramazzotti Aperitivo Rosato“ klassisch mit Prosecco und Soda aufgespritzt und als „Ramazzotti Rosato Mio“ mit Basilikumblättern sowie Eis im Weinglas serviert.



Blütenpracht

Die blumig-fruchtigen Frizzante-Varianten von Spitz sorgen im wahrsten Sinne für bunte Vielfalt, denn sie sorgen nicht nur mit ihren ausgefallenen Geschmacksrichtungen, sondern auch mit ihren kräftigen Farben für Abwechslung im Glas. Neueste Kreation ist der pinkfarbene „Kirschblüten Frizzante“, der ab sofort die Sorten „Hibiskusblüten“, „Veilchenblüten“, „Holunderblüten“ und „Eisblume“ ergänzt: Die Kirschblüte gilt im asiatischen Raum als Symbol für die weibliche Schönheit und steht für Eleganz und Zartheit. In den Farben Rosa und Weiß blüht sie nur etwa zehn Tage lang und läutet traditionell den Beginn der Sommerzeit ein.

Gut gezwitschert

Cider erfreut sich bei den Österreichern weiter steigender Beliebtheit. Deshalb erweitert Goldkehlchen das Angebot und stellt dem bekannten „Apfel Cider“ jetzt eine Variante mit „Apfel & Birne“ sowie eine limitierte Sonderedition in der Geschmacksrichtung „Weichsel“ zur Seite. Alle drei Cider bestehen aus echten Fruchtsäften und werden ohne Zusatz von Konzentraten, Sirup, Zucker, künstlichen Aromen sowie Farbstoffen hergestellt.

Color your Drink

„Drop-it“ ist ein neues innovatives Add-on-Produkt für die Getränkewelt: Egal ob Sekt, Soda, Cocktails oder Bier – schon ein paar Tropfen der hochwertigen Sirupe sorgen im Glas für ein faszinierendes Farbenspiel sowie eine besondere geschmackliche Note. Derzeit werden 21 verschiedene, teils exotische Geschmacksrichtungen in diversesten Farbvarianten angeboten, zu haben jeweils in der tropfenförmigen Single-use-Verpackung mit 13 ml Inhalt. Der steirische Hersteller Styriandrop arbeitet als Exklusiv-Partner mit Grapos zusammen.



Unlimited Summer

Leuchtend orange in der Farbe und bittersüß im Geschmack steht „Aperol“ für Temperament und Leidenschaft und repräsentiert damit das italienische Lebensgefühl. Und zwar zu jeder Jahreszeit – deshalb soll ab Mai eine „Unlimited Summer Edition“ widerspiegeln, dass „Aperol Spritz“ nicht nur im Sommer Erfrischung bietet, sondern an 365 Tagen im Jahr ein angesagter Szene-Drink ist.



Bombiger Geschmack

Bei „Schartner Bombe fruit Bomb“ wird der Geschmack der beliebten österreichischen Limonade neu interpretiert und durch die Zugabe von Zitronengras bzw. Ingwer aufgepeppt. Denn laut einer Studie ist das wichtigste Kaufkriterium für „Schartner Bombe“ der besondere Geschmack, der bei dieser Produktneuheit durch den erhöhten Fruchtanteil weiter entwickelt wurde. Die beiden Sorten „Lemon-Ginger“ und „Orange-Lemon-grass“ gibt es in der 0,25er-Glas-Einweg-Flasche mit praktischem Peel-off-Verschluss.



Perfekt gekühlt

Das Wichtigste bei Hitze ist bekanntlich, ausreichend Wasser zu trinken. Stillserviert wird dieses mit der „Vöslauer Gastro Collection“. Ergänzend zu den eleganten Gläsern und Bechern hat das Wiener Designstudio Polka nun für Vöslauer zwei weitere Design-Objekte entworfen: Mit dem chicen Flaschen-

kühler aus Steinzeug können alle Vöslauer Mehrweg-Glasflaschen attraktiv am Tisch platziert werden und halten über einen längeren Zeitraum die perfekte Trinktemperatur. Dazu passend gibt es jetzt auch einen stylischen Flaschenöffner, der angenehm in der Hand liegt und in zwei Farbvarianten (metallisch und violett) zur Verfügung steht. 



Weingut
Klosterkeller Siegendorf
seit 1988 ein Weingut von Lenz Moser



Viele namhafte Auszeichnungen für die Weine des Lenz Moser-Weingutes „Klosterkeller Siegendorf“ bestätigen: Lenz Moser bietet Weine zum besten Preis- Genuss-Verhältnis.

Lenz Moser
ist Österreichs
Wein

www.lenzmoser.at



After-Work Stunden in Rooftop Bars mit KollegInnen oder zu zweit unter Sternen – jeder Anlass hat seine Getränke, die ihn bereichern und veredeln, ganz besonders während der warmen Jahreszeit und mit der Kattus-Range liegt man immer richtig.

Sommerfreuden à la carte

Fotos: Kattus, Chambord, Giffard, Luxardo, Blue Gin



Beim österreichischen Familienunternehmen Kattus sind prickelnde Momente seit 1857 Tradition. Das inzwischen in vierter Generation geführte Traditionsunternehmen steht für Qualität und Innovationsstreben – nicht nur bei der haus-eigenen Schaumweinherstellung. Gemeinsam mit Vertriebspartnern verfolgt Kattus flächendeckend Marktentwicklungen und sorgt zum Auftakt der Saison für neueste Trends am heimischen Markt.

Rezeptauswahl ist der Weg also frei, zum ‚Gastgeber des Jahres‘ werden zu können. Auch Cocktails mit Sekt und Cider, so heißt es, werden dieses Jahr besonderen Anklang finden. Mit dem exquisiten und breiten Portfolio an Eigen- und Vertriebsmarken legt Kattus die ideale Grundlage für diese Trends und die kommende Saison“, beschreibt Amelia Reiß, Brand Managerin von Kattus, die aktuellen Saison-trends.

Cocktails & Mocktails

Bubble, Mocktails, Instadrinks – Revivals beliebter Klassiker, aber auch neue experimentelle Kreationen verstecken sich hinter den Schlagwörtern der aktuellen Frühjahrs-Sommersaison. Eines ist dabei ganz klar: 2016 ist „multipel“, mit Tendenz zu spritzig, herb-fruchtigen Varianten. Während Rosé sowie der klassische Wacholder-Drink (Gin) dieses Jahr in die verlängerte Trendrunde gehen, erfreuen sich der Wermut, pur als Aperitif oder in Cocktails, ebenso wie Kräuter- und Bitterliköre besonderer Beliebtheit. „Bei den Cocktails geht es 2016 um mehr als nur die Zutaten. Die Kunst der Abstimmung von Cocktails und Gerichten nennt sich ‚Paaring‘. Mit ein wenig Hilfe bei der



Sparkling

2016 ist alles „sparkling“. Ob pur oder als Cocktailbestandteil – Schaumweine sind eine moussierende Grundlage aller Sommerfestivitäten. Die im hauseigenen Keller mithilfe traditioneller Herstellungsverfahren und modernster Technik hergestellten Sektsorten stehen für Elixiere anregender Unterhaltung und überschäumende Lebensfreude. Wer auch im Glas farbige sommerliche Akzente setzen möchte, ist bei den Kattus Vertriebsmarken Giffard und Chambord® bestens aufgehoben.

Farb-Spritz

Mit Giffard hat Kattus einen renommierten Likör- und Sirup-Experten an der Seite. Das französische Unternehmen verfügt über eine lange Tradition in der Entwicklung von anspruchsvollen Cocktail-Rezepten. Anfang März 2016 stellte Giffard seine neueste Kreation vor: einen innovativen Sirup, der sich insbesondere für Sour-Cocktails eignet. Giffard Sirupe und Liköre sind 100 % natürliche Produkte und zudem auch vegan sowie Dank ihrer vollen Aromen und ihres intensiven Geschmacks eine ideale Ingredienz für Cocktails und Longdrinks.

Die breite Angebotspalette regt sowohl Kreativität als auch den Gaumen an. Ebenso für „Mocktails“ sind die Giffard Sirupe die optimale Ergänzung. Ob Gurke, Ingwer, Erdbeere oder Pink Grapefruit – wenn das gewisse Giffard-Extra mit feinem Kattus Sekt oder Kattus Frizzante zusammentrifft, entsteht eine einzigartige Note, die jeden Drink unwiderstehlich macht.

Vom Sonnenkönig in die eigene Sommerresidenz

Unverkennbares sparkling Sommerfeeling verbreitet Kattus auch mit Chambord® – schließlich wurde der Premiümlikör für den Sonnenkönig Ludwig XIV im Château Chambord® gegründet. Feinste natürliche Zutaten wie Himbeeren, Brombeeren, Honig, Madagaskar-Vanille und marokkanische Zitrone sorgen für reichlich Sonne im Glas. Verfeinert wird der französische Likör mit edlem Cognac, Kräutern und Gewürzen. Für einen sinnlich-sommerlichen Trinkgenuss empfiehlt Kattus, Chambord je nach Belieben mit Kattus Sekt, Kattus Frizzante und Mineralwasser zu kombinieren sowie mit Zitrone und Eis abzurunden.

