

HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Nr. 6 | Dezember 2022

HOTEL & DESIGN Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie | € 6,- | Peter A. de Cillia, Rainerg. 16/2, 1040 Wien | Österreichische Post AG | 2020/4/2006 M | Retouren an PF 555, 1008 Wien

GASTRONOMIE
Spring Feast
in Chaohu

HOTELZIMMER
Neue Interior-
Design-Trends

FOOD & DESIGN
Kulinarischer
Ausblick



Obsessive
Design
Engineering

THE **OUTFIT**

Get addicted
to color.



Customize your mixer with the color you **love**.
Discover new **Special Outfits** finishings on fir-italia.it



AD | Francesco Lucchese

#BlazingSunset finishing

#Sweet46 and #Doda67 collections



Peter de Cillia in der neuen Location für Firmenpräsentationen im Headquarter von BAUER MEDIEN.

Verehrte Leserschaft!

John F. Kennedy meinte einmal: „Das Wort Krise setzt sich im Chinesischen aus zwei Schriftzeichen zusammen – das eine bedeutet Gefahr und das andere Gelegenheit.“ Wir sollten mit Blick auf Krieg, Energiekrise und Pandemie darüber nachdenken, was wir aus dieser Aussage ableiten können. Die jetzigen Krisen bergen eine große Gefahr für uns alle. Das Sozialsystem

wackelt – siehe Lohnverhandlungen und Streiks, die Menschen sind unzufrieden und haben Angst, wie es weitergehen soll. Die Politik reagiert reflexartig mit üppigen Staatshilfen, die aber der Opposition nie ausreichen. Der Ruf nach „mehr Staat und weniger privat“ wird immer lauter. Das alles hatten wir schon einmal. Das Ergebnis war unter anderem eine an die Wand gefahrene verstaatlichte Industrie. Nicht wettbewerbsfähig und zu teuer. Die Schulden, die wir jetzt so großzügig machen, werden unsere Enkelkinder wahrscheinlich nicht mehr stemmen können. Und auch der Ruf nach einer „starken Führung“ wird immer lauter. Einfach grauslich und auch gefährlich. Meiner Meinung nach aber – siehe Kennedy – eine Gelegenheit, vieles zu hinterfragen und daraus die richtigen Schlüsse zu ziehen.

Wer hätte vor 10 Jahren an Regionalität und Tierwohl gedacht? Dies nur als Beispiel, dass wir die Chance ergreifen sollten, unser Leben und unsere Prioritäten grundlegend zu überdenken. Aber bedenken wir dabei, nicht durch chaotenhaftes „festkleben“ auf der Straße lösen wir die Energiekrise, sondern durch vernünftiges Handeln. Unsere Branche zeigt es ziemlich gut vor. Regionalität, Tierwohl, Qualität und Nachhaltigkeit in allen Bereichen, Einsparungen, wo es auch Sinn macht, stehen sowohl auf Produzentenseite als auch bei Hotellerie und Gastronomie ganz oben auf der „To-do-Liste“.

In unserer Weihnachtsausgabe präsentieren wir wieder zahlreiche sinnvolle Beispiele für diese Philosophie. Ja, und bitte nicht vergessen – der Genuss muss und soll auch weiterhin bei unserem Denken Platz haben. Auch dafür werden Sie viele Ideen bei uns finden.

Viel Vergnügen beim Lesen
wünscht Ihr

Peter A. de Cillia
Chefredakteur & Herausgeber




LONDONER
COLOR LINE
Bringing Color To Life



LONDONER **COLOR LINE**, eine klassische Kunstlederkollektion, ist jetzt in einer Vielzahl von modernen Farbtönen und Texturen erhältlich.

ALISEO GmbH
G E R M A N Y

www.aliseo.de

Hotel-Haartrockner ■ Kosmetikspiegel ■ Hotelbad-
Accessoires ■ Wasserkocher & Tablets ■ Kofferablagen
Bügelstationen ■ Personenwaagen



H&D HOTELS & GASTRONOMIE

Restaurant Spring Feast in Chaohu [®]	SEITE	9
Hotel Galántha in Eisenstadt [®]	SEITE	21
Gassner Baumhaus in Neukirchen am Großvenediger [®]	SEITE	28
Tement-Oasen an der südsteirischen Weinstraße [®]	SEITE	30
ibis Styles Graz Messe [®]	SEITE	33
Kurhausrestaurant HECTORS in Baden-Baden [®]	SEITE	36
WEIN & CO am Schottentor [®]	SEITE	40
Circus Gran Casino [®]	SEITE	58
The Ritz-Carlton Yacht Collection [®]	SEITE	59
Portrait Milano Hotel [®]	SEITE	61
AMA Stay in Südtirol [®]	SEITE	64



H&D INTERIEUR & DESIGN

Wohn-Aussichten 2023	SEITE	12
Die Kraft der Farben	SEITE	16
Ästhetische Farbenspiele bei Armaturen	SEITE	18
Paradigmenwechsel bei Feuchttüchern	SEITE	19
Zärtlich zu den Pinseln	SEITE	20
Neue Interior-Design-Trends	SEITE	24
Österreichische Möbelindustrie	SEITE	26



H&D FOKUS

Fachkommentar: Projektentwicklungen in den Alpen am Scheideweg	SEITE	32
New Design University in St. Pölten	SEITE	34
Ambiente: Moving the future [®]	SEITE	38
Buchtipp	SEITE	56
Warme Terrakottatöne für Outdoormöbel	SEITE	57
Heritage Hotels of Europe Awards Gala 2022 ..	60	

H&D FOOD & DESIGN

Artisans of Taste Wettbewerb 2022	SEITE	42
Im Zeichen vom bewussten Genuss	SEITE	43
Food-Trends 2023	SEITE	44
Wiberg Genusswelt: edelste Gewürze ...	SEITE	46
Edle Stoffe im Glas	SEITE	48
Nachhaltiger Kaffee	SEITE	51
Drei außergewöhnliche Single Malts	SEITE	52
Sinnliche und edle Tischdekoration	SEITE	54

ÖHV-Kongress 2023

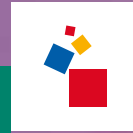
Veränderung gestalten

Von 22. bis 24. Jänner stehen die Uhren im Salzburg Congress auf Veränderung.

Blickt man auf die letzten Jahre zurück, erkennt man schnell: Die einzige Konstante war der Wandel, im Tourismus noch mehr als sonst überall: „Die Branche wurde agiler, aus Eigenantrieb und aus der Notwendigkeit heraus. Dabei stehen wir erst am Anfang dieser Entwicklung. Dem tragen wir mit unserem Kongress Rechnung“, präsentiert ÖHV-Generalsekretär Dr. Markus Gratzner das Programm des ÖHV-Kongresses von 22. bis 24. Jänner 2023 im Salzburg Congress. Die Betriebe werden in den nächsten Jahren gefordert sein, die passenden Antworten auf aktuelle und neue Herausforderungen zu finden: „Die werden am ÖHV-Kongress ausgearbeitet und präsentiert“, so Gratzner.

Expert:innentreffen

Genauso breit wie die Aufgaben, die die Betriebe meistern müssen, ist das Feld der Speaker:innen: Die Philosophin Natalie Knapp befasst sich mit der Unsicherheit, die uns umgibt, und wie Unternehmer:innen ihr Denken darauf ausrichten müssen. Wolfgang Fasching, Radprofi und Extremsportler, weiß, wovon er spricht, wenn es um mentale Stärke geht: Der dreifache Sieger des Race across America und Seven-Summits-Bezwinger berichtet, wie man Herausforderungen meistert und daran wächst. Dass Service und Kommunikation Herzenssache sein können, weiß niemand besser als die Hochschuldozentin und Bestsellerautorin Sabine Hübner, die die besten Hotels berät. Sie stellt in Salzburg unter Beweis, wie man mit exzellenter Servicekultur punktet. Othmar Karas, erster Vizepräsident des Europäischen Parlaments, beleuchtet den Faktor Veränderung auf der europäischen Ebene. Last, but not least wirft Lars Feld, als Vorsitzender der deutschen Wirtschaftsweisen einer der einflussreichsten Ökonomen Europas, seinen wirtschaftlich analytischen Ausblick auf die ökonomische Entwicklung vor dem Hintergrund von Covid, Ukraine-Krieg und Energiekrise.



ambiente
the show

3.–7. 2. 2023
FRANKFURT / MAIN

Moving the future

Die Ambiente gestaltet den Wandel im Konsumgütermarkt. Innovative Strukturen bringen die Produktvielfalt in Form. Die Lebenswelten Dining, Living und Giving werden um den Bereich Working ergänzt, der mit richtungweisenden Themen neue Geschäftschancen eröffnet.

Entdecken Sie die Ambiente der Zukunft:
ambiente.messefrankfurt.com
office@messe-frankfurt.at
Tel. +43 1 867 36 60 60





Monumentale Impressionen

In exklusiver Lage an der Piazza della Repubblica im Herzen Roms begeistert das Anantara Palazzo Naiadi Rome Hotel mit seiner halbkreisförmigen Bauweise, 238 eleganten Zimmern und Suiten sowie fünf Restaurants und Bars. Nach einer umfassenden Renovierung freuen sich Gäste auf eine glamouröse Lobby und eine neue Bar im Original-Jugendstil.



Alpenchalet im Dolce-Vita-Stil

Am 1. Dezember wurde das Boutiquehotel Rosapetra Spa Resort mit 33 Zimmern in Cortina eröffnet. Während das Haus seine bestehende zeitgenössische Ästhetik beibehält, können die Gäste einen neuen und dynamischen Gastfreundschaftsstil erwarten – sowohl in den Räumen des Hotels als auch bei den Erlebnissen.



© Roma Balneario

Sehnsuchtsort Tanger

Tanger – ein Ort der Sinne, Kulturen sowie Emotionen. Am 1. November hat in ebenjener Stadt, in einem für den königlichen Berater in den 1920er-Jahren erbauten Palast, das Fairmont Tazi Palace Tangier eröffnet. 36 Hektar umschließen das Anwesen mit 133 Zimmern, Suiten und Penthäusern, das immer wieder mal marokkanische, mal andalusische Elemente, Kunst und Techniken aufgreift. Sieben Restaurants und Bars umrahmen den kulturellen Mix des Landes auch kulinarisch. Das knapp 2.500 Quadratmeter große lichtdurchflutete Spa umfasst zehn Behandlungsräume, ein Hammam, ein Private Spa, einen Pool-Bereich und Außenflächen.

Hohe Erwartungen

Die kommende Ambiente vereint vom 3. bis 7. Februar 2023 mit über 1.770 Dining-Ausstellern auf 11 Hallenebenen die Trends von morgen und ist global die unerreichte Nr. 1 für alles, was die Liebe für den gedeckten Tisch zelebriert und die Küchen von morgen erobert. „Wir spüren eine große Euphorie bei den Ausstellern der Ambiente. Sie sind voller Vorfreude“, erklärt Thomas Kastl, Leiter Ambiente Dining.



Thomas Kastl, Leiter Ambiente Dining

Hotel-Update

Das Best Western Plus Hotel Erb Parsdorf bietet seinen Gästen nach Renovierungsarbeiten noch mehr Freiraum & Komfort. Investiert wurde in fast alle Bereiche des 4-Sterne-Hauses in München sowie in das Schwesterhotel Dependance Erb, das gleich noch einen neuen Namen erhielt: Boutique Hotel Erb. Aus zwei Veranstaltungsräumen wurde z. B. einer, und der gewonnene Platz kam der Vergrößerung der Lobby mit Bar zugute.



© Best Western Plus Hotel Erb Parsdorf

DAS BROOKLYN

HOTELLERIE KONZEPT

FRÜHSTÜCK | SEMINAR
GLAS | KARAFFE | FRÜCHTE + KRÄUTER



Bio & Vitaminbar
INNOVATIVE TECHNIK
IM ZEITGEIST-DESIGN

Technik
INDIVIDUELL FÜR SIE
ADAPTIERT

BIO - Säfte
IN NACHHALTIGER
PREMIUM QUALITÄT
BIO ZERTIFIZIERT



Nachhaltige
AF-KONZEPTE
VOM PROFI FÜR PROFIS

GETRÄNKE + TECHNIK + SERVICE
EXKLUSIV FÜR DIE GASTRONOMIE

www.grapos.com | www.schankomat.com

© Matthias Heschl



Klemens Schraml

Kultverdächtig

„Taiwan trifft Oberösterreich“ heißt die Devise einer Leidenschaft, die vor mehr als einem Jahrzehnt begann. Klemens Schraml, kochender Patron im JRE-Restaurant Rau und vormals Sternekoch in Zermatt, hat einen Aperitif, seinen kultverdächtigen Combuchont, einen Erfrischer & Begleiter entwickelt, der bei minimalstem Alkohol mit feinsten Raffinesse sensorisch begeistert.

© Thorsten Jochim



Thomas Edelkamp

Eine Hotelmarke blickt in die Zukunft

Die Romantik Hotels feiern 2022 ihr 50. Jubiläum. Bereits das ganze Jahr wird der Anlass mit vielen Veranstaltungen für die Gäste in den knapp 200 Hotels und mit Aktionen der Marke gewürdigt. Romantik nutzt den Jahrestag, um zu zeigen, dass Kooperation und Gastgeber für die Zukunft gut aufgestellt sind. Vorstand Thomas Edelkamp unterstrich in seiner Festrede, dass Romantik vor 50 Jahren in einem wirtschaftlich unsicheren Umfeld von visionären Hoteliers gegründet wurde, die verstanden hatten, dass die Situation gemeinsames Handeln erforderte. Daran habe sich, so Edelkamp, bis heute nichts geändert. Gerade in schwierigen Zeiten würden Menschen starken Marken noch mehr Vertrauen schenken. Romantik sei hier eine feste Konstante, die Gästen mehrerer Generationen Sicherheit und Rückhalt gebe und daher gut aufgestellt ist für die Zukunft.



Neues Store-Konzept

Im Oktober 2022 wurde der Schlossberg Flagship-Store in Zürich neu gestaltet und nach Umbau wiedereröffnet. Das neue Store-Konzept folgt der Idee einer „Schlossberg Wohnung“, im Stil einer Altbauwohnung, für die Inszenierung des gesamten Schlossberg Sortiments und einem besonderen und modernen Einkaufserlebnis. Dadurch werden die Schlossberg Wohlfühlmomente für Kund*innen schon vor dem Kauf spür- und erlebbar und durch den charmanten Altbau-Chic emotionalisiert.



Neueröffnung

Das erste Motel One in Tirol hat seine Türen in Innsbruck geöffnet. Seit November 2022 heißt die Budget Design Hotelgruppe ihre Gäste am neuen Standort im Motel One Tower direkt am Hauptbahnhof willkommen. Das erste Motel One in den Alpen verfügt über 234 Zimmer und punktet durch sein außergewöhnliches Design, in dem moderne Architektur und Tradition vereint werden. Im 13. Stock finden Gäste die Panoramabar mit atemberaubendem Blick auf die Berge.



© Christoph Neesig

Starke Kulinarik im Dreierpack

Von der einzigen Drei-Hauben-Küche im Ort über das Summit Dinner auf 3.048 Metern bis zum innovativen Marktrestaurant: Das 5-Sterne-Hotel Das Central in Sölden steht in den kulinarischen Startlöchern für die Wintersaison 22/23. Ab sofort haben sowohl das Gourmetrestaurant Ötztaler Stube als auch das ice Q an der Bergstation und das 2021 neu eröffnete FALCON an der Mittelstation des Gaislachkogls wieder die Türen geöffnet.

Dynamische Expansion

Mit Blick in die nahe Zukunft hat The Lux Collective vier innovative Projekte für seine Luxus-Flaggschiffmarke LUX* vorgestellt. Reisende können bald die Wüste von Sharjah in gleich zwei neuen Resorts, dem LUX* Al Jabal und dem LUX* Al Bridi, erkunden. Auf diejenigen, die vom Inselleben träumen, warten die vom Dschungel umhüllten Küsten des LUXNAM* Phu Quoc in Vietnam. Eine weitere Eröffnung ist in Südfrankreich geplant: Im LUX* Marseillan erlebt man Art de Vivre zwischen Weinbergen und Mittelmeer.



Neue Impulse

Direkt an der Seepromenade des Bodensees in Vorarlberg gelegen, befindet sich das Traditionshaus Seehotel am Kaiserstrand. Nach einigen Eigentümerwechseln kommt 2022 das Haus nun wieder in Vorarlberger Besitz. Die drei Investoren, Unternehmer Gerhard Rauch sowie die Immobilienentwickler Hermann Metzler und Roland Pircher haben die Hotelimmobilie erworben und legen die Konzeptentwicklung, das Re-Opening und das Management des Hauses in die Hände von Axel Pfefferkorn und dem erfahrenen Team der pepper-collection.



Das Team von pepper-collection

© BUEROLUDWIG

Genussreiche Wasserspiele

Das Restaurant „Spring Feast“ in
Chaohu präsentiert sich als
einzigartiger Ort des Genusses rund
um das Thema Wasser.

© OCT Group; „free press image“





Die heißen Bantang-Quellen in Chaohu in Hefei in China sind ein beliebtes Reiseziel für Touristen und Wellnessurlauber. Umgeben von atemberaubender Natur wurde ein in seinen Formen wohl einzigartiges Restaurant gestaltet, das die Wasserlandschaft in einen dynamischen Erfahrungsraum übersetzt. Das Alleinstellungsmerkmal des Restaurants ist ebenfalls der Bezug zum Wasser der berühmten Quelle. Es kommt bei der Zubereitung der Speisen sowie als Trinkwasser zum Einsatz. Vom Laufen des Wassers abgeleitete gießende Formen prägen den großzügigen, lichtdurchfluteten Raum und schaffen so den Rahmen für unvergessliche kulinarische Erlebnisse.

Wasser als wesentliches Genussmittel

Ins heiße Wasser gleiten, den ersten Bissen einnehmen. Momente, die es wert sind, besonders zelebriert zu werden. Bewusst genießen, im Hier und Jetzt anwesend sein – das sind immer stärker werdende Sehnsuchtsmotive und wichtige Gegenpole zu den vielen digitalen Interaktionen, die unseren Alltag prägen. Das „Spring Feast“ serviert westlich angehauchte Küche mit besonderem Fokus auf das regionale Quellwasser. Das Spezialgericht sind Quellwassereier mit Trüffel und Steinpilzen. Die Innenarchitektur des außergewöhnlichen Restaurants sorgt dafür, dass Gäste in eine ganz besondere Erfahrung eintauchen und hier ihre ganz individuellen Genussmomente erleben können. Dazu wird der kulturelle Kontext aufgegriffen und in eine räumliche Erfahrung umgesetzt. Bei der Recherche stieß das Architektenteam auf eine kaiserliche Schrift aus der Ming-Zeit. Schon dort werden die Bantang-Quellen erwähnt: „Der Berg beherbergt zwei Quellen,



eine kalte und eine heiße. Am Anfang ihres Gefälles sind heiß und kalt noch verschieden. Im Laufe ihrer Vermischung verlässt der Fisch, der den Anstieg der Temperatur spürt, den heißen Strom.“ Der Eingang zum Restaurant befindet sich auf der oberen Ebene. Wie in der historischen Überlieferung gibt es von hier zwei Wege, die beide im Restaurant zusammenfließen: der direkte Weg über eine breite Treppe und der Gang über die Galerie, der an einer Lounge mit herrlicher Aussicht über die Landschaft vorbeiführt.

