

# HOTEL & DESIGN

FACHMAGAZIN FÜR DESIGN UND ARCHITEKTUR IN DER  
HOTELLERIE UND GEHOBENEN GASTRONOMIE

## *Cavallino Bianco*

FAMILIENLUXUS  
AM MEER

## *Frühstücks-Welten*

WENIGER IST MEHR

## *Sommer im Glas*

GENUSSREICHE  
VERFÜHRUNGEN

*Innovative Hygiene.*



# No protection is no option

## XIBU SUN PROTECT hybrid

Berührungsloser Sonnencreme-Spender

In Österreich gilt seit 01.01.2026 eine neue Hitzeschutzverordnung. Sobald die GeoSphere Austria eine Hitzewarnstufe ausgibt, sind Arbeitgeber verpflichtet, Arbeitnehmer vor UV-Strahlung und Hitze zu schützen.

### Was Hagleitner bietet:

Ein berührungsloses Spendersystem, das Sonnencreme vor Verkeimung, Austrocknung und Wirkstoffverlust schützt und Keimübertragung durch direkten Kontakt verhindert.

Präzise Dosierung mit 1 ml pro Abgabe vermeidet Produktverschwendung.

Der Spender ist flexibel montierbar und jederzeit einsatzbereit.

Die Sonnencreme sunPROTECT PURE 50+ bietet Breitbandschutz:

- UVB-Filter verhindert Sonnenbrand und vermindert Hautkrebsrisiko
- UVA-Schutz wirkt gegen Hautalterung
- Die hohe Wasserfestigkeit sorgt für weniger Nachcremen



**SPF  
50+**

### SUNSHINE DEAL

Jetzt Sonnencreme kaufen und XIBU SUN PROTECT Spender inkl. Akku im Wert von € 191,20\* GRATIS sichern.

\* exkl. 20 % MwSt.



[sunprotect.hagleitner.com](https://sunprotect.hagleitner.com)

# VEREHRTE LESERSCHAFT!

Es ist derzeit heiß. So heiß, dass selbst der Schatten nach einem kühlen Plätzchen sucht. Die Sonne zeigt sich von ihrer ausdauerndsten Seite, während Nachrichten über Krisen, Unsicherheit und steigende Preise unseren Alltag ständig begleiten. Manchmal scheint es, als würden die Herausforderungen dieser Zeit genauso unerbittlich sein wie die Sommersonne.

Gerade deshalb wächst die Sehnsucht nach Orten, an denen man durchatmen kann. Nach ehrlicher Gastfreundschaft, nach Qualität, die man spürt, und nach Menschen, die ihren Beruf mit Herz ausüben. Die österreichische Hotellerie hat hier etwas Besonderes zu bieten: Sie verbindet Tradition und Innovation, Herzlichkeit und Professionalität, Genuss und Entspannung.

Ein guter Aufenthalt ist heute mehr als nur eine Übernachtung. Er ist eine kleine Auszeit vom Lärm der Welt. Ein Platz, an dem faire Preise und hohe Qualität kein Widerspruch sein müssen. Ein Ort, an dem Gäste nicht als Buchungsnummer, sondern als Menschen willkommen sind. Vielleicht ist genau das der wahre Luxus dieses Sommers: Zeit, Aufmerksamkeit und ehrliche Gastfreundschaft. Werte, die bleiben – auch wenn die Temperaturen irgendwann wieder sinken.

In diesem Sinne wünschen wir Ihnen einen wunderbaren Sommer mit vielen schönen Momenten, angenehmen Begegnungen und der Gelegenheit, das Leben von seiner entspannten Seite zu genießen.

meint Ihr

**Ihr Peter A. de Cillia**



CR de Cillia schwebt in jugendlichen Erinnerungen vor dem Cavallino Bianco

# Content

## H&D INFORMIERT

3 EDITORIAL

58 VORSCHAU | IMPRESSUM

## HOTEL WELTEN

6 HOTEL NATIONAL | CHALETS SCHLADMING  
Zurück in Balance

8 HOTEL NATIONAL | ALTSTADT VIENNA  
Harry's Zuhause im Altstadt Vienna

10 HOTEL NATIONAL | SCHANI CITY  
Die Ruhe-Oase im Herzen der Stadt

12 HOTEL INTERNATIONAL | MSC CRUISES  
MSC Cruises präsentiert Highlights der  
MSC Worlds Asia

14 HOTEL INTERNATIONAL | IHG HOTELS & RESORTS  
Wenn Business auf Urlaub trifft

16 HOTEL INTERNATIONAL | CAVALLINO BIANCO  
Familienluxus direkt am Meer

20 HYGIENE | HAGLEITNER  
No Protection is no Option

22 FACHARTIKEL | PRODINGER  
Positionierung wird zur Überlebensfrage  
der Hotellerie



50

## DESIGN

24 MILAN DESIGN WEEK 2026  
Design als gelebte Kultur

26 ARTEMIDE  
Zwischen Berg und Wasser

28 INTERBAD MESSE STUTTGART  
Die Interbad 2026

30 OUTDOOR  
Genuss im Freien

## FRÜHSTÜCK SPEZIAL

33 ALLGEMEIN  
Der Hunger am Morgen

34 FRÜHSTÜCKS IMPRESSIONEN  
Besonderheiten im Hotel



18

## SOMMERDRINKS SPEZIAL

- 37** DEL FABRO KOLARIK  
Südseeflair ist angesagt
- 38** PARTY DRINKS  
Sommerliche Lebensfreude im Glas
- 40** DRINKS MIX  
Besonders Neues für den Sommer
- 42** TOP SPIRIT  
Unkomplizierte Drinks für  
genussvolle Momente

## FOOD & BEVERAGE

- 44** SCHLUMBERGER WEIN- & SEKTKELLEREI  
Schlumberger erweitert Portfolio
- 45** NURI THUNFISCH  
Gourmet-Premiere
- 46** TRANSGOURMET PUR MESSE  
Wo Genuss erlebbar wird
- 48** WIBERG  
Farbenfroher Genuss
- 50** WEBER  
Sommergenuss vom Starkoch Jamie Oliver
- 51** ALCRON RESTAURANT  
Tradition neu interpretiert
- 52** THE MAIN  
Das kulinarische Gesamterlebnis
- 54** KLEINOD GRUPPE  
Der „Solitaire“ in der Barszene
- 56** TISCHKULTUR  
Bunte Sommergefühle



## PERFEKTION IM OFFENAUSSCHANK SIRUP + TECHNIK + SERVICE



Ihr Partner für  
nachhaltigen  
Getränkeausschank  
und individuelle  
Techniklösungen.



[www.grapos.com](http://www.grapos.com) | [www.schankomat.com](http://www.schankomat.com)

**Grapos**  
SOFT DRINKS



SEIT 2019 | EIN MIT DEM  
ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN  
AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN



# ZURÜCK IN BALANCE



MIT DEN BOUTIQUE RETREATS SETZEN DIE  
CHALETs COBURG IN SCHLADMING AUF  
EINE NEUE QUALITÄT DER ERHOLUNG

In kleinen Gruppen entfaltet sich ein Konzept, das Yoga, Longevity und Regeneration selbstverständlich miteinander verbindet. Keine durchgetakteten Tage, kein Leistungsdruck – stattdessen ein natürlicher Rhythmus aus Bewegung und Ruhe. Vinyasa, Hatha und Yin Yoga, kombiniert mit gezielten Impulsen für Gesundheit und Wohlbefinden, bringen Körper und Geist zurück in Balance.

Eingebettet in die alpine Landschaft wird Entschleunigung hier fast selbstverständlich. Persönliche Begleitung und ein hohes Maß an Flexibilität schaffen eine Atmosphäre mit spürbarer Leichtigkeit und hoher Qualität. Dazwischen: Zeit. Für einen Kaffee mit Bergblick. Für ein paar ruhige Längen im Pool. Für Momente, die nicht geplant sind – und genau deshalb wirken.

## Mentale Kraft durch das Frühstück

Ein besonderer Bestandteil dieses natürlichen Rhythmus ist das Signature Frühstück mit Superfood – bewusst gestaltet als echtes Highlight des Tages, frisch, gesund, proteinreich und individuell. Ob frisch zubereitete Eiergerichte nach Wunsch, kreative Bowls, vegane und vegetarische Spezialitäten, Ingwer-Shots oder selbst gepresste Gemüse- und Obstsafts – hier beginnt der Tag genussvoll und bewusst. Viele Produkte stammen von ausgewählten heimischen Betrieben, ergänzt durch täglich wechselnde, liebevoll zubereitete Specials. Wer es ruhiger mag, genießt das Frühstück ganz privat im Apartment, nutzt den Brötchenservice oder lässt es sich direkt an die Tür bringen.

Inhaltlich setzen die Retreats klare Akzente: Das Women Only Yoga Retreat richtet sich an Frauen mit einem oft fordernden Alltag, die bewusst abschalten, neue Energie tanken und in einem persönlichen, stilvollen Rahmen wieder bei sich selbst ankommen möchten. Das Golden Age Retreat spricht Frauen und Männer an, die Vitalität, Beweglichkeit und Gesundheit nachhaltig stärken wollen. Ergänzt wird das Angebot durch individuell konzipierte Retreats für Familien, Freundesgruppen oder Unternehmen.

## Individuelle Gestaltung

Auch das Setting passt - 20 individuell gestaltete Boutique-Appartements, großzügig, hochwertig und mit viel Gespür für Design und Materialien. Die Kulinarik folgt dem eigenen Rhythmus - vom Frühstück bis zum Dinner. Das Boutique Spa mit Infinity Outdoor Pool, Massagen sowie Yoga- und Fitnessangeboten ergänzt das Haus um einen Ort für echte Regeneration.

Die Planai-Talstation ist nur wenige Minuten entfernt, genauso wie das Zentrum von Schladming mit Shops, Restaurants und Nightlife. Wanderwege, Bike-Routen und Laufstrecken starten vor der Haustür. Und der Blick reicht über ein 360° Alpenpanorama auf Schladming, die Hochwurzten und den Dachstein.

**H&D Fazit:** Bei dem Golden Age Retreat im Aparthotel Chalets Coburg ist für jeden etwas dabei: Von einzigartig liebevoll zubereitetem Superfood Frühstück über Yoga Einheiten unterschiedlichster Schulen bis hin zur vollendeten Spa Oase. Das überschaubare und ruhige Hotel bietet den perfekten Rahmen zum Herunterkommen, Entspannen und Sich-Wieder-Finden. Große Empfehlung an alle, die sich selbst Zeit und Liebe schenken wollen!

[www.schladming-appartements.at](http://www.schladming-appartements.at)



### KOMMENDE TERMINE 2026

#### WOMEN ONLY YOGA RETREAT

13.-16. September 2026

#### GOLDEN AGE RETREAT

17.-20. Mai 2026

11.-14. Oktober 2026

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

# HARRY'S ZUHAUSE IM ALTSTADT VIENNA

DAS ALTSTADT VIENNA PFLEGT EINE SCHÖNE TRADITION: ZIMMER TRAGEN NAMEN – VON STAMMGÄSTEN, DIE SO TIEF INS HAUS HINEINGEWACHSEN SIND, DASS SIE EIN MESSINGSCHILD VERDIENEN, ABER AUCH VON KÜNSTLERN, ARCHITEKTEN UND DESIGNERN, DIE DAS HAUS MITGEPRÄGT HABEN

Helga's Room, Lilli Hollein Suite oder Moretti Room. Gastgeberfamilie Wiesenthal widmete nun Harald Krassnitzer seine Suite, bevor ein einziges Möbel feststand – ein Vertrauensvorschuss, der alles über diese ungewöhnliche Gast-Gastgeber-Beziehung sagt. Seit über 20 Jahren kehrt der österreichische Schauspieler während seiner Wiener Dreharbeiten ins Altstadt Vienna am Spittelberg zurück. Irgendwann hörte es auf, ein Hotel für ihn zu sein. Jetzt trägt eine Suite seinen Namen – gemeinsam mit Architekt Roland Nemetz hat er sie selbst gestaltet. Krassnitzer war im Altstadt Vienna nie wirklich nur Gast. Er erklärt anderen den Weg, kennt die Menschen, die es am Laufen halten – und hat einem verkühlten Stubenmädchen schon mal Tee gekocht oder einer Servicedame zum Abschied ein Schutzengerl geschenkt. Nun ist die Suite fertig: Harry K Room, Suite Nr. 85. Eingelungenes „Danke-schön“ an die Gastgeber.





*Wer anfängt, eigene Möbel mitzubringen, hat sich sein eigenes Zimmer verdient*

**Harald Krassnitzer**  
lacht, wenn er das sagt.

## Farbenfroh und eine Kuh am WC

Der Wohnbereich empfängt hell, luftig, großbürgerlich: hohe Stuckdecken, Fischgrätparkett, gedämpfte Sandtöne. Die Kitchenette – auf Harald Krassnitzers Wunsch dorthin verlegt, wo das Licht am schönsten fällt – verschwindet hinter einer Nussholz-Schiebetür. Davor der Esstisch von Thonet mit Sesseln von Vitra. Das helle Ledersofa, das dunkle Sideboard, eine kleine Bücherwand, und mittendrin zwei höhenverstellbare Glastische von Eileen Gray aus den 1920ern. Dazu der postmoderne Wink-Sessel von Cassina, ein Designstück aus den Achtzigern, das aussieht, als hätte es Mickey-Mouse-Ohren aufgesetzt. Zusätzlich ziehen sich Miniaturen von Vesna Muhr durch die Suite.

## Ein Bekenntnis in Rot

Dunkel, sinnlich, theatralisch. Die tiefrote Wand dominiert alles – opulent, fast dramatisch. Der runde Ledersessel, der antike Schreibtisch mit Schubladen, der Thonet-Stuhl, der Orientteppich: Alles atmet Wien um 1900, als hätte Schnitzler einst hier übernachtet und sich wohlfühlt. Über dem Sessel hängt ein Bild von Xenia Hausner – eine rot-weiße Torte auf blauem Hintergrund, ironisch und fast surreal. Das Herzstück: ein hohes Betthaupt in dunklem Violett mit Chesterfield-Polsterung – damit man sich beim Lesen gut anlehnen kann, das war Krassnitzer wichtig. Wer die Toilette aufsucht, trifft auf eine Kuh von Dan Walker. Im Flur wartet ein „Arnold Schwarzenegger“ von Jonathan Monk. Man wohnt hier augenscheinlich in guter Gesellschaft.

## Eine Zweitwohnung – nur mit Zimmerservice

Krassnitzer hat hier nicht nur gewohnt, sondern Wurzeln geschlagen. Die Sprossenwand im Flur ist kein Designentscheid, sondern ein Mitbringsel – zum



Trainieren. Daneben hängt, ordentlich gerahmt: Lest mehr Marx, esst mehr Obst. Ebenso eingezogen: sein Kofferradio. „In mein Zimmer zu kommen, fühlt sich an wie ein echtes Zuhause – wie eine Zweitwohnung, nur mit Zimmerservice. Die hohe Lebendigkeit, das natürliche Flair, das Begegnen auf Augenhöhe – das ist es, was mich immer wieder zurückbringt.“ Im kunstdurchdrungenen Boutiquehotel ist das kein Zufall, sondern Programm. Der Schauspieler hat seine eigenen Spuren auf die sympathischste aller Arten hinterlassen: mit einer Suite, die so ist wie er selbst. Gediegen und sehr eigenwillig. Literarisch und mit viel Humor.