Die Klassiker der Sommersaison

Für Klassiker wie Rosé und Gin und herb-fruchtige Noten empfiehlt das Traditionsunternehmen: Kattus Cuvée Rosé und Kattus Brokat Rosé, aus österreichischen Zweigelt-Trauben, in zartem, elegantem Lachs mit pinken Lichtern. Eine besondere Gin-Empfehlung des Hauses ist die Sommeredition des Sloeberry Blue Gin, der in der gehobenen Gastronomie sowie im ausgewählten Fachhandel pur auf Eis, als perfektes Sloeberry Gin & Tonic oder in erfrischenden Cocktails genossen werden kann. Für Cocktail-Kreationen mit einer unverwechselbaren Bitternote empfiehlt Kattus Luxardo Bitter Bianco – ideal für den Klassiker „White Negroni“ – einen feinen Aperitif-Cocktail, mit Wurzeln in den 20er-Jahren des letzten Jahrhunderts. Alternativ sorgt auch Amaro Montenegro wegen seiner Leichtigkeit, Milde und leicht bitteren Note – als Aperitif oder Cocktailbasis – für reichlich Sommer im Glas.

www.kattus.at





Nestlé Schäffer

Hochsaison im Eissalon

Wenn die ersten warmen Sonnenstrahlen den Frühlingsbeginn ankündigen, startet in der Gastronomie wieder die Eis-Saison. Mit ausgefallenen, hübsch angerichteten Eis-Kreationen bringt man seine Gäste regelrecht zum Dahinschmelzen.

Glaubt man den Trends der Gelatissimo – der internationalen Eis-Fachmesse, die kürzlich im Verbund mit der Intergastra in Stuttgart stattgefunden hat – ist in diesem Sommer das Zusammenspiel von klassisch süßen Eissorten mit pikanten bzw. salzigen Noten besonders angesagt. Dieses kontroverse Geschmacksspiel überrascht den Gaumen und bietet für den Küchenchef viel Spielraum für individuelle Eigenkreationen. Aber egal welche Geschmacksrichtung: Mit cremigen Eis-Spezialitäten lassen sich à la minute ohne viel Aufwand exquisite Desserts zaubern, die – raffiniert dekoriert – beim Gast geschmacklich wie optisch viel hermachen.



Ekimmo

Exotisch

Mit seinem umfangreichen Gastro-Sortiment – vom Mövenpick Premium-Eis bis zu den fröhlichen Eisdesserts für die kleinen Gäste – liefert Nestlé Schölller ein abwechslungsreiches Angebot für jeden Geschmack. Die „EisCreation des Sommers“ heißt bei Mövenpick diesmal „Weiße Vanille Maracuja“ und besteht aus Bourbon-Vanille-Eis, verstrudelt mit fruchtiger Maracuja-Sauce und Stückchen der Totapuri-Mango. Außerdem neu von Mövenpick sind die Geschmacksrichtung „Weinbergpfirsich Sahne Joghurt“ sowie ein fruchtiges „Himbeersorbet“. Alle Sorbets überzeugen übrigens mit einer verbesserten Rezeptur und sind ab sofort frei von Laktose.



Mehlspeis-Eis

Neben dem neuen Portionier-Eis „Zitrone-Orange-Vanilla“ präsentiert Eskimo als Sommereis 2016 die Komposition „Carte D’Or Himbeer Vanille Baiser“. Die Verbindung aus erfrischendem Himbeersorbet und Vanilleeis erhält ihre Vollendung durch feine Baiser-Stückchen, die von weißer Schokolade umhüllt sind. Ein Highlight sind zudem die vorportionierten – und mit wenigen Handgriffen servierfertigen – Premium-Eis-Desserts von Carte D’Or: Inspiriert von internationalen Mehlspeisen kombinieren die vier Sorten „Tiramisu“, „Apple Crumble“, „Cheesecake Red Berry“ und „Brownie“ zarten Keks- bzw. Kuchenboden mit zartschmelzendem Eis und sind damit eine genussvolle Alternative zu herkömmlichen Coups.

Gran Gelato

Wer seine Gäste mit italienischem Eis überraschen möchte, der ist mit den Spezialitäten von bindi gut beraten. Das Sortiment reicht von klassischem Speiseeis in beliebten Geschmacksrichtungen über Sorbets bis hin zu raffiniert vorbereiteten Einzelportionen. Hergestellt in Mailand, zeichnet sich das Eis durch einen geringen Luftschlag aus, wodurch es mit einer besonderen Cremigkeit und einem äußerst feinen Schmelz punktet. Entsprechend den internationalen Trends wird das Angebot heuer um die Eis-Kreation „Salted Caramel Crispearls“ ergänzt, die in Kooperation mit Callebaut kreiert wurde. Eine besondere Spezialität von bindi ist zudem der halbgefrorene „Tartufo“: Einer Trüffel-Praline nachempfunden, besteht



dieses traditionelle italienische Dessert aus zarter Eiscrème und wartet – abgestimmt auf die jeweilige Sorte – mit einem genussvollen Kern auf. So findet sich etwa beim sommerlichen „Tartufo Fragola“ im Kern Vanilleeis, umgeben von Erdbeereis und einem Topping mit weißen Baiser-Stückchen.

Unverzichtbar

Wenn in Österreichs Gastronomie Eis-Spezialitäten serviert werden, dürfen als Begleitung die feinen Waffel-Produkte von Auer nicht fehlen. Ob klassische „Hohl-Hippen“ und „Waffel-Herzen“, die innen schokolierten „Riesen-Hippen“ oder die zweifarbigen „Spirolli“-Röllchen – die Eiswaffeln sind eine unverzichtbare Dekoration und beliebte Knabberlei.



Hey Honey!

Ideal auch für den Genuss „on the go“ ist die neueste Eis-Variation von Häagen-Dazs: Bei „honey walnut & cream“ treffen im 500-ml-Becher knackige, karamellierte Walnuss-Stückchen auf cremiges Eis aus frischer Milch und Sahne. Darüber hinaus ist das Eis mit einem Swirl aus Blütenhonig durchzogen, der für eine angenehme natürliche Süße sorgt.



Sgroppino

Bei unserem Trip nach Venedig haben wir vor kurzem „Sgroppino“ kennen- und liebgelernt. Der erfrischende Eis-Cocktail besteht aus Zitronensorbet, das mit Prosecco und Vodka aufgegossen und so lange aufgeschlagen wird, bis er schön schaumig ist. In einem Sekt- oder Weinglas mit Minzblättern oder einer Zitronenscheibe serviert, ist der „Sgroppino“ ein angesagter Sommerdrink, der sicher auch in Österreich viele Fans findet.



Erfolg durch Qualität

Das österreichische Traditionsunternehmen Darbo besteht seit 1879. Für alle Produkte gelten damals wie heute ein hoher Qualitätsanspruch und strenge Kriterien bei der Qualitätskontrolle.

Für die Qualität und Einzigartigkeit der Produkte gibt es mehrere Faktoren: So kommen ausschließlich Früchte aus den besten Erntegebieten zum Einsatz. Jahrzehntelange Erfahrungen und partnerschaftliche Beziehungen beim Obsteinkauf geben der Firma einen Vorsprung bei der Beschaffung von qualitativ besonders hochwertigen Früchten. Über Generationen verfeinerte Verarbeitungsprozesse garantieren einen besonders hohen Qualitätsstandard und lassen erlesene Fruchtcompositionen entstehen.

Trends im Konfitürenbereich

Mag. Martin Darbo, Vorstandsvorsitzender der A. Darbo AG: „Die Nachfrage nach Konfitüren und Fruchtaufstrichen

ohne Stücke und Kerne – also nach passierten Varianten – steigt. Ganz generell sehen wir einen Trend hin zu Premiumqualitäten, vor allem zu jenen mit hohem Fruchtgehalt, hochwertiger Fruchtverarbeitung und schöner Optik.“ Das Frühstück und der Brunch sind sowohl für den Gast als auch für die Hotellerie von größter Wichtigkeit, da sie oft die einzigen Mahlzeiten eines Gastes sind und somit der erste und letzte kulinarische Eindruck des Betriebes. Mag. Martin Darbo: „Der Gastronomiebetrieb sollte dementsprechend viel Wert auf Qualität legen. Darbo hilft dabei mit zeitgemäßer Angebotsauswahl und Sortenvielfalt und trägt somit zur Zufriedenheit des Gastes und zum Renommee des Hauses bei, zwei zentrale Erfolgsfaktoren in der Gastronomie.“

Die Serviceleistungen

„Die in Zusammenarbeit mit der Gastronomie entwickelten Präsentationshilfen runden das Angebot aus unserem Haus ab und machen zusammen mit den hochwertigen Produkten das Frühstücksbuffet zu einem wahren Gaumen- und Augenschmaus. Unser Außendienst steht für eine kompetente Beratung gerne zur Verfügung“, so Mag. Martin Darbo. Die naturreinen Konfitüren in attraktiven 28-g-Minigläsern können am Deckel des Glases mit dem Logo des Gastronomiebetriebes bedruckt werden. Dieser Service ist ideal für alle Häuser, die auch auf kleine Dinge großen Wert legen. „Ab einer Mindestbestellmenge von 4.000 Minigläsern à 28 g bieten wir den Logo-Service kostenlos an“, ergänzt Mag. Darbo.

Seit einiger Zeit bietet Darbo die naturreinen Konfitüren – speziell für die Gastronomie – auch im formschönen 640-g-Dekorglas an, welches sich perfekt für die Platzierung am Frühstücksbuffet eignet. Es ist auch möglich, das Deckelkett der Dekorgläser mit einer Grußbotschaft und eigenem Logo zu versehen. Dieser Service wird ab einer Bestellmenge von 300 Gläsern kostenlos angeboten.

