

HOTEL & DESIGN

FACHMAGAZIN FÜR DESIGN UND ARCHITEKTUR IN DER
HOTELLERIE UND GEHOBENEN GASTRONOMIE

Himmel auf Erden

DIE SUNLIFE-GRUPPE
AUF MAURITIUS

Edler Geschmack

AUSTERN ALS
GANZJAHRESDELIKATESSE

Mocha Mousse

FARBE
DES JAHRES



WIBERG



Ab 1. März
im WIBERG
Onlineshop*

Mit einem Klick mehr Kick!



AcetoPlus vereint fruchtige Süße mit feinen Säurenoten. Probieren Sie jetzt die neuen Sorten Sauerkirsche und Marille.

Jetzt entdecken: wiberg.eu/shop



*Ab 1. April 2025 im Fachhandel erhältlich

„NEUE WEGE, NEUES DESIGN – 20 JAHRE HOTEL&DESIGN“

In einer Welt, die sich im ständigen Wandel befindet, ist es der Mut zur Veränderung, der uns voranbringt. Seit nunmehr 20 Jahren verfolgt unser Magazin das Ziel, die Begehrlichkeiten einer anspruchsvollen Leserschaft nicht nur zu verstehen, sondern zu antizipieren. Speziell in Zeiten des Umbruchs, wo alles auf einmal anders erscheint, möchten wir mit unserer Neuausrichtung ein deutliches Zeichen setzen. Frei nach dem legendären Satz im Roman „Der Leopard“ von Giuseppe di Lampedusa - „Es muss sich alles ändern, damit es bleiben kann, wie es ist“, wollen wir eine neue Ära einläuten.

Mit einem frischen, modernen grafischen Auftritt und einer klaren Fokussierung auf die Wünsche der heutigen Zeit wollen wir ein Statement setzen – für Innovation, für Lust an Inszenierung und für Genuss in allen Facetten. Diese Inhalte sprechen nicht nur die Ästhetik an, sondern auch die Neugier auf das, was kommt. Es geht nicht nur darum, zu konsumieren, sondern das Leben zu gestalten – bewusst, mit Sinn und vor allem mit Leidenschaft.

Die Tourismusbranche befindet sich wie alle anderen auch in einem enormen Wandel. Neue Herausforderungen prasseln über uns herein, wir werden zugemüllt mit Informationen, wie wir unser Geschäft besser machen können, und neuartige Trends stellen uns zudem vor riesige Herausforderungen, aber auch Chancen. Neue Techniken dort einzusetzen, wo sie Sinn machen, und Altbewährtes trotzdem bewahren, kann deswegen durchaus einen Sinn ergeben. Inhaltlich wollen wir noch mehr und gezielter den Ansprüchen der Fachleserschaft gerecht werden.

Profunde Informationen, mit welchen Produkten man erfolgreich bei Gästen punktet, gemixt mit Beispielen von Betrieben aus der ganzen Welt, die Neues erfolgreich umsetzen, sollen bei den Entscheidungen, welches Ambiente, welche Produkte aus Küche und Keller serviert werden, eine perfekte Bandbreite bieten. Darüberhinaus werden wir auch in unserem Vertriebsnetz vermehrt versuchen, den Endkonsumenten anzusprechen. Damit bekommt die Branche die Informationen, die sie benötigt, um Gäste positiv zu überraschen; und Gäste haben die Möglichkeit, Betriebe kennenzulernen, in denen sie sich garantiert wohl fühlen. In unsicheren Zeiten Neues wagen - damit bieten wir keinen Stillstand, sondern eine bewegte Zukunft, die uns und die Branche inspiriert, Neuigkeiten zu entdecken und in einer dynamischen Welt Platz für Schönheit zu schaffen. Der Weg ist das Ziel, und wir laden Sie ein, mit uns gemeinsam in eine noch spannendere und unverwechselbare Zukunft zu gehen.



HOTEL&DESIGN – 20 Jahre Inspiration, Innovation und Lifestyle.
Ein Jubiläum, das nicht nur feiert, sondern auch die
Lust am Leben und an der Inszenierung
neu definiert.

Viel Vergnügen dabei
wünscht Ihnen

Ihr Peter A. de Cillia

Herausgeber & CR
Peter A. de Cillia

Content

H&D INFORMIERT

3 EDITORIAL

61 BUCHTIPPS

6 NEWS

66 VORSCHAU | IMPRESSUM

HOTELS NATIONAL

8 GENIESSERHOTEL ALPENSTERN
Wintersport im schneereichsten
Dorf der Welt

10 PRECHTLGUT IN WAGRIN
Hüttenzauber im Luxuschalet

12 DAS MERCURE WIEN CITY
Wiener Jugendstil mit modernem touch

HOTELS INTERNATIONAL

14 FOUR SEASONS RESORT
Four Seasons erweitert Portfolio in Griechenland

16 MOTEL ONE IN ANTWERPEN
Im Herzen der Modestadt

18 HOTEL REGINA
Das 5 Sterne-Luxushotel
Regina Experimental Biarritz

20 MAURITIUS
Der Himmel auf Erden

23 MELIA PYJAMA
Entworfen von der Modemarke
Monsieur Parra und The Melià Collection

24 BVLGARI HOTELS & RESORTS
Eine Hommage an das Legendäre Symbol

25 AMERON MÜNCHEN MOTORWORLD
Auto - Faszination

26 ÖHV-KONGRESS 2025

28 ALPINER TOURISMUSMARKT
Marktanalyse von Prodingler Tourismusberatung

30 PRODUKT ESSENTIALS
Produkte, auf die man nicht verzichten sollte

32 WOHNEN & INTERIEUR
Home Sweet Home

34 DESIGN-PRODUKTE
Recycelte Materialumstellungen von Vitra

36 MÖBEL AUS ÖSTERREICH
Formstark, individuell und handgefertigt

FOOD & DESIGN

- 39** **SCHMLUMBERGER**
Wintersport im schneereichsten Dorf der Welt
- 40** **WHISKY, KUNST UND HAUTE CUISINE**
Eine Bühne für Genuss auf höchstem Niveau
- 42** **MARLOW**
Restaurant mit Britischer Eleganz
- 44** **R-EXPRESS**
Edler geschmack aus der harten Schale
- 46** **MARKTPLATZ & MUTMACHER**
Massetrio aus Ambiente, Christmasworld und Creativeworld
- 48** **MSC CRUISES**
5 Reisetrends für 2025
- 50** **DAS WEINDL**
Weingenuss am tiefen Graben
- 52** **WIBERG**
Diese Mischungen bereichern internationale Geflügelkreationen
- 54** **KÜCHENPSYCHOLOGIE**
Sternekoch Dominik Wachter im Gespräch
- 56** **TISCHKULTUR**
Feste Feiern
- 58** **OUTDOOR ESSENTIALS**
„MUSTs“, die Outdoormöbel erfolgreich machen
- 62** **PANTONE - MOCHA MOUSSE**
Die Farbe des Jahres 2025



Design Award

Falmece feiert die Auszeichnung mit dem renommierten Archiproducts Design Award 2024 (ADA) für den Dunstabzug Brooklyn. Das von Francesco Lucchese für Falmece entworfene Design definiert modulare Architektur neu: Die markante Brückenstruktur verbindet Raum und Eleganz durch Oberflächen aus schwarz satiniertem Aluminium und Rauchglas. Ausgestattet mit einem geräuscharmen Brushless-Motor, Touch-Steuerungen und der Dialogsystemtechnologie vereint Brooklyn modernes Design mit innovativer Technologie.

Die multidisziplinäre Jury mit renommiertesten internationalen Architekten, Designern und Kreativdirektoren wählt, bewertet und prämiert jährlich die innovativsten Kreationen, die durch ein perfektes Gleichgewicht zwischen Ästhetik, Funktionalität und Innovation überzeugen.



Little Napoli

Ein historisches Eckhaus am Hafnersteig 6, welches im 17. Jahrhundert das Wirtshaus „Zum gelben Adler“ beherbergte, wird kulinarisch wiederbelebt. Ab sofort serviert man im „Little Napoli“ original italienische Spezialitäten wie Panini, Pizza und Pasta und viele andere mediterrane Spezialitäten im barocken Ambiente. Im 70m² kleinen, aber feinen „Little Napoli“ am Hafnersteig 6 setzt Gastronom Vage Yeritsyan auf authentische Küche „made in Italy“.

Der Countdown läuft

In etwas weniger als fünf Monaten wird die MSC World America in Dienst gestellt. Sie ist eine wichtige Weiterentwicklung der erfolgreichen World Class von MSC Cruises. Die neu konzipierten Einrichtungen und Bereiche versprechen für die Gäste das ultimative Urlaubserlebnis in der Karibik. Das Schiff beeindruckt durch die Kombination aus elegantem europäischem Design und nordamerikanischem Komfort, die sich an Reisende richtet, die auf der Suche nach besonderen Erlebnissen sind.



NEUE LOCATION

& EVENT MANAGERIN

Petra Frank (47) hat als neue Location & Event Managerin die gesamte Leitung des M12 übernommen. Das M12 ist der neue Event-Standort auf drei Ebenen mit einzigartigen Specials im „Classic Depot Wien“. Das CDW ist Österreichs führendes Zentrum für klassische Fahrzeuge und edle Sammlerfahrzeuge in Hetzendorf / Wien-Meidling. „Ziel ist es, das Potential des Standortes als neue Eventlocation weiter auszubauen. Ich freue mich, gemeinsam mit meinem Team viele Gäste für das M12 zu begeistern. Wir wollen jede Veranstaltung zu einem unvergesslichen Erlebnis machen“, betont Petra Frank.

Ehrung für Unternehmerinnen

Den Eigentümerinnen der Traditionsbäckerei Ströck wurde das Silberne Ehrenzeichen für Verdienste um das Land Wien im Stadt-senatssitzungssaal im Wiener Rathaus verliehen. Die Wurzeln der familiengeführten Traditionsbäckerei gehen in das Jahr 1970 zurück, als der Kittseer Bäckermeister Johann Ströck mit seiner Ehefrau Hilde eine Bäckerei in der Langobardenstraße in Wien Donaustadt übernimmt.

Einige Jahre später übernimmt Gerhard Ströck aufgrund einer Erkrankung seines Vaters den Betrieb, sein Bruder Robert Ströck folgt ihm nach, und auch die beiden Ehefrauen Gabriele und Irene Ströck stellen bald die Weichen für die beispielgebende Expansion auf heute 80 Filialen im Großraum Wien.





food. service. quality.

INTERNATIONALE SPEZIALITÄTEN FÜR DIE ANSPRUCHSVOLLE GASTRONOMIE.



ganz. nah. dran.

Das neue Gesicht von Glenmorangie

Highland Single Malt Scotch Whisky präsentiert seine neueste weltweite Kampagne mit keinem Geringeren als Filmlegende Harrison Ford. Bekannt für seine ikonischen Rollen zeigt Ford in dieser Kampagne unter der Regie von Joel Edgerton seine unverwechselbare Mischung aus Charme und trockenem Humor.



Wyndham Hotels & Resorts expandiert

Um Reisenden noch mehr Auswahl an attraktiven Hotels zu bieten, erweitert Wyndham Hotels & Resorts sein Portfolio in Europa um 25 Stadthotels. Die Hotels schließen sich im Rahmen der langjährigen Zusammenarbeit zwischen Wyndham und der HR Group den Marken Trademark Collection® und Vienna House Easy® by Wyndham an. Die beiden Marken, die sich durch das individuelle Design der Häuser auszeichnen, bieten Gästen damit in Deutschland, Österreich und den Niederlanden neue Unterkunftsoptionen.



Forthuber Opening- Wochenende

Mit Anfang März beginnt der offizielle Neuanfang. Bereits seit Monaten wird getüftelt, geplant und eingerichtet. JRE Christoph Forthuber und Sommelière Doris Forthuber sind mit ihrem Restaurant von Munderfing nach Gstaig umgezogen und bieten nun auch Zimmer für ihre Gäste an. Die Wiedereröffnung wird mit dem „Opening with Friends“ am Sonntag, den 2. März 2025 im neuen Restaurant Forthuber in Gstaig gefeiert.

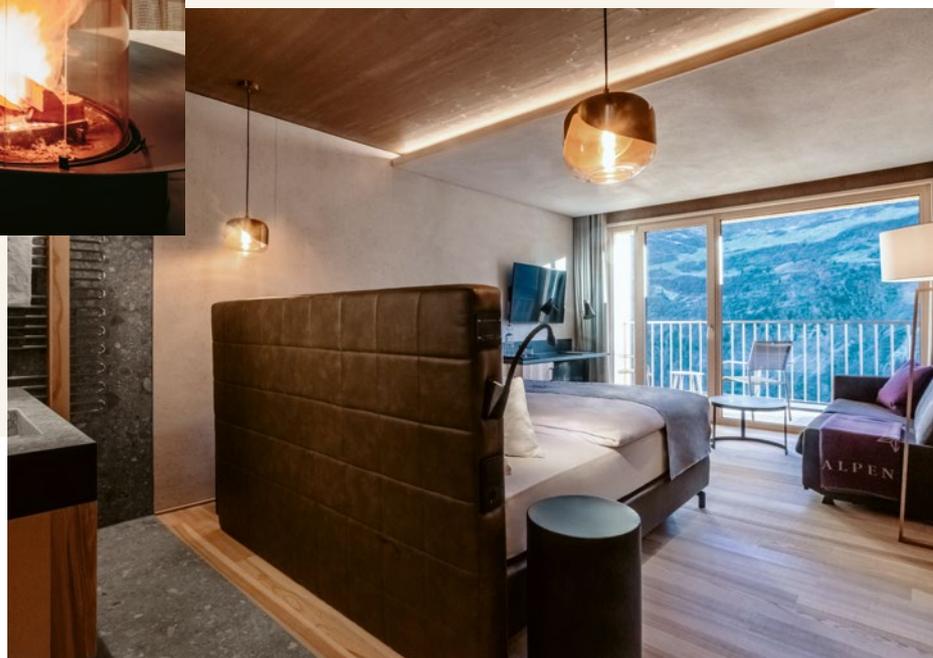


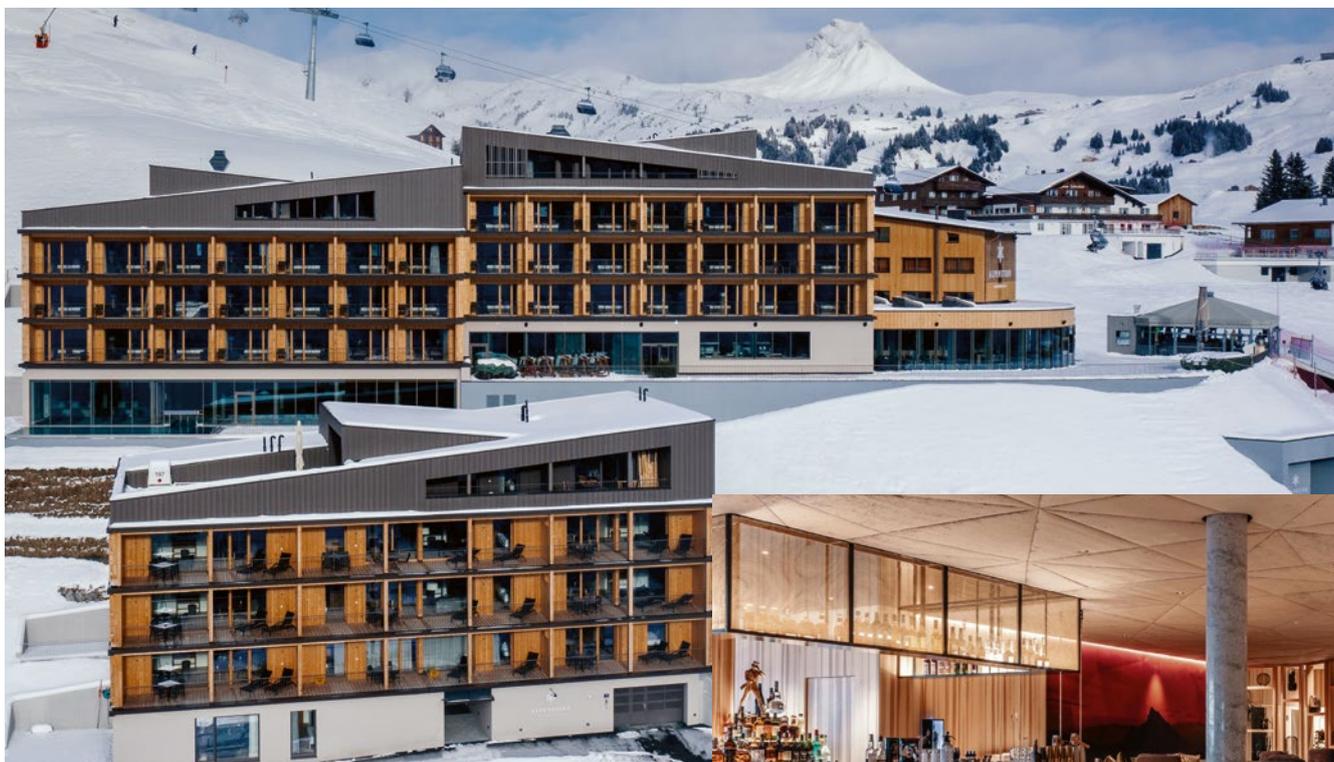
Wintersport im SCHNEEREICHSTEN DORF DER WELT



Zwischen den
Zweitausendern um
Oberdamüls auf 1.600
Metern liegt das
familiengeführte
Genießerhotel Alpenstern
idyllisch im Bregenzerwald

Copyrights © Alpenstern; Studio Durst; Mia Felina Georgia Ferrari



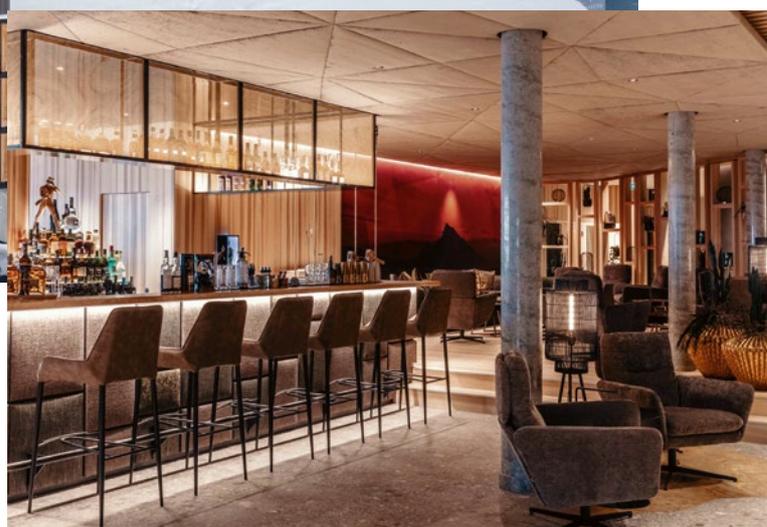


Der Morgen beginnt im Alpenstern – geführt von der Next Generation der Familie Steinfeld – mit einem ausgiebigen Frühstück mit regionalen Köstlichkeiten. Gestärkt und voller Elan werden die Skier angeschlallt, und schon befindet man sich inmitten des Skigebietes Damüls-Mellau. Auch abseits der Pisten kann das Schneeparadies auf vielfältige Weise aktiv erlebt werden. Zudem lässt das junge Gastgeberpaar Corina und Maximilian Steinfeld mit vorzüglicher Kulinarik sowie prämierten Weinen und Cocktails aufhorchen.

