

HOTEL & DESIGN

FACHMAGAZIN FÜR DESIGN UND ARCHITEKTUR IN DER
HOTELLERIE UND GEHOBENEN GASTRONOMIE

Hotel Kristberg

EIN NEUES REFUGIUM
AM ARLBERG

Mandarin Oriental

THE PLACE TO BE

Food Trends 2026

FARBE & FUNKTIONALITÄT
AM TELLER

Alpine Hospitality Summit in Kitzbühel

Donnerstag, 7. Mai 2026



Hotel „Grand Tirolia Kitzbühel“ –

Ein Mitglied der Hommage Luxury Hotels Collection

Eichenheim 10, 6370 Kitzbühel



Themenswerpunkte und mehr
Informationen unter alpine-hospitality-summit.at

Anmeldung unter:
tourismusberatung@prodinger.at

prodinger
DAS GEHT.

VEREHRTE LESERSCHAFT!

Wirtschaftlich schwierige Zeiten gehen meistens in Hand mit nicht weniger schwierigen politischen Auseinandersetzungen. Die einen - also die Bundesregierung - müssen „liefern“ und werden für alles verantwortlich gemacht, ob hausgemacht oder nicht. Die anderen - also die Opposition - kritisieren, müssen aber nicht beweisen, ob Ihre Lösungsvorschläge, so sie überhaupt welche haben, auch besser funktionieren. Ja und dann gibt es noch die Sozialpartner. Eine seit Jahrzehnten hochgelobte Partnerschaft zwischen Arbeitgeber und Arbeitnehmer. Auf beiden Seiten gibt es Funktionäre, die meisten von Ihnen hochbezahlt und mit allerlei Privilegien ausgestattet, die ihren Beruf (ist ein Funktionär ein Beruf im eigentlichen Sinn? - Anm. d. Red) als Berufung sehen und gute Arbeit für ihre Mitglieder abliefern. Ja und dann gibt es auf beiden Seiten Menschen, die anscheinend mehr an ihre eigene Karriere denken, als an guten Lösungen. Menschen, die wie Politiker glauben, durch radikale Aussagen schnell Aufmerksamkeit zu erlangen und so ihrem eigenen, persönlichen Ziel schneller näher zu kommen. So jemand scheint mir der gelernte Maschinenschlosser Hebenstreit, Vorsitzender der Gewerkschaft vda und zusätzlich Konzernbetriebsratsvorsitzender der ÖBB zu sein. Unter vielen Aussagen der letzten Wochen rund um den „Registrierkassenschwindel“ in der Tourismusbranche, erweckt er alleine mit der Aussage „billige Arbeitskräfte aus Drittländern“ fälschlicherweise den Eindruck, dass hier nationale Regelungen nicht eingehalten werden müssen und stellt zudem mit vielen statements eine gesamte Branche als Steuerhinterzieher dar. Unternehmer die tagtäglich hart arbeiten, Risiken eingehen werden pauschal diffamiert. Ja, es gibt sie die „schwarzen Schafe“, die sind in jeder Branche leider vorhanden und die müssen zur Verantwortung gezogen werden. Deswegen aber mit radikalen Aussagen Stimmung gegen Unternehmer zu machen ist nicht nur billig, sondern verantwor-

tungslos. Aber Herrn Hebenstreit kann beruflich und wirtschaftlich nichts passieren, er „arbeitet“ ja in einer ziemlich geschützten Werkstatt.

Um unseren Lesern nicht gänzlich das „Unternehmersein“ zu vermiesen, haben wir in unserer ersten Ausgabe 2026 wieder einige spannende Geschichten über Hotels, Restaurants und Produkte aufbereitet. Holen Sie sich bei uns einige hilfreiche Inputs, um Ihren Betrieb für die Zukunft fit zu halten.

In diesem Sinne

Viel Vergnügen, wünscht Ihnen



Ihr Peter A. de Cillia



Content

H&D INFORMIERT

- 3 EDITORIAL
- 6 NEWS
- 58 VORSCHAU | IMPRESSUM

HOTEL WELTEN

- 6 HOTEL NATIONAL | POST BEZAU
Retreat und Wellness
- 8 HOTEL NATIONAL | KRISTBERG
Ein neues Refugium am Arlberg
- 10 HOTEL NATIONAL | MANDARIN ORIENTAL
The place to be
- 15 HOTEL INTERNATIONAL | HYATT KENNEDY
Neues Haus in Frankfurt
- 16 HOTEL INTERNATIONAL | MARRIOTT GRUPPE
Premium-Eröffnungen 2026
- 18 HOTEL INTERNATIONAL | HOTEL MIX WELLNESS
Im Einklang mit den Elementen
- 20 HOTEL INTERNATIONAL | GITSCHBERG SÜDTIROL
Architektonisch schlicht wie einmalig
- 22 HOTEL INTERNATIONAL | TANSANIA
Sternehimmel Deluxe
- 24 HOTEL INTERNATIONAL | ASCOTT
Ein Stück Chelsea
- 25 HOTEL INTERNATIONAL | AREV ST. TROPEZ
Diskreter Luxus
- 26 HOTEL INTERNATIONAL | ADELFA STUDIOS
Tradition trifft modernen Komfort
- 27 HOTEL INTERNATIONAL | NOVOTEL
Hotelzimmer im Stadion



- 28 ÖHV KONGRESS
Simplicity - einfach(er) machen
- 30 HYGIENE | ALLES SAUBER
Wenn Hygiene mehr zählt als der schöne Schein
- 32 PRODINGER
Wenn die Immobilie schneller wächst als der Betrieb

DESIGN

- 34 DESIGN AUSSICHTEN 2026
Wenn Design leise spricht
- 37 HOTEL SEMINAR
Kitzbühel als Bühne für die Branche
- 38 WOHNMESSE
Wohnen & Interieur 2026
- 40 AMBIENTE-IMPRESSIONEN 2026
4.636 Aussteller, 170 Nationen, ein Standort
- 42 OUTDOOR
Wir wollen raus

FOOD & BEVERAGE

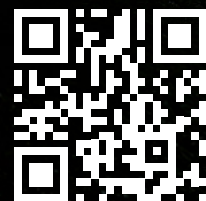
- 44** **FOOD-TRENDS 2026**
Mehr Farbe auf unsere Teller
- 46** **R EXPRESS**
Mit R Express in die kulinarische Zukunft
- 48** **WIBERG**
Detox mit viel Genuss
- 50** **GUESTHOUSE**
20 Jahre Leidenschaft
- 52** **KIRCHENWIRT**
Allegorie des Genusses
- 54** **TISCHKULTUR**
Farbenfrohe Flexibilität
- 56** **BAR MONTEZ**
Wo Kreativität auf Charakter trifft



47



**SPEZIALITÄTEN
FÜR DIE
GASTRONOMIE**



ganz. nah. dran.

RETREAT *und Wellness*

IM HOTEL POST IN BEZAU, SCHAFFEN ARCHITEKTONISCHE RUHE,
SPA-KOMPETENZ UND MASSGESCHNEIDERTE RETREATS EINE
NEUE FORM DES WOHLBEFINDENS





Das Hotel zählt zu den Vorreitern im Bereich Retreat und Wellness im alpinen Raum. Seit fünf Generationen in Familienbesitz verbindet es eine 175-jährige Geschichte mit einem ganzheitlichen Ansatz zu Gesundheit, Spa Kompetenz und nachhaltiger Regeneration. Als Zuhause von Susanne Kaufmann ist das Haus eng mit ihrer persönlichen Geschichte verbunden. Susanne Kaufmanns Philosophie vereint ihr langjähriges Wissen über wirkungsorientierte Hautpflege und alpine Wirkstoffe und bildet die Grundlage des heutigen Konzepts.

Hochwertigkeit dezent vermittelt

Eingebettet in die ruhige Berglandschaft des Bregenzerwaldes setzt das Hotel auf eine elegante, klare Gestaltung aus natürlichen Materialien. In dieser architektonischen Ruhe offenbart sich die Philosophie des Hauses: ein Umfeld, das die Entfaltung eines präzise gestalteten Gesundheits- und Erholungsmodells ermöglicht. Grundlage dieses Konzepts sind vier fein aufeinander abgestimmte Säulen: erholsamer Schlaf, eine bewusste Ernährung, wirkungsorientierte Bewegung und regenerierende Anwendungen mit Susanne Kaufmann Produkten, deren Zusammenspiel ganzheitliches Wohlbefinden fördert und körperliche wie mentale Balance stärkt.

Ergänzt wird dies durch eine regional verankerte Kulinarik, die Genuss und Qualität in den Mittelpunkt stellt.



— Mehr Infos unter www.hotelpostbezau.com

Klar definierte Retreat-Schwerpunkte

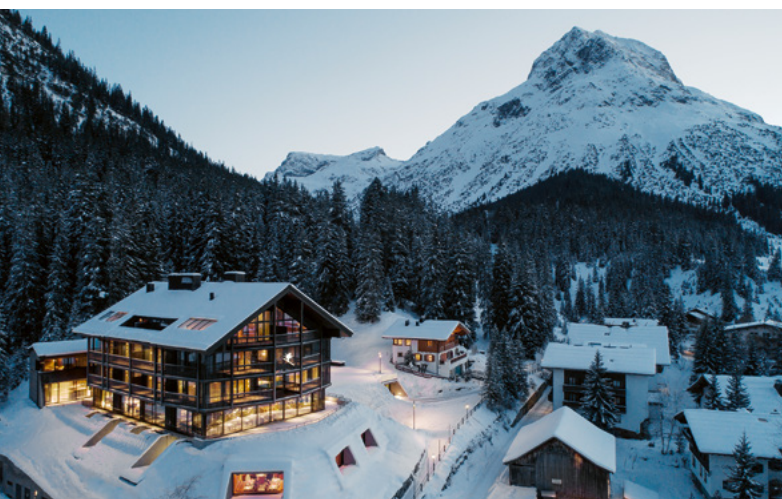
Entspannung, Detox und Yoga, stehen am Programm. Aus diesem Spa entwickelte sich 2003 auch die gleichnamige Kosmetikmarke „Susanne Kaufmann“, deren über 50 Produkte alpine Wirkstoffe mit wissenschaftlich fundierter Pflege vereinen. Hergestellt in der Produktionsstätte im Bregenzerwald-Ort Egg, vertiefen die Produkte den Ansatz des Hauses und schaffen eine konsistente Linie, in der Präzision, Wirkung und die Verbindung zu alpinen Inhaltsstoffen zusammengeführt werden. Auch die Kulinarik folgt diesem Verständnis und ist eng mit den inhaltlichen Schwerpunkten des Hauses verbunden. Unter der Leitung von Küchenchef Dennis Kellner arbeiten die Post Bezau Genussküche und die Detox Küche mit regionalen Produkten und saisonaler Vielfalt. Beide orientieren sich an ernährungsphysiologischen Prinzipien, die die Regenerationsprozesse der Retreats gezielt unterstützen. Gemeinsam mit Health Concierge Jan Wägele entstehen leichte, präzise abgestimmte Menüs und frisch gepresste Säfte, die Ernährung, Wohlbefinden und die methodischen Linien des Gesundheitskonzepts harmonisch miteinander verbinden. Seit 2020 ergänzt der Post Bezau Webshop das Angebot und ermöglicht es, die Post Bezau mit ihren verschiedenen Detox-Kuren und Produkten nach Hause zu bringen.

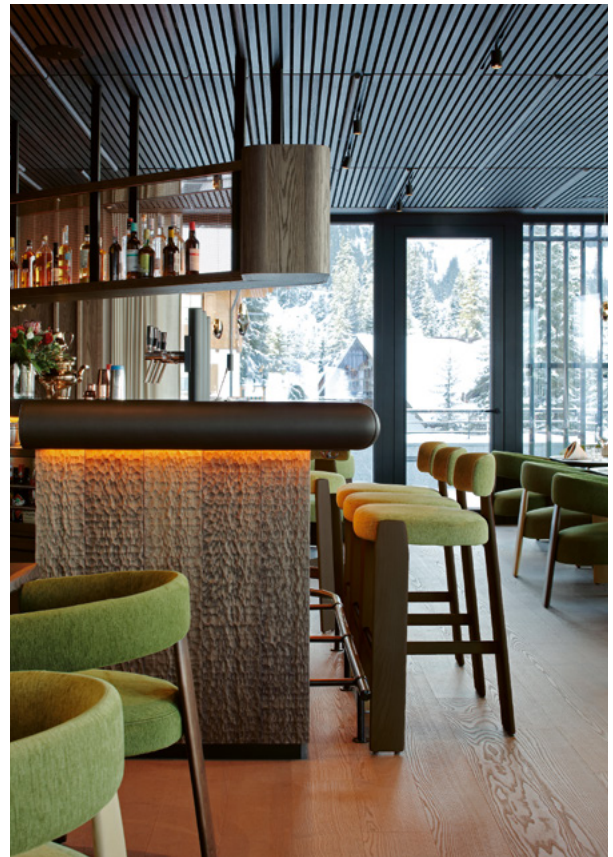


EIN NEUES REFUGIUM IN *Lech am Arlberg*

~
DAS HOTEL KRISTBERG DER
FAMILIE ZIMMERMANN, ERHEBT SICH
OBERHALB VON LECH ALS PRÄZISE
KOMPONIERTER BAUKÖRPER, DESSEN
ARCHITEKTONISCHES KONZEPT AUF
DEM SPANNUNGSVERHÄLTNIS VON
KERN UND HÜLLE BASIERT

Rund um einen gestockten Sichtbetonkern organisiert sich das Gebäude, während eine leichte, transparente Außenhülle aus Glas und schwarz lasiertem Holz den Bau umspannt. Diese Konstruktion verleiht dem Haus eine überraschende Leichtigkeit und öffnet es zugleich konsequent zur alpinen Landschaft. Auch funktionale Bereiche werden architektonisch integriert: Der Scotch Club sowie sämtliche Servicebereiche sind im Berg nahezu unsichtbar in das Gelände eingebettet. Sichtbare Fassadenteile sind konsequent in schwarzem Holz ausgeführt, wodurch das Gebäude vor der legendären „Schwarzen Wand“ beinahe mit der Landschaft verschmilzt. Die Architektur versteht sich als moderne Interpretation des alpinen Bauens. Traditionelle Elemente wie Holz, Schindeln und textile Motive werden nicht nostalgisch zitiert, sondern abstrahiert und zeitgemäß neu gedacht.





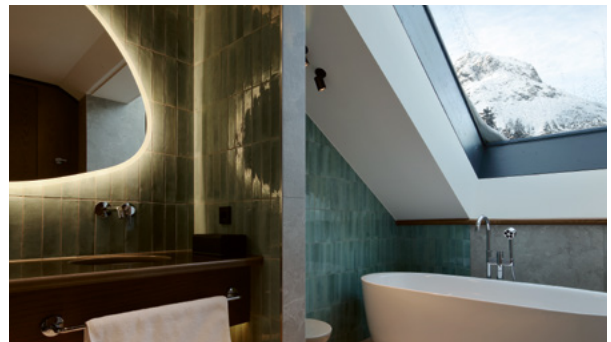
Der Salon Lech

Im Inneren gehen öffentliche Bereiche fließend ineinander über: Living-Lobby, Bar und der Salon Lech, der sowohl als Frühstücksraum als auch als legeres Restaurant funktioniert, lösen die klassische räumliche Trennung auf und schaffen eine offene, kommunikative Raumlandschaft. Großzügige Verglasungen inszenieren dabei das Bergpanorama als allgegenwärtigen Hintergrund. Mit einem Augenzwinkern sind die Instagram Toiletten ein willkommener Beitrag zum Smalltalk – hier schwimmt ein überdimensionaler Goldfisch dem Gast entgegen.



Die Materialien

In Innenraum bilden dunkler Sichtbeton und Eschenholz interessante Kontraste, wobei das Eschenholz je nach Raum unterschiedliche Farbtöne einnimmt: hellbeige im Wellnessbereich, maronifarben in allen Suiten und kaffeebraun in den öffentlichen Bereichen. Weiters zieht sich ein dunkler Grünton durch alle Stockwerke und Räume, der die Farbe der CI des Hotels aufnimmt und zugleich Assoziationen an Wald weckt.



