

HOTEL & DESIGN

www.hotel-und-design.at

Ausgabe 1 | März 2024



BAD & DESIGN
Bäder zum
Wohlfühlen

FOOD & DESIGN
Mixology und
noch viel mehr

HOTEL INTERNATIONAL
Bulgari
Hotel Roma

HOTEL & DESIGN Fachmagazin für Hotellerie & Gastronomie | € 6,- | Peter A. de Cillia, Rainberg, 16/2, 1040 Wien | Österreichische Post AG | 2020/42006 M | Retouren an PF 555, 1008 Wien

Innovative Hygiene.



XIBU 2WIPE hybrid

Flächen desinfizieren: Dieser Spender händigt automatisch Tücher dafür aus





Verehrte Leserschaft!

Es war allgemein und auch speziell für die Branche schon lustiger. Das Jahr 2024 wird für alle Beteiligten eine Herausforderung. Keine Frage – die Kriege, die Krisen, die Inflation, all dieser Wahnsinn setzt uns allen zu. Die Auftragsbücher waren bei den Lieferanten in den letzten Jahren voll, heuer ist Luft nach oben. Aber – und das sollte uns optimistisch stimmen – die Restaurants und Hotels sind bestens gebucht. Wer gut essen, trinken und wohnen möchte, muss ziemlich lange vorreservieren. Was früher nur in Gourmettempeln der Fall war, ist nun auch beim Wirt ums Eck ein „must“. Was sagt uns das? Ich meine vor allem eins: Die Menschen wollen auf einen Restaurantbesuch und auf einen Urlaub auf keinen Fall verzichten. Schaut so Krise aus??

Die guten Häuser sowohl in der Stadt- als auch Ferienhotellerie sind bestens gebucht, und von Schnäppchen kann man dabei schon lange nicht mehr reden. Also warum weiterhin die Neigung zum täglichen Jammern? Vielleicht steckt dies in der DNA der ÖsterreicherInnen. Kluge Köpfe, und davon gibt es hoffentlich viele, sollten sich nicht von dieser Herangehensweise anstecken lassen. Mit Kreativität, Qualität und da oder dort auch Zurücknahme und Verzicht auf eigene Wünsche und Befindlichkeiten werden wir im nächsten Jahr wieder das gewohnte Leben führen können.

Wir haben in unserer ersten Ausgabe auch deshalb ganz bewusst den Fokus auf die Zukunft gelegt. Die Themen Nachhaltigkeit, Design, Kulinarik stehen dabei im Vordergrund. Das ideale Badezimmer, die einladende Lobby, das perfekte Hotelzimmer oder gute, kreative Drinks, um Gäste immer wieder positiv zu überraschen, werden diesmal präsentiert und sollen Anreiz zur Nachahmung liefern. Und Hotels, die gerade eröffnen oder renoviert haben, sind wie immer mit dabei. Auch die letzten Messen – die ambiente und die intergastra haben demonstrativ gezeigt, dass die Branche wieder lebt. In diesem Sinne, lassen wir uns doch durch die täglichen Nachrichten nicht zu sehr verunsichern und blicken wir gemeinsam mit Mut in die Zukunft.

Ich wünsche Ihnen nicht nur ein volles Haus mit guten Gästen, sondern auch viel Vergnügen beim Lesen

Ihr

Peter A. de Cillia
Chefredakteur

COMING SOON:

Der HOTEL&DESIGN Bar-Award

HOTEL & DESIGN bewertet mit einer hochrangigen Jury die schönsten Bars in Wien und Niederösterreich. Lassen Sie sich überraschen!

Powered by Bauer Duck & Medien, Top Spirit, del Fabro Kolarik, Campari



H&D H&D INFORMIERT

Editorial	SEITE	3
News	SEITE	5
Kolumne anonymus	SEITE	55
Buchtipps	SEITE	56
Vorschau, Impressum	SEITE	66

H&D HOTELS & GASTRONOMIE

Bulgari Hotel Roma	SEITE	7
Hotel Astoria Wien	SEITE	10
München Marriott Hotel City West	SEITE	11
Villa Alma, St. Gilgen am Wolfgangsee ..	SEITE	32
Hotel Pierer, Mitarbeiterhaus und -restaurant „Haus Maria“ & „Alma“	SEITE	34
InterContinental Wien	SEITE	36
The Hoxton, Vienna	SEITE	38
Café Herr Hase, Münster	SEITE	47
Bio-Weingut Gruber Rösschitz	SEITE	48
Blaustern – Irish Pub, Wien	SEITE	50
Amber 39 in Uttwil am Bodensees	SEITE	52
Istra Camping Resort & Island Resort Poreč	60	
ibis-Hotels in Paris	SEITE	63

H&D BAD & DESIGN

Hotelbäder zum Wohlfühlen	SEITE	12
Hochwertige Badlösungen	SEITE	13
Glasierter Stahl im Bad	SEITE	14
German Design Award für Hygienespender ...	15	
Mix me up	SEITE	16



Perfekte Hotelzimmer



Cocktails & Co

H&D INTERIEUR & DESIGN

Einblick in das perfekte Hotelzimmer ...	SEITE	22
Das perfekte Entree	SEITE	24
Hotel-Interior-Trends 2024	SEITE	26
Wohnen 2024	SEITE	28

H&D FOKUS

Nachhaltigkeit in Hotels	SEITE	18
Umweltzertifikat für das Gradonna Mountain Resort	SEITE	20
Ambiente	SEITE	30
Wohnen & Interieur	SEITE	31
Intergastra	SEITE	40
Erfolgreiches Verkaufen Ihres Hotels ...	SEITE	57
Outdoor: Die Sonne genießen	SEITE	58

H&D FOOD & DESIGN

Cocktails & Co auf höchstem Niveau	SEITE	41
Happy Birthday, Margarita!	SEITE	42
Internationale Cocktailtrends	SEITE	44
Wiberg Genusswelt: Neuprodukte	SEITE	46
Manufaktur für edlen Brand & Essig	SEITE	51
Tischkultur	SEITE	54

Bulgari Hotel Roma



Bio-Weingut Gruber Rösschitz



Istra Premium Camping Resort



ibis-Hotel in Paris





Hohe Auszeichnungen

HEFEL erhielt beim aktuellen Marken-Monitor Austria die höchste Auszeichnung, den „1. PLATZ PREIS/LEISTUNG“ in der Produktkategorie Bettwaren und damit das besondere Gütesiegel HEFEL Kunden Champion 2024. „Wir freuen uns sehr, beim aktuellen Marken-Monitor Austria der ÖGVS – Gesellschaft für Verbraucherstudien auch 2024, wie bereits in den Vorjahren, hervorragend abgeschnitten zu haben,“ so GF Dietmar Hefel. Insgesamt erhielt HEFEL sechs Auszeichnungen in diesem Jahr. Weitere Auszeichnungen für HEFEL sind Herausragende Kundenzufriedenheit, Herausragende Qualität, Herausragend in Preis/Leistung. Und im Produktsegment Bettwaren darf HEFEL sich freuen über die Auszeichnungen Top Kundenzufriedenheit und Top Qualität.



Spektakuläre Inszenierungen

Der exklusive Badhersteller Kaldewei wird bei der Fuorisalone 2024 vom 15. bis 21. April in Mailand erneut mit einer spektakulären Inszenierung für Aufsehen sorgen. Zusammen mit dem Frankfurter Interior-Label e15 und der gefeierten britischen Designerin Bethan Laura Wood lädt Kaldewei in die Casa Flash Art im Palazzo Durini inmitten der pulsierenden Design-Metropole. In dieser Premium-Location zeigen Kaldewei und e15 spannende und überraschende Designs und Möbel für progressive Bäder. Nicht weniger spektakulär ist das Oberflächenkonzept der Designerin Bethan Laura Wood, welches glasierte Badobjekte spielerisch und farb-stark in wahre Kunstwerke transformiert.

So baut man heute

Building Automation von Beckhoff



So baut man flexibel:
mit Beton.



So baut man klassisch:
mit Ziegelsteinen.



So baut man sicher:
mit Stahl.



So baut man intelligent:
mit Automatisierungskomponenten von Beckhoff.

Mit Beckhoff Building Automation lassen sich alle Gewerke auf Basis eines ganzheitlichen, durchgängigen, PC- und Ethernet-basierten Gebäudeautomatisierungskonzeptes integrieren. Der Effekt: Investitionskosten werden minimiert, Wartung und Flexibilität werden optimiert, die Engineeringkosten gesenkt und alle Kriterien für Gebäudeautomation nach Energieeffizienzklasse A erfüllt. Das modulare Beckhoff Steuerungssystem erlaubt eine Anbindung aller Datenpunkte und Subsysteme über Beckhoff Busklemmen sowie eine flexible Bedienung, vom Smart-Phone bis zum Touchpanel.

Scannen und alles über die Gebäudeautomation mit PC-based Control erfahren





© Annine Deckers / The Ascott

Langzeitwohnen im Hotel

Seit Dezember 2023 genießen die Gäste des Citadines Danube Vienna die Atmosphäre des neuen Hotelprojekts in der Donau City. Für das Interior Design zeichnet das Wiener Büro VIENNA INTERIORS verantwortlich, das das Konzept des Aparthotels neu definierte. Das 4-Sterne-Apartment-Hotel des Betreibers The Ascott befindet sich in direkter Nachbarschaft zum Hauptsitz der UNO.

Chief Development Officer

Im Zuge ihrer voranschreitenden weltweiten Expansion hat die global agierende Hospitality-Management-Gruppe The Lux Collective die Ernennung von Oliviero Cassini zum Chief Development Officer – EMEA (Europa, Naher Osten und Afrika) mit Sitz in Dubai bekannt gegeben.

Oliviero stößt mit über zwei Jahrzehnten Erfahrung in der Luxushotelbranche zu The Lux Collective. Der vielseitige und versierte Fachmann verfügt über umfassende Expertise in den Bereichen Development Management, Private Equity, Asset Management und weltweite Strategieberatung.

Oliviero Cassini neuer Chief Development Officer – EMEA bei The Lux Collective.



© The Lux Collective



Philipp Gattermayer, Geschäftsführer Henkell Freixenet Austria

Erfolgskurs prolongiert

Henkell Freixenet Austria blickt auf ein äußerst erfolgreiches Geschäftsjahr zurück und behauptet sich trotz globaler Herausforderungen weiterhin an der Spitze. Mit einem Marktanteil von 36 Prozent verteidigt der Qualitätsschaumweinproduzent seine Position erfolgreich. Henkell Sekt sichert sich mit einem Marktanteil von 16 Prozent erneut die Spitzenposition als mengenmäßig größte Sektmarke in Österreich.

Sustainable Tourism Berlin

Im Prüfungsverfahren zur international anerkannten Nachhaltigkeitszertifizierung von Sustainable Tourism Berlin (STB) gemeinsam mit Sustainable Meetings Berlin erreichten alle drei Adina Hotels in Berlin das STB Zertifizierungslevel „High Performer“ für ihre betriebliche Nachhaltigkeit. Zusammen mit der neuen umfassenden ESG Strategie von Adina und den TFE Hotels ist die freiwillige Teilnahme am STB Programm ein wichtiger Schritt auf dem Weg zu mehr Nachhaltigkeit in den Adina Hotels in Europa.





Dolce vita in Rom

Das neue Hotel Bulgari Rom an der Piazza Augusto Imperatore n.10 ist das neunte Juwel der Bulgari Hotels & Resorts Kollektion und wird einen neuen glamourösen Meilenstein in der Geschichte von Bulgari und der Heimatstadt setzen.





von Niko Romito und den öffentlichen Bereichen, einschließlich der fantastischen Dachterrasse, definitiv alle Elemente, um eines der besten Hotels der Welt zu werden.“

Zeitgemäße Opulenz

Das neue Hotel liegt nur einen kurzen Weg vom Bulgari Flagship Store in der Via Condotti entfernt.

Das vom Architekten Vittorio Ballio Morpurgo entworfene und mit Fresken, Mosaiken und Skulpturen geschmückte Gebäude zeigt eine monumentale, moderne Architektur, die durch die Verwendung traditioneller römischer Materialien und Farben wie ockerfarbenem Travertinmarmor und feuerrotem Ziegelstein unterstrichen wird. Die strenge Architektur des Gebäudes wird durch die Fresken von Antonio Barrera ausgeglichen, die sich im Atrium der Via della Frezza erstrecken und verschiedene Ansichten des Mausoleums des Augustus bieten, während die Südseite mit einem 70 Quadratmeter großen Mosaik von Ferruccio Ferrazzi verziert ist.

Wie auch bei den anderen Bulgari-Hotels der Welt war das italienische Architekturbüro ACPV ARCHITECTS Antonio Citterio Patricia Viel sowohl für das Bauprojekt als auch für die Inneneinrichtung des Hotels verantwortlich, das ein Gleichgewicht zwischen der Strenge der im kaiserlichen Rom verwendeten Steine und den reichen Texturen schafft, die im Kontrast zur grundlegenden Architektur des Gebäudes stehen. Der Ansatz bei der Restaurierung des Gebäudes war derselbe, den Bulgari anwendet, wenn es darum geht, ein hochwertiges Juwel zu schaffen, indem es die maximale Expertise von Handwerk und Kunst zum Einsatz bringt.

Das Beste ist gut genug

Das Hotel verfügt über 114 Zimmer. Die meisten davon sind Suiten, die in vier verschiedenen Farbpaletten dekoriert sind: weiß, gelb, rot und grün. Jedes Zimmer bietet einen wunderschönen Blick auf die Piazza Augusto Imperatore oder auf die

Das Bulgari Hotel Roma ist die jüngste Kreation der Bulgari Hotels & Resorts Kollektion, die Häuser in Mailand, London, Paris, Dubai, Peking, Shanghai und Bali sowie das kürzlich eröffnete Bulgari Hotel Tokyo umfasst. Jean-Christophe Babin, CEO von Bulgari: „Die Eröffnung des Bulgari Hotel Roma ist ein großer Meilenstein für Bulgari, da es nun endlich möglich ist, unsere Gäste in der Heimatstadt des Hauses zu empfangen, in der Stadt, die seit der Gründung der Marke eine Quelle der Inspiration für all unsere großartigen Schmuckkreationen war. Das Bulgari Hotel Roma ist ein wahrer Tempel der luxuriösen Gastfreundschaft, der alle Werte der Marke

verkörpert, wie z. B. außergewöhnliche Handwerkskunst, kostbare Materialien, zeitgenössisches und zeitloses italienisches Design, Exzellenz und Glamour. Wir freuen uns sehr, ein so großartiges Haus zu eröffnen und sehen das Hotel als das ultimative Luxuserlebnis, das vom römischen Juwelier der Gastfreundschaft in der Ewigen Stadt geschaffen wurde.“

Vincenzo Falcone, General Manager des neuen Hotels: „Es ist eine große Ehre für mich, das Hotel leiten zu dürfen. Das Bulgari Hotel Roma hat mit der erstklassigen Lage im Herzen Roms in einem historischen Gebäude, das perfekt renoviert wurde, der wertvollen Inneneinrichtung, dem gastronomischen Angebot



Via della Frezza, eine typische römische Gasse mit altmodischem Charme. Fünf Signature-Dining-Optionen stehen zur Verfügung, die alle von Küchenchef Niko Romito kuratiert werden, einem der weltweit bekanntesten Köche.

Einzigartig ist die Dachterrasse, die mit Cabanas und Lounges ausgestattet ist und einen atemberaubenden Blick auf die Skyline von Rom bietet.

Das von Parc Nouveau kuratierte Landschaftsgestaltungsprojekt wurde als typisch römische Terrasse konzipiert, die mehr als 200 Vasen mit einer großen Vielfalt an autochthonen Pflanzen und Blumen beherbergt und von den Gärten der antiken römischen Villen inspiriert wurde.

Im Erdgeschoss lädt die erste Bulgari Dolci Boutique dazu ein, eine der bekannten Schokoladenkreationen und einer Auswahl an traditionellem italienischen Gebäck zu genießen. Und das 1.500 Quadratmeter große Bulgari Spa ist ein wahrer Wohlfühltempel, der die Atmosphäre der antiken römischen Thermen mit Marmorsäulen, die sich um das Schwimmbad erheben, und farbigen Glasfenstern, die ein warmes und angenehmes Licht verbreiten, nachempfunden.

Das neue Bulgari Hotel Roma liegt an der zentralen Piazza Augusto Imperatore im Herzen des Viertels Campo Marzio, nur einen kurzen Weg von der Via del Corso und der Via del Babuino, der berühmten Spanischen Treppe und dem Bulgari Flagship Store in der Via Condotti entfernt. Das Gebäude, in dem das Bulgari Hotel Roma untergebracht ist, das zwischen 1936 und 1938 erbaut und 1950 von Alcide De Gasperi, dem italienischen Ministerpräsidenten, feierlich eröffnet wurde, befindet sich direkt gegenüber dem Mausoleum, das kürzlich renoviert wurde, und ist ein hervorragendes Beispiel für die römische Architektur.

www.bulgarihotels.com





Charme der 1920er

Ein Juwel der Wiener Gründerzeit eröffnet in frischem Art-déco-Look.

Seit 111 Jahren ist das traditionsreiche Hotel Astoria Wien fixer Bestandteil der Wiener Hotellerie. Nun war es Zeit für ein umfassendes und tiefgreifendes Facelift – mit viel Liebe zum Detail und Respekt vor der Geschichte des Traditionshauses.

„Das Hotel Astoria ist ein Juwel der Wiener Gründerzeit. Die Renovierung ist eine Hommage an die Vergangenheit und eine Investition in unsere Zukunft. Besonderes Augenmerk legen wir auf den Erhalt der historischen Art-déco-Substanz des Hauses“, erklärt Martin Winkler, Vorsitzender des Vorstandes des VERKEHRSSBUEROS. So werden das Jugendstilmobiliar und

zahlreiche Originalelemente im klassischen Wiener Stil umfassend revitalisiert. Insgesamt investiert das VERKEHRSSBUERO rund 15 Millionen Euro in den Umbau. Die insgesamt 125 Zimmer auf vier Stockwerken werden bis dahin komplett neu gestaltet.

„Im Zuge der Umbauten haben wir zahlreiche Wände entfernt und Räume verbunden. So bieten unsere neuen Zimmer ein großzügiges Ambiente für Städtereisende und Kulturbegistertere. Die großzügige Lobby mit der neu gestalteten, eleganten Astoria Bar und der Frühstückssalon spiegeln den einzigartigen Charme der Jahrhundertwende wider. Das Team von BWM Designers & Architects hat den historischen Räumlichkeiten mit viel Feingefühl einen modernen Touch verliehen“, erklärt Michael Kröger, Geschäftsführer der VERKEHRSSBUERO Hotellerie.

Den Charme und das ganz besondere Art-déco-Flair der 1920er-Jahre lassen sich in der besonders gelungenen Astoria Bar erleben, die nicht nur den Hotelgästen vorbehalten ist – sondern vielmehr auch heimisches Publikum ganztagig zum Verweilen einladen wird. „Es war für uns eine Überraschung, mitten in Wien ein so gut erhaltenes Art-déco-Ensemble vorzufinden. Das Hotel Astoria war 1912 das modernste und eleganteste Haus der Stadt. Unsere Sorgfalt galt den Spuren und historischen Elementen aus der Entstehungszeit. Das Vorhandene wurde in ein zeitgemäßes Gestaltungskonzept integriert, und so mit dem Neuen wieder zu einer konsistenten klassischen, zugleich aber doch auch wienerischen Atmosphäre verdichtet“, erklärt Erich Bernard, CEO & Founding Partner, BWM Designers & Architects. ▮





Lounge mit Aussicht

In der 7. Etage des neuen München Marriott Hotel City West hat ab sofort eine neue Tür geöffnet. Auf 220 Quadratmetern erstreckt sich der M Club, die Executive Lounge mit eigener Terrasse und freiem Blick auf die Alpen.

Zugang zum M Club haben Mitglieder des Bonusprogramms Marriott Bonvoy mit dem Status Platinum, Titanium oder Ambassador, ebenso alle Gäste, die eine Executive Zimmerkategorie oder eine Suite gebucht haben.