Organische Formen

Die organisch geschwungene Form der Architektur, die das Gebäude von außen wie eine natürliche Fortsetzung der Landschaft wirken lässt, wurde ins Innere transportiert. Immer wieder werden höhlenartige Nischen geschaffen, die an das Innere eines Berges und den Entstehungsort des Quellwassers erinnern. Wie in der historischen Überlieferung entsteht die besondere Dynamik des Raumes aus dem Zusammenspiel zweier Elemente: Natur und Kultur.

Ein natürlicher Dialog

Durch die großzügige Fensterfront stehen Essen und Kulinarik als kulturelle Erfahrungen im Dialog mit der natürlichen Hügel- und Wasserlandschaft. Diese Dualität findet sich auch in der Bodengestaltung wieder. Hier schlängelt sich eine zweifarbige Textur aus erdigen Tönen entlang und zioniert den Raum elegant und dynamisch in Laufwege und Sitzflächen. Im Restaurant dominiert ein lebendiges Grün, das sich wie ein üppiger Dschungel über die Restaurantlandschaft erstreckt.

Wer nur Zeit für einen kurzen Aufenthalt hat, holt sich einen Kaffee an der Bar – zubereitet von einem kleinen Roboter. Dieser niemals gestresste Angestellte arbeitet wie das Wasser in seiner eigenen, immer gleichen Geschwindigkeit. So wird aus dem Restaurant ein organischer Erlebnisraum, in dem der entschleunigende Wellness-Gedanke des Quellenbadens und das genussvolle Essen ineinanderfließen.

Realisiert von:
Ippolito Fleitz Group GmbH / Identity Architects

Fläche: 1.405 m²

Entstehung: 2022

www.ifgroup.org





Wohn- Aussichten 2023

Das ideale Hotelzimmer – wie wird es in Zukunft gestaltet sein? Der Geschmack und der Zugang zu Design können unterschiedlicher nicht sein. Höchste Qualität und Funktionalität sollten aber neben optischen Begehrlichkeiten im Vordergrund stehen.



HOTEL&DESIGN hat in Zusammenarbeit mit dem Fotostudio 3001 aus Deutschland unterstützt von einigen ausgesuchten Qualitätsanbietern ein virtuelles Hotelzimmer zusammengestellt – take a look.

Wohlige Traumlandschaft

Wer von uns träumt nicht davon, sich einmal schwerelos zu fühlen? Wie ein Astronaut im Weltall frei zu schweben und dabei die Leichtigkeit des eigenen Körpers zu erleben. Für dieses Gefühl muss man allerdings nicht zwingend fremde Galaxien bereisen. Denn auch das irdische Element Wasser kann dem Menschen eine gewisse Schwerelosigkeit verleihen. So sorgt beispielsweise ein gutes Wasserbett für Entspannung und Erholung, indem es dem Körper formgerechte Entlastung verschafft. Die hochwertigen und geprüften Tasso-Wasserbetten des Herstellers Vontana Industrie bieten gegenüber herkömmlichen Matratzen entscheidende Vorteile in Sachen Schlaf-

komfort. Durch die Schwerelosigkeit, also Druckpunktfreiheit, sorgen die Betten für längere Tiefschlafphasen, und nur in denen produziert der Körper sein eigenes Regenerationshormon STH. Das steigert die Leistungs- und Konzentrationsfähigkeit am Tag und fördert den Regenerationsprozess aller Zellstrukturen in der Nacht. Durch perfekte Anpassung jeder Körperform in jeder Lage beugen die qualitätsgeprüften Wasserbetten darüber hinaus verschiedenen Alltagsleiden sowie Rückenkrankheiten vor und sorgen stets für die richtige Lagerung der Wirbelsäule im Bett. Häufiges Drehen und Wenden während der Nacht entfällt und tiefer, ausgewogener Schlaf wird möglich. Des Weiteren halten Wasserbetten Milben fern und beugen



durch ihre hygienischen Vorteile Allergien vor. Die Tasso Manufaktur sorgt zudem im Bereich Möbel für die passende Optik. Ob Holz- oder Polstermöbel, jeder Bettrahmen ist ein in Deutschland handgefertigtes Qualitätsprodukt, individuelle Kundenwünsche werden gern realisiert. ➤



Der Schreibtisch – klassisch und universell

Mit dem Karlsruher Tischgestell orientieren sich die Hersteller an klassischen Entwürfen eines vielseitigen Schreibtisches für Architekten. Schlichtes, funktionales Design sowie Stabilität und Standfestigkeit zeichnen den Tisch aus. Das solide und sehr hochwertige Tischgestell ist einfach zu montieren und besteht aus massiven Edel-

stahlelementen. Die Tischplatte wird fest mit den Zargen mit Schraubmuffen verbunden. Die lange Querstrebe kann jederzeit mittig oder nach hinten gesetzt werden, wodurch der Tisch flexibel in verschiedenen Arbeits- & Lebensbereichen einsetzbar ist.

Individuelle Maße für Tischplatte und Tischgestell sind auf Anfrage möglich.

Bei den Schreibtischvarianten mit Edelstahltischgestell sitzt die untere lange Querstrebe hinten und bietet so die größte Befreiheit. Das Tischgestell kann auch im Nachhinein jederzeit umfunktioniert werden zu einem Esstisch mit einer nach unten mittig versetzten Querstrebe. Das Design und die Ausstrahlung sind klar und funktional. Individuelle Tischplattenmaße und verschiedene Oberflächen sind auf Anfrage möglich.

Bestens aufbewahrt

Die neu entworfene hochwertige Wandgarderobe Ramus von PHOS Design orientiert sich an der natürlichen Form eines Baumes und ist aus massivem handgeschliffen Edelstahl. Die Gesamthöhe beträgt 160 cm, die Breite ca. 18 cm. Die fünf angewinkelten, nach oben ausgerichteten Edelstahlhaken erinnern an Äste und ergeben ein formschönes Design. Der Kleiderständer nimmt Mantel, Stock und Hut unter seine Fittiche und bleibt auch dann standhaft, wenn viele Wintermäntel an ihm platziert werden.



Aus massivem Stahlrohr hergestellt, eignet sich der Ordnungshelfer nicht nur für den Flur, sondern auch im Schlafzimmer zum perfekten Heraussuchen der morgendlich anzuziehenden Kleidung. Dank der untersten Äste kommen auch die kleinsten Familienmitglieder an einen Haken, um ihre Jacken ordentlich aufzuhängen. Raffiniert an diesem Design sind die himmelsweisenden Garderobenhaken: Kein aufgehängtes Kleidungsstück – ob am textilen Aufhänger oder Kleiderbügel – kann von diesen Haken abrutschen.

Gesunde Pflanzenwelt

Schon seit über 20 Jahren geht es bei Lechuza vor allem um eines: schöne gesunde Pflanzen, die frisches Grün sowie bunte Blüten in alle Lebensräume bringen und unsere Umgebung ganz einfach grüner, gemütlicher und individueller gestalten. Die Pflanzgefäße von Lechuza sind nicht nur zu jedem Einrichtungsstil passend, sondern sorgen auch ohne viel Pflegeaufwand und ohne grünen Daumen für üppige Pflanzenpracht. Das harmonische Zusammenspiel der Gefäße mit integriertem Bewässerungssystem und eigens entwickelten Spezialsubstraten liefert Pflanzen eine zu-



verlässige Wasser- und Nährstoffversorgung ganz speziell nach ihren individuellen Bedürfnissen. Genau das, was schöne und vitale Pflanzen brauchen. Dabei gibt es in diesem Jahr erstmals eine Kollektion mit integrierter Beleuchtung. Die Gefäße Canto Premium LED und Canto Stone LED sorgen im Innen- sowie Außenbereich für eine atmosphärische Beleuchtung. Durch ein LED-Lichtband, das nahtlos im Gefäß-einsatz integriert ist, werden Blüten sowie Blätter stimmungsvoll angeleuchtet und auf neue Weise inszeniert.

Perfektes Finish und klassische Eleganz

Klassisch, elegant, vornehm und exklusiv – diese Adjektive werden seit jeher mit Schwarz verbunden. Neue Trends kommen immer schneller und sind oft genauso schnell wieder verschwunden. Die Farbe Schwarz kehrt jedoch stets wieder zurück. Ein Klassiker, der es wieder und wieder schafft, ins Zentrum der Aufmerksamkeit zu rücken. Moderne Coffee-Shops und Restaurants verwenden Schwarz in Form von Metro-Fliesen im offenen Küchenbereich, großformatigen Kreidetafeln, mattschwarzem Geschirr und Besteck sowie schlichten Deko-Accessoires. In Verbindung mit Edelstahl, naturbelassenen Holzoberflächen der Tischplatten und massiven Dielenböden erzielt Schwarz so das gewünschte Flair: eine urbane, gemütliche Atmosphäre. Gerade im Vergleich zur schnellen, lauten und bunten Welt da draußen haben dunkle und natürliche Farbkombinationen etwas Beruhigendes, Weiches und Unaufdringliches. Prinz hat diese Trends nun in einer Kollektion vereint: „The Black Edition“ bietet ein breites Spektrum verschiedener Profiltypen, von dezenten Übergangsprofilen bis zu eleganten, schwarz pulverbeschichteten Sockelleisten.

Abgerundet wird das Sortiment von den besonders edlen, mattschwarz eloxierten Profilsystemen der PROFI-TEC Master- und PROFI-DESIGN-Serien. Dank der klassischen Anmutung lassen sich schwarze Profile perfekt kombinieren, entweder Ton in Ton oder auch als lebhafter Kontrast zu hellen und erdigen Farbnuancen. Prinz ergänzt das bewährte LPS 220 System



für Laminat- und Parkettböden um eine neue Designlinie. Neben dem bisherigen Sortiment, das mit Zierrillen ausgestattet ist, werden zukünftig auch Profile mit sandgestrahlten oder gebürsteten Oberflächen ohne Rillen angeboten. Das neue Profilsystem ist in den Dekoren Silber, Edelstahl matt und Edelstahl gebürstet erhältlich. Mit ihrer Hilfe lassen sich aneinander grenzende Bodenbelagsflächen sauber trennen, ohne die Oberflächenoptik zu unterbrechen. Der Dehnfugenstreifen aus koextrudiertem Hart- und Weich-PVC ist dauerelastisch und schmutzabweisend.



Die beteiligten Firmen

Wasserbett:
„Tasso Masterpiece Luminar“
Vontana Industrie GmbH & Co. KG
Karlstraße 31-35
45739 Oer-Erkenschwick
www.tasso-wasserbetten.de

Bodenprofil:
Boden Übergangsprofil
Carl Prinz GmbH & Co. KG
von-Monschaw-Straße 5
303 Profi-Tec Master
47574 Goch
www.carlprinz.de

Pflanzgefäße: „Canto Premium“
mit LED-Beleuchtung
LECHUZA

geobra Brandstätter
Stiftung & Co. KG.
Brandstätterstraße 2-10
90513 Zirndorf
www.lechuza.de

Wandgarderobe: „Ramus“
Schreibtisch: „Karlsruhe“
Phos Design GmbH
Werftstraße 12
76189 Karlsruhe
www.phos.de

Requisiten:
Fundus Studio 3001
Fotos + Planung:
Studio 3001 Emsdetten
www.studio3001.de



© ADA Möbelwerke

Die Kraft der Farben

Wie Farben auf uns wirken – zusammengestellt von ADA Möbelwerke.



Farben beeinflussen unsere Stimmung: Sie entscheiden mitunter, wie wohl wir uns fühlen, wie energiegeladener oder entspannter wir sind. Bei der Gestaltung eines Zuhauses spielt die richtige Farbauswahl daher eine entscheidende Rolle. Nicht jede Farbe passt in jedes Zimmer – und manche Töne sollte man besser nur dezent einsetzen.

Ein kräftiges Rot, kühles Königsblau oder doch lieber Naturtöne? Aus der Farbpsychologie wissen wir, dass jede Farbe ihre ganz eigene Wirkung hat und sogar unsere Gefühle und unser Verhalten beeinflussen kann. Es ist wichtig, dass Wohnräume weder monoton noch allzu bunt gestaltet werden. Experten empfehlen, den Großteil des Raums mit zurückhaltenden Farben wie etwa Sand-, Bast- oder hellen Erdtönen zu gestalten. Mit kräftigen Akzenten in Teppichen, Vorhängen, Kissen oder gerne auch ein buntes Sofa oder knalliger Sessel kann die Raumdynamik verändert werden.



Wie welche Farbe wirkt

Rote Energie

Rot ist die Farbe des Feuers und symbolisiert pure Energie. Es steht für intensive Gefühle wie Liebe und Sinnlichkeit. In der Raumgestaltung setzen Rottöne aktivierende Impulse und fördern den Bewegungsdrang, aber Achtung: Nur einzelne Akzente einsetzen, ansonsten wirkt ein Zimmer schnell überladen.

Blaue Ruhe

Harmonisch und beruhigend, entspannend und ausgleichend – Blautöne sind wie gemacht für einen Rückzugsraum. Ein erholsames Nickerchen ist daher schon fast vorprogrammiert – vor allem, wenn Sie auf Ihrem ADA-Möbel wegschlummern.

Sonniges Gelb

In Wohn- und Arbeitsräumen darf es schon mal lebendiger zugehen. Gelb macht sich dabei bestens: Als Stimmungsaufheller öffnet es Räume, wirkt fröhlich und weckt die Neugier.

Lebendiges Orange

Eine heitere und gelöste Atmosphäre? Eine gemeinsame gute Zeit mit Freunden? Für Küche- oder Essbereich ist die lebendige, „soziale“ Farbe eine spannende Option – sie belebt und macht uns geselliger.

Grüne Geborgenheit

Grün verleiht uns eine gewisse Sicherheit und Geborgenheit. Wir fühlen uns der Natur ein Stückchen näher und haben Lust, Neues zu entdecken. Grüntöne sind ideal für Wohn- und Arbeitsbereiche, die sowohl Ruhe ausstrahlen und zugleich für kreative und geistige Tätigkeiten genutzt werden.

Geerdetes Braun

Gemütlich und natürlich soll es sein. Ocker, braun, beige, olivfarben – Naturtöne tun unserer Seele gut. Sie erden uns, wir werden ruhiger und ausgeglichener. Als Raumfarbe können Erdfarben im gesamten Wohnbereich eingesetzt werden. Der Kreativität sind also keine Grenzen gesetzt. Dennoch ist es entscheidend, auf die entsprechende Kombination von Farbe und Raumnutzung zu achten, damit man sich rundum wohlfühlen kann.

Medien- und Steuerungstechnik auf einer Plattform: mit PC-based Control



Medientechnik neu gedacht: Als Spezialist für PC-basierte Steuerungssysteme ermöglicht es Beckhoff mit einem umfassenden und industriereproben Automatisierungsbaukasten, Multimedia, Gebäudeautomation sowie Entertainmentkonzepte vernetzt und integriert umzusetzen. Mit der modularen Steuerungssoftware TwinCAT und direkter Cloud- und IoT-Anbindung werden alle Gewerke von der A/V-Technik über die Gebäudeautomation bis hin zu Digital Signage Control, Device Management und Condition Monitoring, auf einer Plattform kombiniert. Hinzu kommt die maximale Skalierbarkeit aller Komponenten und die Unterstützung aller gängigen Kommunikationsstandards. So schafft Beckhoff die Grundlage für neue mediale und architektonische Erlebniswelten.

Scannen und die Beckhoff Highlights für die AV- und Medientechnik entdecken





Ästhetische Farbenspiele

Die neuen Special-Outfit-Oberflächen mit irisierendem Effekt für die Armaturen von Fir Italia sorgen für noch mehr Begeisterung im Badezimmer.

Vier neue Oberflächen mit irisierendem Effekt, die je nach Lichtreflexion und Design der Produkte unterschiedliche Farbnuancen annehmen, ergänzen das Programm „The Outfit“ von Fir Italia. Damit komplettiert die italienische High-End-Manufaktur die breite und umfassende Palette an Oberflächen von Armaturen, Kopfbrausen und Bad-Accessoires.

Dieses wichtige Upgrade ist Teil einer Strategie zur Stärkung des „Farbprojekts“ des italienischen Unternehmens, das auf der neuen und innovativen ASP – Advanced Superfinish Process – Technologie basiert. Diese ist das Ergebnis einer Kombination aus hochmodernen Produktionsprozessen, die auf der ISH Frankfurt 2019 auf den Markt gebracht wurden und nun in der Version 4.0 vorliegen. Es entstanden neue Oberflächen mit ganz besonderen Effekten und einer einzigartigen Ästhetik. Die Eigenschaften der ASP-Technologie sehen nämlich vor, dass jede Oberfläche oder Farbe ihre eigene, unverwechselbare Rezeptur hat. Die kontinuierliche Investition in die Forschung und Entwicklung von innovativen Farbeffekten und Oberflächen äußert sich für Fir Italia in der ständigen Aktualisierung der ASP-Technologie

und somit auch des Programms „The Outfit“. Dies führt zu einem hohen technischen Leistungsstandard, einem hohen ästhetischen Standard und einer unbegrenzten Anzahl von Farbausführungen, die den Kunden nun zur Verfügung stehen.

Unverwechselbare Ästhetik

Dank der Version 4.0 der ASP-Technologie hat Fir Italia seine Farbpalette und das dazugehörige Programm „The Outfit“ aktualisiert und auf nun insgesamt 24 Oberflächen erweitert. Die innovativste davon sind sicherlich die 4 neuen Special Outfits, die einzigartig im Bereich der Armaturen sind und aus einer 12-monatigen Forschungs- und Entwicklungsphase unter der wertvollen künstlerischen Leitung der Architekten von Studio Lucchesedesign entstanden sind. Ocean Dream, Blazing Sunset, Brown Caramel und Mocha Coffee sind Oberflächen mit schillerndem Effekt, die je nach Lichtreflexion und Design der Produkte – zylindrisch oder quadratisch, modern oder klassisch – unterschiedliche Farbnuancen annehmen.

www.fir-italia.it



Paradigmenwechsel bei Feuchttüchern

Berührungsloser Automat händigt erstmals Tücher zur Flächendesinfektion aus.



Der Desinfektionstuchspender im Einsatz.

Eigentlich sei dieser technologische Schritt überfällig gewesen, erklärt Hygienepionier Hans Georg Hagleitner. „Kein Feuchttuch trocknet mehr aus, weil es ganz oben in der Packung liegt. Kein Finger kramt dort herum und schleppt Keime ein“, so der Erfinder über sein Werk. Die Rede ist von einem automatischen Feuchttuchspender – allem Anschein nach dem ersten seiner Art: Das Gerät gibt Feuchttuch für Feuchttuch aus, ohne selbst berührt zu werden; zugleich konserviert es seinen Inhalt. Mit der Innovation will Hagleitner bei der Hygiene neue Standards setzen. Das Feuchttuch brauche den Spender wie die Milch einen Kühlschrank, betont der Erfinder.