**Fazit:** Wieder eine gelungene Neuinterpretation ein Suite. Man merkt sofort das persönliche Arrangement des Künstlers und bekommt kleine, gelungene und sympathische Einblicke in die private Welt von Harald Krassnitzer. Die Idee der Hoteliersfamilie wird auf diese Art und Weise bestens fort- und umgesetzt.

Mehr Infos unter [www.altstadt.at](http://www.altstadt.at)

# DIE RUHE-OASE IM HERZEN DER STADT

MIT DEM HOTEL SCHANI CITY HAT DIE WIENER HOTELGRUPPE IHR BEREITS FÜNFTES HAUS ERÖFFNET – MITTEN IM ZWEITEN BEZIRK, DORT, WO WIENS GESCHICHTE BESONDERS TIEF VERWURZELT IST UND SEIN WANDEL BESONDERS LEBENDIG IST

Die Schani Hotels haben sich in den letzten Jahren mit spürbarer Wirkung unter den erfolgreichsten und stilprägenden Stadthotels Wiens etabliert – mit einem Mix aus Charme, Charakter und klarer Haltung im Design.

Jedes Haus erzählt seine eigene Geschichte, jedes Detail ist bewusst gesetzt. Das neue Haus liegt mitten in der pulsierenden Leopoldstadt.

Ein Stadthotel, das seinen Gästen nicht nur komfortable 126 Zimmer bietet, sondern vor allem eines: einen Rückzugsort voller Respekt, Offenheit und Ruhe, inmitten einer der vielschichtigsten Gegenden Wiens. Schon der Standort erzählt Geschichte und denkt gleichzeitig weiter. Hier trifft Tradition auf neues Selbstverständnis, Vergangenheit auf gelebte Vision. Genau an diesem Ort schafft das Hotel Schani City Raum für Begegnung – interkulturell, interreligiös und ganz selbstverständlich.

Ein besonderes Zeichen setzt das Hotel auch in puncto Nachhaltigkeit: Das Haus ist mit dem Green Building Zertifikat ausgezeichnet und unterstreicht

damit den Anspruch der Schani Hotels, ökologische Verantwortung und zukunftsorientiertes Bauen konsequent mitzudenken.

## Eine Oase für die Seele

Das Bauprojekt wurde gemeinsam mit den Experten von PKF Hotelexperts unter der Leitung von Michael Widmann auf den Weg gebracht. Die Innen-Architektur stammt vom renommierten Büro AllesWirdGut und folgt einem klaren, zurückhaltenden Stil. Natürliche Materialien wie Stein, Holz, Baumwolle und Leinen bestimmen die Ästhetik. Kakteen und Palmen bringen das Erzählerische ins Spiel – sie spiegeln den Bezug zur Wüstenlandschaft wider, der das Interieurkonzept poetisch durchzieht. Aus Schani's Garten wird im neuen Haus Schani's Oase – ein grüner Innenhof zum Innehalten, Nachdenken und Durchatmen. „Wir wollen mit dem Schani City einen Ort schaffen, der berührt – durch



## Hidden Room

Mit dem Hidden Room ist ein Ort geschaffen worden, der klassische Wiener Barkultur mit einem modernen Twist verbindet – und darüber hinaus auch kulinarisch eine klare Handschrift zeigt. Ein Rückzugsort, der den Alltag draußen lässt und drinnen Raum für Erlebnis schafft. Hier geht es nicht nur um gute Cocktails, sondern um das Eintauchen in eine eigene, stilvolle Welt.

Der Hidden Room verändert seinen Charakter im Lauf des Tages: tagsüber ruhig, gedämpft und ideal für einen entspannten Kaffee und ein gutes Gespräch. Am Abend wird es lebendiger. Das Design und die Getränke-Karte greifen Elemente der jüdischen Geschichte und der kulturellen Vielfalt des zweiten Bezirks auf, übersetzt in eine zeitgemäße, urbane Handschrift. Die Auswahl ist bewusst kuratiert: Signature Cocktails, die Geschichte und Gegenwart ins Glas bringen, wie etwa der „Desert Rose“ mit Buffalo Trace Kentucky Straight Bourbon Whiskey,

seine Gestaltung, durch seine Geschichte, aber vor allem durch das Miteinander, das hier gelebt werden soll. Das Hotel ist unser Beitrag zu einem Wien, in dem Respekt, Vielfalt und Zugewandtheit mehr als Schlagworte sind“, sagt Benedikt Komarek, CEO der Schani Hotels.

## Ein Miteinander mit Gefühl

Die Nähe zur Geschichte des jüdischen Wiens ist am Standort spürbar – bewusst jedoch rückt das Hotel keine religiösen Themen in den Vordergrund, sondern schafft bewusst einen offenen Ort für alle. Das Haus ist eine Einladung zum Austausch. Die große Bandbreite der Gästeschar – ob Business, Family oder City-Traveller – findet hier ein stilvolles Hide-Away, in dem Unterschiede nicht trennen, sondern bereichern. „Manche Hotels sind für Meetings gebaut – wir bauen für Begegnungen“, sagt Markus Marth, Geschäftsführer der Schani Hotels.

Orangensaft, Angostura, zuckerfreiem Almdudler und Grenadine. Ergänzt wird die Karte durch den hauseigenen Seven Botanicals Gin, entstanden aus einer Schnapsidee und heute fixer Bestandteil der Schani-DAN, auch gern zum Mitnehmen für die guten Abende danach.

Kulinarisch zeigt der Hidden Room eine klare Linie: die Pinsa – knusprig, leicht und vielseitig – steht im Zentrum des Angebots. Varianten wie „Die Tomate und das Biest“ mit roter Tomatensauce, Fior di Latte und Burrata oder „Paradiesgarten“ mit gegrilltem Gemüse, Spinat und Granatapfelkernen verbinden klassische Zutaten mit einem modernen Twist. Ergänzt wird das Angebot etwa durch Snacks wie das Hummus-Trio mit Pita-Brot.



Mehr Infos unter  
[WWW.SCHANIHOTELS.COM](http://WWW.SCHANIHOTELS.COM)

MSC CRUISES PRÄSENTIERT

# NUR NOCH 6 MONATE BIS ZUR TAUFE

HIGHLIGHTS DER MSC WORLD ASIA



MSC Cruises hat bekanntgegeben, dass die MSC World Asia, das mit Spannung erwartete neue Flaggschiff der Reederei, am 28. November 2026 in Le Havre in Frankreich offiziell getauft wird. Als neuestes Mitglied der „World Class“-Generation, die die Schönheit der Kontinente und Ozeane der Welt zelebriert und den globalen Charakter von MSC Cruises widerspiegelt, wird die MSC World Asia über Designelemente verfügen, die von Asiens reicher Kunst, Kulturen und Natur inspiriert sind.

Beliebte Klassiker werden mit innovativen Konzepten kombiniert, um Unterhaltung, Gastronomie und Entspannung an Bord auf ein neues Niveau zu heben.

Gianni Onorato, CEO von MSC Cruises, dazu: „Unsere ‚World Class‘-Schiffe sind bei unseren Gästen sehr beliebt, und die MSC World Asia, das dritte von insgesamt acht geplanten Schiffen dieser Klasse,

markiert den nächsten Schritt unseres Wachstums. Wir sind stolz darauf, weiterhin Schiffe in die Flotte aufzunehmen, die unsere Vision, unsere Innovationskraft, unser Designverständnis und unseren Fokus auf das Gästelerlebnis widerspiegeln – wobei jedes einzelne die Messlatte noch höher hängt.

Ich bin auch stolz darauf, bekannt zu geben, dass Kapitän Paolo Benini das Steuer der MSC World Asia übernehmen wird – in Anerkennung seiner herausragenden Führungsqualitäten auf der MSC Euribia, unter anderem während ihres jüngsten Einsatzes in Dubai.“

Nach der offiziellen Taufe in Le Havre, wird die MSC World Asia am 4. Dezember ihre erste Mittelmeersaison ab Barcelona beginnen und 7-Nächte-Routen zu beliebten Reisezielen wie Marseille, Messina, Civitavecchia, Neapel und Valletta auf Malta unternehmen. Die Einschiffung ist dabei in jedem Hafen auf der Route möglich.

Neben den beliebten Destinationen erwarten die Gäste ebenso unvergessliche Erlebnisse an Bord. Pünktlich zum Countdown mit nur noch 6 Monaten vor der ersten Kreuzfahrt stellt MSC Cruises beeindruckende Attraktionen vor, die Gäste jeden Alters in Staunen versetzen werden.

## Cliffhanger

Zum ersten Mal in Europa können Gäste an Bord der MSC World Asia den Cliffhanger erleben. Die aufregende Überwasser-Schaukel schwingt die Fahrgäste 50 Meter über das offene Meer und bietet somit eine atemberaubende Aussicht, kombiniert mit einzigartigem Nervenkitzel.



## The Spiral @ Tree of Life

Mit einer Länge von 81,3 Metern wird The Spiral @ Tree of Life die längste Trockenrutsche auf See sein und sich über 11 Decks hinabwinden. Inspiriert von den ikonischen Bäumen der „Gardens by the Bay“ in Singapur verbindet dieses markante architektonische Element Adrenalin mit Design und unterstreicht das asiatische Konzept des Schiffes.



## Der MSC Formula Racer

Perfekt für Formula-1®-Fans und Rennsportbegeisterte gleichermaßen: Der MSC Formula Racer in der Hall of Games bietet ein immersives Rennsimulationserlebnis.

Im zweisitzigen Simulator steuern die Fahrer einen virtuellen Hochgeschwindigkeits-Formula-1®-Wagen. Diese Attraktion spiegelt die fortlaufende globale Partnerschaft von MSC Cruises mit der Formula 1® wider.

Die MSC World Asia wird zudem über mehr als 40 Bars, Lounges und Restaurants, umfassende Familienangebote, sieben Pools und 13 Whirlpools, sorgfältig ausgewählte Kunstwerke, die von der Natur und Tradition Asiens inspiriert sind, sowie die bislang flottenweit größte Auswahl an Suitenkategorien im MSC Yacht Club verfügen.



# WENN BUSINESS AUF URLAUB TRIFFT



WAS WÄRE, WENN GESCHÄFTSREISEN MEHR BIETEN  
ALS TERMINE UND TO-DO-LISTEN?

IHG HOTELS & RESORTS ZEIGT, WIE SICH ARBEIT UND AUSZEIT  
HEUTE MÜHELOS VERBINDEN LASSEN

Mit seinem Blended-Travel-Ansatz richtet sich IHG an eine neue Generation von Businessreisenden, die unterwegs nicht nur arbeiten, sondern bewusst erleben möchten, flexibel, stilvoll und auf der Höhe der Zeit.

## Crowne Plaza Hamburg – City Alster

Direkt an der Alster gelegen und nur wenige Minuten vom Hamburger Hauptbahnhof entfernt, verbindet das Crowne Plaza Hamburg – City Alster zentrale Lage mit einem zeitgemäßen Verständnis von Businessaufenthalten. Das modern gestaltete Haus richtet sich an Reisende, die Flexibilität schätzen und ihren Aufenthalt individuell gestalten möchten. Die Hotelmarke Crowne Plaza steht international für das Blended-Travel-Konzept, bei dem Arbeit und Freizeit nahtlos ineinandergreifen.

Im Zentrum des Hotels stehen die vielseitigen Meetingbereiche The Forum und The Studio, die mit klarem Design und moderner Ausstattung unterschiedlichste Formate ermöglichen, von strukturierten Business-Events bis hin zu spontanen Zusammenkünften.

## Crowne Plaza Lyon – Cité Internationale

In ruhiger Lage zwischen Rhône und dem weitläufigen Parc de la Tête d'Or gelegen, bietet das Crowne Plaza Lyon – Cité Internationale einen angenehmen Kontrast zum geschäftigen Alltag. Die flexibel gestaltbaren Meetingräume eröffnen Raum für unterschiedlichste Veranstaltungsformate. Ergänzt wird das Angebot durch offene Bereiche, Terrassen und gastronomische Angebote, die Begegnungen über den formellen Rahmen hinaus ermöglichen und gemeinsame Momente in den Mittelpunkt stellen.

## Kimpton De Witt Amsterdam

Mitten im Herzen von Amsterdam gelegen, vereint das Kimpton De Witt modernen Komfort mit einer designgeprägten, urbanen Atmosphäre. Inspiriert von niederländischer Gestaltung entsteht ein Ort, der zugleich Rückzugsraum und lebendige Begegnungsfläche ist, stilvoll, entspannt und mit einer selbstverständlichen Coolness. Helle, offene Bereiche mit viel Tageslicht und großzügigen Arbeitsmöglichkeiten laden dazu ein, den



Tag flexibel zu gestalten. Typisch für Kimpton Hotels & Restaurants wird der Aufenthalt durch durchdachte, persönliche Details ergänzt: Yogamatten in den Zimmern, kostenfreie Fahrräder für spontane Entdeckungstouren sowie die tägliche Kimpton Social Hour.

## Kimpton Main Frankfurt

Im dynamischen Umfeld des FOUR Frankfurt gelegen, verbindet das Kimpton Main Frankfurt die Energie des Finanzviertels mit einem stilvollen, entspannten Rückzugsort. Das Haus richtet sich an Reisende, die Wert auf Design, Atmosphäre und

eine neue, persönliche Form des Miteinanders legen. Die Eventflächen auf der fünften Etage setzen bewusst auf Offenheit und kreative Freiheit. Auch die Gestaltung der Zimmer und öffentlichen Bereiche folgt diesem Ansatz, klar, hochwertig und mit einer modernen, unaufgeregten Eleganz.

## Holiday Inn Berlin City Center East, Prenzlauer Berg

Im lebendigen Stadtteil Prenzlauer Berg gelegen, verbindet das Holiday Inn Berlin City Center East eine zentrale Lage mit der entspannten Atmosphäre eines kreativen Kiezes. Die Nähe zum Alexanderplatz sowie die gute Anbindung an wichtige Business-Destinationen machen das Hotel zu einem idealen Ausgangspunkt. In der Open Lobby verschmelzen Rezeption, Restaurant, Bar und Co-Working Bereiche zu einem offenen Treffpunkt. Das Konzept schafft einen einladenden Raum für komfortables Arbeiten, Entspannen oder Networking.



### MEHR ERLEBEN. MEHR ERREICHEN.

IHG Hotels & Resorts verbindet Business und Freizeit auf neue Weise. Entdecken Sie die Vielfalt unserer Hotels weltweit. [IHG.com](https://www.ihg.com)



# FAMILIENLUXUS

## *direkt am Meer*



NACH DEM ERFOLG IN SÜDTIROL BRINGT  
DAS MEHRFACH AUSGEZEICHNETE  
FAMILIENRESORT CAVALLINO BIANCO  
SEINE PHILOSOPHIE NACH CAORLE.

### WIR WAREN KURZ NACH DER ERÖFFNUNG VOR ORT

Das Wasser glitzert im Sonnenlicht, Kinder spielen im Sand, Eltern genießen den Blick auf das kristallklare Meer. Dieses Gefühl entspannter Gelassenheit erhielt ab dem 1. Mai 2026 eine neue Adresse - Das Cavallino Bianco Caorle. Direkt am weitläufigen Strand der Oberen Adria, eingebettet in die Ruhe der Lagune von Caorle, ist ein Resort entstanden, das Familienurlaub auf besonderem hohen Niveau bietet. An die 50.000 m<sup>2</sup> Privatstrand, exklusiven Familiensuiten und ein eigenes Kinderbetreuungskonzept zeichnen das Resort aus.



