

# HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Nr. 2 | April/Mai 2020



CORONAKRISE  
Branchen-  
umfrage

BETTEN & CO  
Schöner  
wohnen

FOOD & DESIGN  
Summer-  
feeling

## BARRIEREFREI – PLANEN SIE MIT MEHR

### BEWEGUNGS FREIHEIT.

DIE NEUE DUSCHFLÄCHE  
CAYONPLAN MULTISPACE



**DIN-KONFORM AUF 4m<sup>2</sup>**

**DANK ZERTIFIZIERTER  
BEWEGUNGSFLÄCHE \***





## Verehrte Leserschaft!

Was schreiben in Zeiten wie diesen? Das Coronavirus hält die Welt fest im Griff – auch die österreichische. Am Anfang schauten alle nach China, völlig die Tatsache ignorierend, dass durch die Globalisierung jedes Virus überallhin transportiert werden kann, und das sehr schnell. Dann blickten wir ungläubig ins Nachbarland Italien, und manche Besserwisser

beruhigten sich und andere mit den üblichen Vorurteilen gegenüber südlichen Ländern – von wegen „Schlamperei“, „Dahinlavieren“ und wie auch immer diese Dummheiten lauten mögen. Nachdem die ersten Fotos der Toten in alle Wohnzimmer der Welt gelangten, war es die österreichische Regierung, die ziemlich schnell und umfassend handelte. So, wie es momentan aussieht, hat sie richtig gehandelt – der Preis ist und bleibt aber extrem hoch. Der Spagat zwischen der Gesundheit der Bevölkerung und einem florierenden Wirtschaftsleben ist naturgemäß ein extrem schwieriger. Österreichs Regierung hat sich eindeutig für die Bevölkerung entschieden. Zum jetzigen Zeitpunkt wahrscheinlich der richtige Weg – wahrscheinlich, denn wenn wir alle das durchgestanden haben, geht es an die Aufarbeitung und natürlich auch an das Hinterfragen so mancher Maßnahmen. Es wird ja niemand glauben, dass das nicht vorhandene Geld, das jetzt relativ großzügig ausgeschüttet wird, nicht von irgendwem teuer zurückgezahlt werden muss? Am Ende des Tunnels wird das Licht zwar wieder zu sehen sein, die Finanzierung dieser Lichtquelle wird aber wie so oft davor größtenteils an den fleißigen UnternehmerInnen liegen. Gerade die Tourismusbranche wurde durch die Maßnahmen hart getroffen, es wird hoffentlich ab dem Sommer wieder der geschäftliche Alltag und der damit verbundene Erfolg eintreten.

Die Verluste aufzuholen ist unmöglich, aber die UnternehmerInnen des Landes „unternehmen“ immer etwas und treiben etwas voran, arbeiten hart, stecken den Kopf nicht in den Sand, sondern blicken nach vorne und treiben dadurch mit Hilfe der MitarbeiterInnen die Wirtschaft wieder auf Erfolgskurs. Es wird dauern, aber wenn wir alle das Geschäft vorantreiben, uns gegenseitig unterstützen und nicht in schweren Zeiten uns voneinander abwenden, wird es gelingen. Jetzt nicht mit Zuversicht zu reagieren, wäre fatal. All diejenigen in der Branche, sowohl die Wirte als auch die Hoteliers, aber auch die Lieferanten und Produzenten, die dies nicht so sehen, gehen einen falschen Weg und werden a la longe auch keinen Erfolg mehr haben.

Die wahren, so oft in den letzten Wochen zitierten „HeldInnen“ sind nicht nur die Menschen im Krankenhaus und im Handel, wir alle sind es, und, wie ich meine, das gehört auch einmal gesagt.

In dieser Ausgabe finden Sie natürlich wieder viele für Sie relevante Themen, die Sie ganz sicher bald wieder vorrangig interessieren werden.

Ihr

Peter A. de Cillia  
Chefredakteur

PS: Wir haben zusätzlich zu dieser Ausgabe auch ein eigenes „Online-Corona-Special“ produziert, in dem finden Sie viele zweckdienliche Initiativen und Produzenten, die rund um das Thema Kompetenz vorweisen können.



WHEN  
MIRRORS  
MATTER

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



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



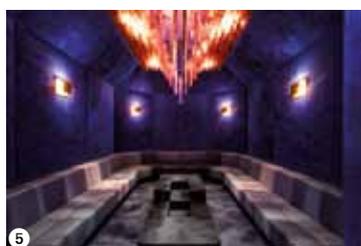
H&D H&D INFORMIERT

Editorial .....	SEITE	3
News .....	SEITE	5
Buchtipps .....	SEITE	43
Kolumne Anonymus .....	SEITE	53
Vorschau, Impressum .....	SEITE	58



H&D HOTELS & GASTRONOMIE

Select Hotel Moser Verdino Klagenfurt <sup>①</sup> .....	SEITE	14
Hotel Das Schiff in Hittisau <sup>②</sup> .....	SEITE	16
Motel One Linz-Hauptplatz <sup>③</sup> .....	SEITE	18
me and all hotel mainz <sup>④</sup> .....	SEITE	28
Bar Praterstrasse <sup>⑤</sup> .....	SEITE	50
Mayrei in Altaussee <sup>⑥</sup> .....	SEITE	52
Landhaus des Steigenberger Hotel Treudelberg Hamburg <sup>⑦</sup> .....	SEITE	54
7Pines Kempinski Ibiza <sup>⑧</sup> .....	SEITE	56



H&D FOKUS

Corona-Branchenumfrage .....	SEITE	8
Neue Initiative „zum Wohle“ .....	SEITE	13
Fachkommentar „Der Hotel-CEO der Zukunft“ .....		30
Nachhaltiges Restaurantdesign – Teil II <sup>®</sup> .....	SEITE	31
Intergastra .....	SEITE	46
Ambiente 2020 .....	SEITE	48



H&D BETTEN & INTERIEUR

Betten & Co .....	SEITE	19
Mittelpunkt Hotelbett .....	SEITE	20
Matratzen, Betten und Polstermöbel .....	SEITE	22
Webmanufaktur .....	SEITE	24
Innovative Einrichtungskonzepte .....	SEITE	26
Keramikfliesenhersteller .....	SEITE	28



H&D FOOD & DESIGN

Summerfeeling .....	SEITE	34
Wiberg Genusswelt: Wie man 2020 grillt .....	SEITE	38
Fleisch aus Österreich .....	SEITE	39
Alles für den Grill .....	SEITE	40
Pacossieren in 3D .....	SEITE	42
Flexibilität in der Kaffee-Oberklasse .....	SEITE	44



## Münchener Stoff Frühling 2020

Im März fand zum 23. Mal die Showroom-Messe „Münchener Stoff Frühling“ statt. 35 internationale Textilediteure, Tapeten- und Teppichhersteller präsentierten ihre Neuheiten und Inszenierungen mit über 90 Marken in den Münchner Showrooms und temporären Locations in den Goldberg Studios und auf der Praterinsel. Zum Auftakt fand der Interior Congress „Future Living – Wie werden wir in Zukunft wohnen?“ statt.



## Neuer Greenroom für gesunden Schlaf

Erholsamer Schlaf ist nicht nur in turbulenten Zeiten wie diesen wichtig, sondern tagein, tagaus. So bietet das Naturhotel Forsthofgut im österreichischen Leogang von nun an Übernachtungen im Greenroom an und nutzt hierbei speziell die Kraft der Pflanzen. Yucca-Palmen, Trazena sowie Grünstilben sorgen dafür, die Luft natürlich zu befeuchten und damit das Raumklima zu verbessern.



## Marketingleitung

Die Handels- und Getränkeexpertin Marlies Nitschmann (33) avanciert bei Kattus-Borco nach drei Jahren im Unternehmen zur Marketingleiterin. In ihrer neuen Position leitet sie ein Team von fünf Brand Managern, berichtet an Geschäftsführer Andreas Ruhland und arbeitet eng mit der Familie Kattus, die die Traditionskellerei bereits in fünfter Generation führt, zusammen. Nitschmann ist für die Marketing- und Kommunikationsagenden des gesamten Schaumwein-, Spirituosen- und Snackportfolios mit über 120 nationalen und internationalen Marken verantwortlich.

## Weltauto des Jahres

Bei den „World Car of the Year Awards 2020“ hat sich der Taycan vom Stand weg an die Spitze gesetzt – und das gleich in zwei Klassen. In der Kategorie „World Performance Car“ feierte Porsche mit dem Taycan, dem 911 und dem 718 Spyder/Cayman GT4 einen historischen Dreifachtriumph. Darüber hinaus wurde der Elektro-Sportwagen als World Luxury Car of the Year ausgezeichnet. 86 internationale Motorjournalisten haben abgestimmt und über 50 neue Autos bewertet.



## Optimistisch in die Zukunft

Die Corona-Auszeit versetzt Deutschland und die Welt derzeit in einen Ausnahmezustand. Das Bedürfnis nach persönlichen Kontakten und dem direkten Austausch wächst. Gerade deshalb ist es wichtig, in dieser Zeit nach vorne zu blicken: Die Flächen der Ambiente sind bereits zu 90 Prozent belegt. Vom 19. bis 23. Februar 2021 zeigt sie die wichtigsten Themen der gesamten Konsumgüterpalette in den Bereichen Dining, Living und Giving.





## Design & Hygiene

Der Begriff „Hygiene“ hat derzeit wie kein anderer an Wichtigkeit gewonnen. Mit der brandneuen Marke hygn.me möchte Gründer Johannes Wagner aus Münster, der bereits mit seiner Designmöbelmarke comoto 2019 den German Brand Award gewinnen konnte, eine Hygienelösung liefern, die das Zusammenleben von Menschen hygienisch und sicher gestaltet, aber auch seinem Designanspruch gerecht wird.



## Film ab

Im vergangenen Jahr fanden die Dreharbeiten für den neuen Saar-„Tatort“, der den Titel „Das fleißige Lieschen“ trägt, statt. Gedreht wurde u. a. auch am Hauptsitz des saarländischen Unternehmens Villeroy & Boch in Mettlach. Als Kulisse für die herrschaftlichen Szenen rund um den Patriarchen Bernhard Hofer dienen das große Esszimmer sowie das Kaminzimmer auf Schloss Saareck.



## Wechsel an der Führungsspitze

Mag. Klaus Schörghofer, Geschäftsfeldleiter Lebensmittelhandel bei der Brau Union Österreich, tritt die Nachfolge von Dr. Magne Setnes ab 1. Mai 2020 als Vorstandsvorsitzender an. Nach dem Abschluss seines Wirtschaftspädagogikstudiums war Schörghofer von 2005 bis 2013, zuletzt als Controlling-Leiter der Brau Union Österreich tätig. In den Jahren 2014 und 2015 unterstützte er als Finance- und Logistik-Manager den Geschäftsaufbau für HEINEKEN in Slowenien. Nach weiteren drei Jahren als Key Account Direktor im Lebensmittelhandel führt er seit 2018 das Geschäftsfeld Lebensmittelhandel und wurde in das Managementteam der Brau Union Österreich bestellt.

## Cronwell Hotels & Resorts

Neben den Folgen der Pandemie gibt es einen unglaublichen Zusammenhalt von Ländern und Völkern sowie wichtige Initiativen einzelner Unternehmer und Organisationen. Cronwell Hotels & Resorts besitzt und verwaltet seit 25 Jahren Hotels und Resorts in Russland und Europa. Um den heute führenden Fachleuten im Gesundheitswesen zu helfen, wird das Unternehmen dem Krankenhauspersonal in Griechenland 150 Übernachtungsgutscheine in ihren griechischen Hotels zur Verfügung stellen.



## Führungswechsel bei Saint-Gobain Glass

Dr. Stephan Kranz, bisheriger Vorstandsvorsitzender von Saint-Gobain ISOVER und Saint-Gobain Rigips, übernimmt ab dem 16. März den Vorsitz der Geschäftsführung der Saint-Gobain Glass Deutschland GmbH und die Geschäftsführung der Saint-Gobain Deutsche Glas GmbH. Er gilt als Experte für Digitalisierung und Industrie 4.0 und setzt konsequent auf zukunftsgerichtete Produkte und Services und erzielte bereits durch das gemeinsame Management von ISOVER und Rigips bedeutende Synergie-Effekte.





## Design-Leitfaden

Wie eine Bürogebäudesanierung zum Erfolg wird und welche Lehren sich daraus für künftige Projekte ziehen lassen, damit beschäftigt sich der neue Designleitfaden „Positive Räume gestalten – Den Einfluss Ihres Designs bewerten“ von Interface. Der Leitfaden thematisiert die Vorteile der wissenschaftlich erprobten Pre- und Post-Occupancy Evaluation und hilft sowohl Architekten und Designern als auch Endnutzern bei der Gestaltung positiver Räume, in denen der Mensch im Mittelpunkt steht.