Nachhaltigkeit fördern

Konkret liefert der Spender Tücher zur Flächendesinfektion: Die Hand fährt hin, ein Sensor reagiert, eine Drehscheibe öffnet sich, das Desinfektionstuch schaut heraus; nach dessen Entnahme schließt das Gerät vollautomatisch. Langfristig gehe es dabei allerdings nicht nur ums Desinfektionstuch, meint Stefanie Hagleitner; Hans Georgs Tochter leitet in seinem Unternehmen

das Produktmanagement; die Erfindung läute allgemein eine neue Hygieneära ein, zeigt sich Stefanie Hagleitner überzeugt: „Kein Gast wird mehr in der fremden Box mit Feuchtoilettenpapier wühlen. Kein Stück Vlies wird in Zukunft weggeworfen, nur weil es eingetrocknet ist – keine Ressource verschwendet. Auch kein Elternteil wird mehr die Packung mit den Babytüchern suchen, denn die Spenderlösung ist fix montiert.“

Für die Küche und anderswo

XIBU 2WIPE hybrid heißt die jüngste Kreation aus dem Hause Hagleitner. Sie liefert Desinfektionstücher aus eigener Erzeugung, dabei gibt es zwei Varianten: alkoholische und nicht alkoholische Tücher. Die alkoholischen sind lebensmittelecht, so der Hersteller. Mit ihnen lasse sich etwa rückstandsfrei das Schneidebrett desinfizieren. Die nicht alkoholischen Tücher sind für empfindliche Oberflächen abseits von Lebensmitteln konzipiert.

Digitaler Haltbarkeitswächter

Steuerbar ist XIBU 2WIPE hybrid auch digital. Eine App bietet beispielsweise einen Haltbarkeitswächter: „Gerade im Krankenhaus darf das Desinfektionstuch nicht ablaufen, sonst büßt es seine Wirkung ein“, schildert die Chemikerin und Desinfektionsexpertin Kerstin Heine. Generell kann der Spender Selbstauskunft geben, Anwendungsdaten übermitteln – online über den Füllstand und Energiestatus informieren. Das Gerät läuft wahlweise mit Netzstrom, Akku oder recycelbarer Energieeinheit; laut Hersteller reichen Akku und Energieeinheit für je 20.000 Betätigungen.

Hagleitner stellt den Spender, die Feuchttücher sowie hierfür das Desinfektionsmittel in der zentralen Produktionsstätte in Zell am See (in Salzburg) her. Also auf jeden Fall made in Austria.

Steuerbar ist die Erfindung auch digital.



© Hagleitner/Defenitner

www.hagleitner.com

Zärtlich zu den Pinseln

Farben sprechen eine Sprache, die Worte einfach nicht nachahmen können. Sie kommunizieren mit uns auf einer emotionalen Ebene und sind daher auch überzeugender. Farben sind das beste Stimmungsbarometer.



Susanne Richter, geboren 1958 in Wien, arbeitet als freischaffende Künstlerin in Münchendorf und Sallingstadt. Bei diversen Ausstellungen und Symposien präsentiert sie überwiegend abstrakte Bilder. Eine Farbenkünstlerin, die durch harte Anstrengungen die native Identität definieren möchte.

„Die moderne Kunst ist nicht mehr ausschließlich visuell. Es besteht ein Unterschied zwischen einer Malerei, die sich zunächst nur an die Netzhaut richtet und einer Malerei, die den retinalen Reiz überschreitet. Das Farbspektrum dient als Sprungbrett, um darüber hinauszugehen“, so die Künstlerin.

redaktion@hotel-und-design.at



SURI-ARTBOX

- Symposien in Steyr OÖ
- Ausstellungen in Geldinstituten
- Symposien im Waldviertel
- Symposien in der Toskana
- Ausstellungen in Schweiggers
- Symposium Westpeloponnes (GR)
- Ausstellung auf Zakynthos (GR)

Mitglied Kultur-
vernetzung NÖ



Eleganz neu interpretiert

Nach 22 Monaten Bauzeit wurde das Burgenland um eine Hotelattraktion reicher. Das Hotel Galántha mitten im Schlossquartier in Eisenstadt präsentiert sich mit 120 Zimmern, drei Suiten, dem öffentlich zugänglichen Restaurant PAULGARTEN sowie mit einem Spa-Bereich.

Eisenstadt selbst, aber auch seine Umgebung ist ja nicht gerade reich an vorzeigbaren Hotels. Umso mehr erregt seit Kurzem das neue Hotel Galántha positive Aufmerksamkeit. Ein absolutes Highlight, nicht nur für Hotelgäste, stellt die Rooftop Bar „THE TOP“ auf der vierten Etage des Gebäudes dar.

Für die Planung des multifunktionalen Gebäudekomplexes zeichnete das Architekturbüro Hohensinn verantwortlich, während das renommierte Büro BWM Architekten aus Wien die äußerst individuelle Innengestaltung des Hotel Galántha übernahm. So finden sich ausschließlich hochwertige Materialien,



Fotos: Hotel Galántha © Gregor Hofbauer





edle Stoffe und elegante Möbel in Verwendung. Der Duft von ausgesuchten Pflanzen- und Blumenarrangements begleitet den Gast auf seiner Entdeckungstour durch das Hotel. Farben wie dunkles Petrol, Senf, Salbei oder Koralle muten zugleich extravagant und zeitlos an. Bodentiefe Fenster in den Zimmern durchfluten den Raum mit Licht und geben den Blick auf das Schloss Esterházy frei.

Weitblick inbegriffen

Die Innenstadt der Landeshauptstadt wird durch das facettenreiche Haus zusätzlich belebt, und auch die bestehenden Betriebe in der historischen Altstadt und im Schlossquartier werden sicher langfristig vom neuen Hotel profitieren. Die bis dato einzige Rooftop Bar im nördlichen Burgenland erinnert mit ihren exotischen Farben an einen wilden Garten. In der vierten Etage des Hotels gelegen, eröffnet sich von hier eine völlig neue Perspektive auf das Schloss, die Stadt sowie auf das Wulkatal und den Neusiedlersee. Neben den mit viel Stilsicherheit eingerichteten Zimmern und Suiten punkten auch die anderen Hotelbereiche mit einem gewissen Etwas. Man spürt als Gast eine Exklusivität, gepaart mit Modernität, ohne dabei auf übertriebene Zeitgeistaccessoires zu stoßen. Mut zu einer abwechslungsreichen, warmen Farbenwelt, ein wenig Retro-Design und viel Gemütlichkeit zeichnen das Ambiente aus. In den Zimmern setzt sich die Philosophie fort. Hier wohnt man modern, aber nicht reduziert.



Eine Reise durch die Region

So nimmt die Kulinarik den Gast mit auf die Reise durch die Umgebung. Neben Spezialitäten vom offenen Feuer dürfen typische regionale Gerichte aus dem Burgenland wie Grammeln, Kraut und Somlauer Nockerl auf der Speisekarte nicht fehlen. Der in internationalen Küchen heimische Österreicher Roman Bigler verwendet für seine pannonische Kochkunst vorzugsweise regionale und saisonale Zutaten, die er mit seinem Team in der Showküche und einem der größten



Indoor-Grills Österreichs zubereitet. Der Veranstaltungsbereich verteilt sich auf einer Fläche von 600 Quadratmetern. Er verfügt über modernste Tagungstechnik und ausreichend Platz für produktive Seminare, Events und Hochzeiten. Im 200 Quadratmeter großen Spa genießen Gäste eine luxuriöse Auszeit in Dampfbad, Sauna, Salz-, Fitness- und Ruheraum.

Arch. Mag.arch. Erich Bernard, CEO und Founding Partner BWM Architekten, meint: „Das Interior-Konzept versteht sich als Zitat der weltoffenen, kosmopolitischen Geschichte Esterházy. Entsprechend offen sind auch die Allgemeinbereiche wie Lobby, Restaurant und Bar angelegt, das Hotel vereint internationale Gäste wie auch die heimische Bevölkerung unter einem Dach – ein Ort des Austausches, ein Ort zum Anfassen.“

Dipl.-Ing. Karlheinz Boiger, Architekt und geschäftsführender Gesellschafter der Hohensinn Architektur ZT GmbH, erklärt dazu: „Die Vielschichtigkeit in diesem Projekt war besonders spannend. Ein Schlossquartier mit modernem Stadthotel, attraktiven Wohn- und Bürogebäuden als Neubau gegenüber dem barocken Schloss am Schlossplatz im Zentrum von Eisenstadt kreieren zu dürfen, welcher sich im Kontext der historischen Umgebung zurücknimmt, aber auch in seiner Architektur mit Eigenständigkeit strahlen soll, war eine besondere Motivation und Herausforderung.“

Mit dem Ankauf des Areals der ehemaligen Gebietskrankenkasse setzte Esterházy einen ersten Schritt in Richtung Erweiterung des Schlossquartiers. Mit einem Gesamtinvestitionsvolumen von rund 60 Mio. Euro entstand ein multifunktionaler Gebäudekomplex, der das Hotel Galántha, vier Wohnhäuser mit 60 Eigentumswohnungen und Büros auf einer Gesamtfläche von 3.000 Quadratmetern beherbergt. Bei der Planung wurde darauf geachtet, dass sich der Neubau behutsam in das historische Ensemble des Schlossquartiers rund um das Schloss Esterházy einfügt.

Fazit

Ein auch architektonisch mutiger Schritt, dem prachtollen Schloss einen Neubau gegenüberzustellen. Eine gelungene Symbiose zwischen Alt und Neu.

www.hotelgalantha.at

HOTEL&DESIGN-Bewertung

Architektur	★	★	★	★	★
Design	★	★	★	★	★
Spa	★	★	★	★	
Kulinarik	★	★	★	★	
Mitarbeiter	★	★	★	★	



LV New Louis Vuitton brand campaign stars Lionel Messi and Cristiano Ronaldo.

Victory is a State of Mind

Stolz präsentiert LOUIS VUITTON die neueste Kampagne „Victory is a State of Mind“ mit den Fußballikonen Lionel Messi und Cristiano Ronaldo, fotografiert von Annie Leibovitz. Die Fortsetzung der berühmten Kampagne aus dem Jahr 2010 mit den legendären Fußballern Pelé, Maradona und Zinedine Zidane zeigt Annie Leibovitz fernab des Stadions an einem Schachbrett, das aus einem LOUIS VUITTON Damier-Koffer gefertigt wurde, und stellt die beiden modernen Fußballlegenden vor.



Ein Blickfang im Eingangsbereich

Wenn Gäste beim Betreten eines Restaurants eine stilvolle Inneneinrichtung in einem angenehmen Ambiente vorfinden, ist der erste positive Eindruck so gut wie gesichert. Um das positive Gesamtbild beizubehalten, gilt es, auch die Garderobe nicht zu vernachlässigen. „Sie ist das Erste, womit die Kundschaft in Berührung kommt – sozusagen die Visitenkarte des Hauses“, weiß Michaela Schenk, Inhaberin und Geschäftsführerin des Kleiderbügelherstellers MAWA GmbH.



© MAWA GmbH



Referenz: Hofgut Apartment & Lifestyle Resort Wagrain

Symphonic by ADA

Die neuen Interior-Design-Trends

Referenz: Dorfhotel Fasching



Gäste wollen immer wieder aufs Neue verwöhnt werden – auch optisch. Und das Ambiente muss dabei stimmig sein. Der skandinavische Einrichtungsstil ist wohl einer der beliebtesten, aber längst nicht der Einzige, der in der Hotel- und Objektgestaltung viele Fans findet.

Versetzen Sie sich in die Lage Ihrer Gäste. Wenn das Gesamtkonzept ein Gefühl von Heimeligkeit vermitteln kann, führt dies zu einer größeren Urlaubsfreude. Denn für ein unvergessliches Reiseerlebnis spielt der Wohlfühlfaktor eine entscheidende Rolle. Nach einem langen Tag in der Fremde sehnen sich Gäste nach Gemütlichkeit und Entspannung. Erzeugen Sie mit Ihrem Interior Design harmonische Orte der Erholung, in denen Gäste die Seele baumeln lassen können und sich geborgen fühlen.

Authentisch skandinavisch

„Der Grund, warum so viele Hotels und Objekte die Einrichtungsideen der Skandinavier verfolgen? Von gedämpften Farben bis hin zu minimalistischen Designs – das Interieur mit nordischem Touch wirkt beruhigend und verleiht dem Ambiente gleichzeitig eine wohnlich-warme Note,“ so Symphonic by ADA Geschäftsführer Philip Jandrisits.

Skandinavisches Design ist zeitlos und fast schon minimalistisch auf das Wesentliche konzentriert. Natürliche Materialien, neutrale Farbtöne und ursprüngliche Materialien wie Holz und weiche Textilien zeichnen den Stil aus.

Farbenspiel, das Kreativität & Lebenslust hochleben lässt

Hell, frisch und am besten so viel Farbe wie möglich soll es sein. Vor allem in Eingangsbereichen wie der Lobby oder Wartebereichen darf es schon mal etwas knalliger und schriller zugehen und ein bunt gefächerter Mix an Farben und Materialien gewählt werden. Denn Farben beeinflussen unsere Stimmung und entscheiden mitunter, wie wohl wir uns fühlen. Bei der Gestaltung von öffentlichen Bereichen soll Geselligkeit, Fröhlichkeit und Lebenslust versprüht werden, zum Beispiel mit sonnigem Gelb, lebendigem Orange oder elegantem Blau.



Referenz: Lackner Appartements Großarl

Industrial Style

Das moderne, industrielle Innendesign bringt offene Wohnkonzepte auf die nächste Ebene. Auch hier lässt sich Minimalismus erkennen: Möbel und wenige Accessoires definieren den Raum. Anstelle einer exzentrischen Farbpalette dominieren Grau-, Braun-, Beige- und

Schwarztöne. Diese lassen den Raum kleiner wirken und schaffen Ordnung und Ruhe. Der Fokus liegt auf der dynamischen Architektur und einer cleanen Formgebung. Hochglänzende Materialien wie Metall werden mit weichen Stoffen und straightem Möbeldesign kontrastiert.

www.symphonic.at

Referenz: Hofgut Apartment & Lifestyle Resort Wagrain





JOKA Wohnecke Siesta

Österreichische Möbelindustrie Echte Werte liegen im Trend

Sich zurücklehnen, entspannen und auftanken. Das spiegelt sich in der Einrichtung wider. Bleibende Werte und einzigartige Produkte sind gefragt. Möbel, die sich in Farbe, Maß und Funktion perfekt auf alle Wünsche einstellen und nach individuellen Vorgaben kombinieren lassen. Voller Funktionen, hochwertiger Materialien und Handwerkskunst. Dafür stehen Möbel aus Österreich seit vielen Generationen.

„Die heimische Möbelindustrie vereint Zuverlässigkeit, Topqualität und modernste Technologie mit Service und handwerklicher Expertise“, erklärt Dr. Georg Emprechtlinger, Vorsitzender der Österreichischen Möbelindustrie. „Damit bildet sie einen Gegenpol zu den Billiganbietern und setzt ein klares Statement für die gelungene Kombination aus Traditionen und Innovationen.“ Anspruchsvolle Einrichter und Innenarchitekten entscheiden sich deshalb immer öfter für Möbel und Küchen

made in Austria. Denn Österreich blickt wie kaum ein anderes Land auf eine bewährte Handwerks- und Möbeltradition zurück. Diesen hohen Anspruch an Exklusivität kennzeichnet das neue „Austria Gütezeichen Möbel“.

Das Qualitätssiegel ist ein Garant für verlässliche Werte und langlebige Produkte aus besten Zutaten. Es macht die Werte, für „Möbel made in Austria“ auf einen Blick sichtbar und schafft so mehr Transparenz.

Voller Güte

Immer mehr Verbraucher achten auf Gütezeichen, Label und Prüfwerte. Sie erweisen sich als ein gutes Hilfsmittel bei der Kaufentscheidung: So sind die zertifizierten Produkte aus Österreich beispielsweise nachhaltig und werden unter fairen Bedingungen gefertigt. Denn das Umwelt- und Gesundheitsbewusstsein nimmt messbar zu und auch Handmade ist wieder gefragt. Themen wie Ökologie, ressourcenschonende Fertigungstechniken und eine meisterhafte Verarbeitung gewinnen beim Möbelkauf an Bedeutung. „Wertvolle Produkte mit einer guten Ökobilanz und einem hohen Individualisierungsgrad sind die Markenzeichen von made in Austria“, unterstreicht Dr. Georg Emprechtinger. „Sie liefern schlagkräftige Argumente für Möbel aus Österreich und werden auch international immer stärker nachgefragt.“

Design und Funktionalität

Mit einem feinen Gespür für Design und Funktionalität verarbeiten die Manufakturen aus Österreich edle Rohstoffe zu Liebhaberstücken, die den Menschen viele Jahrzehnte lang begleiten. Dazu gehören moderne Einrichtungssysteme, die sich allen Grundrissen millimetergenau anpassen ebenso wie smarte Polsterlandschaften mit wohltuenden Relaxfunktionen und großen Typenplänen. Auch Betten, Schlafzimmer, Kinderwelten und Home-Office-Lösungen veranschaulichen die Stärken der Möbelindustrie in Österreich. Bis hin zu offenen Küchen und fließenden Übergängen zum Wohn- bzw. Speisebereich punkten die Einrichtungsspezialisten mit innovativen Konzepten. Hinzu kommt eine große Auswahl an edlen Naturhölzern, attraktiven Oberflächen, Materialien und Farben. Sie geben Raum für einen individuellen Lifestyle und stecken voller kreativer Möglichkeiten für eine ganz persönliche Gestaltung.

www.moebel.at



ADA Austria Zirbenbett Tyrol



TEAM 7 linee Küche und ark Barhocker



Bene STUDIO Chair und STUDIO Tischsystem



Kuscheln ist angesagt

Das Gassner Baumhaus liegt am Waldrand von Neukirchen am Großvenediger, inmitten von Baumwipfeln und den Naturschönheiten des Nationalparks Hohe Tauern.

Nur wenige Gehminuten vom 4-Sterne-Superior-Hotel Gassner entfernt steht das Gassner Baumhaus. Das heimelige, private und sehr exklusive Urlaubsnest auf Stelzen hat 147 m² Wohnfläche und ist perfekt ausgestattet für die zweisame Winterromantik. „Wenn ihr zwischen den Bäumen Pinzgaus aufwachen möchtet, seid ihr im Baumhaus genau richtig“, verrät Sonja Gassner über das gemütliche Nest im Wald. „Es gibt es ein großes Wohnzimmer, ein Natur-Luxusbadezimmer und unter dem Giebel ein romantisches Schlafzimmer mit Kingsize-Bett. Ein besonderes Highlight ist sicher die freistehende Whirlwanne mit unverstelltem Blick in die Berge.“ Das Interieur mit Altholz und Naturstein aus der Region schafft zudem ein angenehmes Wohngefühl. Perfekt für die gemeinsame Auszeit im Einklang mit der Natur.