Für alle Wintersportfans, die neben Skifahren und Snowboarden auch andere Aktivitäten schätzen, ist das Winterwandern eine willkommene Alternative. Mit den Schneeschuhen kann auch abseits der präparierten Wanderwege querfeldein durch den Schnee gestapft werden.

Und danach - Wellness

Ein aktiver Tag wird am besten mit Entspannung beendet. Was gibt es Schöneres, als eine wohltuende Massage oder eine Kosmetikbehandlung zu genießen und die Saunalandschaft auszukosten? Bereit stehen eine finnische Sauna, die Biosauna mit milderer Temperatur, das Dampfbad und eine Textilsauna für Familien. Zudem laden ein Indoorpool und ein ganzjährig beheizter Infinitypool ein, den traumhaften Ausblick zu genießen.



Die Löffelspitze

In diesem Jahr entdeckte das renommierte Lifestyle-Magazin Wine Spectator das 3-Hauben-Gourmetrestaurant Löffelspitze und reihte es neben dem Eleven Madison Park in New York oder dem Antica Bottega del Vino in Verona unter die Gewinner. Beim achtgängigen Menü wählt man bei jedem Gang einen Tropfen aus dem hauseigenen Weinkeller oder einen Cocktail. Eine echte Herausforderung, handelt es sich doch um die Entscheidung zwischen einer von über 1.950 Positionen des Gastgebers Maximilian Steinfeld, der als Sommelier seine Leidenschaft für Wein teilt. Im Panoramarestaurant 1580 wird die Halbpension zelebriert, für À-la-carte-Speisen steht das 2-Haubenrestaurant Genusshalde bereit.

Die neue Bar Novum demonstriert wohl eine der größten Cocktail-Leidenschaften im Alpenraum. Barkeeper Oliver Polster mixt nicht nur seltene Cocktails nach der Originalkarte der Titanic, sondern gibt sogar eine eigene Bar-Zeitung mit historischen Geschichten über die Getränke heraus.

HÜTTENZAUBER *im* *Luxuschalet*



Die Wintersonne lässt den Schnee glitzern, und manchmal lädt das frostige Wetter einfach nur zum Kuscheln ein – es ist Winter im exklusiven Bergdorf **Prechtlgut in Wagrain**



www.prechtlgut.at



Inmitten der verschneiten Salzburger Alpen ist das luxuriöse Chaletdorf gleichzeitig ein Rückzugsort für vollkommene Entspannung und doch nur ein paar Schritte entfernt vom Einstieg in das Wintersportparadies Snow Space Salzburg.

Der perfekte Urlaubstag

Am Morgen mit einer dampfenden Tasse Kaffee am Fenster stehen oder das liebevoll aufgetischte Langschläferfrühstück im eigenen Chalet genießen und dann im ganz eigenen Rhythmus entscheiden, wie der perfekte Winterurlaubstag im Bergdorf Prechtlgut heute aussehen soll – ganz nach dem allgegenwärtigen Prinzip „alles kann, nichts muss“. Ab Mitte Dezember öffnete zudem der Aster's Mountainclub seine Türen, ebenfalls unter der Leitung von Manuel Aster und Carina, Gastgeberpaar des Bergdorf Prechtlgut. Bei einem Einkehrschwung in der modernen und luxuriösen Eventlocation an der Mittelstation des Grafenberg Express warten Style, Spaß und Schnee in einem High-End-Ambiente.

Die pure Relaxzone

Wer es ruhiger angehen lassen will, der erkundet die verschneite Bergwelt im Pongau. Nach der fröstelnden Rückkehr ins eigene Chalet stehen die Zeichen auf Aufwärmen und Wellness in den eigenen vier Wänden: Eine freistehende Badewanne, eine Felsendusche, eine Sauna, eine Infrarotkabine und ein



dampfender Hot Tub auf der Terrasse machen das private Almspa zum idealen Ort für eine wohltuende Winterauszeit. In der größten der acht exklusiven Lodges, der Pool Luxury Lodge, lässt es sich sogar im ganzjährig beheizten Pool relaxen.

Das liebevolle Rundumservice

Für echten Hüttenzauber sorgen natürliche Materialien wie hochwertige Hölzer, Naturstein und Loden; flackerndes Kaminfeuer sowie traditionelles Handwerk und ein liebevoller Rundumservice runden den Urlaub mit einer gehörigen Prise Luxus ab. Sei es ein romantisches Candle-Light-Dinner à-la-carte aus dem Restaurant Prechtlstadl, eine private Yoga-Einheit oder eine wohltuende Massage, alles kommt zur Wunschzeit direkt ins Chalet. Wer die stille Zeit zur Rückbesinnung aufs Wesentliche nutzen möchte, den nimmt Gastgeberin Carina Neumann außerdem mit auf eine Reise zu mehr Achtsamkeit, denn sie selbst ist ausgebildete Gesundheitspsychologin und Achtsamkeitsexpertin.

Wiener Jugendstil mit MODERNEM TOUCH



Das Mercure Wien City
präsentiert sich in
neuem Glanz



21. Jahrhundert trifft auf Wiener Secession

Perfekt im Einklang mit der „Discover Local“-Philosophie von Mercure verbindet das neu gestaltete Mercure Wien City nahtlos lokales Kulturerbe mit zeitgenössischem Design. Die umfassende Renovierung ist inspiriert von den markanten geometrischen Mustern und starken Kontrasten der Wiener Werkstätte. Ein zentrales Motiv war die Postkarte „Wiener Cafe: Der Litterat“ des Künstlers Moriz Jung. Neben der Neugestaltung aller

123 Zimmer wurde besonderes Augenmerk auf die öffentlichen Bereiche gelegt. Diese erinnern an ein Wiener Kaffeehaus und präsentieren lokale Handwerkskunst sowie polnische Möbel. Lobby, Rezeption, Bar und Frühstücksrestaurant wurden umfassend modernisiert, wobei der Frühstücksbereich zusätzlich erweitert wurde, um den Komfort der Gäste zu erhöhen. Das Interior Design, entworfen vom polnischen Designbüro AKA Studio, zeichnet sich durch handgefertigte Möbel und Beleuchtungselemente aus. Die Integration moderner LED-Beleuchtungssysteme und wassersparender Sanitärtechnik unterstreicht das Engagement des Hotels für Nachhaltigkeit.

Inspiziert von der berühmten „Wiener Werkstätte“ vereint das Hotel nach seiner erfolgreich abgeschlossenen Renovierung durch den Partner und Hotel-Eigentümer AccorInvest nun die raffinierte Eleganz des Wiener Jugendstils mit modernem Komfort. Die umfassende Modernisierung umfasst alle 123 Gästezimmer sowie die öffentlichen Bereiche, darunter den Empfangsbereich, die Lounge und die Bar. Die Renovierung ist ein weiteres Beispiel für die 2023 angekündigte Strategie von Accor zur Markenerneuerung und Portfolio-Modernisierung. Als eines der weltweit führenden Hospitality-Unternehmen betreibt Accor 5.700 Hotels unter mehr als 45 Marken.

[all.accor.com](https://www.all.accor.com)



Copyrights © Mercure, Abaca Press, Mitja Kobal

Four Seasons

ERWEITERT PORTFOLIO in GRIECHENLAND



Das neue **Four Seasons Resort** in Hinita Bay in Porto Heli bietet einen faszinierenden Blick auf die Ägäis, modernstes Design und den renommierten persönlichen Service der Marke.

Im Südosten Griechenlands bietet das Four Seasons Resort and Residences Porto Heli einen Blick auf die Bucht des argolischen Golfs. Durch die Erweiterung und Neugestaltung wird ein bestehendes Anwesen direkt am Strand, das sich derzeit über 75 Hektar und mehr als drei Kilometer Küstenlinie erstreckt, in ein neues Four Seasons-Erlebnis mit 80 Gästezimmern und Suiten, 30 Bungalows sowie Villen der Marke Four Seasons verwandelt.

„Während wir unser außergewöhnliches Portfolio an Hotels, Resorts und Residenzen in Griechenland weiter ausbauen, wird Four Seasons mit Porto Heli eine weitere dynamische Resort-Destination für anspruchsvolle Gäste und Einwohner schaffen“

meint Bart Carnahan, President, Global Business Development, Portfolio Management and Residential, Four Seasons.

Porto Heli, einst vor allem als Fischerdorf bekannt, hat sich mit seinen idyllischen Stränden, stattlichen Villen und seinem pulsierenden Nachtleben zu einem dynamischen Sommerreiseziel entwickelt. Die Gegend ist bekannt für ihre beeindruckende Natur, den bequemen Zugang zu den Inseln Spetses, Hydra und Poros und die Nähe zum antiken Theater von Epidaurus, das auf der UNESCO-Liste des Weltkulturerbes steht, sowie der historischen Stadt Nafplion.

Idyllisches Sommerziel

Die grünen Landschaften, die malerischen Küsten und das türkisfarbene Wasser haben zusammen mit den hochmodernen Annehmlichkeiten und dem traditionellen Charme des Ortes den Luxustourismus und die Entwicklung von Immobilien angezogen und machen Porto Heli zu einem idealen Ort für einen luxuriösen Rückzugsort.

Inmitten eines 1,3 Hektar großen Gartens ist das Spa des Resorts geplant: Der Wellnessbereich umfasst eine Lounge, mehr als 18 Behandlungsräume, Fitness- und Bewegungsräume sowie eine Thermal-Suite mit Saunen, Dampfbädern, warmen und kalten Tauchbecken und einem Salzwasserpool.

Purer Luxus

Porto Heli ist über eine zweieinhalbstündige Autofahrt, einen kurzen Hubschrauberflug, eine tägliche Fähre oder einen privaten Bootsverkehr gut an Athen angebunden. Das Four Seasons Resort and Residences Porto Heli ergänzt das bestehende Four Seasons-Portfolio in Griechenland, zu dem auch das preisgekrönte Four Seasons Astir Palace Hotel Athen und das Four Seasons Resort Mykonos gehören, das im Jahr 2025 eröffnet werden soll.

www.fourseasons.com



IM HERZEN *der Modestadt*

**DIREKT AM EINGANG ZUM
BERÜHMTE FASHION DISTRICT,
IM HERZEN DER PULSIERENDEN
STADT ANTWERPEN,
LIEGT DAS NEUE MOTEL ONE**

Das Haus ist nach dem Motel One Brüssel das zweite der Budget Design Hotelgruppe in Belgien. Das Interior Design spiegelt das in Antwerpen allgegenwärtige Thema Mode mit vielen liebevollen Details wider.

Das Hotel verfügt über 219 Zimmer, eine stylische Lounge mit Bar sowie Platz zum entspannten Arbeiten inklusive zwei Konferenzräumen. Dass Mode im neuen Hotel eine zentrale Rolle spielt, wird schon beim Betreten deutlich: handgewebte Teppiche, entworfen von Christoph Hefti, einem ehemaligen Schüler und Assistenten des belgischen Star-Designers Dries Van Noten, setzen in der Lobby kunstvolle Akzente. Ein Highlight im Frühstücksbereich sorgt für ein Schmünzeln: Hier scheinen Kleidungsstücke von den Bügeln gefallen zu sein – ein kreatives und verspieltes Detail.



Die Liebe zum Detail ist im offenen Lounge- und Frühstücksbereich in jeder Ecke spürbar. In der Lounge werden die Gäste in die Atmosphäre eines großen Modeateliers versetzt: Tischplatten erinnern an Knöpfe, Stuhllehnen an T-Shirts, und Sessel sind mit verschiedenen Stoffarten und -mustern bezogen. Ein Raumteiler ist mit Nähmaschinen und Scheren dekoriert, Stoffbahnen schmücken die Wände, und Garnspulen dienen als originelle Lichtquellen. Wand- und Deckeninstallationen zeigen Designskizzen und verleihen dem gesamten Innenraum eine kreative Note. In dieser inspirierenden Umgebung befindet sich auch die Workbench, die sich nach dem Frühstück in einen Coworking-Space verwandelt.



Der perfekte Rückzugsort

Jedes der stilvollen 219 Zimmer verfügt über ein komfortables Boxspringbett mit Bezügen aus 100 Prozent ägyptischer Baumwolle, eine Raindance-Dusche, flauschige Luxushandtücher sowie Fußbodenheizung im Bad und eine Klimaanlage. Für Unterhaltung sorgen Flatscreen-TVs und schnelles High-Speed-WLAN. Wie in allen Häusern der Motel One Gruppe kommt auch hier ausschließlich grüner Strom zum Einsatz. Natürliche Seifen und Duschgels ohne Mikroplastik stehen in wiederbefüllbaren PET-Spendern zur Verfügung.





HOTEL *Regina*

Designklassiker in einem Grandhotel: Spektakulär auf einer Klippe am Atlantik gelegen, hat das 5 Sterne-Luxushotel „**Regina Experimental Biarritz**“ unlängst ein neues Interieur aus der Hand von Innenarchitektin Dorothee Meilichzon erhalten.



Im 19. Jahrhundert entdeckte der europäische Adel das einstige Fischerdorf Biarritz als Sehnsuchtsziel für die Sommerfrische. In spektakulärer Lage unmittelbar an der Steilküste entstand das Hotel Regina mit imposantem Blick über den Ozean. Bis heute zählt es zu den berühmtesten Hotels an der südfranzösischen Atlantikküste. Im Auftrag der Experimental Group übernahm nun die französische Innenarchitektin Dorothee Meilichzon die Neugestaltung des Hauses und verwandelte das geschichtsträchtige Grandhotel in ein zeitgemäßes 5-Sterne-Luxusdomizil. Die Belle-Époque-Fassade des „Regina Experimental Biarritz“

blieb in ihrer ganzen Pracht erhalten. Im neuen Gewand zeigt sich das Herzstück des Hauses, die Bar und Lounge im 15 Meter hohen Atrium mit einer Decke aus Glas und Metall. Hier ergänzte Dorothee Meilichzon pastellblaue Akzente und maritime Streifen zu den typisch baskischen Farben Dunkelrot und Weiß. Kurven und Rundbögen sind Leitmotive der Architektur und finden sich in den maßgefertigten Polstermöbeln wieder. Die zentrale Bar gestaltete die Innenarchitektin als Hommage an Eileen Gray – und wählte für die Möblierung den Ende der 1920er Jahre von Gray entworfenen Bar Stool No. 2 aus.

Die elegante Stehleuchte

Den bequemen Sitzinseln in der neu gestalteten zentralen Lounge des Luxushotels spenden elegante Stehleuchten Licht, die ebenfalls aus der Feder Eileen Grays stammen. Eigenwillig und mit einem Schuss Humor ist die Roattino Floor Lamp aus dem Jahre 1931 ein für die non-konforme Künstlerin typischer Entwurf. Ihre ungewöhnliche Linienführung erinnert an eine Schlange, die sich vom Boden in die Höhe erhebt und den Kopf – in diesem Fall den Leuchtenkopf – leicht neigt. Das S-förmige charakteristische Rohr der Leuchte sowie der Fuß bestehen aus schwarz oder cremeweiß lackiertem Stahl. Die dimmbare Leuchte wird mit einem Fußschalter ein- und ausgeschaltet. Der elegante schwenkbare Schirm aus schwer entflammbarem, weißem Stoff dämpft das Licht und schafft eine angenehm warme Atmosphäre.



www.reginaexperimental.com

Ein unkonventioneller Klassiker

Neben klassischen Sitzmöbeln wie Sofas oder Sesseln schuf Eileen Gray auch eine Serie von unkonventionellen Barhockern. Der Bar Stool No. 2, im Jahre 1928 ursprünglich für ihr Haus E1027 entworfen, stand auch in der Pariser Wohnung der legendären irischen Gestalterin in der Rue Bonaparte. Ein gebogenes Gestell aus einem schwarz oder cremeweiß lackierten Stahlprofil, gegenüberliegend zwei matt gebürstete Edelstahlstäbe und die lederne Polsterung charakterisieren den grafisch anmutenden Barhocker und unterstreichen Eileen Grays Sinn für funktionales und vielseitiges Design.