*Daniel Vrana (links) und Markus Bouska*

## Le Burger spendet

Obdachlose gelten in Zeiten von Corona als besonders gefährdet. Österreichs Burgermanufaktur „Le Burger“ spendet nicht mehr benötigtes Gemüse an „Obdach Wien“, eine Organisation, die wohnungslose Menschen beim Neustart unterstützt. Und auch in das Lieferservice von „Le Burger“ wird intensiviert. Ab sofort liefern Lukas Tauber und sein Team ihre „Burger-Unikate“ direkt, im Radius von fünf Kilometern vom Lokal, ab 5 Euro Mindestbestellwert gratis nach Hause. Die Bestellungen erfolgen über den Lieferservice [www.mjам.net](http://www.mjам.net) und werden klimaneutral per Fahrrad geliefert.



# Corona-Unterstützung

Brau Union Österreich unterstützt Gastronomiepartner bei Wiedereröffnung mit über 1 Million Euro.

Damit Fassbier in bester Qualität gezapft wird, sobald die Gastronomiebetriebe wieder öffnen können, führt die Brau Union Österreich die Reinigung und Wiederinbetriebnahme der Schankanlagen bei ihren Partnern gratis durch. Gemeinsam mit den Partnern in der Gastronomie denkt die Brau Union Österreich an die Zukunft, an die Zeit, in der die Lokale wieder geöffnet werden können. Mit der Wiederaufnahme des Gastronomiebetriebes sind sowohl ein hoher Aufwand als auch Kosten verbunden. Denn nach der langen Schließung müssen etwa die Schankanlagen entsprechend gereinigt und wieder in Betrieb genommen werden. Dabei unterstützt die Brau Union Österreich ihre über 15.000 Gastronomiepartner und führt bei über 20.000 Schankanlagen in ganz Österreich diese Serviceleistung gratis durch. Dieser Aufwand für Anfahrten und Arbeitszeit unter Zeitdruck des Schankservice Zapfhahn, denn natürlich wollen alle möglichst schnell wieder öffnen, entspricht einem Wert von über einer Million Euro. „Wir wollen unsere Wirte in der sehr schwierigen Zeit unterstützen, daher werden wir die Kosten der Reinigung aller Bierleitungen übernehmen. Diese Investition hilft unseren Partnern und steht für unsere Bierqualität“, so Andreas Hunger, Geschäftsführung Gastronomie.

## Perfekt gezapftes Bier

Bier frisch gezapft vom Fass ist ein Genuss, den nur die Gastronomie bieten kann und auf den sich alle Bierliebhaber schon wieder sehnlichst freuen. Darum ist es wichtig, dass die Schankanlage ordnungsgemäß funktioniert und sorgfältig gereinigt ist. Dies sieht man auch im ganzen Land so. Für beinahe jeden Österreicher, genau 89 %, ist die Schankhygiene, eine saubere Zapfanlage in der Gastronomie wichtig. Auch auf die Zapfqualität selbst legen mehr als drei Viertel der österreichischen Bevölkerung viel wert: 78 % ist ein perfekt gezapftes Bier wichtig. Dies geht aus dem aktuellen Bierkulturbericht hervor, den die Brau Union Österreich jährlich in Auftrag gibt, um Entwicklungen und Trends in der österreichischen Bierkultur auf den Grund zu gehen. ▮

# Krisengipfel

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

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



**Matthias Winkler,**  
CEO Hotel Sacher

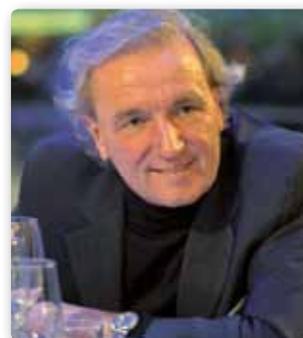
1 Sacher hat sich, längst bevor alle Details zur Kurzarbeit bekannt waren, FÜR diese entschieden und damit gegen Kündigungen. Finanzielle Überlegungen spielten dabei wenig Rolle, wichtiger war, SOLIDARITÄT zu zeigen mit unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern. Wir agieren auch hier als FAMILIE und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

In guten wie in schlechten Zeiten.

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

**Monika Kober,**  
Geschäftsleitung  
Klafs

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



**Reinhard Wohlfahrtstätter, GF**  
REWO Handelsagentur

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

## Andreas Ruhland, GF KATTUS-BORCO

1 Als Familienunternehmen nehmen wir die Verantwortung gegenüber unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern ernst: Es wird niemand gekündigt! Das gesamte Team zieht an einem Strang, damit wir gestärkt in die Recovery-Phase gehen. In der über 160-jährigen Unternehmensgeschichte gab es viele Herausforderungen. Es liegt in der DNA des in fünfter Generation familiengeführten Unternehmens, zusammenzuhalten! Wir werden allerdings das Kurzarbeitsmodell nutzen, um Arbeitsplätze zu sichern und unseren Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern bestmögliche Rahmenbedingungen für die Zeit danach zu bieten. Das betrifft alle Managementebenen, die solidarisch mit dem gesamten Team sind! Auch ich werde mich im Sinne des Unternehmens der Kurzarbeit unterziehen.

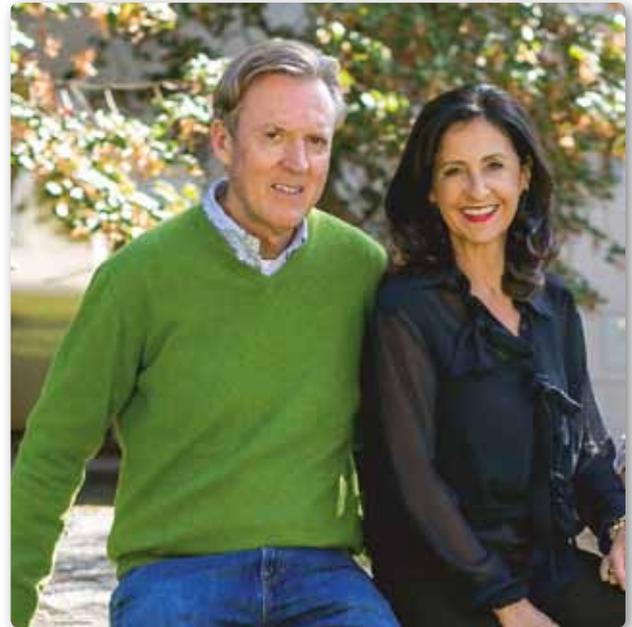
2 50

3 Die Maßnahmen zur Eindämmung sind ein harter Schlag für mehrere Branchen: Tourismus und Gastronomie haben von einem Tag auf den anderen keine Geschäftsgrundlage mehr. Bei KATTUS-BORCO verzeichnen wir über alle Kategorien hinweg einen Umsatzeinbruch von 40 Prozent. Es fehlen die letzten Wochen der Skisaison und das bevorstehende Ostergeschäft. Einzelne Kategorien weisen einen dramatischen Rückgang von bis zu 100 Prozent auf. Soweit schon Zahlen vorliegen, sind die Handelsumsätze bei vielen Marken derzeit über Schnitt und wirken sich positiv aus. Wir sind zuversichtlich, dass die Wirtschaft dank des entschlossenen Handelns der österreichischen Bundesregierung schnell in die Recovery-Phase kommen wird. Menschen werden nach Wochen des „Social Distancing“ schnell ihre Konsumbedürfnisse nachholen wollen und das Zusammensein im realen Leben genießen. Das wird die Gastronomie und auch den Tourismus hoffentlich sehr schnell wieder in den Normalzustand bringen. Bei KATTUS-BORCO geben wir uns große Mühe, unsere Partnerinnen und Partner in dieser herausfordernden Situation zu unterstützen. Covid-19 wird unser gesamtes Leben nachhaltig verändern. Ein gemeinsames Glas wird man in Zukunft vielleicht noch mehr schätzen!



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

## Mag. Getrud Salomon, Weingut Salomon



1 Als Weingut arbeiten wir vornehmlich in der Natur, und Stillstand gibt es in unserem Betrieb nicht, denn unsere Arbeitsschritte bestimmt die Natur. Die Weingartenarbeit im Frühjahr legt das Fundament für die Qualität der Trauben im Herbst. Glücklicherweise ist es bei all diesen Tätigkeiten leicht, einen großen Sicherheitsabstand einzuhalten. Die Herausforderung besteht allerdings in der Anfahrt in den Weingarten – diese muss nun einzeln erfolgen. Kündigung führten wir keine einzige durch, zwei Mitarbeiter arbeiten seit April in Kurzarbeit.

2 In Summe sind es zehn Mitarbeiter.

3 Nachdem diese Situation noch nie dagewesen ist, kann man aus der Vergangenheit kaum Schlüsse ziehen. Arbeitsplätze können durch die staatliche Unterstützung der Betriebe teilweise erhalten werden und hoffentlich wird sich der Konsum nach der Krise langsam wieder stabilisieren. Unsere Weine sind von Wien bis NY und Sydney zum großen Teil in der Gastronomie zu finden. Wir liefern nicht an Supermärkte. Daher befindet sich unser Weingut „einnahmenseitig“ in einer ähnlichen Situation wie Restaurants und Hotels. Für uns alle wird das Jahr 2020 – weltweit – extrem schwierig. So wichtig es volkswirtschaftlich betrachtet nun auch ist, dass der Staat Geld in die Märkte pumpt, um noch Schlimmeres zu verhindern, wird diese Maßnahme für die junge Generation ein sehr schwerer Rucksack werden.

4 Durch den ruhigeren Büroalltag kommt man auch gut zum Aufarbeiten. Man muss die Positiva sehen. Zu unseren Kindern halten wir Respektabstand und sie zu uns ebenso. Wir sind bisher alle gesund geblieben, also haben wir schon einmal gewonnen.



### Manfred Stallmayer, GM The Guesthouse Vienna

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

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

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

### Thomas Panholzer, GF Transgourmet



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

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

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



### Alessandro Piccinini CEO Nespresso Österreich

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

- 2 In Österreich beschäftigt Nespresso 430 MitarbeiterInnen.
- 3 Covid-19 hat aktuell einen großen Einfluss darauf, wie wir leben und arbeiten, was wir schätzen und wie wir konsumieren. An dieses „neue Normal“ müssen sich Unternehmen nun anpassen. Die großen Krisen der Vergangenheit legen nahe, dass auf einen Abschwung immer wieder ein Aufschwung folgt. Das wird diesmal wohl nicht anders sein – Zeitpunkt und Umfang davon sind jedoch derzeit noch nicht vorhersehbar.

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

### Toni Mörwald, Haubenkoch

- 1 Alle Mitarbeiter sind bei uns in Kurzarbeit. Wir haben keinen einzigen gekündigt. Es ist für uns die richtige Maßnahme in diesen Zeiten.
- 2 Wir haben 300 Mitarbeiter.
- 3 Hoffentlich wird sich die Situation bald wieder ins Positive ändern und wir können wieder optimistisch in die Zukunft schauen.
- 4 Die Familie ist einfach eine sehr große Stütze und wir sind alle gesund.



## Mag. Anna Kapsamer-Fellner GF Joka



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



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

1 Auch wir haben uns für das von der Bundesregierung angebotene Kurzarbeitsmodell entschieden. Kündigungen stehen aktuell nicht zur Diskussion, da wir zum einen unser gut ausgebildetes Personal nach der Krise wieder zur Verfügung haben wollen, und natürlich auch, weil wir uns auch unserer sozialen Verantwortung unseren Mitarbeitern gegenüber bewusst sind.

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

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

## Franziska Hänle, Vertriebsleiterin Hotel Service Wanzl

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

- 2 An unseren deutschen Standorten geht es um ca. 700 Mitarbeiter. In meinem Team kümmere ich mich um fünf Mitarbeiter.
- 3 Die wirtschaftlichen Schäden sind meiner Meinung nach noch nicht abschätzbar. Ich denke, es wird ein wichtiger Schritt sein, die Bevölkerung nicht langfristig in ihrer Bewegungsfreiheit einzuschränken, um der Hotellerie und der Tourismusbranche allgemein eine faire Chance zu geben. Ich wünsche mir für die Gastronomie und Hotellerie, dass sie schnell zum Alltag zurückkehren kann, und vielleicht gibt es ja gerade der österreichischen / deutschen / europäischen Reisebranche einen Push, wenn Auslandsreisen teurer und eingeschränkter werden.

- 4 Meiner Familie und meinen Freunden geht es gesundheitlich soweit gut. Wir leben auf dem Land mit eigenem Grundstück und Landwirtschaft. Somit ist die Ausgangsbeschränkung hier nicht so sehr zu spüren und es kann auch die alljährliche Arbeit auf den Wiesen und Feldern erledigt werden.



## Andrea Fuchs, GM Hotel Sans Souci

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

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

2 34 Kündigungen, 52 Kurzarbeit.

3 Ich erwarte eine langsame, vorsichtige Aufwärtsentwicklung ab September 2020. Da werden Hochzeiten, die jetzt hätten stattfinden sollen, Kongresse, Meetings etc. nachgeholt werden. Firmenweihnachtsfeiern – ein wichtiger Faktor für uns von Ende November bis Ende Dezember – sehe ich für 2020 kaum. Ab April 2021 erwarte ich wieder eine stärkere Nachfrage – allerdings etwa 20% unter dem Niveau, das wir bislang hatten.