Winterromantik mit Weitblick

Vor den Panoramafenstern und der 53 m² großen Holzterrasse breitet sich die Ferienregion Nationalpark Hohe Tauern aus – mit allen Winteraktivitäten, die zu zweit Spaß machen. Für eine Aufwärmrunde nach dem Outdoor-Erlebnis sorgt das 1.200 m² große Crystal Spa im Hotel Gassner nebenan. Im Farblicht-Indoorpool abtauchen, in der Saunalandschaft und der Panorama-Außensauna genussvoll die Temperatur nach oben schrauben oder sich von der Wohlfühlexpertin in den Behandlungsräumen rundherum verwöhnen lassen: So geht ein aktiver Tag entspannt ins Finale. Letzteres wird im Hotelrestaurant genussvoll zelebriert. Serviert werden internationale Gerichte, echte Pinzgauer Schmankerl und kulinarische Köstlichkeiten aus dem Salzburger Land. Küchenchef Gregor legt großen Wert auf qualitativ hochwertige Produkte vom hoteleigenen Bauernhof, aus der Gassner Jagd, aus dem Biokräutergarten und von Partnern aus der Tauernregion. Nach einem „Bett-hupferl“ an der Hotelbar gilt wieder das Vieraugenprinzip im kuscheligen Baumhaus.

www.baumhauslodge.at



Powernap

Für unsere Kinder ist er selbstverständlich. Und auch die Großeltern wissen ihn zu schätzen: den Mittagsschlaf. Experten nennen ihn Powernap. Gemeint ist ein Kurzschlaf von maximal zehn Minuten. Er wirkt sich messbar auf unser Wohlbefinden aus und gibt frische Energie. Aber auch für die Nacht gibt es natürliche Energiequellen: Die Schweizer Premium-Naturbetten von Hüsler Nest sorgen mit natürlichen Werkstoffen für traumhafte Nächte.



Italienische Design-Klassiker

Die 1947 von Luigi Caccia Dominioni, Ignazio Gardella and Corrado Corradi Dell'Acqua gegründete italienische Marke AZUCENA, heute Teil von B&B Italia, begeistert mit form-schönen, eleganten Design-Klassikern. Eines dieser Highlights sind Sessel und Sofa aus der „ABCD“-Kollektion. Mithilfe subtiler Änderungen am ursprünglichen Konzept und der Zeichnung von Caccia Dominioni wurden dieser sehr traditionelle Lesesessel und das Sofa aktualisiert, um den Bedürfnissen des zeitgenössischen Wohnens gerecht zu werden. Zu beziehen bei Home & Co.

Mehr Wohnlichkeit im Büro

Was die Küche im Privaten kann, das sollte sie auch in die Arbeitswelt tragen. Genau diese Idee steckt hinter der neuen VARIO Office Kitchen. Damit das funktioniert, holt VARIO die klassische Büroküche aus der Nische heraus und gestaltet sie als Herzstück einer neuen Raumkonzeption so um, dass sie frei im Raum stehend zur Anlaufstelle für Kommunikation wird.





Grenzüberschreitend urlauben

Das Familienunternehmen Tement ist international als eines der führenden Weingüter bekannt. Den Namen sollte man sich aber auch als stilvolle Urlaubsadresse merken.

Text: Peter A. de Cillia; Fotos: Ciringa Stampfer, The Flow Winzerei, blendpunkt



Nicht nur Wein-, sondern auch Designliebhaber genießen nunmehr in 25 einzigartigen Chalets die Kunst des Entspannens inmitten der großartigen Grenzregion Südtirol und Slowenien. Die Ruheoasen bieten mit natürlichen Materialien, wie Holz und Stein, ein zweites heimeliges Zuhause.

Alte Gutshäuser wurden seit 2013 aufwendig renoviert und in stilvolle Chalets, Suiten, Grand Suiten und Lagenhäuschen verwandelt. Ob alte Steinhäuser oder Gewölbekeller – in jedem dieser Hideaways wird Alt und Neu fantastisch kombiniert. Großzügig und einzigartig sind nicht nur die privaten Rückzugsoasen, sondern auch die Natur rundherum.



Die Südsteirische Weinstraße verbindet zwei spannende Länder: Österreich und Slowenien. Und in genau dieser „Genusszone“ liegen die „Tement-Oasen“. In dieser faszinierenden Grenzregion liegen, mit atemberaubendem Blick auf die Weinberge, die Weinbergslagen Zieregg und Ciringa.

Wohnen in den Weinbergen

Der Gast hat die Qual der Wahl, zwischen 4 reizvollen Lagen zu wählen. Die im Sommer 2018 eröffnete Adults-Only-Anlage Ciringa Stampfer liegt in Slowenien und besticht mit 360-Grad-Ausblick auf die umliegenden Weinberge und Infinitypool. Die



Lage Zieregg bietet sechs gemütlich-romantische Winzerchalets in zwei stilvoll renovierten Steinhäusern. Direkt auf der Südsteirischen Weinstraße liegt die Anlage Ciringa Menhard und bietet sechs wunderschöne Chalets und zwei verspielte Suiten. Die Anlage und das Lagenhaus „Pec“ ist umgeben von Weingärten und Blumenwiesen, hier finden Ruhesuchende ihren ganz privaten Wohlfühlort. Mit einem Wort – für jede Geschmacksrichtung ist da etwas dabei.

Anstatt Frühstücksbuffet und Restaurant wird hier ein bestens gefüllter Korb mit regionalen Delikatessen serviert. Genuss pur und traute Zweisamkeit mit Blick in die Weinberge – kein Wunder, dass hier das Herz höher schlägt. So kann man den Alltag

hinter sich lassen und die Tement-Weine in einem stilvollen Ambiente genießen. Die Chalets sind zudem Mitglied der Romantik-Hotels-&-Restaurants-Vereinigung.

Fazit

Keine neue Idee mehr, aber mit viel Liebe realisiert und bestens in die Umgebung eingebettet. Eine Urlaubsidee, die sich immer mehr durchsetzen wird. Geschmack und Qualität präsentieren sich hier in einer gelebten Partnerschaft.



Über die Romantik Hotels & Restaurants

Authentische Erlebnisse, herzliche Gastfreundschaft und echte Geschichte(n) prägen die knapp 200 Romantik Hotels & Restaurants in neun Ländern Europas – vom hochwertigen Landgasthof über einzigartige Wellness-Häuser bis zu den Luxushotels von „Pearls by Romantik“.

www.winzareei.at | www.romantikhoteles.com

HOTEL&DESIGN-Bewertung

Architektur					
Design					



Projektentwicklungen in den Alpen am Scheideweg

Geplant war ein Hotel mit 500 Betten, dann reduzierte die Tiroler Gemeinde Kirchberg bei Kitzbühel diese Zahl auf 149. Und sie will jetzt ein smartes 2-Sterne-Produkt haben und kein 4- oder 5-Sterne-Hotel mehr. Ein Zwist zwischen Gemeinderat und Hotelier.

Das stolze 3,5 Hektar umfassende Areal liegt touristisch optimal nahe der Fleckalmbahn, dem schnellen Einstieg ins weltberühmte Skigebiet am Kitzbüheler Hahnenkamm. Die Lage ermöglicht dem Wintergast Ski-in-Ski-out und gilt als eine der besten im Umfeld der berühmten Wintersport-Destination. Das Areal wurde schon viele Jahre touristisch genutzt und ist entsprechend gewidmet. Auf dem Grundstück steht das kleine Hotel Alpenhof mit 110 Betten, das seit einigen Jahren nicht mehr als Hotel genutzt wird und aktuell an die Kitzbüheler Harisch Hotels als Mitarbeiterhaus vermietet ist.

Eigentümer von Objekt und Grundstück ist ein Verein, welcher der Gewerkschaft Bau-Holz nahesteht. Lange diente es als Hotel für deren Mitglieder. Als deren Zahl abnahm, verkaufte man Teilgrundstücke, auf denen über die Jahre Privathäuser entstanden. Vor fünf Jahren beschloss der Verein, sich aufgrund der laufenden Verluste von dem wertvollen Grundstück zu trennen. Bei einer Auktion war der Wiener Hotelier, Weinbauer und vor allem Immobilienprofi Martin Lenikus erfolgreich. Was am Anfang nach einer klaren Win-win-Situation ausgesehen hat, wurde nach und nach von einigen Kirchberger Hoteliers gestört und torpediert.

Im Sinne einer raumverträglichen Tourismusentwicklung hat Lenikus das Projekt „Alpenhof Neu“ im Einklang mit dem „Tiroler Weg“ stark verkleinert und auf 300 Betten mit 88 Hotel-Suiten drastisch reduziert. Um jegliche Konkurrenzsituation mit den Kirchberger Hotels zu vermeiden, entschied man sich für einen Hotelstandard im 5-Sterne-Plus-Segment und ein zukunftsfähiges „Hotelsuiten“-Konzept, alles qualitätstouristische Einrichtungen, die in Kirchberg derzeit nicht zu finden sind.

Lenikus hat auch die Einbindung des Landesgestaltungsbeirates bei der Erstellung eines konkreten Bebauungsplanes vorgeschlagen und den Abschluss eines Raumordnungsvertrages zugesichert, wodurch der Beherbergungs-großbetrieb auch niemals in die Nähe von Freizeitwohnsitzen kommen könnte. In einer Zeit großer Unsicherheiten durch hohe und weiter steigende Bau-, Zins- und Energiekosten steht der Projektwerber Lenikus

zu seinen Zusagen und dem geplanten Vorhaben. Im Sinne der notwendigen betrieblichen Wirtschaftlichkeit hat Lenikus nunmehr einen Widmungsantrag für einen Beherbergungs-großbetrieb mit 300 Betten bei der Gemeinde eingebracht. Der Kirchberger Gemeinderat hat jetzt eine willkürliche und völlig unwirtschaftliche Obergrenze von 150 Betten gewünscht, so wäre das Projekt „Alpenhof Neu“ endgültig gestorben.

Die Entscheidung darüber soll dem Vernehmen nach im Dezember im Gemeinderat fallen. In diesem Zusammenhang hat Lenikus nochmals daran erinnert, dass gerade die ungünstige Betriebsgröße der Hauptgrund für die Schließung des alten Alpenhofs war. Dies wäre dann auch ein fatales Zeichen an mögliche Investoren, wenn die Gemeinde unter Missachtung jedweder Rechtssicherheit ihre eigenen Vorgaben völlig ins Gegenteil verkehrt, nur um die Partikularinteressen einiger weniger Hoteliers zu schützen. Der Großteil der Touristiker in der Region, aber auch die Vorstände der Bergbahn AG Kitzbühel, haben sich klar für dieses qualitätsvolle Projekt ausgesprochen.

Im Übrigen wären die Gemeinde Kirchberg und der Tourismusverband mit jährlichen Einnahmen von 547.000 Euro größter Nutznießer einer Umsetzung des „Alpenhof Neu“. Insgesamt würde der Betrieb unter dem Strich 4 Millionen Euro an jährlichen Gästerausgaben in der Region generieren. Eine solche qualitätsverbessernde und zukunftsweisende Investition wäre gerade jetzt in diesen schwierigen Zeiten (COVID-19, Ukraine-Krieg), besonders wichtig.

Unabhängig davon wird der Ruf Tirols als Standort für Hotelinvestitionen „von außen“ angeknackst bleiben.





schönsten Seiten des Landes modern interpretiert. Das Konzept besteht aus vier verschiedenen Themen, aufgeteilt auf die öffentlichen Bereiche sowie die vier Etagen mit Gästezimmern. So finden sich Gäste ab sofort entweder in einer modernen Interpretation des klassischen Wiener Cafés oder einer Tiroler Berghütte wieder. Im Frühsommer 2023 kommen mit dem Abschluss der Renovierungsarbeiten in den verbleibenden zwei Etagen die Südsteiermark mit ihren Buschenschänken und das Salzburger Land mit seinen klassischen Dirndl-Mustern hinzu.

Neueröffnung in Graz

Accor erweitert mit dem Hotel an der Messe Graz das Portfolio seiner Marke ibis Styles in Österreich und eröffnete am 28. November 2022 das sechste Haus der am stärksten wachsenden Economy-Marke im deutschsprachigen Raum.

Zum Angebot des Grazer Hotels gehören 101 Zimmer, neun Tagungsräume sowie ein Frühstücks- und Restaurantbereich inklusive Bar-Area. Das Haus wurde unter dem Motto „One Day in Austria“ gestaltet und verspricht den Gästen eine spannende Reise durch Österreich.

Designkonzept mit Lokalkolorit

5.050 Quadratmeter Hotelfläche, 101 klimatisierte Zimmer und 9 Konferenzräume – das neue ibis Styles Graz Messe erweitert als modernes Tagungshotel in der Grazer Hotellandschaft das Angebot in der beliebten Kongressstadt. Es handelt sich um ein Bestandsgebäude, das eine gelungene Kombination aus Gemütlichkeit und Design verkörpert. Ein besonderes Highlight ist auch, dass alle Zimmer mit einem großzügigen Balkon für entspannte Aussichten ausgestattet sind.

Individualität

Gemäß der Markenphilosophie von ibis Styles verfügt jedes Hotel über ein individuelles Designkonzept. So auch das Haus in Graz, das unter dem Motto „One Day in Austria“ die zentralsten und

Zentrale Lage

Die Stadt Graz, Kulturhauptstadt Europas 2003, besticht mit ihrem touristischen Angebot. Aufgrund der hervorragend erhaltenen Altstadt wurde Graz 1999 der Titel „Weltkulturerbe“ verliehen. Darüber hinaus locken der Schlossberg mit seinem Uhrturm und das futuristische Kunsthaus Graz am Mur-Ufer das ganze Jahr über viele Besucher an. Das ibis Styles Graz Messe liegt im Südwesten der Stadt zwischen Messegelände und der Grazer Innenstadt.

Eigentümer des Hotels ist die A.R.F. PROJEKT Baugesellschaft mbH., deren Schwestergesellschaft gemeinsam mit Accor auch bereits das Mercure Hotel am Lendplatz betreibt.





Eine urbane Vision – Etage Liquide

Die New Design University St. Pölten gibt Einblick in die Masterarbeit von Julia Lackner, die mit dem Thema Nachhaltigkeit im Bezug auf Lebensmittel neue urbane Räume definiert. Der Raum wird als offene, gemeinsam genutzte Ressource einer vernetzten, urbanen Gemeinschaft gesehen.

Univ.-Prof. (NDU) Architekt Christian Prasser

Hierbei steht die Nutzung und nicht der Besitz im Vordergrund, was mit dem Trend einer Share-Economy-Gesellschaft einhergeht und impulsgebend für durchaus neue Beherbergungsformen gesehen werden kann. Zentraler Gedanke ist eine selbstorganisierte, verantwortungsbewusste, nachhaltig handelnde Gemeinschaft, die in Verbindung mit dem flexiblen Raumangebot der etage liquide Werte schöpft, produziert und verteilt. Geben und Nehmen sowie ein Verständnis für natürliche Ressourcen und deren Konservierung tragen zur Kultivierung einer kollektiven Verantwortung bei. Die etage liquide ist ein Raum, der sich selbst als Commons versteht, also als Ressourcen, die aus

selbstorganisierten Prozessen hervorgehen. Die etage liquide funktioniert als ein Ort der Produktion und der Verbreitung von Nahrungsmitteln.

Vielfältiges Nahrungsmittelangebot

Konkret werden hier Nahrungsmittel angeliefert oder vor Ort produziert, aufbewahrt, verarbeitet, verkocht, eingekocht, konserviert und gemeinsam verzehrt. Das Lebensmittelangebot wird durch 10 Grundnahrungsmittel bzw. Rohstoffe definiert, die durch Fermentierungsprozesse zu einem ausgewogenen und





vielfältigen Nahrungsmittelangebot erweitert werden. Verbraucht wird, was da ist. Den Mitgliedern steht ein wechselndes saisonales Angebot zu Verfügung, das unter Beachtung des eigenen Bedarfs genützt werden kann. Durch die gemeinsame Planung der Verarbeitung und Konservierung der Produkte wird der anfallende Abfall so gering wie möglich gehalten.

Gemeinsame Nutzung

Hier werden Konservierungspraktiken wie das Einmachen von Früchten praktiziert, kultiviert und weitergegeben. Alt und Jung sind gleichermaßen involviert und haben die Möglichkeit, gute Produkte für zu Hause abzuholen oder gemeinsam Gekochtes vor Ort zu konsumieren. Die Mitglieder der Gemeinschaft organisieren die Ausführung der anfallenden Aufgaben über einen Zeitplan. Durch die unmittelbare Nähe einer etage liquide zu den jeweiligen Wohnorten ergibt sich eine unverbindliche, flexible, niederschwellige Nutzung durch die Gemeinschaft. Die geringe Distanz zum jeweiligen Wohnraum begünstigt die Eingliederung des Konzepts in den gelebten Alltag. So wird die Schwelle zwischen privatem und öffentlichem Bereich zu Gunsten einer dritten gemeinsam gepflegten Sphäre aufgebrochen – transparent, einladend, kreativ und wohnlich.

Verantwortungsvoller Genuss

Die Raumaufteilung der etage liquide setzt auf eine grundlegende Zonierung, an die ein flexibles Spiel an räumlichen Möglichkeiten gekoppelt ist. Die Kernzonen verfügen über verschiedene klimatische Anforderungen, die sich atmosphärisch in unterschiedlichen Lichttemperaturen äußern. Variable Zonen, die Bereiche zum Verweilen, Kochen, Essen und Zubereiten umfassen, komplettieren das fließende Raumangebot. Die Einbindung des Lokals in seinen Ort, als Zweigstelle und Knotenpunkt, führt zu einer engeren Verbindung der Bewohner*innen des Grätzls. Rund um die Themen Essen, Konsum und Gastlichkeit vernetzt sich eine urbane, selbst organisierte Gemeinschaft.

Fast Facts

MA-Innenarchitektur & visuelle Kommunikation

Abschluss: Master of Arts (MA)

Studiendauer: 4 Semester

Organisationsform: Vollzeitstudium, geblockt

Studienumfang:

96 Semesterstunden bzw. 120 ECTS-Punkte





Atmosphärische Gastronomie zwischen Historie und Moderne

Das denkmalgeschützte Kurhaus Baden-Baden ist Teil der UNESCO-Welterbeliste und erhält im Zuge einer ganzheitlichen Sanierung und Neukonzeption durch DIA-Dittel Architekten einen modernisierten Gastronomie- und Shopbereich in hochwertigem Erscheinungsbild auf mehr als 600 Quadratmetern.



Das Wahrzeichen besticht als historisches Herzstück der Stadt mit seiner klassizistischen Architektur und gilt mit seiner edlen Außenwirkung und stadt-bildprägenden Wirkung als ein ganz besonderes Kulturdenkmal der Bäderstadt. Die Neugestaltung fügt sich in den bauhistorischen Gesamtkontext, interpretiert die Identität Baden-Badens analog zur badisch-regionalen Küche auf moderne Weise und nimmt gestalterischen Bezug zum umgebenden Schwarzwald.