Die Neuigkeiten

„Seit Herbst 2015 wird das Sortiment durch zwei neue 500-g-Honigspender abgerundet. Im Frühjahr 2016 wurde das Gastro-Sortiment um einen Pfirsich-Fruchtaufstrich im 25-g-Portionsbecher, um eine Pfirsich-Konfitüre im 640-g-Dekorglas, um einen fein passierten Himbeer-Fruchtaufstrich im 5-kg-Eimer sowie um einen fein passierten Rote Ribisel-Fruchtaufstrich im 2-kg-Eimer erweitert“, erklärt Mag. Martin Darbo abschließend.

www.darbo.at



Chic und trendy am Tisch

Mit ihrer weltweit einzigartigen Produktvielfalt zeigte die ambiente 2016 wieder die aktuellsten Neuheiten und Trends in den Bereichen Dining, Giving und Living. Bei unserem Messerundgang haben wir u. a. einige tolle Design-Objekte rund um den gedeckten Tisch entdeckt, die wir Ihnen nicht vorenthalten wollen.

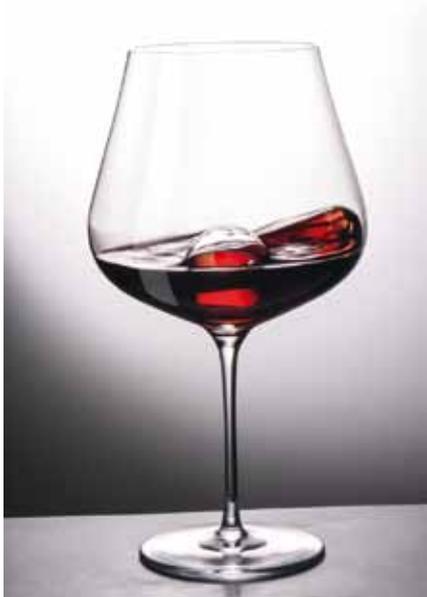


Authentische Gastfreundschaft

Mit „come4table“ bringt Bauscher besondere Gastlichkeit in die Gastronomie. Das vielseitig nutz- und kombinierbare Geschirr besticht durch hübsche Dekore und eine anmutende Formensprache: Das Reliefdekor „Structure“ in den Ausführungen „Sand“ und „Stone“ verleiht den Tellerfahnen eine subtile Haptik, während „Timber“ durch eine zurückhaltende Holzoptik rustikale Akzente setzt. Die Sehnsucht nach ländlicher Idylle weckt die „Cottage“-Linie mit Karomuster und etwas verspielt sind das Kaffee- und Essgeschirr „Sweet Flower“ sowie „Nordic Flower“, das in Weiß und Dunkelblau die dänische Porzellantradition grafisch neu interpretiert.

Wirkungsvolle Glaskugel

Gemeinsam mit dem schwedischen Design-Duo Bernadotte & Kylberg hat Schott Zwiesel eine exklusive Glas-Kollektion entwickelt, die klares, skandinavisches Design und elegante Funktionalität verbindet. Die nahezu schwerelos wirkenden Gläserformen sind sensorisch perfekt ausbalanciert und an die bekanntesten Wein-Stilistiken angepasst, eine integrierte gläserne Dekantierkugel sorgt für volle Aromaentfaltung. Die Serie gibt es als widerstandsfähige Variante „Air“ sowie mundgeblasen als „Air Sense“ unter der Manufaktur-Marke „Zwiesel 1872“.



Alleskönner



Auf Grundlage einer neuen, innovativen Zusammensetzung der keramischen Rohmasse hat Eschenbach die flammfeste Geschirr-Linie „inducTherm“ mit Antihaf-Glasur entwickelt. Das Besondere daran ist, dass mit dem Porzellangeschirr Speisen sowohl zubereitet als auch serviert und aufbewahrt werden können. Denn „inducTherm“ hält Temperaturunterschieden von bis zu 250 °C stand und ist zum Kochen auf allen Herdarten – auch Induktion – geeignet. Aus dem Ofen, vom Herd oder auch vom Grill kann das Porzellan direkt auf den Tisch gehen und ist außerdem zum Einfrieren vorbereiteter Speisen geeignet.

Sammlerstück

Zum 260-Jahr-Jubiläum hat sich Riedel etwas Besonderes einfallen lassen: Ein Produkt, das sich vor der eindrucksvollen Vergangenheit des Familienunternehmens verneigt und gleichzeitig dessen heutige Größe repräsentiert. Dabei stellte der Dekanter „Mamba Double Magnum“ die Glasbläser vor die beinahe unlösbare Aufgabe, das hochkomplexe Design des bekannten „Mamba“-Dekanters in deutlich größerer Ausführung herzustellen. Aus Kristallglas mundgeblasen besteht er nun durch seine bis ins Detail perfekte Ausarbeitung. Pro Farbe (Gelb und Schwarz) wurden von der streng limitierten Auflage nur 260 Stück produziert.



Schlichte Eleganz

Mit schlichter Eleganz glänzt die Serie „Coup Fine Dining“ von Seltmann Weiden aus weißem Hartporzellan. Die flächige, fast schon organische Formensprache wirkt sehr ästhetisch und macht das Geschirr zur optimalen Bühne für eine geschmackvolle Speisen-Präsentation. „Coup Fine Dining“ gibt es zusätzlich auch in der „Maxim“-Version aus cremefarbenem Porzellan mit edlem „Lotos-Effekt“.



Materialmix

Zu den Kernkompetenzen von Fink Living zählen Tablett, Schalen und Etagere in edler Silberoptik. Um interessante Kontraste zu schaffen, setzt Fink nun auf die Kombination mit Leder: So verfügt etwa das Tablett „Monza“ über Griffe aus Metall und Leder, während bei „Piatto“ stabile Ledergriffe in Schlaufenform das noble Design der Edelstahl-Tabletts akzentuieren. Neben einem kreisrunden Modell stehen rechteckige Formen sowie ein längliches Tablett zur Verfügung, das sich u. a. gut für die Präsentation von Fingerfood eignet.



Visionär

Bei der neuen Serie „Vision“ unterscheidet Zieher nicht wie üblich zwischen Weiß- und Rotweingläsern, sondern setzt stattdessen auf die unterschiedlichen Charaktere der Weine. Dabei erklärt sich mit den Namen der Gläser („fresh“, „straight“, „intense“, „balanced“, „rich“ und „nostalgic“) spielerisch deren Einsatzmöglichkeit: Man greift zu jenem Glas, das die besonderen Geschmacksfacetten des Weines am besten repräsentiert. Die mundgeblasenen Gläser überzeugen durch ihr innovatives, filigranes Design und sorgen neben der maximalen Aromenentfaltung auch für faszinierende Farbreflexe.



Tafelstern

Anstelle der Verwendung klassischem Hartporzellans setzt Tafelstern bei „Delight“ auf den neuen Werkstoff Noble China. Das cremefarbene Porzellan ist extrem widerstandsfähig und punktet im Gastronomiealltag mit einer hohen Kantenschlag- sowie Schnitt- und Kratzfestigkeit. Gleichzeitig verleihen die dünnen Borde dem Geschirr eine optische Leichtigkeit und machen „Delight“ zu einem filigran anmutenden Porzellan, dem man seine Robustheit nicht ansieht. Neben Essgeschirr umfasst die Linie u. a. auch Saucen-Schälchen, Salz- und Pfefferstreuer sowie Kaffee- und Teegeschirr.

Passion fürs Grillen

Villeroy & Boch hat speziell für das BBQ eine neue Geschirr-Linie entwickelt, die Design und Funktionalität perfekt vereint und attraktive Präsentationsformen für die ambitionierte Grillküche bietet. „BBQ Passion“ umfasst neben Steaktellern in unterschiedlichen Ausführungen auch einen Desserteller sowie zwei Servierplatten. Diese verfügen über Einkerbungen für Spieße sowie eingearbeitete Abtropfrillen, damit das gebratene Fleisch schön saftig bleibt, ohne durchzuweichen. Eine dreifach geteilte Gewürzschale, Grillpfännchen mit abnehmbarem Grill und ein Holzträger für Grillsaucen runden das Sortiment ab.



Mehrfachnutzen

Vagnbys „Wine Decantiere“ vereint mehrere Funktionen in einem Produkt: Der Flaschen-Dekantieraufsatz erleichtert das Einschenken, ohne zu tropfen, filtert dabei den Wein und versorgt ihn gleichzeitig mit Sauerstoff. Dadurch muss der Wein nicht mehr zusätzlich atmen und entfaltet sofort all seine Aromen. Einfach auf die Öffnung aufgesetzt, verdeckt „Wine Decantiere“ zudem das Flaschenhals-Etikett und lässt die Flasche bei Tisch besonders edel aussehen. Zum Aufbewahren kann der Dekantieraufsatz auch verschlossen werden.





Gar nicht altbacken

Aus dem Formenfundus der guten alten Emaille-Backformen von Riess hat Sarah Wiener ihre Lieblingsstücke ausgewählt und diesen in einer eigenen Kollektion ihre persönliche Note verliehen. Die Backformen und Rührschüsseln sorgen durch das spezielle Farbkonzept für buntes Backvergnügen: So verschmelzen zartes Vanillegelb und Pistaziengrün mit warmem Schokobraun bzw. reines Oberweiß mit Pfirsichrot oder Zwetschkenblau. Da die Farben in Handarbeit getunkt werden, ist jedes Stück ein Unikat.