Wir wissen noch nicht, wer von unseren Reisebüro-, Veranstalterpartnern nach der Krise noch am Markt sein wird – wir können uns vorstellen, dass die OTAs eine noch prominentere Rolle einnehmen werden.

Wir versuchen, jetzt schon die Erwartungen und Wünsche unserer Gäste nach dem einschneidenden Erlebnis – Coronavirus – zu antizipieren – wir denken, dass Frühstücksbuffets out sein werden – wir arbeiten an einem Konzept, das Frühstück zu servieren. Wir können uns vorstellen, dass Gäste nach der intensiven Zeit mit ihren Kindern auch im Stadthotel für einige Stunden pro Tag eine Kinderbetreuung wünschen, dass die Erwartungen an Hygienestandards nochmals enorm steigen werden – deshalb machen wir uns zu vielen Details in diesem Bereich schon Gedanken, wie wir die Hygiene tatsächlich nochmals verbessern und wie wir diese Verbesserungen auch gut kommunizieren, um den Gästen Sicherheit zu vermitteln.

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

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



## Benni Zacherl, GF Schlumberger Österreich

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

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

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

2 Schlumberger Österreich beschäftigt in Summe rund 150 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter.

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

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

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

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



# Neue Initiative „zum Wohle“

Ein Beitrag für die heimische Gastroszene.

Namhafte Winzer, Spirituosenhersteller, Kaffeeröster und Saffthersteller treten ab sofort mit ausgewählten österreichischen Topprodukten geschlossen unter der Marke „zum Wohle“ auf. Der Inhalt der qualitätvollen Produkte ist bekannt, das extra designte Etikett ist neu. Der gesamte Gewinn jeder Bestellung fließt direkt in den „zum Wohle“-Härtefonds. Dieser Gewinn wird der Fachgruppe Gastronomie der Wirtschaftskammer übergeben, um damit betroffene Betriebe zu unterstützen.

Bis dato sind die Weingüter Salomon Undhof, Markowitsch, Ulzer und Rohrer, die Brauerei Brewage und die Brennereien Bootleggers, Lagler und Franz Simon an Bord. Von Wein über Spirituosen bis zu Craft Bier kann alles bei unseren Online-Shop-Partnern geordert werden. Der Gewinn wird an Peter Dobcak stellvertretend für die Fachgruppe Gastronomie der Wirtschaftskammer übergeben, um damit betroffene Betriebe zu unterstützen. Hinter dem innovativen Projekt stehen die Getränkeproduzenten und -entwickler Clemens Bohle und Gero Stephan von der Manufaktur Bootleggers, sowie Leonhard Pranter und Andreas Wurbs – die mit ihrer Agentur NEXT Marketing nicht nur dann für Marken und Kommunikation zuständig sind, wenn uns eine Krise trifft.



## Genießen und Gutes tun

„zum Wohle“ ist konkrete Hilfe für die eingebrochene Gastronomie. Viele wollen helfen und unterstützen, wissen aber nicht wie. Bei „zum Wohle“ kann man ohne Umwege direkt und unkompliziert helfen – einfach bei unseren Online-Shop-Partnern [www.markta.at](http://www.markta.at) und [www.killis.at/zumwohle.html](http://www.killis.at/zumwohle.html) „zum Wohle“-Getränke bestellen und genießen.

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



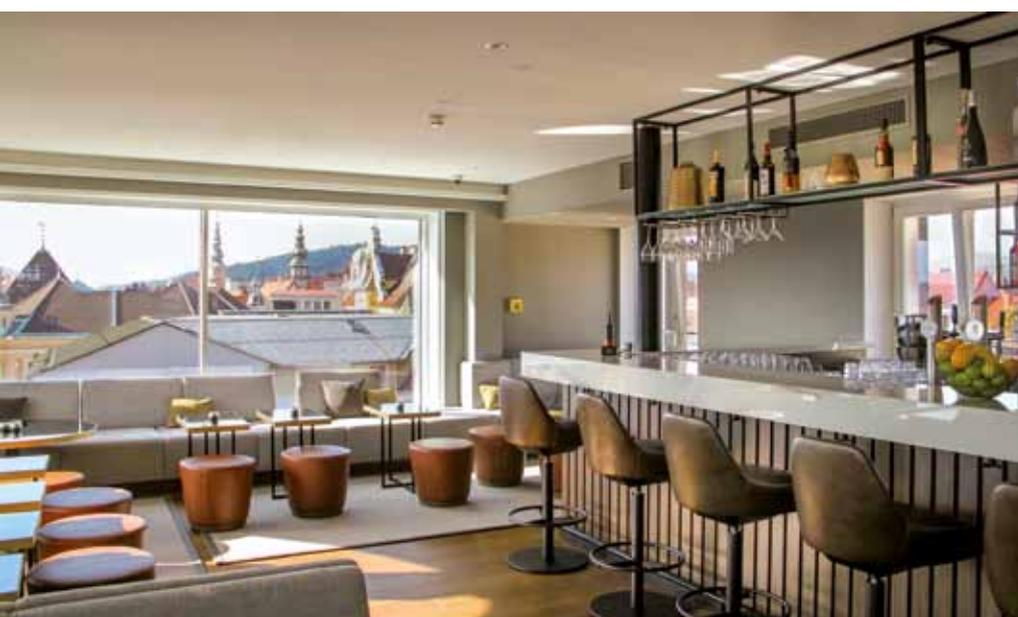
V.l.n.r.: Clemens Bohle, Andreas Wurbs,  
Leonhard Pranter, Gero Stephan

Fotos: © bootleggers

Lesen Sie weitere interessante Branchenberichte in unserem Online-Corona-Special



## NOVUM Hospitality eröffnet das Select Hotel Moser



Nach Abschluss der Generalsanierungs- und Umbauarbeiten öffnet das ehemalige Traditionshotel „Moser Verdino“ als Select Hotel Moser Verdino Klagenfurt in der Domgasse 2 erneut seine Türen.

# Der erste Controller, der in jedem Raum willkommen ist

Integrale Gebäudeautomationslösungen:  
z. B. mit dem BC9191

Das bereits im Jahr 1907 etablierte Haus in Klagenfurt verfügt über 120 Zimmer. Der erste, nun eröffnete Hotelabschnitt umfasst 80 Zimmer, weitere 40 sollen im Spätherbst 2020 folgen. Ein zusätzliches Highlight ist die Bar 19null7, die Gäste derzeit auf der 5. Etage empfängt. Im April dieses Jahres soll die dazugehörige Panoramadachterrasse als erste Rooftopbar Klagenfurts eingeweiht werden.

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



## Erste Rooftopbar Klagenfurts

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

[www.novum-hotels.com](http://www.novum-hotels.com)



## [www.beckhoff.at/building](http://www.beckhoff.at/building)

Der Raum-Controller BC9191 bündelt die Standardfunktionalitäten zur Einzelraumsteuerung in einer kompakten Bauform. Zentrale Informationen werden per Ethernet mit der übergeordneten PC-Ebene ausgetauscht. Damit ist der BC9191 ein exzellentes Beispiel für die integrale Gebäudeautomation von Beckhoff auf der Grundlage der offenen, PC-basierten Steuerungstechnik: Alle Gewerke werden von einer einheitlichen Hard- und Softwareplattform gesteuert, bestehend aus skalierbaren Steuerungen, passgenauen I/O-Lösungen und der Automatisierungssoftware TwinCAT. Durch die optimale Abstimmung aller Gewerke werden die Energieeinsparpotenziale über die Energieeffizienzklassen hinaus voll ausgeschöpft. Für alle Gewerke stehen vordefinierte Softwarebausteine zur Verfügung, die das Engineering enorm vereinfachen. Funktionserweiterungen oder -änderungen sind jederzeit möglich. Die Systemintegration erfolgt über die gängigen Kommunikationsstandards Ethernet, BACnet/IP, OPC UA oder Modbus TCP.

Die ganzheitliche Automatisierungslösung von Beckhoff:



Flexible Visualisierung/Bedienung



Skalierbare Steuerungstechnik, modulare I/O-Busklemmen



Modulare Software-Bibliotheken

# Seit 180 Jahren auf dem richtigen Kurs

Stolzes Hoteljubiläum im Bregenzerwald. Familie Metzlers Genießer-Romantik-Hotel „Das Schiff“ ist ein Paradebeispiel gewachsener alpiner Gastgeberkultur.

Was 1840 mit einer kleinen Landwirtschaft in Hittisau unweit der Dorfkirche begann, wuchs im Lauf des 20. Jahrhunderts zu einem mehr als schmucken Hotel mit Persönlichkeit, Charakter, behutsam integriertem Komfort sowie besonders stimmiger Atmosphäre. Die Entwicklung der letzten Jahrzehnte wurde seit den 1960er-Jahren ganz entscheidend von Erna Metzler geprägt. Die damals schon ringsherum „anerkannt gute Küche“ der

Autodidaktin am Herd machte „Das Schiff“ rasch zum Treffpunkt für Feinschmecker aus der ganzen Welt. 1993 erhielt sie die erste Gault-Millau-Haube, zehn Jahre später die zweite und legte somit den Grundstein für die Bregenzerwälder Gourmetküche. 2019 wurde Erna Metzler, nach der auch die hauseigene Ladenwirtschaft Ernele benannt ist, als „Vorarlberger Gastronomielegende“ ausgezeichnet.



## Vielseitiger Genuss

Das 4-Sterne-Hotel ist das ganze Jahr über ein Ort für feinsinnige Genießer und beeindruckt durch seine ruhige Lage mit unvergleichlichen Ausblicken in die Bergwelt. Suiten und Komfortzimmer laden ebenso zum Entspannen wie der moderne Wellnessbereich, u. a. mit beheiztem Außenpool, Saunen sowie Sole- und Kräuter-Dampfbad. Kurzentschlossene genießen noch die verträumte Winteridylle mit kleinem, feinem Skigebiet, gepflegten Winterwanderwegen und Loipen am Hotel. Ab Frühling eröffnet sich ein prächtiges Wander- und Radparadies, für Abwechslung sorgen nahe Golfplätze. Kulturliebhaber genießen Klassikfestivals (Schubertiade Schwarzenberg, alpen:arte, quarta) oder die Bregenzer Festspiele.

[www.schiff-hittisau.com](http://www.schiff-hittisau.com)



© Motel One

## Zwischen Tradition und Moderne

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

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

Das Haus verfügt über eine sogenannte „Radlstube“, in der private Meetings abgehalten oder in Ruhe gearbeitet werden kann. Inspiriert ist diese „Werkstatt“ vom wunderschönen Donauradweg, der sich herrschaftlich in das Gebäude integriert. Ein original Lobmeyer Kronleuchter bildet über der Workbench den edlen Kontrast zu der Graffiti-Kunst und den dekorativen Fahrrad-Elementen, bestehend aus Klingeln, Satteltaschen und Rädern. Das Hotel hat mit lokalen Künstlern zusammengearbeitet. Die Linzer Illustratorin katuschka zeigt dem Gast in ihren reduzierten Werken ihre ganz persönlichen Einblicke und Alltagsszenen ihrer Heimatstadt. Die Industrieschlote, die Donau und ihre Wellen und auch die drei bekannten Brücken der Stadt waren Inspiration für den österreichischen Streetartkünstler SKIRL. Seine Kunst macht auch die Zimmer zu etwas Besonderem: Auf einer überdimensionalen 17-Quadratmeter-Fläche gestaltete er ein Werk, das anschließend in 111 Stücke geteilt wurde. Nun schmückt jedes Zimmer ein Original-SKIRL. Die gemütlichen und extravaganten Stühle, Sessel und Sofas der beiden österreichischen Traditionsunternehmen Gebrüder Thonet Vienna und Wittmann schaffen ein ganz besonderes Ambiente. Für das Design der Zimmer wird unter anderem auf bequeme Boxspringbetten, „Mini Spa“ mit Raindance-Dusche und luxuriösen Handtüchern sowie einen LG 43" Smart-Fernseher gesetzt. Neu sind zudem dimmbare Artemide-Leuchten, die sowohl warmes Ambiente wie auch prägnantes Arbeitslicht schaffen.

[www.motel-one.com](http://www.motel-one.com)



# Betten & Co

Schöner  
wohnen

Ein Ambiente zum Wohlfühlen ist bei einem verwöhnten Gästeklientel immer en vogue. Höchste Qualität, Design und Funktionalität stehen dabei im Vordergrund.



© Mühlbacher

## SYMPHONIC lässt keine Wünsche offen



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

Dorfhotel Fasching, Fischbach



© Gustav Willeit | DAS EDELWEISS

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

### Optimaler Schlaf

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

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

### Der Premiumausstatter

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

### Für Individualisten

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

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



## Der verlässliche Partner für die Hotellerie

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



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

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

## Präzise Handarbeit und individuelle Anfertigung

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

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

## Form, Funktion, Designsprache

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

## Besonderes Know-how im Bereich Schlafen

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

## Das Umweltbewusstsein

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

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

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





## Kompetenz als roter Faden

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



Hinter dem Unternehmen Luxury Weaving steht der erfahrene Web- und Textiltechniker Thomas Pfleger. Mit seinem umfassenden Know-how ist er in der Branche bekannt für die exzellente Umsetzung anspruchsvoller Webtechniken und individueller Sonderwünsche.