Das Wechselspiel aus modernen Elementen, spannender Lichtgestaltung und historischem Bestand strahlt Gemütlichkeit, Moderne und Exklusivität aus und resultiert in einer einladenden Raumkomposition.



Räumlicher Dialog

Nach einer siebenmonatigen Umbauphase erhält, angelehnt an den Komponisten Hector Berlioz, das Kurhausrestaurant seinen neuen Namen „HECTORS“. Wie in der Musik soll im Restaurant künftig das Genießen im Fokus stehen. Viele über Hunderte Jahre alte Elemente sind prägender Bestandteil der Neukonzeption und erzählen die Geschichte des Gebäudes. Goldene Akzentuierungen und Messingdetails sowie die quadratische Formsprache sind wiederkehrend und fließen charaktergebend durch alle Bereiche. Die quadratischen Parkettkassetten sowie der bestehende Marmorboden wurden denkmalgerecht aufgearbeitet und als bestehende Elemente harmonisch in das Designkonzept integriert. Die Kassettendecke in klassizistischem Stil erhält durch eine moderne Beleuchtung die verdiente Aufmerksamkeit und verleiht dem Bereich ein unverkennbares Ambiente.

Farbenwechsel

Wechselnde Akzentfarben definieren die räumliche Zonierung und die verschiedenen Nutzungsspektren des Innendesigns: Während dunkles Blau den Restaurant- und Café-Bereich bestimmt, wurden dunkles Grün für die Lounge und Bordeaux für das Separee gewählt. Raumtrenner aus Messing, gefüllt mit texturiertem Glas, orientieren sich an den Laufwegen, sorgen für Intimität, ohne die Offenheit der Bereiche in ihrer Entfaltung einzuschränken, und agieren als verbindendes Element. Mit den unterschiedlichen Sitzbereichen bietet der Raum eine hohe Aufenthaltsqualität für jede Art der Verweildauer: An gemütlichen Nebentischen, klassisch erhöht an der Bar oder in komfortablen Sofas können die Gäste am geselligen Geschehen teilhaben, das vielfältige Gastronomieangebot genießen und im exklusiven Flair entspannen.

www.di-a.de



calming nature
careful + pleasant

ambiente
trends
23+



Moving the future

Als international führende Konsumgütermesse bildet die Ambiente den Wandel im Markt zukunftsorientiert ab. Sie zeigt einen einzigartigen Mix an Ideen und Produkten – und ist die Plattform für die weltweiten Trends.

unknown beauty
strange + gracious

ambiente
trends
23+



Die neue Struktur

Nur auf der Ambiente gibt es einen so umfangreichen Überblick zum globalen Angebot an Konsumgütern. Für Tisch, Küche und Haushalt ist die Messe im Bereich Dining die unerreichte Nr. 1. Bei Living sind rund um Wohnen, Einrichten und Dekorieren alle Stilrichtungen erlebbar. Giving stellt Geschenke und persönliche Accessoires in allen Facetten vor und deckt jetzt auch hochwertige Papeterie sowie Artikel rund um den Schulbedarf ab. Der neue Bereich Working konkretisiert die Arbeitswelten von morgen. Die Zukunftsfelder HoReCa und Contract Business markieren ausbaufähige Schnittmengen.

lasting ideas
passionate + evocative

ambiente
trends
23+



Die großen Themen Nachhaltigkeit, New Work, Design, Lifestyle, Future Retail und Digital Expansion of Trade begleiten die Veranstaltung. Für das Knüpfen von Kontakten und die Suche nach neuen Geschäftspartner*innen gibt es hier die besten Verbindungen.

Gemeinsames Angebot

Die Ambiente findet ab 2023 zeitgleich mit der Christmasworld und der Creativeworld in Frankfurt am Main statt und schafft so neue Synergien.

Trends für 2023

Auf der Ambiente sehen Sie die entscheidenden internationalen Stilrichtungen. Das stilbüro bora.herke.palmisano recherchiert im Auftrag der Messe Frankfurt weltweit die Formen, Farben und Materialien, die Verbraucher*innen begeistern werden. Die drei wichtigsten Trends werden mit Ausstellerprodukten in Szene gesetzt.

Mixed-Reality-Ästhetik

Die Sehnsucht nach neuen, überraschenden Erfahrungen spielt beim ersten der drei Ambiente Trends 23+ eine entscheidende Rolle. Er reflektiert ein Wohnthema, das unkonventionelle Anmut und unglaubliche Neuschöpfungen verbindet. Das Unerwartete hält hier Einzug in die vertraute Lebensumgebung.

Die unknown beauty_strange + gracious-Farbpalette zeigt intensive, extravagante Farben im Wechselspiel mit lieblichen und sanften Nuancen. Es dominieren mehrfarbige und schimmernde Töne ebenso wie schillernde Regenbogeneffekte oder Wet-Looks. Bei den Materialien stehen abstrakte, fremde Formen sowie unkonventionelle Oberflächen im Mittelpunkt. Die Annäherung von Handwerk und Technologie bringt neue Produkte hervor.

Naturverbundenheit

Auf die besänftigende Kraft der Natur setzt der zweite Trend calming nature_careful + pleasant. Organische Formen, sanfte Farben und ein behutsamer Umgang mit Ressourcen stehen hier ebenso im Mittelpunkt, wie die Beziehung zwischen Mensch und Natur. Organische Formen und Designs werden von sanften Farben unterstützt.

Bei der Farbpalette stehen natürliche Töne im Mittelpunkt, die mit ihrer zarten Pigmentierung besonders sanft wirken. In der kühleren Ausrichtung finden sich Farbtöne aus der Pflanzenwelt, während die neutrale Reihe Stein- und Metallschattierungen



Bloomingville // S/N Messe Frankfurt // Jean-Luc Valentin

zeigt. Moos, Ton und eine Rosé-Nuance bestimmen die wärmere Ausprägung. Die Natur wird bei dieser Trendwelt immer miteinbezogen, so auch im Büro: Auch das Arbeitsumfeld profitiert von einer klaren, ruhigen Formensprache. Fokussiert auf das Wesentliche erscheinen Sitzmöbel, Tische und Leuchten. Biophiles Licht schenkt Büro- und Arbeitsräumen eine naturhafte Anmutung.

Der dritte Trend lasting ideas_passionate + evocative verdichtet die Ideen herausragender Designikonen zu einem Wohnthema, das Lösungen für das Hier und Heute sucht. Die Designer*innen erinnern sich an klassische, ikonische Designs, die Entwurfsergebnisse sind aber grundsätzlich neu und modern. Grafisch und plakativ, mit starken Farben und konkreten Formen, werden Erinnerungen an Designikonen wachgerufen. Die Lust, vertraute Konzepte neu zu interpretieren, steht im Fokus. Die Farbpalette bildet die Grundlage für kraftvolle Designs: Petrol- und Blaunuanen dominieren die kühle Reihe, während intensives Orangerot mit Violett- und Gelbschattierungen die warme Ausrichtung anführt. Das Gesamtkonzept steht klar im Vordergrund, so können auch unterschiedliche Materialien zum Einsatz kommen: Soft oder massiv, aus Natur- oder wiederverwerteten Werkstoffen. Materialien wie Stein oder Marmor betonen ebenso die Beständigkeit wie modulare und vielfältig nutzbare Objekte. Die Ambiente findet vom 3. bis 7. Februar 2023 in Frankfurt statt.

www.ambiente.messefrankfurt.com



Leonardo // Messe Frankfurt // Petra Witzel



DPI GmbH // Messe Frankfurt // Jean-Luc Valentin



Neuer place to be für Weinliebhaber

Kürzlich eröffnete die seit 18 Jahren bestehende WEIN & CO-Filiale am Schottentor ihre frisch renovierten Tore. Vis-à-vis der Hauptuniversität in Wien überzeugt der beliebte Standort mit einem vielseitigen Angebot aus der Welt des Genusses und lädt zum Verweilen und Genießen ein.

Neben architektonischen Besonderheiten wie dem extravaganen Lichtspiel aus 80 Burgunderflaschen-Lampen am neugeschaffenen Galeriehimmel bietet WEIN & CO mit dem Shop = Weinkarte-Konzept auch ein einzigartiges Service. Gäste erwartet mit über 35 Topweinen glasweise und über 1.500 Flaschenweinen die „größte begehbbare Weinkarte Österreichs“.

Der Weinbarbereich gliedert sich in drei Teile und erstreckt sich auf einer Fläche von insgesamt 130 m² über zwei Stockwerke. Mit 50 Sitzplätzen bietet der zur modernen Wiener Weinstätte umgestaltete Barbereich das richtige Ambiente für einen entspannten Plausch und einzigartiges Weinbar-Food. Der WEIN & CO Shop erstreckt sich über eine Fläche von 180 m² im Erdgeschoß des renovierten Standortes. Der Shop-Bereich zeichnet sich durch eine große Verkostungszone mit monatlich wechselnden Weinen, zwei gekühlte Ikonen-Regale mit zahlreichen gereiften Jahrgängen und einer erlesenen Auswahl an Fine Wines sowie eine moderne Shop-Architektur aus. Im komplett barrierefrei nutzbaren Obergeschoß erwartet BesucherInnen neben einer gemütlichen Wine Lounge auch ein lichtdurchfluteter Eventbereich, der zukünftig regelmäßig für Veranstaltungen und Workshops genutzt werden soll, aber auch für private Feiern angemietet werden kann.

Die Architektur

Der beliebte Shop und Fixpunkt der Gastroszene präsentiert sich nun mit einem völlig veränderten Raumgefühl. Durch die Entfernung einer Zwischendecke kommen die architektonischen Besonderheiten des Baus künftig viel stärker zur Geltung: Die hohen Bogenfenster spenden tagsüber viel Licht für den großzügigen



Zentralraum mit direktem Blick auf die freigelegte Galerie, während bei Einbruch der Dunkelheit das extravagante Lichtspiel aus 80 Burgunderflaschenlampen am neu geschaffenen Galeriehimmel die Gäste in Empfang nimmt.

Verantwortlich für den Umbau zeigt sich Architektin Edith Rettenbacher. In Zusammenarbeit mit dem Team der Firma Wanzl und der Design-Architektur Werbereich unter der Führung von Florian Mainx wurden das Design, das einzigartige Einrichtungskonzept, die Gestaltung der Gastronomiebereiche und auch der Ladenbau des Shops kreiert.

Die Gastronomie

Die Gastronomie gliedert sich in drei Bereiche. Dies spiegelt sich auch im Design der einzelnen Bereiche wider. Im Erdgeschoß befindet sich eine helle und lichtdurchflutete Bar, die zum kurzen Verweilen und spontaner Gemeinsamkeit einlädt. Ob After Work oder um auf die bestandene Prüfung anzustoßen, für einen Aperitif vor einem Dinner-Date, oder einfach nur für ein gutes Glas Wein – die Bar ist ein Place to be für Genussmenschen.

In dem etwas dunkleren und gemütlicheren gestalteten Obergeschoß erwartet BesucherInnen eine Wine Lounge, die zum längeren Verweilen einlädt. Vollendet wird das Gastro-Angebot durch einen klassischen Bistrobereich für den kleinen Hunger zwischendurch. WEIN & CO bietet alles, was das Genießerherz begehrt: Neben einem dreistöckigen Charcuterie-Tower zum Teilen, interessanten Käseflights, dazu Joseph-Brot und den höchstbewerteten Olivenölen der Welt werden auch Champagner zum Beef Tartar, große Rotweine zum Croque & Co in unvergleichlichem Ambiente serviert.



winterhalter®

HYGIENE UND BRILLANZ OHNE POLIEREN

Glas ist nicht gleich Glas. Tatsächlich macht es einen großen Unterschied, ob feine Weingläser oder robuste Bierkrüge gespült werden. Nur wenn Spülmaschine, Spülchemie, Wasseraufbereitung und Körbe optimal auf das Glas abgestimmt sind, können brillante Spülergebnisse mit streifenfreier Trocknung erzielt werden. Die variable Spüldruckanpassung VarioPower löst Verschmutzungen wie Lippenstift, Milchschaum, Verfärbungen oder Fruchtfleisch zuverlässig und garantiert gleichzeitig eine schonende Behandlung der Gläser. Glasbruch wird reduziert und hygienisch saubere und glänzende Ergebnisse sind garantiert – ganz ohne Nachpolieren.

www.winterhalter.at





© Adrian Almasan

Der Grazer Dominik Wolf ist mit dem „Banarama“ der Gewinner des Artisans of Taste Wettbewerbs 2022.

Vom Viertel4 in Graz nach Venezuela

Dominik Wolf ist Artisans of Taste-Gewinner 2022. Handwerk, Umweltschutz und Herz – welcher österreichische Bartender versteht es, diese Werte vereint im Cocktailglas zu servieren?

Am 22. November 2022 wurde beim Finale des Diplomático Artisans of Taste Wettbewerbs die Antwort darauf gefunden. Zehn Bartender aus ganz Österreich mixten in der Josef Highball Bar in Wien um den Sieg. Durchsetzen konnte sich am Ende der Grazer Dominik Wolf mit seinem Cocktail „Banarama“.

Die Regeln des Wettbewerbs haben es in sich: Die Basis des Drinks bilden Diplomático Rum oder Canaima Gin (ebenfalls aus dem Hause Diplomático). Alle weiteren Zutaten müssen möglichst regional bezogen werden und bei der Zubereitung des Drinks soll kein Abfall entstehen. Wer diese Herausforderung am besten bewältigte, entschied eine hochkarätige Jury, bestehend aus Roland Graf (Journalist), Bernhard Degen (Journalist, Gault Millau) und dem zweitplatzierten des Vorjahres, Marcus Philipp (The Pink Rabbit, Wien) – der Erstplatzierte hat als Titelverteidiger erneut am Wettbewerb teilgenommen. Die Jury beurteilte jede Kreation nach den Kriterien Geschmack, Präsentation, Nachhaltigkeit und Regionalität der Zutaten. Überraschend also, dass ein Cocktail mit Bananen als Hauptbestandteil dieses Jahr als Sieger gekürt wurde.

„Die Bio-Fairtrade-Bananen, die ich in meinem ‚Banarama‘ verwende, kommen zwar aus Südamerika, aber sie reifen in Hartberg“, erzählt Dominik Wolf, Barchef des Viertel4, während er seinen Drink vor der Jury mixt. Für seinen Cocktail hat der Grazer den Diplomático Reserva Exclusiva Rum mit einem Kokos-Bananen Fat Wash* aromatisiert. Die Bananen verwendete Dominik Wolf in seinem Drink weiter. Sie wurden mit Honig karamellisiert, um einen Diplomático Likör herzustellen. Danach verarbeitete Wolf die Bananen zu einem Pulver und die Schalen wurden zum Banana Peel Cordial. Insgesamt sechs Zutaten hat der Drink, und jede einzelne wurde aus den Bananen gewonnen. Sogar das Fett vom Fat Wash konnte der ehemalige Bartender-Staatsmeister wiederverwerten und daraus die Garnitur zaubern. Für Dominik Wolf geht es, gemeinsam mit Artisans of Taste-Siegern aus der ganzen Welt, nach Venezuela, wo Diplomático Rum seinen Ursprung hat und hergestellt wird. Der Banarama wird außerdem in das 2023 erscheinende Rezeptbuch „Zero Waste Cocktails“ von Diplomático aufgenommen.

* Fat Wash: Bei dieser Methode wird Fett, in diesem Fall Kokosöl, in dem Bananen angeröstet wurden, einer Spirituose beigemischt und gut vermischt. Der Geschmack des Fetts überträgt sich. Im Anschluss wird das Gemenge eingefroren, sodass sich das Fett wieder von der Spirituose trennt und gefiltert werden kann.

Im Zeichen vom bewussten Genuss

Auf den nächsten Seiten finden Sie all das, was demnächst aus Küche und Keller auf den Tisch kommt und Gäste begeistern wird.



Food-Trends 2023

Sind Food Trends einfach ein Hype einzelner Zutaten oder Gerichte, oder sind es vielmehr neue Konzepte der Ernährung, Produktion oder Zubereitung von Nahrungsmitteln? Ein kleiner kulinarischer Ausblick, was schon morgen aus welchen Gründen auf den Teller kommen könnte.



Immer mehr Menschen wird es endlich bewusst, dass sie zu viele Lebensmittel zu schnell wegwerfen oder gar nicht kaufen, weil sie optisch nicht hochwertig aussehen. Der Trend zum Kauf von auch optisch nicht wirklich ansehnlicher Ware ist aber im Steigen – auch Supermarktketten reagieren langsam darauf. Das sogenannte „ugly food“ wird immer seltener weggeschmissen. Gastronomen könnten hier durchaus auch Trendsetter sein und ganz bewusst damit „arbeiten“. Groß im Trend ist auch das, was wir bisher nicht wirklich gegessen haben. Moose, Flechten, Insekten und vieles mehr, also all das, das bis vor Kurzem nicht als Lebensmittel betrachtet wurde. Spitzenköche sind schon länger auf kulinarischer Entdeckungsreise nach ungewöhnlichen Lebensmitteln, die sie dann kunst- und lustvoll in ihre Speisenfolge einbauen können.

Immer mehr vegan

Verzicht auf zu viel Fleisch ist „in“. Lieber weniger davon, aber wenn, dann von höchster Güte – so lautet der Slogan vieler Gleichgesinnter.

Die kreativen Köpfe haben mittlerweile die pflanzliche Küche zu einem der spannendsten Orte in der Gastronomie gemacht: Selbst Bestseller wie die Bücher von Yotam Ottolenghi kommen in der Zwischenzeit auch gänzlich ohne Fleischrezepte aus. Und selbst im kulinarisch eher konservativen Frankreich



Fotos: Hilberg



wurde mit dem „Ona“ bereits erstmals ein veganes Restaurant mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet. Mit diesen kulinarischen Auszeichnungen sind auch Interesse, Anerkennung und die Ansprüche bei den Gästen gestiegen.

Think global, grow local

Mit „Brutal lokal“ hat das Restaurant „Nobelhart und Schmutzig“ in Berlin einen Trend losgetreten. Auf den Teller kommt dort wirklich nur, was aus der Region ist. Das sorgt à la longue nicht nur für Veränderungen im Sortiment der Händler, sondern bedeutet auch eine Neuausrichtung des Angebots auf Speisekarten in den Betrieben. Als Gastgeber kann man diese Nachfrage befriedigen, indem man beispielsweise mehr Kooperationen mit regionalen Lieferanten eingeht, die ihre Lebensmittel fair produzieren. Diese wichtigen Informationen können dann auch auf der Website und in der Speisekarte angegeben werden. Die Herkunft der regionalen Speisen sollte auf jeden Fall für Gäste sichtbar gemacht werden.