### Das Meer vor der Hoteltüre

Hier wachen Urlauber nicht vom Lärm, sondern vom sanften Licht des Morgens auf. Man öffnet die Terrassentür – und blickt hinaus auf das endlose Blau des Meeres. Die Familiensuiten mit großzügiger Terrasse sind Rückzugsorte für Groß und Klein: mit separatem Kinderzimmer, hellem Wohnbereich, praktischer Pantry-Küche und zwei Badezimmern, eines davon kindgerecht ausgestattet, demonstrieren augenscheinlich, dass hier an alles, was verwöhnte Gäste sich so wünschen, gedacht wurde. Hochwertige Materialien, ganz viel Tageslicht und durchdachte Details schaffen einen Rahmen, in dem Familien Komfort, Privatsphäre und gemeinsame Zeit genießen können.



## Ein Paradies für die Kleinen

Im Lino Land stehen Abenteuer, Kreativität und kleine Heldengeschichten im Mittelpunkt. Kinder spielen, bauen und entdecken – begleitet von einem einfühlsamen, sorgfältig geschulten Team, das Vertrauen schafft. Eltern dürfen loslassen, weil sie wissen: Jedes Kind wird umsorgt. Das Angebot ist altersgerecht gestaltet – vom behutsam begleiteten Baby bis zum selbstbewussten Teenager findet jede Altersstufe ihren eigenen Raum, ihr eigenes Tempo und ihre persönliche Art, den Sommer zu erleben. In diesen Zonen, sind Eltern nur geduldetes „Beiwerk“.

## Wo private Inseln im Sand warten

Und dann sind da die Cabanas - Kleine Oasen direkt am Meer, großzügig voneinander getrennt, geschützt von Dünen und üppiger Vegetation. Sie liegen eingebettet in eine 50.000 Quadratmeter große private Strandlandschaft, exklusiv für Hotelgäste – mit King-Size-Liegen, Kühlschränken und behutsam integrierten Spielzonen.



*Hier entstehen  
Erinnerungen  
die bleiben – zwischen  
Meeresrauschen,  
Kinderlachen und  
chillen in der  
Saunalandschaft.*



## Urlaub auch für Erwachsene

So sehr das Cavallino Bianco Familien in den Mittelpunkt stellt, so selbstverständlich berücksichtigt es auch die Bedürfnisse der Erwachsenen. In den Adults-only-Bereichen wird die Welt spürbar leiser. Saunen, Dampfbäder und komfortable Relaxliegen schaffen Raum für Regeneration, während der Infinity Sky Pool den Blick über Pinienwald und Meer schweifen lässt. Im Lea's Beauty & Spa im obersten Stockwerk erwarten Gäste ein durchdachter Warm-Kalt-Parcours mit finnischer Sauna, Biosauna und Dampfbad, lichtdurchflutete Ruheräume sowie ein beheizter Außenpool, der ausschließlich Erwachsenen vorbehalten ist. Ergänzt wird das Angebot durch den Cielo Panorama Pool & Lounge – ein schwebender Rückzugsort mit eigenem Barservice, ideal für entspannte Stunden nach dem Saunagang. Insgesamt stehen Familien und Erwachsenen über 4.000 Quadratmeter Wellnessfläche zur Verfügung – mit klar getrennten Bereichen für Ruhe und Aktivität. Den Gästen wird genügend Platz eingeräumt um möglichst viel Privatsphäre zu gewährleisten.

*Genuss, der  
in Erinnerung  
bleibt*



## GENUSS - OFFENSIVE

*Für kleine Gäste. Für große Genießer.*

Auch dem Genuss wird hier gefrönt - auf italienisch lässige Art. Morgens das Lieblingsfrühstück der Kinder, mittags ein Snack vom Strandkiosk, abends ein entspanntes Dinner mit Blick auf das Meer. Drei Restaurants – darunter ein eigenes Kinderrestaurant – sowie Buffetstationen und Loungebar bieten Vielfalt, die sich mühelos in den Rhythmus des Familienurlaubs einfügt. Und als besonders gute Idee befanden wir die Getränke-Bar von Grapos. Gekühlte Getränke in Top-Qualität - jederzeit zur Verfügung und im Preis inbegriffen, das macht Sinn - nicht nur für die Kleinen.

Der Getränkeauschank des Hauses wurde in zwei voneinander getrennte Systeme unterteilt. Versorgt werden dabei sowohl die Self-Service-Bereiche wie Buffet, Adults-Only-Area und Lino Land als auch jene Bereiche, in denen das Servicepersonal täglich arbeitet – darunter Bar, Office und Mensa.

Zum Einsatz kommen dabei die bewährten Postmix-Lösungen von Grapos sowie das Schanksystem Schankomat. Ausgeschenkt wird der klassische Postmixsirup von Grapos, der für eine konstant hohe Getränkequalität sorgt. Gleichzeitig unterstreicht das 5-Sterne-Hotel mit dieser Lösung sein klares

Bekenntnis zu Nachhaltigkeit und effizientem Ressourceneinsatz. Durch den Einsatz moderner Postmix-Technologie werden Verpackungsmaterialien reduziert, Transportwege optimiert und Lagerkapazitäten deutlich effizienter genutzt.

Gerade die einfache Lagerung sowie die optimierte Logistik erweisen sich im täglichen Betrieb als echtes Asset – sowohl wirtschaftlich als auch organisatorisch. Und auf jeden Fall erwähnenswert - speziell in einer Hotelanlage dieser Dimension und mit der Ausrichtung als Familienhotel mit Fokus auf Kinder jeglichen Alters muss dem Thema „Hygiene“ ebenfalls ein sehr breiter Raum gegeben werden.

Hier verlassen sich die Verantwortlichen auf das österreichische Familienunternehmen „Hagleitner“ aus Zell am See. Vor allen Liften, allen Restaurants, vor den Wellness- und Spa-Bereichen - überall sieht man Hagleitner Hygienestationen und die werden auch bei unserem persönlichen Augenschein benutzt. Dies zeigt wieder einmal mehr - wenn man bei den Gästen das Thema „Hygiene“ bewußt in „Erinnerung“ ruft, wird das auch angenommen und trägt so ganz selbstverständlich zur Sicherheit im Hotel bei.



## FAZIT:

Ein gelungen umgesetztes Hotelkonzept, das ganz sicher Erfolg haben wird. An der oberen Adria ein Vorzeigeprojekt, das derzeit auf jeden Fall einen Alleinstellungsfaktor bietet. Da wurde viel Geld in die Hand genommen, um einem verwöhnten Gästeklientel ein perfektes Urlaubsangebot zu präsentieren.

[www.cavallino-bianco.com/de](http://www.cavallino-bianco.com/de)

### KEY-FACTS



Direkt am großzügigen Privatstrand der Oberen Adria



Exclusive Familiensuiten mit separatem Kinderzimmer



Adults-only-Bereiche mit Spa, Infinity Pool & Ruhezonen



Lino Land Kinderwelt & Kinderbetreuungskonzept



Cabanas & Strandservice für entspannte Urlaubstage



### HOTEL&DESIGN BEWERTUNG



Architektur ★★★★★



Design ★★★★★



Kulinarik ★★★★★



Service ★★★★★



Wellness ★★★★★





# NO *Protection* IS NO *Option*



## XIBU SUN PROTECT - SCHÜTZT VON SONNENAUF- BIS SONNENUNTERGANG

Die schönsten Arbeitsplätze liegen oft unter freiem Himmel: Dachterrassen, Poollandschaften, Hotelgärten oder Außenbereiche von Restaurants. Was Gästen Erholung und Lebensqualität schenkt, bedeutet für Mitarbeitende im Service, in der Gartenpflege oder im Facility Management jedoch eine tägliche Belastung durch UV-Strahlung. Wer regelmäßig im Freien arbeitet, ist einem erhöhten Risiko für sonnenbedingte Hautschäden ausgesetzt. Wissenschaftlich ist belegt, dass UV-Strahlung sowohl akute Zellschäden als auch langfristige Hautveränderungen verursachen kann.



### HOHER SONNENSCHUTZ

SPF 50+ Breitbandschutz schützt vor UVA- und UVB-Strahlung



### PFLEGENDE UND FEUCHTIGKEITSPENDEND

Mit Bio-Enzian-Extrakt und wertvollen Inhaltsstoffen



### KONTAKTLOS UND HYGIENISCH

Berührungslose Dosierung für maximale Sicherheit

## Sonnenschutz ist Teil moderner Arbeitsplatzkultur

Prävention ist deshalb Ausdruck von Fürsorge, Wertschätzung und verantwortungsvollem Unternehmertum. Neben organisatorischen und technischen Maßnahmen gehört dazu auch die unkomplizierte Bereitstellung von hochwertigem Sonnenschutz. Denn nur was sichtbar, leicht zugänglich und einfach anzuwenden ist, wird im Arbeitsalltag konsequent genutzt. Mit dem XIBU SUN PROTECT hybrid und der sunPROTECT PURE 50+ Sonnenschutzcreme bietet Hagleitner eine professionelle Lösung für Arbeitsplätze im Freien.



**GESCHÜTZTE HAUT. GUTES GEFÜHL.  
GELEBTE WERTSCHÄTZUNG.**

Sonnenschutz ist mehr als eine Empfehlung. Sie ist eine Verantwortung. Mit XIBU SUN PROTECT setzen Sie ein sichtbares Zeichen für Gesundheit, Sicherheit und Wertschätzung – jeden Tag.

**HYBRID.  
HYGIENISCH.  
DURCHDACHT.**

## Design trifft Funktion

Der berührungslose XIBU SUN PROTECT hybrid macht professionellen Sonnenschutz dort verfügbar, wo er gebraucht wird – am Pool, auf der Terrasse, im Außenservice oder in weitläufigen Hotelanlagen.

Die innovative Sensortechnologie ermöglicht eine hygienische und kontrollierte Dosierung der Sonnenschutzcreme. Einstellbare Abgabemengen, integrierter Reservetank und elektronische Füllstandsanzeige gewährleisten einen reibungslosen Betrieb. Dank moderner LoRaWAN-Technologie lassen sich Informationen zu Füllstand, Batteriestatus oder Wartungsbedarf komfortabel über die Hagleitner360°-App abrufen. Der Spender ist flexibel mit Stand- oder Tischfuß einsetzbar und kommt ohne Wandmontage aus – ideal für wechselnde Einsatzorte und anspruchsvolle Gestaltungskonzepte.



## Schutz, der überzeugt

Die sunPROTECT PURE 50+ schützt Gesicht und Körper zuverlässig vor UVA- und UVB-Strahlung, Sonnenbrand und lichtbedingter Hautalterung. Die dermatologisch geprüfte Rezeptur kombiniert hohen Breitbandschutz mit pflegenden Inhaltsstoffen wie Bio-Enzian-Extrakt, der die Haut beruhigt und die natürliche Hautbarriere unterstützt. Die Creme zieht rasch ein, lässt sich angenehm verteilen und hinterlässt ein gepflegtes Hautgefühl – ohne zu fetten. Sie ist wasserfest, vegan sowie frei von Duft- und Farbstoffen. Darüber hinaus erfüllt sie hohe Umwelt- und Sicherheitsstandards, unter anderem die Kriterien des EcoSun Pass.



Copyrights © Hagleitner/Scheuringer  
Produktrenderings: Hagleitner

**MEHR ERFAHREN:**

**[sunprotect.hagleitner.com](https://sunprotect.hagleitner.com)**

# POSITIONIERUNG WIRD ZUR ÜBERLEBENSFRAGE DER HOTELLERIE

WARUM HOTELS KÜNFTIG NICHT MEHR ÜBER AUSSTATTUNG,  
SONDERN ÜBER KLARHEIT GEWINNEN

Die Hotellerie steht vor einem grundlegenden Paradigmenwechsel. Urlaub wird von vielen Gästen nicht mehr ausschließlich als Auszeit vom Alltag verstanden, sondern zunehmend als Impulsgeber für das Leben insgesamt. Für die Hotellerie bedeutet das: Wer künftig wettbewerbsfähig bleiben will, muss mehr leisten als schöne Zimmer, gute Kulinarik und eine ansprechende Website. Entscheidend wird die Frage, wofür ein Betrieb steht – und für wen er eigentlich da ist.

## Vom Erlebnis zur Sinnorientierung

Lange Zeit war touristischer Erfolg stark an Erlebnisdichte gekoppelt. Gäste wollten möglichst viel sehen, erleben und konsumieren. Angebote wurden erweitert, Programme verdichtet, Aktivitäten addiert. Heute zeigt sich ein anderes Bild.

Viele Gäste suchen nicht mehr das Mehr, sondern das Wesentliche. Sie wollen nicht nur konsumieren, sondern etwas mitnehmen: Routinen, Impulse, Haltungen, neue Formen von Ernährung, Bewegung, Regeneration oder mentaler Klarheit. Urlaub wird damit zur Inspirationsquelle für den Alltag.

Dieser Wandel ist für die Hotellerie wirtschaftlich hoch relevant. Denn er verschiebt die Kaufentscheidung. Gäste fragen nicht mehr nur: Was bekomme ich? Sondern: Was bewirkt dieser Aufenthalt bei mir? Passt dieses Haus zu meinem Lebensstil, meinen Werten und meinen Bedürfnissen?

## Die austauschbare Mitte gerät unter Druck

Das größte Risiko vieler Betriebe liegt nicht in mangelnder Qualität. Gerade in Österreich ist die Angebotsqualität hoch. Das Problem liegt vielmehr in der fehlenden Schärfe. Viele Häuser sind solide, sympathisch und gut geführt – aber strategisch zu wenig unterscheidbar. Wer kein klares Profil hat, landet fast automatisch im Preiswettbewerb. Und Preiswettbewerb ist für familiengeführte Hotelbetriebe einer der schwierigsten Wettbewerbe überhaupt. Er drückt Margen, erhöht die Abhängigkeit von Auslastung und schwächt langfristig die Investitionsfähigkeit.

Ein Hotel muss für etwas stehen. Nicht im Sinne eines Werbeslogans, sondern im Sinne eines konsequent erlebbaren Leistungsversprechens. Die Frage lautet nicht: Wie kommunizieren wir uns besser? Sondern: Was sind wir wirklich?

## Positionierung beginnt vor der Marke

Ein häufiger Denkfehler besteht darin, Positionierung mit Markenauftritt zu verwechseln. Ein neues Logo, eine modernisierte Website, ein neues Wording oder eine emotionale Bildsprache können wichtig sein. Sie ersetzen aber keine strategische Substanz. Die Reihenfolge muss umgekehrt sein: Zuerst kommt die inhaltliche Klarheit, dann die Marke. Eine Marke ohne klare Positionierung bleibt Oberfläche.

Ein schöner Auftritt ohne betriebliche Konsequenz ist wirtschaftlich wirkungslos – und im schlimmsten Fall sogar gefährlich, weil er Erwartungen weckt, die der Betrieb nicht erfüllt.

## Trends sind nur dann wertvoll, wenn sie zur DNA passen

Die Hotellerie beobachtet laufend neue Themen: Gesundheit, Prävention, Achtsamkeit, Workation, Natur, Regionalität, Longevity oder mentale Regeneration. Solche Entwicklungen können wichtige Impulse liefern. Sie dürfen aber nicht zum Aktivismus führen.