Mit viel Geschick und Gespür erweckt Thomas Pfleger historische Muster zum Leben, setzt selbst die ungewöhnlichsten Vorstellungen seiner Kunden in Webstoffe um und entwickelt zudem eine hochwertige eigene Kollektion unter dem Label Pfleger Luxury Weaving.

Liebert's Kulinarium

## Tradition und moderne Technik

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

Gefertigt wird mit eigenen Spezialgarnen. Gefärbt wird auf höchster Stufe metallfrei (Babyklasse 1). Zudem ist die Weberei GOTS-zertifiziert. Dieses Siegel steht weltweit für Umwelt- und Sozialverträglichkeit in Sachen Textil und setzt höchste Maßstäbe. Kein Wunder also, dass das norwegische Königshaus ebenso zu den Kunden gehört wie führende Restaurants und erstklassige Hotels in Österreich und der Schweiz.

## Die hauseigene Kollektion

Bettwäsche, Tischwäsche, Badetücher und Vorhänge sind vor allem geprägt von Wohlgefühl: Die gewebten Designerstücke überzeugen sowohl optisch als auch mit ihrer angenehmen Haptik. Abgerundet wird die Kollektion durch Dekorstoffe, Decken und speziell gefertigte Kissen. Neben den Standard-

größen werden natürlich auch individuelle Maße angefertigt. Decken und Kissen aus reiner Baumwolle erhalten durch die speziell entwickelte Ausrüstung einen besonders weichen und wolligen Griff. Hochwertige Materialien, ausgetüftelte Technik, immer wieder Neues: Für medizinische Matten experimentiert Thomas Pfleger mit einem Stoff, in den er feine Kupferfäden einwebt, die mit Strom den Körper stimulieren. Für einen Berliner Künstler webt er Aquarellbilder nach, und für Wellnessbetriebe hat er Frottier mit Hanf entwickelt, das einen sanften Peelingeffekt besitzt. Luxury Weaving bietet eben besondere Stoffe – gewebt mit Leidenschaft.

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



Restaurant Lisl Wagner-Bacher

**AUS-  
(HECKEN?)**

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

**SICHER NICHT!**



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



Joka: Doppelliege Time

## Innovative Einrichtungskonzepte

Regionale Wertschöpfung, Nachhaltigkeit, geprüfte Qualität sind auch bei Möbeln en vogue. Auch heuer sind wieder einige Trends zu beobachten.

Zum Megatrend Gesundheit gehört auch der hohe Stellenwert, den das Thema „guter Schlaf“ einnimmt. Dabei geht es in erster Linie um hochwertige Betten und ergonomische Schlafsysteme, die für eine erholsame Nachtruhe sorgen – aber auch

um eine ganzheitliche Schlafzimmereinrichtung. Das Individuum braucht immer mehr Rückzugsräume, und so wird das Schlafzimmer – in Kombination mit dem Bad – zu einem privaten Backstage-Bereich.

Frankfurter Messe



Frankfurter Messe/Werner Vos GmbH/Jacq. Luc. Valentin

ADA AUSTRIA: Premium Sofa Wales





Wittmann: Vuelta FD Chair

## Das Schlafzimmer als Wohlfühlort

Für diese persönliche Wohlfühloase benötigt man Einrichtungslösungen, die exakt auf die individuellen Bedürfnisse zugeschnitten sind. Möbel und Materialien mit angenehmer Haptik spielen in diesem Wohnbereich eine besonders wichtige Rolle. Zu den Wohlfühlmöbeln für das Schlafzimmer zählen auch Boxspringbetten, die mit Komfort punkten. Gefragt sind außerdem Möbelstücke, die den Raum mit zusätzlichen Funktionen aufladen: So bietet das neue, wohnliche Schlafzimmer auch Platz für eine Sitzecke mit Sessel, einen Schminktisch oder ein kleines Homeoffice. Früher wurde das Schlafgemach nur nachts zum Schlafen genutzt – doch diese Zeiten sind vorbei. Dank der hohen Aufenthaltsqualität und ausgeprägten Wohnlichkeit lädt das Schlafzimmer nun zum längeren Verweilen ein.

Hochwertige Möbel, speziell aus Österreich, zeichnen sich durch bleibende Werte, geprüfte Qualität und beste Materialien aus. Ökologisch, wohngesund und mit smarten Funktion versehen müssen 2020 alle Produkte mit einer versierten Kombination aus Handwerk und Hightech überzeugen.

## Die zarteste Versuchung

Polsterstoffe für Stühle, Sofas, Sessel, Vorhänge und Teppiche, Bettwäsche, aber auch Wandfarben und Lacke schmücken sich in feinem Blush: zarten Rosa- und Rot-Nuancen, zwischen Orange und erwachsenem Altrosa. Dabei hat die neue Farbe nichts übertrieben Süßliches. Weniger Barbie, mehr abgetöntes Pastell. Blush

verträgt sich bestens mit Grautönen. Mit Terrakotta wirkt der Ton modern, mit Schwarz und Metallakzenten wie Messing oder Kupfer edel und warm. Ein nordisch klares Wohnbild ergibt eine Kombination mit hellem Holz.

## Alles ist möglich

Man setzt ebenfalls konsequent auf den Indoor- sowie Outdoor-Trend der letzten zwei bis drei Jahre, der ungebrochen anhält: Indoor goes Outdoor – und umgekehrt. Ist doch eigentlich echt praktisch, wenn Outdoor-Sofa, Lounge-Chair oder allerlei Textilien so wohnlich gestaltet sind, dass sie einen winterlichen Teilzeit-Job als Drinnen-Möbel oder -Accessoires absolvieren können.

Ob an Wänden, Möbeln oder Accessoires – Pastellfarben führen auch 2020 die Wohntrends an. Dabei liegt ein besonderes Augenmerk auf den Möbeln, die in Altrosa, Mintgrün oder Eierschalengelb designt wurden. Samt gibt Polstermöbeln seit einigen Jahren wieder einen gediegenen Touch und kann in Kombination mit Marmor oder Messing recht hochherrschaftlich aussehen. Runde, ovale und fließende Designs zeigen sich immer häufiger an Polstermöbeln und ersetzen so die klassisch eckigen Designs. Der Vorteil: Die organischen Formen verströmen eine angenehme Ruhe, was insbesondere durch erdige Farbtöne verstärkt wird. Dekoriert werden entsprechende Möbelstücke, wie Sofas und Sessel, am besten mit ebenso organisch anmutenden Accessoires wie Lampen, Vasen und anderen Deko-Artikeln.

Sedda: Modell Prince Grado Tanne



Frankfurter Messe





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

## Individualität pur mit Jasba-Fliesen



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

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

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

## Urbane „Wohnzimmer“ mit Top-Ausstattung

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

## Gestalterische Freiräume

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

## Lässiges Wohnambiente

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



Agrob Buchtal GmbH (Nicole Zimmermann, Hensberg)

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

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

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

[www.agrob-buchtal.de](http://www.agrob-buchtal.de)



Jasba Mosaik GmbH (Nicole Zimmermann, Hensberg)



**Autor:**  
Thomas Reisen Zahn

# Der Hotel-CEO der Zukunft

Die Anforderungen an einen zukunftsfiten Hotelmanager haben sich maßgeblich verändert. Effiziente Mitarbeiterführung und gelungene Zusammenarbeit sind zukünftig strategische Erfolgsfaktoren.

Der Job eines touristischen CEO ist anspruchsvoller geworden, gleichzeitig ist Bescheidenheit auf die eigene Person gefragt. Während es früher einen Hang zum Personenkult gab, gilt es heute, als CEO in den Hintergrund zu rücken – die Erwartungshaltung von schnellen Erfolgen ist dabei unverändert geblieben.

Eine weitere Herausforderung ist die Generationenvielfalt am Arbeitsmarkt: Gekürzte Ausbildungszeiten und die Erhöhung des Pensionsantrittsalters führen zu erheblich längeren Erwerbszeiten. Die Folge davon ist, dass mittlerweile bis zu fünf Generationen gleichzeitig am Arbeitsmarkt tätig sind. Dies erfordert von Führungskräften, dass sie die Werte, Einstellungen und Erwartungshaltungen jeder Generation kennen und entsprechend reagieren.

## Welche Kompetenzen sind gefragt?

Erfolgreiche Hotelmanager der Zukunft müssen Führungsqualitäten aufweisen und auf Veränderungen in unserer schnelllebigen Welt reagieren können. CEOs sollten sich auf das fokussieren, was sie am besten können, und alles andere delegieren. Das Finden der Balance zwischen Conversion-Optimierung und Gästezufriedenheit gilt als eines der Erfolgsgeheimnisse. Hinter den Kulissen müssen Netzwerke und Kooperationen gefördert und Teams richtig und zielorientiert zusammengestellt und motiviert werden.

Gerade die vielumworbene Generation Y verlangt von Führungskräften im Tourismus eine außerordentliche kommunikative Fähigkeit. Sie müssen in der Lage sein, Visionen und Ideen mit dem Team zu kommunizieren, zuhören zu können, die Mitarbeiter zu verstehen sowie für jeden einzelnen die richtige Gesprächsbasis finden. Nur eine Führungskraft, die mit den Mitarbeitern interagieren kann, ist eine effektive Führungskraft.

## Auf drei Wissensbereiche kommt es an

Die Kompetenzen eines CEO der Zukunft (Hoteldirektor bzw. General Manager) lassen sich auf folgende drei Wissensbereiche unterteilen:

- 1/3 touristisches Branchenwissen:  
Das Wissen über die klassischen Abläufe in der Hotellerie bleibt ein wichtiger Bereich, wenngleich dies allein nicht mehr reicht, um ein Hotel erfolgreich zu führen.
- 1/3 Transformationswissen:  
Der Hoteldirektor von morgen braucht eine generalistische Grundkompetenz. Integrative Tourismuszukunftsforschung sowie Umsetzung und Analysefähigkeit von neuen Rahmenbedingungen (z. B. neues Arbeitszeitgesetz vs. Kollektivvertrag) bilden einen wichtigen Kompetenzbereich.
- 1/3 digitales Wissen:  
In der digitalen Tourismuswelt bleibt kein Stein auf dem anderen. Das Wissen

rund um neue Tools und Entwicklungen bildet den Grundstock für die erfolgreiche Führung eines Hotels.

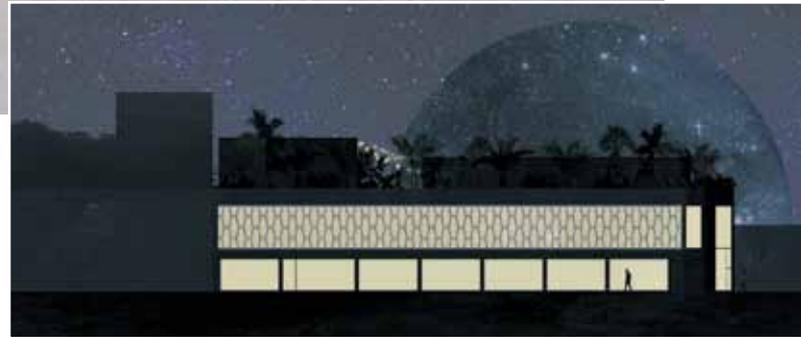
Der CEO der Zukunft wird Haltung, Werte und Einstellungen hochhalten und vor allem auch Visionen entwickeln und vermitteln können.

- Ein guter Hotelmanager investiert mindestens fünf Tage pro Jahr in die eigene Weiterbildung.
- Es zeugt von Managementqualität, auch kurzfristig erreichbar zu sein und wichtige Aufgaben delegieren zu können.
- Ein guter Hotelmanager liefert regelmäßig und konstruktiv kritische Vorschläge.
- Zielvereinbarungen, Potenzialbeurteilungen und Hotelbenchmarks sind für gute Manager Herausforderung und Erkenntnis.
- Ein guter Hotelmanager kennt den Markt und die touristischen Mitbewerber. Er denkt in schwierigen Situationen nicht nur an Kostenreduktionen, sondern vor allem an Chancen und Innovationen und versucht das Humankapital zu erhalten und zu fördern.
- Wer alle ein bis zwei Jahre Job wechselt, hat die langfristige Wirkung seiner Aktivitäten noch nie unter Beweis gestellt. Seine Stabilität für den aktuellen Job ist zu hinterfragen.
- Ein guter Hotelmanager bildet Nachwuchskräfte aus.