Der M Club, den es in ausgewählten Marriott Hotels gibt, ist ein Rückzugsort, design't zum Entspannen, um in Ruhe zu arbeiten oder um mit Freunden und Kollegen zusammensitzen. Die Besonderheit der Lounge ist neben ihrer Größe zweifellos die Terrasse mit Alpenpanorama. Gäste erhalten im rund um die Uhr geöffneten M Club eine Getränke- und Snack-Station mit Früchten, süßen und herzhaften Speisen, die von lokalen Spezialitäten bis hin zu internationalen Klassikern reichen, Premium-WLAN und den erstklassigen Marriott-Service. Für den richtigen Start in den Tag wird in der Lounge ein kostenfreies Frühstück mit kaltem und warmem Buffet angeboten.

Nachmittagstee, Kaffee und Kuchen gehören ebenso zum Angebot wie Hors d'œuvres am Abend. Von 17:30 bis 21:30 Uhr gibt es neben den ganztags angebotenen Softdrinks auch alkoholische Getränke wie Bier und eine Auswahl an Rot-, Weiß- und Schaumweinen. „Wir sind stolz darauf, einen der schönsten M Clubs in Deutschland, Österreich und der Schweiz zu haben und können unseren Gästen damit einen unvergleichlichen Rückzugsort zur Bereicherung ihres Reiseerlebnisses bieten“, sagt General Manager René Mooren.

Das Hotel

Das Haus mit 386 Zimmern und zwölf Suiten hat am 7. September 2023 eröffnet. Das Hotel liegt im Münchner Stadtviertel Westend. Für die Gestaltung und das großzügige, moderne Design zeichnete das Studio Lux Berlin verant-

wortlich. Hier trifft das industrielle Erbe des Stadtviertels auf bayerischen Charme. Das München Marriott Hotel City West verfügt über ein authentisches italienisches Restaurant mit anschließender Vineria, das „Assoluto Ristorante & Vineria“, und das „Assoluto Caffè“, ein italienisches Café mit offener Bar und Take-away. In der stilvollen Lobby-Lounge, „westhub bar & lounge“, werden neben Cocktails auch klassische internationale Gerichte serviert. Auf der sechsten Etage befindet sich eine 400 m² große Dachterrasse mit Panoramablick über die Stadt bis hin zu den bayerischen Alpen. Eine Etage darüber befindet sich die rund um die Uhr zugängliche M Club Executive Lounge. Das Herzstück des Hotels ist ein hochmoderner 2.400 m² großer Veranstaltungsbereich mit einem lichtdurchfluteten 916 m² großen Ballsaal – einem der größten Ballsäle in München – sowie 20 flexibel einsetzbaren Meetingräumen. ▮

Hotelbäder zum Wohlfühlen



Nach- haltigkeit

Ideal Standard, einer der führenden Hersteller von hochwertigen Badlösungen, gibt die Veröffentlichung des Nachhaltigkeitsberichts für das Jahr 2023 bekannt.



Der umfassende Bericht „Together for a better future“ informiert über die Fortschritte im Hinblick auf Absichtserklärungen, die im ersten Nachhaltigkeitsbericht des Unternehmens für das Jahr 2022 gemacht wurden.

Zu den wichtigsten Durchbrüchen im Jahr 2023 gehören die Reduzierung der unternehmensweiten CO₂-Emissionen um 5.514 Tonnen (entspricht 5 Prozent), das Einsparen von 41,5 Tonnen Einwegplastik aus Produktverpackungen und die Veröffentlichung von 5.000 Umweltproduktdeklarationen, um mehr Transparenz für die Kunden zu gewährleisten. Ein Meilenstein im Rahmen dieser Erfolge war das Armaturenwerk in Wittlich, das im Jahr 2023 keine Scope-2-Emissionen mehr verursacht hat und dessen Strom zu 100 Prozent aus erneuerbaren Quellen kommt, einschließlich eines Solar-Campus mit mehr als 3.000 Photovoltaikpaneelen vor Ort.

Nachhaltige Lieferketten

Die Ziele wurden auch durch die Einführung des EcoLogic-Entwicklungsrahmens unterstützt, der die Nutzung nachhaltiger Lieferketten und langlebiger Materialien zur Herstellung von Produkten vorschreibt, welche die Hygiene sowie die Wasser- und Energieeffizienz verbessern. Dies hat zur Entwicklung von Produkten wie der Alu+-Duschserie geführt, die frei von schädlichen Materialien wie Nickel ist, zu 84 Prozent aus recyceltem Aluminium hergestellt wird, Wasser spart und ein hervorragendes Duscherlebnis bietet. Im Laufe des Jahres verbesserte das Unternehmen die weibliche Personalgewinnung in Europa um 7,5 Prozent. Außerdem begann Ideal Standard ein umfassendes Programm zur Überprüfung der Lieferkette, die 80 Prozent der direkten Ausgaben der Gruppe ausmacht. Zusätzlich erhielt Ideal Standard International die Zertifizierung nach ISO 45001 für

die Betriebe im Vereinigten Königreich und in der Tschechischen Republik, wodurch nun alle Werke in fünf Ländern die Akkreditierung erhalten haben.

Zum Abschluss des Jahres 2023 wurde Ideal Standard von EcoVadis, dem weltweit größten Anbieter von Nachhaltigkeitsratings, mit einer Silbermedaille ausgezeichnet und gehört damit zu den besten 25 % von mehr als 85.000 weltweit bewerteten Unternehmen. EcoVadis stuft die Umweltsleistung des Unternehmens als „fortschrittlich“ ein.

Das übergreifende Engagement von Ideal Standard – „Together for a better future“ – wird von drei Säulen getragen: für ein besseres Leben, für einen besseren Planeten und für bessere Unternehmen. Sie basieren auf den nachhaltigen Entwicklungszielen der Vereinten Nationen in Bereichen wie sauberes Wasser und sanitäre Einrichtungen, Gleichstellung der Geschlechter und Klimaschutz.





Washbecken aus glasiertem Stahl sind das Ergebnis einer perfekten Symbiose aus stählernen Grundkörpern und Emaille und überzeugen durch einzigartige Präzision, für die Alape steht.

Glasierter Stahl

Seit der Gründung 1896 arbeitet Alape mit glasiertem Stahl. Der Werkstoff vereint die Festigkeit und gestalterische Qualität von Stahl mit der Härte und chemischen Widerstandskraft von Glas. Er verfügt damit nicht nur über jede Menge vorteilhafter Eigenschaften, sondern ermöglicht auch jene Formenvielfalt und Präzision, für die das Unternehmen aus Goslar heute steht.

Glasierter Stahl ist das Ergebnis einer perfekten Symbiose aus stählernen Grundkörpern und Emaille. Seine Entstehung verdankt er einem hochspezialisierten, aufwendigen Verfahren. Dabei werden aus Stahl geformte Becken und Waschtische zunächst in Handarbeit mit einer hauchdünnen Glasur besprüht. Anschließend werden sie bei 830 °C im Ofen gebrannt. Durch den Brennprozess verschmilzt die Glasur mit dem Stahlkern untrennbar zu einem einzigen Werkstoff und bildet nun eine glasharte, makellose Oberfläche.

Außerordentliche Beständigkeit

Produkte aus glasiertem Stahl trotzen sämtlichen Alltagsbelastungen, seien es Kratzspuren, Abrieb oder Abplatzungen. Selbst extreme Temperaturschwankungen haben auf die Materialität keinen Einfluss: So ist ein Bereich von -60 °C bis 450 °C für Alape-Produkte vollkommen unproblematisch, was ebenso für starke UV-Strahlung gilt. Auch ein Vergrauen oder Vergilben der

Oberflächen bleibt aus, ganz gleich, wie intensiv der gewählte Farbton ist. Mit Wandstärken zwischen 1,5 und 3 Millimetern sind die Becken und Waschtische von Alape darüber hinaus sehr viel leichter als vergleichbare Produkte aus anderen Materialien, was ihnen außerordentliche Eleganz und Flexibilität verleiht. Ein weiterer entscheidender Vorteil des Werkstoffs: seine Hygieneeigenschaften. Die porenfreie Oberfläche lädt sich weder statisch auf noch zieht sie Staub an, auch Schmutzpartikel finden darauf keinen Halt. Als zusätzliche Ergänzung mischt Alape Silber in die Glasur der weißen Waschplätze, das im Glasurbrand untrennbar in die Oberfläche der Stahlprodukte eingebettet wird. Diese Verbindung erzeugt eine bakterizide und fungizide Oberfläche, die sich im Zeitverlauf selbstständig von Bakterien und Pilzen befreit. Nicht zuletzt ist der sorgfältige, nachhaltige Umgang mit Ressourcen eine tief in der Unternehmensphilosophie von Alape verwurzelte Grundhaltung. Das gilt auch in Bezug auf glasierten Stahl – von der Rohstoffauswahl und Herstellung über seine Langlebigkeit bis hin zur Wiederverwertung. ▮

German Design Award 2024

Ein und dieselbe Erfindung ist zum zweiten Mal mit einem internationalen Preis gewürdigt worden. Das Gerät kommt aus Österreich und gilt als beispiellos in seiner Art. Der Hygienespender von Hagleitner hat am 26. Januar 2024 den German Design Award erhalten.



„XIBU 2WIPE hybrid“ stellt automatisch Vlies bereit, um Oberflächen zu desinfizieren.

Er händigt berührungslos Tücher aus – Tücher, um Oberflächen zu desinfizieren. Die Erfindung heißt *XIBU 2WIPE hybrid*. Der Hygienespender aus der Entwicklungswelt des österreichischen Familienunternehmens Hagleitner hat den prestigeträchtigen German Design Award erhalten.

Vorausgegangen war ein Preis aus der Reinigungsbranche. 2023 wurde *XIBU 2WIPE hybrid* „Product of the Year“. Diese Trophäe vergibt die ISSA-Pulire, eine Reinigungsmesse in Italien.

Den German Design Award stiftet jährlich der deutsche Rat für Formgebung. *XIBU 2WIPE hybrid* gehört 2024 hierbei zu den Winnern (so lautet die Klasse der Auszeichnung). Folgendermaßen begründete die Jury ihre Wahl: „Mit seinen zwei Vorratsbehältern lässt sich der ‚XIBU 2WIPE hybrid‘-Desinfektionsfeuchttuchspender rechtzeitig nachfüllen, ohne komplett leer zu sein. Zudem funktioniert er kontaktlos und ermöglicht damit eine hygienische Entnahme der Tücher. Ein zeitgemäßer Bedienkomfort, den das moderne, cleane Design auch formal zum Ausdruck bringt.“

Desinfektion als „Hingucker“

Zur Award-Show nach Frankfurt am Main ist Produktmanager Anton Ebenberger gereist, er hat für Hagleitner die Urkunde entgegengenommen: „Desinfektion darf ein Hingucker sein“, erklärte Ebenberger. „Hagleitner verfolgt konsequent dieses Motto. Geht es doch um die Gesundheit der Menschen. Dem angemessen soll Desinfektion auch aussehen, Ästhetik und Design stehen ihr gut.“

Reinigungs-, Desinfektions- und Pflegemittel, Kosmetik – dazu Spender, Dosiergeräte und Apps. Die Ware entsteht in Zell am See in Österreich. Hier hat Hagleitner den Muttersitz; hier wird geforscht, entwickelt und produziert. Zugleich betreibt das Unternehmen Beratungs-, Verkaufs-, Logistik- und Ausbildungsstätten, so agiert es an 27 Standorten in zwölf europäischen Ländern. In 66 Ländern weltweit sind Erzeugnisse ferner über Partner verfügbar. Was Hagleitner bietet, zielt auf Betriebe und öffentliche Institutionen ab. An Konsumentinnen und Konsumenten richtet sich die Marke hagi.

Produktmanager Anton Ebenberger nimmt die Auszeichnung entgegen.





Pelipal

Mix me up

Das Hotelbad heutigen Zuschnitts muss durchdacht sein und durch hohe Qualitätsanforderungen überzeugen. Das passende Design spielt zudem eine gewichtige Rolle.

Zusammengestellt von Daniela de Cillia
Fotos: Duravit, HEWI, TOTO, Artweger

Erstmals präsentierte sich Duravit als Aussteller auf der Intergastra. Um die Zielgruppen bestmöglich anzusprechen, wurden auf dem Messestand Beispielanwendungen für Hotels gezeigt, außerdem verschiedene Produkte, die sich besonders für das Projektgeschäft eignen. Die Duravit AG mit Sitz in Hornberg ist einer der international führenden Hersteller von Designbädern und in weltweit über 130 Ländern aktiv. Das Produktportfolio des

Komplettbadanbieters umfasst Sanitärkeramik, Badmöbel, Dusch- und Badewannen, Wellnesssysteme, Dusch-WCs, Armaturen und Accessoires sowie Installationssysteme in höchster Qualität.

Eleganz mit Wohlfühlfaktor

Niemand hält sich gerne an kalten Haltegriffen fest, schon gar nicht im Badezimmer oder im barrierefreien WC. Vor allem Menschen mit einem erhöhten Kälteempfinden nehmen es als unangenehm wahr, kalte Oberflächen anzufassen. Deshalb hat

Mit Beispielanwendungen für kleine und größere Hotelbäder bot Duravit den Interessenten aus der Hotellerie auf der Intergastra konkrete Inspiration für eigene Renovierungs- oder Neubauvorhaben.

HEWI Warmtouch



HEWI, der Vorreiter barrierefreier Sanitär- ausstattung, einen Schritt weitergedacht und lässt die Produkte seines Design- Klassikers, der Serie 801, in edler Chrom- optik glänzen – und das mit einer ange- nehmer temperierten Oberfläche. Der Name WARM TOUCH ist also Programm, denn die Haltegriffe sowie die Dusch- und Wannenhandläufe besitzen die warmen, haptischen Eigenschaften von Polyamid und durch die Beschichtung die elegante Optik einer Chromoberfläche.

Zwischen München und der Welt

Das München Marriott Hotel City West wird der Inbegriff für Modernität und Veranstaltungsinnovation in der Stadt und sowohl auf nationaler wie auf inter- nationaler Ebene neue Standards setzen“, so René Mooren, General Manager des München Marriott Hotel City West. Das Hotel setzt auch im Detail auf höchste Qualität. In den Hotelbädern dürfen sich die Gäste über einen besonderen Komfort freuen: Die 398 Zimmer aller Kategorien wurden mit Dusch-WCs, den WASHLET von TOTO ausgestattet.

Die Zukunft des Badezimmers

Mit JOICE von Artweger wird jedes Bad zur flexiblen und luxuriösen Wellness- zone. Die innovative barrierefreie Dusche mit ihrem einzigartigen 2-in-1-Konzept begeistert daher nicht nur Konsument*innen des Bad Ischler Unternehmens, sondern auch die Jury des renommierten German Design Awards. Die JOICE Walk In+ wurde mit dem begehrten Titel „Winner“ ausgezeichnet.

Die neuartige Dusche ermöglicht es, sich jeden Tag aufs Neue zu entscheiden, ob man eine schnelle Dusche oder ein entspannendes Bad genießen möchte. Die JOICE Walk In+ ist eine echte Weltneu- heit und die erste barrierefreie Walk In, in der man auch baden kann. Der Zugang in den großzügigen Duschaum mit seiner breiten türlosen Glasfront erfolgt seitlich ohne Tür und völlig barrierefrei. Das besondere an der neuen Lösung – eine



TOTO/Marriott München

hochgezogene Duschwanne, die dreiseitig als komfortable Badewanne geformt ist. Die bis zum Boden offene Zugangsseite ermöglicht einen einfachen Einstieg in den Duschplatz.

Bring Farbe ins Leben

Die Auswahl passender Farben für das Badezimmer in Form von Möbeln, Wand- farben und Accessoires ist oft maßgebend

für ein harmonisches Einrichtungskonzept. Matte Oberflächen bieten eine zeitge- mäße Eleganz, während authentische Erdtöne eine Verbindung zur Natur her- stellen und eine beruhigende Aura ver- breiten. Die neuen Trendfarben Kaschmir matt, Schilfgrün matt und Balticblau von Pelipal wurden von Experten entwickelt, um allein durch die Kraft der Farben aus dem Badbereich einen persönlichen Well- nesstempel zu zaubern.

JOICE Walk In+





Nachhaltigkeit von Hamburg bis München

Ob München, Frankfurt, Hamburg oder Berlin – in all diesen Städten finden sich Scandic Hotels in zentraler Lage und damit eignen sie sich ideal für einen Besuch der deutschen Metropolen.

Ab März 2024 bereichert Nürnberg als neuer Standort das Portfolio. Neben dem skandinavischen Einfluss im Design wird das Thema Nachhaltigkeit – wie in allen Häusern der nordischen Hotelgruppe – auch in Deutschland großgeschrieben. So kommen beispielsweise nur Textilien zum Einsatz, die mit dem staatlichen Textilsiegel „Grüner Knopf“ ausgezeichnet sind, und das Frühstück ist mindestens zu 50 Prozent bio. Zudem werden die Lebensmittel mit der „Too Good To Go“-App vor dem Wegwerfen gerettet. In den beiden Berliner Häusern und im Scandic Frankfurt Museumsufer gibt es hauseigenen Honig von Bienen auf den Hoteldächern. Alle Scandic Hotels bereiten Wasser selbst auf, und das Scandic Hamburg Emporio hat zudem eine Partnerschaft mit Viva con Agua. In Sachen klimabewusstes Reisen ist Scandic seit 1993 Vorreiter und setzt diese Philosophie konsequent an allen Standorten um.

Umweltsiegel „Nordic Swan“

Im Jahr 1994 verstärkte Scandic seine Bemühungen für den Umweltschutz. Das Umweltsiegel „Nordic Swan“, das führende Umweltsiegel in den nordischen Ländern, war dabei von Anfang an ein wichtiger Partner. Alle Hotels der Marke in Schweden

wurden mit dem Umweltsiegel „Nordic Swan“ ausgezeichnet. Der Schwan ist das strengste Umweltsiegel und gleichzeitig das offizielle Umweltsiegel der nordischen Länder, das durch den Nordischen Ministerrat eingeführt wurde.

Bei Scandic versteht man unter einer nachhaltigen Unternehmensführung ökologische, soziale und vor allem auch ökonomische Aspekte. Nicht zuletzt bedeutet Nachhaltigkeit auch einen fairen Umgang mit unseren Mitarbeitern und eine transparente Unternehmensführung. Die Nachhaltigkeitsstrategie basiert auf den 10 Prinzipien der Global-Compact-Initiative sowie den Umweltzielen der Vereinten Nationen. Seit 1993 verpflichtet sich die Gruppe den Prinzipien von „The Natural Step“. Scandic Hotels ist Unterzeichner der Agenda 2030 sowie der UN Umweltziele.