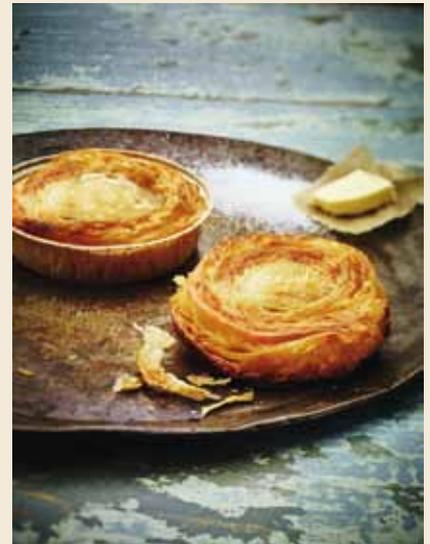
Profi-Pfanne

Die antihaftversiegelte Pfanne „alux comfort plus“ von Fissler ist ideal für die fettarme Zubereitung von Eierspeisen, Gemüse oder auch Fisch. Die dunkelblaue Pfanne eignet sich aufgrund ihrer Form sehr gut zum Schwenken und Rühren der Speisen, ein praktischer Schüttrand vereinfacht die Handhabung und der bewährte Fissler-Sicherheitsgriff schützt die Hände vor Hitze. „Fissler alux comfort plus“ ist in vier Größen erhältlich und dank „cookstar“-Allherdboden auch für Induktion geeignet. 

Bretonische Butterschnecke

Als eine von vielen Neuheiten präsentierte Vandemoortele auf der Intergastra in Stuttgart die bretonische Gebäck-Spezialität „Kouign Amann“. Das 70 g schwere, mit Zucker bestreute Plundergebäck besteht aus einem zart tourierten Teig mit sehr hohem Butteranteil (29 %) und wird in der mitgelieferten dekorativen Schale kurz aufgebakken.

Durch das Backen verschmilzt die Butter mit dem Teig, während der Zucker an der Oberfläche schön karamellisiert. „Kouign Amann“ kann zusätzlich noch nach Wunsch verfeinert werden, etwa mit Fruchtstückchen oder Nüssen, und ist warm oder kalt eine trendige Mehlspeise.



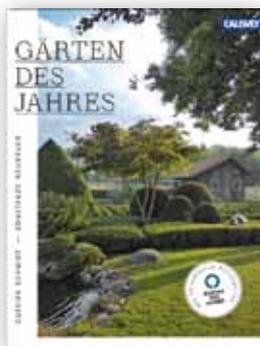
Echt stark

Einmal pro Jahr nimmt Cremesso eine besondere Kaffeespezialität als Limited Edition in sein Sortiment auf. Diesmal handelt es sich um einen richtigen Muntermacher: den India Parchment. Er besteht zu 100 % aus Robusta-Bohnen und ist UTZ zertifiziert. „Die Bezeichnung ‚Parchment‘ bedeutet gewaschen. Denn nach der Ernte wird der Rohkaffee nass aufbereitet. Im Anschluss werden die Bohnen mit großer Sorgfalt sortiert und an der Sonne getrocknet“, so Martin Maurer, Geschäftsführer von Cremesso in Österreich.

Naked Cake

Transparenz ist nicht nur bei Lebensmitteln und Herstellungsweisen ein Trend, auch bei Hochzeitstorten. In der aktuellen Saison werden daher verstärkt Torten in allen Größen nachgefragt – von 10 bis 100 und mehr Portionen – die sich ohne überdeckendes Zuckerbeiwerk präsentieren, die sogenannten „Naked Cakes“. „Hier lassen sich alle Schichten – wie Creme, Marmelade oder Biskuitteig – von außen erkennen. Es verlangt natürlich präziseste Konditorkunst, um einen perfekten Eindruck am Hochzeitsfest zu hinterlassen“, so Bäckermeister Karl Linauer. Thematisch liegt heuer der Vintage-Style, etwa gehalten in den Farben Weiß, Pfirsich und Gold, voll im Trend.





Gärten des Jahres – Die 50 schönsten Privatgärten 2016

Cassian Schmidt / Konstanze Neubauer

Einen einzigartigen Überblick über die schönsten Privatgärten der besten Gartenplaner im deutschsprachigen Raum ermöglicht die Dokumentation zum Wettbewerb Gärten des Jahres 2016. Landschaftsarchitekten, Gartengestalter und Garten- und Landschaftsbauer wurden aufgerufen, besonders gelungene, realisierte Privatgärten einzureichen, die von einer renommierten Jury ausgewählt und prämiert wurden. Gezeigt wird eine große Vielfalt unterschiedlichster Privatgärten anhand inspirierender Farbbildungen und aussagekräftiger Gartenpläne. Ein unverzichtbares Werk für Gartenplaner und Gartenbesitzer! Gebunden mit Schutzumschlag, 23 x 29,7 cm, 272 Seiten, 472 farbige Abbildungen und Pläne, 61,70 €, ISBN 978-3-7667-2204-1, Callwey



Gartengestaltung mit Hochbeet – Die schönsten Gestaltungsideen und erprobte Gartenpraxis

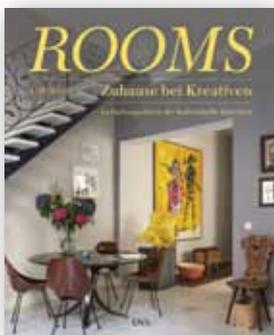
Victoria Wegner / Heidi Lorey

Hochbeete liegen im Trend. Durch die höher gelegte Lage lassen sie sich bequem bepflanzen und pflegen, können fast überall angelegt werden und versprechen – Dank des besonderen Schichtsystems – einen höheren Ertrag als herkömmliche Beete. Dass Hochbeete sich inzwischen zu einem formgebenden Element des Gartens entwickelt haben, zeigt dieses Buch als erste Kombination aus Gestaltung und Praxis: Eine Vielzahl an Varianten, unterschiedlichen Materialien und Formen für große und kleine, städtische und ländliche Gärten wird in diesem Buch ausführlich vorgestellt. 20 wunderschöne Gartenbeispiele veranschaulichen die vielfältigen Möglichkeiten und Ideen, die eine Gestaltung mit Hochbeet zulässt. Gebunden mit Schutzumschlag, 21,5 x 28 cm, 176 Seiten, 257 Farbfotos und 20 Pläne, 41,10 €, ISBN: 978-3-7667-2217-1, Callwey



Über den Dächern – Die schönsten Gärten und Terrassen

Dachgärten und Dachterrassen sind Orte, an denen man nach den Sternen greifen kann; bei der architektonischen Gestaltung dieser exklusiven Oasen sind der Fantasie kaum Grenzen gesetzt. Dachgärten holen das Grün in die Stadt und verbessern das Mikroklima in den Metropolen. Manch einer baut hier sein eigenes Gemüse an, andere rahmen mit Sträuchern und Gräsern großzügige Loungelandschaften oder einen Pool ein. Dieser Bildband präsentiert private Dachgärten und Dachterrassen aus aller Welt. Spektakuläre Wolkenkratzer-Penthouses und raffinierte Lösungen für bisher nicht genutzte Hausdächer sind ebenso vertreten wie neue Wohnhäuser, bei denen Dachterrassen Teil des ökologischen Gesamtkonzeptes sind. Sie alle vermitteln ein einzigartiges Lebensgefühl zwischen Himmel und Erde. Hardcover mit Schutzumschlag, 22,3 x 28,7 cm, 224 Seiten, 210 Fotografien und 44 Illustrationen, 39,90 €, ISBN: 978-3-8327-3361-2, Verlag teNeues



Rooms – Zuhause bei Kreativen

Kerstin Rose

Architekten in Mailand, Wien oder Berlin, Designer in Paris oder Lissabon, Künstler in Südtirol oder der Schweiz öffnen ihre Türen und zeigen, was für sie Wohnen bedeutet. Sie erzählen von ihren persönlichen Wünschen und deren Verwirklichung und vermitteln gleichzeitig Anregungen, die der Leser aufgreifen und umsetzen kann. Ob in der Stadt oder auf dem Land: mit guten Ideen und Mut zum Querdenken werden originelle, mitunter verblüffende Einrichtungslösungen gefunden, die sich auch ohne großes Budget verwirklichen lassen. Für alle, die Schönes bewundern und mit Leidenschaft wohnen! Pappband, 23 x 28 cm, 192 Seiten mit ca. 250 Farbfotos, 41,20 €, ISBN: 978-3-421-04028-2, Verlag DVA

Geh'n wir raus? Style und Design für Balkon, Terrasse und Garten

Charlotte Hedeman Guéniau

So bringen Sie Farbe in jede Ecke Ihres Gartens! Die Autorin und Gründerin des dänischen Design-Unternehmens RICE, entführt Sie ins Grüne und zeigt eine fröhliche Auswahl von unkomplizierten Deko-Ideen und Styling-Tipps zum Nachmachen: Von bunten Sitzgelegenheiten im Freien, hübschen Sonnensegeln, einfachen Beleuchtungsideen über zauberhafte Tischdekorationen bis zum richtigen Rahmen für Picknicks und Gartenfeste. Ob Sie eine Terrasse in der Stadt besitzen, einen Wintergarten, einen kleinen Hof oder eine Wiese auf dem Land: Hier gibt es Ideen für alle Fälle! Das farbenfrohe Buch steckt voller Anregungen und witziger Ideen, die schon beim Durchblättern gute Laune verbreiten und zeigt das Leben im Freien von seiner schönsten Seite. Gebundenes Buch mit Schutzumschlag, 30,90 €, ISBN: 978-3-421-04009-1, Verlag DVA





As good as it gets

Was passiert, wenn Eltern ihren Milliardärssohn erpressen? Eine Antwort und ein Besuch in einer der schönsten Herbergen der Welt, Richard Bransons traumhafter Kasbah Tamadot in Marokko.