Die Suiten

Das wichtigste Merkmal der knapp 30 Suiten sind der Panoramablick in die alpine Umgebung. Eine für Lech ungewöhnliche Offenheit des Baukörpers wird durch die großzügige Verglasung des Gebäudes erreicht. Die vertikalen Balkongeländer sowie Holzlatten fungieren als Filter, fokussieren den Blick nach außen und schützen zugleich die Privatheit im Inneren.

Das in den Zimmern dominierende maronifarbene Eschenholz wird durch grüne Wandoberflächen mit Wischstrukturen ergänzt, die in ihrer Haptik und Farbigkeit an Wälder und Moose erinnern. Als farblicher Kontrast zieht die Minibar in Moosgrün die Blicke auf sich. Die Textilien sowie die Badezimmer sind durch zwei Farbwelten geprägt: entweder Aubergine und Rosa samt dunkelgrünen Bädern sowie eine ruhigere Palette aus Beige und Grau mit hellgrünen Akzenten im Badezimmer. Sämtliche Möbel – bis auf die Fauteuils – wurden speziell für das Haus entworfen und unterstreichen den ganzheitlichen Gestaltungsansatz. Ein prägendes Element der Zimmer sind große, langgezogene Leuchten in organischen Formen, die wie Lampions im den Räumen schweben. Sie sind von außen sichtbar und setzen den Innenraum atmosphärisch in Szene.



Der Wellness-Bereich

Der Wellness-Bereich setzt die architektonische Idee fort. Naturbelassene Schindeln, maßgefertigte Wellnessliegen und gezielt eingesetzte Grüntöne schaffen eine ruhige, erdende Atmosphäre. Das Zentrum des Ruheraums bildet ein freihängender Kamin, entworfen von cp architektur. Er besteht aus polygonalen Elementen aus hell glasierter Keramik, die sich übereinanderschichten. Dessen Basis ist eine offene Feuerstelle aus Schwarzstahl. Wie um ein Lagerfeuer herum entwickelt sich eine Sitzlounge, die zum Lesen und Entspannen einlädt. Auf Podest artigen Stufen gruppieren sich Liegen um die Feuerstelle, in Kombination mit den mit Weißtanne geschindelten Wänden ergibt es eine heimelige Atmosphäre.

Der legendäre Scotch Club

Der Scotch Club war jahrzehntelang Fixpunkt im Lecher Nachtleben. Heute wird er mit neuem Leben gefüllt, ist aber weit mehr als ein Club: Er ist ein Ort gelebter Geschichte und zeitgenössischer Clubkultur, in den frühen Abendstunden dient er als Restaurant – Dinner Club. Architektonisch öffnet der Scotch Club gezielt Sichtachsen auf den Dorfkern von Lech und schafft so eine bewusste Verbindung zwischen Innen- und Außenraum. Der polygonale Grundriss des Clubs wird durch eine verchromte, wellige Spiegelwand aufgenommen und verstärkt. Sie reflektiert Licht und verleiht dem Raum Tiefe und Lebendigkeit. Die dominante Farbwelt aus Rostrot und Lila wird durch Akzente der 1970er-Jahre ergänzt: Cordstoffe und Samt bei den Sitzmöbeln zitieren die Blütezeit des Clubs und verleihen dem Interieur eine sinnliche, warme Atmosphäre. Ein prägendes Element sind die ausgestellten Formel-1-Helme, die an jene Zeit erinnern, als der

Scotch Club neben des Ski Jetsets ein internationaler Treffpunkt der Formel-1-Szene war. Im Kontrast zu den glänzenden Oberflächen steht die strukturierte Holzdecke: Mosaikartige Holzelemente übernehmen sowohl akustische Funktionen als auch eine starke gestalterische Rolle. Sie sorgen für Klangqualität und Wärme und verankern den Raum zugleich im alpinen Kontext. Zwischen den Holzelementen stecken Lichtelemente aus weißem Marmor, die wie umgedrehte Bergpanoramen wirken. Sie können – zentral gesteuert – unterschiedliche Lichtfarben annehmen und tragen wesentlich dazu bei, die unterschiedlichen Funktionen des Scotch Clubs zu unterstreichen. Der Scotch Club vereint auf diese Weise Geschichte, Design und Musik zu einem Ort mit starker Identität.

Die Fotogalerie

Als Hommage an Egon Zimmermann, den Olympiasieger in der Abfahrt in Innsbruck 1964 und Gründungsvater des Hotels wurden auf vier Etagen eine von Michaela Feurstein-Prasser kuratierte Fotogalerie eingerichtet. Die dunklen rauen Betonwände des Stiegenhauses bieten dabei einen interessanten Hintergrund für die großformatigen großteils in schwarz-weiß produzierten Fotos. Nach Themen wie „Kindheit“, „Skirennen“, „prominente Gäste und Freunde“ oder der berühmte „Porschesprung“ gruppiert, erzählen die Fotos die Geschichte eines der berühmtesten Skistars vom Arlberg und verbinden den Neubau mit der langen Tradition dieses Orts.

HOTEL KRISTBERG PROJEKTDATEN

Bauherr: Hotel Kristberg GmbH

Standort: Lech am Arlberg

Planungsbeginn: 06/2023

Fertigstellung: 12/2025

Nutzfläche: 4356

Grundfläche: 3362

Architektur: Architekt Christian Prasser,
cp architektur

Projektleitung: Dipl. Ing. Mathias Exner,
cp architektur

MitarbeiterInnen: Wolfgang Czihak, Michael
Fehring, M.A., Andrea Majstorovic,
M.A. Claudia Pichler, M.A.

— Mehr Infos unter www.hotel-kristberg.at

MANDARIN ORIENTAL

the place to be

~

DAS MANDARIN ORIENTAL VIENNA, SETZT NEUE MASSSTÄBE
IN SACHEN ELEGANZ UND RAFFINESSE IM HERZEN WIENS.
UND PRÄSENTIERT EINE LUXUSWELT A LA „MANDARIN ORIENTAL“





Das Gebäude wurde zu Beginn des 20. Jahrhunderts vom österreichischen Architekten Alfred Keller als Gerichtsgebäude erbaut und nun lange und umfassend saniert. Inspiriert von der Wiener Secession, verbindet die Innenausstattung historische Ehrfurcht mit zeitgenössischem Ausdruck und bewahrt wichtige historische Merkmale wie Treppen, Decken und originale Wandverkleidungen, während gleichzeitig modernes Design behutsam integriert wurde. Die Grenze zwischen Alt und Neu wurde bewusst aufgehoben, um einen nahtlosen Dialog zu schaffen, der die Vergangenheit würdigt und gleichzeitig selbstbewusst in die Zukunft blickt. Das Hotel verfügt über 138 elegant eingerichtete Zimmer und Suiten, von denen viele einen Blick auf den ruhigen Innenhof bieten, der nun als sozialer Mittelpunkt neu gestaltet wurde. Dieser lichtdurchflutete Bereich vereint das Fine Dining Restaurant, die Brasserie, das Café und die Bar des Hotels und schafft eine ruhige Atmosphäre inmitten der pulsierenden Stadt. Im gesamten Haus wurde nicht gekleckert, das Ergebnis ist aber nicht laut und präsentiert sich nicht „Blink-Blink“, man merkt, dass die Verantwortlichen zwar viel Geld in die Hand genommen haben, dabei aber den Geschmack nicht außer acht ließen.

Signature prints

Jedes Hotel der Gruppe besitzt seinen eigenen Signature-Fächer, der die einzigartige Identität des Hauses oder die Kultur der Destination widerspie-



gelt. Der Signature-Fächer von Mandarin Oriental, Vienna - Kräftige, ausdrucksstarke Pinselstriche, die sich über ein ruhiges geometrisches Raster ziehen, fangen das Wechselspiel zwischen Bewegung und Stille, Spontaneität und Struktur ein. Diese Dualität spiegelt den Geist des Hotels wider: eine Balance zwischen Tradition und moderner Raffinesse. Der von dem renommierten österreichischen Künstler Peter Jellitsch entworfene Fächer schlägt eine Brücke zwischen der physischen und der digitalen Welt und spiegelt damit das Wesen Wiens wider – einer Stadt, in der jahrhundertealte Tradition auf zukunftsweisende Kreativität trifft. Das Design greift Elemente des Jugendstils und die unverwechselbare Bildsprache des Künstlers auf und kombiniert ein Schachbrettmotiv mit fließenden Farbgesten, die sowohl Ordnung als auch emotionale Tiefe symbolisieren. Das Mandarin Oriental, Vienna verfügt über 86 außergewöhnlich gestaltete Zimmer und 52 lichtdurchflutete Suiten. Pool, Sauna, Fitnesseinrichtungen und ein exklusives Spa mit sieben Behandlungsräumen stehen ebenfalls vor Ort zur Verfügung.



Wiener Charme

Sanfte, neutrale Farbtöne, beste Bettwäsche und maßgeschneiderte Möbel schaffen eine beruhigende und komfortable Atmosphäre. Die Marmorbäder verfügen über begehbare Duschen sowie hochwertige Pflegeprodukte. Das Hotel verwandelte ein Jugendstil- Gerichtsgebäude von Alfred Keller aus dem Jahr 1905 in ein Luxushotel, das Tradition mit zeitgenössischer Eleganz verbindet. Das Design von Goddard Littlefair schafft eine Balance zwischen Tradition und kreativer Rebellion und spiegelt den Geist Wiens zu Beginn des 20. Jahrhunderts wider. Die Empfangsbereiche verfügen über kunstvolle Luster und das originale Stiegenhaus ist ein denkmalgeschütztes Relikt seiner Zeit. In den öffentlichen Bereichen werden Gips, Marmor, Holz und Goldakzente kombiniert, wodurch ein nahtloser Dialog zwischen Alt und Neu entsteht. Die Zimmer und Suiten bieten ein wohnliches Ambiente mit sanften Farbpaletten sowie von der Secession inspirierte Stoffe, maßgeschneiderte Möbel und durchdacht gestaltete Badezimmer. Der Spa-Bereich in der unteren Etage setzt das Thema des immersiven Luxus mit hochwertigen Oberflächen und auffälligen Details fort.

Die Kulinarik

Der in Österreich geborene Küchenchef Thomas Seifried bringt über 20 Jahren internationale Erfahrung in seine Rolle als gastronomischer Leiter ein.

Hotel&Design Bewertung

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

Ausgebildet in Österreich und geprägt von einer globalen Karriere, ist Seifried bekannt für seine präzise, auf Meeresfrüchte ausgerichtete Küche, die Raffinesse mit Respekt für saisonale Zutaten verbindet. Vor seinem Einsatz im Mandarin Oriental, war Seifried Küchenchef im Blue by Eric Ripert, dem Signature-Restaurant des The Ritz-Carlton, Grand Cayman. Diese Erfahrung hat seine kulinarische Philosophie geprägt und legte seinen Fokus auf leichte, elegante Gerichte, bei denen der Geschmack im Mittelpunkt steht. Im Mandarin Oriental, Vienna leitet Seifried die vier Restaurants des Hotels und verbindet österreichisches Erbe mit einer kosmopolitischen Perspektive, um einen neuen Standard für gehobene Gastronomie in der Hauptstadt zu setzen.

FAZIT: Eine First-Class-Hotel der Sonderklasse. Hier wurde von den Investoren ein Ort geschaffen, der in Wien derzeit am Hotelsektor seinesgleichen sucht. Das Haus könnte sich sehr schnell zum Vorzeigehotel der Stadt entwickeln.

Mehr Infos unter www.mandarinoriental.com

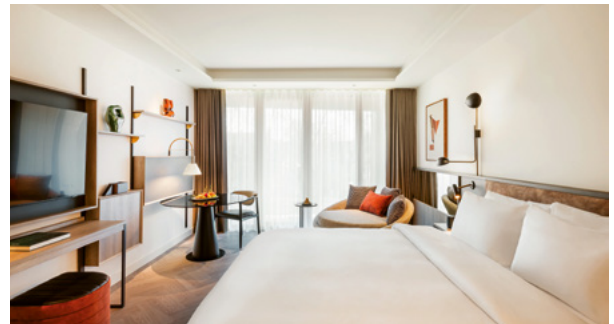


NEUES HAUS IN FRANKFURT

HYATT GAB DIE ERÖFFNUNG DES
„KENNEDY 89“ BEKANNT

Das designorientierte Full-Service-Hotel im lebendigen Frankfurter Stadtteil Sachsenhausen ist das neueste Haus der Marke The Unbound Collection by Hyatt in Deutschland. Das Hotel präsentiert eine neue, anspruchsvolle Interpretation von Luxus in einem der kulturell vielfältigsten Viertel Frankfurts. Inspiriert von der kulturellen Bedeutung eines besonderen historischen Moments entwickelten das Projektteam und die Designpartner das Kennedy 89 mit einer ausgewogenen Mischung aus Respekt und kreativer Vorstellungskraft. Statt die Vergangenheit zu reproduzieren, wird diese zur treibenden Kraft für die Vision von morgen. Historische Einflüsse prägen den Charakter des Hauses und formen zugleich ein Erlebnis, das konsequent auf die Bedürfnisse des modernen Reisenden ausgerichtet ist.

Der Besuch von John F. Kennedy im Jahr 1963 in Frankfurt diente als Inspiration für ein Hotel, das den Optimismus und die kulturelle Energie dieser Zeit weiterträgt – nicht durch eine Nachbildung der 1960er-Jahre, sondern durch die Interpretation ihres Geistes. Dies zeigt sich in warmen Mid-Century-Designakzenten, Balkonen mit Blick auf die Skyline sowie einer Cocktailkarte, die mit Anspielungen auf Kennedys Lieblingsdrink, den Daiquiri, überrascht. Der Fokus liegt dabei weniger auf Nostalgie als auf Verbundenheit: Kennedy 89 ist ein Ort, an dem sich Gäste als Teil des heutigen Frankfurts fühlen – nicht als bloße Beobachter seiner Geschichte.



Copyrights © Hyatt

Mid-Century-Eleganz

Geprägt von der eleganten Ästhetik der 1960er-Jahre verfügt das Kennedy 89 über 180 stilvoll gestaltete Zimmer, darunter 69 Suiten – die größte Anzahl an Suiten, die ein Hotel in Frankfurt bietet. Alle Zimmer und Suiten verbinden höchsten Komfort mit zeitgemäßem Luxus und ermöglichen von ihren privaten Balkonen eindrucksvolle Ausblicke auf die Skyline und das Stadtpanorama. Darüber hinaus sind sämtliche Unterkünfte mit einer Küche ausgestattet und schaffen so ein wohnliches, flexibles Hotelerlebnis. Das Eighty Nine Restaurant & Bar vereint levantinische Küche mit Frankfurter Akzenten und serviert Gerichte, die bewusst zum Teilen konzipiert sind. Das gemeinschaftliche Genusserlebnis bildet das Herzstück des kulinarischen Konzepts.

Die KaSa Lounge & Bar verbindet modernen Stil mit klassischem Charme und bietet Cocktails in einem Ambiente, das von John F. Kennedy inspiriert ist. Die Cocktailkarte ist mit verschiedenen Interpretationen des Daiquiri eine Hommage an seinen Lieblingsdrink.

Mehr Infos unter www.hyatt.com

LUXURY GROUP

BY MARRIOTT INTERNATIONAL

Hotel Openings 2026

EIN KLEINER AUSZUG VON AUSSERGEWÖHNLICHEN HOTELERÖFFNUNGEN DER MARRIOTT-GRUPPE



Fortuna of Cappadocia, Autograph Collection –
Eröffnung in Q1

Opatija Marriott Resort & Spa –
Eröffnung in Q3

Miraparque Lisbon, ein Tribute Portfolio Hotel –
Eröffnung in Q3

Villa Monaco, a Tribute Portfolio Hotel –
Eröffnung in Q4



Copyrights © Marriott International

Opatija, Kroatien

Das Opatija Marriott Resort & Spa ist das erste Haus der Marke Marriott Hotels in Kroatien und verbindet zeitlose Tradition mit moderner Eleganz – ein exklusiver Rückzugsort an der Adriaküste. Die perfekte Lage an der malerischen Riviera von Opatija an der Adriaküste eröffnet Gästen die Möglichkeit, die lebendige Kultur der Region, ihre beeindruckende Natur und den maritimen Charme in vollen Zügen zu genießen. Das Resort umfasst 185 Zimmer und Suiten, darunter sieben Villen mit privaten Pools. Die Räumlichkeiten verbinden moderne Eleganz mit

authentischen Details und schaffen eine einladende Atmosphäre für Entspannung und Begegnung. Das kulinarische Angebot erstreckt sich über drei Restaurants: Pavo Kitchen & Bar, wo mediterrane Aromen auf Nikkei-Fusion treffen; Seafield mit saisonaler mediterraner Küche; und Publiq, das kroatische kulinarische Traditionen modern interpretiert. Darüber hinaus laden fünf stilvolle Bars zum Verweilen ein. Wellness ist dank Innen- und Außenpool, einem Full-Service-Spa und modernen Finesseinrichtungen ein zentraler Bestandteil.