Scandic Hamburg Emporio

Das Scandic Hamburg Emporio wurde bereits mehrfach für seine Nachhaltigkeit ausgezeichnet. Das moderne Gebäude im Emporio Quartier erhielt bereits vor der Eröffnung das DGNB-Siegel (Deutsche Gesellschaft für nachhaltiges Bauen). Alle Baumaterialien entsprechen höchsten ökologischen Standards und das

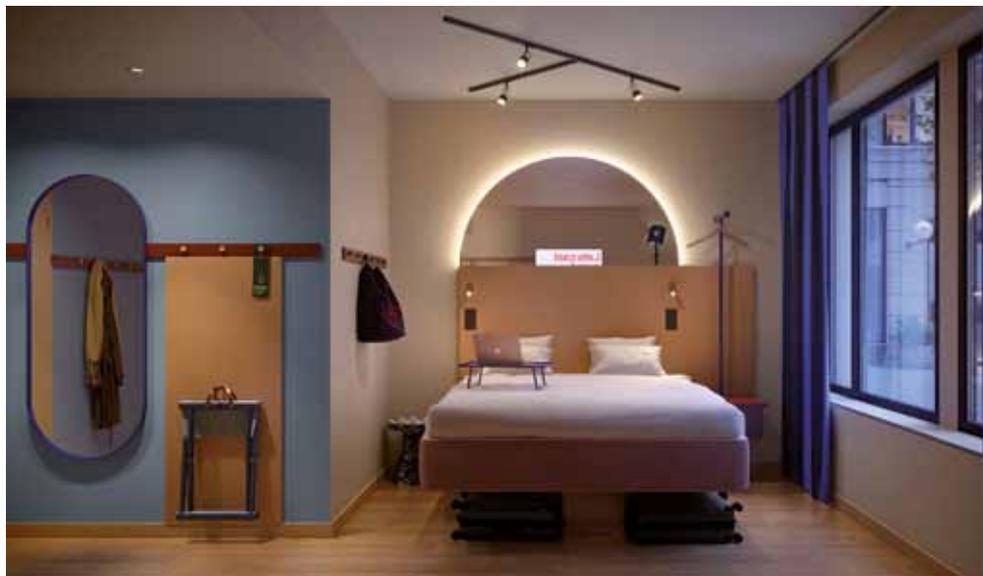
Hotelgebäude ist mit einer hocheffizienten Energierückgewinnung ausgestattet. Dank eines nachhaltigen Klima- und Energiekonzeptes zählt das EMPORIO zu den nachhaltigsten Gebäudeensembles in Hamburg! Das Scandic Hamburg Emporio setzt außerdem eine Vielzahl an Maßnahmen und Projekten für einen nachhaltigen Hotelbetrieb um, u. a.: Recycling von Speiseresten und Frittierfett mit Re-Food. Übrige Lebensmittel werden an die Initiative Food Saver weitergegeben, E-Ladestationen für Gäste und vieles mehr.

Scandic Berlin Potsdamer Platz

Das Scandic Berlin Potsdamer Platz ist das Flaggschiff unter den Scandic Hotels und zeigt mit 560 Zimmern und 16 Tagungsräumen im Herzen Berlins, dass sich moderne Stadthotellerie und Biohotel nicht ausschließen. Das Hotel ist ebenfalls seit der Eröffnung mit dem DGNB-Siegel für nachhaltiges Bauen ausgezeichnet. Begrünte Wände im Hotel sorgen für gutes Luftklima.

Einige der Konzepte, die bei den Scandic Hotels nicht mehr wegzudenken sind

Scandic Wasser, ausschließlich Bio-eier sowie Fairtrade- & Biokaffee und -tee, biozertifizierte Produkte (DE-ÖKO-39) beim Frühstück (mindestens 40 % der Produkte), Zimmerreinigung auf Wunsch, Müllvermeidung und -verwertung, Foodsharing-Initiativen, Handtuch Policy, Verzicht auf überflüssiges Plastik und Verpackungen (keine Plastikstrohhalm oder Einzelverpackungen auf den Zimmern und auf dem Buffet), Lokale Lieferanten, E-Ladestationen, Kompensationsprogramm ARKTIK für die Emissionen von Dienstwagen, Nachhaltige Reisemittel sind zu bevorzugen, konsequente Mülltrennung in allen Hotelbereichen – vom Gästezimmer bis zum Büro der Hoteldirektion.





© Gert Penauer



Umweltzertifikat

Hauseigene Energiegewinnung, eine umweltfreundliche Bauweise und viele umgesetzte Initiativen im täglichen Betrieb – damit überzeugt das Gradonna****s Mountain Resort. Dieses vorbildliche Engagement des Design-Resorts wurde kürzlich auch vom TÜV-Austria mit dem Umweltmanagement-Zertifikat ISO 14001 bestätigt.

Als anerkannter Standard für Zertifizierung von umweltbewussten Betrieben steht die ISO 14001 für ressourcenschonendes Wirtschaften – und das weltweit. Die Voraussetzung für die Zertifizierung, die in Österreich vom TÜV Austria verliehen wird, ist ein dokumentiertes und in der Organisation integriertes sowie gelebte Umweltmanagementsystem: Als erstes Osttiroler Hotel wurde kürzlich das Gradonna****s Mountain Resort in die Liste der prämierten Betriebe aufgenommen.

Direkt an den Pisten des Großglockner-Resorts Kals-Matrei gelegen ist das Vier-Sterne-Superior-Resort bekannt für sein Umweltbewusstsein: „Die Landschaft und die Natur sind unser höchstes Gut. Aber nicht nur deswegen setzen wir bewusst auf umweltfreundliche Initiativen – wir sind der festen Überzeugung, dass wir nur so unseren Erfolg sicherstellen können: Unser Resort ist nicht nur autofrei und bietet ausreichend Ladestellen für

E-Autos und E-Fahrräder, auch die benötigte Energie für Warmwasser und Biowärme kommt aus eigener Produktion“, sagt Maximilian Schultz vom Eigentümer des Gradonna****s Mountain Resort, der Schultz-Gruppe.

ISO 14001 zertifiziert

Dank dem hauseigenen Hackschnitzelwerk verarbeitet das Vier-Sterne-Superior-Resort Holz CO₂-neutral und erzeugt so selbst die benötigte Energie. Zusätzlich setzt es auf regionale Lieferanten und nutzt etwa die Abwärme der Kältetechnik zum Beheizen der Schwimmbäder. Das umweltbewusste Wirtschaften sowie optimierte betriebliche Prozesse und minimierte Risiken werden durch die ISO 14001 für Gäste aus dem In- und Ausland nun noch sichtbarer gemacht. ▮

Hotel- Interieur- Trends 2024



Einblick in das perfekte Hotelzimmer

Die Erwartungshaltung ist groß. Der Gast hat so seine ganz eigenen Vorstellungen von einem speziell für ihn konzipierten perfekten Hotelzimmer. Ein Ding der Unmöglichkeit? Wir gingen zusammen mit dem Fotostudio 3001 dieser Frage nach.



Der wachsende Wettbewerb unter den Hotels, aber auch die höheren Erwartungen der Gäste führen dazu, dass von Gästeseite her immer mehr auf Details geachtet wird. Was ist also wichtig? Wie arrangiere ich ein Hotelzimmer, um es möglichst bequem zu machen? Natürlich sind Geschmäcker verschieden, aber abgesehen davon, dass das Hotelzimmer augenscheinlich auch zum Charakter und zur Philosophie des gesamten Hauses stimmig passen sollte, kann man einige Parameter verwenden, die hilfreich sein können, um möglichst vielen Gästen zu gefallen. Die Kenntnis der Präferenzen der Zielgruppe ist ein Schlüsselement. Dazu muss man als Hotelier darüber nachdenken, was Gäste mögen und in welchem Interieur sie sich wohlfühlen.

Trends und zeitloses Design

Die Farbe Schwarz verbindet beides in einzigartiger Weise. Deswegen sind Bodenprofile aus Aluminium von PROLINE auch in Schwarz erhältlich. Die Übergangsprofile, Anpassungsprofile und Abschlussprofile aus Aluminium sind neben den Farben Bronze, Champagne, Edelstahl, Gold und Silber jetzt auch in Schwarz matt erhältlich. Schwarz ist an sich eine empfindliche Farbe. Mit einer völlig neuartigen Pulverbeschichtung in Kombination mit einem speziellen Produktionsverfahren ist es PROLINE gelungen, besonders widerstandsfähige Bodenprofile zu entwickeln, die mit ihrer leicht strukturierten Oberfläche nicht nur strapazierfähig, langlebig und belastbar sind, sondern auch eine einzigartige Eleganz ausstrahlen.

Die Wahl des Bettes

Das Boxspringbett namens „Zamba“ von Sophisticated Living ist wie gemacht für anspruchsvoll eingerichtete Interieurs und spendet maximale Ruhe. Dieses Polsterbett begeistert durch seine wunderschöne, noble Optik. Es hat einen geschlossenen Boxspring-Korpus, bezogen mit einer Husse, welche mit Klett befestigt wird. Die Fußmodelle können variabel ausgewählt werden. Der Look ist individuell anpassbar – durch die Wahl des Kopfteils und den Bezug wird ein ganz spezielles individuelles Traumbett erschaffen. Man kann bei diesem Modell aus



18 verschiedenen Kopfteilen, von zurückhaltend bis extravagant, auswählen. Mit einem hochwertigen deutschen Taschenfederkern wird zudem maximaler Schlafkomfort gewährleistet.

Der Loungechair Barrel

Dieser Loungesessel, ebenfalls von Sophisticated Living und designed von Produktdesignerin und Innenarchitektin Saskia Thomas ist ein kleines Meisterwerk. Das ausgewogene Design sorgt dafür, dass er in jedem Raum seinen Platz findet. Sehr „loungeig“ im Sitzkomfort und alles andere als langweilig. Sein Name bezeichnet in der Surfer-Sprache eine Hohlwelle, die an der Lippe einer steilen Welle entsteht, wenn diese auf der Wasseroberfläche bricht. Umgesetzt ins Design überzeugt der BARREL in leicht gerundeten organischen Formen – eine großzügige Sitzfläche mit einer aufgesteckten soften Rückenlehne, sodass Loungen großgeschrieben wird. Die Optik wandelt sich mit dem Bezug – wählbar aus einer riesigen Anzahl von Materialien und Farben.

Und nicht zu vergessen – Details wie Rollos, aber auch Heizkörper sollten sich harmonisch ins Gesamtbild einfügen. Die Primärfunktion des innenliegenden Sonnenschutzes von Hunter Douglas Components ist der Sichtkomfort. Eine gut entworfene Verschattungslösung kann den Komfort und das Wohlbefinden



der Nutzer erheblich erhöhen. Indem sie natürliches Tageslicht steuern, verbessern Hunter Douglas Systeme den thermischen Komfort, die Blendung und die Innenklimaqualität. Mit einem schicken Design, mit reibungsloser Bedienung und beispielloser innerer Stärke überspannen die Rollo-Antriebssysteme sogar breite Fensterfronten mühelos. Gut gestaltete große Rollos sind ein dramatisches Statement zur Definition und Kontrolle von Wärme, Licht und Blicken.

Designheizkörper

Die innovativen Bad- und Raumwärmer der Firma Bemm bieten Energiesparlösungen und das gewisse Extra für ein Wohlfühlambiente. Die vertikale Paneelheizwand mit dem Linear-Design „Pawa“ kann flach und unauffällig in die Architektur integriert oder als leistungsstarkes Gestaltungselement betont werden. Die Vielzahl der Abmessungen, die feine Abstufung in Länge und Höhe und die Farbvielfalt bieten alle Möglichkeiten. Die Serie Pawa ist erhältlich als einreihiges Modell, einreihig mit Lamelle, zweireihig, zweireihig mit Lamelle sowie zweireihig mit doppelter Lamelle.

Beteiligungen

Sophisticated Living GmbH
Bett: Boxspringbett „Zamba“,
Sessel: Loungechair „Barrel“
www.sophisticated-living.de

Proline Systems GmbH
Profilschiene: Übergangsprofil
„ProvarioClip“, Schwarz matt
www.proline-systems.com

Hunter Douglas Components
Rollos
www.hunterdouglas.de

Bemm GmbH
Heizkörper: „Plawa Pureline“
Glasfront graumetallic, brilliant
www.bemm.de

restliche Requisite:
Fundus Studio 3001

Fotos + Planung:
Studio 3001 Emsdetten,
www.studio3001.de



Das perfekte Entree

Der Empfangsbereich eines Hotels zeigt dem Gast meistens schon im ersten Moment, ob er die richtige Wahl getroffen hat. Anbei der Versuch, gewisse Parameter zu definieren, mit denen der Hotelier seine Gäste schon im Eingangsbereich positiv überraschen kann.

Die Lobby als Empfangs- und Aufenthaltsbereich erfüllt im Wesentlichen zwei zentrale Aufgaben. Sie soll Entspannung bieten und Kommunikation ermöglichen. Ein harmonisch wirkendes Einrichtungskonzept, das sich wie ein roter Faden durch den Raum zieht, sollte dabei augenscheinlich sein.

Moderner Charme

Erschaffen Sie sich mit den großformatigen Fliesen aus Feinsteinzeug der Emilgroup ein modernes Ambiente. Groß-

formate brechen die Monotonie jedes Raumes auf und fügen sich perfekt in öffentliche Innen- und Außenbereiche. Wie bei allen anderen Kollektionen der Emilgroup punktet das Feinsteinzeug mit seinen technischen Vorzügen wie Rutschhemmung, Belastbarkeit und Witterungsbeständigkeit. Vielfältige interessante Farben und Oberflächen setzen jedes Ambiente spannend in Szene. Großformatige Bodenfliesen sind zum Beispiel für einen minimalistischen Raumstil geeignet, der mit wenigen, gekonnt arrangierten Möbeln einen Wow-Effekt erzeugt.

besonders in Räumen mit hoher Luftfeuchtigkeit ein echter Gewinn. Für Verdunkelung und Sichtschutz bietet Roto außerdem optimal passende Falstore in nahezu jeder gewünschten Farbe. Auch sie lassen sich elektrisch steuern und für noch mehr Komfort sogar in Smart-Home-Systeme integrieren.



Eine Aufwertung für das Dach

Mit dem Roto OnTop Flachdachfenster in „german made“ von Roto Frank wird jeder Wohnraum zu einer lichtdurchfluteten Wohlfühloase mit Premiumqualität. Das neue Fenster ist in zehn Größen sowie in fix verglast und elektrisch öffnbarer Variante verfügbar. So genügt auf Wunsch ein Knopfdruck, um frische Luft unter das Dach zu bringen –



Einfach brillant

Mit seiner facettenreichen Oberfläche, die an einen geschliffenen Diamanten erinnert, macht das Pflanzgefäß „DIAMANTE“ seinem Namen alle Ehre. Design auf höchstem Niveau kombiniert mit Funktionalität und Qualität – das zeichnet „DIAMANTE“ von LECHUZA aus. Die ungewöhnlichen Oberflächen mit lebhaften Spiegelungen oder seidenmatter Eleganz ziehen alle Blicke auf sich und lassen gerade Eingangsbereiche in Hotelgebäuden in einzigartigem Glanz erstrahlen. Dank des integrierten LECHUZA-Bewässerungssystems sind die Pflanzen ganz nach dem Vorbild der Natur immer mit der richtigen Menge Wasser optimal versorgt.

Die Duoflor® Doppelrollos von Hunter Douglas sind handlich in der Anwendung sowie dynamisch in der Regulierung des Lichteinfalls. Die abwechselnd transparenten und dichten Streifen sorgen für Durchblick oder Sichtschutz. Die neue Qualität „Stella, Fb. 243“ zeichnet sich durch einen hohen Sichtschutz aus und kann auch zur Verdunklung von Räumen angewandt werden. „Stella“ gibt es in drei aktuellen Farbstellungen zu beziehen.

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. 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 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.

Neuinterpretation

Mit dem Design des Ohrensessels „BIONA“ wurde der klassische Ohrensessel von ADA neu und modern interpretiert. Das Ergebnis ist ein schicker Hochlehner mit runder Linienführung sowie einer angelegten Schalenform. Besondere Merkmale des Fauteuils sind die optischen Ziernähte auf der Lehne und die Kissenoptik am Sitz. Man kann den Korpus je nach Präferenz mit verschiedenen Füßen kombinieren. Weiters kann er mit Bezugsmaterialien nach Wunsch veredelt werden: Umfangreiche Stoff- und Textillederkollektionen bieten Vielfalt in der Gestaltung.

Die Couch „LAVARE“, ebenfalls von ADA, steht für Individualität und modernes Design, außen liegende Nähte bringen

zusätzlich einen Hauch von Industrial Style ein. Die losen Rückenissen erzeugen zudem eine besonders lockere Optik. Bezugsmaterialien in vielerlei Farbnuancen stehen zur Verfügung, um das Sofa einem speziellen Raumkonzept anzupassen. Bodenfreie Füße aus Chrom, die ebenfalls in verschiedenen Versionen erhältlich sind, runden das Erscheinungsbild hochwertig ab.

Beteiligungen „Foyer“

Emil Germany GmbH
Wand- und Bodenfliesen:
Kollektion „Level“ 160 x 320 cm in
Onyx glänzend & Ash matt,
Kollektion „Pietra del Borgo“
60 x 90 cm in Beige
www.emilgermany.de

Roto Frank DST Vertriebs-GmbH
Flachdachfenster mit Faltstore:
Roto onTop
www.roto-dachfenster.de

ADA Möbelfabrik GmbH
Sessel: „Biona“, Sofa: „Lavare“
www.ada.at

Carl Prinz GmbH & Co. KG
Bodenprofil, Wandprofil: (Kaminwand)
Wandprofil für Aluverbundplatten Boden
Übergangsprofil 303 Profi-Tec Master
www.carlprinz.de

geobra Brandstätter Stiftung & Co. KG
Pflanzgefäße: „Diamante“ LECHUZA
www.lechuza.de

Blöcker
Doppelrollos: Duoflor® Doppelrollo
Zweigniederlassung der Hunter
Douglas Holding GmbH & Co. KG
www.bloecker.de

Bemm GmbH
Heizkörper: „Plawa Pureline“
www.bemm.de

Requisiten:
Sompex GmbH & Co. KG
Standleuchte: „Garcon“
www.sompex.de

restliche Requisite:
Fundus Studio 3001

Fotos + Planung: Studio 3001
Emsdetten, www.studio3001.de





© Christoph Häfner Photography

KEES Hotel Salzburg

Das sind die Hotel-Interior-Trends 2024

Stilvoll und verantwortungsbewusst – die Hotel-Interior-Trends 2024 setzen auf Nachhaltigkeit und zeitlose Eleganz für unvergessliche Gästelerlebnisse.

Das Jahr 2024 bringt neben zeitlosem Objekt-Design auch frischen Wind in die Hotelausstattung, mit einer Vielzahl von Trends, die Stil und Funktionalität vereinen. Von der beruhigenden Kraft von Soft Nature bis zu kräftigen Farben und

dem fröhlichen Boho-Style – hier sind die Top-Hotel-Interior- und Farbtrends, die Ihren Gästen unvergessliche Aufenthalte bescheren.

Tauchen Sie ein in die Farben und Formen, die die Hotelausstattung im kommenden Jahr prägen werden und lassen Sie sich zu Neuem inspirieren.

Landgasthof Jagstmühle



© Landgasthof Jagstmühle

Soft Nature

Sanft, harmonisch, ruhig, behaglich und ausgewogen – so könnte man diesen Trend auch bezeichnen. Der elegante und zeitlose Soft-Nature-Trend bleibt auch 2024 ein Favorit für das Hotel-Interior. In turbulenten Zeiten suchen Gäste nach Ruhe und Entspannung. Naturfarben wie Creme und Greige, kombiniert mit Hotelzimmermöbeln aus natürlichen Materialien, schaffen einen Rückzugsort, ein Zuhause auf Zeit und eine Wohlfühloase für Ihre Gäste.

Biophilic Design

Naturverbunden, organisch, lebendig, Sinne anregend und grün – dies gilt für den nächsten Trend.



© Hotel Ambassador Zürich

Hotel Ambassador Zürich



© Harald Eisenberger

Almwelness Hotel Pierer

Der immer stärker werdende Wunsch nach Naturverbundenheit wird mit dem Gestaltungstrend des Biophilic Designs erfüllt. Grünpflanzen, natürliche Materialien und organische Formen bringen die Natur in den Raum und schaffen ein angenehmes Erlebnis. Dieser Stil ist nicht nur ästhetisch ansprechend, sondern wirkt sich auch positiv auf das Wohlbefinden Ihrer Gäste aus.

Skandinavisches Design

Hyggelig, klar, hell, natürlich und zeitlos – der skandinavische Style zeichnet sich durch schlichte Eleganz, klare Linien, helle Farben und natürliche Materialien aus. Mit dem Fokus auf Funktionalität, Ästhetik, minimalistischem Design und einer hellen, offenen Raumgestaltung schafft dieser Stil eine ruhige, gemütliche Atmosphäre. Perfekt für Gäste, die ein entspanntes Ambiente suchen.