Mag. Karl Riffert ist seit fast zwei Jahrzehnten profil-Reisekolumnist & Autor beim Wirtschaftsmagazin trend

Halten Sie sich fest! Panik in einem Ballonkorb in über 9.000 Meter Höhe. Es ist kälter als es sein sollte, der heliumgefüllte Ballon verliert dramatisch an Höhe und stürzt mit 600 Metern pro Minute in die Tiefe. Was tun? Mit dem Fallschirm abspringen? Ist alles aus? Es gibt nur eine letzte verzweifelte Möglichkeit ...

Nein, lieber Leser, Sie sind schon in der richtigen Geschichte. Es geht um eine simple Hotelgründung. Einer der Passagiere im Ballon hoch über dem schneebedeckten Atlasgebirge in Marokko war Virgin-Gründer Richard Branson. Es war einer seiner fünf Versuche, mit einem Ballon die Welt zu umrunden. Der Absturz konnte verhindert werden, indem alles, aber auch wirklich alles über Bord geworfen wurde.

Zur selben Zeit machten auch Bransons Eltern, die ihrem Sohn bei seinem ambitionierten Vorhaben begleiteten, eine gemütliche Ballonfahrt anderswo in Marokko. Über dem kleinen Dörfchen Asni, rund eine Autostunde von Marrakesch entfernt, sahen sie vor der majestätischen Kulisse des Hohen Atlas aus der Luft die wunderbare Residenz des ehemaligen französischen Gouverneurs der Provinz. Wieder am Boden, fuhren sie hin und wurden vom Besitzer, einem italienischen Antiquitätenhändler, zu Kaffee und Kuchen eingeladen. Branson beschreibt die Folgen dieses Besuchs so: „Meine Eltern sagten: Der Italiener möchte verkaufen und wenn ich dieses Anwesen nicht kaufe und zum schönsten Hotel der Welt mache, würden sie mich enterben.“

Das Kleinod

Und so erwarb Virgin-Gründer Richard Branson, dessen Vermögen aktuell auf rund 5,2 Milliarden Dollar geschätzt wird, 1998 die Kasbah Tamadot. Sie liegt auf einer Anhöhe mit Traumblick 1300 Meter über dem Meeresspiegel. Dann verfeinerte Branson seinen Erwerb sieben Jahre lang, ehe das Haus seine Pforten für Gäste öffnete. Die Kasbah Tamadot verfügt nur über 28 Zimmer; die illustren Gäste werden von 147 Mitarbeitern betreut. Die Küche leitet der französische Michelin-Sterne Koch Benoit Pépin, der sich freut, für wenige Gäste kochen zu dürfen. „Früher“, sagt Pépin, „verbrachte ich als Küchenchef viel Zeit mit Papier und Bürokratie, jetzt bin ich wieder bei den Eiern gelandet.“

Alles soll in der Kasbah besser sein als in normalen Hotels: der Service, das Essen, das Design, viele Details. Im kleinen Pool in einem Innenhof schwimmen immer frische Rosen, zur Erbauung der Gäste gibt es Enten, zwei Kamele und vier Esel. Und der Service? Alles top. Wie das geht? „Ganz einfach“, sagt Sales-Chefin Sonja Kabbaj, ein Ex-Modell, das an Carla Bruni erinnert: „für Branson sind die Mitarbeiter wichtiger als die Gäste.“ Der Milliardär selbst kommt übrigens mehrmals pro Jahr in die Kasbah Tamadot. Er könnte sie allein haben, aber er möchte lieber interessante Gäste treffen. Branson ist eben kein russischer Oligarch und die Kasbah Tamadot nicht ein Hotel wie jedes andere. Zimmer ab rd. 560 Euro/Nacht.

www.virginlimitededition.com





Italien ist bekanntlich immer eine Reise wert und beide Städte – Turin und Mailand – sind bekannt für „Italien pur“. Die „italianita“, die hier gelebt wird, möchte man immer wieder gerne einpacken und in den hohen Norden mitnehmen und das ganze Jahr über genießen. Die Kulinarik in ihrer vielfältigsten Formen – und in beiden Städten besonders im Hinblick auf das Thema Schokolade, aber auch Mode und Design – spiegeln sich hier vortrefflich wider. Die Hotellerie in Italien, so sie nicht zur

Dolce Vita trifft Design

Im AllegroItalia Golden Palace Turin und im San Pietro All' Orto 6 in Mailand trifft italienische Lebensfreude auf Design und das mitten im Zentrum der jeweiligen Städte.

Text: Peter de Cillia
Fotos: AllegroItalia



absoluten Luxusategorie zählt und von internationalen Ketten geführt wird, stellt eher die Schwachpunkte des Landes dar. Nicht so bei der familiengeführten Kette AllegroItalia, die neun Häuser in Italien und eines in China ihr Eigen nennen. Die Eigentümer verstehen es, italienischen Flair gepaart mit internationalem Standard zu verknüpfen. Unser erster Besuch galt dem Golden Place Hotel in Turin.



Im historischen Zentrum

Die perfekte Lage, mitten im alten Zentrum Turins, ist schon einmal ein ungeheurer Vorteil des Hauses. In einigen Gehminuten erreicht man als Tourist nicht nur alle Sehenswürdigkeiten, sondern auch die Shopping-Meilen der Stadt. Beides ist sehenswert und man kann sogleich eintauchen in das so schwer zu beschreibende und von allen so geliebte, oft kopierte und niemals erreichte italienische Lebensgefühl. Zahlreiche Mode-Shops, Genussläden, die ihre Waren wie Schmuckstücke feilbieten, elegant gekleidete Menschen flanieren durch großzügig angelegte Plätze, überall altehrwürdige Caféhäuser vermischt mit kleineren Läden,



Die Themensuiten

Schokolade und Maserati sind dabei das Thema, deshalb auch die Namensgebung – Chocolate- und Maserati-Suite. Für Schokoholics entpuppt sich die Schokosuite als Nirvana und für Liebhaber des Dreizacks wird die Maserati-Suite sicher das Flair verströmen, das sich Autofreaks erwarten. In der einen Suite

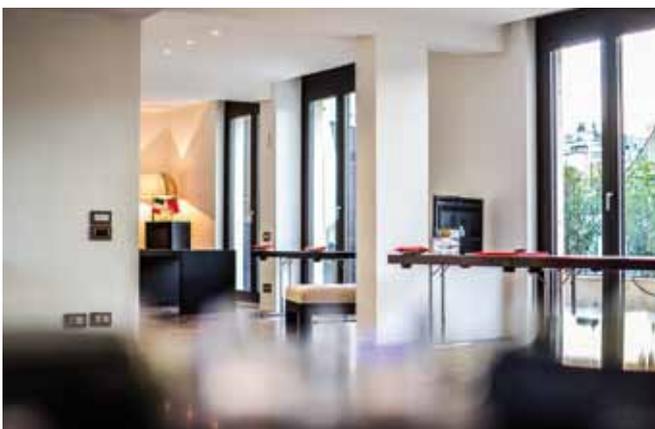
die sich auf ein ganz spezielles Produkt spezialisiert haben. Die Kreditkarte kann sehr schnell zum Glühen beginnen. Doch nun zum eigentlichen Grund des Besuches – dem Hotel.

Der Name AllegroItalia Golden Palace klingt zwar etwas seltsam, denn man ist als Weitgereister eher bei solch einer Namensgebung vorgewarnt und erwartet sich pompöse Ausmaße und viel Gold, wohin das Auge reicht. Gott sei Dank trifft das hier nicht zu. Ich würde das Innendesign als „casual chic“ beschreiben. Marmor ja, aber gut und dezent eingesetzt, Großzügigkeit in allen Belangen



wird man von Schokolade buchstäblich verfolgt. Das Thema Schokolade zieht sich bildlich und atmosphärisch durch die Suite und wird naturgemäß auch jeden Tag mit verführerischen essbaren Proben gekrönt. Die Wände der Chocolate-Suite haben die Optik einer Tafel Schokolade, das Innenleben der Schränke kommt im Look köstlicher Pralinen. Schon beim Eintritt strömt dem Gast der exquisite Schokoladengeruch entgegen. Außerdem erwarten den Gast köstliche Schokoladen vom Turiner Chocolatier

ja, aber mit normalen, europäischen Maßen gemessen. Diese Linie zieht sich von der Lobby bis in die ebenfalls geschmacklich gut getroffenen Zimmer weiter, die übrigens für italienische Verhältnisse sehr groß sind und über ein Luxusbad verfügen. Eher eine Seltenheit in südlicheren Gefilden. Gekrönt wird das Haus durch ein Spa, das sogar über ein durchaus beachtenswertes Schwimmbcken verfügt und das mitten in der Altstadt wohlgekerkt. Das 5-Sterne-Hotel verfügt über insgesamt 195 Zimmer.



Guido Gobino. Für Liebhaber italienischer Autos bietet sich die Maserati-Suite an. Original Maserati-Teile wurden in die Möbel verarbeitet und der Gast erlebt die Geschichte italienischer Sportwagen hautnah.