Longevity ist dafür ein gutes Beispiel. Der Trend verweist auf ein wachsendes Bedürfnis nach langfristiger Gesundheit, Prävention und Lebensqualität. Für einzelne Betriebe kann daraus ein starkes Geschäftsmodell entstehen – allerdings nur dann, wenn fachliche Substanz, Zielgruppe, Standort und

Unternehmerpersönlichkeit zusammenpassen. Das gilt für alle Modethemen. Viele Projekte scheitern nicht an der Idee, sondern an der Selbstüberschätzung der Betreiber. Ein Trend macht noch keine Positionierung. Er kann sie ergänzen, aber nicht ersetzen.

## Drei Bausteine erfolgreicher Positionierung

**Erstens:** eine präzise Zielgruppendefinition. Erfolgreiche Betriebe wissen, wen sie ansprechen wollen – und wen bewusst nicht. Ein Hotel für aktive, gesundheitsorientierte Gäste braucht andere Räume, Angebote und Abläufe als ein Haus für urbane Kurzurlauber, Familien oder Paare mit Rückzugsbedürfnis.

**Zweitens:** ein darauf abgestimmtes Produkt. Positionierung darf nicht in der Kommunikation enden. Sie muss im Angebot sichtbar werden: in der Kulinarik, in der Architektur, in den Zimmern, im Spa, in der Preislogik, in der Aufenthaltsdauer, in der Mitarbeiterführung und in den Kooperationen. Ein Betrieb, der Ruhe verspricht, aber permanent Reizüberflutung produziert, verliert Glaubwürdigkeit.

**Drittens:** Differenzierung in der Hardware. Architektur und Raumkonzept sind keine Nebensache. Sie prägen das Erlebnis unmittelbar. Wer Positionierung ernst nimmt, muss sie auch bauen. Räume transportieren Haltung. Sie entscheiden darüber, ob ein Konzept spürbar wird oder abstrakt bleibt.



Rückfragen und Kontakt:



**Prodinger  
Tourismusberatung**

**Thomas Reiszahn**

+43 1 890 730 9

t.reiszahn@prodinger.at

# DESIGN ALS GELEBTE KULTUR

„DESIGN PALAZZO AUSTRIA“  
SETZTE STARKE AKZENTE IN MAILAND

Im Rahmen der Milan Design Week 2026 richtete sich der Blick der internationalen Interiorszene auf einen Ort, der Historie und Gegenwart auf eindrucksvolle Weise verbindet: den Palazzo Confalonieri – Fondazione Cariplo im Herzen Mailands. Hier präsentierten die Aussenwirtschaft Austria und die Österreichische Möbelindustrie eine kuratierte Schau zeitgenössischen Möbeldesigns.

## Vielfalt mit Haltung

Als namhafte Mitgliedsunternehmen der Österreichischen Möbelindustrie waren Bene, BRAUN Lockenhaus, Conform Badmöbel, Joka, Mayr-Schulmöbel, TEAM 7 und Wiesner-Hager unter den Ausstellern. Ihre Entwürfe spiegeln die gesamte Bandbreite moderner Lebensräume wider, von Office-Lösungen über Badmöbel bis hin zu Wohnkonzepten. Dabei wird schnell deutlich: Österreichisches Möbeldesign denkt nicht in Kategorien,

sondern in Lebenswelten. Gutes Design ist hier weit mehr als reine Formgebung. Es ist das Ergebnis eines komplexen Zusammenspiels aus Materialkenntnis, technischer Raffinesse und gestalterischer Sensibilität. Formvollendete Linien treffen auf innovative Funktionen, nachhaltige Strategien und intelligente Details – stets mit dem Ziel, einen spürbaren Mehrwert im Alltag zu schaffen.

## Ästhetik trifft Funktion

Die Stärke der österreichischen Möbelindustrie liegt in ihrer Fähigkeit, Ästhetik mit funktionaler Intelligenz zu verbinden. Das Ergebnis ist eine zeitlose Formensprache, die weder modischen Trends noch kurzlebigen Effekten folgt. Vielmehr entstehen Möbel, die langlebig, authentisch und wertbeständig sind und Räume in Orte der Ruhe und Geborgenheit verwandeln. Ob geprüfte Materialien in der Küche, smarte Funktionen im Homeoffice oder

flexible Systeme im Wohnbereich: Die Entwürfe zeugen von einem tiefen Verständnis für die Bedürfnisse moderner Lebensrealitäten. Bereits in der Entwicklungsphase werden Aspekte wie Nachhaltigkeit, Ergonomie und Alltagstauglichkeit konsequent mitgedacht. Entwickelt mit einem feinen Gespür für Proportion und Details, entstehen modulare Konzepte mit hohem Individualisierungsgrad.

## Handwerk als kulturelles Fundament

Ein zentrales Merkmal der Branche ist ihre mittelständische Prägung. Viele der Unternehmen sind familiengeführt und blicken auf eine lange Tradition im Möbelbau zurück. Dieses gewachsene Know-how verbindet sich heute mit modernster Fertigungstechnologie zu einem einzigartigen Qualitätsversprechen. Hochwertige, oft natürlich behandelte Massivhölzer aus nachhaltig bewirtschafteten Wäldern, präzise verarbeitete Materialien und komplexe Mechaniken sind Ausdruck dieser Kompetenz. Dabei zeigt sich wahre Qualität oft im Verborgenen: in durchdachten Innenleben, intelligenten Stauraumlösungen oder subtil integrierten Lichtkonzepten.

## Designnation Österreich

Der „Design Palazzo Austria“ machte deutlich, welche Rolle Österreich heute als Designnation einnimmt. Die Kombination aus Innovationskraft, handwerklicher Exzellenz und einem ausgeprägten Bewusstsein für Wohnkultur verschafft der Branche international hohe Anerkennung. Dabei geht es nicht nur um Produkte, sondern um Haltung: Design wird als kultureller Beitrag verstanden, der Lebensqualität schafft. In einer zunehmend beschleunigten Welt wächst das Bedürfnis nach Rückzugsorten – nach Räumen, die Sicherheit, Ruhe und Identität bieten. Genau hier setzt das österreichische Möbeldesign an.



GUTES DESIGN  
VERBINDET MENSCHEN.  
RÄUME UND WERTE –  
HEUTE UND MORGEN.





# ZWISCHEN BERG UND WASSER



EINGEBETTET ZWISCHEN DEM  
TÜRKISFARBENEN FLUSSLAUF DER  
AARE UND DER IMPOSANTEN  
BERGKULISSE DES BERNER  
OBERLANDS BEFINDET SICH DAS  
HOTEL HOP APARTMENTS & SUITES

Direkt am Ufer gelegen, greift das Interieurdesign die besondere Umgebung auf und übersetzt sie in ein stimmiges Raumkonzept. Die organischen Formen der Beleuchtung von Artemide unterstreichen diesen Ansatz auf eindrucksvolle Weise. Das Zürcher Studio Monoplan hat dazu den Gegensatz aus schroffer Bergwelt und malerischer Seenlandschaft stimmig auf das architektonische Gesamtkonzept übertragen. Ein modernes Apartmenthotel mit hohem Wiedererkennungswert zu entwerfen: so lautete die Aufgabe für den Umbau des in die Jahre gekommenen Gästehauses am Flussufer. Entstanden sind mehrere individuell gestaltete Ferienapartments mit modernisierten Küchen, Bädern und maßgefertigten Möbeln. In der Lobby lädt zudem ein kleines Café zum entspannten Verweilen ein.

## From Mountain to Water

Dem Leitgedanken „From Mountain to Water“ folgend, sind die Farben, Formen und Materialien im Innern gezielt auf den rauen Fels, das glasklare Wasser und die dunkelgrünen Wälder ringsum abgestimmt. Im Café wiederum treffen sandige Beige- und Cremetöne auf Blau, Nadelgrün und Orange. Welliges Spiegelglas an der Decke zitiert die schimmernde Wasseroberfläche der Aare, während biophile Elemente wie hängender Farn oder tropische Topfpflanzen für ein naturnahes Ambiente sorgen.



Copyrights © Phil Wenger

## Raffinierte Lichtgestaltung

Um die richtige Atmosphäre zu schaffen, kommt der Lichtplanung von Artemide eine wichtige Rolle zu. Über Lichtqualität und Energieeffizienz hinaus sollte sie auch ästhetisch überzeugen. Die verwendeten Leuchten und Lichtsysteme haben entscheidenden Anteil daran, den fluiden, organischen Look des Interieurs zu unterstreichen und einzelne Bereiche gekonnt in Szene zu setzen.

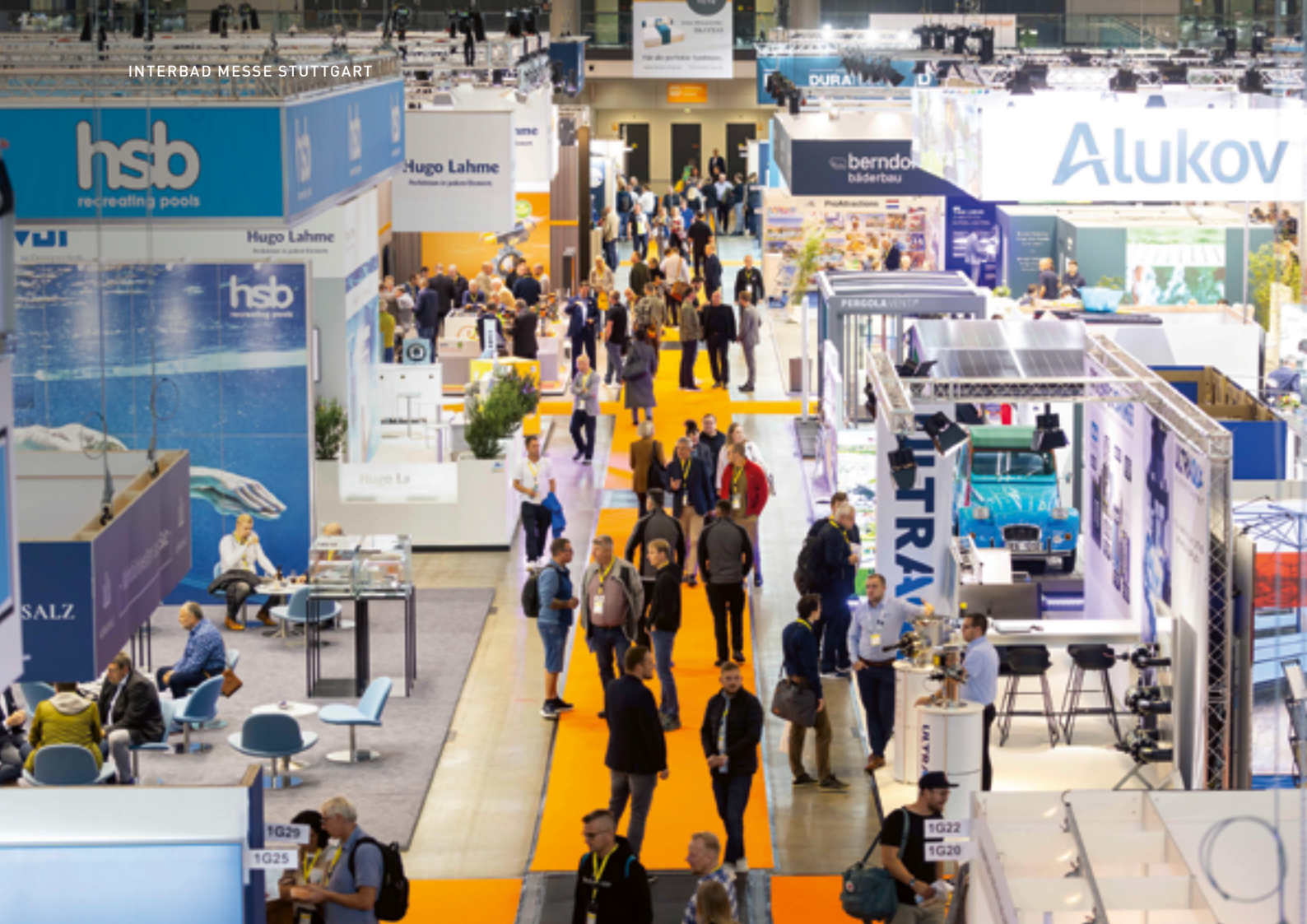
Im Eingangsbereich, in der Lobby und im Café zieht sich das Lichtsystem Sylt in sanft fließenden Linien über die Decke. Ihre beiden Kupferleiter sind als bewusstes Designstatement sichtbar und setzen einen minimalistischen Akzent. Dass Sylt sich der Architektur so mühelos anpasst, verdankt es seiner Flexibilität: Das Lichtband lässt sich vor Ort mühelos biegen und formen und erstreckt sich mit nur einem Einspeisepunkt über zehn Meter. Dabei ist es über einen Adapter mit verschiedenen Beleuchtungselementen verbunden, darunter La Linea 25. Der ikonische Lichtschlauch der Bjarke Ingels Group windet sich in vertikalen Schwüngen um die ultraschmale Schiene und erinnert so selbst ein wenig an den Flusslauf der Aare. Sein diffuses Licht sorgt für die Grundbeleuchtung, während der effiziente Strahler Helgoland 120 gezielt einzelne Bereiche wie Tische und Barzonen mit gleichmäßigem, blendfreiem Licht beleuchtet.



*Die Lichtsysteme von Artemide verbinden Funktion, Effizienz und Ästhetik auf höchstem Niveau.*

## Markanter Gestaltungswille

Von Artemide mithilfe einer venezianischen Glasbläsertechnik gefertigt, zählt die große Ausführung der Gople auch in der Lounge zu den Hinguckern: Die Pendelleuchten sind auch hier in Silber zu sehen, wo sie sanfte Lichtskizzen auf die dunkelblauen Wände werfen. Die durch ein innovatives Metallisierungsverfahren versilberte Kristalleuchte der Bjarke Ingels Group zieht auch als Stehversion weitere Blicke auf sich. Wie konsequent die Lichtgestaltung Teil des ganzheitlichen Designansatzes ist, beweisen nicht zuletzt die Kellerflure: Dort schlängelt sich La Linea eigenständig an der Decke entlang. Hier weist sie den Weg, taucht die einheitlich in Grün gehaltenen Korridore in ein angenehmes diffuses Licht und verleiht ihnen eine verspielte, stilbewusste Note. La Linea überzeugt als ausdrucksstarkes grafisches Element und punktet gleichzeitig durch hochleistungsfähige LEDs, Langlebigkeit und unkomplizierte Wartung.