Boho-Style

Er ist lebensfroh, bunt, kreativ, lässig und gemütlich – der Boho-Style ist eine Verschmelzung verschiedener Stile und kultureller Einflüsse. Dieser Stil zeichnet sich durch warme Erdtöne, natürliche Materialien, handgefertigte Kunstwerke, gemusterte Textilien und Vintage-Elemente aus. Dieser Mix an Materialien, Farben und Kunstwerken schafft eine entspannte und einladende Atmosphäre, die von den Gästen für ihre Individualität, ihre persönliche Note und ihren gemütlichen Charme geliebt wird.

Nachhaltigkeit

Umweltbewusst, ökologisch, ressourcenschonend, langlebig und zukunftsweisend – Nachhaltigkeit ist für viele nicht nur ein Trend, sondern eine Verpflichtung für die Zukunft. Das Hotel-Interior 2024 zeichnet sich durch umweltfreundliche Materialien, energiesparende Beleuchtung und nachhaltiges Objekt-design aus. Es zieht damit Gäste an, die die Möglichkeit eines umweltbewussten Aufenthaltes schätzen.

Fließendes Möbeldesign

Elegant, dynamisch, anmutig, organisch und ästhetisch – ein fließendes Möbeldesign verleiht Hotelzimmern eine elegante Dynamik und ein modernes Ambiente. Hotelmöbel mit organischen Formen und geschwungenen Linien schaffen eine einzigartige Ästhetik. Gäste erleben eine moderne und gleichzeitig zeitlose Atmosphäre, in der das Interiordesign den Raum mit Leichtigkeit füllt.

Die Objekteinrichtung entwickelt sich laufend weiter und wird an die sich ändernden Bedürfnisse und Ansprüche der Gäste angepasst. Im Jahr 2024 stehen die Trends des Hotel-Interiors ganz im Zeichen der Nachhaltigkeit, zeitloser Eleganz und einer engen Verbindung zur Natur. Sanfte, beruhigende Farben und natürliche Materialien schaffen eine Atmosphäre der Ruhe und Entspannung, während kräftige Farben sowie der Boho-Style für kreative und verspielte Akzente sorgen. Diese Trends ermöglichen nicht nur unvergessliche Gästeerlebnisse, die dazu beitragen, dass Gäste gerne wiederkommen, sondern leisten auch einen Beitrag zu einer nachhaltigen Zukunft.

Symphonic by ADA

www.symphonic.at



Wittmann

Wohnen 2024

Die Sehnsucht nach unbeschwerten Glücksmomenten, Frieden in der Welt, Entschleunigung im Alltag und einer intakten Natur spiegelt die Stimmung unserer Gesellschaft wider und wird auch im Jahr 2024 das Wohnen prägen.

© ADA, Joka, Thonet, Wittmann



JOKA

Authentizität wird immer stärker nachgefragt – und damit Möbel, die man mit allen Sinnen spüren kann. Gestaltet sind sie in edlen, zeitlosen Designs, dazu so verarbeitet, dass sie uns viele Jahre lang Freude bereiten. Damit einher geht der Wunsch nach einem behaglichen Rückzugsort, an dem wir uns sicher fühlen, was sich in den aktuellen Einrichtungskonzepten aus Österreich widerspiegelt. So sehnen sich die Menschen in Zeiten der Unsicherheit nach runden, organischen Designs, weichen Bouclé-Stoffen, strukturierten Textilien und warmen Hölzern. Fließende Linien und sanfte Formen bringen zusätzliche Wohlfühlstimmung ins Wohnen. Natürliche Materialien, aber auch Langlebigkeit und der Kauf bei Unternehmen aus der Region sind Teil dieses Bedürfnisses nach einem authentischen Wohngefühl.

Think green

Neben Handwerk und Herkunft spielt auch die Nachhaltigkeit der Produkte und der Unternehmen eine bedeutendere Rolle. Immer mehr Verbraucher wollen Produkte mit sauberer Umweltbilanz und machen sogar ihre Kaufentscheidung davon abhängig. Naturstoffe und recycelte Materialien, Produkte aus Bioplastik oder Textilien aus Naturfasern wie Leinen oder Hanf rücken dabei in den Vordergrund. Zudem wirken sich naturbelassene Werkstoffe positiv auf Gesundheit und Wohlbefinden aus. Naturholz etwa behält seine geschätzten Eigenschaften dauerhaft bei: Es atmet und nimmt Feuchtigkeit auf, gibt sie langsam wieder ab und schafft so ein wohngesundes Raumklima.

Quiet Luxury

Die Zeit, in der Luxus vor allem Extravaganz und expressive, ausgefallene Designs bedeutete, ist vorbei. Der neueste Trend im gehobenen Interiorbereich heißt „Quiet Luxury“: Er steht für einen ruhigen, zurückgenommenen Stil, der hochwertiges Design, Tradition und authentische Handwerkskunst in den Vordergrund rückt – ohne, dass andere Elemente davon ablenken. Statt optisch aufdringlicher Signature-Designs sind hier durchdachte Gestaltungen gefragt, die auf hochwertige Möbelstücke und Accessoires sowie eine gedämpfte, reduzierte Farbpalette setzen. Verkitschte Elemente oder harte, provokative Kontraste sind dabei absolut tabu: Eine geschickt kuratierte Einrichtung im Sinne von „Quiet Luxury“ bringt vielmehr auf subtile Weise Raffinesse und Stilbewusstsein zum Ausdruck.

Klassiker, neu interpretiert

Der Trend, Tradition mit Moderne zu verbinden und Designklassiker für die Gegenwart neu zu interpretieren, wird auch die künftige Designlandschaft maßgeblich prägen. Der Ansatz geht weit über bloße Nostalgie hinaus: Die Synthese aus Alt und Neu ermöglicht es, zeitlose Ästhetik mit zeitgemäßer Funktionalität zu verbinden – und so eine Brücke zwischen Zukunft und Vergangenheit zu schlagen. Klassische Designelemente werden hierzu behutsam modernisiert, mit innovativen Materialien kombiniert und neuesten technischen Funktionen versehen. So entstehen nicht nur respektvolle Hommagen an vergangene Ikonen, sondern auch sinnvolle, konsequente Weiterentwicklungen. Der Trend zeigt nicht zuletzt, dass die Vergangenheit eine wertvolle Inspirationsquelle sein kann, um funktionale und ästhetisch ansprechende Lösungen für die Zukunft zu finden.

Wiederentdeckter Stimmungsaufheller

Sicher, an Eiche und Nussbaum führt auch 2024 kein Weg vorbei: Gerade die Eiche mit ihrer markanten Maserung und dem warmen Farbspektrum empfiehlt sich weiter für verschiedenste Einrichtungsstile. Inzwischen erfreuen sich aber auch sogenannte „blonde Hölzer“ immer größerer Beliebtheit: Birke, Esche, Erle oder Fichte kreieren einen hellen Look, der



Thonet

Lebendigkeit und Frische ausstrahlt. Besonders die Erle gilt als große Wiederentdeckung: Ihr nahezu astreines Holz verfügt über eine feine Jahresringstruktur und wirkt besonders mit heller Ölung luftig und leicht. Weil Erlenholz schnell nachwächst, äußerst strapazierfähig ist und noch dazu in europäischen Wäldern heimisch, erfüllt es zudem sämtliche ökologischen Ansprüche und Nachhaltigkeitskriterien.

Die Farbtrends für 2024

Weil auch 2024 die Gemüter eher erhitzen als beruhigen wird, setzen aktuelle Farbtrends auf eine sanfte, aber betont hoffnungsvolle, motivierende Farbpalette. Warme Naturfarben wie Grau, Sand oder gedämpfte Grüntöne unterstreichen unseren Wunsch nach Zusammengehörigkeit und Harmonie, ebenso leichte Pastellnoten wie Pfirsich und Lavendel. Hier steht auch die Pantone-Farbe des Jahres 2024 im Mittelpunkt: Peach Fuzz – eine Symbiose aus lebhaftem Orange und sanftem Rosa. Auch gesättigte Erdtöne – Braun oder Terrakotta – schaffen eine beruhigende, gemütliche Atmosphäre. Gezielt ergänzt werden sie von wenigen satten Akzentfarben: tiefes Violett etwa, ein dunkles Rot oder Smaragdgrün.



ADA



© Petra Wölzel



Celebrating Business Together

Unter diesem Motto stand die diesjährige Mega-Messe der globalen Konsumgüterbranche, bestehend aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld. Ein Fest der Rekorde: Mit einem Plus von zehn Prozent stellten 4.928 Aussteller auf über 360.000 Bruttoquadratmetern ihre Neuheiten vor.

Das Frankfurter Messtrio mit internationaler Strahlkraft hat sich einmal mehr als Leitevent erwiesen, der Handel und Herstellern Orientierung gibt. Neukontakte mit Einkaufs-scheider*innen, globale Geschäftsanbahnungen und weltweite Besucherströme prägten Ambiente, Christmasworld und Creative-world. Design, Digitalisierung in Handel und Produktion, Lifestyle und Nachhaltigkeit, New Work und Future Retail – die globalen Themen der Branche standen im Fokus der Messen. Das in Thementagen neu strukturierte Rahmenprogramm war über alle Zielgruppen hinweg ein wertvoller Impulsgeber. Mit dem neu konzipierten Tag des Hoteliers rückte die Ambiente die Hospitality-Branche ins Blickfeld und entwickelte die Wachstumsfelder HoReCa und Contract Business weiter. Damit eröffnete sie Branchenteilnehmer*innen neue Geschäftsmöglichkeiten in Richtung gewerblicher Endverbraucher. Nachhaltigkeit war

und bleibt ein Metathema von globaler Bedeutung, welches das Messtrio konsequent in allen Produktsegmenten, im Rahmenprogramm und dem veranstaltungsübergreifenden Special Interest Ethical Style beleuchtete.

Zukunftsthema New Work

Lifestyle und Workstyle verschmelzen zusehends: Wie sieht die Arbeit der Zukunft aus? Auf diese Zeitfrage gab das Areal Future of Work Antworten: Die kuratierte Sonderschau stellte Lösungen für moderne Arbeitswelten vor. Dieses Areal gab nicht nur Büroeinrichtern neue Impulse, sondern auch vielen anderen Zielgruppen wie Architekt*innen, Planer*innen und gewerblichen Endverbrauchern wie Hotels, dem Gastgewebe und Anbietern von Co Working-Spaces.

Die nächste Ambiente/Christmasworld findet von 7. bis 11. Februar 2025, die Creativeworld von 7. bis 10. Februar 2025 in Frankfurt statt. www.messefrankfurt.com



© FRBMedia Daniel Fabbro

„Wohnen & Interieur“ Messe 2024

Die „Wohnen & Interieur“ verspricht nicht nur eine eindrucksvolle Schau von hochwertigem Design und Interior, sondern setzt auch auf innovative Konzepte, um Besucher aller Altersgruppen anzusprechen.

Von 13. bis 17. März wird die Messe Wien zum Hotspot für Designenthusiasten und Einrichtungsliebhaber. Die Halle A, als Herzstück der Veranstaltung, wird zum Ort der Inspiration. Hier präsentieren Kompletteinrichter ihre hochwertigen Topmöbel aus ihren aktuellen Kollektionen. Die thematische Gliederung bildet einen roten Faden und bietet Besuchern maximale Orientierung. Dies ist die ideale Anlaufstelle für jeden, der sich von exquisitem Design und innovativem Interior inspirieren lassen möchte.

Ein Fixpunkt für Designliebhaber

Ein besonderes Highlight ist der Design Sale am Sonntag, begleitet von einem Sunday Brunch. Diese Veranstaltung ermöglicht den Besuchern nicht nur den Zugang zu einzigartigen, preisreduzierten Produkten, sondern spricht auch neue Zielgruppen an, die nach individuellem und außergewöhnlichem Design suchen. Die perfekte Gelegenheit, um das erste Designerstück zu erwerben.

Sanierung mit Stil und Expertise

Mit einem breiten Spektrum an Sanierungsdienstleistungen im Repertoire legen die ausstellenden Wiener Tischlereien einen besonderen Fokus auf Haus-, Fenster- und Wohnungssanierung. Auf der Messe präsentierten die Unternehmen Ansätze, die sowohl die Ästhetik als auch die Funktionalität der Räume optimieren. Die Tischlereibetriebe bieten nicht nur die handwerkliche Expertise, sondern auch eine vorausschauende Herangehensweise an die individuellen Bedürfnisse ihrer Kunden. Durch den Einsatz modernster Technologien und Materialien wird sichergestellt, dass die Projekte den höchsten Qualitätsstandards entsprechen.

Die „Wohnen & Interieur“-Messe 2024 lädt alle Design- und Interieurenthusiasten dazu ein, Teil dieses einzigartigen Erlebnisses zu werden. Neben dem breiten Angebot an hochwertigem Interior und Design bietet die Messe Wien auch kulinarische Highlights, die den heutigen Ansprüchen gerecht werden. Das neue Gastronomiekonzept sorgt dafür, dass für alle Geschmäcker etwas geboten wird. ▮



Fotos: Gregor Hofbauer

Eine Villa schreibt Designgeschichte

Die Villa Alma trägt die Handschrift von Martina Toifl, Gründerin der Heym Collections, und von Pia Clodi, Interiordesignerin und Gründerin von Studio Eliste.

Die beiden Salzburgerinnen haben bereits in der Vergangenheit erfolgreich zusammengearbeitet. So haben sie unter anderem das Hotel Mozart im Salzburger Andräviertel, das Hotel Maximilian und die Villa Ivy in kreativer Zusammenarbeit renoviert und weiterentwickelt.

Alt und Neu in perfekter Harmonie

Die Jugendstilvilla aus dem 19. Jahrhundert wurde 2021 in Zusammenarbeit mit lokalen Handwerksbetrieben von Grund auf saniert, wobei besonderer Wert auf die Erhaltung des ursprünglichen Charakters des Hauses gelegt wurde. Ein Haus voller





Nischen und Lieblingsecken. Viele Möbelstücke wurden eigens für die Villa Alma entworfen und angefertigt. „Für das Farbkonzept der Innenräume habe ich mich von der malerischen Umgebung inspirieren lassen. Das Blau des Wolfgangsees, das Grün der Wälder und das sich im Wasser spiegelnde Sonnenlicht finden sich im Inneren der Villa wieder“, erklärt Interiordesignerin Pia Clodi. Das Zusammenspiel verschiedener Muster und Stoffe sowie ausgewählte Kunst- und Designobjekte ergänzen den historischen Kern der Villa auf einzigartige Weise. Diese stimmige Komposition überzeugte auch die Jury des German Design Awards. „Der farbenfrohe Mix aus modernen Formen, Strukturen und liebevoll gestalteten und platzierten Details bewirkt eine ebenso freundliche wie lebendige Atmosphäre, die Leichtigkeit und junge Lässigkeit ausstrahlt“, begründet die Jury ihre Entscheidung.



Sommerfrische neu interpretiert

Schon zur Kaiserzeit war das Salzkammergut in den Sommermonaten ein beliebtes Refugium für Ruhesuchende. Martina Toifl hat dieses Konzept ins 21. Jahrhundert geholt und diesem einen modernen Twist verpasst. „Hier am Wolfgangsee lassen wir die Tradition der Sommerfrische auf moderne Art wieder aufleben. Das bedeutet, eine schöne Zeit mit Familie und Freunden zu verbringen. Eine Runde ‚Mensch ärgere Dich nicht‘, ein Picknick sowie ein Spaziergang am See. Einfach und unkompliziert“, fasst sie die Philosophie des Boutiquehotels zusammen. Seit der Eröffnung 2022 hat sich das Boutiquehotel mit seinem modernen Sommerfrischekonzept bereits als Geheimtipp im Salzkammergut etabliert. Neben dem Hotelbetrieb sind für das kommende Jahr bereits diverse spannende kulinarische und kulturelle Formate geplant.

Über Heym Collections

Aus Liebe zum Gastgeben und zur Kreativität gründete Martina Toifl 2016 die Heym Collections. Acht Häuser und Hotels mit Geschichte wurden bisher nach ihrem Konzept behutsam renoviert und neu eröffnet. Die Verbindung von Alt und Neu sowie die Symbiose von zeitlosem Design und Funktionalität zeichnen alle Hospitality-Projekte von Heym Collections aus.

Über Studio Eliste

Pia Clodi ist Founder und Creative Director von Studio Eliste. Das Studio mit Sitz in Österreich und der Schweiz entwickelt sich zusehends zum Experten für zeitgemäßes Gastgeben und starke Hotelmarkenkonzepte. Von Brand-Feeling bis zum Dekopolster – die Reise des Gastes wird in allen Facetten aufgerollt und konsequent entwickelt: So entstehen nicht nur spannende Hospitality-&-Design-Kreationen, sondern vor allem Häuser mit Charakter, die sowohl Betreiber als auch Gästen für Generationen Freude bereiten.

Martina Toifl & Pia Clodi





© Almwellness Hotel Pierer / Harald Eisenberger



Franz und Alfred Pierer

Arbeitgebermarke mit Zeitgeist

Familie Pierer setzt mit dem Mitarbeiterhaus „Haus Maria“ und dem Mitarbeiterrestaurant „Alma“ im Almwellness Hotel Pierer nachhaltige Maßstäbe für Qualität und Wohlbefinden.

Das Almwellness Hotel Pierer, idyllisch eingebettet in die malerische Landschaft der Teichalm, erfreut sich nicht nur als renommierte Wellnessoase und Kulinarikdestination größter Beliebtheit bei Gästen, sondern hat sich auch als herausragender Arbeitgeber etabliert.

Zahlreiche langjährige Mitarbeiter:innen tragen maßgeblich zum Erfolg des Hotels bei und bilden das Herzstück einer dynamischen, familiären Gemeinschaft. Durch gezielte Förderung, kontinuierliche Weiterbildungsmöglichkeiten und ein unterstützendes Arbeitsumfeld erhalten die Teammitglieder die Möglichkeit, ihre beruflichen Entwicklung voranzutreiben und ihre individuellen Talente zu entfalten. Gastgeberfamilie Pierer hat neben dem hauseigenen Mitarbeiterrestaurant „Alma“ nun in ein brandneues Mitarbeiterhaus, das „Haus Maria“, investiert. „Die hohe Gäste-

zufriedenheit, die das Almwellness Hotel Pierer genießt, ist nicht zuletzt das Resultat des Engagements und der Professionalität unseres Teams – und deshalb ist es uns sehr wichtig, ein perfekt ausgestattetes Umfeld für alle zu schaffen“, erläutert das Geschäftsführerduo Alfred und Franz Pierer.

Das Haus Maria

„Unsere Mutter ist nicht nur die Seele unserer Familie, sondern auch des Hauses. Sie steht für Herzlichkeit, Fleiß, Leidenschaft, Lebensfreude und Großzügigkeit. Daher war es uns ein besonderes Anliegen, ihr durch die Benennung des Mitarbeiterhauses ein Stück Dankbarkeit auszudrücken“, so Alfred Pierer stolz über die Namensgebung des neuen Projekts. Das modern

gestaltete Refugium im Alpin Chic bietet hochwertig eingerichtete Zimmer mit Balkon und einer praktischen Kochnische, die den Bewohner:innen eine flexible Selbstversorgung ermöglicht. Die wöchentliche Reinigung gewährleistet dabei stets ein gepflegtes Ambiente. Zusätzlich zu den komfortablen Unterkünften von „Haus Maria“ und dem bestehenden Haus „Team Pierer“ freuen sich die Mitarbeitenden des Betriebs im Mitarbeiterrestaurant „Alma“ auf eine kulinarische Vielfalt. Täglich werden mehrmals unterschiedliche und gesunde Speisen zubereitet.