Lissabon, Portugal

Das Miraparque Lisbon, a Tribute Portfolio Hotel, bereichert die Hotellerie in Lissabon und eröffnet einen neuen Blick auf die Küstenhauptstadt. In der Nähe des Eduardo VII Parks, der kulturellen Sehenswürdigkeiten sowie inmitten der lebhaften Viertel Lissabons gelegen, kommen Gäste in den Genuss der perfekten Balance zwischen urbaner

Energie und kultureller Vielfalt. Das Hotel verfügt über 98 stilvolle Zimmer, die die große kulturelle Bedeutung Lissabons in einem facettenreichen Stil widerspiegeln. Gäste genießen authentische portugiesische Aromen in den Restaurants, entspannen auf der Dachterrasse mit Poolbar und Panoramablick oder finden im Spa wohltuende Ruhe.

Kappadokien, Türkei

Eingebettet in die surrealen Landschaften von Kappadokien ermöglicht das Fortuna of Cappadocia, Autograph Collection einen eleganten Zutritt zu diesem mystischen Teil der Türkei. Inspiriert von der römischen Göttin des Glücks kombiniert das Design des Hotels historische Texturen mit moderner Eleganz. Die 153 geräumigen Villen und Suiten eröffnen einen weitläufigen Panoramablick und greifen die lokale Handwerkskunst in feinen Details auf, die mit regionalen Materialien eine ruhige Atmosphäre schaffen.



Neapel, Italien

Die Villa Monaco, a Tribute Portfolio Hotel, liegt an der historischen Miglio d'Oro in Portici und präsentiert sich als neu gestalteter Rückzugsort im neoklassizistischen Stil – mit Blick auf die Bucht von Neapel und in unmittelbarer Nähe zu historischen Stätten wie Pompeji und dem Herculaneum. Gäste genießen beeindruckende Ausblicke auf die Küste zwischen Stadt und Meer. Das Anwesen wird über 58 elegante Zimmer verfügen, die zeitlose Details mit modernen Akzenten verbinden. Die gepflegten Gärten sowie der Spa-Bereich laden zum Entspannen ein, während in den lebhaften Restaurants authentische neapolitanische Küche serviert werden. Das Highlight: die atemberaubende Aussicht von der Dachterrasse.



IM EINKLANG *mit den Elementen*

Wenn warmer Dampf über stille Wasserflächen zieht, der Blick in die Weite der Berge, Meere oder Seen schweift und Zeit für einen Moment ihre Bedeutung verliert, beginnt Wellness in ihrer ursprünglichsten Form. Rückzug ist heute mehr als eine Pause vom Alltag – er ist ein bewusstes Ankommen bei sich selbst, ein Zusammenspiel aus Architektur, Natur und tiefer Erholung. Die Wellnesshotels im DACH-Raum haben diese Sehnsucht perfektioniert. Zwischen alpiner Klarheit, moderner Reduktion und traditionsreicher Gastlichkeit entstehen Orte, an denen Spa-Kultur neu gedacht wird: nachhaltig, sinnlich, entschleunigt. Ob Panorama-Pool mit Bergblick, ruhige Momente im Wald oder Spa-Konzepte an der Küste – jedes Haus erzählt seine eigene Geschichte von Ruhe und Regeneration.

EINER DER SCHÖNSTEN WELLNESSHOTELS ZWISCHEN DEN ALPEN UND DER OSTSEE

Fünf Vorzeigehäuser

Wir stellen fünf außergewöhnliche Wellnessadressen vor, in denen Design und Natur eine harmonische Verbindung eingehen und Erholung nicht inszeniert, sondern spürbar wird. Orte, die Raum schaffen – für Stille, für Achtsamkeit und für luxuriöse Momente jenseits des Alltäglichen. Denn wahre Erholung beginnt dort, wo alles Überflüssige verstummt und das Wesentliche wieder hörbar wird.

Copyrights © Guenter Stadl



WELLNESS & NATURRESORT REISCHLHOF, WEGSCHEID (Bayerischer Wald, Deutschland)

Eingebettet in die sanften Hügel des Bayerischen Waldes steht der Reischlhof für entschleunigten Luxus. Natürliche Materialien, großzügige Ruhezeiten und eine vielfach ausgezeichnete Spa-Landschaft prägen das Haus.

Copyrights © Benjamin Pfritscher



HOTEL HOHENWART, SCHENNA (Südtirol, Italien)

Hoch über Meran entfaltet sich Wellness mit Weitblick. Infinity-Pools, alpine Spa-Rituale und eine spektakuläre Panoramalage prägen das Hohenwart. Ein Rückzugsort zwischen Bergstille und moderner Südtiroler Eleganz.



STRANDHOTEL OSTSEEBLICK, HERINGSdorf (Usedom, Deutschland)

Direkt an der Ostsee verschmilzt hier Meeresrauschen mit stilvoller Spa-Kultur. Thalasso-Anwendungen und der weite Blick auf das offene Meer bestimmen das Erlebnis.

Copyrights © Theresa Lange



HOTEL SEELEITEN, KALTERN AM SEE (Südtirol, Italien)

Direkt am Kalterer See verbindet das Seeleiten mediterranen Leichtigkeit mit alpiner Wellnesskultur. Großzügige Wasserwelten, mediterrane Gärten und der Blick auf Weinberge und den wärmsten See der Alpen schaffen pure Gelassenheit. Ein Ort, an dem Genuss, Natur und Tiefenentspannung ineinanderfließen.

HOTEL THERESA, ZELL AM ZILLER (Zillertal, Österreich)

Familiäre Herzlichkeit trifft auf alpine Spa-Exzellenz. Das Hotel Theresa verbindet moderne Wellnessarchitektur mit tief verwurzelter Tiroler Gastfreundschaft. Ein Kraftplatz für alle, die Wärme, Qualität und echte Erholung suchen.



Copyrights © Hotel Seeleiten/Andergassen

Copyrights © Daniel Zangert

ARCHITEKTONISCH SCHLICHT WIE EINMALIG

NATURNAHES DESIGN UND ENERGIEEFFIZIENTE BAUWEISE BEGEISTERN
IM BOUTIQUE BIOHOTEL GITSCHBERG IN SÜDTIROL



Copyrights © Alenka Kürner and Mats Ramus, Andre Schoenherr

Wohlige Weite, stets in tiefer Verbundenheit mit der umliegenden Natur und gleichzeitig energieeffizient: Mit dem neu gestalteten Boutique Biohotel Gitschberg ist nach mehr als zwei Jahren intensiver Planung ein Herzenswunsch von Gastgeberfamilie Peintner in Erfüllung gegangen. Stetig und behutsam gewachsen, hat ihr „Zuhause“ ein rundum einheitliches Bild bekommen: linear und doch detailverliebt, traditionsverbunden und doch modern. 20 Zimmer erstrahlen in neuem Glanz: Weite Fenster-

fronten und großzügige Balkon-Loggias verlängern den Raum durch Nestcharakter und rücken die Natur in den Mittelpunkt des Wohlbefindens. Neu sind ebenso das Ess.Zimmer, die Stube Frida und das Wein.Atelier mit unverstelltem Bergblick. Unverkennbar ist auch die Verwandlung der Panorama-Terrasse zum Freiluft-Wohnzimmer. Das neue Design konzentriert sich dabei nicht nur auf die neuen Räumlichkeiten und die Außenarchitektur, sondern auch auf viele liebevolle Details im ganzen Haus.



Reservierungen unter:
www.gitschberg.it

Energieoptimierte Architektur

Die energieeffiziente Architektur im Schindellook hat den Wald und seine hochragenden Bäume zum Vorbild. Auch im Inneren war es Gastgeberfamilie Peintner wichtig, der kraftvollen Natur und der grandiosen Bergkulisse gebührend Aufmerksamkeit zu schenken. Weite und Licht zu schaffen, genauso wie sanfte Übergänge, die die Räumlichkeiten mit dem Außen verbinden. Im Gitschberg gibt es kein Design von der Stange, sondern wie gewohnt wurde aus eigenen Ideen alles im Gitschberg-Stil entworfen und von lokalen Handwerkern getischlert. Die kompakte Bauweise mit optimierter Wärmedämmung sowie die bestmögliche Gebäudeausrichtung zur Sonne tragen zu Nachhaltigkeit und Umweltschutz bei und sorgen gleichzeitig für ein verbessertes Wohnklima. Wärmeschutzfenster bringen das Licht in den Raum, lassen aber kaum Wärme nach außen treten. Die Auswahl der Bau- und Ausstattungsmaterialien erfolgte stets sorgfältig und im Einklang mit den Visionen von Nachhaltigkeit und Klimaschutz. Niedrige CO₂-Emissionen in der Anlieferung sowie der Verzicht auf schadstoffbelastete Stoffe, stattdessen der Einsatz von natürlichen Textilien wie Wolle, rohes bzw. naturbehandeltes Lärchen-, Zirben-, und Eichenholz sowie chemiefreie Farben und Dämmmaterialien sorgen für ein natürliches Raumklima.

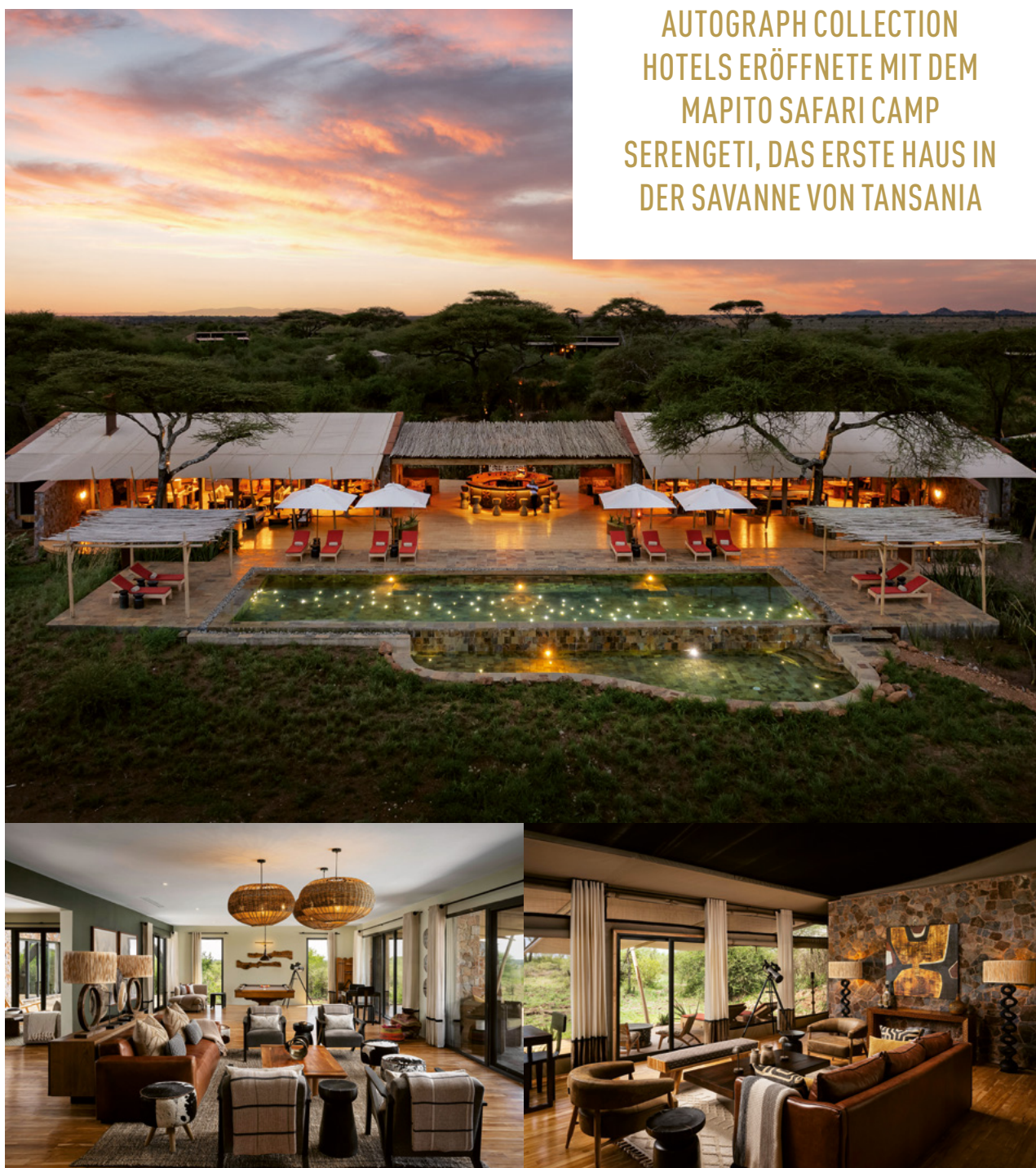
Design, das Lebensenergie ausstrahlt

Ohne die Größe des Hauses und den charmanten Boutique-Charakter zu verändern, ist es Gastgeberfamilie gelungen, noch mehr Räume für den individuellen Rückzug zu öffnen. Die große Bühne gehört dabei der Natur und den heimischen Materialien. Allen voran der Südtiroler Lärche. Innen wie Außen. Schindel für Schindel, Zimmer für Zimmer. Dazu duftende Zirbe, ganz viele Naturelemente aus dem Wald und den Bergwiesen. Die Stube Frida als Hommage an Oma Frieda und Mama Ida ist für Gastgeberin Barbara Peintner ein Ort der besonderen Verbundenheit, der nicht nur Tradition und Moderne miteinander verschmelzen lässt, sondern Dankbarkeit ins Haus bringt. Gastgeber Horst Peintner hingegen hat sich mit dem Wein.Atelier seinen Herzenswunsch erfüllt und einen stilvollen Raum für Genuss-Verkostungen geschaffen. Dafür hat er lange vor der effektiven Planung eifrig Korken, Weinkisten und alte Dielenbretter gesammelt, an der Decke und Lampe getüftelt und den handgefertigten Kalkstein-Brunnen entworfen. Mit Architekt Gerhard Tauber hat Gastgeberfamilie Peintner ihren ganz persönlichen Traumverwirklichter gefunden. Gemeinsam und sich gegenseitig inspirierend haben sie das Design des neuen Gitschberg entwickelt.

STERNEHIMMEL

Deluxe

AUTOGRAPH COLLECTION
HOTELS ERÖFFNETE MIT DEM
MAPITO SAFARI CAMP
SERENGETI, DAS ERSTE HAUS IN
DER SAVANNE VON TANSANIA



Copyrights © Autograph Collection



Das neu eröffnete Haus der Marriott-Gruppe, seines Zeichens das erste Safaricamp der Marke Autograph Collection, befindet sich in der Serengeti, nahe dem Fort Ikoma Gate, das in den Serengeti Nationalpark führt. Im Einklang mit dem Markenanspruch setzt das Safari Camp auf hochwertige Handwerkskunst und ein charakteristisches Design. Jeder Aspekt des Camps würdigt die umgebende Natur, die Kultur der Region und den weiten Sternenhimmel über der Serengeti.

Das Camp umfasst 15 Zeltsuiten sowie eine Villa mit zwei Schlafzimmern. Sämtliche Unterkünfte verfügen über eine eigene Terrasse mit Blick über die wilde Serengeti.

Mitten in der Natur

Die Villa besticht durch einen großzügigen Außen- und Innenwohnbereich, ein Esszimmer, einen Pool und eine Küche. Das von der in Arusha ansässigen Firma Dunia Designs entworfene Interieur zelebriert das Handwerk und die Kultur Tansanias und verbindet eine klare architektonische Linienführung mit handwerklicher Kunstfertigkeit. Nahezu jedes Detail, von den gewebten Kikoyis der Ifakara Women Weavers Association über Perlenarbeiten aus Randilen und Fort Ikoma bis hin zu mundgeblasenen Glaswaren aus Shanga, stammt von örtlichen, von Frauen geführten Handwerks-

genossenschaften. Das für Dunia Designs charakteristische Recyclingmaterial findet sich im gesamten Camp in Form von Skulpturen, Hockern, Sofas und Sitzbänken wieder. Im Mapito Safari Camp folgen die Tage dem Rhythmus der Natur. So können Gäste bei Tagesanbruch in einem Heißluftballon über die Savanne gleiten oder auf professionell geführten Pirschfahrten eine eindrucksvolle Vielfalt an Wildtieren beobachten. Sobald es dunkel wird, offenbaren die nächtlichen Pirschfahrten ein mindestens ebenso spannendes Naturschauspiel.