# DIE INTERBAD 2026

~  
NEUE THEMENWELTEN,  
STARKE PARTNER UND  
ZUKUNFTSWEISENDE  
TRENDS WERDEN VOM  
06. BIS 08. OKTOBER  
AUF DER MESSE INTERBAD  
IN STUTT GART PRÄSENTIERT

Anfang Oktober wird die interbad erneut zum internationalen Treffpunkt der Schwimmbad-, Sauna- und Spa-Branche. Die Fachmesse bündelt auf einer Fläche von über 26.000 Quadratmetern Ausstellung sowie ein vielfältiges Rahmenprogramm unter einem Dach. Sie greifen genau die Themen auf, die die Branche aktuell bewegen und für ihre Weiterentwicklung entscheidend sind. Gemeinsam mit der Deutschen Gesellschaft für das Badewesen e. V. (DGfdB) und dem begleitenden Kongress schafft die Messe Stuttgart eine zentrale Branchenplattform für Weiterbildung und Networking. Sie vereint innovative Technik, wegweisende Gestaltungskonzepte, moderne Wellnesslösungen und aktuelle Entwicklungen im Bäderbau und -betrieb. Claudia Döttinger, Mitglied der Geschäftsleitung der Messe Stuttgart, betont: „Wir haben das Veranstaltungskonzept gezielt weiterentwickelt, um den aktuellen Bedarf widerzuspiegeln und die Branche fachlich voranzubringen. Unser Anspruch ist es, kontinuierlich Impulse zu setzen und eine Brücke zwischen öffentlichem und privatem Sektor zu schlagen – dort, wo gemeinsame Herausforderungen und Chancen liegen.“



*Unser Anspruch ist es,  
Impulse zu setzen und eine  
Brücke zwischen öffentlichem  
und privatem Sektor  
zu schlagen.*

## Longevity und naturverbundene Saunakultur

Erstmals widmet die interbad 2026 dem Trendthema Longevity einen eigenen Themenbereich. Im Fokus stehen Cryotherapie, regenerative Anwendungen sowie moderne Ansätze der Prävention und der Leistungsoptimierung. Mit Themen wie Longevity schafft die interbad eine wertvolle Erweiterung, die nicht nur den Spa-Bereich, sondern auch kommunale Bäder und die Hotellerie dabei unterstützt, neue Angebote zu entwickeln und zusätzliche Einnahmepotenziale zu erschließen. Ein weiteres Highlight ist die Finnish Sauna Lounge by Sauna from Finland, die mit dem Thema Wald die Naturverbundenheit in den Mittelpunkt stellt und die finnische Saunakultur authentisch erlebbar macht. Sauna from Finland vereint rund 200 Unternehmen, die hochwertige Produkte und Services für das finnische Saunaerlebnis bieten.

## Starke Partner und etablierte Formate

Nach ihrer erfolgreichen Premiere 2024 sind die beiden frei zugänglichen Programmflächen erneut ein fester Bestandteil des Messegesehens. Das interbad forum bietet an den drei Tagen wechselnde Schwerpunkte an. Zudem wird erneut der Innovation Award verliehen, der herausragende Produktneuheiten der Branche auszeichnet.

Der DGfDB-Kongress und die Saunaimpulse im Internationalen Congresscenter Stuttgart bieten einmal mehr praxisnahe und hochwertige Fortbildung. In verschiedenen Kongress-Modulen wird gebündelte Kompetenz und praktisches Know-how geboten für Fach- und Führungskräfte aus kommunalen und privaten Bädern, aus Hotel- und Spa-Betrieben sowie aus Unternehmen, die den privaten Markt bedienen.



Die *interbad* zählt weltweit zu den wichtigsten Branchenplattformen für den öffentlichen Schwimmbadbereich und gehört zu den führenden Messen für private Pools.

Sie bietet das größte internationale Produktangebot im Bereich Sauna. Fachbesucherinnen und Fachbesucher aus aller Welt informieren sich über neueste Technologien, Designs, Trends und ganzheitliche Spa-Konzepte.

Die interbad 2026 findet vom  
**06. bis 08. Oktober 2026**  
auf der Messe Stuttgart statt.

Weitere Informationen:  
[www.interbad.de](http://www.interbad.de)

# GENUSS IM FREIEN

IN DEN SOMMERMONATEN  
ZIEHT ES DIE GÄSTE INS FREIE.  
EINE MODERNE GESTALTUNG  
SEITENS DER GASTGEBER  
IST GANZ SICHER EIN  
UMSATZBRINGER



*Kuratiert von: Daniela de Cillia*

Außenflächen sind in Gastronomie und Hotellerie längst kein saisonales Zusatzangebot mehr, sondern ein relevanter Wirtschaftsfaktor. Terrassen, Dachlounes oder Wintergärten sollen ganzjährig planbar und witterungsunabhängig betrieben werden – ohne Komfortverluste für Gäste. Flexible Glaslösungen schaffen dafür die bauliche Grundlage: Sie ermöglichen variable Öffnungsszenarien und sichern zugleich thermische Performance sowie architektonische Transparenz. „Outdoor-Bereiche werden heute als vollwertige Nutzflächen kalkuliert. Entsprechend müssen Gebäudehüllen nicht nur gestalterisch überzeugen, sondern auch bauphysikalisch belastbar und wirtschaftlich planbar sein“, erklärt Dennis Schneider, GF der Sunflex Aluminiumsysteme.



## Leichtigkeit trifft auf Designanspruch

Mit dem neuen FLY Rope Sessel präsentiert Zebra ein Outdoor-Möbel, das Design, Komfort und Funktionalität auf gelungene Weise vereint. Reduziert in der Gestaltung, hochwertig in der Ausführung und klar in der Formensprache fügt sich der stapelbare Sessel mühelos in moderne, designaffine Outdoor-Oasen ein. Der hochwertige Aluminiumsessel ist filigran in der Anmutung, auf der anderen Seite jedoch bemerkenswert stabil. Die elegante Rope-Bespannung der Rückenlehne unterstreicht die präzise handwerkliche Verarbeitung und verleiht dem Sessel seine besondere Wertigkeit. Für zusätzlichen Komfort sorgt die ergonomisch gestaltete Sitzfläche aus Textilien.

## Einladung zum Barfußlaufen

Mit Mediterraneo interpretiert Object Carpet eine uralte Tradition der Teppichweberei neu, die einst an den Mittelmeerküsten ihren Anfang nahm. Die gemeinsam mit den Designern Matteo Thun und Antonio Rodriguez entworfene Kollektion bringt südliche Leichtigkeit in moderne Wohn- und Arbeitsräume – und zwar drinnen wie draußen. Die naturnahe Ästhetik geht einher mit einem konsequenten Nachhaltigkeitsansatz. Die innovativen Filamentfasern bestehen aus Industrieabfällen und Meeresplastik: In mehreren Schritten werden die Abfallstoffe dabei zunächst gesammelt, sortiert, gereinigt und zu Polyesterchips verarbeitet. Das fertige Material überzeugt durch eine wunderbare Strukturiertheit und Sinnlichkeit und setzt neue Standards in Sachen Umweltfreundlichkeit.



## Elementare Evolution

Wenn eine Bauhaus-Ikone ihre Bilanz korrigiert: Pünktlich zum Salone del Mobile und dem 100-jährigen Dessau-Jubiläum präsentierten Tecta und thyssenkrupp eine technologische Premiere. Durch den Einsatz von bluemint® Steel transformiert sich der D4 vom Design-Erbe zum Vorreiter einer neuen Materialethik – und beweist, dass wahre Beständigkeit heute im Kreislauf liegt. Die eigentliche Revolution findet im Verborgenen statt: in der molekularen Struktur des Gestells. Erstmals kommt beim „D4 zirkulär“ der in Duisburg gefertigte bluemint® Steel von thyssenkrupp zum Einsatz.

Das Ergebnis beeindruckt: Die CO<sub>2</sub>-Intensität sinkt um bis zu 64 Prozent, während die legendäre Festigkeit und die makellose Ästhetik des Stahlrohrs unberührt bleiben. „Fortschritt zeigt sich heute nicht im Sichtbaren, sondern in der Bilanz“, lautet das Credo der Partner.



## Maximale Transparenz

Was einst als schlichter Holzschuppen für Gartengeräte begann, erlebt heute eine architektonische Renaissance: Gartenhäuser in klar reduzierter Form werden zum stilprägenden Element moderner Außenräume. Ob als stilvoller Rückzugsort im Garten, geschützter Spa- und Poolbereich oder Homeoffice im Grünen – sie erweitern den Lebensraum auf elegante Weise. Die individuell geplanten Gartenhäuser von Westerhoff verbinden Funktionalität mit Ästhetik und Komfort. Großzügige Glasflächen schaffen fließende Übergänge zwischen Innen- und Außenbereich.

# FRÜHSTÜCKS WELTEN

LANGE BUFFETS ZUM FRÜHSTÜCK GEHÖREN  
DER VERGANGENHEIT AN. DER ZUG GEHT HIN ZU HOHER  
QUALITÄT GEPAART MIT REGIONALITÄT. UND FRISCHE  
SOLLTE IMMER ALS BENCHMARK GELTEN

# DER HUNGER AM MORGEN

SO UNTERSCHIEDLICH DIE GESCHMÄCKER, SO UNTERSCHIEDLICH SIND DIE BEGEHRlichkeiten BEIM HOTELFRÜHSTÜCK. DER TREND ZU „WENIGER IST MEHR“, ZU BIO-PRODUKTEN UND NACHHALTIGKEIT IST DABEI UNÜBERSEHBAR

Die Mischform aus Buffet und der persönlichen Bestellung zum Frühstück, wird immer mehr angeboten und vom Gast gutgeheißen. Warum immer einen Berg von vorgefertigten und Spiegeleiern anbieten? Warum nicht die warmen Gerichte nur bei Bestellung zubereiten? Es macht Sinn, speziell bei diesen Gerichten auf eine frische Zubereitung zu setzen. So kann man dem Versprechen von Nachhaltigkeit einen nachvollziehbaren Sinn geben. Setzen Sie vermehrt auf Regionalität und auf das Etikett „hausgemacht“. Und das für jeden Geschmack etwas dabei sein sollte - von fruchtig, bis deftig, ist selbstverständlich. Der gänzlich anderen Richtung - konsequent gesund, sollte aber ebenfalls Raum gegeben werden. Die Philosophie des Hauses sollte auf jeden Fall auch beim Frühstück schon erkennbar sein.



*Guter Geschmack beginnt am Morgen – mit Qualität, Respekt und Achtsamkeit.*

PHILOSOFIE DES HAUSES

## BEWUSST GENIEßEN



Immer mehr Gäste legen Wert auf Herkunft, Qualität und Nachhaltigkeit. Bio-Produkte, kurze Lieferwege und saisonale Zutaten sind keine Trends - sie sind eine Haltung.



# FRÜHSTÜCKS- IMPRESSIONEN



WENN MAN IM HOTEL FRÜHSTÜCKT, DARF ES ETWAS BESONDERES SEIN. FÜR ALLE, DIE IHREN GÄSTEN EIN TOLLES FRÜHSTÜCKSSERVICE ANBIETEN, GIBT ES ZAHLREICHE KREATIVE MÖGLICHKEITEN, DIESE MAHLZEIT ABWECHSLUNGSREICH UND GENUSSVOLL ZU GESTALTEN

Für diejenigen, die gerne süß in den Tag starten, ist Milchreis mit Rosenblütenzucker eine delikate und aromatische Option. Während der traditionell zubereitete Milchreis womöglich die ein oder andere Kindheitserinnerung weckt, verleihen Rosenblütenblätter von Wiberg dem Gericht eine einzigartige, unerwartete Note. Die feinen Blütennuancen harmonieren perfekt mit der cremigen Konsistenz des

Milchreises und sorgen für einen Hauch von orientalischer Eleganz. Immer beliebt am Frühstückstisch sind Eiergerichte. Von Rühr- und Spiegelei über pochierte Eier bis hin zu Omeletts – die Auswahl ist schier endlos. Eine kreative Variante beispielsweise ein pochiertes Senf-Ei. Wer es noch deftiger mag, kombiniert das Ei mit Kartoffelrösti und Lachs und verfeinert das ganze mit Wiberg Golden BBQ.



## Wenn Brot zum Mittelpunkt wird

Ob beim Frühstück, Abendessen oder als Beilage zu festlichen Anlässen - Brot gehört selbstverständlich auf den Tisch. Mit Le Grand Pochon (700 g) und Le Grand Céréancier (700 g) erweitert Bridor seine erfolgreiche Lalos-Range um zwei großformatige Brotspezialitäten. Mit seinem rustikalen Aussehen, der aromatischen Kruste und der offenen, saftigen Krume bringt Le Grand Pochon authentischen Brotgenuss auf den Tisch. Das Brot eignet sich ideal, um im Ganzen präsentiert zu werden. Le Grand Céréancier überzeugt mit einer ausgewogenen Saatenmischung und einer kernigen Textur. Sein vielseitiges Geschmacksprofil macht ihn zu einer idealen Begleitung für unterschiedlichste Anlässe. Beide 700-g-Brote sind ideale Formate für Frühstücksbuffets und sollten auch im Restaurant als Begleitung eines Menüs nicht fehlen.

## Bestes Konditorenhandwerk

Seit 1825 steht die Conditorei Kreuzkamm für ausgezeichnetes Handwerk, gelebte Familientradition und herausragende Qualität. Das Haus ist nicht nur berühmt für mehr als 200 Jahre Backkultur rund um den Baumkuchen, sondern auch für die Vielfalt seiner Tortenkunst: von der traditionsreichen Sachertorte über vegane Innovationen bis hin zu opulenten Torten. In der in fünfter und sechster Generation geleiteten Conditorei in München arbeiten aktuell insgesamt rund 60 Teammitglieder, darunter 9 Meister:innen für die Cafés und vor allem für die Bestellungen aus aller Welt im Onlineshop – denn auch die Torten können frisch gefertigt direkt aus der Conditorei versendet werden. Die vegane Schoko-Himbeer-Torte von Kreuzkamm ist als Beispiel nicht nur alkoholfrei, sondern auch ein

Beispiel für moderne Konditorkunst mit kompromisslosem Anspruch an Geschmack und Textur. Feinste belgische Zartbitterschokolade trifft auf fruchtige Himbeere – ganz ohne tierische Produkte. Locker-luftiger Boden, fruchtige Frische und elegante Optik machen die Torte zur beliebten Wahl bei allen, die bewusst genießen wollen.

## Ein Biss, ein Tor

Vom 11. Juni bis zum 19. Juli 2026 findet die Fußball-WM 2026 statt. Zu diesem Event hat Vandemoortele einen ganz besonders "süßen Treffer" eingeführt – den neuen Doony's® Fußball Donut. Der neue Fußball Donut besteht aus einem lockeren Germteig, ist mit einer aromatischen Glasur überzogen und wird durch einen Fußball Print optisch abgerundet. Er punktet optisch und geschmacklich – egal, ob auf der Couch oder im Stadion. Der Fußball Donut Doonys's® wiegt 58 Gramm und ist zu 60 Stück/ Box verpackt. Die Anwendung ist einfach und bequem: Die Donuts ca. 1-2 Stunden auftauen lassen und genießen. Ein Must-have für Fußball-Fans und Donutliebhaber.



### TIPP FÜR HOTELS

Schon kleine Details verwandeln das Frühstück in einen Genussmoment, der Gästen in Erinnerung bleibt.



# SOMMERDRINKS WELTEN



ES LEBE DER SOMMER, ES LEBEN DIE SOMMERDRINKS. WAS GIBT ES  
SCHÖNERES ALS MIT FREUNDEN AUF DER TERRASSE ODER IM  
GARTEN ZU SITZEN, MUSIK ZU LAUSCHEN - UND NATÜRLICH DARF  
DAS PASSENDE GETRÄNK DABEI NICHT FEHLEN. OB ALKOHOLISCH  
ODER NICHT, OB PUR ODER ALS LONGDRINK GENOSSEN,  
TRINKGENUSS AUF HOHEM NIVEAU MACHT IMMER SPASS





# SOMMERLICHE LEBENSFREUDE *im Glas*

IM GASTGARTEN SITZEN, MIT GLEICHGESINNTEN  
DEN SOMMER GENIESSEN - RITUALE AUF DIE WIR UNS  
JEDES JAHR AUFS NEUE FREUEN. DIE QUALITÄT IM GLAS  
SPIELT DABEI EINE ENTSCHEIDENDE ROLLE



Kuratiert von: Daniela de Cillia

## Neue Bar-Sirupe

Alkoholfreier Genuss liegt im Trend und ist vor allem in der Gastronomie auf Wachstumskurs. Auf die steigende Nachfrage nach vielseitigen Spritz-Varianten reagiert Spitz mit einer Erweiterung seines erfolgreichen Bar-Sirup-Sortiments. Neben dem Klassiker Hugo Sirup sorgen ab sofort die beiden neuen Sorten Limoncello und Wild Berry sowie der bereits 2025 eingeführte Aperitivo Sirup – nun auch in der neunten 0,7-Liter-Flasche – für noch mehr Vielfalt auf Österreichs (alkoholfreien) Getränkekarten.