Work-Life-Balance

„Arbeiten, wo andere Urlaub machen.“ Unter diesem Motto genießen Mitarbeiter:innen nicht nur zahlreiche Aufstiegschancen, sondern auch den Kraftplatz der Alm und eine Menge besonderer Benefits. Die kostenlose Benützung des hoteleigenen Wellnessbereichs und Fitnessstudios ermöglicht nicht nur entspannende Auszeiten, sondern fördert auch die körperliche Gesundheit. Gemeinsame Teamausflüge sorgen für eine positive Arbeitsatmosphäre und stärken den Teamgeist. Darüber hinaus setzt Familie Pierer auf kontinuierliche Weiterbildungen, die den Mitarbeiter:innen die Möglichkeit bieten, ihre Fähigkeiten zu vertiefen und ihre Aufstiegsmöglichkeiten zu verbessern. Mit einem umfassenden Angebot an Benefits schafft das Hotel somit nicht nur einen attraktiven Arbeitsplatz, sondern fördert auch das Wohlbefinden sowie die berufliche Entwicklung seiner Mitarbeitenden und trägt maßgeblich dazu bei, dass diese sich sowohl als Teil eines erfolgreichen Teams als auch als Mitglieder einer großen, gastfreundlichen Familie fühlen. „Unser Betrieb mit den vielen Auszeichnungen und laufenden Innovationen ist die perfekte Bühne, um in der Hotellerie Karriere zu machen“, erklärt Franz Pierer das reiche Angebot an Möglichkeiten.





Eine Ikone wird 60

Das InterContinental Wien zelebriert 2024 sein 60-jähriges Jubiläum. Ein Jubiläum, das nicht nur eine Reihe von Feierlichkeiten, sondern auch eine Rückbesinnung auf eine faszinierende Geschichte des Hauses bedeutet.

Fotos: InterContinental Wien /
Stephanie Weinhappel, Werner Krug, Lucca Chmel
Bildarchiv der Österreichischen Nationalbibliothek

Das InterContinental Wien ist nicht nur ein Hotel, sondern eine Institution, die seit 60 Jahren die Essenz von Tradition und Innovation verkörpert. Es ist ein Ort, der Geschichte geschrieben hat und auch in Zukunft Maßstäbe setzen wird. Genau diese Erfolgsgeschichte wird nun im Jubiläumsjahr 2024 mit einer Reihe von Events gefeiert.

Das Herzstück des Hotels ist zweifellos die renommierte „Intermezzo Bar“, die seit Jahrzehnten ein kultureller und sozialer Treffpunkt ist und Menschen aus aller Welt anzieht. Es ist auch der Ort, an dem die Feierlichkeiten zum 60. Jubiläum des InterContinental Wien stattfinden werden, beginnend am 20. März

2024 mit einem exklusiven Bar-Event. Jeden dritten Mittwoch eines Monats treten dort namhafte Künstler auf, die die Gäste auf eine musikalische Reise durch die Geschichte des Hotels mitnehmen.

„Die letzten Jahre waren monumental. Wir sind stolz auf alles, was wir erreicht haben, und freuen uns darauf, diesen Erfolg mit vielen Gästen bei uns in der Hotelbar feiern zu können. Durch die Auswahl der Künstler können unsere Gäste eine Zeitreise durch die Jahrzehnte unserer Erfolgsgeschichte erleben“, freut sich Brigitte Trattner, Generaldirektorin des Hotels InterContinental Wien.



Ein Meisterwerk des internationalen Funktionalismus

Als erstes internationales Großhotel eröffnete das InterContinental Wien 1964 seine Pforten und setzte damals neue Maßstäbe in der Hotellerie. Das InterContinental Wien, basierend auf einem Entwurf des renommierten Chicagoer Architekturbüros Holabird & Root, war von Anfang an eine Verkörperung des internationalen Funktionalismus. Das Hotel, dessen T-Form eine perfekte Abstimmung auf logistische Abläufe bot, vereinte internationalen Chic mit Wiener Charme. Trotz anfänglicher kritischer Stimmen, die das Hotel als zu modern empfanden, zog es bald schon den internationalen Jetset an, darunter berühmte Persönlichkeiten wie Omar Sharif, Ava Gardner, Josephine Baker, Johnny Cash, Elton John, The Who, The Rolling Stones, aber auch Fürstin Gracia Patricia, Richard Burton, und prominente Größen aus der Modebranche wie Donatella Versace, Vivienne Westwood, Jean Paul Gaultier und Heidi Klum.

Vorreiter und Trendsetter

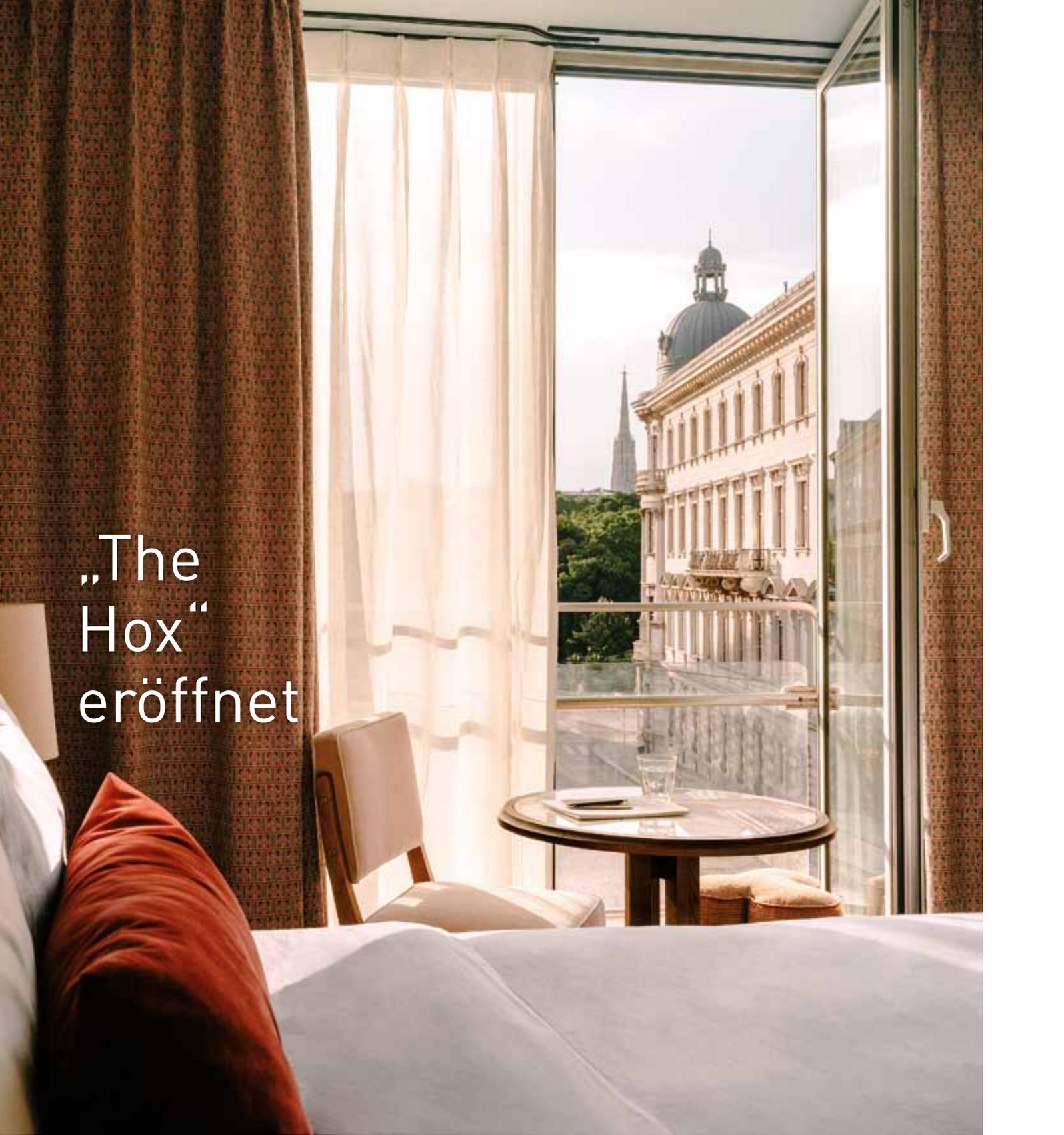
Seit nunmehr 60 Jahren erhebt sich das Hotel InterContinental Wien als Hort der Gastlichkeit und als Zeugnis für stetigen Fortschritt. Unter der Führung von Brigitte Trattner und einem engagierten Team aus über 230 Mitarbeitenden aus 36 Nationen sowie stolzen 15 Auszubildenden setzt das Hotel Maßstäbe in Sachen Gastlichkeit.

Das InterContinental Wien hat über die Jahre hinweg immer wieder neue Standards gesetzt und sich als Vorreiter zahlreicher Entwicklungen erwiesen. Von der ersten Nichtraucheretage und einem Check-in-Schalter für Fluggäste bis hin zu einem eigenen Kundenbindungsprogramm für Gäste – das Hotel war stets Innovator und Trendsetter. Auch in der Vermarktung Wiens als internationale Kongressdestination spielte das InterContinental Wien eine wesentliche Rolle.

Ein kulinarisches Juwel

Vergangenes Jahr präsentierte das InterContinental Wien sein neuestes Juwel: das Restaurant „Parlor – Taste of Lebanon by Khaled“. In diesem modernen orientalischen Restaurant vereinen sich kräftige Aromen und köstliche Gewürze zu spektakulären Kreationen. Unter der Leitung des libanesischen Culinary Head Khaled Akoum wird eine Auswahl an orientalischen Spezialitäten, die traditionell zubereitet werden, serviert. „Küchen müssen sich weiterentwickeln, und als InterContinental Wien haben wir seit jeher den Anspruch, Trends zu setzen. Das Restaurant Parlor bringt das Lebensgefühl des Orients nach Wien, und ich freue mich, gemeinsam mit Khaled und seinem großartigen Team unseren Gästen unvergessliche kulinarische Genüsse bereiten zu dürfen“, hält Trattner fest.



A photograph of a hotel room balcony. In the foreground, a bed with white linens and a red pillow is visible. A round wooden table with a glass of water and a notebook sits on the balcony. A white chair is also present. The balcony railing is visible. In the background, a large, ornate building with a prominent dome and a spire is visible through the window. The sky is overcast.

„The Hox“ eröffnet

Hinter der originalen Marmorfassade des von Carl Appel entworfenen ehemaligen Gewerbehouses im Herzen des 3. Bezirks verfügt das neue Hotel „The Hoxton, Vienna“ über 196 Zimmer, eine Open-House-Lobby, einen Sandwich-Shop, ein von Paris und New York inspiriertes Bistro, eine Souterrain-Cocktailbar sowie eine Rooftop-Bar samt Pool und Blick auf den benachbarten Stadtpark und den Stephansdom.

Die britische Hotelmarke The Hoxton zelebriert die ursprüngliche Anmutung seiner neuen Dependance in Wien und setzt in den 196 Zimmern und Community Spaces auf eine retro-moderne Ästhetik. Das britische Designstudio AIME Studios, verantwortlich für das Interiordesign von The Hoxton, Vienna, hat das architektonische Erbe des Gebäudes bewusst erhalten. Die weitläufige Lobby wird von den originalen, mit Travertin verkleideten Wänden und Terrazzoböden gerahmt, während das imposante Treppenhaus den Räumlichkeiten einen Hauch von Dramatik verleiht. Im gesamten Hotel sorgen Vintage-Möbel und maßgefertigte Teppiche für eklektische Gemütlichkeit. Die Zimmer in den klassischen Hox-Kategorien Shoebox, Snug, Cosy, Roomy und Biggy nehmen allesamt Bezug auf das österreichische Design des frühen 20. Jahrhunderts – von den geometrisch gemusterten Vorhängen, die von den ikonischen Stoffen der Wiener Werkstätte beeinflusst sind, über die gerafften Kopfteile im unverkennbaren Stil von Adolf Loos bis hin zu den Badezimmern mit jeder Menge Mid-century-Zitaten in Form von Chrombeschlägen und tintenblauen Kacheln.

Französische Küche

The Hoxton, Vienna bringt mit Bouvier, einem von Paris inspirierten Bistro mit NYC-Charakter ein neues Restaurantkonzept in die Stadt, das moderne französische Küche und natürliche Weine serviert. Die Cocktailbar Salon Paradise im Souterrain fängt die Essenz der freigeistigen und experimentierfreudigen Beat-Generation ein. Obenauf setzt die Rooftop-Bar Caya Coco im Stil der goldenen Zeiten der Kubareisen auf tropische Vibes. Mit Blick über die Dächer der Stadt liegt die Bar zwischen Pooldeck und offenem Barbecue, die dazu einladen, eine Auszeit in der Sonne zu genießen

Hybrider Event Space

Das Apartment, ein hybrider Eventspace, befindet sich im Erdgeschoss des Hotels und zählt zum festen Bestandteil aller Hoxton-Häuser. Mit einer offenen Vorratskammer im Zentrum



(denn jede gute Party beginnt in der Küche) besteht das Apartment aus drei Räumen für private Meetings, Dinners und Partys. Das Interiordesign verweist mit warmen Holzvertäfelungen und Dielenböden, in Mohair gepolsterten Sesseln und Sofas und Chromoberflächen auf die Wiener Kaffeehauskultur. The Hoxton, Vienna wird auch über ein Auditorium verfügen, das der kreativen Community der Stadt einen intimen Rahmen für Live-Musik, Comedy und Theater bietet.

Wien als lebenswerteste Stadt der Welt voller Indie-Restaurants, Naturwein-Bars, Vintage-Stores und progressiver Galerien ist der ideale Ort für das 16. Haus von The Hoxton. The Hoxton, Vienna schlägt seine Wurzeln im 3. Bezirk der Hauptstadt – einem Grätzel, das einige der besten Design- und Kunstschulen und Museen der Stadt beherbergt und mit dem benachbarten Stadtpark über eine enorme Grünfläche verfügt.





National-Teams-Winners, Finnland

Strahlkraft der INTERGASTRA weiter ausgebaut



Nach vierjähriger Pause war die Zeit mehr als reif für eine neue Ausgabe der INTERGASTRA, Leitmesse für Gastronomie und Hotellerie, auf der sich die ganze Welt der Gastlichkeit trifft. Frische Ideen und neue Konzepte für das Gastgewerbe wurden von 3. bis 7. Februar den 88.000 Besucherinnen und Besuchern aus 98 Nationen vorgestellt, diskutiert und für zukunftsweisend befunden.

In den unterschiedlichen Themenhallen der INTERGASTRA präsentierten mehr als 1.300 Ausstellende, darunter sowohl namhafte Unternehmen als auch junge Start-ups, ihre Produkte und Lösungen für die aktuellen Herausforderungen der HoReCa-Branche. Dabei untergliedert sich die Fachmesse in die Bereiche „Einrichtung & Tischkultur“, „Digitale Lösungen, Dienstleistungen & IT“, „Getränke“, „Außengastronomie“, „Kaffee, Konditorei & Vending“, „Küchentechnik“, „Food“, „Verbände & Organisationen“ und „Speiseeis“. Neue Schwerpunkte setzte die INTERGASTRA in diesem Jahr mit dem FOKUS VENDING, der mit Hilfe des Bundesverbandes der deutschen Vending-Automatenwirtschaft (BDV) konzipiert und umgesetzt wurde, und der Halle für digitale Lösungen. Neben den Ausstellungen der Unternehmen bot die Messe ein umfangreiches Rahmenprogramm mit Talkrunden, Vorträgen, Seminaren und Workshops sowie verschiedenen Wettbewerben. Die Eisfachmesse GELATISSIMO, die wie gewohnt parallel zur INTERGASTRA stattfand, beeindruckte ebenfalls mit interessanten Live-Workshops der besten Gelatieri und Eismeister Europas und mit spannenden Wettbewerben. Die IKA/Olympiade der Köche feierte ihre 26. Ausgabe zum zweiten Mal parallel zur Fachmesse. Auf diese Zusammenarbeit will der Verband der Köche Deutschlands e.V. (VKD) als Veranstalter der größten und ältesten internationalen Kochkunstausstellung auch weiterhin setzen. „Vier Tage, mehr als 1.200 Teilnehmende aus 55 Nationen und über 7.000 Menüs: Die IKA/Olympiade der Köche ist ein Kochwettbewerb der Superlative, und diese Veranstaltung mit großer Tradition war ein großer Erfolg“, sagt VKD-Präsident Daniel Schade. „Wir haben die Position als Leitmesse für Hotellerie & Gastronomie nicht nur gehalten, sondern ausgebaut. Das Interesse sowohl auf nationaler als auch auf internationaler Ebene ist deutlich gewachsen.“ Die parallele Durchführung der INTERGASTRA, der GELATISSIMO und der IKA/Olympiade der Köche bietet allen Fachbesucherinnen und -besuchern eine herausragende Gelegenheit, innerhalb von fünf Tagen umfassende Einblicke in die internationalen Trends der Branche zu erhalten, sagt Stefan Lohnert, Geschäftsführer der Messe Stuttgart.

Die nächste Ausgabe der INTERGASTRA findet gemeinsam mit der GELATISSIMO von 7. bis 11. Februar 2026 statt.



„The Original
Margarita Assets“
Mehr über Cointreau
auf den nächsten
beiden Seiten.

Cocktails & Co auf höchstem Niveau

Mixology und noch viel mehr in unserer F&B-Strecke.

Happy Birthday, Margarita!



Cointreau feiert 75 Jahre Margarita! Dieser ikonische Cocktail hat die Welt dank seiner unverwechselbaren aromatischen Intensität und einer leicht mixbaren Rezeptur im Sturm erobert. Zum Jubiläum stellt Cointreau ein exklusives Rezept vor: den Orange Birthday Margarita.

„Eine Margarita ohne Cointreau ist ihr Salz nicht wert“, soll Margaret „Margarita“ James, die Schöpferin des Kultdrinks im Jahr 1948 gesagt haben. Die amerikanische Schönheit war für ihre ausschweifenden Partys bekannt und gilt als Urheberin des

Drinks. Er vereint ihre beiden Lieblingsspirituosen: Cointreau und Tequila. Mit Limettensaft abgeschmeckt und Salzrand serviert, ist die Original Margarita schon lange Zeit ein Favorit unter Cocktailprofis und -liebhabern. Tatsächlich war der Drink 2022 weltweit der am vierthäufigsten konsumierte Cocktail.

Vielseitig genießbar

Die Original Margarita ist eine wahre Meisterleistung der Vielseitigkeit. Sie kann das ganze Jahr über genossen und je nach Jahreszeit oder Stimmung mit Infusionen, Früchten oder Gewürzen angepasst werden. Heute umfasst die Rezeptpalette von Cointreau, dem kultigen Orangenlikör, mehr als 50 Variationen des Originalrezepts.

Festliche Kreation

Zur Feier des 75. Jubiläums dieses zeitlosen Cocktails stellt Alfred Cointreau aus der sechsten Generation der Cointreau-Familie, den Orange Birthday Margarita vor, eine spritzige und festliche Variation des klassischen Cocktails, die eigens für diesen Anlass kreiert wurde. Es ist eine stolze neue Ergänzung der Rezepte der Maison Cointreau.





Orange Birthday Margarita

2,5 cl Cointreau L'Unique
3 cl frischer Orangensaft
6 cl Bergamotte Schwarztee

1. Schwarzen Tee kalt aufbrühen.
2. Alle Zutaten in einem mit Eiswürfeln gefüllten Glas vermengen.
3. Kurz umrühren.
4. Mit einem Orangenblatt garnieren.

Original Margarita

3 cl Cointreau L'Unique
5 cl Tequila Blanco
2 cl frischer Limettensaft

1. Den Rand eines Margaritaglases mit Limettensaft anfeuchten und dann in einem Salzteller wenden.
2. Alle Zutaten in einem Shaker mit Eiswürfeln vermengen.
3. Schütteln, abseihen und servieren.
4. Mit einer Limettenscheibe garnieren.

Als traditionsreiche Marke steht Cointreau als Zutat für mehr als 500 Cocktails und den einzigartigen Geschmack von süßen und bitteren Orangen. Besuchen Sie www.cointreau.com für weitere Informationen.

www.topspirit.at





Inter- nationale Cocktail- trends

Kimpton Hotels & Restaurants, eine Marke von IHG Hotels & Resorts, präsentiert Cocktails, die das Jahr 2024 prägen werden.