MAURITIUS

DER HIMMEL *auf Erden*

LAUT MARK TWAIN HAT
GOTT DAS PARADIES
NACH DEM VORBILD VON
MAURITIUS GESCHAFFEN.
DEM IST NICHTS
HINZUZUFÜGEN

Autor:
Daniela de Cillia

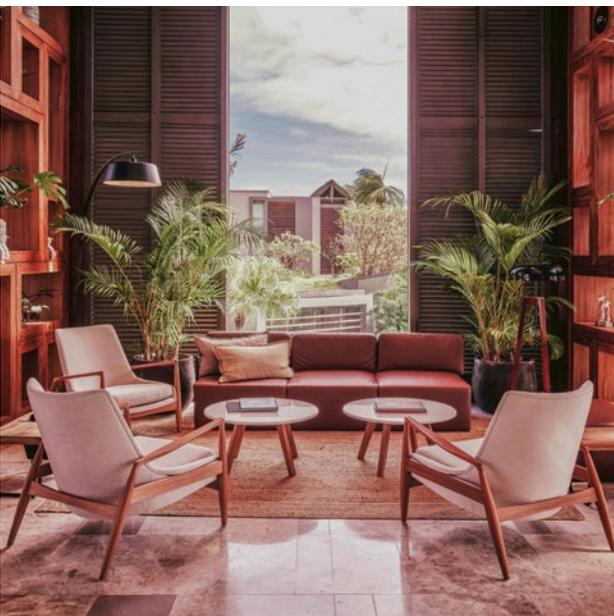


Der Anblick von türkisem Meer, umsäumt von weißen Sandstränden und von bizarren, steil aus den Zuckerrohrplantagen hervorragenden grünen Bergen, erfüllt jeden Traum von einem perfekten Urlaub. Die Hotelgruppe Sunlife auf Mauritius ist Ende 2022 aus einem Rebranding der ehemaligen Sun Resorts hervorgegangen. Dabei wurden die Fünf- und Vier-Sterne-Hotels Sugar Beach, Long Beach, La Pirogue und Ambre modernisiert. Ergänzt wird das Portfolio durch den weltberühmten und vom zweifachen Masters-Champion Bernhard Langer entworfenen Golfclub Ile aux Cerfs auf der gleichnamigen Privatinsel.



Kolonialer Villenbau

Das Haupthaus des in einer weitläufigen Parkanlage eingebetteten Fünf-Sterne-Resorts Sugar Beach erinnert an elegante Herrenhäuser der Kolonialzeit. Hohe Decken, großzügige Bogenfenster und imposante Säulen prägen die Außenfassade, im Inneren sorgen natürliche Materialien und eine dezente cremefarbene Farbpalette für eine luxuriöse, entspannte Atmosphäre. Durch die offen gestaltete Lobby gelangt man – mit ständigem Blick auf das verlockende Meer – über eine Freitreppe zu den gepflegten Rasenflächen und dem mit 2000 Quadratmetern größten Pool der Insel. Authentischer angelegt ist das direkt daneben befindliche Vier-Sterne-Resort La Pirogue. Benannt nach den traditionellen Fischerbooten auf Mauritius – den sogenannten Piroguen – vermitteln die schilfbedeckten Chalets mehr ursprüngliche Atmosphäre.





Hort der Entspannung

Eine grüne Oase, bestehend aus zehntausenden Pflanzen, Kokospalmen und einer Vielzahl von Mangroven-Bäumen, umgibt das am längsten und namensgebenden Strand der Insel gelegene Hotel Long Beach. Pulsierender Mittelpunkt dieses Fünf-Sterne-Resorts ist eine zentral gelegene Piazza, umrahmt von Restaurants, Geschäften und Bars.

Bei der Ausstattung der Anlage hat man großteils auf natürliche Farben, sanfte Korallentöne und Akzente in sattem Meeresblau geachtet, ergänzt durch Elemente aus Naturstein und Treibholz.

Das weitläufige Spa Center weist Elemente aus Vulkangestein und Holz auf. Mehrere Wasserspiele schaffen im gesamten Spa-Bereich eine beruhigende Atmosphäre. Zahlreiche Restaurants bieten eine Auswahl an mauritischen Gerichten oder moderne Interpretationen der indischen, thailändischen und chinesischen Küche. Japanische Spezialitäten bietet hingegen das Restaurant Hasu, das zu den besten asiatischen Lokalen der Insel zählt. Mögliche überflüssige Kalorien kann man bei den vielfältigsten Wassersportarten oder bei einem Ausflug mit den hauseigenen E-Bikes loswerden.

yoursunlife.com

Fazit

Die Sunlife Gruppe ist ein lebendes Beispiel, wie Hotellerie im Premium-Segment und sanfter Tourismus funktionieren können.

GLOW by Sunlife

Dieses neue ganzheitliche Wellnesskonzept vereint moderne Behandlungstechniken und natürliche Produkte. Ein ganzheitlicher Ansatz, der überdies auf das jahrhundertealte Wissen über die Heilkräfte der einheimischen und endemischen Pflanzen zurückgreift und unter anderem auch Heilkräuter aus dem hoteleigenen Garten verarbeitet.

Grosses Bemühen besteht um Nachhaltigkeit, wofür das Resort Long Beach von der mauritischen Tourismusbehörde als bestes nachhaltiges Hotel 2024 gekürt wurde. Das Wasser wird recycled, Lebensmittel werden nicht auf den Müll geworfen, Plastikflaschen verboten. Lediglich beim Wasserverbrauch ist noch Luft nach oben. Minutenlanges Rinnenlassen, damit das Wasser in der Dusche halbwegs warm wird, ist etwas kontraproduktiv.

Zu Recht stolz sein kann die Hotelgruppe auf ihr Korallenaufzuchtprogramm. Überdies produziert die Gruppe ihren eigenen Honig, und 98 Prozent des Gemüses sowie 40 Prozent des Obstes stammen aus lokaler Landwirtschaft.

Hotel&Design Bewertung

Architektur:	★★★★
Design:	★★★★
Kulinarik:	★★★★
Spa:	★★★★★
Service:	★★★★★

MELIA PYJAMA

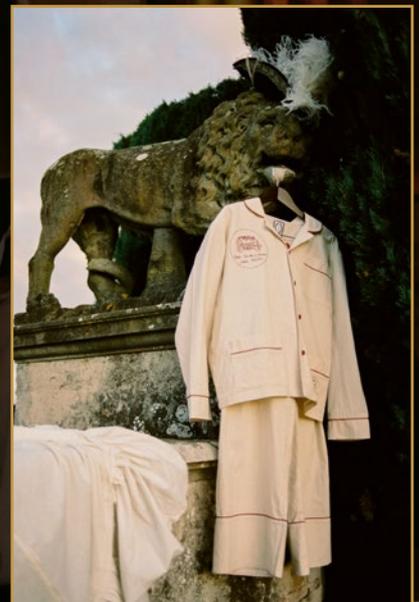
Dreamsuit

Die von Jorge Parra gegründete Modemarke Monsieur Parra und The Meliá Collection haben gemeinsam eine Pyjama-Kollektion entworfen.

Die Kollektion umfasst fünf einzigartige Designs, jedes aus Bio-Baumwolle gefertigt und mit Stickereien verziert, die die Geschichte und die Philosophie einiger der berühmtesten Hotels der Marke widerspiegeln. Die Zusammenarbeit zwischen The Meliá Collection und Monsieur Parra stellt eine außergewöhnliche Synergie zwischen zwei Marken dar, die ähnliche Werte teilen - eine tiefe Wertschätzung für Kunst, Kultur, Geschichte und Individualität.

Handgefertigt, elegant und inspirierend

Die exklusive Kollektion ist von den Flaggship-Hotels der Marke inspiriert: Casa de las Artes, Maison Colbert, Villa Marquis, Tenuta di Artimino und Meliá London Kensington. Die Linie umfasst fünf verschiedene Designs, darunter eine exklusive Kinderedition, die jeweils einem Hotel gewidmet ist. Ziel ist es, Kunden in das sinnliche Universum von Luxus, Eleganz sowie Komfort zu entführen, das die Meliá Collection widerspiegelt. Die aus Bio-Baumwolle gefertigten und mit Stickereien verzierten Pyjamas erhöhen nicht nur den Komfort und die Funktionalität eines Kleidungsstücks wie des Schlafanzugs, sondern verwandeln ihn auch in ein Symbol für Raffinesse.

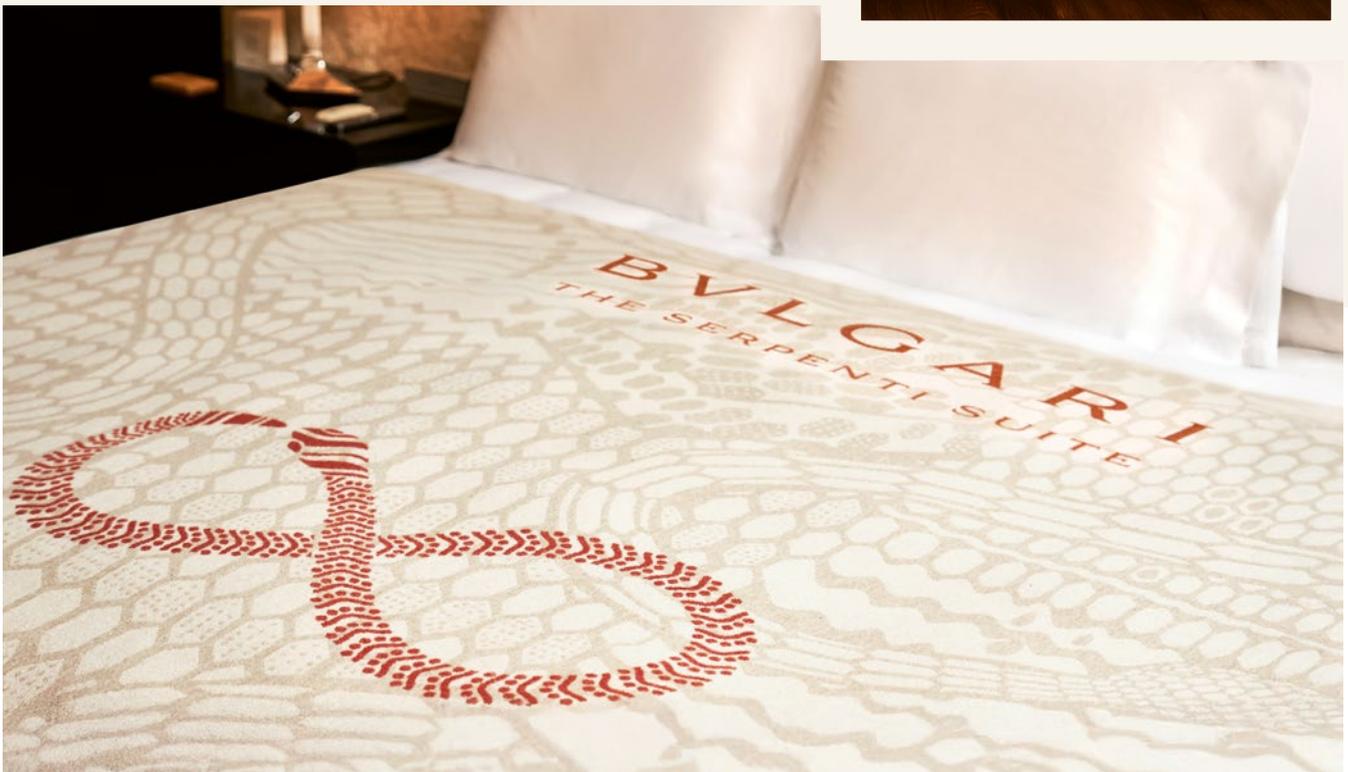


Die exklusive Loungewear-Kollektion wird online unter www.meliadreamsuits.com und in ausgewählten The Meliá Collection Flagship-Häusern erhältlich sein – darunter Casa de las Artes, Maison Colbert, Villa Marquis, Tenuta di Artimino und Meliá London Kensington.

EINE HOMMAGE AN DAS LEGENDÄRE *Serpenti*



Bulgari Hotels & Resorts eröffnete am 9. Januar 2025 in Shanghai und Peking die ersten „*Serpenti Suites*“, die mit kunstvollem Design die Eleganz des ikonischen Serpenti-Motivs einfangen.



Copyrights © Bulgari

Seit 1948 ist Serpenti ein zentrales Motiv von Bulgari und symbolisiert Weisheit, Wandel und Wiedergeburt. Diese Bedeutungen harmonieren mit Bulgari's Tradition ständiger Erneuerung und finden ihren Ausdruck in den kunstvoll gestalteten Suites. Neben luxuriösen Details wie Vorhängen von Rubelli (ausgenommen Peking, Shanghai und Bali) und edlen Kaschmirdecken

schmücken Vintage-Werbekampagnen und Bücher zur Geschichte des Serpenti das Ambiente. Die Serpenti Suites stehen Gästen ganzjährig für ein unvergleichliches Erlebnis zur Verfügung. Zum chinesischen Neujahr am 27. Januar, passend zum Jahr der Schlange, folgen die Enthüllungen in weiteren Häusern der Kollektion.

AUTO - *Faszination*

DAS AMERON MÜNCHEN MOTORWORLD HAT SICH DER FASZINIERENDEN WELT DER AUTOMOBILE VERSCHRIEBEN

www.ameroncollection.com



Copyrights © Ameron, Holger Rauner

Das Audi Zimmer

Das Audi Zimmer ist eine Hommage an den Audi 100 der ersten Generation (C1, Typ F104), der von 1968 bis 1977 produziert wurde. Mit seiner innovativen Technik und der stilvollen Karosserieform legte der Audi 100 damals den Grundstein für die Erfolgsserie, die noch heute im Audi A6 fortgeführt wird. Das in Inarisilber Metallic gehaltene Exponat macht nicht nur die Designästhetik der 1970er Jahre greifbar, sondern symbolisiert auch den Fortschritt und die Präzision, für die Audi steht. Besonders markant: Der Audi 100 wird mit eingeschaltetem vorderen Blinker in Szene gesetzt, was ein Gefühl von Dynamik und zeitloser Eleganz erzeugt.

Jüngst wurden zwei neue Themenzimmer eröffnet, die sich voll und ganz der Leidenschaft für Legenden auf vier Rädern widmen. Mit dem BMW Zimmer und dem Audi Zimmer erweckt das Hotel zwei waschechte Klassiker zum Leben.

Das BMW Zimmer

Das Herzstück des neuen BMW Zimmers ist ein original BMW 1502 aus dem Jahr 1975, ein Klassiker der legendären „02er“-Baureihe (E10). Diese Modelle wurden zwischen 1966 und 1977 gebaut und verkörperten das Konzept eines kompakten Familienautos mit sportlichen Fahreigenschaften. Vor allem die leistungsstärkeren Varianten wie der 2002 ti galten in den 1970er Jahren als extrem dynamisch. Der BMW 1502, der im Zimmer inszeniert wird, präsentiert sich in seiner Originallackierung in Ockerbraun, einer typischen Farbe der Zeit. Mit seiner schnörkellosen Eleganz und der unverwechselbaren Silhouette bringt er den Charme der 70er direkt ins Hotelzimmer. Das Fahrzeug wird als außergewöhnliches Autobett zum zentralen Element des Raumkonzepts. Beleuchtet mit den originalen Abblendscheinwerfern vermittelt der Wagen den Eindruck, jederzeit startklar zu sein.



ÖHV-KONGRESS 2025

Eine Tagung in bewegten Zeiten. So wird der ÖHV-Kongress 2025 in Erinnerung bleiben. Es waren diesmal nicht nur die vielen spannenden Vorträge und Podiumsdiskussionen, die die Veranstaltung prägten, sondern auch die Gespräche der Teilnehmer:innen untereinander, die sich um geänderte politische Verhältnisse - ob in Österreich oder den USA - drehten.