Der Geschmack der Serengeti

Das Restaurant Njia im Zentrum des Camps entführt auf eine kulinarische Tour, bei der internationale Einflüsse auf die tansanische Seele treffen: Aus saisonalen Zutaten aus dem campeigenen Gemüsegarten entstehen raffinierte Gerichte im Zeichen von Tradition und Innovation. Die Njia Lounge lädt ein zu entspannten Nachmittagen mit einem Buch und einem Glas Wein und von der Mapito Bar aus lässt sich der herrliche Sonnenuntergang über der Serengeti beobachten – mit einem exquisiten Cocktail in der Hand, während sich die Ebene in Gold- und Indigotönen präsentiert.

Das Spa im Mapito Safari Camp hat seine Wurzeln in den afrikanischen Heiltraditionen und nutzt die regenerierenden Eigenschaften natürlicher Heilpflanzen. Für Erfrischung sorgt der Infinity-Pool. Das Mapito Safari Camp befindet sich in der an den Serengeti Nationalpark angrenzenden Wildnis und folgt dem Anspruch, dass wahres Verantwortungsbewusstsein bedeutet, die Umgebung zu schützen und die Menschen, die dort leben, zu fördern. Neunzig Prozent der Belegschaft – einschließlich der Führungskräfte sind Tansanier.



Mehr Infos unter www.marriott.com

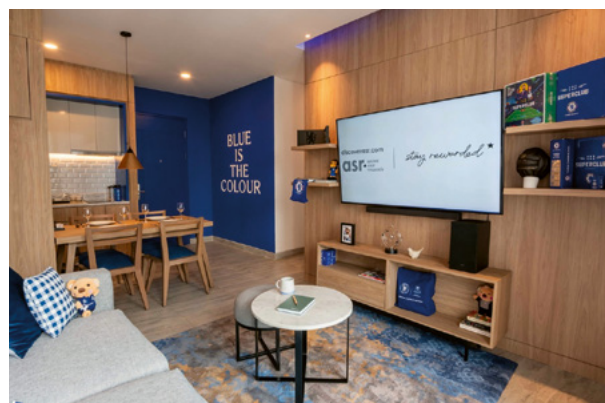
EIN STÜCK *Chelsea*



ALS OFFIZIELLER HOTELPARTNER DES FC CHELSEA SETZT ASCOTT DIE INTERNATIONALE PARTNERSCHAFT ERSTMALS IN EINEM MARKENSPEZI- FISCHEN ZIMMERKONZEPT UM

Mit zwei neuen Themen-Suiten in Jakarta bringt The Ascott Limited (Ascott), der globale Hospitality-Konzern, seine Zusammenarbeit mit dem FC Chelsea aus der englischen Premier League erstmals in ein dauerhaftes Übernachtungsformat. Die Zimmer wurden in zwei bestehenden Häusern umgesetzt und verbinden die Identität der „Blues“ mit dem Komfort internationaler Serviced-Apartment-Konzepte.

Während die Legend Suite im Ascott die Historie des Clubs aufgreift und herausragende Momente sowie Spieler aus der 120-jährigen Vereinsgeschichte mittels Fotos und Memorabilia zeigt, präsentiert sich die Bridge Suite im Citadines als die perfekte Adresse, um ein Spiel zu genießen. Das Interieur bringt die Stamford Bridge sozusagen in das 10.000 Kilometer entfernte Apartment. Farben des FC Chelsea, Bilder der Sportstätte und audiovisuelle Elemente sollen den Stadion-Vibe direkt ins Wohnzimmer bringen. Die Zimmer richten sich nicht ausschließlich an Chelsea- oder Fußballfans, auch andere Gäste können die neuen Suiten selbstverständlich buchen und genießen.



Ausblick

Aufbauend auf der Partnerschaft ist der nächste Entwicklungsschritt bereits geplant. Im zweiten Quartal 2026 wird das lyf Chelsea London an der Stamford Bridge eröffnet und ist damit nur einen Steinwurf von „The Ground“, wie das Heimatstadion des FC Chelsea auch genannt wird, entfernt. Früher als zwei getrennte Hotels betrieben, wird Ascott beide Häuser nach umfassender Renovierung unter der lyf-Philosophie als eine Einheit wieder eröffnen. Fußballfans, die zu Spielen oder anderen Anlässen anreisen, erleben zur Saison 2026/2027 der Premier League das markenspezifische Social-Living-Konzept. Die für das lyf typischen offenen Arbeitsbereiche sowie sozialen Treffpunkte und flexiblen Aufenthaltsformate fördern den Austausch unter den Gästen und sicherlich auch für Clubanhänger ein sehr gelungenes Konzept; hier lassen sich Siege oder Niederlagen gemeinsam feiern, diskutieren oder betrauern.

— Mehr Infos unter www.discoverasr.com/de



DISKRETER LUXUS

DIE CÔTE D'AZUR STEHT FÜR SOMMER, GLITZER UND GLAMOUR. DAS HOTEL AREV ST. TROPEZ IST DER PERFEKTE ORT, AN DEM DAS GOLDENE ZEITALTER DER CÔTE D'AZUR AUF ZEITGENÖSSISCHE ELEGANZ TRIFFT

Mit dem Frühling beginnt am 20. März eine besonders schöne Zeit im AREV St. Tropez, in der der unverwechselbare Charakter der Riviera in ruhiger, moderner Form erlebbar wird. Nur sieben Gehminuten vom Place des Lices entfernt und unweit einer der bekanntesten Strände der Halbinsel, verbindet das AREV St. Tropez Geschichte und Moderne in einer verzauberten, provenzalischen Villa im mediterranen Stil. Das Hotel vermittelt eine neue Vision von Luxus: authentisch, stilvoll, mit der Wärme eines privaten Hauses, ohne auf die Annehmlichkeiten eines Fünf-Sterne-Hotels zu verzichten.

Ein Ort voller Eleganz

Die fünf Gebäude verschmelzen zu einem prachtvollen privaten Anwesen, das den Charme der Riviera der 1960er- und 1970er-Jahre aufgreift. Dächer aus Canal-Ziegeln, Kalkputzfassaden und blaue Fensterläden treffen auf die moderne Interpretation von Luis Bustamante Studio, das die 35 Zimmer



in Anlehnung an nautische Farben und Muster gestaltete. Die Zimmer sind geprägt von Streifen, Toile-de-Jouy und Nuancen von Blau, Weiß und Rot, während helles Holz und geometrische Formen die Eleganz von Yachten und Segelbooten lebendig werden lassen. Jede Suite ist anders gestaltet und erzählt ihre eigene Geschichte.

Das traditionsreiche Restaurant The Strand vereint maritimen Geist mit zeitgenössischer Raffinesse. Die von Manon Santini und Rocco Seminara entwickelte Karte wird unter der Leitung von Executive Chef Mohamed Abdereman umgesetzt und interpretiert Klassiker der Region neu. Die Innen- und Außenbereiche fließen harmonisch ineinander, auf der Terrasse sorgt Live-Musik für fröhliche Atmosphäre. Die ikonische Champagne Lounge und die Q's Bar, inspiriert vom Flair der Yachtclubs, laden zu kreativen Cocktails, erlesenen Weinen und seltenen Spirituosen ein.



Tradition TRIFFT MODERNEN KOMFORT

IM FRÜHSOMMER 2024 HABEN SUSANNA UND SIGLINDE, ZWEI SCHWESTERN AUS ÖSTERREICH, DIE ADELFA STUDIOS AUF PAROS ERÖFFNET

Die Adelfia Studios in der idyllischen Inselhauptstadt Parikia laden Reisende dazu ein, die Schönheit der Kykladen zu entdecken. Nur wenige Schritte von Strand, Tavernen und Cafés entfernt, sind sie der ideale Ausgangspunkt für Entspannung und Erlebnisse. Die insgesamt sieben Studios liegen ruhig und dennoch in Gehweite zur Altstadt Parikias, dem Ankunftsort der Fähren und bekannt für seine entspannte Atmosphäre, die verwinkelten Gassen mit originellen kleinen Geschäften, für die lange Strandpromenade und die natürliche Schönheit der Küstenlandschaft. Die Studios verbinden griechische Tradition und das historische Erbe eines der ältesten Häuser der Gegend mit modernen Annehmlichkeiten.

Vielfalt für jeden Reisenden

Die Insel Paros lockt mit wunderschönen Stränden, türkisblauem Wasser und historischen Sehenswürdigkeiten wie Kirchen, Kapellen und Klöstern. Entlang der wildromantischen Küstenlinie kann man dem Alltag entfliehen und das authentische Inselleben genießen. Die typische griechische Kulisse mit weißen Häusern, blauen Türen und Fensterläden, farbenfrohen Blumen und urigen Balkonen schafft eine unvergleichliche Atmosphäre.

Komfortable Ausstattung

Jedes Adelfia Studio kombiniert die Annehmlichkeiten eines Hotelzimmers mit der Freiheit eines Apartments. Ein tägliches Reinigungsservice, frische Handtücher alle zwei Tage, Smart-TV und kostenloses WLAN bieten einen sorgenfreien Aufenthalt. Alle Studios verfügen über einen privaten Balkon oder eine Terrasse, eine praktisch ausgestattete Küche oder einen Kühlschrank, Geschirr und Kaffeemaschine. Rasches Self-Check-in und Self-Check-out sowie ein vielfältiges Angebot an Aktivitäten und Entspannungsmöglichkeiten in unmittelbarer Nähe ermöglichen eine individuelle und unkomplizierte Urlaubsgestaltung.

Die GründerInnen

„Irgendwann bleib i dann dort“: Nach jahrelangen Urlauben in Griechenland haben sich die Schwestern Susanna und Siglinde mit den Adelfia Studios ihren Traum erfüllt. Der Name der Studios „Adelfia“ bedeutet „Geschwisterlichkeit“ und steht für Vertrauen, Zusammenhalt und Unterstützung – Werte, die die Gastfreundschaft der beiden prägen und ihr Ziel widerspiegelt: Gästen aus Österreich und aller Welt die Schönheit Griechenlands näherzubringen und ihre eigene Liebe zum Land weiterzugeben.

Mehr Infos unter www.adelfiastudios.com

HOTELZIMMER IM STADION

MIT DER ERÖFFNUNG DER „LA SUITE NOVOTEL BY ALL.COM“ – EINEM EXKLUSIVEN, DAUERHAFT INTEGRIERTEN HOTELZIMMER IM LEGENDÄREN PARC DES PRINCES, SETZEN NOVOTEL UND ALL NEUE MASSSTÄBE AN DER SCHNITTSTELLE VON HOSPITALITY UND SPORTERLEBNIS

Getreu ihrem Anspruch, ihren Gästen, Mitgliedern und Fans einzigartige und energiegeladene Erlebnisse zu bieten, haben Novotel, ALL und Paris Saint-Germain dieses innovative Zimmer gemeinsam entwickelt. Das Projekt entstand in enger Zusammenarbeit mit dem Club und unterstreicht dessen Engagement, Partnern und Anhängern immer exklusivere und außergewöhnlichere Erlebnisse zu ermöglichen.

Mit der „La Suite Novotel by ALL.com“ erhält dieser ikonische Ort nun eine völlig neue Dimension: eine Kombination aus Weltklasse-Fußball und internationaler Hotellerie.

Ein Fußball- und Hotelerlebnis

Die Suite ist direkt in die Struktur des Stadions integriert und folgt dem charakteristischen Novotel-Designkonzept „Hypothese“, das Eleganz und Komfort in den Mittelpunkt stellt. Zur Ausstattung zählen ein Queensize-Bett, ein eigenes Bad, eine Minibar sowie ein Großbild-TV – ideal, um Spielhighlights



Copyrights © Accor

noch einmal zu erleben. Für Familien kann zusätzlich ein Einzelbett für ein Kind ergänzt werden. Ein besonderes Highlight ist die private Terrasse mit direktem Blick auf das Spielfeld. Von hier aus erleben Gäste die Atmosphäre eines Live-Spiels aus nächster Nähe – intensiver und exklusiver als von jedem Tribünenplatz. Das Erlebnis beginnt bereits vor der Ankunft im Stadion: Ein persönlicher Butler empfängt die Gäste im nahegelegenen Novotel Paris Suresnes Longchamp und begleitet sie während des gesamten Aufenthalts. Anschließend erfolgt der Transfer zum Parc des Princes inklusive VIP-Zugang und exklusivem Check-in über den Pariser Tunnel bei Ligue-1-Spielen. Nach der Begrüßung in der Suite genießen die Gäste ein Willkommensgetränk an der ALL.com Bar. Während des Spiels sorgt ein In-Room-Dining-Konzept mit einem „Flying Buffet“ für kulinarische Begleitung auf höchstem Niveau. Nach Abpfiff klingt der Abend entspannt in der Suite oder an der Bar aus. Am nächsten Morgen wird ein leichtes Frühstück serviert, bevor eine private Stadionführung den Aufenthalt abrundet.

SIMPLICITY – EINFACH(ER) MACHEN

MEHR ALS 600 TEILNEHMER AUS DER BRANCHE,
DISKUTIERTEN IN LINZ ZENTRALE ZUKUNFTSFRAGEN
DER ÖSTERREICHISCHEN HOTELLERIE

Das Kongressmotto „Simplicity – einfach(er) machen“ brachte die derzeitigen aktuellen Anforderungen der Branche auf den Punkt. Die Hotellerie steht vor den Herausforderungen zunehmender Bürokratie, rasanter technologischer Entwicklungen, steigender Kosten und immer höher werden den Gästeerwartungen. Umso wichtiger wären für die Branche klare, praxistaugliche Ansätze, die Abläufe erleichtern und Ressourcen schonen. Viele Beispiele aus der Praxis demonstrierten am Kongress leider genau das Gegenteil. Dass Bürokratie und eine regelrechte Überregulierung in Österreich immer schon einen hohen Stellenwert hatten und haben, ist nicht neu. Nun ist es aber endlich an der Zeit dem ein Ende zu setzen und nachhaltige Maßnahmen in die Wege zu leiten, die das „Unternehmertum“ drastisch vereinfachen.

Vereinfachen - jetzt

Staatsekretär Sepp Schellhorn ist angetreten, diesem Monster etwas Vernünftiges entgegenzusetzen und hat dafür mit seinem Team 113 Maßnahmen erarbeitet, die es nun gilt rasch umzusetzen. Beim gelernten österreichischen Denken, könnte dies aber zu massiven Verzögerungen führen. Damit aber auch wirklich das dereguliert werden soll, was auch Praxistauglich ist, soll ein verpflichtender Praxischeck für Gesetzesentwürfe kommen, damit



nur mehr praxistaugliche Vorschriften in Begutachtung gehen. Eine nachvollziehbare Forderungen der ÖHV. Dafür sind ÖHV-Mitglieder aufgerufen, Bürokratiebespiele an den Staatssekretär zu schicken.

Ein weiteres Anliegen des ÖHV-Präsidenten Walter Veit ist das Forcieren der Ganzjahresbeschäftigung. Was nicht nur den Mitarbeitern und den Betrieben hilft, sondern ganz eindeutig auch dem Trend im Tourismus entspricht. Haupt- und Nebensaison wird es wohl immer geben, aber der Ruf nach einer Ganzjahresbeschäftigung ist wesentlich, denn schließlich geht es um nicht weniger als 240.000 Beschäftigte in den Branchen Gastronomie und Hotellerie.



Copyrights © ÖHV/Lechner

Und dann noch das liebe Finanzamt

Erfrischend und interessant zugleich, war der Vortrag des obersten Finanzhüters, Wolfgang Peschorn, seines Zeichens Präsident der Finanzprokuratur. Als ausgewiesener Experte ortete er klar eine Vereinfachung der Bürokratie unter dem Titel „Politik & Gesetze – einfach(er) machen“. Ob seine Überzeugungen auch bei der Politik Gehör finden, sei dahingestellt.