# Rezepte für nachhaltiges Restaurantdesign

## FOLGE 2



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

Text: Mag. Arch. Christian Prasser

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

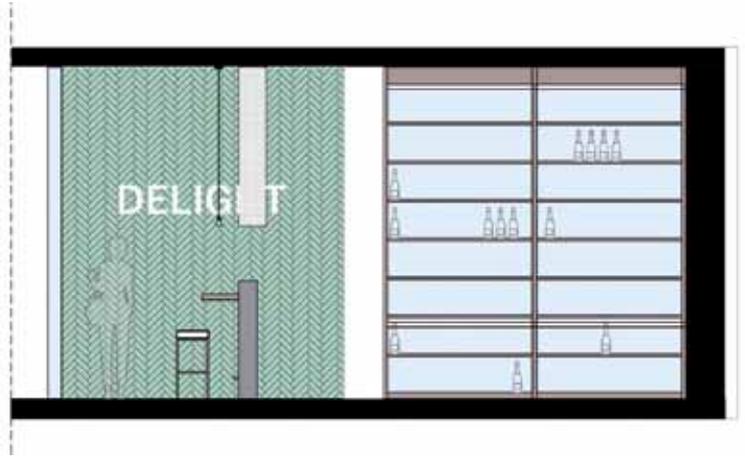
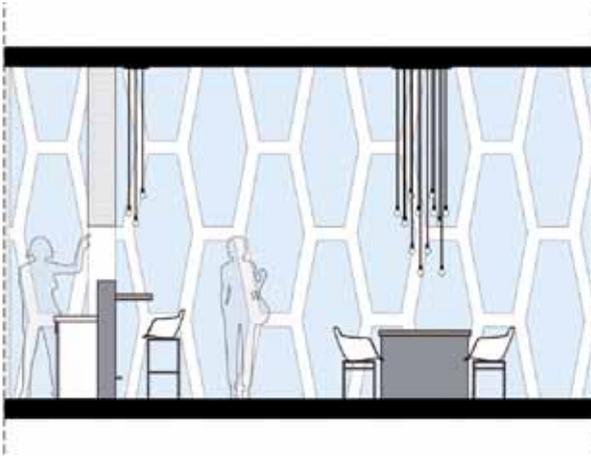
Wir öffnen das Erdgeschoss als Food Hall und erhalten die Struktur im Obergeschoss für eine Restaurantzone mit Urban Gardening am Dach. Welche Bezüge lassen sich aus der Synergie der drei Ebenen entwickeln und was sind die Restaurantkonzepte der Zukunft?

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

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

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





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

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

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

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

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

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





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

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

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

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



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

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



### Leitung

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

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

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



# Summerfeeling



Damit Sie auch diesen Sommer wieder kraftvoll genießen können.



### Gehaltvoll

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

### Jederzeit genießen

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





### Lillet Summer Sommerfeeling

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

### Japanese Spirits

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



### Premium-Gin

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



### Mexikos Sonne

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

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

### Low & No Alcohol

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



**SEI OFFEN FÜR**

**ABWECHSLUNG**

**Zipfer**

**HOPS**  
ZITRONE  
0,0%  
Hopfenlimonade

**HOPS**  
BITTER ORANGE  
0,0%  
Hopfenlimonade

**HOPS**  
MARACUJA  
0,0%  
Hopfenlimonade

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

# Wie man 2020 grillt

## Der Trend der kommenden Saison:

# ERST GRILLEN – DANN GLÄNZEN!

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

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

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

### DAS BESTE KOMMT ZUM SCHLUSS

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

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

#### TIPPS für besondere Geschmackserlebnisse nach dem Motto „Marinieren danach“

- **CHICKEN FINEST:** WIBERG Grill-Brasil plus Erdnuss-Öl für fruchtig-scharfe Hühnerbrüste, Chickenwings und Drumsticks.  
WIBERG PRODUKTE: Grill Brasil, Erdnuss-Öl
- **THE FISHY ONE:** WIBERG Zitronen-Pfeffer und Ursalz pur fein plus Basilikum-Öl für maritimen Grillgenuss von Fisch, Garnelen und Calamari.  
WIBERG PRODUKTE: Zitronen-Pfeffer, Ursalz pur fein, Basilikum-Öl
- **VEGGIE POWER:** WIBERG Italia, Ursalz pur fein plus Zitrus-Öl für Paprika, Zucchini, Auberginen, Zwiebeln und Tomaten.  
WIBERG PRODUKTE: ITALIA Gewürzzubereitung, Ursalz pur fein, Zitrus-Öl

Weitere Rezeptideen finden sie auf [www.wiberg.eu/rezepte](http://www.wiberg.eu/rezepte)



# Transgourmet forciert Fleisch aus Österreich

Transgourmet, der heimische Marktführer im Bereich Gastronomie-Großhandel, bietet mit mehr als 1.400 Fleisch- und Geflügelprodukten und rund 1.000 Wurst- und Selchwarenartikel das umfangreichste Sortiment der Branche an.

„Wir arbeiten partnerschaftlich mit 40 heimischen Lieferanten zusammen und möchten das Bewusstsein für heimische, regionale Qualität dezidiert steigern“, erklären Thomas Panholzer, Geschäftsführer Transgourmet, und Manuel Hofer, Geschäftsführer TOP-TEAM Zentraleinkauf unisono. Bei Rindfleisch liegt der „rot-weiß-rote“ Anteil schon bei 70 %, besonders im Bereich Schweinefleisch identifiziert der Händler „sehr großes Potenzial für österreichische Produkte“, werden doch aktuell aufgrund der großen Nachfrage nach günstigen Produkten sehr viele Teile importiert.

Gelingen soll das unter anderem durch die Kooperation mit dem Verein „Land schafft Leben“ und intensiver Aufklärungsarbeit über die Vorzüge heimischer Produkte. „Naturgemäß müssen wir ein breites Angebot in allen Preis- und Qualitätsstufen im Sortiment abbilden, gerade bei unseren boomenden Eigenmarken – wo wir die gesamte Wertschöpfungskette aktiv mitgestalten können – setzen wir auf österreichische Qualität“, so Panholzer und Hofer. Sie wollen verstärkt die Themenbereiche Tierwohl, Herkunft und Verarbeitung in den Vordergrund rücken. Schon jetzt ist Transgourmet bei Fleischprodukten Branchenführer in den Bereichen Bio und Nachhaltigkeit. „Nur wenn Gäste bewusst heimische Qualität nachfragen, verschwinden Billigstimporte“, so Panholzer, der weiß, dass „alle an einem Strang ziehen müssen, um eine nachhaltige Veränderung herbeizuführen“.

## Breitestes Angebot

In den neun Transgourmet- und vier Transgourmet-Cash-&-Carry-Standorten werden pro Jahr mehr als 11.000 Tonnen Fleisch und 5.600 Tonnen Wurst- und Selchwaren verkauft. Die Eigenmarken machen bereits rund ein Drittel der Verkaufsmenge – in Summe also 3,5 Mio. Kilogramm Fleisch – aus. Führend dabei ist die Eigenmarke Quality: Die 200 Produkte stammen zu 100 % aus Österreich und tragen das AMA-Gütesiegel, das bestätigt, dass



die Tiere von der Geburt über die Mast bis hin zur Schlachtung „echte Österreicher“ sind. Das Engagement für die heimische Landwirtschaft und das Bekenntnis zu heimischer Ware umfasst bei Transgourmet – anders als im Branchenvergleich üblich – auch das Preis-Einstiegs-Segment: „Wir sind besonders stolz darauf, dass auch unsere Preis-Einstiegsprodukte im Rindfleischbereich unter Transgourmet Economy aktuell zu 100 % aus Österreich kommen“, weiß Thomas Panholzer um die Alleinstellung.

Transgourmet setzt auf Wissensvermittlung, u. a. von Fleisch-Sommeliers. Florian Peham stellt dieses den Gastrokunden zur Verfügung: „Als Category Manager und Berater setze ich mich dafür ein, österreichisches Fleisch und die entsprechenden Vorzüge so zu transportieren, dass alle Protagonisten der Wertschöpfungskette von Bauern über Produzenten bis hin zu Gastronomen und Händlern davon profitieren.“

V.l.n.r.: Manuel Hofer, Geschäftsführer TOP-TEAM Zentraleinkauf, Bergbauer Hannes Royer vom Verein „Land schafft Leben“, Thomas Panholzer, Geschäftsführer Transgourmet



Fotograf Bernhard Schramm © Transgourmet Österreich



Moving Mountains Burger



Metro © Jan Zandbergen



Coupteller von Tafelstern

## Alles für den Grill

Metro bietet für die kommende Sommersaison ein erweitertes Grillsortiment mit vielen trendigen Neuprodukten.

Rechtzeitig zu Frühlingsbeginn hat Metro das umfangreiche Grill-Sortiment um viele weitere kreative und moderne Produkte ergänzt. Neu im Angebot sind zum Beispiel schwarze, rote und gelbe Brioche Burger Buns, Pulled Pork- und Pulled Chicken Burger sowie hochwertige Fleisch-Patties: ob Black Angus Beef, Wagyu Kobe Style, Charolais Beef, Bison Beef oder Porco Iberico.

Auch die vegane Burger-Range ist weiter gewachsen. Nach dem The Beyond Burger und der The Beyond Sausage gibt es als fleischfreie Alternativen bei Metro jetzt auch den Incredible Burger und Moving Mountains Burger sowie die Moving Mountains Sausage.

### Frischer Fisch

Seit 1998 widmet sich Metro mit großem Engagement dem Thema Frischfisch und versorgt die Küchenprofis mit Fisch und Meeresfrüchten aus heimischen Gewässern und fernen Meeren.

Bei den Salzwasserfischen zeigt sich eine verstärkte Nachfrage nach ganzen Fischen. Beliebt sind vor allem der ganze Segelfisch und Schwertfisch. Ebenfalls im Trend liegen Lachs und Lachsfilet aus Island.

Eine exklusive Neuheit bei Metro (erhältlich in den Märkten Salzburg, Innsbruck & Dornbirn) sind außerdem die fangfrischen „Alpengarnelen“. Die Aufzucht befindet sich in Hall in Tirol, wo die Alpengarnelen in reinem Tiroler Quellwasser heranwachsen, ganz ohne chemische Zusätze und frei von Antibiotika.

### Multitalent

Weber bringt mit SmokeFire seinen ersten Holzpellet-Grill auf den Markt. Der innovative Grill-Allrounder wurde in Zusammenarbeit mit etlichen Grillmeistern entwickelt und soll zeigen, welches kulinarische Potenzial das Grillen mit Pellets

bietet. Mit dem SmokeFire ist bei präzisen Temperaturen zwischen 95 und 315 °C das „low and slow“-Grillen ebenso möglich wie das Searen von Steaks. Mit diesen Eigenschaften und der charakteristischen Porzellan-Email-Konstruktion garantiert Weber Grillgenuss auf höchster Stufe.

### Das Auge isst mit

Grillen kann wahrscheinlich jeder – aber seinen Gästen das Besondere bieten, das gelingt nur den Könnern der Szene. Sie verstehen es, neben den bekannten Klassikern auch angesagte Köstlichkeiten zu kredenzen, die sinnliche Hochgenüsse versprechen. Ein Burger mit gegrillten Feigen zum Beispiel kommt wunderbar auf dem Coupteller von Tafelstern mit spannendem Dekor in Blau zur Geltung – ein lebendiges Farbzusammenspiel ist garantiert.



# ERST GRILLEN, DANN GLÄNZEN

# WIBERG



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

# Pacossieren® in 3D – eine kulinarische Weltneuheit

Einem Gericht ganz besondere Akzente verleihen, die eigene Handschrift unverkennbar einfließen lassen und damit das perfekte Signature Dish kreieren. Der neue Pacojet 3D lässt dies auf Knopfdruck wahr werden.

Die neueste Generation der Pacojet-Modellfamilie ermöglicht zum ersten Mal individuelle Abstufungen bei der Wahl der Pacossier®-Intensität. Die Pacossier®-Intensität kann verändert und das Mundgefühl, die Struktur und das Aroma einer tiefgefrorenen Rezeptur in absoluter Präzision herausgearbeitet werden.

## Aufbruch in neue Dimensionen

Ausgehend vom bewährten Pacossier®-Standard lässt sich die Pacossier®-Intensität beim Pacojet 3D auf einer Skala von -2 bis +2 einstellen. Anspruchsvollste Zubereitungen, wie beispielsweise Pralinenfüllungen, können weiter perfektioniert und Aromen, Struktur sowie Mundgefühl zu unvergesslichen Genusskompositionen herausgearbeitet werden. Je nach individuellen Vorstellungen wird dieselbe Mangorezeptur einfach durch die Wahl der Pacossier®-Intensität zu einem cremigen Sorbet oder einem filigranen Granité verarbeitet.

## Signature Dishes auf Knopfdruck

Köche können sich – ausgehend von derselben Rezeptur – durch Veränderung der Pacossier®-Intensität dem gewünschten Ergebnis annähern und dabei viel Zeit bei der Perfektionierung ihres Signature Dishes sparen.

Auch beim Einsatz des Pacojet Coupe Set PLUS zum Hacken oder Kuttern nicht gefrorener Lebensmittel kann – zusätzlich zur Standardeinstellung – zwischen den Verarbeitungsstufen -1 und +1 gewählt werden. Dadurch lässt sich zum Beispiel Gemüse in nur einer Minute noch feiner hacken oder die perfekte Schnittgröße von Tatar hygienisch und ohne Temperaturveränderung erzielen.