Die Armani Suiten in Mailand

Im AllegroItalia San Pietro All' Orto 6 in Mailand ticken die Uhren etwas anders. Denn dem Gast erwartet nicht ein Hotel im eigentümlichen Sinn, sondern 23 von Armani Casa gestaltete Suiten inmitten von Mailands Modeviertel und nur fünf Geh- ➤



minuten vom Dom entfernt. Hier ist alles von Meister Armani auf Armani gestylt. Jede Suite hat eine kleine Küche und selbst die Nudeln sind von Armani verpackt. Wer auf Modezaren steht, wird sich hier sehr wohl fühlen. Wie auch immer man zu Design und Wertung der Modezaren stehen mag, die Idee ist nachvollziehbar, ist doch Giorgio Armani einer der großen Söhne der Stadt. Auf jeden Fall begeistert wird jeder Gast von der Lage sein, denn in weniger als fünf Minuten zu Fuß vor dem Wahrzeichen der Stadt, dem Dom, zu stehen, ist etwas Besonderes.

Die Fünf „A“

Fünf „A“ stehen stellvertretend für die 2011 von Piergiorgio Mangialardi gegründeten AllegroItalia Hotels & Resorts: Accoglienza, was so viel heißt wie „Herzlich Willkommen“, Atmosfera (Atmosphäre), Arte (Kunst), Animazione (Anregung) und Amore per la Cucina, die Liebe zur italienischen Küche. AllegroItalia Hotels & Resorts sollen das Qualitätssiegel „Made in Italy“ tragen und für die italienische Lebensart, Kunst, Kultur und Tradition stehen.

Fazit

Zwei Häuser, die viel bieten und mitten im Zentrum der Städte liegen. Qualität trifft hier auf Geschmack. Die Hotelkette versteht es, Gäste emotional zu begeistern.

www.allegroitalia.it

H&D-Bewertung: Haus Turin					
Architektur	🌿	🌿	🌿	🌿	
Design	🌿	🌿	🌿	🌿	
Spa	🌿	🌿	🌿	🌿	
Service	🌿	🌿	🌿	🌿	
Kulinarik	🌿	🌿	🌿		
Haus Mailand					
Architektur	🌿	🌿	🌿		
Design	🌿	🌿	🌿	🌿	

Kaffeebauer in Guatemala

Der direkte Austausch mit den Bauern ist einer der zentralen Aspekte der vor einem Jahr gelaunchten Spezialitätenlinie JOHO's von J. Hornig. Rund 10.000 Kilometer ist Johannes Hornig, GF der österreichischen Rösterei geflogen, um sich direkt vor Ort anzusehen, woher die Bohnen für JOHO's Guatemala kommen. In diesem Fall ist das die Region Nuevo Oriente. Hier bezieht J. Hornig den Rohkaffee von der Kooperative La Union, die nur Bohnen höchster Qualität liefert.



In bester Gesellschaft

Penhaligon's ist ein Parfümhaus mit Sitz in London. 1860 von William Henry Penhaligon gegründet, wurde das altherwürdige Haus im Laufe der Zeit zum Hofbarbier und Parfümant von Queen Victoria. Ganz der Tradition und dem Establishment verpflichtet, setzt das Designkonzept der Stores auf edle Brauntöne, versehen mit auffälligen fliederfarbenen Akzenten. Für den Showroom in Londons Regent Street wurde der Naturholzboden mafi Esche Vulcano Dunkel, gebürstet und natur geölt, gewählt, die Bodenfläche mit einem mosaikartigen, bunten Fliesenfries abgegrenzt.





Keramik als Hauptprotagonist

Die Immobilienentwicklung PGA Catalunya Resort erweitert ihr Portfolio und setzt mit der Mustervilla Trias de Bes neue Maßstäbe in puncto Design. Das 1.152 Quadratmeter große Grundstück liegt direkt am 15. Fairway des mehrfach preisgekrönten Golfplatz Stadium Course und wurde vom Architekturstudio „TDB arquitectura“ konzipiert.

In der vom mediterranen Lebensstil inspirierten Villa ist die landestypische Keramik der Hauptprotagonist. Das Einfamilien-Anwesen ist geprägt von der Kombination aus traditionellen Materialien und zeitgemäßer Architektur. Im Erdgeschoss befinden sich drei Schlafzimmer mit en-suite-Badezimmern sowie der weitläufige Wohnbereich mit 50 m² und die anliegende, moderne Küche aus dem Hause Bulthaup. Die transparenten Innenbereiche ermöglichen einen freien Blick auf die umliegende Landschaft. In einem der Außenflügel befindet sich die geschlossene Garage, mit direktem Zugang zum Gebäude. Das Untergeschoss verfügt über einen Multifunktionsraum, der vielseitig genutzt werden kann. Die Terrassen der Villa bieten direkten Zugang zum privaten Infinitypool mit 76 m².



Das Resort

Trias de Bes ist das aktuellste Beispiel der zahlreichen Immobilienprojekte – von Villen über Apartments bis hin zu Townhouses – die von preisgekrönten sowie aufstrebenden nationalen und internationalen Architekten im PGA Catalunya Resort entworfen werden. Die Immobilienentwicklung in der Nähe von Barcelona wurde vor kurzem als „Beste Golfentwicklung Europas“ bei den International Property Awards ausgezeichnet und erhielt zwei weitere Awards für seine Golfanlagen. Das PGA Catalunya Resort ist das Ergebnis einer 20-jährigen Entwicklung, die weiter fortschreitet und noch über die Vision ihrer Gründer hinausgeht. Es verbindet einzigartige Golfplätze mit einem stilvollen Clubhaus, einem Residents Club und Immobilien mit höchsten Standards in einer der schönsten Gegenden Kataloniens. Das Resort liegt nur einen Katzensprung von dem malerischen Städtchen Girona und weniger als eine Autostunde von der lebhaften Metropole Barcelona entfernt.

www.pgacatalunya.com



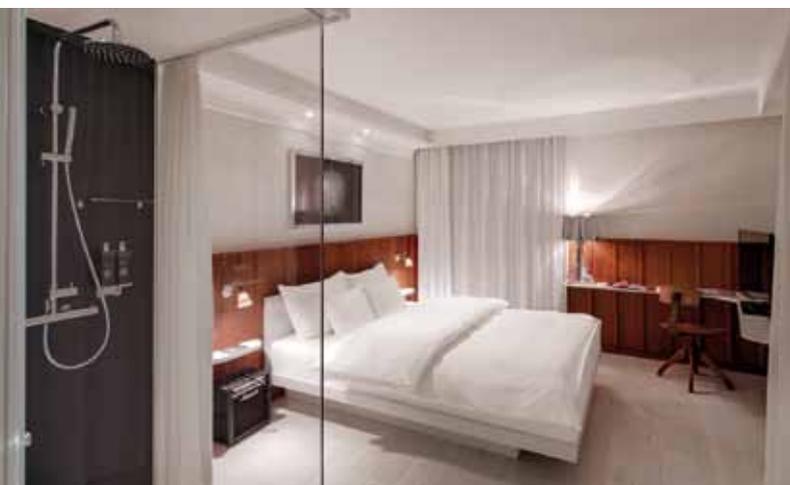
Die Ruby Hotels vermehren sich

Ruby Hotels eröffnet Ende des Jahres ein weiteres Hotel, in zentraler Lage direkt am Münchner Stiglmaierplatz. Und in Wien wurde vor kurzem nach dem „Ruby Sofie“ das zweite Haus in der Mariahilfer Straße eröffnet.

Direkt am Münchner Stiglmaierplatz, in unmittelbarer Nähe des geschichtsträchtigen Königsplatzes und wenige Minuten vom Hauptbahnhof entfernt, wird die Hotelgruppe RUBY ihr drittes Hotel eröffnen. Das ehemalige Bürogebäude an der Dachauer Straße wird vom Eigentümer, der Immobilien-Investment- und Managementgesellschaft Art-Invest Real Estate, entkernt und anschließend nach dem Vorbild der beiden Wiener Häuser Ruby Sofie und Ruby Marie ausgebaut. „Wir freuen uns besonders, gemeinsam mit einem renommierten Partner unser nächstes Hotel in prominenter Lage zu realisieren“, berichtet

der CEO und Gründer von Ruby, Michael Struck. Es entstehen 174 Zimmer, die sich über sechs Stockwerke verteilen.

Wie die beiden ersten Häuser in Wien wird auch das Münchner Hotel von einer Philosophie geprägt, die Ruby ‚Lean Luxury‘, „schlanken Luxus“, nennt: „Eine Lage im Herzen der Stadt, top Design und eine hochwertige Ausstattung zu einem unerwartet schlanken Preis“, erläutert Michael Struck. „Das funktioniert, weil wir unseren Luxus auf relativ kleiner Fläche unterbringen wie bei Luxusyachten und Unwesentliches wie Roomservice und Minibar einfach weglassen.“ Entsprechend ist jedes der 174 Zimmer ausgestattet. Hochwertige Holz-Wandvertäfelung, stimmungsvoll komponiertes Licht, Luxus-Bett und -Dusche sind nur einige der Ausstattungsdetails. Hotelgäste können auf Tablet-PCs in ihrem Zimmer zurückgreifen. Darauf lässt sich auch der hauseigene Internet-Radiosender – Ruby Radio – verfolgen. Die Musik-Leidenschaft der Ruby-Macher ist auch in weiteren Details zu spüren, z. B. den Marshall-Soundsystemen auf jedem Zimmer. Dazu passend können Gäste E-Gitarren oder E-Bässe kostenfrei am Empfang ausleihen. Auch für zeitgemäße Mobilität ist gesorgt: Das Hotel stellt seinen Gästen gratis Hollandräder zur Verfügung, ganz im klassischen Look samt Frontgepäckträger und -Kiste. Auch Besucher der ‚Library‘, einer Art Wohn- und Arbeitszimmer samt iMacs, finden einen Snack-Automaten gleich nebenan sowie eine ‚Galley‘ genannte Teeküche mit kostenfreien Getränken. Das zugehörige Café und eine Bar über zwei Stockwerke werden rund um die Uhr geöffnet sein.