Regenerative Food

Bei Regenerative Food geht es darum, Lebensmittel nach den Kriterien der regenerativen Landwirtschaft zu produzieren. Diese regeneriert und schützt den Boden, fördert die Biodiversität und reduziert Treibhausgasemissionen. Denn in Bezug auf Nachhaltigkeit spielt die Gesundheit des Bodens bei der Produktion von Nahrungsmitteln eine wesentliche Rolle. Dies betrifft dabei genauso pflanzliche wie tierische Lebensmittel. So können sich auch pflanzliche Produkte schlecht auf das Klima auswirken, wenn sie nicht regenerativ angebaut werden, indem z. B. zu viel Wasser verbraucht oder die Humusschicht der Böden beschädigt wird.

In Zukunft wird Regenerative Food vermehrt an Interesse gewinnen, da immer mehr KonsumentInnen auch wissen wollen, wie ihr Essen produziert wurde. Deshalb lohnt es sich auch in der Gastronomie, Lebensmittel zu beziehen, die eine gute Energie- und Nachhaltigkeitsbilanz aufweisen. Und dies sollte dann auch beim Gast kommuniziert werden. Vertrauen schafft nun einmal Stammgäste.

Fusion

Das zentrale Stichwort lautet hier Fusion Food. Erstmals tauchte der Begriff in den USA in den 80er-Jahren auf, als GastronomInnen damit begannen, kulinarische Highlights aus verschiedenen Esskulturen und Kochkünsten zu kreieren. Heute erlebt die Fusionsküche einen neuen Boom. Das Schöne daran ist, dass es keine festen Regeln gibt. Was stattdessen benötigt wird: Know-how, welche Gewürze und Zutaten aus den verschiedenen Küchen der Welt sich gut kombinieren lassen.

Fazit

Regional, gesund, nachvollziehbar, ein wenig exotisch, ehrlich und auch gänzlich neuartige Produkte als Lebensmittel, das alles ist angesagt. Alles ist erlaubt, was Sinn macht – und schmecken sollte es natürlich auch.



Ursprung der WIBERG Exquisite Produkte sind die außergewöhnlichsten Anbaugebiete in aller Welt. Pflanzung und Aufzucht erfolgen ausschließlich durch Produzenten, die höchsten Wert auf die Natürlichkeit ihrer Rohstoffe legen. Mit einzigartigem Geschmack und bester Qualität besticht jedes Mitglied der Exquisite Reihe als besondere Kostbarkeit.

So vielseitig das WIBERG Exquisite Sortiment ist, so erlesen sind seine einzelnen Schätze. Kreative Köche unterstreichen mit Exquisite Produkten ihren hohen Anspruch an zeitgemäße Gastronomie. Um den aktuellen Geschmackstrends Rechnung zu tragen, werden die Rezepturen einzelner Mischungen laufend angepasst. „Kulinarische Trends sind ständig im Wandel – und damit auch die Geschmäcker der Gäste“, weiß Philipp Kohlweg vom WIBERG Team Inspiration.

„Mit kleinen Veränderungen der Rezeptur oder einem angepassten Rohstoff erzielen wir in unseren Mischungen eine zeitgemäße Harmonie und sind somit immer am Puls der Zeit.“

Pfeffer-Cuvée

Aktuelles Beispiel dafür ist Exquisite Pfeffer-Cuvée. Diese einzigartige, harmonische Gewürzmischung kombiniert hochwertigste Pfeffersorten wie Kubeben-, Guineapfeffer und schwarzen Pfeffer. Gemeinsam fügen sie sich zu einem Gesamtkunstwerk der Genüsse zusammen. Mit der neuen und behutsam angepassten Rezeptur entspricht Exquisite Pfeffer-Cuvée modernen Geschmackprofilen und garantiert ein expressives Genusserlebnis, unvergleichlich aufregend in Struktur und Duft.

Black BBQ

Auch beim Bestseller und Kundenliebling Exquisite Black BBQ haben die Küchenprofis aus dem WIBERG Team Inspiration umsichtig Hand angelegt und das Geschmacksprofil modernisiert. Weiterhin begeistert die unvergleichliche Mischung als harmonische Vereinigung der Grillküchen dieser Welt: Asado (Südamerika), Texmex (texanisch-mexikanisch), Cajun (Südstaaten) und Braai (Südafrika). Die Barbacoa Würzmischung beinhaltet ein ganz besonders geheimnisvolles Aroma: über Buchenholz geräuchertes Meersalz. Mit Exquisite Black BBQ entfacht man bei Genießern die Flamme der Leidenschaft!



Mehr Informationen und alle Rezepte im Detail finden Sie unter www.wiberg.eu



Edle Stoffe im Glas

Weihnachten, Silvester und die Zeit der Bälle – ein Event jagt das nächste. Gäste wissen, was sie im Glas möchten. Markenqualität und Image überzeugen den Gaumen. Anbei einige Must-haves, die auch Ihre Gäste in Feierstimmung bringen.

Zusammengestellt von Peter de Cillia, Fotos: Hersteller

Die Special Releases 2022

Seit 2001 bringt DIAGEO, einer der weltweit größten Hersteller von Premium-Spirituosen, jedes Jahr eine ganz besondere limitierte Kollektion seltener Single Malts heraus: die SPECIAL RELEASES. Die Originalabfüllungen in natürlicher

Fassstärke stammen aus weltberühmten Destillieren und werden von erfahrenen und anerkannten Expert:innen mit größter Sorgfalt ausgewählt. Die diesjährige Kollektion LEGENDS UNTOLD II – Elusive Expressions beeindruckt seit Oktober 2022 alle Whisky-Interessierten mit noch selteneren Whiskys und noch mehr einzigartigen Geschmackswelten als zuvor – perfekt eingebettet in der schottischen Whisky- und Legendenkultur.

Gastropartnerschaft mit Mehrwert

Die Whiskeymarke Jack Daniel's setzt sich gemeinsam mit zehn österreichischen GastronomiepartnerInnen sowie der Bio Imkerei Gruber aus Gratwein für eine Zukunft der Bienen ein. So sind auch die Bars „Dino's Apothecary Bar“ und „The Sign“ aus Wien eine Bienenvolk-Patenschaft eingegangen und beziehen somit ihren eigenen Biohonig für Kreationen mit Jack Daniel's Tennessee Honey. Jack Daniel's setzt mit der Patenschaft „Jack's Bees“ einen verstärkten Fokus auf Regionalität und Nachhaltigkeit in Österreich.



© Gregor Lammner

Goldene Weihnachtsgrüße

Die erlesenen Sektspezialitäten von Schlumberger begeistern in der Weihnachtszeit mit edlen Geschenkkartons. Der elegante Klassiker Schlumberger Sparkling Brut in zauberhafter goldschimmernder Verpackung ist das ideale Geschenk zum Weihnachtsfest. Die Cuvée aus Chardonnay, Pinot Blanc und Welschriesling wird ausschließlich aus besten niederösterreichischen Trauben hergestellt. Auch der beliebte Schlumberger Rosé Brut Klassik verzaubert zu den Feiertagen in einer wunderschönen Weihnachtsedition und lässt die Herzen aller Rosé-LiebhaberInnen höherschlagen. Verpackt in einem glänzenden Geschenkkarton ist der Rosé-Schaumwein das ideale Präsent für die Festtage und avanciert zum echten Blickfang unter dem Weihnachtsbaum. Der Schlumberger Rosé Brut Klassik überzeugt mit seinem feinen Duft mit Anklängen nach Waldbeeren, einem kräftigen Mousseux am Gaumen und einem weichen, samtigen Abgang.

Ein Blended Whisky in limitierter Auflage

Hibiki® Blossom Harmony™ 2022 ist ein Blended Whisky in limitierter Auflage, der aus Whiskys hergestellt wurde, die in Sakura-Fässern (Kirschbaumfässer) gereift sind – eine Innovation, die einem traditionellen japanischen Moment des Feierns Tribut zollt. Hibiki ist eine harmonische Vereinigung verschiedener Malt- und Grain-Whiskys aus den Suntory-Destillieren Yamazaki, Hakushu sowie Chita. Immer dem Gedanken verpflichtet, die Grenzen japanischer Whiskys zu erweitern, experimentiert The House of Suntory mit verschiedenen Holzarten.



Das Warten hat ein Ende

Leicht, aber doch intensiv entfaltet sich der Dom Pérignon Vintage 2004 Plénitude 2 mit einer anhaltenden Milde. Der Vintage Champagner reifte 18 Jahre lang und gewann so an Tiefe und Struktur und erreichte anschließend seine 2. Reifestufe – die Plénitude 2.

Nach einem unbeständigen Weinjahr 2003, welches von Frost und einer historischen Hitzewelle geprägt war, kamen die lang ersehnte Erholung und Ruhe im Jahr 2004: ein Weinjahr voller Leichtigkeit, ausgeglichenem Wetter und großzügiger Ernte an ausgereiften Trauben. Ein Dom Pérignon wird ausschließlich aus den Trauben ein und desselben Jahres kreiert und ist daher immer ein Jahrgangschampagner. Von jedem Jahrgang wird gleich zu Beginn eine limitierte Anzahl an Flaschen für eine längere Reife, die Plénitude 2, ausgewählt und separat in den Kellern gelagert.



HIBIKI Casey Gutteridge, CPCG Photography für Beam Suntory





Prickelnde Kunst

Maison RUINART präsentiert die Kooperation zwischen RUINART X BOICUT. Eine streng limitierte Edition von zehn Flaschen Blanc de Blancs 0,75 l und 10 Flaschen Blanc de Blancs Magnum gehüllt in den bekannten, nachhaltigen Flaschenschutz „Second Skin“ und gestaltet von dem österreichischen Künstler BOICUT. Ruinart verzichtet auf traditionelle Geschenkverpackungen und hat stattdessen etwas Visionäres entwickelt. Das 1729 gegründete Champagnerhaus hat sich entschieden, mit ihrer 2021 lancierten SECOND SKIN handverlesenen Künstlerinnen und Künstlern eine leere Leinwand zu bieten und ganz besondere Kunstwerke aus der nachhaltigen Schutzhülle zu gestalten. Die Wahl für die österreichische Kollaboration fiel auf den Wiener Künstler Boicut.

Ein Bier für Gourmets

Abhängig vom Jahrgangscharakter der Leutschacher Aromahopfenorte Celeja, aus der es exklusiv gebraut wird, präsentiert sich das Reininghaus Jahrgangspils jedes Jahr auf unvergleichliche Weise. Als eines der exklusivsten Biere der österreichischen Bierkultur wird diese bierige Spezialität ausschließlich in etwa 1.000 gehobenen Restaurants serviert. Das Bier ist bei 4,8 % Alkoholgehalt ein hopfenbetontes, untergäriges Pilsbier mit schlankem Körper, erfrischender Hopfennote und trockenem Abgang und passt wunderbar als Aperitif sowie zu leichten Speisen wie Salaten oder hellem Fleisch. Um die Hopfenaromatik noch zu betonen, wird das Bier optimalerweise in einer Pilstulpe bei einer Trinktemperatur von 7 °C serviert.



Leibwächter Cocktailinspiration 2022, kreiert von Christian Wu, Pho Saigon in Wien

Ein Bitter im neuen Gewand

Leibwächter ist ab sofort auch in der neuen 500-ml-Großflasche im neuen Design erhältlich. Er steht für den Geschmack sonnenverwöhnter Kräuter und Wurzeln von saftigen Wiesen und ist einer der wenigen Kräuter-Elixiere, die nur aus natürlichen Zutaten gewonnen werden. Sein vollmundiger Geschmack spricht Genussmenschen aus allen Altersgruppen gleichermaßen an. Leibwächter beinhaltet Mazerate von 58 unterschiedlichen hochwertigen Kräutern. Nur die besten Kräuter aus der ganzen Welt werden in Präzision kalt mazeriert und die Essenzen daraus zu einem einzigartigen Elixier mit weniger Zucker verarbeitet.

Das Reininghaus Jahrgangspils steht für besondere Genussmomente in der Gastronomie.



Nachhaltigkeit, die über den Tassenrand hinaus geht

NESPRESSO ist seit diesem Jahr Teil einer globalen Bewegung von Unternehmen, die sich zu ökologischer Nachhaltigkeit und sozialer Verantwortung bekennen. Als „Certified Benefit Corporation“ erhält NESPRESSO damit eine der höchsten internationalen Auszeichnungen für sinnstiftend wirtschaftende Unternehmen.

Nach Durchführung eines strengen Qualifizierungsprozesses hat Nespresso die B Corp-Zertifizierung erhalten. Damit schließt sich der Pionier des portionierten Kaffees einer internationalen Bewegung von 6.106 Unternehmen in über 150 Branchen und mehr als 70 Ländern an, welche die hohen Standards der B Corp für soziale und ökologische Verantwortung und Transparenz erfüllen.

Alessandro Piccinini, Geschäftsführer von Nespresso Österreich: „Wir freuen uns, dass wir mit unserem unermüdlichen Engagement hier vor Ort in Österreich einen wichtigen Beitrag

zur B Corp-Zertifizierung leisten konnten. Das zeigt deutlich, dass sich unsere Maßnahmen lohnen, wie unsere eigens eingeführte Recycling-Initiative oder unser Boutique-Konzept, welches auf Nachhaltigkeit in allen Bereichen setzt – von der Innenausstattung über den Einsatz von erneuerbaren Energien bis hin zum Transport. Vor allem aber spornt uns die Auszeichnung an, noch mehr zu tun und unsere Vision auch in Zukunft weiter zu verfolgen.“

Nachhaltig erfolgreich

Die Zertifizierung spiegelt Nespressos über 30-jähriges, konsequentes Engagement für Nachhaltigkeit, Transparenz und verantwortungsvolles Handeln wider. Denn mit der gleichen Hingabe und Leidenschaft, die in jeder Tasse Nespresso Kaffee steckt, setzt sich das Unternehmen für Gemeinschaften, das Klima und die Kreislaufwirtschaft ein. Als zertifizierte B Corp geht Nespresso noch einen Schritt weiter und verpflichtet sich gesetzlich dazu, die Auswirkungen seiner Entscheidungen und Handlungen auf alle Interessensgruppen zu berücksichtigen.

Zu den wichtigsten Faktoren des Engagements gehören das gemeinsam mit der Rainforest Alliance 2003 ins Leben gerufene Nespresso AAA Sustainable Quality™ Program, die strategische Partnerschaft mit Fairtrade sowie ein eigens eingeführtes Recycling-System, das es ermöglicht, das Aluminium der gebrauchten Kaffeekapseln im Wertstoffkreislauf zu halten.

Hinter der B Corp-Zertifizierung steht mit B Lab eine weltweit aktive Non-Profit-Organisation, die nachhaltiges Wirtschaften von Unternehmen bewertet. Dabei müssen hohe Standards in den fünf Bereichen Unternehmensführung, Arbeitnehmer:innen, Gemeinschaft, Umwelt und Kund:innen erfüllt werden. Der dadurch entstehende soziale und ökologische Impact muss von den B Corps regelmäßig gemessen und kontinuierlich verbessert werden.

Die Nespresso-Bewertungen sind transparent auf bcorporation.net und sustainability.nespresso.com/b-corp-score einsehbar.

Als „Certified Benefit Corporation“ erhält Nespresso eine der höchsten internationalen Auszeichnungen für sinnstiftend wirtschaftende Unternehmen.





Eine Hommage an die Zeit

Glenfiddich launcht Time Series in Österreich

Die Kollektion Time Re:imagined besteht aus drei außergewöhnlichen Single Malts, die jeweils eine Momentaufnahme der Zeit repräsentieren. Diese Whiskys reiften jahrzehntelang in aller Stille in Speyside, Schottland und entwickelten dabei eine geschmackliche Tiefe und Vielfalt, die ihresgleichen sucht. Der exklusivste Vertreter dieser begehrten Sammlung ist der 50-Jährige, ein faszinierendes Porträt der „Simultaneous Time“, in dem all die komplexen Bedingungen und Auswirkungen, die diese edle Spirituose beeinflusst haben, verdichtet sind. Der 40 Jahre alte Whisky läuft unter der Bezeichnung „Cumulative Time“. Vervollständig wird die Kollektion vom 30-Jährigen „Suspended Time“.

Seit den 1960ern haben drei Malt-Master die geduldige Entwicklung dieser ebenso raren wie kostbaren Fässer überwacht. Nun, mehrere Jahrzehnte später, haben die Single Malts den Zenit der Reifung erreicht und sind bereit für den Release. Die markante Verpackung, die für alle drei Whiskys kreiert wurde, ist eine visuelle Dekonstruktion dieser Zeitformen, die in spektakulärer Weise zu neuem Leben erweckt werden und ihre Geschichte in der Sprache unkonventioneller disruptiver Designtechniken erzählen.

50 Jahre alt – „Simultaneous Time“

Der Glenfiddich 50 Year Old besteht aus Whiskys dreier verschiedener amerikanischer Refill-Eichenfässer, die alle im selben Lagerhaus reiften, bevor sie vermählt wurden und zwei Jahre lang ein Finish in einem amerikanischen Refill-Eichenfass erfuhren. Von dieser kostbaren Abfüllung sind nur 220 Karaffen erhältlich, was sie zu einem äußerst seltenen und begehrten Sammlerstück macht. Die Whiskyreifung im Fass wird von vielen Faktoren beeinflusst, etwa von klimatischen Bedingungen wie Luftdruck, Temperatur und Feuchtigkeit. Diese klimatischen Bedingungen sind an einem spezifischen Tag, zu einem bestimmten Zeitpunkt einzigartig und lassen sich nicht wiederholen. Die Entwicklung des eichigen Charakters verleiht dem Whisky in Verbindung mit den Klimafaktoren seinen einzigartigen Geschmack. Die



Verpackung überzeugt als künstlerische Darstellung der Klimadaten, die diesen außergewöhnlichen Whisky geprägt haben. Der IT-Architekt Manuel Jiménez García setzte die Wetterdaten in einen Algorithmus um und entwickelte daraus eine Designsprache für die Kreation einer am Inhalt orientierten Form, die jede Sekunde jedes Tages, jedes Monats dieser 50 Jahre zum Leben erweckt.

40 Jahre alt – „Cumulative Time“

Der Glenfiddich 40 YO illustriert auf kühne und unkonventionelle Weise das „Remnant Vatting“, ein bahnbrechendes Verfahren, bei dem Reste der Vorgängerversion weiterverwendet und mit den für die nachfolgenden Abfüllungen ausgewählten Fässern vermählt werden. Glenfiddich ist die einzige Destillerie, die dieses Verfahren anwendet. Das sich im Laufe der Zeit verdichtende Aromenbouquet sorgt für die Komplexität des Geschmacks. So wie der 40-Jährige aus sich wandelnden Geschmacksschichten komponiert ist, spiegelt auch die Verpackung mit einer ebenso kühnen und unkonventionellen Interpretation einer geologischen Metamorphose das Prinzip der Transformation wider. Die Karaffe ist in einem beeindruckend skulpturalen Gehäuse untergebracht und verfügt über einen Verschluss aus Jesmonit, einem Material mit individuellen Eigenschaften, die jedes Stück zu einem Unikat machen. In dieses innovative steinähnliche Material wurden effektvolle Öffnungen eingearbeitet, die die einzigartige, zufallsbedingte Musterung des Materials freilegen – ein spektakulärer Behälter, der veranschaulicht, wie ein Ding sich verwandelt.