Hat der Koch seine Rezeptentwicklung vollendet und sind die Grundeinstellungen für die Pacojet-Zubereitung definiert, so können die Einstellungen auf der neu entwickelten Pacojet App gespeichert und jederzeit über Bluetooth an den Pacojet 3D gesendet werden. In der neuen Welt der digitalen Rezeptverwaltung mit der Pacojet App können Köche eigene Rezepte anlegen, sich Inspirationen durch viele angebotene Pacojet-Rezepte holen

und wertvolle Tipps und Tricks finden. Zusätzlich erhalten sie Zugang zur Pacojet Community, die den gegenseitigen Austausch von Rezepten ermöglicht. Außerdem unterstützt die Pacojet App beim effizienten Pacossier®-Bechermanagement, indem sie einen Überblick über Inhalt und Menge der eingelagerten Pacossier®-Becher gibt und an Verfallsdaten oder das Saisonende erinnert. Mit diesem Hilfsmittel für einen optimalen Wareneinsatz kann der moderne Koch Food-Waste noch besser vermeiden. Der Pacojet 3D ist voraussichtlich ab Mai 2020 im Handel verfügbar.



Fotos: © Pacojet AG

## Das nächste Mal bleib ich daheim. Umweltbewusstsein im Gepäck

Claudia Endrich

Neue Welten & Kulturen entdecken, sich weiterentwickeln, das Gefühl von Freiheit & Individualität – Reisen ist was Wunderbares. Claudia ist nichts lieber als unterwegs, regelmäßig packt sie mit Begeisterung ihren Rucksack und stürzt sich ins nächste Reiseabenteuer. Doch diesmal wird alles anders ... Claudia Endrich lässt in ihrem Buch ihre eigenen, oft stereotypen Reiseerfahrungen Revue passieren. Sie nimmt Reisende und deren Motivation genau unter die Lupe, um mehr als ein fades „Travelling is so awesome!“ herauszubekommen und schließlich auch, um sich selbst in vielen von ihnen wiederzufinden.

Paperback, 240 Seiten, 20,00 €, ISBN 978-3-99065-027-1, Edition Atelier



## 500 Zugreisen – Legendäre Eisenbahnfahrten weltweit

Sarah Baxter

Dieses Buch führt den Leser vorbei an antiken Monumenten, durch atemberaubende Landschaften, auf die Spuren berühmter Entdecker oder entlang der Wolkenkratzer der Megastädte – und durch die Geschichte der Welt und der Menschheit. Von kurzen Spritztouren bis hin zu ausgedehnten Reisen über Kontinente hinweg, bietet es nicht nur fabelhafte Bahnfahrten, sondern auch einen Blick auf einzigartige geologische Formationen und historische Stätten.

Klappenbroschur, 17,0 x 22,7 cm, 400 Seiten, 120 farbigen Abbildungen und 91 Karten, 32,00 €, ISBN 978-3-95728-225-5, Knesebeck

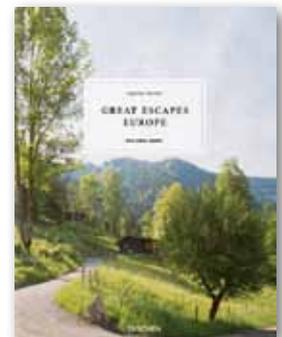


## Great Escapes Europe

The Hotel Book, Angelika Taschen

Von antiken Weltwundern über weltbekannte Metropolen bis zu winzigen Örtchen steckt Europa voller faszinierender Reiseziele und gleicht seine geringe Größe durch kulturelle Vielfalt aus, die von künstlerischen Meisterwerken und architektonischen Wundern bis zu prachtvollen Landschaften reichen. Dieses Buch präsentiert eine sorgfältig kuratierte Auswahl einzigartiger Hotels und stimmungsvoller Pensionen quer durch unseren wunderschönen Kontinent.

Hardcover, 23,8 x 30,2 cm, 360 Seiten, mehrsprachige Ausgabe: Deutsch, Englisch, Französisch, 40,00 €, ISBN 978-3-8365-7807-3, Taschen

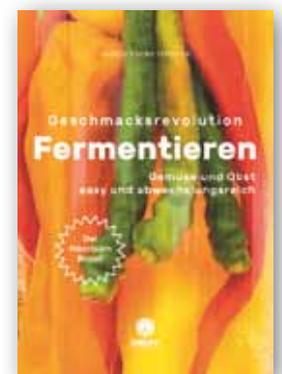


## Geschmacksrevolution Fermentieren

Ingrid Palmethofer

Die Autorin ist Österreichs leidenschaftlichste „Fermentista“, in ihrer „School of Fermentation“ berät sie Spitzenköche und entwickelt laufend neue Techniken und Rezepte, die weit über die bekannten und traditionellen Sauergemüse hinausgehen. Dabei hüpfen nicht nur die Geschmacksknospen, sondern auch die gesunden Darmbakterien vor Freude. Lassen Sie sich von über 60 Rezepten aus allen Jahreszeiten, vielen praktischen Tipps und einem deutlichen Mehr an Vitalität, Wohlbefinden und Gesundheit überzeugen!

Hardcover, 19 x 24,5 cm, 160 Seiten, 25,00 €, ISBN 978-3-7088-0780-5, Kneipp Verlag



## Tischkultur des Jahres

Björn Kroner & Olaf Salié (Hrsg.)

Der Dineus-Award geht in eine neue Runde. Zum großen Preis der Tischkultur erscheint nun zum zweiten Mal das Jahrbuch, das alle Preisträger vorstellt. Produktinformationen, Material, Herstellung und das Unternehmen dahinter werden porträtiert und inspirierende Ideen zur Tischdekoration gegeben. Gespickt ist das Jahrbuch mit redaktionellen Beiträgen zu Trends und Innovationen der Tableware-Branche. Dieses Jahr neu: Starkoch Mario Gamba präsentiert 30 seiner mediterranen Rezepte auf den preisgekrönten Produkten.

Gebunden, 184 Seiten, 39,95 €, ISBN 978-3-7667-2457-1, Callwey





# Flexibilität in der Oberklasse

In der GIGA X3c/X3 vereinen sich die modernsten JURA-Technologien auf kleinem Raum. Das macht sie zum professionellen Vollautomaten der neuesten Generation, der in allen Belangen brilliert.



Ein komplett neues Innenleben macht die GIGA X3c/X3 robuster, effizienter, intelligenter und noch leichter servierbar. Der Kombiauslauf ist komplett auf die Bedürfnisse und Anforderungen im Professional-Bereich ausgerichtet. Die geschirrspülertaugliche Restwasserschale lässt sich ganz einfach mit nur einer Hand entnehmen und leeren. Das Touch-Display erlaubt intuitive, simple Bedienung und ermöglicht größtmögliche Flexibilität.

Mit der GIGA X3c/X3 beweist JURA eindrucklich Schweizer Innovationskraft und Professionalität bis ins kleinste Detail. Überall, wo Kapazitäten bis zu 150 Tassen an der Tagesordnung sind, überzeugt sie mit Qualität, Funktionalität und Zuverlässig-

keit. Gepaart mit Höchstleistung in allen Belangen resultiert ein Hightech-Vollautomat, der ideal auf die Anforderungen von Großbüros, dem Frühstücks-, Seminar- und Tagungsbereich sowie Selbstbedienungszonen zugeschnitten ist.

## Modernste Technologien für perfekten Genuss

Die GIGA X3c/X3 hat's in sich: Das Hochleistungs-Keramik-scheibenmahlwerk liefert zuverlässig über Jahre eine präzise, konstant gleichmäßige Mahlung. Dafür sorgt eine Top-Innovation: A.G.A.® (Automatic Grinder Adjustment) – die elektronisch ge-

steuerte, automatische Nachjustierung. Der Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.®) optimiert die Extraktionszeit für kurze Spezialitäten, und CLARIS Pro Smart in Kombination mit dem Intelligent Water System (I.W.S.®) liefert perfekte Wasserqualität für puren Geschmack.

Die GIGA X3c/X3 verfügt über einen durchdacht konstruierten höhenverstellbaren Kombiauslauf, der mit Milch und Milchschaum verfeinerte Trendspezialitäten dank Feinschaum-Technologie in Vollendung gelingen lässt. Der Aufwand für Nachfüllarbeiten beschränkt sich dank des großen Bohnenbehälters mit 1 kg Fassungsvermögen und Aromaschutzdeckel auf ein Minimum. Ferner sorgt die hohe Kapazität von Wassertank, Restwasserschale sowie Kaffeesatzbehälter für maximale Autonomie. Dadurch eignet sich die GIGA X3 auch hervorragend für den mobilen Einsatz.

Die Bedienung über das prägnante, 4,3" große, hochauflösende Touchscreen-Farbdisplay präsentiert sich vollkommen intuitiv. Klar verständliche, moderne Grafiken führen selbst ungeübte

Benutzer. Die geschirrspülertaugliche Restwasserschale lässt sich mit nur einer Hand entnehmen, leeren und wieder einsetzen. Dabei verhindert der optimal gelegte Schwerpunkt ein Überschwappen. Einfach, sauber, schnell, bequem – der 5-Sterne-Gedanke reicht bis ins kleinste Detail.

## TÜV-zertifizierte Hygienegarantie

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

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

### Vorzüge

4.3" Touchscreen-Farbdisplay:  
Einfachste Bedienung, Pflege und Individualisierung dank visueller Bedienerführung

Präzisions-Keramikscheibenmahlwerk mit Automatic Grinder Adjustment (A.G.A.®):  
Über Jahre konstant präzise Mahlresultate dank automatischer Nachjustierung.

Speed-Funktion dank zusätzlichem Heißwasser-Bypass:  
Perfekte, aromatische, hervorragend bekömmliche Lungos in Rekordzeit

2 Thermoblöcke und 2 Pumpen:  
Perfekter Caffè Latte durch paralleles Einfließen von Kaffee und Milch

32 verschiedene Spezialitäten programmierbar:  
Spezialitätenvielfalt auf Knopfdruck, Genuss ganz nach individuellem Geschmack

Automatische Milchsystemreinigung:  
Sauberkeit und TÜV-geprüfte Hygiene auf Knopfdruck

Sound Design:  
Maximale Performanz bei minimaler Geräuschimmission

Puls-Extraktionsprozess (P.E.P.®):  
Auch kurze Spezialitäten in Kaffeebar-Qualität dank optimierter Extraktionszeit





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

## Messe der Superlative

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

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



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

### Olympisches Gold

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

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

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

## Hotel der Zukunft

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

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



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

## Outdoor-Trends

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

## Weinraritäten aus Österreich

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

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





## Die Ambiente 2020



Erstmals eröffnete die Ambiente eine eigenständige Halle für die Hotel-, Restaurant- & Catering-Branche und steigerte damit 2020 ihre Gesamtanzahl an HoReCa-Anbietern auf rund 650 Aussteller.

In der neuen Halle 6.0 präsentierten Marken aus 23 Nationen ihre neusten Kollektionen und boten Insights in die globale Hospitality-Branche. Das positive Feedback zeigte: Die Ambiente hat sich fest als internationale Front-of-House-Plattform etabliert.

Zukunftsweisend zeigte sich die Ambiente mit dem Ausbau des Dining-Bereichs um eine eigenständige Plattform für die Hotel-, Restaurant- und Catering-Branche. Vor dem Hintergrund des weltweit wachsenden Marktes bot die 2020 neu eingerichtete

Halle 6.0 eine perfekte Anlaufstelle für nationale und internationale Entscheider im Hospitality-Segment – darunter Hotelketten, Restaurantbesitzer, Cateringunternehmen, Cruiselines und Airlines. Die Einbindung des spezialisierten HoReCa-Angebots in die weltgrößte Konsumgütermesse bot den Einkäufern zudem die einzigartige Chance, über das Angebot von Tisch und Küche hinaus aktuelle Lifestyle-Kollektionen in den Living- und Giving-Hallen zu ordern.

„Wir können weltweit tatsächlich von einem Hospitality-Boom sprechen. Dieses Potenzial haben wir als Messeveranstalter bereits vor einigen Jahren erkannt und ich freue mich sehr, dass die Ambiente mit der Eröffnung der neuen HoReCa-Halle 6.0 mehr denn je als führende internationale Plattform für Front of House wahrgenommen wurde“, so Nicolette Naumann, Vice President Ambiente.

## Trends 2020

Die Ambiente 2020 bot HoReCa-Besuchern die globalen Antworten auf die Front-of-House-Trends von morgen. Den Trend zu gesunder Ernährung, der sich in Hotels zunehmend im Frühstücksbuffet in Form von frisch zubereiteten Säften, Smoothies und Saftmixern niederschlägt, wurde zum Beispiel mit einem Buffet aus Teakholz aufgegriffen – ein Material, dessen natürliche Eigenschaften das Arrangement resistent gegen schädliche Substanzen macht und damit zu dessen Langlebigkeit beiträgt. Auch der ungebrochene Trend zu Mix & Match mit Tellern, Schalen und Bowls in unterschiedlichsten Größen und Farben – auch durchaus in erdigen Tönen – erlaubte Besuchern eine Auswahl aus schier unendlichen Konstellationen und individuellen Präsentationen. Das Thema Nachhaltigkeit nahm in der neuen Halle ebenfalls eine wichtige Rolle ein. Die Langlebigkeit von Produkten spielte schon immer im HoReCa-Bereich eine entscheidende Rolle bei der Anschaffungsentscheidung. Restaurant- sowie Hotelinhaber haben höhere Ansprüche an die Qualität von HoReCa-Produkten.