Es bleibt kein Stein auf dem anderen. Es wird sich erst zeigen, was das bedeuten wird



Walter Veit
Präsident
der ÖHV

so leitete der auf weitere drei Jahre wiedergewählte Präsident der ÖHV, Walter Veit, seine Begrüßung an die Teilnehmer:innen ein. Zwar zeichne sich bei den Regierungsverhandlungen hierzulande so mancher Konsens ab, doch sei man vom idealen Standort noch weit entfernt. Ein solcher setzt eine niedrige Steuerquote, gezielte Zuwanderung, einen überschaubaren Bürokratieaufwand und die Übernahme von Inputs aus der Praxis durch die Regierung voraus. So wies Präsident Veit darauf hin, dass mit einem Kontingent von 4.295 Arbeitskräften aus Drittstaaten nur ein Viertel des tatsächlichen Bedarfs im Tourismus gedeckt sei. Insgesamt machten die Saisoniers nicht einmal zwei Prozent der rund 240.000 Beschäftigten aus. „Wir brauchen Rückenwind bei Nachhaltigkeit, Digitalisierung und Arbeitsmarkt. Dafür setzen wir uns ein. Nur wenn der Standort gesichert ist und wir zufriedene Gäste haben, kann der Tourismus seine Funktion als Konjunkturstütze und Leitbranche in guten wie in schlechten Zeiten auch weiterhin erfüllen“. Von den vielen spannenden Vorträgen seien an dieser Stelle zwei hervorgehoben: die erste mit dem Titel: „Gen Z: neue Gäste, neue Ansprüche“. Wie die Gen Z, also jene, die zwischen 1995 und 2010 geboren wurde, tickt und was sie von einem Hotel und einer Destination alles erwartet, hat der Transformationsexperte

Dr. Vladimir Preveden für die ÖHV analysiert: „Vieles, was aktuell gerade als Trend gesehen wird, ist für die Gen Z eine Selbstverständlichkeit und fixer Bestandteil ihres Lebens. Nachhaltigkeit und Digitalisierung sind zwei der bekanntesten Beispiele dafür.“ Als Basis der Studie dient die 360-Grad Guest-Journey. Die Generation Z nutzt Social Media als primären Kommunikations- und Inspirationskanal. Viele Top-Hotels sind in den sozialen Netzen bereits aktiv: 9 von 10 kommunizieren mit ihren Gästen über Facebook und Instagram, so das Ergebnis einer Befragung unter ÖHV-Mitgliedern im Rahmen der Studie. Bei TikTok gibt es noch Luft nach oben, 16 Prozent bespielen den Channel aktiv. Wichtig dabei: Authentizität.

Mindestens genauso wichtig: die richtigen Angebote. „Und diese sind idealerweise personalisiert. Die Gen Z erwartet maßgeschneiderte Offerte und eine personalisierte Nachbetreuung“, erklärt Preveden. Auch ein persönliches Willkommen ist wichtig, wengleich auch der Check-In möglichst digital und nahtlos vonstatten gehen soll. Was im ersten Moment wie ein Widerspruch wirkt, hat bedeutende Auswirkungen auf Jobdiscriptions. Rezeptionsmitarbeiter:innen werden zukünftig zu Welcome-Manager:innen. Digitalisierung macht natürlich nicht beim

Check-In halt, auch bei In-Room-Technologien gibt es noch Potentiale. Während High Speed WLAN Standard ist, sind smarte Zimmer und TV-Geräte sowie digitale Concierge-Dienste stark im Kommen.

Nachhaltigkeit als Grundpfeiler

Ein Faktor, der bei fast jedem Punkt in der Guest-Journey mitschwingt, ist Nachhaltigkeit. „Österreichs Top-Hotels sind hier bereits sehr gut aufgestellt und engagiert. Jeder zweite Betrieb gab an, dass die Nachhaltigkeitsbemühungen im Hotel gut für den Gast erkenn- und sichtbar sind. „Da gibt es

Das zweite, überaus spannende und auch erschreckende Thema: „Die dunklen Seiten der KI“, vorgetragen von Mark-Thorben Hofmann, einem international agierenden Profilingexperten. Wie Hacker KI und Deepfakes für verbrecherische Zwecke nutzen, berichtete der Kriminal- und Geheimdienstanalyst Mark-Thorben Hofmann in seinem vom Publikum mit größter Aufmerksamkeit verfolgten Referat. Wäre Cybercrime eine Volkswirtschaft, so wäre sie nach den USA und China mit einem Volumen von 10,5 Billionen Dollar die drittgrößte Volkswirtschaft der Welt. In letzter Zeit sind auch Hotels verstärkt ins Visier von Hackern geraten. Das Lösegeld („zahlbar in Bitcoins innerhalb von 48 h“) wird an die Betriebsgröße angepasst. Üblich, so der Experte, sind fünf Prozent des Hotelwertes. Meist erfolgt eine „abgestufte Drohung“: Es beginnt mit der Ankündigung „Wir legen Ihre Webseite lahm“ und reicht bis zur Drohung einer Veröffentlichung aller Daten (auch gegenüber dem Finanzamt!) und der Information der Presse. 90 Prozent der Erpressungsfälle gehen auf Verhaltensfehler von Mitarbeitern zurück. Diese sind für die Verbrecher das primäre Einfallstor gemäß dem Spruch „Amateurs hack systems, professionals hack people“. Zeitdruck, Emotion oder (vorgebliche) Ausnahmesituationen sind oft der Grund, weshalb sensible Daten preisgegeben werden.

„Deepfakes“ und KI haben die Gefahr in jüngster Zeit noch wesentlich verschärft. Man kann sich heute online in Ton und Bild als jeder beliebige Mensch ausgeben, wie Hofmann dem Publikum anhand einer durchaus echt anmutenden, aber natürlich fingierten Video-

noch Potential, das man heben kann. Die nachhaltige Erfolgsgeschichte vieler Häuser kann man besser vermarkten und mehr in das Schaufenster stellen“, ist Preveden überzeugt.



Dr. Vladimir Preveden
ist ein erfahrener Unternehmensberater für strategische Transformation und hat mehr als 220 Unternehmen in der DACH-Region und CEE erfolgreich durch Veränderungsprozesse begleitet.

Grußbotschaft von US-Präsident Trump an den Innsbrucker ÖHV-Kongress demonstrierte (zu deren Herstellung ein Deepfake-Spezialist kaum länger als eine Minute braucht).

Angesichts dieser Bedrohungen muss Cybersecurity unbedingt Chefsache sein, mahnte Hofmann, der sich auf das Verhalten von Cyber-Kriminellen und deren Psychologie spezialisiert hat. Alles ist so gut zu sichern, wie es nur möglich ist, wobei zur technischen Sicherheit auch eine „menschliche Firewall“ gehört. Neben den technischen Sicherungen ist also das psychologische Bewusstsein für die zunehmenden Bedrohungen (Stichwort „Awareness“) ein Muss. Hofmann rät, interne Schulungen durchzuführen, einen möglichen Cyber-Angriff im Unternehmen durchzuspielen, einen Passwort-Manager einzusetzen und einen auf Papier ausgedruckten Notfallplan bereit zu haben. Die Schaffung eines vertraulichen betriebsinternen Codewortes sei übrigens eine Maßnahme, die in Form eines familieninternen Passworts auch im privaten Bereich im Notfall sehr hilfreich sein kann.



Mark-Thorben Hofmann
ist Kriminal- & Geheimdienstanalyst und Organisationspsychologe (M.A.). Er hat sich auf das Verhaltens- & Cyber-Profilingspezialisiert und wissenschaftliche Interviews mit Straftätern, Psychopathen und Hackern geführt, um die Innenperspektive zu verstehen.

Der nächste ÖHV-Kongress 2026 findet in Linz 14. – 16. Jänner 2026 statt.

ALPINE TOURISMUSMARKT

Wie entwickeln sich die Top-Ferienregionen der Alpen? Welches touristische Potenzial steckt in diesen Gebieten, und welche Chancen ergeben sich für die Immobilienwirtschaft? Antworten liefert der **Alpine Destination Report** der Prodingler Tourismusberatung. Diese umfassende Marktanalyse bewertet 21 führende alpine Destinationen anhand der Kriterien „Angebot & Nachfrage“, „Preisniveau“ und „Attraktivität“.

Die Analyse berücksichtigt wirtschaftliche sowie qualitative Faktoren und gewichtet diese entsprechend: Attraktivität (40 Punkte), Angebot & Nachfrage (30 Punkte) und Preisniveau (30 Punkte). Neben klassischen Indikatoren wie Übernachtungszahlen und Bettenangebot werden auch spezifische Kriterien wie Pistenkilometer, Schneesicherheit sowie Skipass- und Übernachtungspreise einbezogen.

An der Spitze des Rankings stehen das Ötztal, Serfaus-Fiss-Ladis sowie Lech-Zürs/Warth-Schröcken. Das Ötztal überzeugt mit einer starken touristischen Infrastruktur, stabiler Nachfrage und einem attraktiven Preisniveau. Regionen wie Schladming-Dachstein, Seefeld, Wilder Kaiser und Zell am See-Kaprun punkten insbesondere in der Kategorie „Angebot & Nachfrage“ dank

hoher Bettenauslastung und geringer Saisonalität. Solche Destinationen bieten langfristige Stabilität und sind weniger anfällig für saisonale Schwankungen. Im Bereich „Preisniveau“ spiegeln sich sowohl die Ausgabebereitschaft der Gäste als auch die wirtschaftliche Positionierung der Destinationen wider. Hier dominieren Lech-Zürs/Warth-Schröcken, Kitzbühel und St. Anton am Arlberg, die eine gute Balance zwischen Exklusivität und Erschwinglichkeit bieten. In der Kategorie „Attraktivität“ stehen qualitative Wintersport-Faktoren im Mittelpunkt, darunter Pistenkilometer, Höhenlage und die Anzahl der Öffnungstage der Skigebiete. Spitzenreiter in dieser Disziplin sind das Ötztal, Pitztal und St. Anton am Arlberg. Dabei zeigt sich, dass ein abwechslungsreiches Angebot die Wiederbesuchsraten deutlich erhöhen kann.

Basis für strategische Investitionen im Immobilienbereich

Parallel zu ihrer touristischen Anziehungskraft gewinnen die alpinen Destinationen als Standorte für Immobilieninvestitionen an Bedeutung. Die steigende Nachfrage nach Freizeit- und Ferienwohnungen macht eine fundierte Marktanalyse essenziell. Der Alpine Destination Report untersucht daher auch immobilienwirtschaftliche Faktoren wie das regionale Einkommensniveau und die Entwicklung der Immobilienpreise. Damit werden Wettbewerbsvorteile und Zukunftspotenziale plastisch dargestellt. Die Ergebnisse zeigen, dass etablierte Destinationen im internationalen Vergleich gut positioniert sind, aber auch Optimierungspotenzial besteht. Insbesondere die Saisonalität sowie der zunehmende Wettbewerb stellen Herausforderungen dar, die durch gezielte Investitionen in Infrastruktur und Qualitätsmanagement bewältigt werden können. Investoren erhalten mit dem Report eine belastbare Grundlage für strategische Entscheidungen in Bezug auf Nachfragepotenzial, Preissegmentierung und Attraktivitätssteigerung. Die detaillierte Analyse erlaubt es, nachhaltige Wachstumsstrategien zu entwickeln und die Zukunft des alpinen Tourismus aktiv zu gestalten. Mit einem klaren Verständnis der regionalen Stärken und Schwächen können Entscheidungsträger gezielt agieren, um die Position der Alpen als eine der führenden Ferienregionen Europas langfristig zu sichern.

Rückfragen und Kontakt:
Prodinger Tourismusberatung
Thomas Reiszahn
 +43 1 890 730 9
 t.reiszahn@prodinger.at

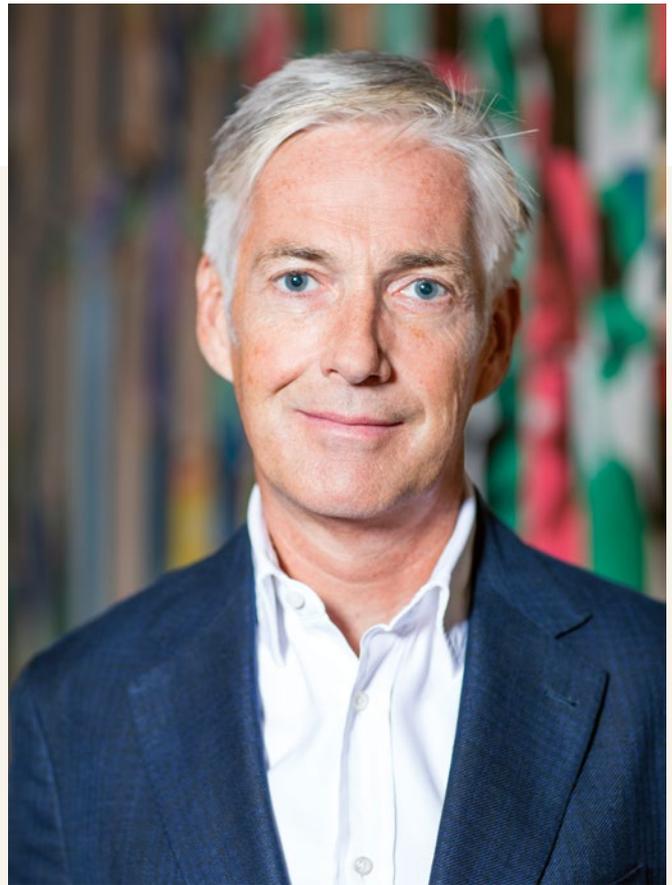


Foto: Florian Lechner

GESAMTPLATZIERUNG	SUB-RANKING			GESAMT-RANKING 100%
	ANGEBOT & NACHFRAGE 30%	PREIS-NIVEAU 30%	ATTRAKTIVITÄT 40%	
Ötztal Tourismus	10	10	1	1
Serfaus-Fiss-Ladis	7	5	9	2
Lech Zürs/Warth-Schröcken	19	1	4	3
Kitzbühel Tourismus	16	2	7	4
St. Anton am Arlberg	21	3	3	5
Zell am See-Kaprun	4	8	13	6
Tux-Finkenberg	9	14	6	7
Wilder Kaiser	3	7	17	8
Saalbach Hinterglemm	15	4	11	9
Paznaun-Ischgl	20	9	4	10
Stubai Tirol	5	20	8	11
Pitztal	14	19	2	12
Schladming-Dachstein	1	11	18	13
Achensee	6	6	19	14
Mayrhofen-Hippach	8	13	14	15

PRODUKT *Essentials*

PRODUKTE, AUF DIE MAN NICHT VERZICHTEN SOLLTE

Eine bunte Zusammenstellung kuratiert von:

Daniela de Cillia

Lifestyle zu jeder Jahreszeit

Auch wenn die Temperaturen frisch sind, sind die Augenblicke unter freiem Himmel noch lange nicht vorbei. Für diese Momente bietet Fast, der italienische Outdoormöbel-Hersteller, elegante und praktische Möbel, die Gärten und Außenbereiche das ganze Jahr über in einladende Komfort- und Entspannungsoasen verwandeln können. Die aus Aluminium gefertigten Möbel zeichnen sich durch ihre Witterungsbeständigkeit und außergewöhnliche Langlebigkeit aus. Außerdem bieten sich auch Möglichkeiten zur individuellen Gestaltung, was dank der betriebsinternen Produktion und einer großen Vielfalt von Oberflächen, die von Mörtel über Holz bis hin zu Lavastein reichen, möglich ist. Ein Beispiel dafür sind die neuen Kollektionen Naca, Roè und Samba, entworfen von Francesco Meda und David Lopez Quincoces.



Nachhaltige Innovation für Raumakustik

Auf der Architect@Work Frankfurt stellte Baur Akustik die Produktlinie WOOPIES LIGHT RE vor. Der Wollanteil im Kern der Akustikelemente besteht zu 60 Prozent aus recycelter Schurwolle aus Produktionsabfällen, während die Nadelfilzoberflächen zu 90 Prozent aus Wolle mit einem hohen Recyclinganteil aus Alttextilien gefertigt sind. Mit fünf Farbvarianten und einem offenen Kanten-Design bieten sie vielseitige Gestaltungsmöglichkeiten. Die Paneele lassen sich flexibel an Wänden oder Decken montieren.



Hut trifft Sofa, Kunst trifft Möbel

Die international gefeierte Hutmacherin und Künstlerin Maryam Keyhani und die in Lemgo ansässige Sitzmöbelmanufaktur Freifrau haben ein gemeinsames Designprojekt realisiert, das die Grenzen zwischen Möbelstück und Kunstobjekt verschwimmen lässt. Die besonderen Kissen und Poufs der Kollektion „Freifrau Manufaktur x Maryam Keyhani“ erinnern in ihrer Form an Hüte und laden Menschen zum Schmunzeln, Staunen und Verweilen ein. Die in Hutform designten Kissen und Poufs sind nicht nur gemütliche Begleiter, sondern auch charmante Blickfänger.

Draußen Zuhause

Draußen ist das neue Drinnen – Terrassen, Loggien und Gärten werden zunehmend zum zweiten Wohnzimmer. Dining Groups bilden den kommunikativen Mittelpunkt. Eine modern und geradlinig gestaltete „Persönlichkeit“ mit einer sehr eleganten Ausstrahlung stellt die QUADUX Dining Group aus der Serie „greenline by ZEBRA“ dar. Das Programm hat viel zu bieten: superbequeme Armlehnsessel und Sitzbänke, quadratische Tische mit hochwertiger recycelter Teakholz-Platte, einem Gestell in unterschiedlichen Ausführungen und auf Wunsch sogar mit Sektkühler oder Flaschenhalter.