Durch die Kombination von interner Branchenexpertise und Einflüssen aus über 100 Kimpton-Restaurants und -Bars ist dieser Trendreport eine kühne Hommage an unerwartete Aromen, um das Mixologie-Erlebnis im Jahr 2024 neu zu definieren. Avantgardistisch und auf die Vorlieben der Gäste ausgerichtet, vereint dieser Trendführer Kreativität und Leidenschaft, um die anspruchsvollsten Gourmets der Welt das ganze Jahr über zu begeistern.

Texturierte Cocktails für die Sinne

Rosen- und Pistazienstaub, knusprige Drachenfrüchte und essbare Heliumblasen sind nur einige der sensorischen Zutaten, die 2024 in Cocktails verwendet werden, um der flüssigen Basis Textur und visuelle Anziehungskraft zu verleihen.

Eine neue Umami-Welle

Kimptons Barmanager entwickeln verschiedene Arten von Fetten, um Spirituosen anstelle der traditionellen süßen Sirupe einen weichen, cremigen und samtigen Geschmack zu verleihen. Neue, einzigartige Kreationen wie ein Lachs-Martini oder Drinks mit einzigartigen Zutaten wie Entenconfit werden im Laufe des Jahres die Bars erobern.

Zutaten aus der Küche

Bars kombinieren Zutaten aus der Küche, um Cocktails und alkoholfreie Getränke aufzuwerten, z. B. Biquinho-Paprika, Salsa Macha, Sojasauce, Fischsauce, ganze Kakaobohnen, schwarzes Tahini, Löwenmähne und gesüßte Kondensmilch als Alternative zu traditionelleren Cocktailinfusionen.

Raffinierte Toppings

Von Zuckererbsen bis hin zum Einsatz von 3D-Druckern – einfache Garnierungen entwickeln sich zu aufwendigen, finalen Toppings, die einen Cocktail im Handumdrehen von salzig und pikant in zitronig und glänzend verwandeln.

Zimt neu interpretiert

Die Vielseitigkeit von Zimt bietet spannende Geschmacks-kombinationen als beliebte Zutat und Brücke zu saisonunabhängigen Getränken und Speisen wie Zimt-Kaffee mit geräuchertem Salz und Chicha Morada.





Einzigartige lateinamerikanische Spirituosen

Während Tequila, Gin und Bourbon weiterhin die Getränkekarten dominieren, wird das Jahr 2024 durch den Vormarsch einzigartiger lateinamerikanischer Spirituosen und Liköre wie Aguardiente, Singani und Cocuy gekennzeichnet sein, die in handgemachten Cocktails serviert oder pur genossen werden.

IHG Hotels & Resorts ist ein globales Unternehmen der Hotellerie, dessen Ziel es ist, wahre Gastfreundschaft für das Wohlbefinden zu bieten. Mit einer Produktfamilie von 19 Hotelmarken verfügt IHG über mehr als 6.000 bestehende Hotels in über 100 Ländern und mehr als 1.900 in den USA.

Ein Auszug der Marken: Six Senses Hotels Resorts Spas, Regent Hotels & Resorts, InterContinental Hotels & Resorts, Hotel Indigo, Crowne Plaza Hotels & Resorts.



FRISCH INS FRÜHJAHR

Diese WIBERG Neuprodukte bringen den Kick

Wie kaum ein anderes Unternehmen steht WIBERG für innovative Neuheiten, hochwertige Mischungen und Produkte, die Küchenprofis die Arbeit wirklich erleichtern. Deshalb finden sich auch dieses Jahr viele Ideen, mit denen sich Convenience aufwerten und hochwertig individualisieren lässt.

Diese Neuprodukte muss man erleben

Obwohl sich ihre Wurzeln von Griechenland bis in die Provence finden, steht die Aioli heute sinnbildlich für das Temperament der spanischen Küche. Unverzichtbar auf jeder Tapasplatte wird die Knoblauchcreme auch gerne zu Fisch, Fleisch und Gemüse gereicht.

Der Neuzugang im Sortiment der WIBERG Gourmetsaucen heißt Aioli Sauce und begeistert durch hohe Qualität und beste Zutaten. Knoblauch bildet die geschmacklich kräftige Basis, die durch eine erfrischende Säurenote abgerundet wird. Für die unwiderstehlich cremige Konsistenz ist hochwertiges extranatives Olivenöl verantwortlich, das aus dem sonnigen Andalusien stammt. Aioli Sauce verkörpert – wie kaum ein anderer Dip – das Lebensgefühl der Küchen im Mittelmeerraum. Überhaupt erstrahlt das umfangreiche Sortiment der WIBERG Gourmetsaucen nun in einem neuen, einheitlichen Erscheinungsbild und kann sich wortwörtlich sehen lassen!



Diese beiden Neuprodukte sind seit 1. März im WIBERG Online-shop und ab 1. April im gut sortierten Fachhandel erhältlich!

Das facettenreiche Neuprodukt Avocado & Bowl punktet als fruchtig-frische Geschmacksexplosion. Es verfeinert Avocados in sämtlichen Formen und gibt Bowls den letzten Schriff beim Finishen. Der neue WIBERG Allrounder schmeckt nicht nur phänomenal gut, sondern setzt auch dekorative Akzente.

Die trendige Würzmischung eignet sich perfekt für Bowls. Eine Marinade mit Sojasauce und WIBERG Avocado & Bowl als obligatorisches Topping obenauf vollendet diese ideal. Die bunte Mischung würzt nicht nur sämtliche Avocado & Bowl Gerichte, sondern ist auch für jede einzelne ihrer Zutaten – Meeresfrüchte, Fisch, Fleisch sowie alle Arten von Gemüse und sämtliche Eiergerichte der perfekte Begleiter. Würzig-dekorative Akzente setzt die vielseitige Mischung auch in herzhaften Dips.



© FRUIT-AROM. Savory Solutions/NovaTaste

Wiener Kaffeehauskultur zeitgemäß interpretiert

Wer im westfälischen Münster ein Stück Wiener Kaffeehauskultur erleben möchte, ist im neu eröffneten Café Herr Hase genau richtig. In einem unter der Ägide von studio eto aufwendig renovierten Altbau mit hohen Decken, Rundbogenfenstern und Ornamentfliesen empfangen Designklassiker und zeitgenössische Möbel von Thonet den Besucher.

Großzügige Rundbogenfenster zeichnen das lichte Ladenlokal im Erdgeschoss aus, in dem nach einer umfassenden Sanierung unter der Leitung von Architekt Fabian Holst von studio eto charmantes Kaffeehausflair eingezogen ist. Unter dem Namen Herr Hase betreibt der Münsteraner Gastronom Sven Hasenlever seit Jahren eine eigene Kaffeerösterei sowie bereits ein anderes Café in der Stadt. Mit dem neuen Standort hat er sich den Traum vom Kaffeehaus nach Wiener Vorbild erfüllt. Deshalb stand für ihn fest: „Thonet-Stühle müssen her. Deren Design ist in den Kaffeehäusern in Wien der absolute Klassiker.“ Ausgangspunkt der Möblierung waren folgerichtig die Bugholzstühle 209 sowie 214 (ehemals Nr. 14), dem Urtypus eines Thonet Bugholzstuhls von 1859. Mit ihm begann die Geschichte des modernen Möbels: Dank der von Michael Thonet in den 1850er-Jahren perfektionierten Technik des Biegens von massivem Holz konnte eine Serienfertigung in der Produktion überhaupt erst ermöglicht werden. Dank seiner hohen Qualität und der zeitlosen Ästhetik ist der Stuhl 214 sehr langlebig und eine Reparatur ist problemlos möglich. Auch der elegante Bugholz-Armlehnstuhl 209 kommt im Café Herr Hase in der Ausführung Buche schwarz gebeizt mit einer Sitzfläche aus Rohrgeflecht zum Einsatz.

Zeitloses Design

Auch alle anderen Stühle stammen von Thonet, sind jedoch eine Neuinterpretation der Bugholz-Klassiker: Minimalistisch und ehrlich, dabei elegant und filigran ist die Stuhlfamilie 118 eine Weiterentwicklung, welche das Erbe des Unternehmens bedenkt. Designer Sebastian Herkner ergänzt raffinierte Details, die den



Thonet Herr Hase © Thorsten Brandt

Entwurf weniger dominant, dafür umso vornehmer machen. Eine weitere Besonderheit stellt die Form der Stuhlbeine dar. Auf ihrer Außenseite sind sie gerundet, auf der Innenseite gerade – eine Gestalt, die die hufeisenförmige Grundfläche des Sitzes aufnimmt. Auch der Sitzrahmen ist aus gebogenem Holz. Im Café Herr Hase findet sich der Entwurf als eleganter Barstuhl 118 H sowie als gemütliches Stuhl-Trio, mit oder ohne Armlehnen, das sich um kleine Bistrotische gruppiert. Schlanke Stahlrohrmöbel, ebenfalls von Thonet, ergänzen die Ausstattung. Der schmale, längliche Beistelltisch B 10, ein Entwurf von Marcel Breuer, wurde passend zu den Stühlen im Raum mit einer Tischplatte aus schwarz gebeizter Buche versehen. Die niedrigen Beistelltische B 97, entworfen in den 1930er-Jahren, lassen sich praktisch und platzsparend über die Sitzfläche der Bank entlang der Fensterfront des Cafés schieben.



Im Zeichen der Nachhaltigkeit



Mit der Dynamik eines visionären Teams haben die drei Geschwister Ewald Gruber, Christian Gruber und Maria Wegscheider auf dem Erfolg ihrer Eltern aufgebaut. Ein neuer Weinkeller außerhalb der engen Gassen des charmanten Weinorts Röschitz stand schon länger im Raum. Nun wurde dieser Traum Wirklichkeit.

Wer den Weinort Röschitz westlich in Richtung Kellergasse verlässt, kommt hier neuerdings am Bio-Weingut Gruber Röschitz vorbei. Ein modernes Gebäude, das sich durch seine unpräntöse Formsprache charmant in die Umgebung einfügt. Die Lage des Weinguts direkt am Ortsrand und an die Kellergasse angrenzend ist schlichtweg ideal und der Wein vielfältig erlebbar. Für die Suche nach dem idealen Standort und die Planung nahm man sich die Zeit, die es für die beste Lösung brauchte. Mit dem Bau wollte die Familie Gruber auch einen zusätzlichen Nutzen schaffen – durch Angebote von Wein als Erlebnis. So befindet sich über dem Weinkeller ein vielseitiger Besucherbereich aus Shop mit Verkostungsmöglichkeit, Vinothek und Seminarraum. Weininteressierte können spontan oder geplant vorbeikommen und während der Öffnungszeiten die Weine individuell verkosten oder ein Glas davon genießen. Für den kleinen Appetit werden Snacks regionaler Herkunft angeboten.

Vom alten Kellergewölbe inspiriert

Das Gewölbe des alten, traditionellen Kellers bildete die Inspiration für zahlreiche gestalterische Details. Zunächst wurde der Produktionsbereich so weit in die Erde versetzt, dass das Dach des darüberliegenden Shops auf ähnlicher Höhe wie die Dächer der Kellergasse abschließen konnte. Lediglich das Presshaus mit der Traubenübernahme ragt etwas darüber hinaus. Dies war erforderlich, um zum Wohle einer schonenden Verarbeitung der angelieferten Trauben das Prinzip der Schwerkraft zu nutzen. Hervorzuheben ist hier die Fahrwanne, welche die Trauben zu den jeweiligen Pressen transportiert. Ein innovativer Sprung, der beispielsweise das noch raschere Verarbeiten der Trauben bei der Lese ermöglicht.

Lehmputz als Klimaanlage

Zu den Prämissen bei den umfassenden Studien zur Architektur zählte die behutsame Eingliederung in das Landschaftsbild bei zugleich modernem Stil und dem Anspruch, möglichst nachhaltig zu arbeiten. Mit intelligentem Design wurden zahlreiche Elemente integriert, die sowohl dem Auge schmeicheln als auch helfen, den Energieverbrauch zu optimieren. Für den Produktionsbereich und somit den eigentlichen Keller wurde Beton gewählt, welcher gut mit der Erde kommuniziert und selbst bei intensiver Nutzung stabil und einfach in der Wartung ist. Darüber befinden sich das Büro und der vielseitige Besucherbereich aus Shop mit Verkostungsmöglichkeit, Vinothek und Seminarraum. Hierfür wurde auf Holzbau gesetzt und auf ein Energiesparkonzept, das gleich mehrere bauliche und gestalterische Elemente umfasst. Die Wände sind beispielsweise mit Lehmputz versehen. In Verbindung mit einem Flächenkühlsystem an der Decke wird auf natürliche Weise das Raumklima reguliert, indem es kühlt und auch Feuchtigkeit aufnehmen kann. Daher braucht es im Sommer keine zusätzliche Klimaanlage, im Winter steht eine Niedrig-Temperatur-Bodenheizung zur Verfügung.



Stolz und Freude beim Geschwister-Trio Gruber über die gelungene Umsetzung des neuen Weinguts im Sinne der Nachhaltigkeit.





Irische Neueröffnung

Seit der Wiedereröffnung des „Blaustern – Irish Pub“ im November 2023 hat das Lokal die Gastronomieszene Wiens im Sturm erobert. Mit einem frischen Gastrokonzept, einer einladenden Atmosphäre und einem reichen Angebot an kulinarischen Highlights ist das Pub zu einem wahren Hotspot für Freunde der Irish-Pub-Kultur geworden.



Das Irish Pub hat sich als echter Magnet für Gäste erwiesen, die nicht nur auf der Suche nach exzellentem Essen und Trinken sind, sondern auch nach einem Ort, an dem Freundschaft und Geselligkeit im Mittelpunkt stehen. Die einladende Atmosphäre und das charmante Ambiente machen das Lokal zu einem beliebten Treffpunkt für Jung und Alt, sowohl für Einheimische als auch für Besucher aus anderen Teilen der Stadt.

Kulinarische Genussmomente

Seit dem Reopening haben die Gäste die Möglichkeit, in die vielfältige Welt der österreichisch-irischen Küche einzutauchen. Die kulinarische Ausrichtung vereint das Beste aus beiden Welten – von herzhaften Pub-Spezialitäten bis hin zu raffinierten österreichischen Klassikern. Die knapp 20 verschiedenen Biersorten, erlesene Spirituosen und eine hervorragende Weinkarte sorgen für unvergessliche Genussmomente.

Gastronomischer Hotspot

Der Döblinger Gürtel hat mit dem „Blaustern – Irish Pub“ einen neuen kulinarischen Hotspot erhalten. Das Lokal hat nicht nur gastronomisch, sondern auch kulturell eine bedeutende Rolle in der Nachbarschaft eingenommen. Die regelmäßigen Veranstaltungen, Themenabende und Live-Musik-Events tragen dazu bei, das „Blaustern – Irish Pub“ als lebendigen und pulsierenden Treffpunkt zu etablieren.

Dankeschön an die Gäste

Die neuen Eigentümer, Ben Danesh und Olga Deszczynska, möchten sich herzlich bei den Gästen bedanken, die seit der Wiedereröffnung das „Blaustern – Irish Pub“ zu einem so lebendigen Ort gemacht haben. „Es ist überwältigend zu sehen, wie die Gemeinschaft unser Konzept annimmt und sich hier wohlfühlt. Wir freuen uns darauf, noch viele weitere kulinarische Abenteuer und gesellige Momente mit unseren Gästen zu teilen“, so Olga Deszczynska. ▮

Balsam für die Seele

Rund um die imposante Riegersburg in der Steiermark gedeihen Äpfel, Zwetschken, Birnen, Quitten & Co. Gölles, die Manufaktur für edlen Brand und Essig, fand seinen Ursprung dort Ende der 1950er Jahre.



© Manufaktur Gölles

Geschäftsführer Alois Gölles (rechts) und Sohn David Gölles

2024 markiert das in dritter Generation geführte Familienunternehmen ein besonderes Jubiläum: Vor 40 Jahren wurde der erste Apfel Balsamessig kredenzt – ein Produkt, das den Essigmarkt weltweit prägte. Der österreichische Familienbetrieb Gölles revolutionierte mit hochwertigen Essigen die Welt der feinen Küche in der österreichischen Spitzengastronomie. Die Idee dazu entstand in den Obstgärten der Familie Gölles, wo Alois Gölles jun. früh seine Berufung fand. Die Produkte werden aus 100 Prozent reiner Frucht gewonnen. Die Früchte sind von höchster Qualität – frei von Zusatzstoffen, gereift unter der steirischen Sonne. Von klassischen Apfel- und Birnenbränden bis hin zu einzigartigen Kreationen wie Saubirne, Vogelbeere oder Hirschbirne bietet Gölles eine Vielfalt, die begeistert. Kreative Essigkreationen wie Tomaten-, Spargel-, Bier- oder Quitten-Essig sowie der einzigartige Apfel Balsamessig, zeugen von der innovativen Ader des Familienunternehmens.

40 Jahre Apfel Balsamessig

Alois Gölles jun. destillierte bereits im Jahre 1979 seine ersten Edelbrände und legte im Jahr 1984 schließlich den Grundstein für den ersten Premiumessig aus der Steiermark. Gleich auf Anhieb gelang ihm der große Wurf – der Apfel Balsamessig, ein weltweites Unikat. Erstmals wurde Balsamessig nicht aus Trauben, sondern aus Äpfeln hergestellt, eine Kreation, die erst 15 Jahre später Nachahmer fand. Pro Jahr werden rund 150.000 Liter Essig in der Manufaktur produziert. Heutzutage umfasst das Sortiment 19 ausgefallene Essigsorten sowie

rund 20 verschiedene Edelbrände, die regelmäßig hohe Anerkennung und Auszeichnungen in der Fachwelt erhalten. Abseits der Spitzengastronomie sind die exklusiven Produkte von Gölles auch im Onlineshop sowie im Fachhandel, in Spezialitätengeschäften und im Großhandel verfügbar.

Bereits in dritter Generation betreibt die Familie Gölles nun den Obstbau in Riegersburg. Mit dem Rückblick auf die österreichische Familiengeschichte und die bisherigen Errungenschaften gibt sich die Familie nicht zufrieden, sondern blickt in eine vielversprechende Zukunft. Die nächste Generation, vertreten durch Sohn David, bringt frischen Wind in die Manufaktur und erweitert das Sortiment um moderne Spirituosen wie Rum, Gin und Whiskey – unter dem Markennamen „David Gölles“.





Flexible Lichtlösung im Amber 39

Das Amber 39 ist Treffpunkt für gemütliches Beisammensein und Genuss in Uttwil am Ufer des Bodensees. Die stimmungsvoll eingerichtete Eventlocation im Chalet-Stil lädt zu saisonal wechselnden Themenabenden und zu Bier- und Wein-Degustationen ein.

Reto Schefer, Inhaber und Geschäftsführer der gleichnamigen Gartenbau AG, baute 2022 einen Teil seiner Firmenliegenschaft zum Amber 39 um. Beim Lichtkonzept wurden RIBAG Leuchten gewählt, welche neben einem interessanten Licht-und-Schattenspiel über die nötige Flexibilität verfügen, um dem Bedürfnis unterschiedlicher Bestuhlungsmöglichkeiten nachzukommen.

Der Amber Baum

Der Name der Lokalität orientiert sich einerseits an ihrem Standort in einer Amber-Baum-Allee, andererseits am Amber-Bier, welches bekannt ist für seine prächtigen Farbtöne und die malzige Karamellnote. Das Innendesign repräsentiert diese Farbgebung geschickt. Wände und Decke sind in einem warmen, angenehmen Farbton gestrichen. Wandverkleidungen in Altholz und Strebebalken an der Decke unterstreichen das rustikale Ambiente. Mit dem Flackern im Kamin kehren die angestrebte Gemütlichkeit und ein behagliches Raumgefühl ein.