Die nächste Ambiente findet vom 19. bis 23. Februar 2021 statt.





Fotos: Matus Johannik

## Next-Level-Barkultur für Wien

Die Schwelle zu einer guten Bar zu überschreiten, kommt dem Eintreten in einen Zauber gleich. Die auf den schlichten Namen „Praterstrasse“ getaufte Lokalität vereint Expertise und technisches Know-how von zwei das Nachtleben der letzten vier Jahrzehnte dieser Stadt prägenden Individuen.

Im schönsten, weil ein wenig verwunschen wirkenden Teil der Praterstraße entstand eine prächtige neue Bar, mit einer Vielfalt verführerischer Angebote. Heinz Tronigger, Co-Gründer von Radio Superfly und Betreiber einer Vielzahl an superben Clubs wie Meierei, Roxy, Babenberger- und Albertinapassage, und Hennes Weiss, Gründer der Pratersauna, eines Clubs, der europaweit gerühmt wurde, und Co-Gründer des Lighthouse

Festivals, sind die Masterminds. Ein reines Nachtlokal zu machen, interessiert diese Herren allerdings nicht mehr. Jetzt geht es um die Königsdisziplin.

Um ein Lokal, das sich im Rhythmus der Stunden wandelt. Das edel wie funktional designte Praterstrasse soll im vollen Ausbau als Morgenspresso starten, sich zum Mittagslunch wandeln, später zum Nachmittagscafé mutieren und als Afterwork-Cocktail-Bar erstrahlen, ehe es in den Nachtstunden zum Treffpunkt für Musikconnaissure unterschiedlichster Couleur wird.



### Die erste Hybrid-Bar Wiens

„Praterstrasse, das ist die Coolness des Zweiten, gepaart mit internationalem Anspruch an Architektur und Design, innovativem Sound- und Lichtkonzept sowie aufregender Gastronomie und Servicequalität“, so Heinz Tronigger und Hennes Weiss.

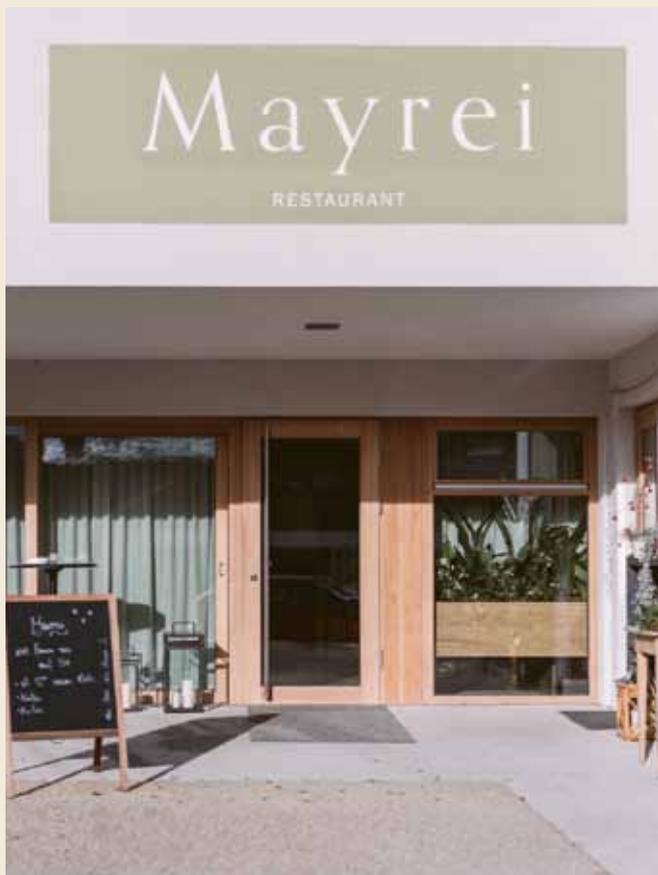
Der Startschuss zur Praterstrasse fällt mit der Kernkompetenz der Gründer: als Bar, mit gehobener Gastronomie, einer feinen Selektion aufregender Signature Cocktails, biodynamischen Weinen, dem hierzulande noch viel zu unterrepräsentierten Sake, Mezcal- und Tequilaspezialitäten sowie dem besten Sound der Stadt. Eine neu erbaute und offenbare Fassade sowie ein kommunikatives Café- und Tagesbarkonzept – inklusive geplantem Gastgarten. Ab Sommer 2020 wird das Konzept durch eine Coffee-to-go- sowie Foodstand-Theke ergänzt.

Aufbauend auf der Einreichplanung von Arkan Zeytinoglu Architects und unter der Leitung des Designers Philipp Brandstätter sowie Interieur Designer Andreas Pust stellte man sich der anspruchsvollen Herausforderung, den ehemaligen Fernsehstudios eine neue Identität zu geben. Die Aufgabenstellung der Bauherren: einen Brückenschlag zwischen der Disco-Musik der 1970er-Jahre hin zur modernen House-Musik im Design abzubilden. Dabei kombiniert man Retro-Elemente mit modernen Materialien. So gibt es Aluminiumschaumplatten neben Calacatta-Marmor, Lichtdecken frei nach Verner Panton neben Hightech-Lamellen, die mit animiertem Licht eine ganze Wand zum Leben erwecken. Das Konzept wird von einem sprichwörtlichen „oranzen Faden“ durchzogen, der sich farblich in vielen Details des Lokals wiederfindet.

Drei berühmte österreichische Künstlergenerationen vereinen sich, um ein Statement zu setzen. Brigitte Kowanz gibt mit ihrem Objekt „Introduction“ den nötigen ästhetischen Impuls und die perfekte Einbettung in das Designkonzept. Martin Grandits beweist, dass generationsübergreifendes Arbeiten mit seiner ehemaligen Professorin harmonisch und genauso gegensätzlich sein kann. Die nach ihm benannte Lounge bringt Street Credibility auf neue Ebenen und vereint „Wiener Schmah“ mit internationalem Kunstverständnis. Hubert Scheibl vervollständigt das Konzept mit einer Arbeit, die raffiniertes Gespür und ästhetisches Verständnis von Raum, Licht und Farben voraussetzt.

Mit ihrer speziell auf das Praterstrasse maßgeschneiderten bewegten Kinetic-Light-Installation liefert das international erfolgreiche Künstlerkollektiv von lichterloh.tv ein völlig neues und einzigartiges visuelles Meisterstück, das den High-Performance-Speakern aus der neuen QX-Serie – der Grazer Elektroakustikspezialisten von Lambda Labs, installiert von Pro Performance Wien – die perfekte Bühne bietet. Das Licht- und Soundsystem wurde auf diese Art und Weise weltweit zum ersten Mal abgestimmt installiert: Es entstand ein synergetisches Gesamtkonzept von noch nie gehörter und gesehener Qualität.





## Gut verdauliche Spitzenküche

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

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

Auf die richtige Balance von basischen und sauren Lebensmitteln wird genauso Wert gelegt wie darauf, dass jede Speise auch als Trennkost bestellt werden kann. Serviert werden spannende Kombinationen aus heimischen Fischen, regionalem Gemüse und wertvollem Getreide. Die Mayrei serviert so gut verdauliche Spitzenküche und fördert den gesunden Lebensstil rund um einen ausgeglichenen Säuren-Basenhaushalt. Die Liste der prominenten VIVAMAYR-Fans auf der ganzen Welt ist lang und zählt auch zahlreiche Spitzenköche und Gastronomen aus dem In- und Ausland, die in den Häusern in Maria Wörth und in Altaussee Stammgast sind. Das liegt vor allem an der bewährten, auf langfristige Gesundheit ausgerichteten Philosophie, die auf den Erkenntnissen des österreichischen Arztes Franz Xaver Mayr (1897–1965) beruht.

### Auf die Balance kommt es an

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





Kerbelknolle, Babymais, Sellerie und Eiskraut. Auch auf Süßes muss in der Mayrei nicht verzichtet werden, als Dessert wird u. a. Chia-Kokos-Pudding oder eine Crème brûlée serviert.

### Nachhaltiger Genuss

Wie auch in den beiden VIVAMAYR-Häusern gibt es eine große Teeselektion. Zudem wird eine Auswahl an hervorragenden Weinen geboten. „In den VIVAMAYR-Gesundheitszentren machen wir es seit Jahren vor: Mit unserer neu eröffneten Mayrei

haben wir nun einen weiteren Ort für nachhaltig gesunden Genuss geschaffen. Jeder Gast soll die Chance haben, auf höchstem kulinarischen Niveau etwas Gutes für seine Gesundheit zu tun“, erklärt Dr. Dieter Resch, Geschäftsführer VIVAMAYR Altaussee, das neuartige Restaurantkonzept der Mayrei und meint weiter: „Wir beweisen, dass sich gesundes Essen und Spitzenküche nicht ausschließen, sondern dass Gesundheit und Genuss harmonieren. In diesem Sinne sehen wir uns als Pioniere für einen Lebensstil, in dessen Mittelpunkt die Darmgesundheit steht. Weitere internationale Standorte sind geplant.“

## Wir sind alle Helden

KOLUMNE 

Es vergeht ja kaum eine Stunde, in der wir nicht durch Werbespots, durch Inserate in den Zeitungen und in den diversen Pressekonferenzen vor Augen geführt bekommen, was in diesen schwierigen Zeiten von einigen Berufsgruppen geleistet wird. Um mich jetzt nicht misszuverstehen – Ärzte, Krankenschwestern, Pflegepersonal, das Rote Kreuz leisten wunderbare Arbeit, manchmal sicher am Rande ihrer Kapazität, und noch dazu sind sie besonders gefährdet trotz Schutzanzug und Maske. So weit, so richtig, dass man diese Menschen als HeldInnen bezeichnet. Die Regierung darf dabei aber den größeren Teil der Wählerschaft nicht außer acht lassen – diejenigen, die das Regal im Supermarkt einräumen, und diejenigen, die an der Kassa sitzen – alle sind jetzt HeldInnen. Zugegeben, auch diese Menschen leisten nun vermehrt etwas für die Allgemeinheit, aber ist es nicht ihr Job? Sie müssen sonst auch Tag für Tag die Regale einschlichten und an der Kassa sitzen. Der Unterschied – die Ansteckungsgefahr – aber, die ist für die Kundschaft auch gegeben. Sind wir in diesen Tagen nicht alle Helden? Die

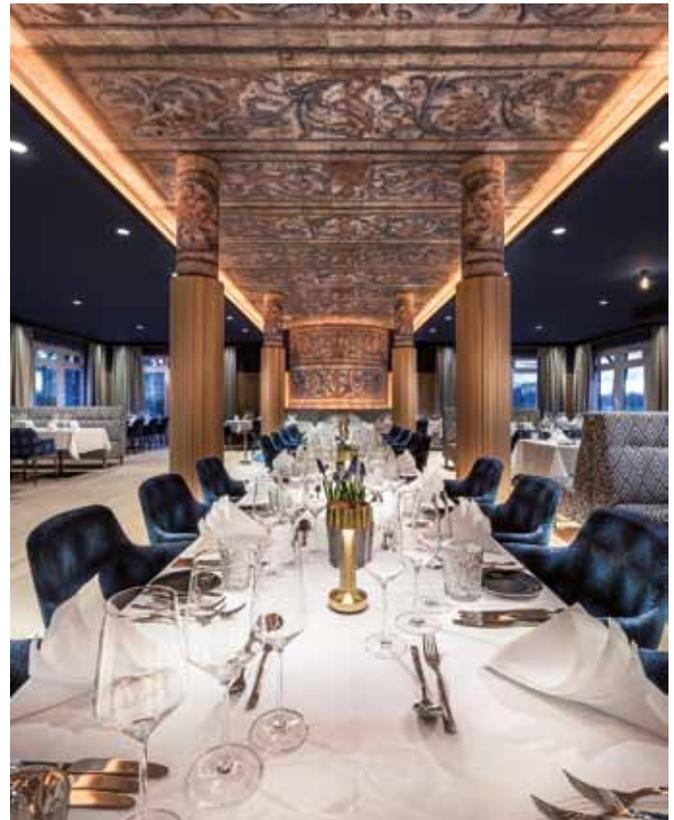
einen mehr und die anderen halt weniger? Ich habe noch keinerlei Heldenbekundungen gegenüber den Tausenden Wirten, Hoteliers und vor allem EinpersonenenunternehmerInnen gehört. Das sind diejenigen, die keine fixe Anstellung haben und die später vermehrt durch Steuern das Geld wieder aufbringen müssen, das jetzt die Regierung allen verspricht. Der einmalig ausbezahlte Tausender und die höchstens sechstausend Euro für die nächsten drei Monate helfen ein wenig, sind aber trotzdem für die meisten nur ein Tropfen auf dem heißen Stein. Und wie gesagt, größtenteils müssen nach der Krise die Selbstständigen des Landes die Kosten wieder erwirtschaften. Und schon jetzt faselt ÖGB-Boss Katzian von Umverteilung etc. nach der Krise, ganz im Stil altkommunistischer Klassenrhetorik. Ich wünsche mir deshalb zumindest auch medial Anerkennung für alle und nicht nur für viele. Und es geht dabei nicht um das mit viel Pathos behaftete Wort „Helden“, sondern um die Erkenntnis der Politik, dass wir alle viel dazu beitragen, dass das Werk bald wieder relativ normal läuft.