30 Jahre alt – „Suspended Time“

Der Glenfiddich 30 YO verkörpert den Moment, in dem Brian Kinsman, Glenfiddichs Malt Master, die Reifung des Whiskys stoppt, um ihn abzufüllen, wobei er den exakt richtigen Zeitpunkt wählen muss, um eine perfekte Momentaufnahme zu



Brian Kinsman, Glenfiddichs Malt-Master, beim Verkosten der exklusiven Serie.

erhalten und für alle Zeiten zu konservieren. Das Verpackungsdesign greift diesen Augenblick mittels in der Bewegung erstarrter Bänder auf. Diese bilden elegante Fensterausschnitte, welche den Blick auf die Karaffe im Inneren freigeben. Durch die Festhaltung des Augenblicks der perfekten Reifung in all seiner Schönheit schaffen die dynamischen Linien und die komplexe Struktur die Illusion, dass die Flasche mühelos frei in der Luft schwebt, die Zeit angehalten wird. Brian Kinsman, Glenfiddichs Malt Master, dazu: „Bei der Whiskyherstellung sprechen wir oft über die Rolle der Malt Master und die Verantwortung, das Gleichgewicht zwischen dem Geschmack des Whiskys und der Intensität des Eichenfasses zu finden. Nicht immer wird dabei berücksichtigt, dass jedes Fass, jede Flasche aufgrund der Reifezeit absolut einzigartig ist. Sowohl die klimatischen Bedingungen als auch die Zeit spielen eine bedeutende Rolle dabei, den erwünschten Geschmack des Whiskys zu erzielen – Glenfiddichs Time Re:imagined ist eine Hommage an diesen Prozess und die exquisite Spirituose, die daraus hervorgeht.“

www.topspirit.at





Purity von Bauscher

Sinnliche und edle Tischdekoration

Speziell zu Weihnachten und in der Zeit der Bälle sollten Gäste auch augenscheinlich am Tisch überrascht werden. Dies muss nicht immer pompös ausfallen, Extravaganzen kommen aber ab und zu immer gut an.

Zusammengestellt von Daniela de Cillia
Fotos Hersteller

Zwei Münchner Mädels kreierten vor einiger Zeit das Label MUC. Und punktgenau zur Weihnachtszeit kommen sie mit einem ziemlich schrägen und auffallenden Produkt auf den Markt. Natascha Fischer und Madeleine Heinrich präsentieren ein Porzellan-Champagner-Krügerl der ganz besonderen Art. Hier kommt hochwertiges Hartporzellan und 24 Karat Gold zum Einsatz. Der MUC Mistletoe liebt es heiß & kalt: Ab in den Gefrierschrank und der Champagner bleibt eiskalt, ohne verwässernde Eiswürfel. Oder aus dem Ofen speichert er länger die Wärme. Das liegt an der besonderen Beschaffenheit des Hartporzellans.

Edle Optik und Haptik

Das Dekor Pearls der Serie „Purity“ von Bauscher spielt mit den Sinnen und überzeugt neben der Optik auch mit Haptik und feinem Glanz. Das vollflächige, farbige Relief erinnert an feines, sehr seltenes Rochenleder und schafft so eine innovative, organische Anmutung des Porzellans auf dem gedeckten Tisch. Nicht nur als Blickfang, sondern tatsächlich fühlbar stillt es die Sehnsucht nach schmeichelndem Kontakt.



Porzellan Champagner Krügerl von MUC

Rund um die gesunde Küche

Eine abwechslungsreiche Ernährung mit viel frischem Obst und Gemüse gehört zu einem gesunden Lifestyle einfach dazu – und ist gerade in der dunklen Jahreszeit ein optimaler Stimmungskick. Mit der Serie MATERA bietet Leonardo stilvolle Küchenaccessoires, die Freude am gesunden Genuss wecken. Und da das Auge bekanntlich mit isst, kommt es auf eine ansprechende Präsentation an. Wer vitaminreiche Food Bowls und nahrhaftes Porridge ästhetisch in Szene setzen will, findet mit den MATERA-Schalen in trendiger Keramikoptik die perfekte Bühne. Die Teller und Schalen sind in verschiedenen Größen und Farben erhältlich. Damit sind sie ideal zum Mixen und Matchen geeignet und bringen Farbe und ein mediterranes Flair auf den Tisch. Die Schalen wirken dank handaufgetragener Effektlasur besonders edel und können zudem problemlos in der Spülmaschine gereinigt werden.

Ein Statement zur Naturverbundenheit

Naturverbundenheit kann Ausdruck von persönlichen Vorlieben sein oder ein trendiges Statement. Eine solche Positionierung hebt das Dekor Trust aus dem Dekorkonzept „Nature Infused“ von Schönwald hervor, dem auf dem Coup-teller der Kollektion Delight der Raum gewährt wird, in dem gastronomische und kulinarische Ideen noch über sich selbst hinauswachsen können. Das Zusammenspiel von Aromen und Texturen aus der Küche verschmilzt mit dem Motiv zu einer Gesamtaussage, die den Geschmack heutiger Gäste trifft.

Art-déco-Besteck-Set

Ob in der Architektur, in der Mode oder im Interior-Bereich – die Merkmale der Art-déco-Epoche sind unverkennbar und auch mehr als 100 Jahre nach ihren Anfängen überall zu finden. Inspiriert davon bringt WMF diesen zeitlosen Trend auch an den Esstisch. Mit der neuen



MATERA von Leonardo

WMF Art-déco-Besteckserie erweitert die Traditionsmarke ihr Premiumsegment namens Signature Line um außergewöhnliche Designstücke, die jedem geschmackvollen Festtagsmenü optisch in nichts nachstehen. Erstklassige Qualität, angenehme Haptik und anspruchsvolles Design – diese Eigenschaften verbindet das neue 30-teilige Besteck-Set auf einzigartige Weise und hinterlässt auch bei Gästen einen glamourösen Eindruck.



WMF Art-déco-Besteckserie



Nature Infused von Schönwald

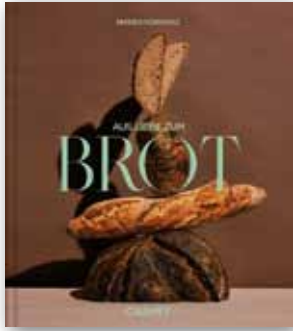


Natürlich genießen: Eine Reise in die Welt des Tees

Brigitte Hahn

Wissen Sie, wem der weltberühmte Earl Grey Tee seinen Namen verdankt? Diese und viele weitere Fragen zum Thema Tee beantwortet in diesem Buch die erfahrene Autorin Brigitte Hahn, langjährige Mitarbeiterin des Teehandels-Unternehmens Ronnefeldt. Sie bietet ein Lesevergnügen im Stil eines klassischen Afternoon-Tea-Gesprächs. Sachinformationen wechseln in schneller Folge mit Geschichten und Erlebnissen rund um den Tee, immer mittendrin in der pulsierenden Welt des Tees und der Teetrinker.

Hardcover, 21 x 14 cm, 176 Seiten, 16,50 €, ISBN 9783765532900, Brunnen



Aus Liebe zum Brot

Maren Schwarz

Jeder von uns kennt den verführerischen Duft von frischem Brot – er reicht von malzig über mild säuerlich bis hin zu den verschiedensten Gewürznoten wie Anis oder Kümmel. Brot ist für die meisten von uns nicht nur ein notwendiges Lebensmittel, sondern vielmehr ein Genussmittel. Ein Produkt raffinierter Handwerkskunst. Grund genug, einmal einen Blick hinter die Kulissen von leidenschaftlich geführten Bäckereien zu werfen, den Bäckern und Bäckerinnen über die Schultern zu schauen und alles über das beliebte Nahrungsmittel herauszufinden.

Gebunden, 208 Seiten, 45,00 €, ISBN 978-3-7667-2589-9, Callwey



Salzkammergut. Das Kochbuch

Lukas Nagl, Katharina Seiser, Wolfgang Gröller (Hg.)

Lukas Nagl, Shootingstar der internationalen Spitzenküche, hat seine Heimat zum kulinarischen Hot Spot gemacht, er begeistert mit weltoffenen Interpretationen traditioneller regionaler Rezepte. Mit Co-Autorin Katharina Seiser nimmt er uns mit auf die Spurensuche nach dem Geschmack des Salzkammerguts: ins Salzbergwerk, aufs Fischerboot, in den Wald und auf die Schafweide. Eine Entdeckung!

Hardcover, 20 x 27 cm, 248 Seiten, 35,00 €, ISBN 978-3-7106-0355-6, Brandstätter



Zu Gast in Schottland – Eine kulinarische Entdeckungsreise

Sarah Lachhab

Wer hätte gedacht, dass man in Schottland so gut essen kann! Denn neben schottischem Whisky, Kilts und Tartans hat das Land noch einiges mehr zu bieten. In 60 Rezepten wird ein Einblick in die schottische Speisekammer geboten und dabei traditionsreiche Klassiker ebenso wie Spezialitäten oder moderne Varianten bekannter Gerichte präsentiert. Reisetipps und Eindrücke aus der schottischen Kultur werden zusammen mit Aurélie Bellaciccos stimmungsvollen Fotografien zu einer ganz besonderen Entdeckungsreise.

Gebunden, 192 Seiten, 120 farbige Abbildungen, 30,80 €, ISBN 978-3-95728-670-3, Knesebeck



Das Kochbuch der Märchen – Grimms kulinarische Welt

Kathleen Beringer

Märchenzauber und Lebkuchenhaus. Was kann es Schöneres für Geist und Körper geben? Die Autorin hat sich von zahlreichen Märchen kulinarisch inspirieren lassen und kreierte eigens dafür eine köstliche Welt rund um die Märchen von Jacob und Wilhelm Grimm. Es werden sowohl Kinder als auch Erwachsene ihre Freude haben, wenn sie Grimms kulinarische Welt erforschen. Aber eine Sache ist ganz klar: „Die Protagonisten werden nicht gegessen“, sagt Kathleen Beringer lächelnd.

21 x 26,5 cm, 208 Seiten, 39,00 €, ISBN 978-3-948859-06-0, Elsa Publishing



Die warme und einladende Farbe Terrakotta, seit 2020 Teil der Outdoor-möbelkollektion der italienischen Manufaktur Fast, charakterisiert nicht nur die traditionelle Tonarbeit, sondern erinnert auch an faszinierende Herbstlandschaften.

Warme Terrakotta-töne für Outdoormöbel



Eine natürliche Farbe, die in der Lage ist, Körper und Geist Wohlbefinden zu schenken. Terrakotta ist eine mediterrane Farbe, die dank ihrer zeitlosen Eleganz in jedes Ambiente passt, sowohl in ein südliches als auch in ein nordisches mit minimalistischem Stil.

Heute sind alle Produkte der Fast-Outdoorkollektion in der Farbe Terrakotta erhältlich, die für einen Ton-in-Ton-Effekt mit orangenen, rosaroten oder roten Stoffen oder als Farbkontrast mit grünen oder blauen Farbtönen kombiniert werden kann. Ob Sitzmöbel, Tische und Outdoor-Accessoires in Terrakottafarbe, die sinnliche Farbenwelt des Herbstes schafft auf jeden Fall Stimmung.

Qualität aus Italien

Fast wurde 1995 in der Nähe von Brescia gegründet, hier befindet sich auch die gesamte Produktion. Heute zählt das Unternehmen zu den bedeutendsten Outdoormöbelherstellern Italiens. Hauptdarsteller der Fast-Kollektionen ist Aluminium. Das aufgrund seiner geringen Toxizität und hohen Recyclingfähigkeit besonders umweltfreundliche Material ist leicht, langlebig, witterungsbeständig und vor allem pflegeleicht – also geradezu ideal für Außenbereiche. Das Angebot von Fast bietet Kollektionen für den Wohn- und den Objektbereich und reicht von weichen, traditionellen Formen bis hin zu reduziertem, innovativem Design.

www.fastspa.com



© Circus Gran Casino

Circus Gran Casino

Wer in einer ganz besonderen Umgebung „spielen“ möchte, hat nun eine weitere, interessante Möglichkeit dazu.

Circus Gran Casino eröffnete eine neue Filiale in Limburg: Die vierte Filiale der niederländischen Casino-Kette befindet sich im Gr8 Hotel Maastricht am Flughafen Maastricht Aachen. Aufgrund der zentralen Lage in der Nähe zur belgischen und deutschen Grenze richtet sich das neue Casino an ein internationales Publikum. Wer das 900 Quadratmeter große Casino

betritt, taucht in eine magische Welt ein, in der neben Casino-Spielen und Unterhaltung auch hervorragender Service für die Gäste geboten wird. Alle Circus Gran Casino Filialen sind luxuriös ausgestattet, die Innenausstattung ist inspiriert von den renommiertesten Casinos in Las Vegas. Der Designer Miguel Cancio – bekannt für die Gestaltung der berühmten Buddha Bar in Paris – ist der kreative Kopf hinter dem Design.



Sportsbar

Neu in der Filiale in Maastricht ist die einzigartig gestaltete Circus Sportsbar, an der Besucher täglich verschiedene Sportarten verfolgen können. Die Speisekarte der „Sportstars“-Bar hat ihren Fokus auf besonderen Bieren. Im Circus Gran Casino Maastricht Airport können Besucher 24 Stunden am Tag das ganze Jahr über an einem der 185 Spielautomaten Platz nehmen, sowohl an Einzel- als auch an Mehrspielautomaten. Das Casino ist komplett bargeldlos. Eintritt, Parken, Frühstück, Mittagessen, ein Drei-Gänge-Menü am Abend, Bingo, monatliche Veranstaltungen und andere Aktivitäten sind für die Besucher kostenlos. Durch die günstige Lage an der Autobahn A2, Ausfahrt 50 oder 51, ist das Casino für Besucher aus der Grenzregion sowie des benachbarten Flughafens Maastricht Aachen gut erreichbar.

The Ritz-Carlton Yacht Collection setzt die Segel

Die Evrima ist ein Beispiel für das Engagement der weltbekannten Marke für innovative, bahnbrechende Luxusreiserlebnisse.



Mit der Absicht, den Lifestyle der The Ritz-Carlton Resorts mit dem Freiheitsgefühl eines Yachturlaubs zu verbinden, bietet die Evrima, die erste von drei eigens gefertigten Yachten für die The Ritz-Carlton Yacht Collection, maßgeschneiderte Möglichkeiten für Reisende, die Kultur jedes Reiseziels zu erleben. „Wir freuen uns sehr, die Einführung der The Ritz-Carlton Yacht Collection zu verkünden und damit ein neues Kapitel dieser beliebten Marke aufzuschlagen“, sagt Chris Gabaldon, Senior Vice President for Luxury Brands, Marriott International.

Luxus-Hotellerie

Mit dem Angebot einzigartiger Reiserouten und außergewöhnlicher Erlebnisse schafft The Ritz-Carlton Yacht Collection eine neue Sparte in der Branche und beweist einmal mehr seine Vordenkerrolle im Bereich der Luxus-Hotellerie. Mit Aufenthalten an einzigartigen und charakteristischen Orten dauern die meisten Reisen zwischen sieben und zehn Nächten, wobei keine zwei Reisen gleich sind, sodass Gäste Reiserouten kombinieren können, ohne ein Reiseziel zweimal zu besuchen. Je nach Saison ist die Evrima im Mittelmeer, der Karibik, in Mittelamerika und Südamerika unterwegs.

Die speziell entworfene Yacht ist 190 Meter lang und kann bis zu 298 Passagiere unterbringen. Das Erlebnis an Bord spiegelt den hervorragenden Komfort und den legendären Service wider, für den The Ritz-Carlton steht, mit einem der höchsten Personal- und Platzverhältnisse auf See. Das Design der 149 Suiten ist eines der hervorstechendsten Merkmale der Yacht. Neben einer hohen Anzahl an großen Suiten bietet die Evrima auch mehrere innovative zweistöckige Loft-Suiten. Alle Zimmer verfügen über eine private Terrasse und Fenster, die vom Boden bis zur Decke reichen; sie zählen damit zu den luftigsten und geräumigsten Suiten auf See. Durch flexible Wände können bestimmte Suiten auch zu größeren Räumen mit offenem Konzept kombiniert werden, was mehr Flexibilität bei der Auswahl der Unterkunft ermöglicht. Die Gäste können auch aus einer Vielzahl von Speiseangeboten wählen, darunter lokal inspirierte Kreationen im The Evrima Room, kreative Interpretationen der südostasiatischen Küche sowie einem Besuch der Sushi-Bar im Talaat Nam und ein besonderes kulinarisches Erlebnis im S.E.A., gestaltet von Chefkoch Sven Elverfeld aus dem Restaurant Aqua, dem mit drei Michelin-Sternen ausgezeichnetem Restaurant des The Ritz-Carlton, Wolfsburg.

www.ritzcarltonyachtcollection.com



Die Heritage Hotels of Europe Awards Gala 2022

Zum dritten Mal seit der Gründung von „Heritage Hotels of Europe“ wurden die Gewinner der Heritage Hotels of Europe Awards bekanntgegeben.

Die prestigeträchtige Verleihungszeremonie 2022 fand in den eleganten Salons des Schlosshotels Szidónia in Rőjtökmuzsaj, Ungarn statt. Die Verleihung der Heritage Hotels of Europe Awards wurden ins Leben gerufen, um die herausragende Exzellenz der Heritage Hotels zu würdigen und um alle jene Menschen zu ehren, welche die Seele dieser außergewöhnlichen Häuser verkörpern.



Die AWARD-GEWINNER 2022

Heritage & Design

- Gewinner: Hotel Elizabeth, Trenčín, Slowakei
 2. Platz: Alpenhotel Wittelsbach, Ruhpolding, Deutschland
 3. Platz: Arcadia Boutique Hotel, Bratislava, Slowakei

Heritage & Wellness

- Gewinner: Grandhotel Praha, Tatranská Lomnica, Slowakei
 2. Platz: Botaniq Castle, Tura, Ungarn
 3. Platz: Château Gbel'any, Gbel'any, Slowakei

Heritage & Gastronomy

- Gewinner: Strasserwirt, Strassen Österreich
 2. Platz: Hotel See-Villa, Millstatt, Österreich
 3. Platz: Graefl Major, Kétútköz, Ungarn

Heritage & Hospitality

- Gewinner: Alpenhotel Wittelsbach, Ruhpolding, Deutschl.
 2. Platz: Hotel See-Villa, Millstatt, Österreich
 3. Platz: Hotel Britania, Lissabon, Portugal

Heritage & Culture

- Gewinner: Hotel Schloss Leopoldskron, Salzburg, Österr.
 2. Platz: Boutique Hotel Hviezdoslav, Kežmarok, Slowakei
 3. Platz: The Pucić Palace, Dubrovnik, Kroatien

Heritage & Romance

- Gewinner: Hotel Château Bela, Belá, Slowakei
 2. Platz: Castle Hotel Galicia Nueva, Halič, Slowakei
 3. Platz: Prónay Castle, Alsópetény, Ungarn

Host of the Year

- Schlosshotel Szidónia, Rőjtökmuzsaj, Ungarn

Über Heritage Hotels of Europe

„Heritage Hotels of Europe“ ist ein Verbund von Hotelvereinigungen und einzelnen historischen Hotels in verschiedenen Ländern Europas. Sie haben sich zusammengeschlossen, um ihre schönen, einzigartigen und traditionsreichen Häuser unter einem Dach zu präsentieren. Das Portfolio dieser Häuser umfasst sowohl historische Burgen und Schlösser als auch Herren- und Landhäuser, Grand Hotels & Stadtpalais in aktuell zehn europäischen Ländern.