„Mit dieser natürlichen Optik sollen moderne Elemente stimmig kontrastieren“, erklärt Reto Segmüller, der A. Graf Elektro-Installationen AG Romanshorn, welcher für die Planung und Installation der Beleuchtung verantwortlich war. Alle Leuchten wurden bewusst in schwarz gewählt. Sie verkörpern zeitlose Eleganz und harmonieren mit dem verarbeiteten Altholz. Der Charme des Chalets wird durch eine warme Lichtfarbe unterstrichen. „Mit einer Kombination von VERTICO Anbaustrahlern, KIVO Pendelleuchten und RAYM Einbauleuchten wird ein interessantes Licht- und Schattenspiel kreiert“, führt Reto Segmüller weiter aus.

„In einer Eventlocation ist es wichtig, unterschiedliche Stimmungen und Akzentuierungen zu erzeugen. Über der langen Sitzbank vor dem schmalen Fenster ermöglichen VERTICO Stromschienen-Strahler eine variable Platzierung“, ergänzt er. Ein weiterer Blickfang bildet die einladende Bar, welche gezielt mit dreh- und schwenkbaren VERTICO Einbaustrahlern brillant in Szene gesetzt wird.



Aus einer ehemals nüchternen Lagerhalle entstand ein Gastrolokal im schicken Chalet-Stil, wo weder Einrichtung, Beleuchtung noch die Kulinarikwünsche offen lassen.

Hochpräziser Reflektor

Für eine optimale Grundbeleuchtung sorgen RAYM Einbauleuchten mit ihrem hochpräzisen Reflektor und den verschiedenen Ausstrahlwinkeln. Die matten, kupferfarbenen Reflektorabschlüsse fügen sie sich stimmig ins Farbkonzept ein. Über den Esstischen pendeln schwarze KIVO Leuchten mit einer Sonderanfertigung der Wechselblenden in beige-rot. Ihre charaktervolle Optik bringt eine spielerische Dynamik in den Gastraum. Das Indirektlicht setzt gestaltende Akzente an der Decke, und das blendfreie Direktlicht auf den Tischen lässt Speis und Trank in ihrer Farbenpracht erscheinen.

Fakten

Lichtplanung & Fotos: © Reto Segmüller,
A. Graf Elektro-Installationen AG, Romanshorn
Bauherr: Reto Schefer,
Inhaber und Geschäftsführer Reto Schefer Gartenbau AG

Opulente, tannengrüne Stühle an massiven Holztischen laden die Gäste zum Verweilen ein.





Kultur am Tisch

Gäste wollen immer wieder überrascht und verwöhnt werden – auch am Tisch.

Außergewöhnliche Designs und moderne Ästhetik helfen dabei.

Zusammengestellt von Daniela de Cillia, Fotos: Gmundner Keramik, Bauscher, BHS tabletop, Zwiesel

Echte Hingucker

Wilde Wüstenlandschaften, eine spektakuläre Tierwelt und herzliche Gastfreundschaft: Namibia gehört zu den beeindruckendsten Ländern des afrikanischen Kontinents. Gmundner Keramik hat sich von der überwältigenden Schönheit des Landes zu einer einzigartigen Kollektion inspirieren lassen. Ein ganz besonderes Stück der „Afrika Edition“ ist die Elefantenteeanne, die im Rahmen der Kollektion ihre längst überfällige Neuauflage erfährt. Feine Details und naturbelassene, lebendige Farben zeichnen das ikonische Design des Klassikers aus. Jedes Stück wird von Hand gefertigt und ist ein echtes Unikat.

Solo-Dining

Einzelgäste? Visionäre Gastronomen erkennen ihr wachsendes und lukratives Potenzial: Sie kommen immer häufiger, weil die Anzahl der Singlehaushalte zunimmt und auch alleine zu essen oder zu reisen heute mehr chic als tabu ist. „Mit der Marke Schönwald inspirieren wir zu zukunftsfähigen Konzepten und haben daher auch die verschiedenen Trends und Strömungen im Blick, damit unsere Kunden ihren Kunden zur richtigen Zeit das passende Setting auf dem gedeckten Tisch bieten können“, sagt Gabriele Dettelbacher, Head of Communications & Brand Management bei der weltweit tätigen BHS tabletop.





Mehrweggeschirr

Klasse statt massenhaft Abfall: Nach diesem Prinzip hat Profiporzellanhersteller Bauscher Mehrweggeschirr aus Porzellan entwickelt. Denn ob in Restaurants, beim Vending, in Imbissen oder anderen Gastronomietypen spielt Nachhaltigkeit eine zunehmend wichtige Rolle. Wer seine Gäste beim Thema „to go“ nachhaltig beeindrucken und von zahlreichen funktionalen Vorteilen profitieren möchte, setzt auf das Mehrweggeschirr Reusable als hochwertige Lösung. Neben den funk-

tionalen Eigenschaften wie Stapelbarkeit punkten auch die optischen: Die Artikel überraschen mit einer leicht asymmetrischen Form und mit stark gerundeten Ecken. Das macht sie nicht nur zum ungewöhnlichen Handschmeichler, sondern auch zum Hingucker. Durch die weiche Innenkontur lassen sich die Schalen angenehm „auslöffeln“ und leicht reinigen.

Moderne Ästhetik mit Twist

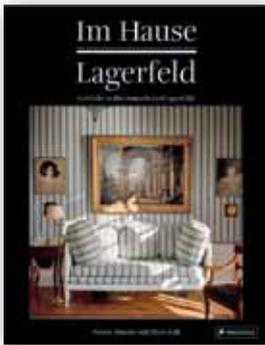
Mit den Hotels Adlon Kempinski in Berlin und The Peninsula in Hongkong sowie den jeweils mit zwei Michelin-Sternen ausgezeichneten Restaurants Tim Raue und Vendôme zählt Zwiesel Glas die Besten ihrer Branche zu langjährigen Kunden. Doch auch private Konsument*innen und Designspezialist*innen schätzen die extrem bruchfesten und brillanten Kristallgläser aus Tritan-Glas® mit ihrem unverwechselbaren Klang. So wurde erst kürzlich die im Hybridverfahren gefertigte Serie Duo, die sich aus einem mit Maschinenpräzision gefertigten Oberteil und einem handgefertigten, filigranen Stil zusammensetzt, als innovative Produktneuheit mit dem German Design Award ausgezeichnet. Anfang des Jahres lanciert Zwiesel Glas nun zwei weitere Neuheiten, die moderne Ästhetik mit einem überraschenden Twist verbinden: Level als erste Weinbecherserie des Unternehmens und den handgefertigten Dekanter Symbiosis.



bad news are good news

Dieser Satz war bis jetzt vor allem den Medien auf der ganzen Welt zuzuschreiben. Wer knallige Headlines produziert, „schwarzmal“ und möglichst viele Artikel, die Angst erzeugen können, im Portfolio hat, bei dem stieg die Auflage. Menschen sind anscheinend süchtig nach Krawallmeldungen und fühlen sich in einer ruhigen Umgebung gar nicht so wohl. Was bis vor kurzem den Medien überlassen war, wird nun schon seit einiger Zeit genüsslich von allen, besonders von der Politik, bespielt. Mit Angstmache kommt der Erfolg. Hört man jeden Tag, wie schlecht es einem gehen muss, glaubt man das auch nach einiger Zeit. Gehirnwäsche im 21. Jh. Nun möchte ich wirklich nicht die derzeitige Situation mit den Kriegen allerorts, mit der Inflation etc. beschönigen, aber geht es uns wirklich so schlecht? Oder wollen wir einfach nicht wahrhaben, dass für die meisten momentan die Zeiten nicht so sind, wie sie in einer Hochkonjunktur üblich waren? Die Generationen nach dem Zweiten Weltkrieg sind verwöhnt, denn die Wirtschaft ging bergauf und man konnte sich in Europa fast alles leisten. Das Motto lautete „größer, weiter, höher“ aber vor allem – von allem mehr. Nun, diese Zeiten, als viel Milch und Honig flossen, sind vorbei – zumindest für einige Jahre. Aber sind wir deshalb am Abgrund angelangt? Ich glaube nicht, und ein sicheres Zeichen dafür präsentiert mitten in der Krise die Hotellerie und Gastronomie. Da wird zwar jeden Tag über das „Wirtesterben“ geschrieben, die Lokale sind aber mehr als voll, und nicht anders ergeht es den Hotels. Ein gutes Stadt- oder Ferienhotel ist bestens gebucht. Trotz höherer Preise, trotz Probleme bei den Mitarbeitern. Alle klagen und zaudern, und in diesem Umfeld der Wahrnehmungen fällt mir der Film von Rainer Werner Fassbinder aus den 70er-Jahren ein. Der Titel lautet „Angst essen Seele auf“. Mit Angst können wir die Herausforderungen der Zeit ganz sicher nicht meistern. Nur mit Mut, Kreativität und positivem Denken werden wir es schaffen, diese nicht angenehme Zeit gut zu überwinden. Man muss natürlich bereit sein, offen zu denken, nicht nur zu jammern. Und mit durchdachten Konzepten für die Zukunft, eine Wende herbeizuführen. Ein Dorn im Auge aller derer, die lieber ängstliche Menschen um sich haben, die sie dann ohne viel Aufwand „führen“ können, meint anonymus

Leserbriefe an: anonymus@hotel-und-design.at



Im Hause Lagerfeld – Einblicke in die Domizile Karl Lagerfelds

Marie Kalt, Patrick Mauriès

Karl Lagerfeld war nicht nur eine Modeikone, auch im Hinblick auf die Architektur und Inneneinrichtung der Wohnungen und Häuser, in denen er lebte und arbeitete, war der vielseitig begabte Designer stilsicher. Von seinem eleganten Pariser Apartment im Art-déco-Stil über seine Wohnung im prunkvollen Herrenhaus Hôtel Pozzo di Borgo in Paris bis hin zur prachtvollen Villa in seiner Heimatstadt Hamburg zeigt dieses opulent bebilderte Buch die ganze Bandbreite der Einrichtungsstile Karl Lagerfelds.

Hardcover, 28 x 30,5 cm, 240 Seiten, 200 Farbbildungen, 81,30 € ISBN 978-3-7913-8010-0, Prestel



Cottage Life – Inspirationen für ein einfaches, entschleunigtes und bewusstes Leben

Tiffany Francis-Baker

Der Duft von ofenwarmem Brot, frische Blumen in der Vase und Sonnenlicht, das durch handgenähte Vorhänge fällt: Cottagecore ist eine Lebensart, die durch die Rückkehr zu einem ländlichen Lebensgefühl bewusst Raum schafft für die Schönheit der einfachen Dinge. Dekorationstipps, kreative Projekte und Rezepte mit saisonalen Zutaten helfen dabei, im Alltag zu entschleunigen und nachhaltiger und sinnerfüllter zu leben.

Gebunden, 192 Seiten, 80 Farbbildungen, 25,70 €, ISBN 978-3-95728-770-0, Knesebeck



Pools

Ute Laatz

Egal, ob Poolbesitzer:in oder -planer:in – dieses Buch ist die ultimative Inspirationsquelle für alle, die vom perfekten Pool träumen. Es entführt Leser:innen auf eine faszinierende Reise durch die gesamte Bandbreite des Poolbaus und ist ein allumfassendes Nachschlagewerk rund um die Themen Installation, Wartung, Gestaltung sowie Nutzungsmöglichkeiten. Von der ersten Idee bis zur ersten erfrischenden Abkühlung ist dieses Buch ein unverzichtbarer Begleiter, mit dem jeder Garten in eine Wellnessoase verwandelt wird.

Gebunden, 224 Seiten, 51,40 €, ISBN 978-3-7667-2710-7, Callwey



Frühlingstraum

Heide Christiansen

Frühlingsgefühle werden geweckt durch die schönsten Ideen und besten Rezepte. Gezeigt wird eine ideale Mischung aus Dekorationsideen für drinnen und draußen, verlockenden süßen Leckereien und perfekten Menüs, um die ersten Sonnenstrahlen gebührend zu feiern. So kann jedes Haus in eine frühlingshafte Oase verwandelt und die Gaumen können mit Köstlichkeiten verwöhnt werden, die die Herzen höher schlagen lassen. Dieses Buch ist eine Quelle für unvergessliche Frühlingsmomente und ein strahlendes Osterfest, das in Erinnerung bleiben wird.

Gebunden, 160 Seiten, 35,00 €, ISBN 978-3-7667-2706-0, Callwey



Die Gärten der Literaten

Jackie Bennett

Entdecken Sie blühende Gärten, romantisch überwucherte Cottages, stattliche Anwesen und ländliche Refugien von achtundzwanzig bedeutenden Schriftsteller:innen – von Louisa May Alcotts Orchard House in dem sie „Little Women“ schrieb, über Agatha Christies Landsitz Greenway und Hermann Hesses Haus in Gaienhofen bis zu Émile Zolas Villa in Médan. Gärten haben im Leben vieler Literat:innen eine bedeutende Rolle gespielt, hier unternahmen sie ausgedehnte Spaziergänge, schöpften neue Kraft und ließen sich von der Natur inspirieren.

Hardcover, 240 Seiten, 38,00 €, ISBN 978-3-8369-2201-2, Gerstenberg



Erfolgreiches Verkaufen Ihres Hotels

Der Verkauf von Hotels im Segment der privaten Ferienhotellerie, insbesondere jener, die über Generationen innerhalb von Hotelierfamilien geführt wurden, birgt spezifische Herausforderungen und emotionale Dimensionen, die es zu berücksichtigen gilt. Anbei fünf Regeln für den Verkauf familiengeführter Ferienhotels.

Der Verkauf eines familiengeführten Ferienhotels ist ein komplexer Prozess, der sowohl emotionale als auch praktische Herausforderungen mit sich bringt. Im Gegensatz zu Stadthotels haben private Ferienhotels, die oft über Generationen hinweg im Besitz einer Familie waren, eine tiefere emotionale Bindung und eine starke Verwurzelung in der lokalen Gemeinschaft. Diese Besonderheiten erfordern eine sorgfältige Herangehensweise, um einen erfolgreichen Verkauf zu gewährleisten.

1. Vorbereitung: Grundstein des Erfolgs

Die Vorbereitung ist der erste und vielleicht wichtigste Schritt. Eine offene Diskussion mit Familienmitgliedern und Geschäftspartnern hilft, eine gemeinsame Basis für den Verkaufsentscheid zu finden. Die Bewertung des Hotels sollte sowohl materielle als auch immaterielle Werte berücksichtigen, um einen realistischen Verkaufspreis zu ermitteln. Die Vorbereitung umfasst auch die Zusammenstellung aller relevanten Unterlagen und die Einholung von Expertenrat, um steuerliche und rechtliche Aspekte zu klären.

2. Vermarkten: Sichtbarkeit und Diskretion

Die Wahl der richtigen Vermarktungsstrategie ist entscheidend. Eine offene Vermarktung kann die Sichtbarkeit erhöhen, während eine eingeschränkte Marktsprache Diskretion gewährleistet. Die Zusammenarbeit mit einem erfahrenen Hotel- und Immobilienberater kann dabei helfen, das Hotel optimal zu präsentieren und gezielt an potenzielle Käufer zu vermarkten, die die Werte und die Philosophie des Hotels schätzen.

3. Verhandeln: Auswahl und Bewertung der Angebote

Die Bewertung und Auswahl der eingegangenen Angebote erfordert einen strukturierten Ansatz. Führen Sie eine umfassende Analyse aller eingegangenen Angebote durch, wobei Sie nicht nur die Höhe des Angebots, sondern auch die Sicherheit des

Abschlusses bewerten. Die Verhandlungen sollten in enger Zusammenarbeit mit einem Expertenteam geführt werden, um einen fairen Preis zu erzielen und die Bedingungen des Verkaufs zu optimieren.

4. Abwickeln: Effiziente Durchführung des Verkaufsprozesses

Die Vorbereitung der Due-Diligence-Unterlagen (Prüfungsprozess), die Erstellung eines detaillierten Zeitplans und die Einholung einer externen Bankbewertung sind wichtige Schritte, um den Verkaufsprozess effizient zu gestalten. Die Koordination mit Rechtsexperten gewährleistet, dass alle rechtlichen Aspekte abgedeckt sind und hilft, den Eigentumsübergang reibungslos zu vollziehen.

5. Verkaufen: Der erfolgreiche Abschluss

Der finale Verkauf erfordert eine präzise Koordination und die Beachtung rechtlicher Formalitäten. Die Unterzeichnung des Kaufvertrags und die Erfüllung aufschiebender Bedingungen sind entscheidende Schritte, die den Weg für die neue Führung des Hotels ebnen. Bis zur endgültigen Übergabe muss der laufende Betrieb des Hotels fortgeführt werden, um einen nahtlosen Übergang zu gewährleisten.

Zusammenfassung

Der Verkauf eines familiengeführten Ferienhotels ist ein emotionaler und komplexer Prozess. Die Berücksichtigung der emotionalen Bindung, die objektive Bewertung des Hotels und die Identifizierung des richtigen Käufers sind essenziell. Durch eine sorgfältige Vorbereitung, gezielte Vermarktung, professionelle Verhandlung, effiziente Abwicklung und einen wohlüberlegten Verkaufsabschluss können Hotelierfamilien sicherstellen, dass ihr Erbe in guten Händen weitergeführt wird, während sie gleichzeitig den finanziellen und emotionalen Wert ihres Lebenswerks maximieren.



Socotex

Die Sonne genießen

Die Tage werden wieder länger und die Nächte wärmer. Gäste zieht es ins Freie. Auch im Gastgarten ist wieder Design angesagt.

Zusammengestellt von Daniela de Cillia; Fotos: Socotex, Dedon, Warema, Arper, Sutherland Furniture

Der Frühling steht vor der Tür und mit ihm eine Welle frischer, lebendiger Inspiration in Innen- und Außenräumen. Es ist die perfekte Zeit, um sich neu zu erfinden und die Schönheit, die uns umgibt, zu zelebrieren. Der Frühling lädt uns ein, die Welt mit neuen Augen zu betrachten und unsere Leidenschaft für Design zu erneuern. Lassen Sie uns diese Jahreszeit nutzen, um der Kreativität freien Lauf zu lassen und Frische in die Designprojekte zu bringen.

Hergestellt in der Normandie und Nummer 1 für Terrassenausstattung in Frankreich – Socotex ist spezialisiert auf die Herstellung maßgeschneiderter Sonnenschutzgewebe. Pergolen, Sonnenschirme, Markisen, Sonnensegel. Die Produktpalette ist breit gefächert, und die Expertise erstreckt sich von der Maßanfertigung bis hin zu textilarchitektonischen Anwendungen wie hochwertigen und technisch ausgereiften Sonnen- oder wasserdichten Schutzgeweben.

Innovativ und doch archetypisch

Die Kollektion CIRQL NU von Werner Aisslinger wurde mit der innovativen Invert-Faser von DEDON hergestellt und steht sowohl für die nächste Evolution der Kollektion als auch der DNA des Unternehmens. Die neueste Kollektion von Werner Aisslinger wird mit Koextrusion hergestellt, einem Verfahren, bei dem zwei verschiedene Faserfarben und -typen in einem Strang kombiniert werden. Das Ergebnis: atemberaubende Farbkombinationen, vielfältige Texturen und geometrische Muster mit einem speziellen 3D-Effekt, der je nach Betrachtungswinkel einen fast schillernden Glanz erzeugt. Leicht und halbtransparent, innovativ und doch archetypisch, wird sich CIRQL NU als ein beliebter Begleiter in der Outdoor- und Indoorwelt zeigen.



Sutherland ONA

Idealer Sonnenschutz

Besonders in der Außengastronomie sind oftmals freistehende Sonnen- und Wetterschutzlösungen gefragt. Doch erlauben es bauliche Gegebenheiten oder kommunale Vorschriften in vielen Fällen nicht, eine Markise für den zuverlässigen Sonnenschutz direkt an der Fassade zu befestigen oder im Boden zu verankern. Für diese Anforderungen steht nun das neue Freigestell von Warema zur Verfügung. Das Besondere – es kann sowohl für Pergola-, Kassetten- als auch Terrassen-Markisen eingesetzt werden.