Das historische Kaufhaus

Das älteste Wiener Kaufhaus, stadtbekannt als „das Stafa“, im 7. Wiener Gemeindebezirk Neubau wurde ebenfalls zu neuem Leben erweckt und zu einem Ruby-Hotel umgewandelt, das Ende 2015 eröffnete. Der Name Ruby Marie ist eine Anspielung auf den Standort auf der Mariahilfer Straße. Die Freude über das Projekt ist groß, denn Teil der Philosophie von Ruby ist es, dass jedes Hotel der Gruppe einzigartig sein soll. „Wir richten uns besonders an Gäste, die einen Platz mit Seele und Charakter suchen. Das ehemalige Stafa-Kaufhaus mit seiner langen und wechselvollen Geschichte ist genauso ein Ort und wir wollen dafür sorgen, dass diese Geschichte wieder spürbar wird“, so Michael Struck.



Energy and Environmental Design) renoviert. Die streng kontrollierten Standards reichen dabei von der Bauweise bis zu den eingesetzten Materialien. Auch die Nachbarschaft des kreativen siebten Bezirks soll sich im Hotel wohlfühlen. Dazu entsteht unter anderem eine idyllische, bewirtete Dachterrasse mit Blick über die ganze Stadt, auf der man sich weit weg fühlt vom Trubel der Mariahilfer Straße. Das zugehörige Café und eine Bar werden rund um die Uhr geöffnet sein.

www.ruby-hotels.com

Hundertjährige Geschichte

Der 1911 als erstes Kaufhaus Wiens eröffnete „Mariahilfer Zentralpalast“ wurde beim Umbau restauriert. Die Reliefs des Künstlers Anton Hanak aus dem Jahr 1911 wurden wieder sichtbar. Auch der Baukörper des ursprünglichen Gebäudes blieb in seiner Grundstruktur erhalten. Der Rundbau wurde nach den allerhöchsten Ansprüchen an Nachhaltigkeit und Energieeffizienz als „Green Building“ nach dem international anerkannten Zertifizierungssystem „LEED“ (Leadership in



Die Münchner Hotelgruppe RUBY HOTELS rund um Gründer und CEO Michael Struck geht mit ihrer LEAN LUXURY Philosophie neue Wege in der Hotellerie. Durch eine schlanke Organisation und Konzentration auf das Wesentliche schafft RUBY eine zeitgemäße, bezahlbare Form von Luxus für moderne, kosten- und stilbewusste Reisende. Die Gruppe betreibt bereits zwei Hotels, drei weitere sind im Bau. Besonders für die Umnutzung von Büroflächen bietet die Gruppe neuartige, investitions-effiziente Lösungen. Bei der geplanten Expansion stehen RUBY kapitalstarke Partner zur Seite. Die österreichische Soravia Gruppe, der Unternehmer Michael Hehn, ein deutsches Family Office sowie Michael Struck halten gemeinsam die Firmenanteile.

FACT SHEET RUBY MARIE

Stil	Lean Luxury
Hotel-Fläche gesamt	6.300 m ²
Betreiber	Ruby Hotels & Resorts GmbH
Geschäftsführer	Michael Patrick Struck
Original-Baujahr	1911
Umbau	2014 – 2015
Soft-Opening	Dezember 2015
Architekt	Arch. Mag. Arch. Armin Ebner (BEHF)
Innenarchitekt	Ruby Hotels & Resorts
Anzahl Zimmer	186



Tropfen für Tropfen

Wasser ist ein elementarer Baustein des Lebens. Deshalb sollte es auch in keinem Garten fehlen. Dort bietet es nämlich nicht nur abwechslungsreiche Gestaltungsvarianten, sondern sorgt auch für eine wohltuende Atmosphäre.

Text: Daniela de Cillia, Fotos: aus dem Buch „Wasser im Garten 2“ / Becker Joest Volk Verlag

Warum spazieren wir so gerne entlang eines Meeresstrandes, sitzen am Ufer eines lieblichen Sees oder schauen mit Begeisterung in die rosenden Kaskaden eines Bergbaches? Es ist das Wasser, das uns so fasziniert, dessen Anblick unser Auge erfreut und dessen Geräusche unsere Stimmung beeinflusst.

Kein Garten ist wirklich vollendet ohne dieses Element. Ob naturnah oder architektonisch, modern oder traditionell, verspielt oder elegant – kein anderer Gestaltungsbaustein lässt sich so vielfältig formen. Die Möglichkeiten, den Garten mit Wasserspielen in Szene zu setzen, sind vielfältig: In dynamisch



sprudelnder Form, in sanft plätschernden Bachläufen oder in stillen sich spiegelnden Flächen – das kühle Nass kreiert zauberhafte Blickpunkte, setzt architektonische Akzente und stimuliert dabei die Wahrnehmung auf eine besondere Art und Weise.

Gesundheitsbrunnen

Wasser zaubert einfach mehr Leben in den Garten. Vor allem für Hotelgärten ist daher dessen Einsatz als Gestaltungselement von großer Bedeutung, da es neben den ästhetischen Aspekten vor allem eine Erholungs- und Wellnessoase für den Gast darstellt.

Die geographischen Gegebenheiten des Außenbereichs zusammen mit der Inspirationen aus den unermesslich vielen Spielarten der Natur können letztendlich zu speziell zugeschnittenen Gästebereichen entwickelt werden. Mit reizvollen Wasserfällen, glucksenden Quellsteinen, vitalen Biotopen oder wandlungsfähigen Bachläufen werden so zusätzliche Wohlfühlräume im Grünen erschaffen.

Quell der Entspannung

Vor allem Schwimmteiche sind ein wahres Natur-Eldorado und wohltuend für Körper und Geist. Die Gäste baden in natürlichen Fluten, die malerisch von Schilf, Gräsern, Seerosen, Steinen umgeben sind und deren Uferzonen zugleich der Reinigung dienen.

Wasser wirkt sich positiv auf all unsere Sinne aus. Im Urlaub, fern vom stressigen Alltag, stellt ein Hotelgarten mit diversen Wasserstellen einen unverzichtbaren Ort der Entspannung dar. Diese bieten neben der Duft- und Farbenpracht der Pflanzenwelt die Möglichkeit, dem Garten ein ganz besonderes Flair zu verleihen.

BUCHTIPP

Wasser im Garten 2 Das große Ideenbuch

Text Jörg Baumhauer
Fotografie Marianne Majerus,
Jürgen Becker



Dieses Buch gibt einen Überblick, wie Wassergärten heute interpretiert und gestaltet werden. Naturnahe Wassergärten mit üppigen Bepflanzungen, die klaren Linien in architektonischen Wassergärten, inspirierende Beispiele klassischer Wasserspiele und geheimnisvolle, exotische Gärten voller Wärme und Licht – die prachtvollen Fotos kunstvoll gestalteter Gärten machen Lust auf Wasser. Jedes Projekt wird von einem erläuternden Text begleitet, der den Blick auf das Wesentliche lenkt. Und dabei ein gelegentliches Augenzwinkern nicht vergisst. Denn das Gestalten mit Wasser ist in erster Linie eins: die pure Lust am (Wasser-)Gärtnern.

Gebunden, 30 x 24 cm, 216 Seiten, 97 Fotos, 51,40 €
ISBN 978-3-95453-064-9, Becker Joest Volk Verlag

Bleiben wir doch Menschen

Eine Zeitungsgeschichte vor einigen Tagen machte mich hellhörig. Auf der ITB – der internationalen Ferienmesse in Berlin – wurden von einigen Touristikern ganz stolz neuartige Roboter vorgestellt, die in Zukunft auch für das Gästewohl zuständig sein sollen. Besonders an der Rezeption sollen diese ferngesteuerten Wesen eingesetzt werden. Einer soll sogar auf Zuruf einen Tanz aufführen und so zur besonderen Belustigung der Gäste dienen. Also so ganz richtig tickt die Welt wirklich nicht mehr. Speziell in einer Branche, die davon lebt, von Mensch zu Mensch Emotionen aufzubauen, Träume zu verwirklichen und eine menschliche Atmosphäre zu schaffen, gerade in dieser Branche sollen zukünftig Roboter vermehrt eingesetzt werden? Also ich lasse mir ja diese technischen Helfer bei Putzarbeiten im Hotel einreden, aber an der Rezeption oder an anderen Orten des Hotels, wo man als Mensch mit Menschen kommunizieren möchte, geht das doch gar nicht, oder? Ich bin überzeugt, dass leider wieder ziemlich viele unter den Touristikern, denen nichts Neues mehr einfällt, auf diesen Zug aufspringen werden. Ich höre schon die Argumentationen wie „So erschließen wir uns ein neues, junges und Technik affines Publikum“, oder „Man soll sich allem Neuen ja nicht verschließen“ und noch einige mehr. Und da stellt sich mir die simple Frage: Warum soll man sich nicht allem Neuem verschließen? Nur weil es neu ist? Nur weil man kurzfristig damit eine fragwürdige Aufmerksamkeit generiert?