Natur auf der Wand

Die fünf neuen INKU Buchclub Kollektionen überzeugen mit Optik und Qualität. Sie vereinen moderne Muster, spannende Strukturen und wohngesunde Eigenschaften. Die Kollektion Green Living III besticht durch Oberflächen aus echten Naturmaterialien wie Heu, Wolle oder Lehm und sorgen für ein gesundes Raumklima. Aber auch unter der Oberfläche haben die Tapeten einiges zu bieten: Die neuartige Trägerbeschichtung aus 65 Prozent Flachs und 35 Prozent Viskose sorgt für eine nachhaltige, stabile Basis und macht die Tapeten besonders reißfest, wodurch sie sich einfach an die Wand anbringen lassen. Durch ihre schallabsorbierenden und wärmeisolierenden Eigenschaften beeinflussen sie das Raumklima zusätzlich positiv.



HOME *sweet* HOME

SO PIMPT MAN 2025 AUF DER WOHNEN & INTERIEUR DIE EIGENEN VIER WÄNDE ZU EINER WOHLFÜHLOASE, MODELLIERT DEN GARTEN IM ANGESAGTEN Dschungel-Style und verwandelt „Bastler-Hits“ in erholsame Wellness-Refugien.



Österreichs größtes Event rund um Wohntrends, Möbel, Garten & Design verspricht besondere Highlights für Hobby-Handwerker, Design-Liebhaber und stilvolle Einrichtungs-Profis. Die WOHNEN & INTERIEUR bietet eine breite Palette an Messehighlights an.

Nachhaltiges Design und Regionalität – Ganz im Zeichen von Umweltbewusstsein und Nachhaltigkeit präsentieren Aussteller Möbel und Objekte, die auf kurze Transportwege, regionale Produktion und natürliche Materialien

setzen. Bei der von Architekt und Designer Christian Kröpfl kuratierten Schau „Nachhaltiges Design“ treffen Besucher:innen auf Designer:innen und Produzent:innen, die Kreislaufwirtschaft ganzheitlich und neu denken. Hier werden lokale Meisterstücke präsentiert, bei denen der gesamte Zyklus - von der Produktentwicklung bis zum fertigen Werk - nachhaltig ist. Der „Perle Pop Up“ Markt ist erstmals auf der Messe vertreten. Besucher:innen können hier einzigartige, handgemachte Produkte entdecken und direkt

mit den Kunsthandwerker:innen ins Gespräch kommen. Ein langjähriger Fixpunkt der Messe ist die Unikatwelt, die auch 2025 wieder besondere Kunst- und Designobjekte präsentiert.

Profi-Kochstation – Für alle Gourmets und Genießer:innen bietet die Cookingstation in Halle A ein besonderes Erlebnis. TV-Koch und Kochschulbetreiber Julian Kutos lädt zum gemeinsamen Kochen und Erleben der neuesten nationalen und internationalen Food-Trends ein. Exklusive Masterclasses mit renommierten Kochprofis bieten eine einzigartige Gelegenheit, gemeinsam in einer kleinen und überschaubaren Runde köstliche Gerichte zu kochen.

Grüne Oasen und Wasserspiele – Frühlingsgefühle garantiert – auch für den Outdoor-Bereich und Garten gibt es eine große Auswahl an Ausstellern, die vom Mini-Balkon bis zum großen Garten-Park heimelige Wohlfühloasen schaffen. Die Aussteller präsentieren moderne Gartenmöbel, exotische Pflanzen und fantasievolle Wasserspiele – Inspiration für alle, die ihren grünen Freiraum stilvoll in einen traumhaften Rückzugsort verwandeln möchten.

Das und noch viel mehr
finden Sie auf der
WOHNEN & INTERIEUR
12. bis 16. März 2025
Messe Wien

Achtung:
Am 12. März 2025,
ist der Eintritt für alle
Besucher:innen frei.



[WOHNEN & INTERIEUR][®]

12. – 16. März 2025
Messe Wien

Die Messe für
Wohntrends, Möbel,
Garten & Design

TICKET
GILT VON
15.- 16. MÄRZ
AUCH FÜR



Wiener Immobilien Messe

VERANSTALTER
austrian
exhibition
experts

wohnen-interieur.at



Design-Produkte aus **RECYCELTEN MATERIALIEN**

MIT WEITEREN MATERIALUMSTELLUNGEN SETZT VITRA KONSEQUENT SEINE ÖKOLOGISCHE MISSION FORT

2011 hat Vitra den mit den Designern Edward Barber und Jay Osgerby entwickelten Vollkunststoffstuhl Tip Ton vorgestellt. Dieser lässt sich dank der Form seiner Kufen aus der Normalposition um einige Grad nach vorne kippen. Die vorgeneigte Sitzposition richtet Becken und Rückgrat auf und verbessert so die Durchblutung der Bauch- und Rückenmuskulatur. 2020 ist es Vitra gelungen, Tip Ton RE aus Post-Consumer-Recyclingmaterial herzustellen – allerdings nur in der „natürlichen“ grauen Farbe des Materials.

Jetzt lanciert Vitra den Stuhl auch in weiteren Farben. Der Stuhl wird künftig ausschliesslich in der umweltfreundlichen RE-Version aus recyceltem Post-Consumer-Material erhältlich sein. Auch das ikonische Uten. Silo wird nun aus recyceltem Post-Industrial-ABS-Kunststoff gefertigt – und heisst Uten.Silo RE. Und schliesslich wird das Füllmaterial verschiedener Vitra-Kissen auf 100 % recycelte PET-Fasern oder 100 % recyceltes Polyester umgestellt.





Die Schaffung einer vielseitigen Farbpalette mit aufeinander abgestimmten Farbtönen war den beiden Designern schon bei der ersten Generation des Stuhls sehr wichtig. Die überarbeitete Farbpalette ist nun unterteilt in drei Gruppen: „Neutral“ mit den Farben Deep Black RE, Non-dyed Tip Ton RE und Soft Grey RE; „Industrial“ mit Ice Grey RE, Industrial Green RE und Lavender RE sowie „Accent Colours“ mit Mango RE und Coral RE. Basis für das hochwertige Recyclingmaterial ist die haushaltsnahe deutsche Wertstoff-

sammlung „Der Gelbe Sack“, vor allem mit gebrauchten Verpackungen. Der Einsatz dieses Ausgangsmaterials erzeugt im Vergleich zu Primärkunststoff auf Rohölbasis weniger klimaschädliche Emissionen und senkt den Energieverbrauch. Der Stuhl wird ohne mechanische Komponenten aus einer einzigen Gussform hergestellt und ist äusserst langlebig, bis zu vier Stühlen stapelbar und zu 100 Prozent recycelbar.

Uten.Silo RE

Dorothee Becker hat das praktische Aufbewahrungstool Uten.Silo I 1969 entworfen und im Jahr 1970 durch eine kleinere Version – Uten.Silo II – ergänzt. Sie werden an der Wand befestigt und sind mit Behältern unterschiedlicher Form und Grösse sowie mit Metallhaken und -klammern ausgestattet. So schaffen sie Ordnung in Büros, Küchen, Werkstätten, Bädern und Kinderzimmern. Jetzt hat Vitra das Material auf einen aus Industrieabfällen gewonnenen ABS-Kunststoff umgestellt – deshalb der Name Uten.Silo RE. Der hochwertige Recyclingwerkstoff ist robust und seinerseits wieder zu 100 Prozent recycelbar.



Vitra Cushions

Die Vitra Cushions sind eine Kollektion von Kissen in verschiedenen Grössen. Die Kissen können als Rückenkissen oder rein dekorativ verwendet werden und passen nicht nur zu den verschiedenen Sofas und Sesseln von Vitra, sondern auch zu Sitzbänken und Stühlen. Sie sorgen für angenehm weichen Komfort, und die Kissenbezüge sind in vielen verschiedenen Stoffen, Ledern und Farben erhältlich, die frei miteinander kombiniert werden können. Für die Kissenfüllung wird gänzlich auf tierische Bestandteile wie Daunen und Federn verzichtet, sie besteht aus recycelter PET-Faser oder recyceltem Polyester, das jeweils sortenrein trennbar und zu 100 Prozent recycelbar ist.



FORMSTARK, INDIVIDUELL UND HANDGEFERTIGT

Gutes Design ist viel mehr als nur gutes Aussehen. Eine formvollendete Linienführung beinhaltet nämlich auch kreative Ideen in Sachen Materialien, Gestaltung und innovativen Funktionen – bis hin zu nachhaltigen Strategien. Die Österreichische Möbelindustrie geht noch einen Schritt weiter und verwebt Design mit feiner Wohnkultur zu einem fühlbaren Mehrwert für ein ganzes Leben.



Copyrights © Wittmann; Bene | Wolfgang Ziodej, Joka, ADA

Wohnkultur ist ein Ausdruck von Stil und Lebensfreude. Dabei spielt das Design eine große Rolle. Es bestimmt als Taktgeber der Innenarchitektur maßgeblich das Wohngefühl und gestaltet Räume neu. Zudem bringt es mit innovativen Funktionen, exklusiven Materialien und gekonntem Handwerk ein besonderes Ambiente in die eigenen vier Wände. Spezialisten für klassisches Design und funktionelle Einrichtungslösungen in allen Wohnbereichen sind die Möbelmanufakturen aus Österreich. Die mittelständischen Betriebe pflegen eine lange Tradition im Möbelbau und erfüllen auch individuelle Wünsche. Ob hochwertige, unbehandelte Massivhölzer aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, edel verarbeitete Extras oder intelligente Mechaniken – made in Austria eröffnet mit kompetenter Materialkenntnis und expliziter Wertarbeit neue Horizonte für Einzigartigkeit und Qualität.

Ästhetik trifft auf formale Intelligenz

Auf diese Weise entsteht eine Symbiose aus Design und zeitloser Schönheit. Wertvoll, authentisch und langlebig: So verwandelt sich der Wohnraum im Zusammenspiel mit der versierten Kompetenz der österreichischen Möbelspezialisten in eine Oase der Entspannung.

Hier können die Menschen auftanken und sich wohlfühlen. Das gilt für alle Bereiche: von wohngesunden Materialien in der Küche über smarte Funktionen in Schlafzimmer und Homeoffices bis hin zu modernen Architekturen im Ess- und Livingbereich. Dieser hohe Qualitätsanspruch gehört in Österreich schon lange zum Selbstverständnis und verbindet Gemütlichkeit mit formaler Klasse. Die Möbel strahlen Geborgenheit aus und stehen für bleibende Werte. Denn bereits vor der Fertigung eines neuen Produkts werden von der Nachhaltigkeit bis hin zur Brauchbarkeit und Funktionalität alle Merkmale sinnvoll ausgelotet.



Kreative Prozesse für mehr Heimeligkeit

Design made in Austria heißt Wohlfühlen, denn anschiessam, materialintensiv und behaglich bringen die Möbel das gewisse Extra in die Einrichtung. Dabei zeigt sich wahre Qualität oft im Detail: Softe Kanten, edle Glasvitrinen und handgefertigte Möbel aus eleganten Hölzern zeugen von hochkarätiger Verarbeitung. Das gilt auch für das Innenleben: Intelligente Orga-Strukturen, Schübe und Fächer sorgen für Ordnung, während diskrete Spots das Licht präzise dorthin lenken, wo es gebraucht wird. Die Möbelbetriebe aus Österreich verstehen es, althergebrachte und liebgewordene Traditionen mit gepflegtem Lifestyle zu verknüpfen. Exzellent, einzigartig und voller Emotionen.

Dank der technischen Handwerks- und Holzkompetenz im Mix mit moderner Fertigungstechnik haben sich die Manufakturen einen hervorragenden Ruf in ganz Europa und darüber hinaus erworben. Die Kombination aus wertvollem Design gepaart mit einem konsequenten Innovations-Management zeichnet die österreichischen Möbelhersteller aus und macht ihre Produkte so begehrt.

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.

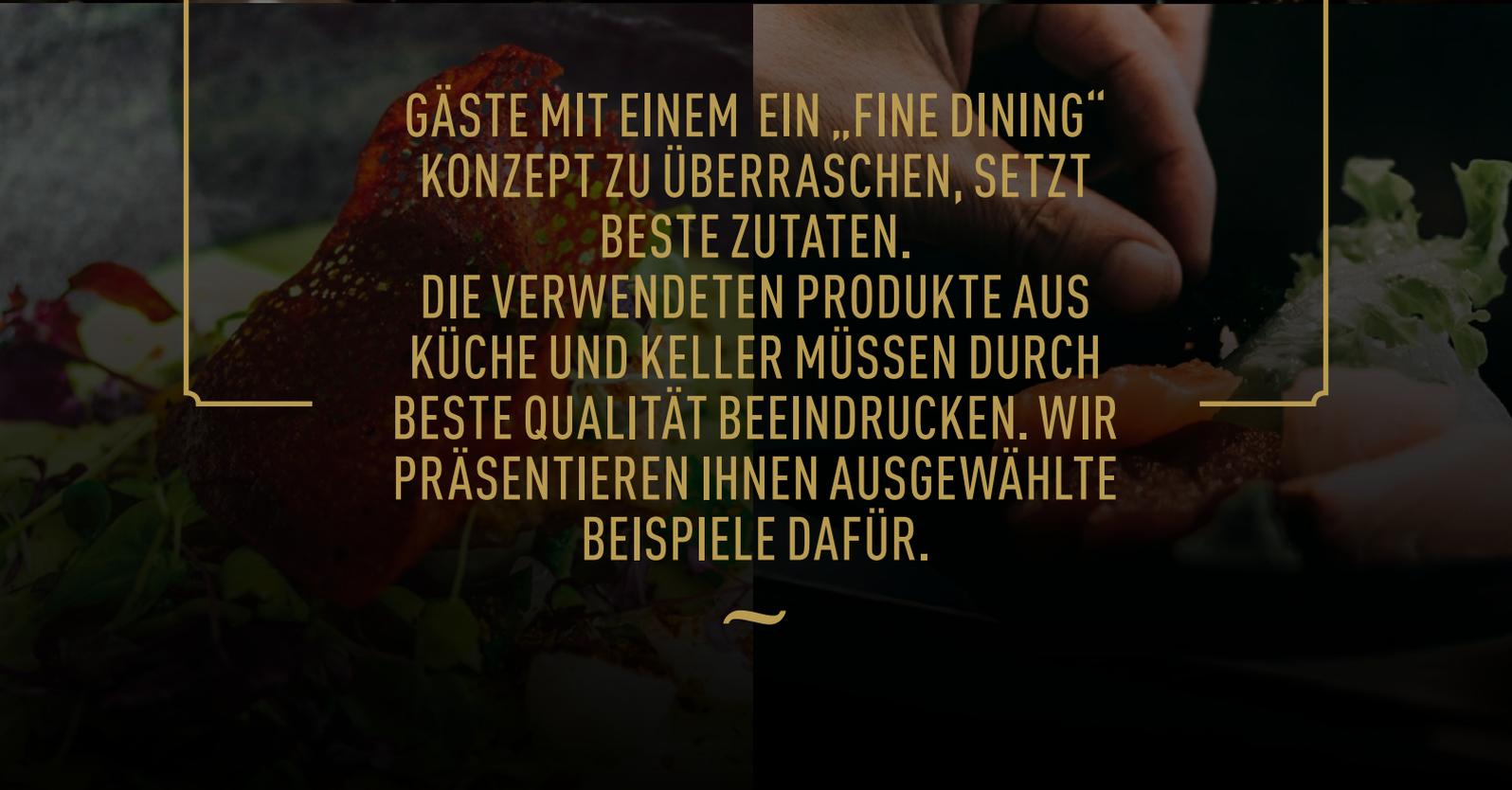
Scannen und alles über die Gebäudeautomation mit PC-based Control erfahren



New Automation Technology **BECKHOFF**



FOOD & DESIGN



GÄSTE MIT EINEM EIN „FINE DINING“
KONZEPT ZU ÜBERRASCHEN, SETZT
BESTE ZUTATEN.
DIE VERWENDETEN PRODUKTE AUS
KÜCHE UND KELLER MÜSSEN DURCH
BESTE QUALITÄT BEEINDRUCKEN. WIR
PRÄSENTIEREN IHNEN AUSGEWÄHLTE
BEISPIELE DAFÜR.





PRICKELNDE ZUKUNFT mit *Schlumberger*

Besonders die junge Generation der 18- bis 29-Jährigen hebt sich durch Experimentierfreude und einen modernen Zugang ab - Sekt ist für sie längst ein facettenreicher und fester Bestandteil des Alltags geworden. Der Schlumberger Sektreport wird jährlich in Kooperation mit dem market institut erstellt und liefert ein Abbild der aktuellen Konsum- und Trinkgewohnheiten der Österreicher:innen.

Prickelnde Tradition

Österreich ist ein Land der Sekttrinker:innen: 9 von 10 Befragten geben an, zumindest gelegentlich Sekt zu konsumieren. Sekt wird auch immer mehr vom Anlassgetränk zum Alltagsbegleiter: Ein Viertel der Befragten genießt ihn mittlerweile auch ohne besonderen Anlass.

Sekt neu erleben

Der Sekt-Trend wird vor allem von der jungen Generation getragen: 86 % der 18- bis 29-Jährigen bekennen sich als Liebhaber:innen des prickelnden Getränks und zeigen beim Genuss deutlich mehr Experimentierfreude als andere Altersgruppen. So gibt mittlerweile jede:r Zweite in dieser Altersgruppe an,

alkoholfreien Sekt zu trinken. Gleichzeitig erobern Rosé-Varianten weiter die Herzen der jungen Generation.