Das Freigestell ist ein- oder zweiseitig bestückbar und in einer Breite von bis zu sieben Metern sowie einer Pfostenhöhe von 3,5 Metern erhältlich. Werden die Freigestelle nebeneinander in Reihe installiert und doppelt bestückt, lassen sich auch große Freiflächen beschatten. So ist es zum Beispiel möglich, mit einer zweiseitig bestückten Anlage mit Kassetten-Markisen Terrea K60 in einer Breite von 7 und 4 Meter Ausfall, insgesamt 56 Quadratmeter vor der Sonne zu schützen.

Die Natur als Vorbild

Weich wie Moos, rund wie ein Kiesel: Die Serie „Adell“ von Arper ist wie ein Mitbringsel aus der Natur, nutzbar im Innen- wie im Außenbereich. Mit Bezugsstoff aus 80 % recyceltem Polypropylen ausgestattet, setzt die Körper und Geist zur Entspannung einladende Formgebung von Adell ganz auf Nachhaltigkeit. Sanft und bequem, dabei stützend, belastbar und leicht in einem – die elegante Rundung von Adell bietet einen einladenden und großzügigen Platz zum Sitzen. Die Verbindung zwischen der Sitzschale und der Natur ist eng. Dies liegt nicht nur an der organischen Form und am Einsatz von recyceltem und recycelbarem Material, sondern auch an der besonderen Textur der Oberfläche. Das konzentrische Design bezieht Inspiration von den Ringen der Baumstämme und den Streifen, wie man sie oft auf Muscheln findet. Mehr als 500 von Hand aufgebrachte Linien mit zufälligem und unregelmäßigem Verlauf ziehen sich innen wie außen über den gesamten Sitz.



© Alberto Siringiolini

Arper Adell



Zeitgenössisches Teakholz

Inspiziert von der Art und Weise, wie die Natur Formen über die Elemente Feuer, Wasser, Erde, Luft verändern kann, zeichnet sich die Serie „ONA“ von Sutherland Furniture durch abgerundete Kanten, einfache Formen sowie Sutherlands Markenzeichen, das erstklassige Teakholz, aus.

Der Loungestuhl und der Esstischstuhl haben eine Sitzfläche und Rückenlehne aus zwei Holzelementen mit einem glatten, abgerundeten Teakholzrahmen. Die Form erinnert an alltäglichen Luxus und ist gleichzeitig vielseitig genug, um in viele Außenbereiche zu passen. Das Dreisitzersofa steht auf einer ausladenden Teakholzplattform, die von abgerundeten Beinen getragen wird. Die Tische der Kollektion weisen ähnliche Details auf. Der runde ONA Esstisch verbindet diese Details mit einer lamellenartig gestalteten Teakholz-Tischplatte, die in drei gleiche Elemente unterteilt ist.



Warema



Urlauben auf höchstem Niveau

Valamar präsentiert sich als führender Anbieter Kroatiens für Hotels, Resorts und Campingplätze. Wir besuchten zwei völlig unterschiedliche Urlaubsformen.

Text Peter A. de Cillia; Fotos: © Valamar

Kroatien ist und bleibt Trendziel für viele Reisende. Die einzelnen Destinationen bieten wunderschöne Strände und Meeresbuchten, Städte mit viel Kultur, eine Kulinarik, die auch gehobene Ansprüche bestens bedient und eine Hotelandschaft, die hohes Niveau bietet. Weitläufige Resorts in Strandlagen, Low-Budget-Anlagen bis hin zu idyllischen 5-Sterne-Hotels werden von der Valamar-Gruppe an

unterschiedlichen Trendzielen angeboten. Bei Valamar heißt Camping zum Beispiel „Glamping“ und verbindet mit viel Einfühlungsvermögen Naturerlebnis gepaart mit Komfort. Viel Privatsphäre in großen Suiten und separaten Villen suggerieren dem Urlauber etwas Abenteuerurlaub. Die Zelte bieten Komfort und ein Gefühl von Freiheit, die man oft in großen Hotelanlagen schmerzlichst vermisst.

Das Camping-Angebot

Urlaub im Zelt oder mit dem Wohnmobil erfreut sich anscheinend einer stetigen Beliebtheit. Unter der Marke Camping Adriatic by Valamar betreibt der kroatische Urlaubsspezialist insgesamt 15 Campingplätze entlang der Adriaküste. Das Portfolio reicht von naturnahen Zeltplätzen bis hin zu 5-Sterne-Camping-Resorts. Wer lieber in bequemen Betten schläft, ein eigenes Badezimmer bevorzugt und trotzdem nicht auf das Naturerlebnis verzichten möchte, findet im Glamping-Angebot von Valamar eine ideale Alternative zum üblichen Hotelzimmer. Je nach Gusto hat man die Wahl zwischen verschiedenen Unterkünften vom Camping-Chalet über das modern eingerichtete Mobile Home bis hin zum schicken Zelt im Safari-Look. Dazu begeistern die Plätze mit langen Stränden, großzügigen Poolanlagen und teilweise sogar eigenem Spa mit Saunen, Whirlpool, Behandlungsräumen und Ruhebereichen. Verschiedene Restaurants sowie der Online-Lieferdienst Valfresco Direkt, der Lebensmittel aller Art sowie die Gerichte aus den Restaurants direkt zum eigenen Zeltplatz bringt, runden das Angebot ab.





Istra Premium Camping Resort

Der 5-Sterne-Campingplatz nahe Poreč ist ideal für anspruchsvolle Urlauber und neuerdings sogar ganzjährig geöffnet. Von einfachen Stellplätzen für das eigene Wohnmobil oder Zelt bis hin zu exklusiven Glamping-Zelten und Mobile Homes, wahlweise mit oder ohne eigenem Pool, findet hier jeder die passende Unterkunft. Der Campingplatz liegt an einem langgezogenen Küstenabschnitt und begeistert Badeliebhaber mit verschiedenen Buchten und Strandabschnitten. Fünf Poolanlagen sorgen für weitere Erfrischung und bieten ausreichend Platz für Kinder zum Toben, aktive Schwimmer oder auch Erholungssuchende. Apropos Erholung: Diese wird im Balance Mediterranean Spa by Valamar großgeschrieben, das mit einem feinen Spa-Menü und Massagen unter freiem Himmel im luftigen Pavillon lockt. Ergänzt wird der Spa durch eine Sauna, einen Ruhe- und einen Kosmetikbereich. Drei Restaurants, zwei Bars und ein Streetfood-Wagen kümmern sich um das kulinarische Wohl der Gäste.

Nun, ich gehöre nicht wirklich zu der Zielgruppe, die in Zelten wohnen möchte. Deshalb war ich sehr skeptisch, als unsere Gruppe im Resort eintraf. Gleich vorweg – ich wurde eines Besseren belehrt. Das Resort schafft es durch die Größe und Ästhetik der Anlage, die noch dazu wunderschön am Meer gelegen ist, ein ganz besonderes Urlaubsfeeling zu erzeugen.

Die Zelte selbst lassen keinerlei Komfort vermissen. Mit etwas Fantasie könnte man sich auch in einer Luxuslodge in Afrika wähen. Das Kulinarikangebot sowohl im Hauptrestaurant, als auch in der À-la-carte-Dependance kann sich sehen und schmecken lassen. Mit einem Wort – eine Urlaubsvariante, die durchaus auch für Verwöhnte geeignet ist.

Isabella Valamar Collection Island Resort in Poreč

Ganz anders präsentiert sich die nächste Destination, die wir besuchten. Das Hotelensemble aus Schlösschen und modernem

Neubau ist ein ganz besonderer Ort. Hier verbindet sich mondänes k.-u.-k.-Ambiente mit ein wenig Robinson-Crusoe-Feeling. Die gar nicht so kleine Hotelinsel Sveti Nikola ist in nur fünf Minuten von Poreč mit dem Boot zu erreichen. Umgeben von üppigem Grün, gepflegten Gärten und vielen Stränden finden sich hier die Hotelanlage, verschiedene Luxusvillen sowie das Schlösschen mit stilvollen Zimmern und Suiten. Besonderen Service genießen Gäste der Kategorie Level: personalisierter Check-in, privater Infinitypool und Sonnenliegen am Strand sowie eine Dine-Around-Option für die verschiedenen Restaurants. Ruhe, Gediegenheit, ➤





Natur und eine bemerkenswerte Kulinarik zeichnen das gesamte Resort aus. Das Haupthaus ist mit einem locker, luftigen Design ausgestattet. Das Restaurant, direkt am Pool gelegen und mit herrlicher Sicht zum Meer, bietet leichte mediterrane Kost auf Haubenniveau an und das zu nachvollziehbaren, vernünftigen Preisen, was ja in Kroatien in den Topdestinationen keine Selbstverständlichkeit ist. Hier finden Menschen, die Luxus gewöhnt sind, Ruhe und Erholung in einem facettenreichen Ambiente.

Fazit

Ob modernes Glamping oder wohnen auf 5-Sterne-Niveau – beide Anlagen verstehen es auf ihre Art und Weise zu begeistern. So kann Urlaub richtig Spaß machen, und die unmittelbare Umgebung ist für Entdeckungswillige, die Land, Kultur und Kulinarik noch näher spüren wollen, bestens geeignet. Alleine das weltweit prämierte Olivenöl der Gegend macht Lust auf mehr.



HOTEL&DESIGN-Bewertung Istra Camping Resort

Architektur	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Design	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Wellnes	🌿	🌿	🌿		
Service	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Kulinarik	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿



HOTEL&DESIGN-Bewertung Island Resort Poreč

Architektur	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Design	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Wellness	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Service	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿
Kulinarik	🌿	🌿	🌿	🌿	🌿



Pariser Impressionen

Wer in der Stadt der Liebe preiswert und dennoch in zentraler Lage wohnen möchte und sich an einem frischen Designkonzept erfreuen möchte, der ist in den Ibis-Häusern der neuesten Generation der Accor-Gruppe bestens aufgehoben.

Text: Peter de Cillia; Fotos: Accor





Schon lange war ich nicht mehr in einem Low-Budget-Hotel und reiste deshalb mit einigen Vorurteilen nach Paris. Gleich vorweg – sie waren nicht berechtigt, denn die Zeiten als günstige Hotelmarken eher in der Peripherie einer Stadt

angesiedelt waren und zudem keinerlei Komfort und schon gar nicht Design angeboten haben, sind anscheinend vorbei. Die Accor-Gruppe mit ihren zahlreichen Marken – von Low-Budget Hotels bis zur 5-Sterne-Häusern hat den Zeitgeist erkannt

und bietet speziell mit der Marke Ibis ein junges, frisches Konzept an Reisende an, die schnell und unkompliziert eine Stadt erkunden wollen. Die Zimmer der neueren Generation wurden mit neuen, durchdachten Designkonzepten versehen. Sie schaffen eine Mischung aus Gemütlichkeit verbunden mit einem hohen Grad an Zweckmäßigkeit. Die drei neuen Designkonzepte lauten auf die Namen „Agora“, „Plaza“ und „Square“. Sie wurden von Kreativen aus der ganzen Welt geschaffen. So findet man modernen Komfort gepaart mit Gastlichkeit in den Häusern und das ziemlich unkompliziert und lässig. Eine offene Lobby, Werke von regionalen Künstlern und eine bewusste Hinwendung zur lokalen Kulinarik stechen dabei hervor. Beim Konzept „Agora“ aus der Hand von Innocad, einem österreichischen Designteam, fallen besonders die wild gemusterten Böden und die für alle offene Lobby auf. Beim Konzept „Plaza“ das von FGMF in Brasilien entworfen wurde, spielen warme Holzöne eine Rolle, die sich mit einem Art „industrial style“ vermischen. Und beim Konzept „Square Design“ aus den kreativen Händen von Soda aus Thailand wirkt der Geist des Zen mit viel natürlichem Licht.

Mittendrin

Das Hotel ibis Paris Bastille Opéra befindet sich im historischen Zentrum von Paris, unweit der Seine, mit bequemer Metro-Anbindung zu Notre Dame, Louvre, Champs-Élysées, den Kaufhäusern und vielem mehr. Nur zehn Minuten von den Bahnhöfen Gare de Lyon und Gare du Nord und dem Geschäftsviertel Bercy entfernt, besticht das Hotel durch ein jugendliches, frisches Konzept. Viel Wert wird dabei auf ausgezeichnete Betten gelegt. Die neuen ibis-Zimmer punkten mit dem innovativen Schlafkomfort-Konzept „Sweet Bed by ibis“ und bieten ultimativen Komfort. Dabei sind nicht nur die Betten erstklassig, sondern auch die Bettwäsche. Ein Umstand, den man sonst in sehr vielen höherpreisigen Hotels



schmerzhaft vermisst. Eine unkomplizierte Kulinarik, die Wert auf Qualität legt, ist ebenfalls eine Selbstverständlichkeit. Und wer an der Bar nach der Stadterkundung ausgiebig chillen möchte, dem stehen tolle Cocktailkreationen zur Verfügung. Ein zurückgenommener Stil, der aber durchwegs genügend Komfort verspricht, ist hier angesagt und spricht anscheinend Reisende aller Altersgruppen an. Das Haus steht in unmittelbarer Nähe von Marais, dem Place des Vosges und der Opéra Bastille, unweit von Les Halles, Louvre und Rathaus – zentraler kann man wohl nicht wohnen. „Einfachheit, aber dies mit Stil“ – so könnte das Motto des Hotels lauten.

Nicht viel anders ist es im Hotel ibis Paris Gare Montparnasse. Dieses ibis-Hotel ist nur fünf Gehminuten vom Bahnhof Montparnasse entfernt und bietet 146 Zimmer mit Wifi und Klimaanlage. In der Nähe des Messeparks Versailles und der einmaligen Sehenswürdigkeiten von Paris ist das Hotel ideal für Geschäfts- sowie Freizeitaufenthalte geeignet.

Fazit

ibis schafft mit dem Designkonzept der neuen Generation Gemütlichkeit, Zweckmäßigkeit und eine Art von Coolness, die ganz sicher schnell zahlreiche Fans finden wird. Angebot und Leistung sind stimmig, und die Herzlichkeit der durchwegs jungen Servicemannschaft ist ebenfalls positiv zu erwähnen.

HOTEL&DESIGN-Bewertung				
Architektur				
Design				
Service				
Kulinarik				



Die französische Accor-Gruppe betreibt weltweit unterschiedliche Hotels in verschiedenen Kategorien – von Economy bis zur Luxusategorie

Ein Auswahl der bekanntesten Marken:

Luxus: Raffles, Orient Express, fairmont, Sofitel, Rixos

Premium: pullman, swissôtel, Mövenpick

Midscale: Novotel, Mercure, adagio

Economy: ibis, ibis Styles, ibis budget

Lifestyle by Ennismore: Delano, SO/, the hoxton



Vorschau auf Ausgabe 2 | Mai 2024

Erscheinungstermin: 9. Mai, Redaktionsschluss: 11. April 2024

City of Dreams Mediterranean

Die drittgrößte und östlichste Mittelmeerinsel freut sich seit Juli 2023 über ein echtes Hoteljuwel, das mit seiner Vielfalt Zyperns touristisches Angebot auf ein neues Level hebt. Das in der Nähe der Marina von



Limassol gelegene „City of Dreams Mediterranean“ verfügt mit 36.000 m² nicht nur über das größte Hotelareal der Insel, sondern sorgt mit dem hauseigenen Casino, dem größten Europas, für ein Unterhaltungsangebot der ganz besonderen Art. Wir dürfen es erkunden.

Das Hotelbett

Himmlich schlafen ist angesagt. Der Gast sollte völlig entspannt und ausgeruht am Morgen den Tag im Hotel genießen können.



Licht im Hotel

„Ins rechte Licht rücken“ – so lautet ein allgemeiner Spruch. Eigentlich passend für alle Bereiche im Hotel. Inszenierungen mittels Licht werden immer verstärkter und genussvoll eingesetzt.



Party im Freien

Beste Partystimmung kommt mit dem richtigen Getränkemix auf. Wir präsentieren Ihnen einige Trends, wie Sie auch verwöhnte Gäste noch überraschen können.

IMPRESSUM

Offenlegung nach § 25 Mediengesetz

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 Werbeinschaltungen 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 Strohmayr
+43 664 110 43 54, bs@hotel-und-design.at

Redakteure dieser Ausgabe:

Daniela de Cillia, Peter A. de Cillia

Lektorat:

Jorghi Poll, Edition Atelier, 1090 Wien

Fotos:

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

Cover:

Bulgari Hotel Roma

Druck: BAUER Druck & Medien, 1030 Wien

Erscheinungsweise:

6 x jährlich

Auflage:

12.000 Exemplare

Aboservice und Verrechnung:

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

Abo:

Inland: 36,- €, Ausland zuzügl. Porto

Das Abonnement gilt auf ein weiteres Jahr verlängert, wenn nicht acht Wochen vor dem Ende des Bezugszeitraums eine schriftliche Abbestellung erfolgt. Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit Genehmigung des Verlages.

Vorbehaltlich Satz- und Druckfehler.

Derzeit gilt die Anzeigenpreisliste 2024.

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.

Gendergerechtes 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.

HOTEL & DESIGN

IM TOP FORMAT

<p>1 Seite abfallend: 210 x 297 mm (+ 3 mm Überfüller)</p> <p>€ 4.600,-</p>	<p>1/2 Seite hoch abfallend: 102 x 297 mm (+ 3 mm Überfüller)</p> <p>oder</p> <p>Satzspiegel: 86 x 251 mm</p> <p>€ 2.900,-</p>	<p>1/2 Seite quer abfallend: 210 x 148 mm (+ 3 mm Überfüller)</p> <p>oder</p> <p>Satzspiegel: 178 x 126 mm</p> <p>€ 2.900,-</p>	<p>1/3 Seite hoch abfallend: 72 x 297 mm (+ 3 mm Überfüller)</p> <p>oder</p> <p>Satzspiegel: 56 x 251 mm</p> <p>€ 2.350,-</p>	<p>1/3 Seite quer abfallend: 210 x 100 mm (+ 3 mm Überfüller)</p> <p>oder</p> <p>Satzspiegel: 178 x 80 mm</p> <p>€ 2.350,-</p>	<p>1/4 Seite hoch abfallend: 102 x 148 mm (+ 3 mm Überfüller)</p> <p>oder</p> <p>Satzspiegel: 86 x 126 mm</p> <p>€ 1.800,-</p>
---	--	---	---	--	--



OFYR® ÖSTERREICH

Farm-Fill Umweltinnovations
und Vertriebs GmbH
A-8162 Passail | Kirchengasse 6
Tel.: +43 (0) 3179 27727 - 0
E-Mail: info@ofyr.at
www.facebook.com/ofyraustria/



Besuche unsere
Webseite

OFYR - GENUSSERLEBNISSE FÜR ALLE ZU JEDER JAHRESZEIT!

OFYR hebt Outdoor Cooking auf ein neues Niveau. Grill und Kunstobjekt in Designunion serviert der feurig-formschöne Publikumsliebhaber Komfort und genussvolle Momente mit Erlebniseffekt – zuhause wie im Gourmet-Restaurant. Eine völlig neue Art des Kochens, der Gastfreundlichkeit und der Bewirtung unter freiem Himmel eröffnet OFYR mit einzigartiger Schlichtheit, Multifunktionalität und modernem Design. Stilvoll verwandelt der extravagante Star unter den Grillern, solo wie im Ensemble mit passenden Begleitern, den Outdoor-Bereich zur Showbühne. Für alle Liebhaber, die Outdoor Cooking mit ambitioniertem Design in ihrem privaten Umfeld zu schätzen wissen, ebenso wie für professionellen Einsatz in Hotellerie, Gastronomie und Catering gedacht und gemacht, sorgen Grillen und Kochen mit OFYR für Abwechslung und ein faszinierendes Genusserlebnis für alle Sinne. **Mit „Abstand“ Gourmet-Genuss mit Plus!**



RÉMY MARTIN

COGNAC FINE CHAMPAGNE

DREAMING FORWARD SINCE 1724



©2024 E. Rémy Martin & Co., Rémy Martin® XO Bottle Design®
Appellation Cognac Grande Champagne Contrôlée
PLEASE DRINK RESPONSIBLY

1724-2024
300
YEAR ANNIVERSARY