Copyrights © Spitz

## Wahre Meisterschaft

Alles begann damit, dass Charles Leclerc Sandy Hyslop, den Master Blender von Chivas Regal, dazu herausforderte, etwas Neues zu kreieren – eine kühne neue Kreation, die ganz auf seiner Vision basiert. Was folgte, war ein echter kreativer Austausch zwischen zwei Meistern. Die Mischung vereint 16 außergewöhnliche Whiskys, die jeweils mindestens 16 Jahre gereift sind – inspiriert von der ikonischen Zahl, die Leclercs Leben und Karriere geprägt hat. Leclerc probierte während des Entstehungsprozesses verschiedene Whiskys und tendierte dabei zur reichen Komplexität des in Sherryfässern gereiften Longmorn Single Malt. Nachdem er nach Schottland gereist war, um das Handwerk persönlich kennenzulernen, wählte er seine bevorzugte Mischung aus und stellte die letzte Herausforderung: sie als 16-jährigen Whisky zu kreieren.



## Mediterraner Aperitivo

Der Markt für Aperitivo-Getränke verzeichnet seit Jahren ein dynamisches Wachstum und hat sich längst vom klassischen Pre-Dinner-Drink zu einem festen Bestandteil moderner Genusskultur entwickelt.

Freixenet greift diesen Trend auf und bringt erstmals einen mediterran inspirierten Aperitivo im Premium-Segment auf den Markt: Freixenet SOLARE. Die neue Kreation verbindet die natürlichen Aromen von spanischen Zitrusfrüchten mit ausgewählten Botanicals wie Rosmarin und Thymian. Auch optisch setzt SOLARE südländische Akzente: Die von der spanischen Sonne inspirierte Flasche und das kräftige Gelb sorgen für Aufmerksamkeit im Regal.

Copyrights © Henkell Freixenet Austria



## Schärfe im Glas

Zwei Geschmacksikonen bündeln ihre Kräfte: Absolut Vodka und TABASCO® präsentieren mit ABSOLUT® TABASCO™ eine neue, würzige Vodka-Variante. Mit der neuen Geschmacksrichtung reagiert die schwedische Kultmarke auf den internationalen Trend zu „Hot & Spicy“-Geschmacksprofilen, der sich auch in Österreich bei Cocktail-Trends und in der Gastronomie deutlich widerspiegelt. Ob als moderner Twist auf die klassische Bloody Mary oder als überraschende Note in erfrischenden Longdrinks – die neue Sorte bringt eine angenehme Schärfe ins Glas und sorgt für ein spicy Finish. Für ABSOLUT® TABASCO™ wird Absolut Vodka mit der natürlichen Essenz aus fermentierter und gereifter roter Chili-Paste veredelt, die auch die Basis der weltberühmten TABASCO® Sauce bildet. Der Vodka kommt dabei ohne zugesetzten Zucker aus und vereint die charakteristische Schärfe und das unverwechselbare Aroma der legendären Chilisauce mit der Reinheit eines Premium-Vodkas.

Copyrights © Absolut



Sommer genießen beginnt im Glas.  
Entdecken Sie neue Inspirationen  
für Ihre Bar!



Copyrights © Top Spirit/Mita Eder

## Another Hendrick's

Mit "Another Hendrick's" präsentiert die schottische Kult-Ginmarke nach einer Reihe an limitierten Editionen nun ihre zweite permanente Abfüllung. Master Distiller Lesley Gracie vereint dabei den unverwechselbaren Hendrick's Charakter mit üppig-samtigen Kakao-Noten, die sich mit zarten Orangenblüten verbinden und zu einem herrlich weichen Abgang führen. Inspiriert von ihrer Liebe zu Schokolade und Blumen nahm sie sich der Herausforderung an, das kreative Rätsel zu lösen, wie man ein Gin Destillat mit Kakao kreiert – etwas, das bisher Seltenheitswert hatte.

# BESONDERS NEUES FÜR DEN SOMMER

DER GENUSS KENNT BEKANNTLICH KEINE JAHRESZEITEN - IM SOMMER IST MAN ABER NOCH MEHR BEREIT, DEM GUTEN ZU FRÖNEN. EIN AUSZUG AUS NEUERSCHEINUNGEN AM MARKT, DIE MAN AUF DER KARTE ANBIETEN SOLLTE



Copyrights © Alpine Brands

## Limitiert für den Sommer

LIMITED EDITION

Wenn Musik Emotionen transportiert und Wasser für Energie und Hydratation sorgt, entsteht ein natürlicher Flow. Genau diese Verbindung bringt Infinity Water created by Gasteiner mit einer neuen Limited Edition gemeinsam mit dem deutschen Künstler CRO auf den Markt. Die Zitrone-Edition, die vom Künstler mitkreatiert wurde, verbindet prickelndes Wasser mit einer klaren Botschaft: Never not flowing. Die Produktneuheit ist ab sofort in der 330ml Dose erhältlich. Die Kombination aus prickelndem Wasser und frischer Zitrone steht für - authentisch, direkt und ohne zugesetzten Zucker oder Zusatzstoffe.



## PORTFOLIO-EXPANSION

Alkoholfreie Alternativen gewinnen zunehmend an Bedeutung, gleichzeitig wächst die Nachfrage nach Premium-Softdrinks mit erwachsenem Geschmacksprofil. Genau hier setzt Fever-Tree an und bringt erstmals zwei Sorten im Dosenformat nach Österreich: Mit Sparkling Pink Grapefruit und Sparkling Ginger Beer kommen zwei der beliebtesten Non-Tonic-Sorten der Marke erstmals in der eleganten 250 ml-Dose auf den Markt. Ab Juni 2026 sind die neuen alkoholfreien Softdrinks in der Dose österreichweit erhältlich. Beide Sorten sind alkoholfrei, gekühlt sofort trinkbereit. Damit ergänzt das neue Format die bestehenden Glasformate um neue Daytime-, Aperitivo- und On-the-go-Momente.

PREMIUM SOFTDRINKS NEU IM MARKT



Fever-Tree Premium Softdrinks in der Dose

Copyrights © Fever-Tree

## Der Premium-Sake

Kobe steht weltweit für Kulinarik. Das berühmte Edel-Rindfleisch – Kobe Beef – ist der wahrscheinlich prominenteste, globale Botschafter der Hafenstadt. Darüber hinaus gilt Kobe mit seinem Umland als eine der bedeutendsten Sake-Regionen Japans. Die Sake-Brauerei Fukuju produziert hier seit über 270 Jahren Premium-Sake, der Herkunft, Handwerk und Innovationsgeist verbindet. Der Name der Brauerei geht auf Fukurokuju, einen der sieben Glücksgötter der japanischen Mythologie, zurück und steht für Glück, Wohlstand und Langlebigkeit. Yoshiko Ueno-Müller, Gründerin von UENO GOURMET, importiert die vielfältigen Sake von Fukuju und vertritt die Traditionsbrauerei in Zentraleuropa. „Das Team von Fukuju hat ein sehr gutes Gespür für den westlichen Zeitgeist – mit ihren Sparkling und Yuzu Sake haben sie hochwertige Varianten kreiert, die bei uns in Europa sehr gut angenommen werden. Sie holen die europäischen, von Wein geprägten Gaumen wunderbar ab und schlagen eine Brücke zu japanischer Sake-Braukunst.“

Die ländlichen Regionen rund um Kobe sind für ihre exzellenten Reislagen bekannt. Hier entsteht somit einer der wichtigsten Rohstoffe für Sake. Zudem sorgen am Fuße des Mount Rokko kalte Bergwinde und das mineralstoffreiche Miyamizu-Quellwasser für optimale Voraussetzungen beim Brauen. Das Ergebnis sind elegante, präzise und vielschichtige Sake mit klarer Herkunft.



TRADITION  
& HANDWERK  
SEIT 1751

Copyrights © Sake

PRIVAT  
BRAUEREI  
SEIT 2003



Copyrights © ADLER & WALD für Bierwerkstatt Weitra

## Das bierige Quartett aus Weitra

Mit dem neuen Weitra „Das Ohne“ vereint die seit 2003 zur Privatbrauerei Zwettl gehörende Bierwerkstatt Weitra traditionelle Braukunst mit modernem Geschmack und vollem Aromenspektrum. Dass dabei erstmals ein alkoholfreies Bio-Bier entsteht, spricht für den Weitblick der Unternehmerfamilie Karl Schwarz. „Das Ohne“ wurde vorwiegend für die Gastronomie entwickelt und ist in der 0,33 l Mehrweg-Glasflasche erhältlich. Alkoholfreies Bier ist längst ein fixer Bestandteil moderner Bierkultur. Gerade in der Gastronomie und bei Veranstaltungen wächst die Nachfrage nach hochwertigen alkoholfreien Angeboten. Weitra Bier wird seit jeher nicht in Massen und schon gar nicht für den schnellen Durst gebraut, sondern für Genießer, die nach einem einmaligen Geschmackserlebnis suchen.

Die Bierwerkstatt Weitra genießt dabei insbesondere in Wien große Beliebtheit und hat sich weit über die Grenzen des Waldviertels hinaus einen Namen gemacht. Mit „Das Ohne“ komplettiert die Bierwerkstatt Weitra ihr Quartett aus „Das Helle“, „Das Schwarze“, dem Bio-Bier „Hadmar“ sowie dem neuen alkoholfreien Bio-Bier - und schreibt damit die Erfolgsgeschichte der ältesten Braustadt Österreichs weiter.

# SOMMER IM GLAS

UNKOMPLIZIERTE DRINKS  
FÜR GENUSSVOLLE MOMENTE



Ob Spritz-Variation, alkoholfreier Aperitivo oder moderner Cocktail-Twist – die diesjährige Sommerdrink-Saison steht ganz im Zeichen unkomplizierter Drinks mit Premium-Charakter. Schlumberger und Top Spirit präsentieren fünf angesagte Kreationen.

## Schlumberger White Peach Spritz

Der Schlumberger White Peach Spritz bringt elegante Frische und feine Fruchtnoten ins Glas. Der Schlumberger White Ice Secco überzeugt mit einem ausdrucksstarken Geschmacksprofil und Akzenten exotischer Früchte. Zusammen mit Schweppes White Peach entsteht ein unkomplizierter Sommerdrink mit angenehm ausbalancierter Süße. Serviert auf viel Eis und garniert mit Rosmarinzweig und Pfirsichspalte wird daraus der perfekte Aperitif.

### ZUTATEN:

10 cl Schlumberger White Ice Secco  
10 cl Schweppes White Peach

### ZUBEREITUNG:

Serviert in einem Weinglas mit ausreichend Eiswürfeln, garniert mit einem Rosmarinzweig und einer Pfirsichspalte.

## Undone Zero Aperitivo Spritz

Italienischer Aperitivo-Kult ganz ohne Alkohol? Kein Problem - **UNDONE NO.5** - This is Not ITALIAN SPRITZ ist die ideale Wahl für alle, die auf Alkohol verzichten möchten. Das harmonische Zusammenspiel aus angenehm herben und leicht süßlichen Noten sowie feinen Orangenaromen bringt mediterranes Flair direkt auf die Terrasse. Aufgespritzt mit alkoholfreiem Sekt – etwa Hochriegl Alkoholfrei – jederzeit unkompliziert servierbar.

### ZUTATEN:

1 Teil Undone No. 5  
2 Teile Alkoholfreier Schaumwein  
(z.B. Hochriegl Alkoholfrei)  
Splash Soda

### ZUBEREITUNG:

Serviert in einem Weißweinglas mit ausreichend Eiswürfeln und garniert mit einer Orangenscheibe.





## Pink Paloma

Spritzig und mit elegantem Süße-Säure-Spiel präsentiert sich der Pink Paloma als moderner Sommerdrink. Der charakterstarke 1800 Tequila Blanco trifft auf Thomas Henry Pink Grapefruit und wird durch Limettensaft sowie eine Prise Meersalz perfekt abgerundet. Ein unkomplizierter Highball mit urbanem Twist, der auf viel Eis serviert und mit Grapefruit garniert bei keiner Party fehlen darf.

### ZUTATEN:

50 ml Tequila 1800 Blanco  
10 ml Limettensaft  
120 ml Thomas Henry Pink Grapefruit  
1 Prise Meersalz

### ZUBEREITUNG:

Serviert in einem Highballglas mit ausreichend Eiswürfeln, garniert mit einer Grapefruitscheibe.

## Hard Watermelon Highball

Der Hard Watermelon Highball bringt urbanen Bar-Charakter direkt ins Glas. Die Kombination aus Stolichnaya Vodka und frisch gepresstem Limettensaft sorgt für eine klare, spritzige Basis, während Thomas Henry Vivid Watermelon dem Drink seine intensive Wassermelonen-Note verleiht.

### ZUTATEN:

50 ml Stolichnaya Vodka  
10 ml frisch gepresster Limettensaft  
Thomas Henry Vivid Watermelon

### ZUBEREITUNG:

Serviert in einem Highballglas mit ausreichend Eiswürfeln, garniert mit einer Limettenspalte.



## White Chocolate Pornstar Martini

Der White Chocolate Pornstar Martini kombiniert den vollmundigen Mozart White Chocolate Liqueur mit Passionsfrucht und feinen Zitrusnoten zu einer modernen Cocktail-Kreation. Der separat servierte Schaumwein – beispielsweise Schlumberger Sparkling Brut – sorgt zusätzlich für eine elegante prickelnde Komponente. Tipp für Connaisseurs: Für das perfekte Geschmackserlebnis zunächst einen Schluck Schlumberger zur Gaumenfrische genießen, anschließend den vollen Charakter des Martinis entdecken.

### ZUTATEN:

4 cl Mozart White Chocolate Liqueur  
2 cl Stolichnaya Vodka  
4 cl Passionsfruchtpüree  
1 cl Limettensirup  
4 cl Schaumwein, separat serviert

### ZUBEREITUNG:

Mozart White Chocolate Liqueur, Vodka, Passionsfruchtpüree und Limettensirup mit reichlich Eis in einen Shaker geben und gut shaken. Anschließend in eine gekühlte Cocktailschale abseihen, mit halber Passionsfrucht dekorieren. Den Schaumwein separat in einem kleinen Beistellglas dazu servieren.



# Schlumberger

## ERWEITERT PORTFOLIO

DIE SCHLUMBERGER WEIN- UND SEKTKELLEREI GMBH BAUT IHRE POSITION ALS FÜHRENDER VERTRIEBSPARTNER FÜR INTERNATIONALE PREMIUM-GETRÄNKEMARKEN IN ÖSTERREICH WEITER AUS

Mit 1. Juni 2026 wurden mehrere Markenportfolios, die bisher von Eggers & Franke Österreich betreut wurden, übernommen.