Diese Entwicklung zeigt, wie Sekt seine traditionelle Rolle neu definiert und sich als vielseitiger Genuss in den modernen Lebensstil integriert. Als Teil der Schlumberger-Familie hat Hochriegl mit seinen beiden alkoholfreien Sekten zwei starke Sorten im Angebot. Mit zweistelligen Wachstumsraten für 2024 positionieren sie sich als Vorreiter in diesem aufstrebenden Marktsegment. Schlumberger bleibt die beliebteste Sektmarke der Österreicher:innen und führt erneut die Liste der Sektmarken an. Mit beeindruckenden 86 % Vertrauen festigt das Traditionshaus seine starke Marktstellung.



WHISKY, KUNST *und* *Haute Cuisine*

Wenn exzellenter Single Malt Whisky auf Kunst und Haute Cuisine trifft, entstehen unvergessliche Genussmomente. Zur exklusiven Österreich-Premiere des limitierten Glenfiddich Grand Château lud Top Spirit ins Drei-Sterne-Restaurant Amador – eine Bühne für Genuss auf höchstem Niveau.





V.l.n.r. Florian Czink, Juan Amador, Struan Grant Ralph und Martin Tardy

Struan Grant Ralph, Global Brand Ambassador von Glenfiddich, präsentierte im Rahmen des Abends die gesamte Grand Series Kollektion, begleitet von einem raffinierten Menü aus der Küche von Juan Amador. Glenfiddich, der weltweit am meisten ausgezeichnete Single Malt Scotch Whisky, setzt mit Grand Chateau neue Maßstäbe in der Whisky-Kunst. Die neueste, limitierte Edition der renommierten Grand Series vereint auf innovative Weise zwei Welten des Luxus: Nach einer ersten Reifung in amerikanischen Eichenfässern verbrachte der 31 Jahre alte Whisky weitere neun Jahre in erlesenen Bordeaux-Rotweinfässern – eine Premiere für die Destillerie.

Das Ergebnis ist ein vielschichtiges, komplexes und beeindruckendes Aromenspiel aus karamellisierten Kirschen, Äpfeln, wärmenden Gewürzen und gerösteter Eiche, das fruchtige und florale Noten harmonisch vereint.

Struan Grant Ralph reiste eigens aus London an, um die Gäste durch die Welt der Grand Series zu führen. Er zeigte sich begeistert: „Es war mir eine große Ehre, Grand Chateau und die gesamten Glenfiddich Grand Series in diesem exklusiven Rahmen präsentieren zu dürfen. Die Verbindung von exzellentem Whisky, herausragender Kulinarik und inspirierender Kunst mache diesen Abend zu etwas ganz Besonderem. Ein wahrhaft einzigartiges Erlebnis, das die Seele von Glenfiddich widerspiegelt.“ Florian Czink, Geschäftsführer von Top Spirit, betonte: „Ein Abend wie dieser ist nur durch echte Leidenschaft und Perfektion möglich.“

Unser Dank gilt Struan Grant Ralph für seine faszinierenden Einblicke in die Welt von Glenfiddich sowie Juan Amador für seine meisterhaften kulinarischen Kompositionen. Dieser Abend war eine Hommage an die Kunst des Genusses – in jeder Facette.“

Die Glenfiddich Grand Series

Mit Grand Chateau erweitert Glenfiddich seine renommierten Grand Series um eine weitere außergewöhnliche Kreation. Die Kollektion vereint handwerkliche Perfektion mit innovativen Reifungstechniken und luxuriösen Finishes. Neben Grand Chateau gehört dazu auch Glenfiddich Grande Couronne, ein 26 Jahre gereifter Scotch Whisky, der in amerikanischen und europäischen Eichenfässern lagert und sein vollendetes Finish in französischen Cognacfässern erhält. Grand Cru, 23 Jahre in amerikanischen und europäischen Eichenfässern gereift, entwickelt durch seine Veredelung in französischen Cuvée-Eichenfässern eine unverkennbare Tiefe und Eleganz. Abgerundet wird die Serie in Österreich durch Gran Reserva, der nach 21 Jahren in europäischen und amerikanischen Eichenfässern sein charakteristisches Finish in karibischen Rumfässern erhält und dadurch eine unverwechselbare exotische Note entfaltet. Jede Edition der Grand Series zelebriert die Innovationskraft und den Pioniergeist von Glenfiddich – eine Hommage an außergewöhnlichen Whiskygenuss in all seinen Facetten.

RESTAURANT MIT BRITISCHER *Eleganz*

DAS „MARLOW“ IST EINE HOMMAGE AN DIE BRITISCHE ELEGANZ UND AN DIE ALLERERSTEN GÄSTE, DIE VOR ÜBER 160 JAHREN DIE EINRICHTUNGEN DER MONTE-CARLO SOCIÉTÉ DES BAINS DE MER BESUCHTEN.



Nach fast acht Jahren Bauzeit wurde das Gebiet des Fürstentums Monaco mit der Mareterra-Erweiterung ins Meer um sechs Hektar erweitert. Nun empfängt das Restaurant seine Gäste in der schicken und entspannten Atmosphäre eines britischen Clubs. Hier trifft man sich zu jeder Tages- und Abendzeit, um britische Spezialitäten zu genießen oder einen Cocktail zu trinken. Mit Marlow erhält das „Art de Vivre“ nach Monte-Carlo-Art einen britischen Akzent.

Willkommen bei Lady M.

Das von der englischen Literatur des späten 19. Jahrhunderts inspirierte Marlow erzählt die Geschichte von Lady M., einer launischen britischen Lady, die ihre Gäste in einem einzigartigen Universum empfängt. Das Marlow-Erlebnis wandelt sich im Laufe des Tages und des Abends. Angelsächsische Spezialitäten stehen hier vom Frühstück bis zum Abendessen, von der Tea Time bis zum Aperitif im Mittelpunkt.

Um so den British-Touch zu gewährleisten, wurde die Leitung des Lokals Bryan Gaillard anvertraut. Er studierte zwar in Paris, arbeitete aber hauptsächlich in renommierten Clubs und Restaurants in London.



Maßgeschneiderte Innenarchitektur

Der Architekt und Innenarchitekt Hugo Toro, ein Künstler französisch-mexikanischer Herkunft, enthüllt ein wunderschönes Dekor, das sich über 300 m² im Innenbereich und 100 m² auf der Terrasse erstreckt. Ein angelsächsisch inspirierter Ort, der die Codes eines Privatclubs im britischen Stil mit der mediterranen Sonne verbindet. Für das „Marlow“ entwarf Hugo Toro ein 360-Grad-Dekor, das vollständig nach Maß entworfen wurde - von der Architektur über die Möbel und Türgriffe bis hin zu den Leuchten. Die viktorianische Welt und ihre Holzarchitektur vermischen sich mit von Korallen inspirierten Motiven. Ein einzigartiges Projekt mit verschiedenen Bereichen (Meeresfrüchte-Theke, private Lounge, Musikbühne), die sich alle um eine zentrale Bar gruppieren. Die Liebe zum Detail ist allgegenwärtig und kombiniert sowohl grobe als auch raffinierte Materialien (dekorative Patina, glänzendes Holz, rosa und wassergrüner Marmor, Muranoglas, maßgefertigte Lampen und eine Barschürze aus massivem Gusseisen). In dieser architektonischen Umgebung befindet sich auch Lady M.s Kuriositätenkabinett mit einer eklektischen Sammlung von Objekten, die von Hugo Toro ausgewählt wurden, sowie Kunstbüchern und Biografien. Das „Marlow“ bietet eine vom britischen Stil inspirierte Küche, die von 8.30 Uhr bis Mitternacht durchgehend geöffnet ist.



EDLER GESCHMACK AUS DER HARTEN SCHALE



Copyrights © R-Express

SEIT DER ANTIKE GELTEN AUSTERN ALS DELIKATESSE.
GEBRATEN, POCHIERT, GRATINIERT ODER GERÄUCHERT -
EDLE AUSTERN SIND IN VERSCHIEDENEN VARIANTEN
EIN GANZ BESONDERER GENUSS



Austern gehören zur Familie der Muscheln und leben im Salzwasser. Sie filtern Nährstoffe aus dem Wasser und entwickeln dadurch ihren charakteristischen Geschmack. Perfekte Trinkbegleiter wie Champagner, Chablis, Sanserre, Sake oder auch Gin eignen sich bestens dazu, um Austern zu genießen. Im umfangreichen Sortiment von R express werden Poget, Fine de Claire, Gillardeau und Belon sowie Tsarskaya aus Frankreich angeboten. Oysri Austern werden aus Irland bezogen. Jede dieser Austern hat ihre eigene Charakteristik und ist für unterschiedliche Zielgruppen geeignet. Fine de Claire eignet sich am besten für Einsteiger, während Belon und Tsarskaya vor allem Kenner begeistern. Gillardeau

gilt als die exklusivste Auster, während Oysri durch ihre cremige Textur überzeugt.

FAZIT Austern sind eine vielseitige und nährstoffreiche Delikatesse mit langer Tradition. Die richtige Lagerung, Zubereitung und Herkunftsauswahl sind essenziell, um die beste Qualität anbieten zu können. Mit den richtigen Techniken können Gastronomie-Profis das Geschmackserlebnis ihrer Gäste auf ein neues Level heben und gleichzeitig den Umsatz steigern. Dank moderner Zuchtmethoden, einer lückenlosen Kühlkette und sorgfältig kontrollierter Hygiene-Regeln sind Austern ein Genuss, den man Gästen das ganze Jahr über anbieten sollte.

www.r-express.com

Im R express Webshop finden Sie alles Wissenswerte über die edlen Austern aus dem umfangreichen Sortimentsangebot.



MARKTPLATZ & MUTMACHER

TROTZ EINES HERAUSFORDERNDEN MARKTUMFELDS
ZEIGT SICH DIE GLOBALE KONSUMGÜTERBRANCHE
EUPHORISCH UND WIDERSTANDSFÄHIG.

MIT 46 AUSSTELLERN UND RUND 148.000
BESUCHER*INNEN HAT DAS MESSETRIO AUS
AMBIENTE, CHRISTMASWORLD UND CREATIVELAND
ERNEUT SEINE BEDEUTUNG ALS FÜHRENDE
PLATTFORM FÜR KONSUMGÜTER AUSGEBAUT.

Fotos: Daniela de Cillia

**AMBIENTE
CHRISTMASWORLD:**

06. bis 10.
Februar 2026

CREATIVELAND:

06. bis 09.
Februar 2026



Über 170 Nationen waren auf dem vollständig ausgebuchten Frankfurter Messegelände vertreten. Unter dem Motto „Meet up at the Market“ präsentierten sich über alle Handelsformen und Vertriebswege hinweg Unternehmen aus aller Welt.

Ambiente, Christmasworld und Creativeworld standen ganz im Zeichen neuer Kontakte zu Einkaufsentscheider*innen und internationalen Geschäftsinitiativen. Der hohe Internationalitätsgrad von über 70 Prozent trug wesentlich zur hohen Zufriedenheit bei. Die Christmasworld als Leitmesse für saisonale Dekoration und Festschmuck glänzte auf ganzer Linie. Auch in diesem Jahr zog die Creativeworld wieder die internationale DIY-Community an wie keine andere Kreativmesse.

Ambiente

Mit dem neuen Premiummarkenareal Interior Looks zog die Ambiente gezielt Interior Designer*innen, Innenarchitekt*innen und Objektausstatter*innen aus aller Welt an und vernetzte damit die Möbelbranche. Neu war zudem das erweiterte Angebot für die Hospitality-Branche, das unter dem gleichnamigen Special Interest zusammengefasst wird. Mit der Fokussierung auf das Gastgewerbe erschließt die Ambiente einen nachfragestarken globalen Markt. Joana Almeida, Country Manager Spanien von Vista Alegre, stellte dazu fest: „Im HoReCa-Bereich ist die Besucherfrequenz und Qualität am besten, denn im Hospitality-Business steckt Potenzial.“ Das bestätigt auch Ingrid Hartges, Hauptgeschäftsführerin des DEHOGA Bundesverbandes: „Die Ambiente ist eine einzigartige Inspirationsquelle für Gastronomie,

Hotellerie und Catering – national wie international. Trends in der Gastronomie steigern die Nachfrage bei Herstellern und Handel, wodurch ein wertvoller Kreislauf entsteht.“ Mit dem Tag des Hoteliers speziell für die Hospitality-Branche hat die Ambiente ein Erfolgskonzept ins Leben gerufen, das sie in diesem Jahr mit wachsender Resonanz fortsetzte. Noch mehr Entscheider*innen aus der Hospitality-Branche und dem Objektgeschäft nahmen die Ambiente als zentralen Netzwerk- und Ordertermin wahr. Mit der opulent-verspielten Sonderpräsentation The Lounge – Shades of Space von Ambiente Designer 2025 Fabian Freytag betonte die Messe erneut ihre Kompetenz in puncto Design. Künstliche Intelligenz (KI) spielte sowohl bei der Gestaltung dieser Sonderpräsentation als auch im Vortragsprogramm auf den Academy-Bühnen eine Rolle als kreativer Verstärker und Resonanzfläche für die Transformation der Branche.

Nachhaltigkeit als Leitmotiv

Nachhaltigkeit durchzog als zentrales Thema messeübergreifend die Großveranstaltung und unterstrich die Verantwortung der Branche für zukunftsfähige Konzepte. Zum zehnjährigen Bestehen 2025 zeigte das Ethical Style-Programm erneut eindrucksvoll, wie nachhaltige Produktlösungen stetig an Bedeutung gewinnen. Während bei der Premiere 198 Aussteller das Ethical Style-Label erhielten, sind es in diesem Jahr bereits 354 über alle drei Messen hinweg.

MSC CRUISES PRÄSENTIERT

5 Reisetrends für 2025

DIE SCHWEIZER
KREUZFAHRTREEDEREI
GIBT EINBLICKE IN EINIGE
DER WICHTIGSTEN
EINFLÜSSE,
WIE URLAUBER
KREUZFAHRTEN
RECHERCHIEREN UND
BUCHEN.



Im Jahr 2025 werden kühlere Destinationen immer beliebter, da Reisende statt der traditionellen „Sommerhitze“-Hotspots ein milderes Klima bevorzugen. Immer mehr Urlauber tauschen Strandspaziergänge gegen Bergwanderungen und Sonnen- gegen das Waldbaden. Dieser Coolcation-Trend führt Entdecker an Orte, wo es Naturwunder und unberührte Landschaften zu bestaunen gibt. Die Routen von MSC Cruises nach Nordeuropa oder Alaska bedie-

nen genau diesen Trend. Im Sommer 2026 wird MSC Cruises erstmals Kreuzfahrten nach Alaska anbieten. Alternativ bietet auch Nordeuropa beeindruckende Routen, beispielsweise an Bord der MSC Euribia, die zu den Fjorden Norwegens fährt, oder mit der MSC Poesia, die zu den kulturellen Highlights der Ostseedestinationen wie Litauen, Schweden, Estland oder Finnland reist. Kreuzfahrt-Aficionados werden begeistert sein.



Radical Sabbaticals

Immer mehr Unternehmen ermöglichen ihren Mitarbeitenden Sabbaticals – so entstanden auch die sogenannten „Radical Sabbaticals“. Für außergewöhnliche und besonders prägende Reisen bietet MSC Cruises die perfekte Lösung, um ohne lästiges Umpacken oder lange Flugreisen auf Weltreise zu gehen: die MSC World Cruise.

Ab Januar 2025 und 2026 (der Termin für 2027 wird in Kürze bekannt gegeben) können die Passagiere bis zu 50 Destinationen in bis zu 32 Ländern erleben.

Set-Jetting

Ein weiterer neuer Reisetrend für das Jahr 2025 ist das Set-Jetting, bei dem sich Reisende durch ein Buch, einen Film oder eine Fernsehserie zu einem Reiseziel inspirieren lassen. Zu der unvergleichlichen Auswahl an Reisezielen von MSC Cruises gehören einige der berühmtesten Kultur- und Filmschauplätze der Welt. Darunter Dubrovnik - Die Stadt zählt zum UNESCO-Weltkulturerbe und hat durch die Fernsehserie Game of Thrones neue Berühmtheit erlangt. Bei einer Reise in die Golfregion mit der MSC Euribia mit Stopps in Dubai und Abu Dhabi können Reisende die Drehorte von zwei Mission-Impossible-Filmen besuchen.

Kulinarische Erlebnisse

Essen ist nicht mehr nur ein Teil des Reiseerlebnisses, sondern oftmals ein entscheidender Faktor bei der Wahl des Reiseziels. Immer mehr Reisende beziehen in ihre Urlaubsplanung den Kulinarik-Faktor mit ein, so dass sie einzigartige Restaurants oder kulinarische Erlebnisse entdecken können. MSC Cruises läuft nicht nur viele bekannte kulinarische Hotspots wie Neapel, Palermo, Barcelona und Buenos Aires an – Gäste können auch kulinarische Landausflüge buchen. An Bord der Schiffe von MSC Cruises gibt es bis zu elf verschiedene Restaurants.

All-Inclusive

All-inclusive-Urlaube waren lange Zeit aufgrund ihrer Einfachheit und Bequemlichkeit sehr beliebt, doch es zeichnet sich ein deutlicher Wandel in den Wünschen der Reisenden ab. Heutzutage sind sie zunehmend bereit, mehr für ein gehobenes All-inclusive-Erlebnis auszugeben, das ihre Reise mit einem Hauch von Exklusivität verbindet. MSC Cruises definiert mit dem MSC Yacht Club den All-Inclusive-Urlaub neu. Das luxuriöse „Schiff im Schiff“-Konzept bietet ein gehobenes und raffiniertes All-Inclusive-Konzept mit einem eigenen Restaurant, exklusiver Lounge, 24-Stunden-Butler-Service und einem privaten Sonnendeck.