Sakraler Flair in Mailand

Ins Bischofsseminar des Mailänder Erzbischofs kamen einst nur Insider rein. Das ändert sich ab dem 1. Dezember, wenn das Portrait Milano Hotel seine Türen öffnet und der Palazzo nun nach fast zwei Jahrzehnten für die Öffentlichkeit zugänglich wurde.

Fotos: Portrait Milano ©Portrait Collection



Arch. MICHELE DE LUCCHI

Stararchitekt Michele De Lucchi verantwortete den behutsamen Umbau des geschichtsträchtigen Gebäudekomplexes zu einer neuen Destination, die maßgeschneiderte Gastfreundschaft mit kulinarischen Erlebnissen, Wellness und Shopping verbindet. Nach den Häusern in Florenz und Rom ist es das dritte Hotel der Portrait Collection, die neben der herausragenden Hospitalität vor allem eins gemein haben: die unglaubliche Lage an den schönsten Plätzen der Stadt.

Prächtige Pläne

Das Bischofsseminar verweist auf eine turbulente Historie. Ursprünglich 1565 erbaut, ergänzte Francesco Maria Richini im 17. Jahrhundert den monumentalen Innenhof und das Barockportal. Während der





Zeit Maria Theresias diente das Gebäude als Internatsschule, später als Lazarett für die Soldaten von Feldmarschall Radetzky sowie im Zweiten Weltkrieg. 1980 bis 1990 befand sich hier das Atelier des Architekten und Designers Mario Bellini. Bis heute öffnet der pompöse Torbogen den Blick hin zum majestätischen Piazza del Quadrilatero. Der prächtige Innenhof verbindet nicht nur den Corso Venezia mit der Via S. Andrea, einer der exklusivsten Shoppingmeilen im Modeviertel. Er bildet auch eine elegante Einkaufskolonnade im Stil des 17. Jahrhunderts. Restaurants, Bars, Läden und ein Spa reihen sich aneinander, sie alle sind Teil des Projekts Portrait Milano.

Eine stille Oase

Mitten in der Stadt bildet das Portrait Milano Hotel eine Oase der Stille. Die Zimmer und Suiten sind bis zu 165 m² groß. 53 Studios und Luxuszimmer sind für zwei bis drei Gäste gedacht, weitere 20 Suiten für drei bis vier Personen. Für Familien und größere Gruppen lassen sich mehrere Zimmer für maximal 21 Gäste zu einer Suite bis hin zu einem Flügel verbinden. Auf der zweiten Etage verfügen in den verglasten Loggias, der ideale Rückzugsort nach einer Einkaufstour. Wer zum Garten hin wohnt, erhascht einen Blick in diesen geheimen Ort im Zentrum der Stadt. Einige wenige Unter-

künfte bezaubern mit einer eigenen Terrasse. Für die Gestaltung ließ sich Architekt Michele Bonan von den 1950er-Jahren inspirieren. Heimisches Walnussholz, Rattan und die für Mailand typischen Farben Rot und Grün prägen den Stil, florentinische Handwerkskunst erinnert an die Herkunft der Gastgeberfamilie Ferragamo.

Edle Restaurants und Bars

Das Team im Portrait Milano vertraut auf die Profis von Identità Golose, die 20 Jahre Erfahrung in der Spitzengastronomie mitbringen. Unter der Ägide von Andrea Ribaldone laufen die Restaurants und Bars an der Nordseite, dazu gehören auch ein zauberhafter Garten und eine Loggia. Der junge Küchenchef Alberto Quadrio kreiert die Speisekarten für die beiden hauseigenen Restaurants, eines ungezwungen, das andere mit Haute Cuisine. Quadrio wurde 1990 im Piemont geboren, er arbeitete mit vielen großen Namen aus der internationalen Kochszene. Sein Stil ist geprägt von einem tiefen Vertrauen in die Tradition, authentisch und emotional im Geschmack. Ein weiterer Partner ist die Restaurantmarke Beefbar, ein zutiefst italienisches Unternehmen mit starkem kosmopolitischem Einfluss. Beefbar wird das Restaurant und die Bar an der Ostseite der Piazza betreiben, ganz im Sinne seines Gründers Riccardo Giraudi.





Pures Entspannen

Für den Wellness-Bereich zeichnet The Longevity Suite als Partner verantwortlich. Damit wird das Portrait Milano ab 2023 auch ein Ort zur Regeneration, für das körperliche und seelische Wohlbefinden seiner Gäste. Sie erfahren hier ein Höchstmaß an Zuwendung und Fürsorge. Es geht darum, die perfekte Balance zwischen Gesundheit, Schönheitspflege und Lebensenergie zu finden. Dies gelingt nicht nur mit wirksamen Anwendungen, sondern auch mit Zeit. In aller Ruhe im Garten wandeln, ein Buch in der Loggia lesen, die Gedanken schweifen lassen. Darauf setzt auch Luigi Caterino, einer der Gründer von The Longevity Suite. Ein besonderes Augenmerk liegt auf individueller Beratung, aber auch in Anti-Aging-Programmen.

Im Zeichen der Mode

Die Gäste des Portrait Milano bleiben zum Bummeln zu Hause. Für elegante Mode steht der Name Antonia. Antonia Giacinti und Maurizio Purificato sind in Mailand und international stets auf der Suche nach Neuem. Sie bespielen als exklusiver Partner im Palazzo des Portrait Milano mehr als 800 Quadratmeter, als ideale Ergänzung zu ihren Läden im historischen Designviertel Brera. Die Mailänder Modeszene schaut außerdem ganz gespannt auf den ersten Flagshipstore von Maria Sole Ferragamo im Portrait Milano. Ihr zeitgemäßes Konzept beruht auf der Wiederverwertung von Stoffen, die durch viel Kreativität zu besonderen Schmuckstücken werden.

www.lungarnocollection.com



Wer zahlt, der mahlt

Dieser uralte Spruch birgt gerade in Zeiten wie diesen viel Stoff zum Nachdenken. So man also wirklich ein wenig in sich gehen will und darüber ernsthaft nachdenkt, was staatliche Hilfen bewirken können, wo sie Sinn machen und wem wirklich schnelle Hilfe zukommen sollte, könnte die Freunde rund um das geliehene Geld enden wollend sein. Eines vergessen vor allem die sehr lauten „Schreier“ nach Geld vom Finanzminister – wer finanziert denn dieses? Wir alle, aber besonders die Fleißigen. Diejenigen, die arbeiten wollen, die kreativ sind und die auch manchmal Risiken eingehen wollen, werden ganz bestimmt für die Rückzahlung der sogenannten „Finanzgeschenke“ am meisten herangezogen werden. Es steht außer Zweifel, dass man den Ärmsten der Armen auch in fordernden Zeiten helfen muss, aber der stetige Ruf nach mehr Staat ist sicher nicht der richtige Weg, Krisen besser zu bewältigen. Einige der Leserschaft können sich vielleicht noch erinnern, was in den 70er- und 80er-Jahren mit der staatlichen Industrie durch die „Kreisky“-Doktrin passiert ist. Schwer verschuldet, überaltert, nicht wettbewerbsfähig wurde sie an die Wand gefahren. Auf einmal wurde der Ruf nach „weniger Staat, mehr privat“ stark, und siehe da – es ging bergauf. Jetzt, nach vielen Jahren, glauben wieder viele, dass durch Geldgeschenke und Vorfinanzierungen des Staates alles schnell wieder paletti ist.

Da wird nicht nach kreativen, nachhaltigen Lösungen gesucht, und an die Rückzahlung denkt auch keiner. Unsere Kindeskindern werden daran womöglich scheitern, weil viele in der Gesellschaft sich immer auf die anderen verlassen und selbst nicht in der Lage sein wollen, zu handeln und selbstständig zu agieren. Und so ganz nebenbei – an alle Gewerkschaften – den Staat wegen der Krisen so zu erpressen und in so schwierigen Zeiten überproportional mehr Geld zu verlangen, ist meiner Meinung nach ziemlich grauslich und demonstriert augenscheinlich, dass diese Clique keine Ahnung von Wirtschaft hat.

Ihr anonymus

H&D gibt Persönlichkeiten aus der Branche die Möglichkeit, über in der Branche diskutierte oder relevante Themen anonym 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



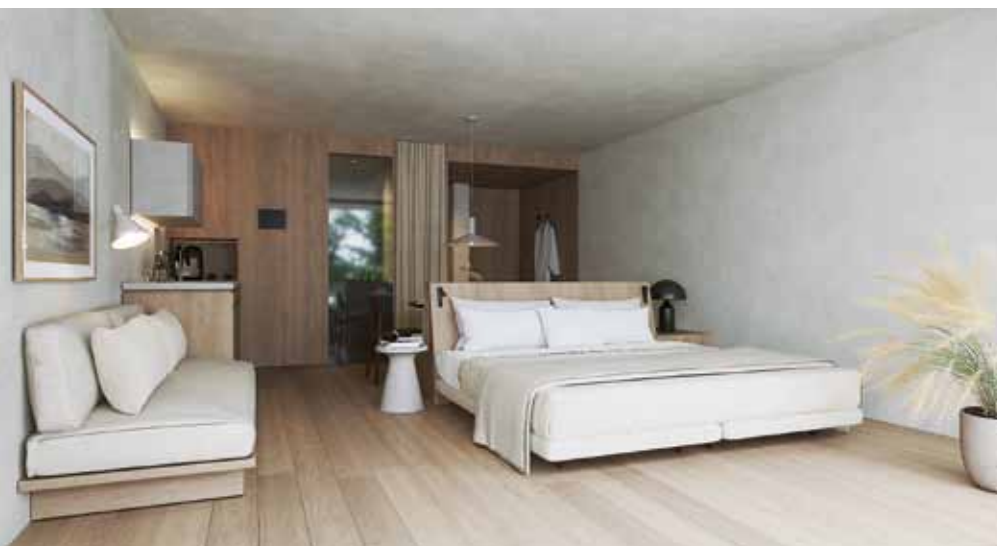
©AMA Stay

Ab ins Dolomiten Office



Dream big! Wovon die Macher des AMA Stay träumen? Ganz einfach: Aus dem ehemaligen Schwimmbad soll Südtirols erste Adresse für Workation werden.

Die Idee AMA Stay steht für Focus, Relax, Adventure und Stay. Eine einzigartige Residenz mitten in den Dolomiten, die nicht nur Arbeit, Freizeit und Urlaub miteinander vereint, sondern besonders die Inspiration, das Gemeinschaftsgefühl und das individuelle Wachstum fördert. Hier finden digitale Nomaden, kreative Köpfe und Erholungssuchende jeder Art ein neues, temporäres Zuhause – um alleine oder im Team zu arbeiten und Kraft zu tanken. Die Devise lautet hier: Erst ins Meeting, dann eine Runde wandern! Oder doch lieber ins Spa? Möglich macht diese Freiheit ein besonderes Konzept, bei dem die Gastgeber individuelle Urlaubserlebnisse mit maximaler Flexibilität verbinden. Das ist das neue Dolomiten Office in St. Vigil, das seit Kurzem Gäste herzlich willkommen heißt.



Die visionären Macher

Mit ihrem neuen Aparthotel gestalten die Gründer eine neue Art der Hotellerie. Oder wie es Markus Promberger, Hotelier, CEO und mit seinem Bruder Klaus Co-Gastgeber des Hauses sagen würde: „Mit AMA Stay haben wir einen Ort erschaffen, der so facettenreich ist wie das Leben selbst, und so vielfältig und individuell wie unsere Gäste.“ Amare bedeutet Liebe auf Italienisch, und die Gastgeber lieben, was sie tun: Aus Liebe zur Arbeit und Liebe zur Region. Damit verwandeln sie die klassische Work-Life-Balance in eine Work-Love-Balance. Dass dies gelingt, liegt zum einen an der Magie von St. Vigil, dem Standort der neuen Residence – und Heimatdorf der beiden Macher. Zum anderen an der Erfahrung der Brüder. So haben ihre Eltern stolze 25 Jahre einen Almgasthof betrieben. Handson-Mentalität und Wissen, was Gäste wollen und brauchen, sind den Hoteliers also in die Wiege gelegt.

Fokus auf die Aufgabe

Die Unterkunft lässt in dieser Hinsicht keine Wünsche offen. Egal, ob allein oder im Kollektiv: Im AMA Stay finden alle ihren idealen Platz zum fokussierten Arbeiten. Die Zimmer sind dank großem Schreibtisch absolut bürotauglich. Für den lebhaften Austausch mit anderen haben die Gäste genügend Platz in den Co-Working Spaces im zweiten und dritten Obergeschoss, die jeweils mit einem Social Table, Telefonkabinen und privaten Schreibtischen ausgestattet sind. Diese Bereiche stehen den Gästen kostenlos zur Verfügung und bieten Raum für bis zu acht Personen. Darf es noch ein bisschen größer sein? In den zusätzlichen Seminarräumen finden bis zu 150 Menschen Platz – ideal für große Gruppen, Unternehmen und Seminare. Dass es im ganzen Haus High-Speed-WLAN gibt und jeder Arbeitsbereich mit modernsten Geräten ausgestattet sowie stilvoll gemütlich eingerichtet ist, ist selbstverständlich! Wohlfühlen steht hier ganz oben auf dem Programm. Und bei knisterndem Kaminfeuer arbeitet es sich gleich noch besser.

Flexibel bleiben

So individuell wie die Arbeitsbedingungen sind, so individuell sind die Zimmerkategorien Rooms, Studios und Flats. Denn im AMA Stay wird Flexibilität großgeschrieben. Im AMA Room mit Balkon genießen Alleinreisende oder Paare die freie Sicht auf die prachtvolle Bergkulisse. Schlafen, kochen und arbeiten – das geht im AMA Studio. Wer es noch geräumiger mag als Gruppe oder auch für großzügige Zweisamkeit, der findet in der AMA Flat noch mehr Platz. Vor Ort gibt es außerdem die Möglichkeit, sich bei einem Kurz- oder Langaufenthalt auf Wunsch selbst zu versorgen. Der AMA Market bietet alles, was man dafür braucht. Keine Lust zu kochen? Im AMA Bistro und abends im AMA Restaurant verwöhnt Chefkoch Marco mit alpin-mediterranen Gerichten, inspiriert von der traditionellen Küche Marcos Nonna.

Entspannung für den Kopf

Entspannung muss sein, wenn der Kopf nach dem Meeting am Nachmittag vor Gedanken nur so überquillt. Das hauseigene Body & Mind Programm ist genau auf die unterschiedlichen Bedürfnisse der Gäste abgestimmt. Was es beinhaltet? Alles, was einen klaren Kopf und Platz für Neues schafft. Etwa den Wellness-Bereich des Hauses, der von früh bis spät geöffnet ist. Hier unter anderem zu finden: der Rooftop Relax Pool mit Piz de Plaies-Panorama und eine große Saunalandschaft. Anschließend können Sportbegeisterte gleich noch eine Runde ins Fitnessstudio, um an modernsten Geräten die Muskulatur zu stärken.

Winterwonderland

Direkt vor der Residence geht es mit der Seilbahn zum Kronplatz. Dort wartet zwischen November und April das größte Winterwonderland Südtirols mit über 100 Pistenkilometern. Und zusätzlich – das Bergdorf St. Vigil fördert den nachhaltigen Tourismus in der Region. AMA Stay ergänzt das mit einer E-Tankstelle, E-Bikes und der Unterstützung nachhaltiger Projekte in der Region.

www.ama-stay.com

„Mit AMA Stay haben wir einen Ort erschaffen, der so facettenreich ist wie das Leben selbst, und so vielfältig und individuell wie unsere Gäste.“

AMA Stay-Inhaber Markus Promberger



©Hanne Niederhoffer

Vorschau auf H&D Nr.1 | Februar 2023



HOTELS NATIONAL: THE RESORT

In unserer erste Ausgabe 2023 stellen wir das neue Wein-Wellness-Resort des Starwinzers Scheiblhofer im burgenländischen Andau vor. Das 4-Sterne-Superior-Hotel bietet 118 Zimmer mit exklusivem Interior mitten in Weingärten mit einem atemberaubenden Spa-Bereich und dem hoteleigenen Restaurant „The Infinity“.

Das Hotelbad

Eine perfekte Visitenkarte der Gastgeber für die Gäste. Ob opulent oder reduziert – Design, Nachhaltigkeit, Funktion und höchste Qualität sollten im Vordergrund stehen.



Repabad Badserie Seed, Infrarotdusche Bilbao



Food-Trends

Was kommt 2023 so alles auf den Teller? Ganz bestimmt auch Fleisch – aber dann nur von höchster Qualität und am besten aus der Region.

Die Bar

Ein stylischer Ort für Gespräche, aber auch viel Trinkgenuss. Ziehen Sie mit uns durch einige angesagte Baradressen.



Erscheinungstermin: 21. Februar, Redaktionsschluss: 24. Jänner 2023

IMPRESSUM

Grundlegende Richtung:

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

Medieninhaber und Herausgeber:

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

Verlags- und Redaktionsadresse:

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

Redaktionsleitung & Chefredakteur:

Peter A. de Cillia

Verlags- & Produktionsleitung:

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

Redakteure dieser Ausgabe:

Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia

Lektorat: Jorgi Poll, Edition Atelier, 1090 Wien

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

Cover: Restaurant „Spring Feast“ in Chaohu © OCT Group; „free press image“

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, 1040 Wien, ATU 58875088 +43 676/93 83 202, p.decillia@hotel-und-design.at

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 2022.

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.

Das HOTEL&DESIGN-Team wünscht von ganzem Herzen der gesamten Leserschaft und allen Kundinnen und Kunden FROHE WEIHNACHTEN und einen GUTEN RUTSCH INS NEUE JAHR!



Peter de Cillia & Brigitte Strohmayer in der neuen Location für Firmenpräsentationen im Headquarter von BAUER MEDIEN, www.bauermedien.at.

Wo ausschließlich Höchstleistung zählt



GIGA X8

Frisch gemahlen, nicht gekapselt

Kompromissloser Kaffeegenuss im professionellen Umfeld. Zum Beispiel mit der GIGA X8 für bis zu 200 Tassen am Tag und 32 exklusive Kaffeespezialitäten. Für Perfektion sorgen zwei Präzisions-Keramikscheibenmahlwerke mit Automatic Grinder Adjustment, die Speed-Funktion ermöglicht aromatische Lungo-Spezialitäten in Rekordzeit. Die ideale Etagenlösung oder im Seminar-/Tagungsbereich, für Caterings oder Coffee to Go.



Entdecken Sie die Professional-Kaffeefullautomaten von JURA.



TIME RE:IMAGINED

Glenfiddich®