Künstliche Intelligenz

Neben der Bürokratie stand auch das Thema KI im Fokus. Sie ist nicht aufzuhalten, hat viele Bereiche bereits erfasst und nun gilt es, sie effizient, fachlich fundiert und mit gesundem Menschenverstand einzusetzen. Denn ist dies der Fall, dann bleibt den Gastgebern mehr Zeit für ihre Gäste, und das ist schließlich ihre Kernaufgabe. Martina Mara, Professorin für Psychologie der KI und Robotik an der JKU Linz, hielt dazu einen fundierten Vortrag. Sie erforscht, wie Menschen Technik erleben und Vertrauen zu KI aufbauen und erklärte, wie Transparenz und psychologische Mechanismen unser Erleben von KI prägen. Und wie eben diese Technologie gestaltet sein muss, um unterstützend tätig zu sein, statt überfordernd.

Auch Harry Gatterer, Geschäftsführer des Zukunftsinstituts und einer der bekanntesten Zukunftsforscher im deutschsprachigen Raum, steht für ein methodisches und zugleich emotion-

ales Denken im Unternehmen. Stetigen Wandel nicht nur zu verstehen, sondern aktiv zu gestalten, sieht er als essenziell an. Weitere Experten aus der Branche rundeten mit Ihren Vorträgen die Palette an wichtigen Themen, die derzeit die Branche beschäftigen ab.

An die 600 Teilnehmer:innen wurde am Hotelkongress 2026 in Linz gesichtet. Ein Beweis, dass die Branche an Lösungsvorschläge und Innovationen mehr als interessiert ist.

EIN AUSZUG DER VORTRAGENDEN

Harry Gatterer: Der Geschäftsführer des Zukunftsinstituts räumte mit dem Mythos der Vereinfachung auf – und macht Mut, Komplexität als Gestaltungsspielraum zu nutzen. Mit konkreten Szenarien und überraschenden Erkenntnissen.

Matthias Winkler, CEO SACHER Gruppe: Beim Hotelkongress sprach er darüber, wie man Bewährtes bewahrt, Neues wagt – und dabei das Wesentliche einfach(er) macht.

Martina Mara: Professorin für Psychologie der Künstlichen Intelligenz & Robotik und Leiterin des Robopsychology Labs am Linz Institute of Technology (LIT) der Johannes Kepler Universität Linz

Die Professorin für Roboterpsychologie zeigte, was vielen von uns in der Beziehung zwischen Mensch und KI noch fehlt. Und warum wir nicht automatisieren sollten, was wir am liebsten tun.

ALLES SAUBER?

~
*Wenn Hygiene mehr
zählt als der schöne
Schein*



WENN ETWAS GLÄNZT, BEDEUTET DIES NOCH LANGE NICHT, DASS ES AUCH HYGIENISCH SAUBER IST. SPEZIELL IN DER HOTELLERIE UND GASTRONOMIE MÜSSEN SICH GÄSTE AUF PERFEKTE SAUBERKEIT VERLASSEN KÖNNEN

Wer heute ein Hotel bucht, achtet nicht nur auf luftige Kopfkissen – auch die Wäsche muss hygienisch einwandfrei sein. Ein Handtuch, das noch Spuren des vorherigen Gastes trägt? Für Gäste ein No-Go, für Betriebe ein echtes Imagerisiko. Denn saubere Textilien sind das absolute Must-have. Genau hier zeigt SALESIANER, wie Profi-Hygiene wirklich geht. Ob Bettwäsche, Tischwäsche oder Küchenwäsche – alles wird nach den gleichen strengen Standards gewaschen wie in Krankenhäusern. Geprüfte Waschmittel, chemo-thermische Verfahren bei mindestens 60 °C und regelmäßige Kontrollen durch unabhängige Institute sorgen dafür, dass Viren und Keime keine Chance haben.

Doch Textilhygiene endet nicht in der Waschmaschine. „Wir trennen sauber von schmutzig, desinfizieren jeden Wäschecontainer und LKW-Laderäume regelmäßig. Nur so garantieren wir Hygienesicherheit entlang der gesamten Logistikkette“, erklärt Karoline Bolnberger, Division Managerin Hospitality bei SALESIANER.



Karoline Bolnberger, Division Managerin Hospitality der SALESIANER Gruppe, erklärt, warum sich die Investition in nachhaltige Bett- und Frotteewäsche für alle Beteiligten auszahlt.

Anders gesagt: Von der Lieferung bis aufs Zimmer bleibt alles blitzsauber – kein Zufall, sondern System. Und ja, Nachhaltigkeit geht hier Hand in Hand mit Hygiene. Langlebige Textilien, ressourcenschonende Prozesse und zertifizierte Umweltstandards verbessern die Ökobilanz, ohne dass der Betriebsablauf beeinträchtigt wird. Für Hotels und Gastronomiebetriebe heißt das: weniger Aufwand, planbare Kosten, maximale Flexibilität – und zufriedene Gäste, die sich sicher und wohlfühlen. Am Ende zählt nicht nur der erste Eindruck, sondern die Gewissheit, dass jedes Handtuch, jede Bettwäsche und jede Mundserviette wirklich sauber ist.

Hygiene-Komplettlösungen

Sauberkeit und Hygiene sind die Basis, damit sich Gäste wohlfühlen. Mit einer maßgeschneiderten Gesamtlösung erleichtert hollu den Reinigungsalltag und sorgt auch damit für einen erstklassigen Aufenthalt der Gäste! Als Hygienepartner bietet das Unternehmen maßgeschneiderte Gesamtlösung speziell für die Branche an. Mit einem individuellen Rundum-Paket an Reinigungsmitteln, Schulungen, Serviceleistungen und individueller Beratung bietet Hollu für Hotels und Gastronomiebetriebe hochwertige Reinigungsmittel für Zimmer, Bettwäsche & Handtücher, Bodenreinigungsmittel und Fettlöser für die Küche, bis hin zu Desinfektionsmitteln für Spa-Bereiche und Fitnessstudios an.

Autonome Bodenreinigung

In der professionellen Gebäudereinigung haben sich Reinigungsroboter etabliert. Für deren vollständige Autonomie fehlte bislang aber ein entscheidendes Puzzleteil: Reinigungsroboter sollten sich selbstständig mit Reinigungslösung versorgen. Hier setzte Hagleitner an. Mit integral 2ROBOT präsentierte der österreichische Hygienehersteller das erste automatische Konzentrat-Dosiergerät für Reinigungsroboter – eine Art „Tankstelle“, die speziell für die Anforderungen der automatisierten Bodenreinigung entwickelt worden ist. Premiere feierte die Neuheit in Mailand auf der internationalen Reinigungsmesse ISSA-Pulire. Hagleitner stellt das komplette System direkt am Muttersitz in Zell am See in Österreich her.



WENN DIE IMMOBILIE SCHNELLER WÄCHST ALS DER BETRIEB



EIN STILLES RISIKO FÜR DIE HOTELLERIE

Die aktuellen Zahlen der Tourismusbank zeigen eindrucksvoll, dass durch Förderungen im Jahr 2025 ein Investitionsvolumen von EUR 539 Mio. in der heimischen Hotellerie ausgelöst wurde. Dies bedeutet eine neuerliche Steigerung gegenüber 2024 (EUR 499 Mio.) und unterstreicht die hohe Investitionsbereitschaft im Tourismus. Gemeinsam mit den nicht geförderten Investitionen dürfte das Gesamtinvestitionsvolumen bei rund EUR 900 Mio. liegen. Diese Investitionen schlagen sich in den Bilanzen nieder: Die Aktiva sind in den vergangenen Jahren kontinuierlich gewachsen – ein klares Indiz für die hohe Kapitalintensität der Branche. Wesentliche Treiber sind dabei aktivierungspflichtige Investitionen in Umbau, Erweiterung, technische Modernisierung, Digitalisierung oder Energieeffizienz. Dadurch steigt das Anlagevermögen unmittelbar – und damit auch die Bilanzsumme.

Zusätzlich verfügt die Branche über beträchtliche bilanzielle stille Reserven. Die Vermögensbasis der Hotellerie ist dadurch in der wirtschaftlichen Betrachtung nochmals deutlich größer als es die ausgewiesenen Aktiva vermuten lassen. Soweit die positive Seite dieser Entwicklung – nicht zuletzt auch zur Freude der Politik.

Doch genau hier beginnt eine strukturelle Herausforderung: Wächst der Immobilienwert schneller als Umsatz und GOP (Gross Operating Profit), entkoppelt sich das Asset zunehmend vom operativen Geschäft. Der Betrieb verdient nicht im gleichen Maß mehr –



Copyrights © Florian Lechner

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

das Hotel wird zwar „reicher“, aber nicht automatisch profitabler. Der Wertzuwachs entsteht somit nicht ausschließlich aus der Leistungsfähigkeit des Hotels, sondern auch aus Marktentwicklungen und Investitionen.

Allerdings gilt: Mehr Investition bedeutet nicht automatisch mehr Ertrag. Höhere Abschreibungen, steigende Finanzierungskosten sowie wachsende laufende Kosten führen dazu, dass der wirtschaftliche Erfolg des Hotels nicht im gleichen Ausmaß mitwächst wie die Aktiva. In der Konsequenz verstärkt sich die Entkopplung von Betrieb und Immobilie.

Sinkende Rendite trotz steigender Werte

Wenn das Vermögen wächst, der operative Ertrag jedoch stagniert, sinkt die Rendite. Fachlich gesprochen kommt es zur Yield Compression (Renditekompression): Der Betrieb erwirtschaftet zu wenig Cashflow im Verhältnis zum steigenden Asset-Wert. Für Eigentümer bedeutet das: Das Hotel wirkt am Papier hoch bewertet – die tatsächliche wirtschaftliche Performance bleibt jedoch zurück.

Finanzierung wird anspruchsvoller

Banken bewerten nicht primär den bilanziellen Vermögenswert, sondern die Schuldendienstfähigkeit. Entscheidend sind GOP und Cashflow. Steigen die Aktiva ohne entsprechendes Ergebniswachstum, führt dies häufig zu höheren Anforderungen: mehr Eigenkapital, strengere Prüfungen und eine geringere Finanzierbarkeit weiterer Investitionen. Der Betrieb verfügt zwar über mehr Sicherheiten – aber nicht automatisch über mehr Tragfähigkeit.

Der Betrieb kann sich das eigene Asset kaum mehr leisten

Dieser Effekt wird besonders deutlich in Pachtmodellen oder bei Betreiberwechseln: Steigt der Immobilienwert stark, steigen oftmals auch Erwartungen an Pacht oder Kaufpreis. Doch wenn der Betriebserfolg nicht mithält, sinkt die Pachtfähig-

keit. Das Hotel wird damit zu einem „teuren Objekt“, das betriebswirtschaftlich nicht mehr in derselben Weise darstellbar ist.

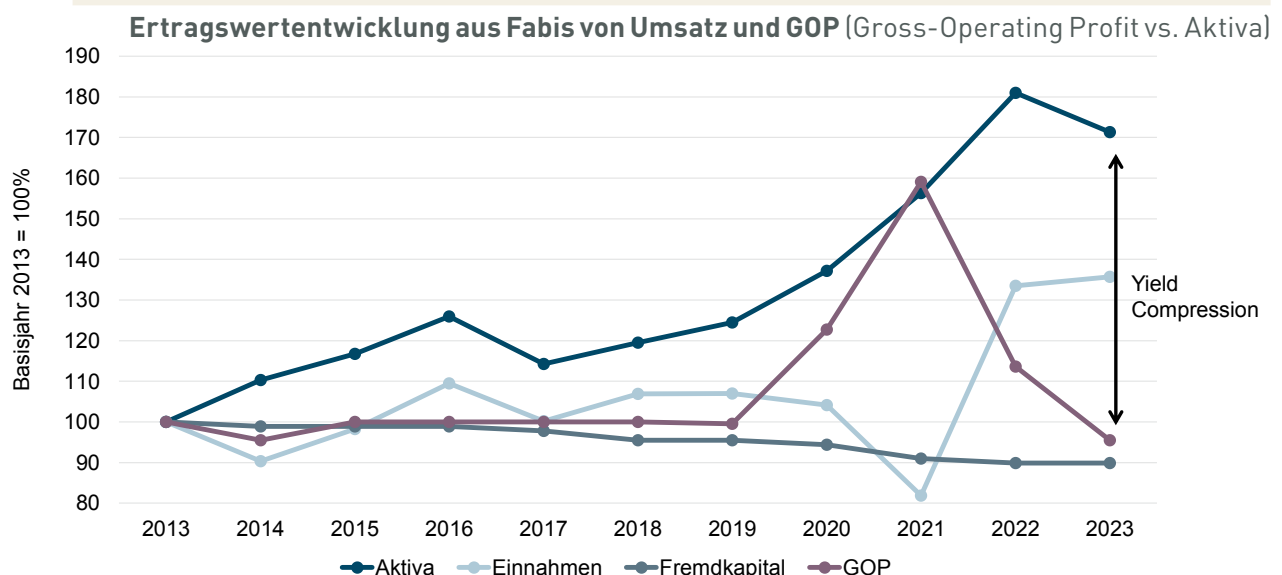
Nachfolge: Konfliktpotenzial und Übernahmebarrieren

Für Betriebsübergaben ist diese Entwicklung besonders kritisch. Die übergebende Generation sieht den steigenden Immobilienwert und leitet daraus hohe Kaufpreis- oder Abfindungserwartungen ab – etwa im Zusammenhang mit Geschwisterabfindungen. Die nächste Generation hingegen muss die Übernahme aus dem laufenden Betrieb finanzieren und stößt rasch an Grenzen, wenn der Cashflow nicht im gleichen Maß steigt. Die Nachfolge scheitert dann nicht am Vermögen, sondern an der wirtschaftlichen Tragfähigkeit.

Wenn Aktiva schneller wachsen als Betriebsergebnisse, wird ein Hotel zunehmend zum Immobilienwert – und weniger zum unternehmerischen touristischen Geschäftsmodell. Für Eigentümer, Investoren und Nachfolger ist es daher entscheidend, beide Welten zu verstehen: den Wert der Immobilie und die Leistungsfähigkeit des Betriebs.

Denn langfristig gilt: Ein hoher Asset-Wert ist nur dann nachhaltig, wenn die Betriebsergebnisse dementsprechend mitwachsen.

Beim Branchentreffen Alpine Hospitality Summit am 7. Mai in Kitzbühel werden unter dem Motto „Investitionen müssen auch ertragswirksam werden“ Lösungsansätze in den Bereichen Investition und Finanzierung diskutiert.



Design im HOTELALLTAG



FUNKTION UND FORM MÜSSEN BEIM INNENDESIGN EINES
HOTELS EINFACH HARMONISIEREN. DIE EINZELNEN
GEGENSTÄNDE SPIEGELN AUCH DIE SEELE DES HAUSES WIDER



Kuratiert von: Daniela de Cillia

Wenn Design leise spricht

Manche Dinge sind in der Lage, all die Liebe und Sorgfalt, die während ihrer Entstehung in sie einfließen, an ihre Benutzer weiterzugeben. Genau diese Philosophie prägt jedes Möbelstück von uccellino. Das Hamburger Label steht für puristisches Design, das durch Klarheit, Qualität und Charakter überzeugt. Ob Esstisch, Beistelltisch oder Hocker – die Designermöbel sind für Menschen geschaffen, die zeitlose Ästhetik, ehrliche Materialien und präzise Handwerkskunst „Made in Germany“ schätzen. Hergestellt aus Eiche, Esche, Douglasie, Marmor oder Granit, teilweise kombiniert mit Edelstahl oder Glas.



Color of
the Year
2026

PANTONE®
11-4201 TCX
Cloud Dancer

Farbe des Jahres

Pantone definiert „Cloud Dancer“ als Farbe des Jahres 2026. Ein nuanciertes Off-White, das laut Trend-Expert:innen für mentale Entlastung, neue Klarheit und bewussten Konsum steht. In Zeiten permanenter Reizüberflutung wird der Ton zum stillen Gegengewicht – ruhig, offen, zeitlos. Cloud Dancer schafft Raum für Individualität und rückt Produkte durch subtile Eleganz in den Fokus.