Weingenuß am TIEFEN GRABEN

Das Weindl am Tiefen Graben ist der perfekte Ort in der Wiener Innenstadt für alle Wein- und Genussliebhaber, die die wahre österreichische Gastfreundschaft erleben möchten.

Roland Müller, Sommelier, Winzer und vor allem Gastgeber mit Herzblut, gibt dem ersten Bezirk das zurück, was der echte Wiener, aber auch der Wien-Liebhaber lange vermisst haben. Er präsentiert im Weindl, ganz dem Motto entsprechend, viele Weine abseits der Wege, aber auch gereifte und große Namen der österreichischen Winzer-Szene. 20 Jahre Erfahrung in der faszinierenden Welt der Gastronomie haben ihm nicht nur tief gehendes Fachwissen über Weine vermittelt, sondern auch eine besondere Wertschätzung für die Kunst der Kulinarik und die Freude, die sie Menschen bringt.

Gelebte Regionalität

Das Weindl steht für eine moderne Interpretation der österreichischen Wein- und Lebensart, welche sich nicht nur im Mobiliar widerspiegelt – auch Weinauswahl, Glaskultur sowie die feinen Schmankerl aus eigener Produktion sind genau am Punkt. Die Wild-Schinken über Chutneys bis hin zum Kernöl werden alle selbst hergestellt. Daher sorgen die regionalen Spezialitäten zum Verweilen für einen late-lunch, aber auch als Abend-Snack in gemütlicher Runde mit Freunden.



GETRÄNKETRENDS 2025

Gäste wünschen sich mehr Vielfalt und außergewöhnliche Geschmackserlebnisse – insbesondere bei alkoholfreien Alternativen. Der Getränkegroßhändler **Del Fabro Kolarik** gibt erste Einblicke in die bedeutendsten Entwicklungen und Highlights, die 2025 die Branche bewegen werden.



Rafael Topf
versteht
Del Fabro Kolarik
auch als Impulsgeber
für die Gastronomie.

Der Erfolg von „Low & Zero“-Drinks geht längst über den „Dry January“ hinaus. Immer mehr Menschen verzichten bewusst auf Alkohol, und die Nachfrage nach hochwertigen alkoholfreien Alternativen steigt ungebrochen. Neben entalkoholisierten Weinen, Schaumweinen, alkoholfreien Spirituosen und Bieren, die auf vielen Getränkekarten bereits etabliert sind, rücken neue Alternativprodukte in den Fokus: Cider, Fruchtseccos und klassische Fruchtsäfte bieten erfrischende Optionen. Auch Verjus und Getränke auf Essigbasis feiern ihr Comeback – ideal für kreative alkoholfreie Cocktails. Besonders beliebt sind sogenannte „Proxys“ – innovative Wein-, Schaumwein- und Sektalternativen, die auf Zutaten wie Essig, Kombucha, fermentierte Traubensäfte, Gewürze und Tees setzen. Eine durchdachte Auswahl alkoholfreier Getränke fördert nicht nur die Bindung moderner, genussorientierter Gäste, sondern schafft Potenzial für Zusatzumsätze.

Food-Pairing neu gedacht

Foodpairing – die Kunst, Speisen und Getränke perfekt zu kombinieren – gewinnt bei alkoholfreien Getränken an Bedeutung. Dabei gelten für alkoholfreie Pairings oft andere Regeln als bei Wein. Säfte aus der gleichen Traube wie der Wein zeigen beispielsweise häufig unterschiedliche Eigenschaften und eignen sich nicht immer für die gleiche Speise. Für einen er-

folgreichen Einstieg ins alkoholfreie Pairing empfehlen sich aromatische Parallelen zu den Speisen, um harmonische Kombinationen zu kreieren. Eine gut kuratierte Getränkekarte, ergänzt durch fundierte Beratung, sorgt für ein unvergessliches Gästerlebnis.

Premiere des Austrian Zero Award

Ein besonderes Highlight des Jahres 2025 ist die erstmalige Verleihung des AUSTRIAN ZERO AWARD. In Zusammenarbeit mit der VieVinum Future Academy zeichnet Del Fabro Kolarik alkoholfreie Alternativen in 13 Kategorien aus. Eine unabhängige Jury verkostet und prämiert die besten Produkte blind.

„Mit dem AUSTRIAN ZERO AWARD möchten wir alkoholfreien Getränkeinnovationen den Raum bieten, den sie verdienen, um zugleich die besten Produkte für Gastronomie, Hotellerie und Handel ins Rampenlicht zu rücken. Wir unterstützen diese vielversprechende Entwicklung am Markt aktiv. Das daraus gewonnene Wissen fließt direkt in die Beratung unserer Kund:innen ein – wir verstehen uns als Impulsgeber für die Gastronomie“, betont Rafael Topf, Leitung Sortimentsentwicklung bei Del Fabro Kolarik. Die Gewinner:innen der Kategorien „Wein- und Schaumweinalternativen“ wurden am 17. Februar 2025 bei der VieVinum Future Academy ausgezeichnet. Die Auszeichnungen der übrigen Kategorien erfolgen im Rahmen eines Events am 10. März 2025 bei Del Fabro Kolarik.

WARM *ums*HERZ



Diese Mischungen bereichern internationale Geflügelkreationen

Hühnerfleisch ist nicht nur vielseitig und leicht, sondern auch die perfekte Basis für kreative Gerichte. Ob Brust oder Keule, ob mediterran, à la Südstaaten oder exotisch-fruchtig – mit den richtigen Gewürzmischungen von WIBERG lassen sich Hühnergerichte in wahre Geschmackserlebnisse verwandeln.



Südfranzösischer Genuss mit Camargue Style

Die mediterrane Küche lebt von Kräutern und Gewürzen, die ein Gefühl von Sonne und Leichtigkeit auf den Teller bringen. Die WIBERG Mischung Camargue Style kombiniert aromatischen Rosmarin und Thymian mit frischem Ingwer und feinen Pfeffernuancen. Diese Mischung passt hervorragend zu gebratenem oder gegrilltem Geflügel. Perfekt eingesetzt wird Camargue Style beispielsweise bei Gebratenem Putensteak mit Rahm-Pilzen, Bratkartoffeln und Brokkoli.



Feurige Nuancen aus dem US-Süden

Die harmonische Mischung aus fruchtigen und scharfen Noten macht Louisiana Style zu einem perfekten Begleiter für Geflügelgerichte mit Südstaaten-Charme. Ingwer und Orange sorgen für eine feine Fruchtigkeit, während Chili eine angenehme Schärfe hinzufügt. Wer es richtig authentisch haben will, zaubert mit Louisiana Style ein einzigartiges Jambalaya von Huhn und Flusskrebse. Mit Paprikasalsa und Speckbohnen im Zimtsirup wird daraus ein Geschmackserlebnis wie aus New Orleans.

Mit diesen internationalen Gewürzmischungen werden Huhn und Co zum Highlight auf jeder Speisekarte. Wer Lust auf neue Geschmackserlebnisse hat,

Fruchtig-scharfer Kick mit Lemon-Chili-Pepper

Wenn sich frische Limetten, feurige Chilis, Rohrzucker und scharfer Pfeffer vereinen, entsteht eine würzige Kombination, die nahezu jedes Gericht belebt. Lemon-Chili-Pepper bringt fruchtige Säure und wärmende Schärfe perfekt in Einklang und eignet sich ideal für experimentierfreudige Köche. Und Hand aufs Herz: Besser kann man allseits beliebte Chicken Drumsticks nicht in Szene setzen als in Form von Lemon-Chili-Chicken mit gebratenem Gemüse und Sesam-Kartoffelpüree.

kann sich mit jedem Bissen in ferne Küchenwelten entführen lassen. Entdecken Sie die Vielzahl an kreativen Produkten und Ideen unter www.wiberg.eu

Küchenpsychologie

STERNEKOCH DOMINIK WACHTER IM GESPRÄCH

In der malerischen Landschaft von Prien am Chiemsee erfüllte sich Dominik Wachter seinen Lebenstraum. Hier gründete er in der ehemaligen Kochschule seines Lehrmeisters Thomas Mühlberger im Oktober 2022 sein eigenes nach ihm benanntes Restaurant: Die Wachter Foodbar. „Eine Küche voller Finesse“ urteilt der Michelin Guide. Auch 2024 wurden Wachter & Team mit dem heiß begehrten Stern ausgezeichnet. Ein Auszug aus einem Gespräch mit dem Herdkünstler.



WIE DEFINIEREN SIE DEN BEGRIFF KÜCHENPSYCHOLOGIE?

DOMINIK WACHTER: Mit dem Begriff Küchenpsychologie verbinde ich meine Vorstellung und Philosophie des Kochens. Der Anspruch von mir und meinem Team ist es, den Gast auf eine Reise mitzunehmen, auf welcher er das Konzept der Wachter Foodbar mit all seinen Sinnen spürt.

INWIEFERN BEEINFLUSST DIE PRÄSENTATION EINES GERICHTS DAS GESCHMACKSERLEBNIS?

DOMINIK WACHTER: Die Präsentation eines Gerichtes ist ein wichtiger Punkt. Die stilvolle Darreichung macht das Menü komplexer und besonderer. Jedes Menü erzählt eine eigene Geschichte. Wir gehen mit unseren Gästen in ein Gespräch auf Augenhöhe und erzählen die Story des Gerichtes.

WELCHE PSYCHOLOGISCHEN ASPEKTE BERÜCKSICHTIGEN SIE BEI DER MENÜPLANUNG?

DOMINIK WACHTER: Definitiv die Jahreszeit. Der Mensch ist wetterfühliger. Mit regionalen und saisonalen Produkten lässt sich die Stimmung am besten einfangen. Im Sommer bieten wir frische leichte Gerichte an, im Herbst und Winter eher dichtere und warme Speisen. Dabei achten wir stets auf die passenden Getränke.

WIE WICHTIG SIND FARBEN UND TEXTUREN?

DOMINIK WACHTER: In den Farben und Texturen zeigt sich auch immer die Philosophie des Restaurants. Die Wachter Foodbar steht für eine ehrliche, erdige, bodenständige Küche. Die Farben in meiner Küche wirken harmonisch, sind gerne etwas gedeckter und meist Ton in Ton. Kontraste bevorzuge ich eher bei Temperaturen und Texturen.

WIE BEEINFLUSST DAS AMBIENTE DAS KULINARISCHE ERLEBNIS?

DOMINIK WACHTER: Wir haben bei der Wachter Foodbar sehr genau darauf geachtet, dass Akustik, Licht und Farbe ein stimmiges und harmonisches Gesamtbild ergeben. Das Ambiente unseres Restaurants soll sich anfühlen wie eine heimische Kombination aus Speisekammer, Wohnzimmer und Esszimmer. Meine Mitarbeiter begegnen dem Gast zwar selbstverständlich professionell, aber immer auf eine lockere, natürliche Art.



WARUM SIND EMOTIONEN IN DER KÜCHE SO WICHTIG?

DOMINIK WACHTER: Viele meiner Gäste sind Stammkunden. Nicht selten begegnen wir uns zur Begrüßung mit einer Umarmung. Ich durfte feststellen, dass bestimmte Gerichte auch Emotionen in Form von schönen Erinnerungen auslösen. Abhängig vom individuellen Geschmack des Gastes überreiche ich als kleinen Gruß aus der Küche gerne ein emotionales Gericht, welches schon lange nicht mehr genossen wurde. Der Begriff Trigger ist in der Psychologie meist negativ belegt. Gerade bei Gerichten gibt es aber viele positive Trigger.

BEOBACHTEN SIE TRENDS?

DOMINIK WACHTER: Ja und nein. Als noch junges Unternehmen arbeiten wir selbstverständlich täglich daran, uns weiterzuentwickeln. Daher ist uns das Feedback eines jeden Gastes wichtig. Dennoch bin ich kein Koch, der Trends hinterherläuft. Ich konzentriere mich auf die Qualität des Produktes, auf die Qualität der regionalen Lieferanten und Erzeuger. In Zeiten der Nachhaltigkeit halte ich eine Rückbesinnung auf Bewährtes für klüger, als jedem kulinarischen Trend, der vielleicht schon übermorgen out ist, hinterher zu hecheln.

ZU WELCHEM ANTEIL FLIESSEN IHRE EIGENEN ÜBERZEUGUNGEN MIT IN IHRE KOCHKUNST EIN?

DOMINIK WACHTER: Zu einhundert Prozent. Mein Beruf ist meine Berufung. Die Philosophie meiner Küche ist meine eigene Kochphilosophie. Ich bin der festen Überzeugung, dass der Gast das unbewusst spürt und schmeckt.

FESTE *Feiern*



Copyrights © Rosenthal, Andreas Tischler, Orrefors, JoynSpark



**OB ES NUN EIN FESTLICHER ANLASS IST,
ODER GANZ EINFACH EIN GEMÜTLICHES
TREFFEN MIT FREUNDEN -
DER TISCH STEHT IM MITTELPUNKT,
UND DARAUF SOLLTE MAN GÄSTE IMMER
MIT OPTISCHEN ÜBERRASCHUNGEN
BEGEISTERN**

Kuratiert von: Daniela de Cillia





Neben den kulinarischen Assoziationen bei Mocha Mousse steht der dunkle und warme Brauntönen für einen dezenten Luxus, der alle Sinne ansprechen soll. Auch Tableware aus Porzellan oder Steinzeug dürfen bei diesem Trend nicht fehlen, und so hat Rosenthal die schönsten Kreationen in tiefen Brauntönen zusammengestellt - von der Thomas Kollektion Clay Earth und Rust bis hin zu den beliebten Rosenthal Kollektionen Joyn und Junto. Wie alle Rosenthal Dining Collections verbindet Joyn Spark traditionelle Handwerkskunst mit modernem Design und setzt optische Highlights auf dem Esstisch.

Expressives Teller-Set

In Kooperation mit dem Studio Vivienne Westwood und dem Museum für angewandte Kunst Wien hat Gmundner Keramik ein weiteres, außergewöhnliches Teller-Set gestaltet. Es entstand nach den De-

signs von Andreas Kronthaler, Creative Director bei Vivienne Westwood, und ist nun als streng limitierte Sonderedition erhältlich. Das sechsteilige Teller-Set wurde exklusiv für das MAK Künstler*innendinner entworfen, das am 5. Dezember 2024 im Rahmen der Ausstellung „PECHE POP. Dagobert Peche und seine Spuren in der Gegenwart“ stattgefunden hat.

Dünn und leicht

Im Zentrum der Präsentation zahlreicher Neuheiten von Orrefors steht die mundgeblasene Glasserie Geometry aus dünnem, leichtem Kristall: Eine harmonische Verbindung aus Eleganz, Minimalismus und Präzision sorgt hier für eine Kollektion, die den außergewöhnlichen Genuss von Wein oder anderen Getränken zelebriert. Kugel, Zylinder und Kegel sind die Basis dieses raffinierten skandinavischen Design-Statements, das aus der Feder des renommierten schwedischen Architekten- und Designertrios Claesson Koivisto Rune stammt. Mit seinen selbstbewussten und elegant geometrischen Formen ist ein ikonisches wie zeitloses Design entstanden.



OUTDOOR - *Essentials*

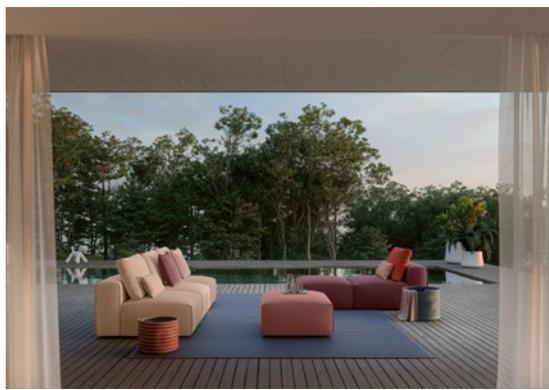


**MODERNES DESIGN GEPAART MIT FUNKTIONALITÄT,
EINEM HOHEN QUALITÄTSANSPRUCH UND EINEM EHRlichen
BEKENNTNIS ZUR NACHHALTIGKEIT - DAS SIND DIE „MUSTs“,
DIE OUTDOORMÖBEL ERFOLGREICH MACHEN.**



Von der Sonne geküsst

Die Erfolgsgeschichte des 2021 eingeführten Nana-Stuhls kann sich sehen lassen. Nun stehen für die neue Outdoor-Saison wetterfeste Varianten der Stühle und Sessel bereit. „Sitzen wie auf Wolken“ – nach diesem Credo entwickelte Designerin Hanne Will für Freifrau die Sitzmöbel. Für die Bezüge steht der wetterfeste Stoff Lopi in vielseitigen Farbgebungen zur Verfügung. Mit der Linie Nana Outdoor hält Eleganz gepaart mit maximaler Sitzqualität und Raffinesse nachhaltig Einzug in den Außenbereich.