Nach der Schließung von Eggers & Franke Österreich mit Ende Mai 2026 standen mehrere Getränkemarken vor der Herausforderung, einen passenden Vertriebspartner für den österreichischen Markt zu finden. Schlumberger nutzt diese Entwicklung, um das Vertriebsmarkenportfolio gezielt auszubauen. Für eine fokussierte Betreuung und individuelle Markenentwicklung werden die neuen

Portfolios in die eigens geschaffene Vertriebsgesellschaft Next Spirit Brands GmbH integriert. Mit der neuen Vertriebsgesellschaft entstand neben den bestehenden Schlumberger-Vertriebstöchtern Top Spirit GmbH und P.M. Mounier GmbH eine neue Gesellschaft, die sich auf die Betreuung ausgewählter kleiner und mittelgroßer internationaler Premium-Marken spezialisiert.



Copyrights © Cañonita Aperitivo de Mallorca, Limoncello DiCapri



V.l.n.r.: Florian Czink, Christian Lehner, Florian Mayer-Unterlass, David Schrefl

Copyrights © Schlumberger / Adrian Almasan



### DIE NEUZUGÄNGE:

- Molinari** mit Molinari Sambuca, Limoncello DiCapri und Fussetti Bitters
- Osborne** mit Carlos Brandy, Osborne Sherry, Osborne Veterano, Nordés Gin und Gold Gin
- Rotkäppchen-Mumm** mit Sprizzero
- Cañonita Aperitivo de Mallorca**
- Finlandia** Vodka

### Erfahrene Verstärkung

Mit Christian Lehner wechselt zudem ein erfahrener Branchenkenner von Eggers & Franke Österreich zu Next Spirit Brands. Florian Czink, GF der Schlumberger Wein- und Sektkellerei GmbH: „Auch in wirtschaftlich anspruchsvollen Zeiten entstehen neue Möglichkeiten und diese wollen wir nutzen. Mit Next Spirit Brands schaffen wir eine eigenständige Struktur, die internationalen Premium-Marken eine gezielte Betreuung und Entwicklung im österreichischen Markt ermöglicht. Mit Top Spirit haben wir bereits gezeigt, wie Marken erfolgreich aufgebaut und weiterentwickelt werden können.“

# Gourmet- PREMIERE

MIT NURI THUNFISCH BETRITT DIE  
KULTMARKE ERSTMALS DIE KATEGORIE  
HOCHWERTIGER THUNFISCHKONSERVEN  
UND ERWEITERT DAMIT IHR BISLANG  
AUF SARDINEN UND MAKRELEN  
FOKUSSIERTES SORTIMENT

Der neue Premium-Thunfisch wird aus sorgfältig ausgewählten, MSC-zertifizierten Gelbflossenthunfisch-Filets hergestellt, in scharf gewürztem Olivenöl eingelegt und folgt konsequent der unverwechselbaren Nuri Rezeptur. Seit jeher steht Nuri für außergewöhnliche Geschmackserlebnisse, die sich durch sorgfältige Auswahl der Rohware, präzise Verarbeitung nach traditionellen Methoden und eine unverwechselbare Würzung auszeichnet. Verwendet werden ausschließlich hochwertige Gelbflossenthunfisch-Filets, die für ihre feste Struktur, ihren feinen Geschmack und ihre erstklassige Qualität geschätzt werden. Eingelegt in aromatisches Olivenöl und verfeinert mit Chili, Nelke, Pfeffer und Lorbeerblatt, entsteht ein intensives und zugleich ausgewogenes Geschmackserlebnis, das als Premiumprodukt zur Aufwertung der gesamten Kategorie beiträgt.

## Tradition trifft Spezialisierung

Nuri Thunfisch wird in der hauseigenen Produktion von Olasagasti in Spanien, einem Unternehmen der Glatz Gruppe, gefertigt. Dabei bleibt die charakteristische Nuri DNA erhalten: Die Rezeptur, die Auswahl der Gewürze sowie die Qualitätskontrolle



Copyrights © Nuri

“

*Mit Nuri Thunfisch wollen wir beweisen, dass sich unser Qualitätsversprechen auf jede Fischart übertragen lässt. Uns geht es nicht darum, ein weiteres Produkt zu schaffen, sondern ein echtes Geschmackserlebnis auf den Markt zu bringen, das den Namen Nuri verdient*

Markeneigentümer Jakob Glatz

orientieren sich konsequent an den traditionellen Standards der Marke „Die Erweiterung unseres Sortiments war ein logischer Schritt – aber nur, wenn wir dabei unsere Werte uneingeschränkt einhalten können“, betont Reinhard Korner, Geschäftsführer der Glatz GmbH. Neben traditionellen Produktionsweisen legt Nuri höchsten Wert auf die Herkunft und Nachhaltigkeit der verwendeten Rohstoffe. Die Zertifizierung garantiert, dass die Bestände nachhaltig bewirtschaftet werden, die Meeresökosysteme geschützt bleiben und strenge internationale Standards eingehalten werden.



Copyrights © Andreas Kolarik für Transgourmet

# WO GENUSS ERLEBBAR WIRD



## AUCH 2026 HAT SICH DIE TRANS-GOURMET PUR EINMAL MEHR ALS ZENTRALE PLATTFORM FÜR DIE HEIMISCHE GASTRONOMIE- UND HOTELLERIE-SZENE BESTÄTIGT

Am 20. und 21. April nutzten über 6.000 Fachbesucher die Gelegenheit, sich im Salzburger Messezentrum über aktuelle Entwicklungen, Innovationen und Herausforderungen zu informieren und auszutauschen. Mit 290 Ausstellern - davon 102 Winzern aus dem In- und Ausland - sowie 20 Eigenständen zeigte Transgourmet gemeinsam mit seinen Partnern ein breites Spektrum an Produkten, Konzepten und Lösungen für die Branche.

«Die PUR ist für viele Gastronomen und Hoteliers längst ein Höhepunkt im Jahresverlauf und ein fixer Termin im Kalender“, betont Thomas Panholzer, Geschäftsführer von Transgourmet Öster-

reich. «Gerade in einer zunehmend digitalen Welt gewinnen persönliche Begegnungen wieder an Bedeutung. Unsere Veranstaltung bringt das Who-is-who der Branche zusammen und schafft Raum für echten Austausch, neue Partnerschaften und konkrete Geschäftsmöglichkeiten – etwas, das sich digital nicht ersetzen lässt.»

### **Vielfalt ist angesagt**

In unsicheren Zeiten können sich Gastronomen und Großverbraucher darauf verlassen, bei Transgourmet die richtigen Produkte zu scharf kalkulierten

Preisen zu finden. «Der Markt befindet sich im Wandel, und wir stellen unsere Lösungskompetenz unter Beweis. Unser Anspruch ist es, Gastronomen nicht nur Produkte anzubieten, sondern sie mit durchdachten Lösungen nachhaltig zu begleiten», erklärt Panholzer. Gerade bei steigender Kostensensibilität sind breite Sortimente entscheidend, um optimal kalkulieren zu können.

Innovation wird etwa bei Convenience-Lösungen und Betriebserleichterungen wie Smart Cuisine gezeigt. Smart Cuisine entlastet Küchenteams – ohne geschmackliche Kompromisse. Die Qualität ist top – handelt es sich doch um «High-End-Convenience»: Menükomponenten werden bei Niederwieser in Tirol von erfahrenen Köchen zubereitet, servierfertig verpackt und termingerecht ausgeliefert. Für Gastronomen und Gemeinschaftsverpfleger bedeutet das: Die Speisen müssen nur noch regeneriert werden.

## Eigenmarken

Eigenmarken sind seit jeher Teil der Transgourmet-DNA – in wirtschaftlich angespannten Zeiten gewinnen sie zusätzlich an Bedeutung. Die Eigenmarke Economy mit ihrem «optimalen Preis-Leistungs-Verhältnis» verzeichnet aktuell starke Nachfrage und deckt das Basissortiment zuverlässig ab.

Auch die Linie Quality, die Markenqualität zum besten Preis verspricht, wurde auf der PUR präsentiert. Ebenso im Fokus: Bio- und Nachhaltigkeitsmarken, die sich weiterhin positiv entwickeln.

Die speziell für Großverbraucher entwickelte Bio-Eigenmarke Natura feierte auf der Fachmesse ihr fünfjähriges Jubiläum.

Ein zentrales Element der PUR ist «Fine Dining auf höchstem Niveau». Neben den hauseigenen Spitzenköchen sorgen renommierte Gastköchinnen und -köche jedes Jahr für Inspiration und geben ihr Wissen weiter.

## Zukunft der Gastronomie

Die stark nachgefragten Cook-Masterclasses gaben auch heuer wieder Einblick in aktuelles Wissen „auf Augenhöhe“ und spannten einen Bogen von Haltung über Handwerk bis hin zu innovativen Produktlösungen. Auch die Getränkewelt wurde umfassend inszeniert: In spezialisierten Masterclasses reichten die Themen von Kaffeehandwerk über internationale Schaumweine bis hin zu hochwertigen Spirituosen und Terroir- geprägten Weinen. In der JAVA Kaffee-Erlebniswelt stand die Trommelröstung im Mittelpunkt, ergänzt durch Einblicke in perfekte Kaffeezubereitung, Latte Art und die Kombination von Kaffee und Eis.

Transgourmet Trinkwerk präsentierte auf einem eigenen Stand internationale Schaumweine und Weinraritäten. Sommelier Moritz Huth – der 2024 als VINEUS Newcomer Sommelier ausgezeichnet wurde – stellte «Top-Qualitäten abseits der Champagne» vor.

Zum vierten Mal wurden im Rahmen der PUR die «Schlemmer Atlas Awards» an die Top 50 Köche verliehen. Die Auszeichnung ehrt Persönlichkeiten, die mit ihrer kulinarischen Handschrift Maßstäbe setzen. Die Verleihung fand im Rahmen der «Big Bottle-Party» statt, die sich als gesellschaftlicher Höhepunkt etabliert hat.



Sören Herzig und sein Team bereiteten Schwarzen Seehecht, knusprigen Salat, und «Nduja» Sauternes zu

WIBERG

# FARBENFROHER GENUSS

Sehnsüchtig erwartet kehren Sonne und Leichtigkeit zurück und damit die Lust auf frische, kreative Küche. Wer Unbeschwertheit nicht nur spü-

ren, sondern auch schmecken möchte, holt sich mit WIBERG lebendige Farben, florale Noten und fruchtige Nuancen auf den Teller.

## Freche Früchtchen haben Saison

Wenn Früchte und Beeren endlich wieder in ihrer ganzen Farbenpracht verfügbar sind, eröffnen sich unzählige kulinarische Möglichkeiten. Mit vollem Geschmack sorgen die vielseitigen Produkte der Sun-Range von WIBERG für süße Frische, intensive Farbgebung und vielfältige Einsatzmöglichkeiten – von kalten Desserts über kreative Fruchtkompositionen bis hin zum dekorativen Finish. Berry Sun mit der Frische von Waldbeeren bringt Genuss für alles, was süß und fruchtig sein soll. Den intensiven Geschmack vollreifer, süßer Orangen entfaltet Orangia Sun in Mehlspeisen,

Joghurt sowie kalten Dessertcrèmes ideal. Die kräftigen Nuancen frischer Zitronen sichern wiederum Zitronia Sun seine unverzichtbare Rolle als Fixstarterticket in der süßen Küche.

## Farbexplosion für alle Sinne

Den krönenden Abschluss jeder Kreation bildet das perfekte Zusammenspiel aus Geschmack und Optik. Dekorative Frucht- und Blütenmischungen sorgen für farbenfrohe Highlights auf dem Teller und bleiben garantiert in Erinnerung.

Der Dekor-Früchte-Mix mit Blüten sorgt für Schwung auf dem Teller und eignet sich mit bunten Blüten und Früchte zum Veredeln sowohl von süßen als auch von pikanten Speisen. Gleichzeitig erleben jetzt Blüten ihren großen Auftritt auf dem Teller. Der handverlesene Bunte Alpenblütenmix bringt nicht nur optische Highlights, sondern auch das gewisse Extra in die Küche. Ob pikant oder süß – diese hochwertigen Kornblumenblüten aus Südtirol lassen die eigenen Kreationen wortwörtlich aufblühen.

## Ein Fest der Sinne

Der WIBERG Blütenzucker bunt ist eine Hommage an die farbenprächtige Welt der Blumen. Die Mischung aus feinem Zucker und ausgewählten Blüten verführt mit zart-blumigen Nuancen und macht jedes Dessert zu einem kleinen Kunstwerk. Die Komposition enthält Tagetes-, Rosen-, Kornblumen- und Sonnenblumenblüten und wird so zum farbenfrohen Hingucker in jeder süßen Verführung. Der Blütenzucker bunt schenkt Süßspeisen nicht nur geschmackliche Finesse, sondern auch eine Optik, die Gäste begeistert.

## Handverlesene Natur aus Südtirol

Der Bunte Alpenblütenmix hat als florales Schmuckstück seinen unverzichtbaren Fixplatz in der Profi-Gastronomie. Die handverlesenen Kornblumenblüten stammen aus einem kleinen Südtiroler Familienbetrieb, der vollständig auf maschinelle Ernte verzichtet – so bleiben die Blüten unversehrt und bewahren ihre intensive Farb- und Formenwirkung. Der Mix besticht durch ein Farbspektrum von Weiß über Rosa bis hin zu Tiefviolett und eignet sich ideal zum Verfeinern und Garnieren von süßen wie auch pikanten Gerichten. Die Blüten zeichnen sich durch ihre leicht honigartige Note aus und setzen effektvolle Akzente.

Mehr Infos unter [www.wiberg.eu](http://www.wiberg.eu)



Bunter Alpenblütenmix

Blütenzucker Bananenschnitte

# SOMMERGENUSS VOM STARKOCH



SOMMER, SONNE, HEISSE TEMPERATUREN UND UNVERGESSLICHE GENUSSMOMENTE MIT WEBER. FÜR DIE NÄCHSTE GRILLPARTY LIEFERT DER INTERNATIONALE STARKOCH UND SEIT NEUESTEM WEBER-TESTIMONIAL JAMIE OLIVER DIE PASSENDE INSPIRATION

Mit kreativen, unkomplizierten Rezepten vom Grill, die Lust auf einen genussvollen Sommer machen, präsentiert der englische Starkoch wieder sein Gespür für viel Geschmack. Dass er dabei seit Jahren auf Weber setzt, kommt nicht von ungefähr: „Für mich ist die Qualität von Weber unübertroffen. Ich grille seit Jahren auf Weber – das gibt mir die Freiheit, kreativ zu sein. Und nichts geht über diesen echten Grillgeschmack“, so Oliver. In Kombination mit den neuen smarten Grills und innovativen Gadgets von Weber steht einem vielseitigen Grill-sommer nichts mehr im Weg. So entstehen besondere und gemeinsame Momente, die für immer in Erinnerung bleiben.

## Zum Teilen gemacht

Die Rezepte von Jamie Oliver bringen genau die Leichtigkeit auf den Grill, die den Sommer ausmacht: unkompliziert, kreativ und voller Geschmack. Perfekt für lange Abende mit Freund:innen und



gemeinsames Genießen. In Kombination mit den smarten Neuheiten von Weber entsteht so ein Grillgefühl, das weit über das klassische BBQ hinausgeht. Für Genussmomente bringt der Weber Lumin Compact Smart Elektrogrill zusätzliche Möglichkeiten ins Spiel. Selbst auf dem kleinsten Stadtbalkon entstehen so Gerichte mit Tiefe und Charakter. Etwa heiß geräucherte Makrele, die mithilfe des passenden Räucheraufsatzes ihr feines, aromatisches Raucharoma entfaltet und dem Grillabend eine besondere Urlaubsnote verleiht. Ein echter Klassiker bleibt das Brathähnchen mit Salsa Verde: außen goldbraun und knusprig, innen saftig und voller Geschmack. Unterstützt durch das smarte Bluetooth-Thermometer mit Kabel und dem Smart Hub Display mit Basisstation von Weber wird die Temperatur präzise im Blick behalten, während mehr Zeit für das bleibt, was den Sommer ausmacht: gemeinsame Momente, die für immer bleiben.