Copyrights © uccellino, Leolux Bellice, Foscarini, SAHCO, Paul & Henriette

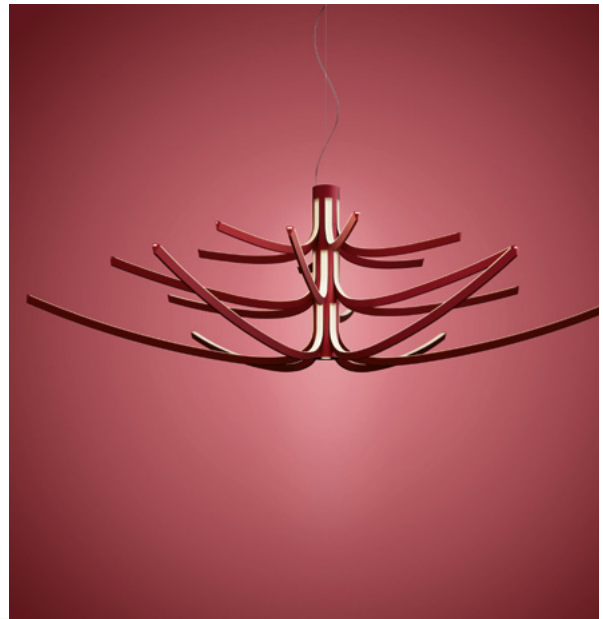


Für Designexperte

Der niederländische Premiumpolsterer präsentiert ein Update seines populären Bellice-Sofaprogramms: Mit verbessertem Sitzkomfort und neuen Erweiterungen, darunter der Armlehnen-Typ „Compact“, sowie clevere Tischelemente. Bellice bietet nun noch mehr Flexibilität und individuelle Gestaltungsfreiheit.

Reduktion durch Technologie

Die Pendelleuchte Asteria von Foscarini, entworfen von Alberto und Francesco Meda, verbindet technologische Innovation mit einer klaren Formensprache. Sie ist eine zeitgemäße Interpretation des Kronleuchters, die auf sichtbare Technik verzichtet und das Licht über schlanke Aluminiumarme mit integrierten LEDs in den Raum lenkt. Asteria ist somit das Ergebnis des Wunsches, den klassischen Kronleuchter unter Nutzung der Potenziale moderner Lichtquellen neu zu denken. Das Ziel bestand darin, das Licht in die Struktur zu integrieren, auf sichtbare Verkabelung zu verzichten und eine dynamische Linienführung zu schaffen.



Eine harmonische Verbindung

Meljac, französischer Hersteller von hochwertigen Schalter, Steckdosen und Bedientafeln präsentiert seine neueste Produktreihe - die „Lalique“-Kollektion. Aus der Zusammenarbeit zwei herausragender Design-Schmiedern ist eine einzigartige Serie von Schaltern entstanden, die Kunst und Technologie miteinander verbindet. Das Know-how zeigt sich in einer eleganten Material-Kombination: Zarte Lalique- Kristallscheiben fügen sich perfekt in die von Meljac hergestellten Messingplatten ein, welche schimmernde Kristallreflexionen noch verstärken. Diese funktionalen, optisch beeindruckenden Stücke bringen zeitlose Eleganz in jedes Interieur und verleihen der Wand einen Hauch von Luxus. Meljac kann über Home & Co, www.home-co.de, bezogen werden.



Sinnliche Eleganz

LINGER aus der SAHCO Kollektion 2026 umfasst drei Bezugstoffe und sechs Vorhangstoffe. Organza mit Lurexmotiven, modernisierte Karos und Tweeds, geriffelte Baumwollstrukturen sowie eleganter Twill verleihen Räumen eine sinnliche Präsenz. Ein disziplinierter Farbansatz rahmt die Kollektion ein: Schwarz und Weiß als Kontrastpaar, ergänzt durch Grau- und Cremetöne, Armee grün und Pistazie für Ruhe, markantes Violett und Marineblau für Tiefe sowie Rosanuancen und ein gezielter Rotakzent für subtile Strahlkraft.





Copyrights © Florian Lechner

BEIM ALPINE HOSPITALITY SUMMIT IM GRAND TIROLIA AM 7. MAI 2026 DISKUTIEREN BRANCHENEXPERT:INNEN, INVESTOR:INNEN UND BETREIBER:INNEN DIE ZUKUNFT DER ALPINEN HOSPITALITY

Die von der Prodingler Tourismusberatung initiierte Veranstaltung hat sich als eine der bedeutendsten Plattformen im alpinen Tourismusraum für Wissenstransfer, Impulse und strategischen Austausch etabliert. Auch 2026 widmet sich der Summit den zentralen Themen, die die Branche nachhaltig prägen werden. Führende Entscheidungsträger aus der alpinen Hotelimmobilien-, Ferienhotellerie- und Invest-

mentwelt sind anwesend. Im Fokus stehen die entscheidenden strategischen Weichenstellungen für die alpine Hospitality: von Branded Residences über neue Kapitalstrukturen bis hin zu zukunfts-fähigen Modellen für familiengeführte Betriebe.

Innovation und Investitionen

Der alpine Tourismus steht an der Schwelle zu einem tiefgreifenden Wandel. Er ist geprägt von steigendem Kosten- und Finanzierungsdruck, neuen Anforderungen an die Hotelimmobilie sowie veränderten Erwartungen an das Gästelerlebnis. Der Summit beleuchtet aktuelle Entwicklungen und zeigt Zukunftschancen auf: von technologischen Innovationen bis zu Investitionsstrategien der nächsten Generation.

Der Alpine Hospitality Summit ist die führende Fachveranstaltung für Innovation, Entwicklung und Investition im alpinen Tourismusraum. Er bringt jährlich Expert:innen aus Hotellerie, Investment, Architektur, Politik und Projektent-

wicklung zusammen, um praxisnahe Lösungsansätze für die Herausforderungen der Branche zu diskutieren.

Für weitere Informationen und Anmeldung:
www.alpine-hospitality-summit.at



Copyrights © AEE- Stella Livio



Die **WOHNEN & INTERIEUR 2026** ist der Treffpunkt für alle, die ihr Zuhause neu denken wollen: Wohnen, Möbel, Garten, Design, Renovieren & Sanieren – all diese Anliegen werden an einem Ort präsentiert. Fünf Tage lang erwarten die Besucher:innen aktuelle Wohntrends, nachhaltige Ideen, hochwertiges Handwerk, Premium Brands und inspirierende Erlebnisformate. Die **WOHNEN & INTERIEUR 2026** setzt auf spannende Aussteller mit abwechslungsreichem Programm, nachhaltigem Fokus und Möbeldesign der Zukunft. Gebündelte Wohninspiration wird hier zu einem persönlichen Erlebnis, bei dem man sich vor Ort inspirieren lassen und neue Ideen entdecken kann.

Kochen als Herzstück der Wohnkultur

Wie heißt es doch so schön: In der Küche kommen die Menschen zum. Die gute Stube ist nicht nur sozialer Mittelpunkt des Wohnens, sondern stellt auch das Herzstück der Messe dar. Als Ort der Begegnung, Kreativität und Lebensfreude bildet die interaktive „Cooking Station“ den zentralen Erlebnisraum: Bei Kochshows mit Publikumsfavorit Julian Kutos, Workshops und Mitkochformaten erleben BesucherInnen live, wie Kulinarik, Design und Gemeinschaft verschmelzen.

Nachhaltiges Design & Upcycling Workshops

Nachhaltigkeit ist auf der Messe kein Schlagwort, sondern gelebte Haltung. Kreislaufwirtschaft, verantwortungsvoller Konsum und zukunftsweisendes Design ziehen sich spürbar durch alle Bereiche. Im Repair-Café werden inspirierende Demonstrationen angeboten, in denen gezeigt wird, wie man Waschmaschinen, Geschirrspüler und andere Haushaltsgeräte nachhaltig aufwerten kann. Weiters mit dabei sind Erlebnisformate wie 2GRAD2MIN, DIY-Area, die Baurettungsgasse, das Gelebte Handwerk der Wiener Tischler u.v.m. – ein echtes Festival für Wohnkultur und Gestaltung.

All dies findet man vom 11.–15. März 2026 in der VIECON Messe Wien. Freier Eintritt am Mittwoch & Donnerstag. Am Samstag und Sonntag erweitert die WIM – WIENER IMMOBILIEN MESSE in Halle A das Angebot und macht die WOHNEN & INTERIEUR zur ultimativen Gesamtschau rund ums Wohnen – von der Idee bis zur Immobilie.



Gewinnen Sie mit **Hotel & Design**
Ihre kostenfreie Eintrittskarte für die
kostenpflichtigen Tage von
13.-15. März 2026.

Senden Sie einfach eine E-Mail mit dem
Namen Ihrer Begleitperson an
Chefredakteur Peter A. de Cillia,
E: p.decillia@hotel-und-design.at.

[WOHNEN & INTERIEUR][®]

11.–15. März 2026 Messe Wien

Die Messe für Wohntrends, Möbel,
Garten & Design, Renovieren & Sanieren

www.wohnen-interieur.at

Freier Eintritt
Mittwoch und
Donnerstag!

Ticket gilt am
14. oder 15.3.
auch für



Eine Veranstaltung von





AMBIENTE-IMPRESSIONEN 2026

*4.636 Aussteller, 170 Nationen,
ein Standort*

~

DIE AMBIENTE, CHRISTMASWORLD UND CREATIVORLD
ZEIGTEN IN FRANKFURT, WIE SICH UNSERE LEBENSWELTEN RUND UM
DINING, LIVING, GIVING, SAISONALE DEKORATION UND DIY VERÄNDERN.
ANBEI DIE ERSTE, ALLGEMEINE ZUSAMMENFASSUNG

Im Mittelpunkt standen bei der Messe moderne Lifestyles, saisonale Dekoration und kreative DIY-Produkte, die unseren Alltag bereichern und die Konsumlaune wecken. Die globale Konsumgüterbranche transformiert sich schneller denn je. Entscheidend sind jetzt mutige kleine und mittlere Unternehmen, die Innovationen vorantreiben. Alle drei Konsumgüterleitmessen blieben auf hohem Beteiligungsniveau und vereinten internationale Topmarken darunter zahlreiche Neuzugänge und zurückkehrende Firmen, insbesondere im Segment Interior Design. Neue Formate in den Wachstumsfeldern rund um Ambiente Projects wie HoReCa, Hospitality Interiors und Contract Business sowie Concept Decoration stießen neue Geschäftsperspektiven an.

Premiere

Ambiente, Christmasworld und Creativeworld stehen zusammen für ein Marktvolumen von rund 190 Milliarden Euro allein in der EU. Das Rückgrat dieser Branche bilden kleine und mittlere Unternehmen. In diesem Umfeld gewinnen Formate an Bedeutung, die Einordnung ermöglichen. Die Compass Talks setzten genau hier an: als gemeinsamer Startpunkt für die drei Leitmessen, als Ort für Klartext, Perspektivwechsel und faktenbasierte Diskussionen. Sie machten sichtbar, wo die globale Konsumgüterbranche steht, was KMU aktuell bewegt und welche Stellhebel für Wachstum und Resilienz entscheidend sind. Die Redner*innen auf der Bühne der Compass Talks fokussierten die

zentralen Transformationstreiber und neue Lösungsansätze. Künstliche Intelligenz ist ein Gamechanger: Sie hilft Unternehmen jeder Größe, Prozesse zu automatisieren, effizienter zu arbeiten und datenbasierte Entscheidungen zu treffen und sich so echte Wettbewerbsvorteile zu sichern, meinte Sharon Gai, Expertin für Künstliche Intelligenz und Innovation. Auch das Thema Nachhaltigkeit bietet weiterhin erhebliches Wachstumspotenzial unter anderem durch das Special Interest Ethical Style.



Klare Orientierung

Auf der Ambiente bündelte Ambiente Projects die wachsenden Angebote für gewerbliche Einkäufer*innen im Bereich HoReCa, Hospitality Interiors und Contract Business. Zu den neuen Highlights zählten zum Beispiel der Interior Design & Architecture Hub, kuratiert von der diesjährigen Ambiente Designerin Katty Schiebeck. Die gebürtige Uruguayerin mit Studio in Barcelona zählt zu den spannendsten Gestalterinnen Europas und inszeniert ein immersives Erlebnis von Gastlichkeit. Herausragend ist das vergrößerte kuratierte Areal Interior Looks, das führende europäische Hersteller von Möbeln, Interior Design und Leuchten mit Entscheidungsträger*innen aus Retail und Hospitality und Projektausstattung zusammenbrachte. Außerdem fanden erstmals Live-Kochshows mit prominenten Gästen wie Eloise Head alias @Fitwaffle, Haya Molcho oder Mirko Trenkner statt als interaktive Bühne für das Zusammenspiel smarterer Küchen- und Haushaltsutensilien und kulinarischer Kreativität. Westwing ist neu als Partner der Hospitality Academy und inszenierte eine Produktsonderschau mit dem Fokus auf Interior Design für das Gastgewerbe wie gewerbliche Objekte. Ein weiteres Novum war die Sonderpräsentation Spot on Back of House für effiziente Abläufe in Gastronomie, Hotellerie und Catering.



OUTDOOR



WIR WOLLEN RAUS

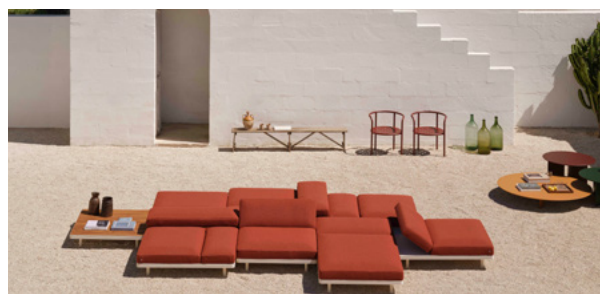
AUCH DIESER WINTER WIRD VORÜBERGEHEN. UND DANN WOLLEN GÄSTE IM FREIEN GENIEßEN. OUTDOOR-MÖBEL MIT CHARAKTERISTISCHEM DESIGN UND OPTIMALEN FUNKTIONEN SIND DAFÜR GESCHAFFEN WORDEN



Kuratiert von: Daniela de Cillia

Form trifft Funktion

Keramiktische gewinnen in der modernen Innen- und Außenarchitektur zunehmend an Bedeutung. Zebra greift diesen Trend in der neuen Möbelkollektion 2026 auf. Mit einer vielfältigen Auswahl an runden und rechteckigen Modellen, die wahlweise als Lounge- oder Esstisch genutzt werden können, präsentiert die bekannte deutsch-schweizerische Unternehmensgruppe zeitlos moderne Tische, die in puncto Funktionalität neue Maßstäbe setzen. Einige der Keramiktische lassen sich mit einem Handgriff ausziehen oder in der Höhe stufenlos verstellen an.



Die neue Kollektion

Unduetre ist das neue modulare Sofasystem von Francesco Meda & David Lopez Quincoces von Fast. Es ermöglicht die Gestaltung linearer Sofas sowie einladender Inselkonfigurationen, indem Module hinzugefügt oder entfernt werden. Dank eines intuitiven Mechanismus lassen sich Rücken- und Armlehnen sanft verstellen, sodass man mit einer einzigen Bewegung mühelos von einer Gesprächssituation in eine entspannte Position wechseln kann.



Skulpturale Möbelserie

Die erfolgreiche Möbelserie VOLKSHAUS, entworfen vom renommierten Architekturbüro Herzog & de Meuron, ist ab dem Frühjahr 2026 in einer neuen Ausführung aus naturbelassener Robinie erhältlich und damit bereit für die Nutzung im Außenbereich. Das dekorative Laubholz zeichnet sich durch eine markante und lebhaftige Maserung aus und ist als eine der härtesten heimischen wachsenden Holzarten besonders witterungsbeständig. Die grafisch gestalteten Möbel bestechen durch ihre raffinierte Konstruktion, die von traditionellen Holzverbindungen aus der japanischen Architektur inspiriert ist.

Einfache Montage

Als vollständig modulares System, das schnell und ohne Werkzeug montiert werden kann, bietet Ralik von Arper, unzählige Gestaltungsmöglichkeiten für jeden Raum und je nach Bedarf. Die Module verfügen über L-förmige Beine aus recyceltem und recycelbarem postindustriellem Polypropylen. Dadurch scheinen sie über dem Boden zu schweben, was ihnen eine leichte und skulpturale Anmutung verleiht. Die Kollektion besteht aus sechs Sitzmodulen mit abnehmbaren Bezügen, die einzeln oder in modularen Konfigurationen eingesetzt werden können. Ralik ist auch für den Außenbereich geeignet: Die zwischen der Polsterung und den Bezügen integrierte zusätzliche Materialschicht gewährleistet die Haltbarkeit und Widerstandsfähigkeit der Module bei Verwendung im Außenbereich.