*H&D gibt in jeder Ausgabe einer bekannten Persönlichkeit die Möglichkeit, über in der Branche diskutierte oder relevante Themen zu schreiben. Anm. d. Red.: Der Beitrag muss nicht zwangsläufig mit der Meinung der Redaktion übereinstimmen und ist ausschließlich als Meinung des Verfassers zu werten. Leserbriefe: [anonymus@hotel-und-design.at](mailto:anonymus@hotel-und-design.at)*



## Vorhang auf

Nach rund anderthalb Jahren Vorplanung, knapp elf Monaten Bauzeit und einer Investition von rund 16 Millionen Euro präsentiert sich das Landhaus des Steigenberger Hotel Treudelberg Hamburg seinen Gästen im neuen Erscheinungsbild.





Eine neue Aufteilung, verschiedene Zimmerdesigns und liebevolle Details unterstreichen den neuen Wohlgefühlcharakter des Traditionshauses inmitten des idyllischen Hamburger Alstertals. Ab sofort laden 127 Zimmer in drei verschiedenen Designs sowie vier individuell gestaltete Suiten ein, sich nach einem Meeting oder einem Golf-Match auf dem 27-Loch-Championship-Golfplatz zurückzuziehen und die Aussicht ins Grüne in zeitlos-schönem Landhausambiente zu genießen.

Das neue Restaurant Lemsahler schafft eine optische und geschmackliche Symbiose bekannter und neuer Geschmacksrichtungen. Überraschend anders und doch stets authentisch echt sind die zeitgemäßen Ideen des Küchenteams – natürlich mit Zutaten aus der Region. Den Signature Drink, wie beispielsweise den Treudelberg Sprizz, nehmen die Gäste stilecht an der neuen Treudelbar ein. Der eigens als Communication Table entworfene Tresen wird zum Treffpunkt. Etwas legerer und sportlicher geht es im neuen Bistro 19 zu. Hier warten kleine Snacks für den Hunger zwischendurch.

Den neuen Eingangsbereich werden die Gäste nur schwerlich wiedererkennen. Dank exakter Planung und einer besonderen Liebe zum Detail hat sich modernes Ambiente mit zeitlosem Landhaus-Charme zusammengefunden. Eine offene und kommunikative Atmosphäre steht hier im Mittelpunkt. Der große Empfangstresen wurde gegen zwei gemütliche Check-in-Desks mit einladenden Sitzgelegenheiten eingetauscht.

Optisch wurde der Eingangsbereich von Bar und Terrasse nicht nur durch großflächige Stoffvorhänge getrennt. Während der Rezeptionsbereich mit einem kühlen Fußboden aufwartet, werden die Gäste im gastronomischen Bereich von warmen Holzönen und klaren geometrischen Formen empfangen. Einladende Sitzgelegenheiten, der beidseitig offene Kamin und die klare Gestaltung bieten Raum für einen geselligen Austausch bei Kaffee und Kuchen. Den besonderen Blickfang bildet die in Vintage-Metallicönen gestaltete Treudelbar als kommunikatives Zentrum.

## Zimmer & Suiten in verschiedene Kategorien

Die vollständig kernsanierten Zimmer des Landhauses unterteilen sich zukünftig in drei verschiedene Kategorien sowie vier Suiten. Dazu gehören 90 Classic Zimmer, 27 Park Classic Zimmer,

zehn Grand Classic Zimmer, eine Junior Suite, eine Park Suite, eine Grand Park Suite und das besondere Juwel des Hauses, die luxuriöse Treudelberg Suite mit eigenem Wellnessbereich.

Bei der Gestaltung der Zimmer wurde nicht nur auf Nachhaltigkeit großen Wert gelegt, so wurde ein Großteil der vorhandenen Möbel neu aufgearbeitet und gepolstert, bei der Umsetzung der verschiedenen Ideen setzte das Haus vor allem auf regionale Handwerke. Hierbei ließ sich das Architektenteam der meierei vom Stil „Alter Meister“ sowie einer modernen Interpretation des „Meeresleuchten“ und Eindrücken im Stil „Zarte Botanik“ inspirieren, die sich in der Wandgestaltung wiederfinden. Die Badezimmer sind großzügig geschnitten und verfügen neben Korean-Waschtischen über eine entspannende Regendusche. Jedes Zimmer wurde zudem mit hochwertigem Holzparkett ausgestattet und verfügt über alle Annehmlichkeiten zeitgemäßer Hotellerie.

## Tagen, Kulinarik & Spa

Die neu gestalteten Konferenz- und Tagungsräume bieten Platz für bis zu 260 Personen. Auch hier wurde der moderne Charme des Hauses aufgegriffen und mit den hohen Ansprüchen der Gäste kombiniert. Heraus kamen zehn Tagungsräume, von denen zwei über eine eigene Terrasse mit Blick auf die Parkanlage verfügen.

Das neue Lemsahler Restaurant bildet als À-la-carte-Restaurant das kulinarische Zentrum des neuen Landhauses. Aufgeteilt in einen hell gestalteten Bereich mit einladendem Wintergarten und einem in dunklen Tönen gehaltenem Bereich mit eindrucksvoller Deckendekoration finden hier bis zu 150 Gäste Platz. Neben dem Lemsahler entstand das neue Golfzentrum für die Freunde des Golfsports. Mit direktem Zugang zum Außenbereich findet sich hier die modern gestaltete Golfrezeption mit dem Pro-Shop sowie das neue Bistro „19“. Der Vinoble Day Spa behält auch zukünftig seinen gewohnten Platz im ehemaligen Atrium. Hier warten auf 500 m<sup>2</sup> Beauty-Anwendungen mit Produkten der Marke „Vinoble“ auf die Gäste, die sich einen ganz besonderen Moment luxuriöser Schönheit gönnen möchten. Entspannender Mittelpunkt ist und bleibt der lichtdurchflutete Indoorpool, der durch eine finnische Sauna, eine Biosauna sowie ein Dampfbad ergänzt wird. 



## Luxus auf Ibiza

Am 1. Mai 2020 startet das 7Pines Kempinski Ibiza in die dritte Saison.





Gelegen am Rande eines Pinienwaldes an der Westküste Ibizas offeriert 7Pines Kempinski eine Symbiose aus ibizenkischem Flair und entspanntem Luxus. Das All-Suite-Resort spiegelt das Flair der Insel authentisch wider und ergänzt es mit modernen Designelementen. In 185 geräumigen Suiten bietet das Resort seinen Gästen eine sehr entspannte Interpretation von Luxus, dazu eine uneingeschränkte Privatsphäre und einen atemberaubenden Blick von der schroffen Küstenklippe. Außergewöhnliche Food-Konzepte, ein umfassendes Wellnessangebot und diskreter Service komplettieren das Wohlfühlerlebnis und unterstreichen den Facettenreichtum der Destination. Mit insgesamt drei Pershing-Yachten stehen Gästen, die das besondere Urlaubserlebnis suchen, zudem umfangreiche Möglichkeiten für exklusive Ausflüge rund um die Insel zur Verfügung.

## Entspanntes Luxus- & Lifestyle-Erlebnis in der Kempinski-Welt

Die Schönheit Ibizas in der Nebensaison ist kein Geheimnis mehr. Daher können Insulaner, Urlauber und Besucher schon ab dem 13. März sowohl das Pure Seven Spa als auch das Restaurant besuchen. Der Cone Club lädt jeden Freitag bis Sonntag zum Lunch und Dinner unter der ibizenkischen Sonne ein. Bei den „Sunset Rituals“ können Gäste während des Sonnenuntergangs und bei stimmungsvollen Sounds außergewöhnliche kulinarische Konzepte genießen. Der Pure Seven Spa steht von Mittwoch bis Sonntag für vollkommene Entspannung und zahlreiche Beauty-Services, Massagen und körperlichen Aktivitäten wie Yoga oder Pilates zur Verfügung.

### Über 7Pines Kempinski

Die Düsseldorfer 12.18. Unternehmensgruppe und die Kempinski Hotels AG gaben am 8. Oktober 2019 den Launch des Luxus-Lifestyle-Konzepts „7Pines Kempinski“ bekannt. Kempinski hat sich als Europas älteste Luxushotelgruppe einen hervorragenden Ruf in der globalen Hotellerie erworben. Die Marke 7Pines wurde schon 2018 auf Ibiza gelauncht und steht für eine moderne und entspannte Interpretation von Luxus. Zwei individuelle Konzepte, verbunden durch gemeinsame Werte: die absolute Konzentration auf den Gast, seine Wünsche und sein perfektes Wohlbefinden bis ins kleinste Detail. 7Pines Kempinski verbindet die Stärken beider Marken und verkörpert in Zukunft eines der führenden Lifestyle-Hotel-Produkte im Luxussegment.

[www.7pines-ibiza.com](http://www.7pines-ibiza.com)



## Vorschau auf H&D Nr. 3 | Juni/Juli 2020



### Lässiges Strandvillen-Ambiente

Das 5-Sterne-Hotel Nobu Ibiza Bay präsentiert ein neues stylisches Highlight: Die zweistöckige Nobu Penthouse Suite verspricht entspannten Luxus und ultimative Privatsphäre.



Das Bad-Programm LEONARDO 116.



Das geradlinige WASHLET SW der Prime Edition von TOTO.

### Bad & Sanitär

Das Hotelbad muss alles können. Technisch und optisch am letzten Stand, soll es auch Wohlfühlatmosphäre ausstrahlen, dabei leicht zu reinigen sein und noch viel mehr. Was ist in Zukunft angesagt? Bei uns erfahren Sie es.



### Wellness & Spa

Speziell die österreichische Spalandschaft kann sich weltweit sehen und fühlen lassen. Wir präsentieren Ihnen, wie Sie Ihre Gäste noch mehr verwöhnen können.



### FOOD&DESIGN

#### Alles rund um das Frühstück

Das Frühstück ist im Wandel begriffen. Welche Trends sind zu erkennen, wohin geht die kulinarische Reise? Bei uns zum Gustieren schon einmal vorab.

## IMPRESSUM

### Grundlegende Richtung:

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

**Medieninhaber und Herausgeber:**  
Peter A. de Cillia

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

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

**Redakteure dieser Ausgabe:**  
Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia

**Lektorat:**  
Jorghi Poll,  
Edition Atelier

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

**Cover:**  
JOKA

**Druck:**  
BAUER MEDIEN  
Produktions- & Handels-GmbH,  
1030 Wien

**Erscheinungsweise:**  
6 x jährlich

**Auflage:**  
12.000 Exemplare

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

**Abo:**  
Inland: 36,- €,  
Ausland zuzügl. Porto

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

Alle Rechte vorbehalten.  
Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit  
Genehmigung des Verlages.  
Vorbehaltlich Satz- und Druckfehler.  
Derzeit gilt die Anzeigenpreisliste 2020.

Alle namentlich gekennzeichneten Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider.

Alle Rechte, insbesondere die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs. 1 Urheberrechtsgesetz, vorbehalten.

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

Erscheinungstermin: 19 Juni 2020, Redaktionsschluss: 20. Mai 2020



**NEW DESIGN  
UNIVERSITY**  
PRIVATUNIVERSITÄT ST. PÖLTEN

# NORMAL IST GEFÄHRLICH

**STUDIERE AN DER NEW DESIGN UNIVERSITY**

**BACHELORSTUDIUM** INNENARCHITEKTUR & 3D GESTALTUNG  
**BACHELORSTUDIUM** DESIGN, HANDWERK & MATERIELLE KULTUR  
**MASTERSTUDIUM** INNENARCHITEKTUR & VISUELLE KOMMUNIKATION  
**LEHRGÄNGE** AKUSTIK & DESIGN – FOOD DESIGN – PRODUKTDESIGN  
– LICHTTECHNIK & GESTALTUNG – UND VIELES MEHR

**JETZT  
ANMELDEN!**



(c) NDU/Schmidlerer, Wieser, Pala, Hanke und Gura, Fotos: N. Korab.

**WWW.NDU.AC.AT**



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

# d'arbo Seit 1879



**Begeistern Sie im großen Stil.  
Aber mit wenig Aufwand.**

In der Vielfalt der Darbo Sirup-Range steckt neben außergewöhnlichem Geschmack auch das Potenzial für exquisite Kreationen. Denn Darbo Sirup macht jede Hauslimonade, jeden Eistee, jeden Cocktail zum schnellen, jedoch einzigartigen Geschmackserlebnis. Klingt nach einem Erfolgsrezept? Ist es auch.

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