Modular und nachhaltig

Die Stärken der berühmten Sofakollektion Costume, entworfen von Stefan Diez, sind insbesondere ihre Modularität und das nachhaltige Designkonzept. Die Struktur aus recyceltem und recycelbarem Polyethylen verfügt über eine tiefere Sitzfläche. Dazu kommt eine völlig neu geformte Rückenlehne aus recyceltem Kunststoff. Das komplett zerlegbare Sofasystem besteht aus wenigen Elementen, die den einfachen Austausch einzelner Komponenten erlaubt.



Absolute Entspannung

Die In- und Outdoor-Kollektion Leyasol, bekannt für ihre elegante und zugleich luftige Metallstruktur, wird erneut erweitert: Nach einem neuen Hänge- sowie einem Liegesessel und einem Hollywood Swing Seat ergänzt nun das Leyasol Sun Bed die beliebte Serie. Das neue Sun Bed besteht aus einem ligierten Metallgestell und einer weichen, abnehmbaren Polsterung. Das Design des Duos Hoffmann Kahleys verbindet Ästhetik mit Funktionalität.

Ein Sommer wie gedruckt

Die Tage werden länger, die Sonne zeigt sich öfter und mit ihr die Lust, die warmen Stunden im Freien zu genießen. Für all jene, die ihrem Außenbereich eine persönliche Note verleihen wollen, bietet recozy den innovativen „Loom Chair“ in der eleganten Farbvariante Anthracite Black. Mit seiner besonderen Ästhetik ist er nicht nur ein optisches Highlight, sondern steht exemplarisch für die Philosophie der norddeutschen Lifestylemarke: recozy vereint modernes Design, umweltfreundliche Materialien und die Vorteile der 3D-Drucktechnologie, um exklusive Einrichtungsobjekte zu schaffen.

& UNVERWECHSELBARES DESIGN & INNOVATIVE TECHNOLOGIEN

In einer schnelllebigen Welt voller Lärm und Hektik stellt Russell Hobbs das perfekte Mittel für einen stressfreien Start in den Tag vor - den neuen Russell Hobbs Calm Wasserkocher. Der von unseren internen Design- und Entwicklungsteams mit Präzision entworfene Calm Wasserkocher verkörpert eine Philosophie der Ruhe und bietet eine einzigartige Mischung aus beeindruckender Ästhetik und praktischer Funktionalität. Das Gehäuse des Russell Hobbs Calm Wasserkochers besteht aus Milchglas, das mit Edelstahllakzenten und eleganten



kupferfarbenen Details verziert ist. Der visuelle Reiz wird durch die sanfte Innenbeleuchtung verstärkt, die während des Kochvorgangs durch die Farben Orange, Gelb, Grün, Blau, Violett sowie Rot wechselt und während des Warmhaltezyklus in einem beruhigenden, sanften weißen Licht gipfelt. Die variablen Temperatureinstellungen, die in 5°C-Schritten von 40°C bis 100°C reichen, werden den unterschiedlichsten Getränkavorlieben gerecht. Ob es sich um einen delikaten Tee oder einen kräftigen Kaffee handelt, der Benutzer kann die perfekte Temperatur für sein Lieblingsgetränk einstellen.

Frühstück ganz nach deinem Geschmack

Egal ob Toastbrot, Brioche, Croissant, Bagel, Ciabatta oder Vollkornbrot, ob jeden Morgen das gleiche oder ein abwechslungsreiches Frühstück: Längere Toastschlitze, die automatische Brotzentrierung und 6 einstellbare Bräunungsstufen inklusive Auftau-, Aufwärm- und Stoppfunktion lassen keine Wünsche offen. Ein perfekter Toaster mit einer unwiderstehlichen Optik.



Der kleine Siebträger

Ob ein Cappuccino am Morgen oder ein genüsslicher Espresso nach dem Dinner, die Distinctions Espressomaschine ist für jeden Einsatz bereit. Mit einem Pumpendruck von 15 Bar und einer Dampfduse zum Erwärmen und Aufschäumen von Milch erfüllt sie den Wunsch nach einem frischgebrühten Barista-Style-Heißgetränk.

Buchtipps

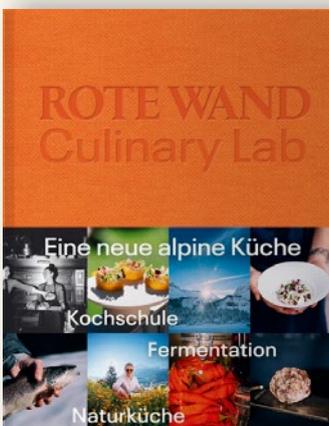


Creative Homes - Interiors and Design in the Netherlands

Herausgeber: gestalten & René van der Hulst

Wenn die eigenen vier Wände ein Spiegel der Persönlichkeit sind, gilt dies besonders für die kreativen Köpfe in den Niederlanden, bekannt für ihr innovatives Innen- und Produktdesign. Das Buch bietet einen Einblick in die vielfältigen Möglichkeiten der Wohnraumgestaltung und zeigt eine einzigartige Mischung aus persönlichem Stil und beruflichem Einfluss.

Vollfarbig, Hardcover, fadengebunden, 224 Seiten, 21 × 26 cm, € 40 (D)
Sprache: Englisch, ISBN: 978-3-96704-174-3, Verlag gestalten

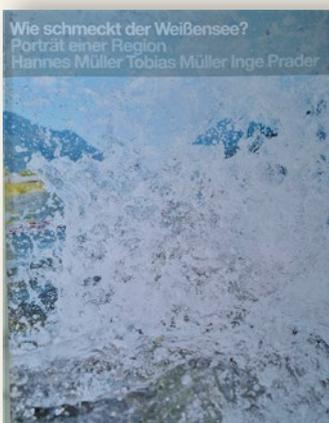


Rote Wand. Culinary Lab

Hrsg. Joschi Walch, Texte von Christian Seiler, Fotografien von Ingo Pertramer, Rezepte von Jamie Unshelm

Die Rote Wand in Lech ist ein kulinarisches Kompetenzzentrum. Herz der herausragenden Küche auf 1500 Meter Seehöhe ist das Culinary Lab. Hier entsteht eine neue Philosophie dessen, was alpine Küche ist, sein kann und sein soll. Ein Buch für alle, die den Geschmack der Berge lieben und sich für die Aromen der Zukunft interessieren.

Hardcover, fadengebunden, 352 Seiten, 18,4 × 24,9 × 3,6 cm, 38,00 €
ISBN 978-3-903461-07-9, www.rotewand.com/rotewandshop und im Handel.



Wie schmeckt der Weißensee?

Der jüngste Streich von Hannes Müller (Genießerhotel Die Forelle), soeben von Gault Millau ausgezeichnet als „Koch des Jahres 2025“: Ein wunderbares Lesebuch über die Menschen der Region mit spannenden Rezepten, Fotos von der Lienzer Starfotografin Inge Prader und namhaften Gastbeiträgen, etwa von Kult-Regisseur Harald Sicheritz, Schauspielerin Proschat Madani, Chocolatier Josef Zotter oder Ski-Olympiasieger Fritz Strobl.

€49,00 EUR (zzgl. Versandkosten), Eigenverlag, ISBN: 9783200097209
shop.dieforelle.at/products/buch-wie-schmeckt-der-weissensee



SKI GUIDE AUSTRIA 2025

Dr. Günter Fritz, Fred Fettner

Dieser Guide ist der erste und einzige Skigebiete-Führer, der eine komplette Übersicht über den Wintersport in Österreich schafft – mit mehr als 200 Skigebieten, aktuellen Preisen, außergewöhnlichen Angeboten und den besten Tipps für Familien sowie nachhaltiges Wintereinblick. In der druckfrischen 16. Ausgabe finden wie gewohnt auch die neuesten Entwicklungen dieses Winters ihren Platz. Dazu gibt es eine breit angelegte Umfrage zum Image des Wintersports in Österreich, die unter anderem Angebotsqualität und Preisentwicklung thematisiert.

ISBN 978-3-903254-80-0, 19,90 Euro, medianet

PANTONE®

Mocha Mousse

DIE FARBE *des* JAHRES 2025



Copyrights © ADA, Bonaldo, Glamora

Wie jedes Jahr verkündet das renommierte Pantone Color Institute die Farbe, die im neuen Jahr Design, Möbel und Kreativität inspirieren wird. Der Star des Jahres 2025 ist Mocha Mousse, eine elegante Mischung aus Braun- und Terrakotta-Nuancen, die ein Gleichgewicht und eine Verbindung zur Natur hervorruft. Ideal für moderne Räumlichkeiten, die auf Intimität und Raffinesse setzen.

Mocha Mousse passt perfekt zu komplementären Farbtönen und bietet vielseitige Farbkombinationen, die dem Ambiente sowohl Leichtigkeit verleihen als auch den starken Charakter von Mocha Mousse hervorheben. Um Mocha Mousse am besten zu repräsentieren, haben wir Produkte ausgewählt, die diesen Farbton auf ihre Weise interpretieren und dazu beitragen, eine einladende und raffinierte Atmosphäre zu schaffen.

Der warme und einladende Farbton von Mocha Mousse strahlt einen diskreten Luxus aus, eine Eleganz, die Wohlbefinden und Gelassenheit zelebriert.



ADA

Mindful Living



In einer Welt, die oft von Hektik und Ablenkung geprägt ist, gewinnt das Konzept des „Mindful Living“ zunehmend an Bedeutung. Es geht darum, bewusst zu leben und den Moment zu schätzen, anstatt sich von der ständigen Reizüberflutung überwältigen zu lassen.

Vom Möbelhersteller zum Entschleuniger des Alltags - Die ADA Möbelwerke starteten 2023 mit der neuen Marke „ADA Mindful Living“ durch. Das Österreichische Familienunternehmen gehört zu den führenden Polstermöbel-, Betten- und Matratzenherstellern in Europa. Klassisch, warm, luxuriös - mit der Farbenwelt MOCHA MOUSSE, der Pantone Farbe 2025, wird jeder Raum noch gemütlicher.



EIN KOCH FÜR DIE WIRTSCHAFT

Satire

EINE SATIRE RUND UM EINE MÖGLICHE UND GANZ ANDERE
REGIERUNGSBILDUNG IN ÖSTERREICH

Angedacht von: Peter de Cillia



Copyrights © Getty Images

IN DEN RÄUMLICHKEITEN DES PRÄSIDENTEN

In Österreich herrscht reges politisches Treiben. Bundespräsident Alexander Van der Bellen steht vor einer wichtigen Aufgabe: Er muss einen neuen Bundeskanzler ernennen. Während seine Berater hektisch Wirtschaftsprofessoren und Finanzexperten vorschlagen, fällt Van der Bellen ein Name ins Auge - Peter de Cillia. „Das ist genau der richtige Mann!“ ruft er begeistert. „Ein erfahrener Kritiker, der die Wirtschaft durchschaut wie kein anderer!“ Er ignoriert die fragenden Blicke seiner Berater und lädt de Cillia umgehend in die Hofburg ein.

DIE VERWECHSLUNG

Peter de Cillia, ein Verleger in der Sparte Gastronomie und Design, versteht die Einladung zunächst als Auszeichnung für seine jahrelange Arbeit. „Endlich erkennt jemand, wie wichtig gutes Essen und Design für die Gesellschaft sind!“ denkt er sich, als er seine besten Notizblöcke einpackt. Als Van der Bellen ihn dann mit den Worten begrüßt: „Herr de Cillia, Österreich zählt auf Ihre Expertise, um die Wirtschaft anzukurbeln!“, wird ihm langsam mulmig. „Ähm, Herr Bundespräsident“, beginnt de Cillia vorsichtig, „meine Expertise liegt eher im Bereich Gulasch und Kaiserschmarrn als in Finanzpolitik.“ Van der Bellen winkt ab. „Genau das brauchen wir! Ehrlichkeit, ein guter Geschmack, und jemand, der den Durchblick hat. Die Wirtschaft ist wie ein Restaurant, verstehen Sie? Man muss die richtigen Zutaten kombinieren.“

EIN KANZLER OHNE REZEPT

Am nächsten Tag tritt Peter de Cillia vor die Presse. Seine ersten Worte: „Ich verspreche Ihnen, dass ich Österreich wieder auf den richtigen Geschmack bringen werde!“ Die Journalisten sind verwirrt. Ein paar Stunden später sitzt er im Kanzleramt und studiert hektisch Unterlagen zur Steuerreform – während sein Blick immer wieder abschweift. „Das Steuerrecht erinnert mich an die Speisekarte eines Wirtshauses in Niederösterreich“, murmelt er. „Viel zu viele unnötige Beilagen.“ Um sich Luft zu verschaffen, beruft er seine erste Sitzung ein. Seine neue Idee: Jede Gesetzesvorlage wird wie ein Gericht behandelt. „Wenn es fad schmeckt, kommt es nicht auf den Tisch!“ erklärt er. Finanzminister und Wirtschaftskammerpräsident sind entsetzt.

DER WENDEPUNKT

Doch dann geschieht das Unerwartete - de Cillias unkonventionelle Ansätze beginnen zu wirken.

- Er führt ein „Zwei-Gänge-System“ ein: „Nicht zu viel auf einmal, sonst wird's unübersichtlich.“
- Bürokratische Hürden nennt er „unnötigen Schaum“, den man abschöpfen muss.
- In Verhandlungen mit der EU vergleicht er Österreichs Situation mit einem schlecht gemachten Wiener Schnitzel: „Viel Panier, wenig Fleisch. Das ändern wir jetzt!“

Die Bevölkerung ist begeistert von seinem bodenständigen Ansatz. Seine Reden sind gespickt mit Anekdoten über regionale Gasthäuser, und seine „Speisekarten-Analogie“ wird sogar Teil des Schulunterrichts.

DAS FINALE

Nach einem Jahr ist Österreich tatsächlich in einer besseren wirtschaftlichen Lage. Peter de Cillia tritt auf die Bühne und sagt: „Liebe Österreicherinnen und Österreicher, ich hatte keine Ahnung, wie ich der richtige Kanzler sein soll. Aber eines habe ich gelernt: Egal ob in der Wirtschaft oder in der Gastwirtschaft – am Ende zählen nur die Menschen, die man an den Tisch bringt.“

Van der Bellen klopf ihm auf die Schulter und murmelt: „Ich wusste, dass ich den richtigen Mann ausgewählt habe.“

Die Berater des Bundespräsidenten verdrehen nur die Augen. Die Verwechslungskomödie endet mit einem großen Festessen, bei dem Peter de Cillia als Kanzler gefeiert wird.



Vorschau auf Ausgabe 2 | April 2025

Hotel international

Wohnen am Logenplatz der Südtiroler Bergwelt

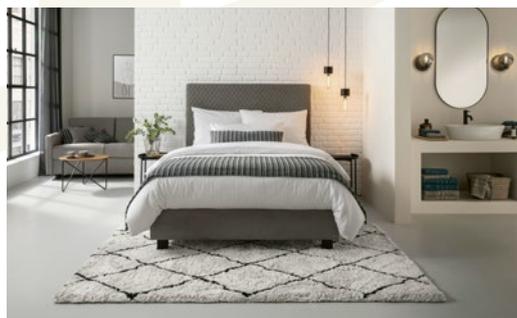
Das Amonti Chalet Resort eröffnet im Mai 2025.



Das Hotelbett

Gäste verdienen natürlich nur das Beste für die wichtigsten Stunden im Hotel.

BU: In einem Bett von FBF liegen Ihre Gäste auf jeden Fall bestens.



Das Bad im Hotel

Als Statement des Hauses ange-dacht, schafft das perfekt design-te Bad Wohlbefinden beim Gast. Bei uns sehen Sie die neuesten Entwicklungen.

Neu auf der ISH 2025

Kaldwei demonstriert was ein Bad so alles kann - nicht nur optisch gesehen.



Party im Freien

Tipps für gelungene Outdoor-Feste. Welche Produkte sollten auf keinen dabei Fall fehlen?



Erscheinungstermin:

25. April 2025 | (RS 31.März 2025)

IMPRESSUM

Grundlegende Richtung:

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

Medieninhaber und Herausgeber:

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

Verlags- und Redaktionsadresse:

Rainergasse 14/20, 1040 Wien
+43 676/93 83 202
redaktion@hotel-und-design.at
www.hotel-und-design.at

Redaktionsleitung & Chefredakteur:

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

Art Direktion:

Largime Kolonja
+43 660 483 78 41
l.kolonja@outlook.com

Redakteure dieser Ausgabe:

Daniela de Cillia
Peter A. de Cillia

Fotos:

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

Cover:

FRUTAROM / Mona Lorenz Fotografie

Druck:

maxmedia gmbh
Rotenturmstraße 17 / Top 10, 1010 Wien

Erscheinungsweise:

6 x jährlich

Auflage:

12.000 Exemplare

Aboservice und Verrechnung:

Peter A. de Cillia
Rainergasse 14/20, 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.

DESIGN FIRST.



reddot winner 2024



a | n
t | i
r | i

ANTIRI GmbH
Offizieller Vertriebspartner
für Österreich
Andreas Poschalko
Favoritenstraße 26/2
A-1040 WIEN
tel. + 43 664 916 35 75
email: andreas.poschalko@starpool.com



furniture for gyms,
health and golf clubs,
spa&wellness, offices, hotel,
medical and corporate

follow us





Glenfiddich®



GRAND
CHATEAU
AGED 31 YEARS

SINGLE MALT SCOTCH WHISKY
BORDEAUX WINE CASK FINISH

LIMITED EDITION