Ideal für Draussen

Die zarte Silhouette der aus Sitzmöbeln und Tischen bestehenden Leaf-Kollektion von Arper ist sowohl für den Wohn- als auch für den Objekt- und Gastronomiebereich konzipiert. Die Sitzmöbel sind als Stuhl (auch stapelbar), Lounge-Sessel, Liege oder Hocker aus pulverbeschichtetem Stahl erhältlich. Durch die neuen, für jede Sitzmöbelvariante erhältlichen weichen und abnehmbaren Kissen, bietet die Kollektion jetzt noch mehr Komfort. Die Form der einzelnen Polster ist speziell auf die jeweiligen Flächen der Sitz- und Rückenlehnen abgestimmt, um diese vollständig abzudecken. Die Kissen bestehen aus Drainage-Schaumstoff sowie einer Polsterschicht für mehr Volumen und Weichheit. Sie sind abnehmbar und mit einem praktischen und einfach zu bedienenden Fixiersystem ausgestattet.



FOOD-TRENDS 2026

~

DIE MEISTEN KULINARIKEXPERTEN MEINEN, DASS 2026 MEHR FARBE AUF UNSERE TELLER KOMMT, DIE GERICHTE FUNKTIONALER UND DIE MENSCHEN FLEXIBLER IN IHREN UREIGENEN GESCHMACKSRICHTUNGEN WERDEN. HIER EIN AUSZUG AUS EIN PAAR GENUSSREICHEN TRENDS MIT DENEN SIE GÄSTE POSITIV ÜBERRASCHEN KÖNNTEN

Schon länger zeichnet sich eine klare Verschiebung hin zu einer mehr pflanzenbasierten Küche ab. Aber neu dabei ist, dass wir nicht mehr Fleisch imitieren, es entstehen zunehmend eigenständige Gerichte auf Pflanzenbasis. Besonders wichtig sind dabei Röstaromen und Grilltechniken, die Gemüse geschmacklich aufwerten und dabei naturgemäß handwerkliches Können erfordern. Grillzeiten müssen entsprechend angepasst werden – ähnlich wie bei einem Steak. Nach wie vor legen Konsumenten auch Wert auf Natürlichkeit und regionale Produkte, gleichzeitig geht der Trend jedoch weg von starren Labels. Viele essen bewusster, reduzieren Fleisch, schließen es aber nicht grundsätzlich aus, wenn sie wissen woher es kommt und wie es aufgewachsen ist.



Snacks als Statussymbol

Einer der Food Trends 2026 - Mittags wird immer häufiger gesnackt, während man sich abends bewusst Zeit für seine Mahlzeiten nimmt. Die Stärke der Individualgastronomen ist daher weniger im günstigen Mittagstisch als im Abendgeschäft. Gleichzeitig hat auch der Snack einen Wandel durchgemacht und ist gewissermaßen erwachsen geworden. Coole dementsprechende Restaurants sind en vogue. Produkte sollen nicht nur gut schmecken, sondern müssen auch optisch überzeugen, eine Geschichte erzählen und als Ausdruck der eigenen Persönlichkeit funktionieren, sowohl off- als auch online.

Bunt und Farbenfroh

Bekannte Essensrichtungen wie die mediterrane oder levantische Küche werden weiterentwickelt und abwechslungsreicher interpretiert. Vor allem der Einfluss aus Südamerika gewinnt an Bedeutung, wobei nicht die unterschiedlichen Länder, sondern der Stil im Fokus steht: farbenfroh, aromatisch und dabei umami-betont.

Ebenfalls in den Fokus rückt 2026 die Darmgesundheit. Zwar wirkt das Thema weniger sexy als zum Beispiel der High-Protein-Hype, der ebenfalls zu verzeichnen ist, der Handlungsbedarf ist jedoch groß, da allgemein dem Körper nicht die empfohlene tägliche Zufuhr von 30 Gramm Ballaststoffen gegeben wird.



Fazit: In der Gastronomie sind deutliche Veränderungen spürbar. Es geht längst nicht mehr nur ausschließlich um einzelne Produkte, sondern eher um Produktgruppen und damit um Konzepte.



Convenience neu gedacht

Gastronomiebetriebe suchen ständig nach praxisnahen Lösungen, um aktuelle Herausforderungen, wie zum Beispiel Mitarbeitermangel erfolgreich zu bewältigen. Deshalb rücken hochwertige Convenience-Produkte zunehmend in den Mittelpunkt – vor allem dann, wenn sie ganz im Sinne des Newstalgia-Trends wie klassische Hausmannskost schmecken und wie handgemacht aussehen und mit einem modernen Twist zeitgemäß inszeniert werden. Moderne Convenience-Produkte bieten eine exzellente Ausgangsbasis, die sich flexibel verfeinern und kreativen Konzepten anpassen lässt. Der Vorteil für Gastronomen liegt auf der Hand: Sie bieten eine gleichbleibende Qualität, reduzieren erheblich den Arbeitsaufwand in der Küche und die exakte Portionierung hilft, Food Waste zu vermeiden. Auch ungelerntes Personal kann diese Produkte zubereiten, ohne dass der Gast Abstriche beim Geschmack machen müsste. Kürzere Zubereitungszeiten verbessern zudem das Gasterlebnis. Ein weiterer Pluspunkt: Premium-Convenience-Produkte ermöglichen eine verlässliche Kalkulation und damit bessere Margen.

MIT R EXPRESS IN DIE *kulinarische Zukunft*

VIELE UNTERSCHIEDLICHE HERAUSFORDERUNGEN SETZEN DIE BRANCHE GEWALTIG UNTER DRUCK. EIN STARKER PARTNER IN DER KÜCHE KANN BEI VIELEN PROBLEMEN PROFESSIONELL HELFEN. WIR SPRACHEN MIT PRODUKT- UND QUALITÄTSMANAGER VON R EXPRESS, MARKUS MAYR, ÜBER DIE ANFORDERUNGEN AN DIE BETRIEBE



Durch welche Maßnahmen, durch welche Philosophie sieht sich R express als professioneller Partner für die Branche? Wie kann R express als aktiver Unterstützer in der Küche auftreten?

- Für die Branche gilt - Gut arbeiten lässt sich nur mit hochwertigen Produkten von erstklassiger Qualität. Um zufriedene Kunden zu haben, muss zudem vertriebsseitig eine fundierte Erfahrung



sowie kompetente Beratung gewährleistet sein. Sollte ein gewünschtes Produkt mal nicht verfügbar sein, wird den Kunden ein alternatives Produkt offeriert. R express ist so ein Partner. Die qualitätsorientierte Gastronomie benötigt genau das.

- Strenge Qualitätskontrolle beim Warenein- und Ausgang sind ein wichtiger Pfeiler unseres Erfolgs.

- Unser Schwerpunkt liegt im Bereich des Premium-Frischproduktsortiments, aber genauso wichtig ist unser hochwertiges Convenience-Angebot, also Produkte wie Saucenbasen, Dressings, Mise-en-Place-Komponenten, die den Küchenalltag erleichtern und trotzdem Raum für Kreativität lassen.
- Die meisten unserer Vertriebskollegen haben selbst eine Küchenausbildung oder Gastronomie-Erfahrung und können daher kompetent berat.
- Wir können auch kurzfristig helfen: Alle Bestellungen die uns bis 17.00 Uhr erreichen, können am nächsten Tag zu Mittag ausgeliefert werden.
- Kurz gesagt R express ist mehr als ein Lieferant, wir denken mit, beraten, liefern pünktlich und bieten Produkte, die Profis wirklich weiterhelfen.

Welche Trends sind in der Spitzengastronomie derzeit angesagt und wie reagiert R express darauf?

- Nachhaltigkeit - Regionalität, saisonale Zutaten, pflanzen- und bewussterer Menüs sowie transparente Lieferketten sind kein „Nice-to-have“, sondern Entscheidungskriterien für Gäste und auch für Köche geworden. Wie z.B. die Köchevereini-gung JRE beweist, die sehr stark auf Regionalität setzt! Für uns bei R express sind Nachhaltigkeit und Regionalität längst fester Bestandteil unseres täglichen Handelns. Wir führen zertifizierte Artikel und achten auf transparente Lieferketten.

Der Klimawandel und seine Folgen rücken immer mehr in den Fokus der Branche.

Wie kann R express der heimischen Gastronomie durch Produkte regionaler Produzenten entgegenkommen, ohne dabei den Bedarf an internationalen Spezialitäten zu schmälern?

- „Wir setzen bei R express bewusst auf mehr Regionalität und arbeiten eng mit heimischen Produzenten zusammen, um kurze Wege und frische Qualität zu garantieren. Gleichzeitig bleibt unser internationales Spezialitäten-sortiment ein wichtiger Bestandteil – denn moderne Gastronomie lebt von Vielfalt. Unsere Stärke ist genau diese Balance: regional denken, global inspirieren – alles aus einer Hand.“

— Mehr Infos unter www.r-express.com/at



WIBERG

DETOX MIT VIEL GENUSS



ESSIG UND HONIG ZÄHLEN
SEIT JAHRHUNDERTEN ZU DEN
VIELSEITIGSTEN LEBENSMITTELN



Copyrights © Wiberg

Während Essig schon früh zur Haltbarmachung oder als Zusatz im Trinkwasser genutzt wurde, überzeugt Honig als Allrounder, der mit natürlicher Süße punktet. Im Zuge moderner Detox Konzepte erleben beide Zutaten heute ein bemerkenswertes Comeback – und rücken mit innovativen Produktideen von WIBERG in den Mittelpunkt der Profiküche.

Essig als Detox Star

Mit AcetoPlus interpretiert WIBERG Essig neu: Fruchtige Kompositionen verleihen Drinks, Salaten und Bowls nicht nur einen sanften Essig-Kick, sondern greifen insbesondere in Form von Drinks den Detox Gedanken geschmackvoll auf. Der inten-

siv fruchtige Geschmack und die geringer Säure sorgen für leichte, lebendige Noten, die bei Genießern hoch im Kurs stehen.

Oxymel – ein antikes Elixier

Ein weiterer Höhepunkt im Sortiment ist der BIO Honig-Balsamessig. Aus hochwertigem Honig – zunächst zu Bio Met vergoren und anschließend sanft weiterveredelt – entsteht ein floraler Essig mit dezenter Süße und milder Säure. Die fein ausbalancierte Komposition eignet sich ideal überall da, wo ein süß-sauer abgestimmtes Geschmacksprofil gefragt ist.

Wieder schwer im Trend ist Oxymel, ein traditionelles Sauerhonig Elixier, das bereits Hippokrates im antiken Griechenland beschrieb und nutzte. Perfekte Basis ist der BIO Honig-Balsamessig von WIBERG. Das Zusammenspiel aus Essig („oxos“) und Honig („mel“) bildet die Basis, ergänzt um kraftspendende Zutaten wie Ingwer, Curcuma, Zimt oder Thymian. Am Ende begeistert Oxymel nicht nur durch seine umwerfende florale Note und die lieblich dezente Säure, sondern auch mit seinem ernährungsphysiologischen Mehrwert. Ob als vitalisierender Drink, in der modernen Barkultur oder als kreative Zutat.

Wiberg auf Messen

Wie immer startet das Messejahr mit zwei Highlights – den beiden Gastro-Leitmessen in Stuttgart und Hamburg. Auf der Intergastra und der Internorga präsentieren die WIBERG Gewürzprofis die neuesten Produktinnovationen.

Geballte Magie der japanischen Küche

Wie bringt man den authentischen Geschmack Japans in seine Gerichte? Was brauchen Ramen und Bowls für richtige Geschmacksexplosionen? Und gelingt das ohne Glutamat und ohne Chemie? Die neue WIBERG Miso-Suppe bringt die Essenz traditioneller asiatischer Genüsse in jedes Gericht. Beste natürliche Zutaten sorgen für die einzigartige fermentierte Miso-Note sowie den vollmundigen und intensiven Umamigeschmack. Die perfekte Balance aller Nuancen lässt Genießer mit jedem Löffel tief in die japanische Esskultur eintauchen!

Samtig-nussige Verführung

Kaum ein Genussmittel ist so wertvoll wie Honig. Das neue Haselnuss-Öl von WIBERG besticht durch seinen samtig-nussigen Geschmack mit zarten Nougat-Nuancen. Es eignet sich perfekt für Salate und Bowls, Gemüse, Rohkost, Hülsenfrüchte, Wild sowie Wildgeflügel, Pilze und auch für die süße Küche. Schon beim Öffnen der Flasche steigt einem



der betörende Duft gerösteter Haselnüsse in die Nase. Nicht nur Liebhaber orientalischer Geschmackswelten kommen bei diesem edlen Öl auf ihre Kosten.

Mit WIBERG sind kreativen und hochwertigen Kreationen keine Grenzen gesetzt. Diese und weitere Ideen finden sich auf wiberg.eu und sämtliche Produkte zu bestellen auf shop.novataste.com

Besuchen Sie uns auf:

INTERNORGA
Hamburg Messe & Congress
Halle A4 Stand 219
13.03. – 17.03.2026

20 JAHRE *Leidenschaft*



NACHDEM SIE MIT IHREM GOURMETRESTAURANT IN DER STEIERMARK AKZENTE GESETZT HABEN, IST ISTRIEN SEIT 2020 DER LEBENSMITTELPUNKT VON TOM UND KATARINA RIEDERER

Dem feinen Genuss für alle Sinne sind beide auch im Boutique-Guesthouse Casa Dante in Istrien treu geblieben. In jeder Hinsicht beeindruckend ist die mittlerweile 20-jährige Karriere des steirischen Spitzenkochs Tom Riederer. Schon bei seiner ersten Station in Leutschach galt der Steirer als Ausnahmetalent. Seine größten Erfolge feierte er in Sankt Andrä im Sausal, wo er als TOM.R den historischen Pfarrhof in eines der absoluten Spitzenrestaurants der Steiermark verwandelte. Ausgezeichnet zuletzt mit 17 Gault Millau-Punkten, was heute 4 Hauben entspricht. Für das außergewöhnliche Ambiente sorgte dort Katarina Riederer, die schon damals das Restaurant mit ihrer Passion für Interieur und Design perfekt in Szene setzte.

Casa Dante

Auf zu neuen Ufern hieß es 2020. Die Riederers erfüllten sich in Istrien ihren Lebenstraum. Die aus einer Ruine zu neuem Leben erweckte Casa Dante in Momjan an der istrischen Weinstraße ist weder Hotel noch Restaurant. Dennoch kann man hier wunderbar wohnen und kulinarische Köstlichkeiten genießen. Das zauberhafte kleine Steinhaus birgt drei edel-ländliche Zimmer bzw. Maisonette-Suiten. Keine gleicht der anderen, jede wurde von Katarina Riederer individuell gestaltet. Modernes Design trifft auf behutsam restaurierte Einzelstücke vom Antiquariat, hochwertige Stoffe und bunte Farben sorgen für behaglich-frische Privatatmosphäre.



Tom und Katarina Riederer

Für Kulinarikliebhaber

Viele kleine Köstlichkeiten regionaler Produzenten prägen das – auf Wunsch buchbare – Frühstück, das am großen Esstisch im Wohnsalon und auf der Panoramaterrasse serviert wird. Immer mit Blick über den von einer eigenen Quelle gespeisten und mit Salzdialyse betriebenen Naturpool und das sanfte Hügelland. Statt eines eigenen Restaurants gibt es ein innovatives Sharing-Konzept zu den umliegenden, traditionellen Landgasthäusern. Mit entsprechender Vorreservierung für 2 bis maximal 10 (auch auswärtige) Gäste lädt Tom Riederer zum vielgängigen, auch rein vegetarisch möglichen Gourmet-Miniaturenmenü – in der Casa Dante selbst oder an einem beliebigen anderen Ort in Istrien, bis hin zu Yachten oder Ferienvillen. Seinen legendären Ruf als Food-Scout stellt der leidenschaftliche Koch bei seinen persönlich geführten Touren zu kleinen Manufakturen, Wein- und Bauernhöfen unter Beweis. Nicht minder beliebt sind seine Kochkurse mit all den regionalen Spezialitäten der kroatischen Adria-Halbinsel.