Tourismus im besten Sinn hat mit Menschen und Persönlichkeiten zu tun. Ja, da passieren auch mehr Fehler – wahrscheinlich – aber gerade dieser „Schwachpunkt“ macht uns Menschen doch so menschlich. Daher eine Bitte an all die Vorreiter und dies meine ich absolut im positiven Sinn – lasst diesen „Roboter-Schwachsinn“ aus. Denkt lieber darüber nach, wie Ihr noch besser Qualität, Nachhaltigkeit, Atmosphäre und Authentizität Euren Gästen näherbringen könnt. Gerade österreichische Hoteliers sind weltweit Meister ihres Faches und sollten auf Züge, die von Konzernen vorgegeben werden, nicht aufspringen, lassen wir diese Züge ruhig an uns vorüberziehen

meint
anonymus

H&D gibt in jeder Ausgabe einer bekannten Persönlichkeit die Möglichkeit, über in der Branche diskutierte oder relevante Themen zu schreiben. Anm. d. Red.: Der Beitrag muss nicht zwangsläufig mit der Meinung der Redaktion übereinstimmen und ist ausschließlich als Meinung des Verfassers zu werten.

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



H&D Nr. 3 | Juni/Juli 2016

Vorschau

Das NH Hotel

Am 1. April 2016 eröffnete in Wien das jüngste Mitglied der NH Collection Familie, die nun 58 Hotels in den Top-Metropolen Europas und Lateinamerikas umfasst. Das frisch renovierte NH Collection Wien Zentrum liegt zentral an der Mariahilfer Straße.



Bad & Sanitär

Das Bad – der einst so verschwiegene und intime Ort – wird mittlerweile zum zentralen Mittelpunkt eines Hotelzimmers. Bunt, manchmal schräg, aber auf jeden Fall praktisch und sinnlich zugleich – so stellt sich die neue Badezimmergeneration vor.

Grundgedanke der IXMO Armaturen für die Dusche von Keuco ist das Zusammenfassen von Funktionen.



Wellness & Spa

Ob im „private spa“ am Zimmer oder im öffentlichen Bereich des Hotels: Das Thema „Wellness“ ist und bleibt ein nicht zu unterschätzender Buchungsfaktor bei Gästen. Wir stellen einige Trends vor.

Wellness, Badegenuss und Hautpflege zugleich – mit dem Produkt Skin Touch von Kaldewei ist das möglich.

FOOD & DESIGN



Alles rund ums Frühstück

Der Tagesbeginn zählt im Hotelleben zu den ersten und wichtigsten Zeiten, um mit den Gästen in Kontakt zu treten. Das Frühstück als wichtiges Thema, um die Philosophie des Hauses zu vermitteln.

Strawberry Cheesecake doony's von Vandemoortele, mit Cheesecake-Cremefüllung und mit Fruchtstückchen aus Erdbeermark dekoriert.

IMPRESSUM

Grundlegende Richtung:
Unabhängiges Fachmagazin für Führungskräfte und Entscheidungsträger in Hotels, Restaurants, Bars, Küchen und für Architekten. Der redaktionelle Teil berichtet über die Neuausrichtung in der Hotellerie und gehobenen Gastronomie und den damit verbundenen Unternehmen. Bezahlte PR-Beiträge und Werbeeinschaltungen in Textform sind in der Fußzeile mit einem [P] (Promotion) gekennzeichnet und damit vom redaktionellen Teil zu unterscheiden.

Medieninhaber und Herausgeber:

Peter A. de Cillia, Brigitte Strohmayer

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

Chefredakteur:

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

Redakteure dieser Ausgabe:

Claudia Brameshuber, Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia, Dr. Martin Domenig, Mag. Nicole Hoffmann, Dr. Julia Klátil, Mag. Karl Riffert, Fritz Strohmayer,

Grafik und Redaktionsleitung:

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

Fotos:

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

Coverbild:

Kasbah Tamadot

Druck:

BAUER MEDIEN
Produktions- & Handels-GmbH, 1030 Wien

Erscheinungsweise:

6 x jährlich

Auflage:

12.000 Exemplare

Aboservice und Verrechnung:

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

Abo:

Inland: € 36,- inkl. Ust.; Ausland zuzügl. Porto

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

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

Vorbehaltlich Satz- und Druckfehler.

Derzeit gilt die Anzeigenpreisliste 2016.

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

Kontakte

Chefredakteur:

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

Anzeigen:

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

Mag. Nicole Hoffmann

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

Anna Wagner

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

Mag. Roland Holstein

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

Druckunterlagen:

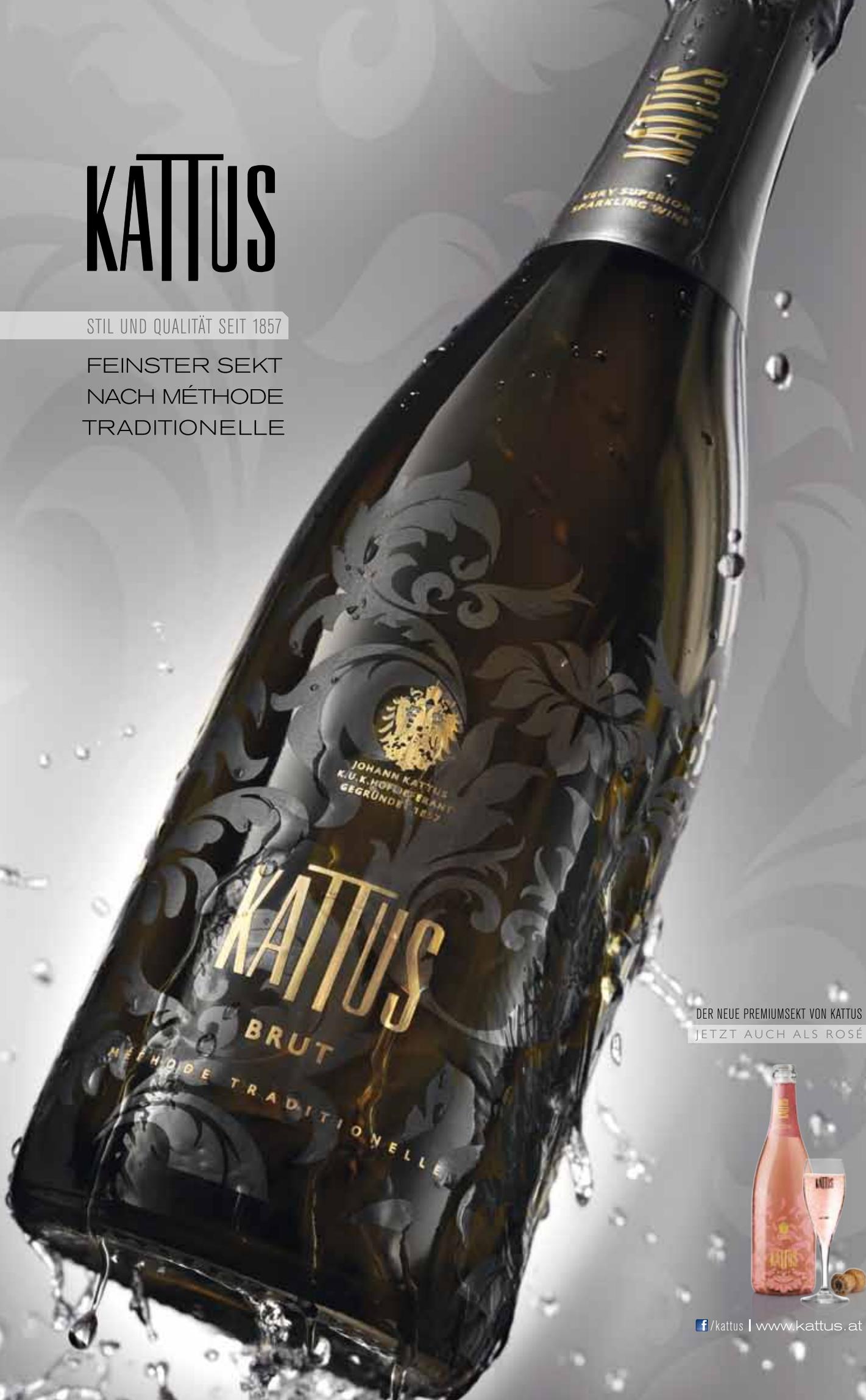
Brigitte Strohmayer
bst@hotel-und-design.at

**Erscheinungstermin für H&D Nr. 3 | Juni/Juli: 17. Juni,
Redaktionsschluss: 19. Mai 2016**

KATTUS

STIL UND QUALITÄT SEIT 1857

FEINSTER SEKT
NACH MÉTHODE
TRADITIONELLE



DER NEUE PREMIUMSEKT VON KATTUS
JETZT AUCH ALS ROSÉ



[f/kattus](https://www.facebook.com/kattus) | www.kattus.at



ALLES DRIN! ALLES DRAN!

Eine klare, deutliche und einfach geniale Sprache sprechen die Produkte aus der neuen WIBERG BASIC Linie. Sie bieten Köchen ein solides Würz-Fundament, auf das sie entweder selbst aufbauen können, das sie aber auch so belassen können, wie es ist – qualitativ hochwertig und geschmacklich innovativ! Die Würzmischungen für Rind, Schwein, Geflügel, Lamm, Fisch, Gemüse, Kartoffeln, Salat sowie Dessert sind nämlich unabhängig von landesspezifischen Geschmacksvorlieben und können daher nach Belieben verfeinert bzw. einfach & direkt angewendet werden.

Weitere Informationen zu allen WIBERG BASIC Produkten finden Sie auf unserer Homepage.

www.wiberg.eu //  



WIBERG[®]
BASIC