Alle Rezepte von Jamie Oliver finden Sie unter

[weber.com](https://www.weber.com)

# TRADITION NEU INTERPRETIERT

## DAS ALCRON RESTAURANT VERWANDELT SICH IN DIE BRASSERIE 193

Der Neustart verbindet die kulinarische Geschichte des Hauses mit einem zeitgemäßen Brasserie-Ansatz, der auf regionale Zutaten, Saisonalität und klassische französische Techniken setzt. Der Name Brasserie 1932 verweist auf das Eröffnungsjahr des legendären Hotels Alcron und steht zugleich für die inhaltliche Neuausrichtung des Restaurants. Im Mittelpunkt steht eine moderne Interpretation der Küche der Ersten Republik: ehrliche, klare Gerichte, die auf hochwertige Produkte setzen und bewusst auf übermäßige Komplexität verzichten. Fine-Dining-Handwerk bleibt dabei erhalten, wird jedoch in eine entspannte, zugängliche Brasserie-Atmosphäre überführt, ohne weiße Tischdecken, aber mit hoher kulinarischer Präzision.

### Historische Inspiration

Inspiration liefert die historische Küche des Alcron aus den 1930er-Jahren, einer Zeit, in der sich tschechische Kochtradition und französische Einflüsse selbstverständlich miteinander verbanden.

„Das Alcron war immer ein Ort, an dem sich kulinarische Kulturen begegnet sind und an dem Prager Gastronomiegeschichte geschrieben wurde. Genau an diese Rolle knüpft die Brasserie 1932 an“, erklärt Hoteldirektorin Alena Spišiaková. Der deutsche Chefkoch Leonhard Wenzel bringt internationale Erfahrung aus Michelin-Restaurants mit. Seine Küche basiert auf wenigen, präzise eingesetzten Komponenten und einer klaren Handschrift. Im Zentrum stehen Produktqualität, Saisonalität und Balance. Die Brasserie 1932 setzt auf eine reduzierte, aber charakterstarke Speisekarte. Französische Techniken wie sorgfältig reduzierte Saucen, langsame Garverfahren oder präzise Fleischverarbeitung bilden die handwerkliche Basis. Gleichzeitig bleibt



Copyrights © Brasserie 193



*Wir ehren unsere Geschichte, indem wir sie in die Gegenwart holen – mit Respekt vor den Wurzeln und dem Blick nach vorn.*

Alena Spišiaková, Hoteldirektorin

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

die Küche tief in der tschechischen Tradition verankert. Verarbeitet werden regionale Zutaten sowie Milchprodukte von lokalen Produzenten aus Tschechien und den Nachbarländern. Eine kuratierte Weinkarte legt den Fokus auf regionale Produzenten und den umliegenden Ländern. Ergänzt wird sie durch Signature Cocktails, die gemeinsam vom Bar Team und der Küche entwickelt wurden und exklusiv in der Brasserie 1932 serviert werden. Ein Spirit Trolley mit ausgewählten Premium-Destillaten rundet das Konzept ab und bringt zusätzliche Individualisierung direkt an den Tisch.

# DAS KULINARISCHE GESAMTERLEBNIS

~

MIT „THE MAIN“ ERÖFFNET IN NEUES  
RESTAURANT IN BERLIN - MITTE,  
DAS DINNER, BAR UND LOUNGE  
ZU EINEM FLIESSENDEN ERLEBNIS  
VERBINDET

Mehr als zehn Jahre hinweg war hier der Beef Grill Club ansässig. Anfang 2026 wurden die Räumlichkeiten vollständig umgebaut und konzeptionell neu ausgerichtet. Die Räume wurden mit fließenden Übergängen neu strukturiert. Restaurant, Bar und Cigar Lounge sind bewusst nicht getrennt gedacht, sondern greifen ineinander. Mit „the Main“ eröffnet ein Restaurant, das sich bewusst von klassischen Abläufen löst und den Abend stärker vom Gast aus denkt. Es positioniert sich zwischen klassischer Gastronomie und international geprägter Szene und interpretiert den Ablauf eines Restaurantbesuchs neu. So entwickelt sich ein Abend vom ersten Drink an der Bar über das Dinner bis hin zu späteren Stunden in der Lounge. Ein klassischer Ablauf tritt dabei bewusst in den Hintergrund. Der Abend folgt keiner festen Dramaturgie. Er entsteht aus dem Zusammenspiel von Raum, Interaktion und Gast – the Main Experience.

## Die Bar als Zentrum

Bereits beim Eintreten wird die Ausrichtung sichtbar: Die Bar ragt in den Raum hinein und fungiert als zentraler Anlaufpunkt. Während die Küche Struktur gibt, bringt sie Bewegung in den Abend und verbindet die einzelnen Bereiche miteinander. Materialien wie Leder, Holz, Glas und Metall prägen ein reduziertes, kosmopolitisches Interieur – inspiriert von Metropolen wie Paris, London oder New York. Die Küche verantwortet David Cruzet, der aus der Region um Paris stammt. Seine Handschrift ist französisch geprägt, international geöffnet und auf das Wesentliche konzentriert. Klassiker wie Französische Zwiebelsuppe, Lammkarree in Kräuterkruste oder ein Café de Paris Steak stehen neben Gerichten wie Tuna Tataki mit Yuzu und Kaviar, Spaghetti mit Kaviar oder Hummer Thermidor.

## Prägend

Die Bar ist integraler Bestandteil des Hauses und prägt den Einstieg in den Abend. Statt einer klassischen Cocktailkarte arbeitet „the Main“ mit einer eigenen Linie von Signature Drinks, die unter dem Titel „the Main Nr. 1–5“ geführt werden. Jeder Drink folgt einer klaren aromatischen Ausrichtung – von floral und frisch über rauchig und kräuterbetont bis hin zu vollmundig und cremig. Die Kompositionen verbinden internationale Spirituosen mit ausgewählten Zutaten und spiegeln die Handschrift der Bar wider. Ergänzt wird das Angebot durch eine kuratierte Auswahl an klassischen Aperitifs, Highballs und alkoholfreien Drinks sowie ein klares Champagnerangebot. Vollendet wird die Experience durch die Cigar Lounge. Sie bietet eine Auswahl internationaler Zigarren, darunter kubanische Klassiker wie Cohiba Siglo I und Montecristo No. 4 sowie Formate aus Nicaragua und der Dominikanischen Republik. So entsteht ein Ort, der weniger über einzelne Elemente funktioniert, sondern über das Zusammenspiel des Abends.



# DER „Solitaire“ IN DER BARSZENE

~  
MIT „PRUNKSTÜCK SOLITAIRE –  
THE BAR UPSTAIRS“ ERWEITERT  
DIE „KLEINOD“-GRUPPE DAS  
FINE-DRINKING-KONZEPT  
AUF DER GALERIE



Während im Erdgeschoss Offenheit, Begegnung und lebendige Atmosphäre dominieren, setzt die Galerie auf ein reduziertes, stilvolles Konzept, das den Cocktail und die Handwerkskunst dahinter in den Vordergrund rückt.

Ein Solitär ist ein einzelner, präzise gefasster Stein – reduziert auf das Wesentliche und gerade deshalb besonders wertvoll. Genau diese Idee übersetzt das neue Konzept in die Welt der Barkultur: fokussierte Drinks, präzises Handwerk und hochwertige Inszenierung.

*„Mit dem neuen Konzept schaffen wir einen Ort, an dem Fine Drinking nicht elitär wirkt. Hochwertig, detailverliebt und international gedacht – aber gleichzeitig locker, charmant und sehr Wien. Es geht um großartige Drinks und einen Abend, der sich besonders anfühlt, ohne dass man dafür irgendeine Bar-Etikette kennen muss“, so David Schober.*

Auf der Galerie wird das Tempo reduziert, die Interaktion zwischen Barkeeper und Gast persönlicher und der Abend bewusster erlebt. Der Drink wird nicht bloß serviert, sondern als Gesamterlebnis inszeniert.





## Fine Drinking mit Wiener Schmäh

Zentrales Element des Konzepts sind umgebaute Flight-Trolleys, die als mobile Bars direkt an den Tisch kommen. Ausgewählte Drinks werden direkt vor den Gästen finalisiert und von kleinen kulinarischen Begleitern ergänzt. Techniken wie Milchklärung, Infusionen, besondere Texturen oder Champagnerluft fließen dabei selbstverständlich in das Erlebnis ein – jedoch nie als reine Show, sondern als Ausdruck gekonnten Handwerks.



*Es geht um großartige Drinks und einen Abend, der sich besonders anfühlt, ohne dass man dafür irgendeine Bar-Etikette kennen muss.*

David Schober - „Kleinod“ Gruppe



## Drinks als Erlebnis inszeniert

Wie spielerisch und gleichzeitig hochwertig der neue Ansatz interpretiert wird, zeigt sich auch in der Cocktailkarte, die gemeinsam mit Daniel Schober (Booze Concepts) entwickelt wurde: Der „Pink Basil Punch“ versteht sich als moderner Twist auf den legendären „Gin Basil Smash“ und verbindet Zitronen-Gins, roten Opal-Basilikum und frische Zitrone zu einem seidigen, milchgeklärten Signature Drink. Mit „Bread & Butter“ bringt die Bar wiederum ein flüssiges Butterbrot ins Glas – mit Pumpernickel-Wodka, Lemon Curd und Zitrone, serviert gemeinsam mit einem Austernbrötchen und Meersalz-Limetten-Butter. Fernöstliche Einflüsse zeigt der „Izakaya Mule“ mit Miso-Wodka, Yuzu, Ginger Beer und Umami-Bitters, begleitet von Wakame-Snacks und Kappa-Maki.

kleinod-prunkstueck.wien



# BUNTE *Sommergefühle*

NICHT NUR IN DER NATUR -  
AUCH AM TISCH WIRD ES BUNT



*Kuratiert von:*  
*Daniela de Cillia*

**PÜNKLICH ZUM START DER  
SOMMER-SAISON DÜRFEN FARBE,  
LEICHTIGKEIT UND GENUSS NICHT  
FEHLEN. WIR ZEIGEN DIE SCHÖNSTEN  
TRENDS FÜR UNVERGESSLICHE  
SOMMERMOMENTE**

## **Sommer im Glas**

Pünktlich zum Start der warmen Saison rücken überall frische Drinks, gesellige Runden und Genussmomente in den Fokus. Mit der neuen Gläserkollektion „Refract“ bringt SCHOTT ZWIESEL den Sommer direkt ins Glas. Auf Basis der Formen der Bestseller-Serie „Taste“ ist eine trendbewusste Kollektion entstanden, die eine designstarke und funktionale Lösung für den täglichen Einsatz in Service und Bar bietet. Inspiriert von der Ästhetik geöffneter Blütenblätter verbindet „Refract“ trendbewusstes Design mit zuverlässiger Alltagstauglichkeit. Alle fünf Größen sind für den Einsatz in der Branche abgestimmt. „Refract“ wird in Deutschland aus brillantem Tritan®-Kristallglas gefertigt. Die Gläser zeichnen sich durch hohe Bruch- und Spülmaschinenfestigkeit.

## Sommermomente in Biergläsern

Bier gehört zu den Getränken, die den Sommer prägen. Ob beim Gartenfest, auf dem Balkon, auf Terrassen, oder beim Public Viewing zur anstehenden Fußball-WM, oft entsteht genau bei einem kühlen Schluck Bier das Gefühl von Leichtigkeit und Gemeinschaft. Leonardo begleitet diese Augenblicke mit Gläsern, die für ganz unterschiedliche Anlässe und Biersorten geschaffen sind. Mit „Taverna“ entsteht eine Kollektion, die unterschiedliche Bierstile bewusst begleitet.

Die Formen sind harmonisch und klar gestaltet, sodass sie durch ihre Robustheit und Alltagstauglichkeit überzeugen und sich auch in geselligen Runden mühelos bewähren.



Copyrights © Schott Zwiesel, Leonardo, Gmundner



## Fest der Farben

Mit dem Regenbogen-Design interpretiert Gmundner Keramik seinen klassischen Geflammt-Look in Grün oder Weiß auf moderne, spielerische Weise. Leuchtende Farben, organische Formen und handwerkliche Präzision verbinden sich zu einem Geschirr, das Lebensfreude und Individualität auf den gedeckten Tisch bringt. Die Farbtöne, die das Spiel des Regenbogens aufgreifen, verleihen jedem Arrangement eine besondere Leichtigkeit und machen die Tafel zum stilvollen Blickfang.

# Vorschau auf Ausgabe 4 | September 2026

## IMPRESSUM



Copyrights © Arcotel

### Hotel Inland

Mit der Eröffnung des ARCOTEL Tabakfabrik in Linz, begleitet von dem Architekturbüro Zechner & Zechner, abgeschlossen. Entstanden ist ein urbanes 4-Sterne-Designhotel, das Industriegeschichte, moderne Architektur und neuen Lifestyle miteinander verbindet. Unter der Leitung der österreichischen Hotelgruppe ARCOTEL Hotels sind 189 Zimmer und Suiten entstanden, die das historische Erbe der Tabakfabrik gestalterisch aufgreifen.

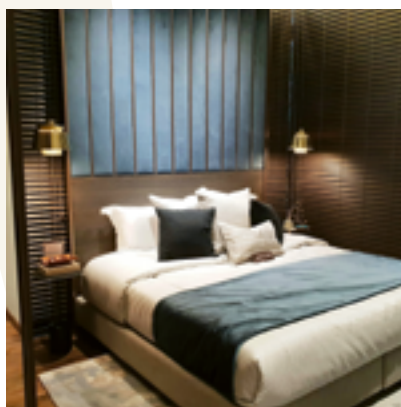


### Böden, Fliesen, Teppich

Hotels mit Weitblick sollten auch ein Design-Statement am Boden setzen. Wir stellen Ihnen einige gelungene Beispiele vor.



Copyrights © Unsplash



### Das Hotelzimmer

Ein Spielplatz für Design. Auf jeden Fall aber ein behaglicher Rückzugsort. Wie man dies erreicht – bei uns erfahren Sie es.

### Kaffee & Tee

Beste Qualität und Geschmack in der Tasse sind mittlerweile ein „must“. Angebot und Vielfalt müssen stimmen.

#### 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:

© Cavallino Bianco

#### Druck:

DC Business KG

#### 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.

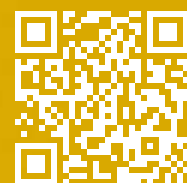
Erscheinungstermin:

08. September 2026 | (RS 10. August 2026)



- Kostenlose Anzeige -

# Gemeinsam. Kinder. Stärken.



SPENDEN UNTER [WWW.PROJUVENTUTE.AT](http://WWW.PROJUVENTUTE.AT)

SPENDENKONTO: IBAN: AT76 2011 1501 4167 8400

Foto © istockphoto.com



# **d'arbo** *Seit 1879*



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

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

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