LIVING IN 21

Der zauberhafte gestaltete kleine Shop der Casa Dante erweist sich als Fundgrube für ausgewählte Handwerkskunst mit ganz besonderen Einzelstücken aus dem Alpe-Adria-Raum, von mundgeblasenen Gläsern aus dem Veneto bis zu Edelleinen aus dem Mühlviertel, von handgefertigter Keramik bis zu hausgemachten Gourmandisen und eigenem Olivenöl.

Viele dieser Einzelstücke sind im exquisiten Online-Shop LIVING IN 21 bequem in Deutschland und Österreich bestellbar. Als Interior-Designerin ist Katarina Riederer zudem gefragte Expertin bei der hochwertigen und durchaus auch künstlerischen Innen-Gestaltung von Immobilien, die – wie auch die Casa Dante – einfach außergewöhnlich sein sollen. Eines dieser exklusiven Ferienobjekte ist derzeit in der Südsteiermark in der Finalisierung – mehr darüber demnächst.

Mehr Infos unter www.momjan.com





ALLEGORIE DES GENUSSES



DOM PÉRIGNON STEHT FÜR HARMONIE, EMOTION, KREATIVITÄT UND VOR ALLEM FÜR BESTÄNDIGKEIT. GENAU DIESE BESTÄNDIGKEIT BILDETE AUCH DEN KERN DER GESCHICHTE DES KIRCHENWIRTS IN LEOGANG, DER IM JAHR 2026 AUF 700 JAHRE WIRTSCHAUSKULTUR ZURÜCKBLICKTE

Den feierlichen Auftakt der Jubiläumsfeierlichkeiten bildete am Montag, dem 26. Januar 2026, ein außergewöhnlicher Abend im historischen Kirchenwirt. Im Mittelpunkt stand eine Dekade Dom Pérignon Plénitude 2, begleitet von einem exklusiven kulinarischen Erlebnis. Zugleich wurde Dom Pérignon Vintage 2008 Plénitude 2 an diesem Abend erstmals in Österreich präsentiert. Durch den Abend führte Hans-Jörg Unterrainer, Dom Pérignon Epicurean und Teil eines internationalen Kreises leidenschaftlicher Liebhaber der Maison Dom Pérignon, die sich durch ihre gastronomische Strahlkraft auszeichnen. Kulinarisch wurde die Plénitude-Vertikale von fünf ausgewählten Gängen aus dem K1326 Gourmet Menü begleitet. Küchenchef Stefan Birnbacher und sein Team schufen dabei eine fein abgestimmte Verbindung aus Tradition, Präzision und zeitgemäßer Küche.

Wo Genuss zeitlos ist

Ganze 700 Jahre ist es her, dass das Haus gemeinsam mit dem Kirchenbau in Leogang erstmals urkundlich erwähnt wurde, damals genannt: Die Taverne zu St. Leonhard. Seit 1326 ist der Kirchenwirt damit nun schon ein Ort der Begegnung, der Erholung, der Kultur und des Genusses. Mit einer Reihe sorgfältig kuratierter Veranstaltungen lädt die Familie und das K1326 Team Gäste, Medien, Kunst- und Gourmetfreunde ein, die 700-jährige Geschichte mitzuerleben. Seit rund 150 Jahren befindet sich der Gebäudekomplex nun bereits im Besitz der Familie Unterrainer. Das Gourmetwirtshaus samt historischem Hotel ist ein Ort, an dem Geschichte spürbar bleibt und gleichzeitig moderne Leichtigkeit Einzug hält – etwa durch die liebevoll gestalteten Themenzimmer, die Geschichten aus vergangenen Zeiten erzählen, oder durch die Verbindung originaler Substanz mit zeit-genössischem Design.



K1326 Gastgeber Kirchenwirt
Hans Jörg Unterrainer und
Schwester Barbara Kottke.



Dass der Kirchenwirt heute zu den führenden Gourmetadressen der Alpen gehört, ist eine Besonderheit, die das Jubiläum zusätzlich strahlen lässt. Die Küchenlinie „Alpine Küche“, die auf Produkten, Rezepten und Traditionen des gesamten Alpenbogens basiert, hat dem Haus national wie international höchste Anerkennung eingebracht – darunter einen Michelin-Stern, 4 Hauben von Gault Millau sowie prestigeträchtige Auszeichnungen für eine der besten Weinkarten der Alpen.

PLÉNITUDE 2

Dom Pérignon ist immer ein Jahrgangschampagner und wird ausschließlich aus den Trauben eines einzigen Jahres hergestellt. Für jeden Jahrgang wird eine begrenzte Anzahl von Flaschen in den Kellern für eine längere Reifung beiseitegelegt. Mit dieser zusätzlichen Zeit erhöht sich die innere Aktivität in der Flasche. Nach fast 15 Jahren erreicht die Energieentfaltung ihren Höhepunkt, und Dom Pérignon steigt in seinem Zustand der Plénitude zu einem Höhepunkt essentieller, strahlender Vitalität auf. Auf neue Höhen erhoben, entfaltet er sich in jeder Dimension –breiter, tiefer, länger, intensiver – und besitzt zudem eine nahezu unbegrenzte Langlebigkeit. Mit Dom Pérignon Vintage 2008 Plénitude 2 knüpfte die Maison an einen der großen klassischen Jahrgänge der letzten Jahrzehnte an. Jahrgänge wie 2008 zeichneten sich durch moderate Sonneneinstrahlung und ideale Reifegrade im September aus. Die daraus entstandenen Weine waren geprägt von Frische, Präzision und leuchtender Klarheit, mit eleganten und ätherischen Persönlichkeiten. Dom Pérignon Vintage 2008 Plénitude 2 entfaltete einen weiten, taktilen Raum am Gaumen. Er zeigte sich glitzernd, strahlend und beschwingt. Seine Frische wirkte wie eine Welle, zugleich seidig und vibrierend.



Limitierte Jubiläumstermine und Angebote warten auf alle Kirchenwirtfans auf:

www.K1326.com

FARBENFROHE *Flexibilität*

SO SICH DIE WINTERMONATE WIEDER
VERABSCHIEDEN, SOLLTE AUCH AM
ESSTISCH WIEDER FARBE EINZIEHEN



Kuratiert von: Daniela de Cillia

Den Frühling bewusst genießen

Wenn die Tage wieder heller werden und die Farben klarer, nehmen wir alles neu und ganz bewusst wahr. Genau dieses Gefühl von Achtsamkeit und Wertschätzung wird auch durch eine Tischkultur erlebbar, die ein feines Gefühl für Ästhetik mit liebevollem Handwerk verbindet. So wie bei Gmundner Keramik. Die kunstvoll gestalteten Stücke der Manufaktur bringen nicht nur den Frühling ins Zuhause, sondern auch ein Bewusstsein für echte Werte – für Achtsamkeit im Moment, Authentizität im Detail und die Schönheit des Ursprünglichen.



Farbe als Inspiration

Wenn die Sonne durchs Fenster fällt und das Licht bricht, entstehen Momente von purer Freude und lebendiger Atmosphäre. Nach Jahren der minimalistischen Transparenz erlebt das Glas nun ein farbenfrohes Comeback. Nuancen wie Anthrazit oder Violett, verwandeln den gedeckten Tisch in ein Ambiente voller Emotionen. Bei LEONARDO wird dieser Trend in Kollektionen interpretiert, die stimmungsvolle Akzente setzen.

Klassische Form, neue Tiefe

Mit der Kollektion Kurland Noir feiert Jörg Woltmann sein 20-jähriges Jubiläum als Inhaber der Königlichen Porzellan Manufaktur Berlin. Diese besondere Neuauflage des Klassikers Kurland bringt das Motto auf den Punkt, unter dem der KPM-Inhaber die Manufaktur seit 2006 führt: ein traditionsreiches Handwerk zu bewahren, behutsam in die Moderne führen und für die Zukunft stärken.



Farbenfreude trifft Natur

Mit den vier neuen Champagnerbechern Paraíso Blue bringt SIEGER by FÜRSTENBERG Farbe auf den Tisch. Umgeben von tropischen Pflanzen erhalten wildlebende Tiere wie ein Faultier, ein roter Panda oder ein Nashornvogel ihren Auftritt. Die blaugrau gestalteten Motive heben sich je vor einem farbigen Fond in Gelb, Rosa, Türkis oder Hellblau ab. Feinste Strukturen außen, leuchtendes Gold im Inneren – die neuen Porzellanbecher von SIEGER by FÜRSTENBERG sind von haptischer Qualität. Präzise gearbeitete Reliefs laden dazu ein, die edlen Gefäße in die Hand zu nehmen und ihre Oberflächen bewusst zu ertasten.



WO KREATIVITÄT auf Charakter TRIFFT



DIE BAR MONTEZ IM ROSEWOOD MUNICH LÄUTETE DAS NEUE JAHR STILVOLL EIN UND PRÄSENTIERTE EINE EXKLUSIVE AUSWAHL AN COCKTAILS



Mario Sel in der Bar Montez
im Rosewood München



Copyrights © Rosewood Munich

Inspiziert von der internationalen Expertise des Bar Manager Mario Sel entstehen Drinks, die bewusstem Genuss eine neue Dimension verleihen. Mario Sel, geboren und aufgewachsen in Bayern, trat zur Eröffnung als Assistant Bar Manager in der Bar Montez im Rosewood Munich ein. Mit einer Ausbildung an der European Bartender School in Sydney, Australien vertiefte er sein Interesse an der Kunst von Bartendings. Seine Karriere als Barkeeper führte ihn an renommierte Bars in Europa, darunter das Andaz Munich Schwabinger Tor in München und Paradiso und Two Schmucks in Barcelona. In Barcelona und Mallorca war er zusätzlich als Ausbilder an der European Bartender School tätig. Schließlich absolvierte er eine Ausbildung zum Junior Sommelier in Deutschland und arbeitet seit März 2025 im Rosewood Munich als Bar Manager.

Die Signature-Drinks

In der Bar Montez überzeugen sie durch handverlesene, frische Zutaten und außergewöhnliche Aromen Kombinationen. Von fruchtig-frischen Interpretationen wie bis hin zu komplexen, bitteren und rauchigen Nuancen bietet die Bar Montez ein facettenreiches Geschmackserlebnis.

Mario Sels Mixologie bringt internationale Aromen nach München und kombiniert sie mit lokalen Einflüssen. Mario vereint Kreativität, Nachhaltigkeit und globale Trends, um Getränkekreationen zu entwickeln, die weit über das Gewöhnliche hinausgehen. In seiner Rolle im Rosewood Munich strebt er danach, den Gästen unvergessliche Erlebnisse zu bieten und dabei nachhaltige Zutaten sowie globale Getränketrends in die Bar-Kreationen einzubinden.

Buchtipps



THE ART OF SKIING

Die schönsten Pisten der Welt

Bernard Werkmeister

Skifahren ist mehr als ein Sport – es ist ein Lebensgefühl, das Eleganz, Abenteuer und Naturverbundenheit vereint. Dieses Buch führt durch die schönsten Skidestinationen der Welt, von den legendären Pisten der Alpen bis zu den unberührten Schneelandschaften in Japan und Alaska. Das Buch erzählt von exklusiven Resorts, verborgenen Geheimtipps und den Menschen, die hinter den Kulissen für unvergessliche Erlebnisse sorgen. Spannende Porträts, faszinierende Anekdoten und historische Einblicke lassen Lesende tief in die Kultur des Skifahrens eintauchen.

Euro 49.95, ISBN 978-3-7667-2811-1, 272 Seiten, Callwey

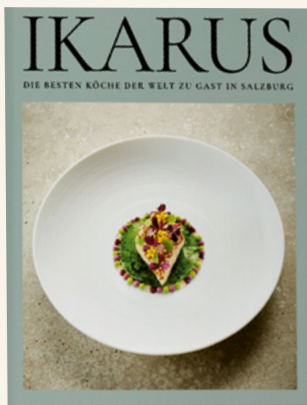


ZU GAST IN ROM

Stefan Maiwald & Andrea Di Lorenzo

Rom ist nicht nur eine Stadt voller Geschichte, sondern auch ein Paradies für Feinschmecker. Dieses Buch zeigt die kulinarische Seele der Ewigen Stadt – von kleinen Trattorien in versteckten Gassen bis zu legendären Cafés und erzählt faszinierende Anekdoten über die römische Esskultur und ihre Wurzeln. Detaillierte Insidertipps verraten, wo Einheimische selbst einkaufen, essen und ihren Aperitivo genießen. Die Mischung aus Reiseführer und Kochbuch lädt dazu ein, Rom mit allen Sinnen zu erleben – ob vor Ort oder in der eigenen Küche.

Euro 45.00€, Umschlag aus hochwertigem Surbalin, 224 Seiten, ISBN: 978-3-7667-2822-7, Callwey



IKARUS

Die besten Köche der Welt zu Gast in Salzburg

Mit diesem neu gestalteten „Bookazine“ lädt Executive Chef Martin Klein zu einer exklusiven Reise durch das kulinarische Jahr im Restaurant Ikarus und rückt die Menschen, Ideen und Produkte hinter den Menüs in den Fokus. Jede Seite öffnet die Tür zu anderen Ländern, Denkweisen und Geschmäckern. Neu ist auch der multimediale Zugang: Über QR-Codes gelangt man direkt in die digitale Ikarus Experience. Ein kulinarisches Jahrbuch für alle, die gute Küche lieben – und sie verstehen wollen.

Erscheint im Buchhandel und im Red Bull Online Shop in deutscher und englischer Sprache.



QL GUIDE 2026

Quality Lodgings ist der Rising Star der Hospitality-Branche: Die Kollektion individuell geführter Privat- und Familienhotels umfasst mehr als 125 Mitglieder in den Niederlanden, Belgien, Frankreich, Deutschland, Österreich, der Schweiz, Italien und Norwegen. Unverwechselbarkeit, herausragende Kulinarik, Luxus und Gastfreundschaft zeichnen die Mitglieder aus. Die Vereinigung verbindet Hotels und Menschen, die sich nach Individualität und Persönlichkeit sehen.

Weitere Informationen unter: www.qualitylodgings.com/de
Der Guide ist über die Website von Quality Lodgingserhältlich: QL Guide.

Vorschau auf Ausgabe 2 | April 2026

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

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:

© cp Architektur/Christian Prasser

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 2026.

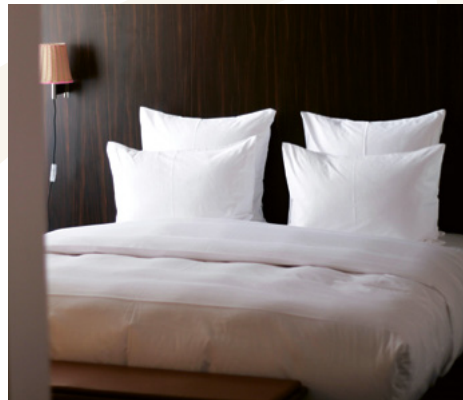
Alle namentlich gekennzeichneten Beiträge spiegeln nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wider. Alle Rechte, insbesondere die Übernahme von Beiträgen nach § 44 Abs.1 Urheberrechtsgesetz, vorbehalten.

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.



Ein Juwel reloaded

Die Villa Beer in Wien-Hietzing, 1929/30 von Josef Frank und Oskar Wlach erbaut, wird ab 8. März 2026 erstmals für die Öffentlichkeit zugänglich sein. Nach umfassender, mehrjähriger Restaurierung unter Leitung von Lothar Trierenberg und der Villa Beer Foundation in Zusammenarbeit mit Architekt Christian Prasser und dem Bundesdenkmalamt konnte der ursprüngliche Charakter des Hauses bewahrt und eine zeitgemäße Nutzung ermöglicht werden.



Das Bad im Hotel

Als Statement des Hauses, schafft das perfekt designte Bad Wohlbefinden.

Das Hotelbett

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



Party im Freien

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



Erscheinungstermin:
24. April 2026 | (RS 03.April 2026)

All the things
that's fit to
print ...

 **maxmedia gmbh**

Kärntner Ring 5 – 7, 1010 Vienna
+43 676 851 875 300 | office@max-media.at | www.max-media.at



Gemeinsam. Kinder. Stärken.

SPENDEN UNTER WWW.PROJUVENTUTE.AT

SPENDENKONTO: IBAN: AT61 2040 4000 4040 4600

