



VOLLE GETRÄNKE- KOMPETENZ

TRINKWERK ist das **geballete Know-how** von drei renommierten Fachhändlern.

TRINKWERK ist **höchste Qualität**, bestes Service und fortschrittliche Denkweise.

TRINKWERK ist das **größte Sortiment** an Weinen, Schaumweinen und Spirituosen.

TRINKWERK ist der **Wein- und Getränke-fachgroßhandel** von C+C Pfeiffer für Österreichs Gastronomie und Hotellerie.

DIESER GEWINN „GEFÄLLT MIR“! CODE HOLEN UND GEWINNEN!

Besuchen Sie unsere Facebook-Seite und gewinnen Sie! Einfach Code ausdrucken und am TRINKWERK-Messestand „**Alles für den Gast Salzburg**“, 10.-14.11.2012, Halle 10, Stand 228 scannen.

Viel Glück!

4.800
PRODUKTE
VIELE DAVON **EXKLUSIV**

24 STD
SERVICE PUR!
WIR SIND FÜR SIE DA ...

1 LIEFERANT
FÜR **ALLE** IHRE WÜNSCHE



hotel style

Okt./Nov. 2012

FACHMAGAZIN FÜR DIE GEHOBENE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

hotel style

Hotel ImperialArt
Hotel Wiesler
Ritz Carlton Vienna
Wellnesshotel Engel

f&b style

Schwerpunkt Haubenküche:
Manuel Schillinger
Michael Gahleitner
Otto Wallner

SCHADE,
DASS MAN
WEIN
NICHT
STREICHEN
KANN.



Der starke Partner für Ihr Hotel-Interior

Wir realisieren Ihre Visionen.

ZIMMER
BAR | REZEPTION | LOBBY
BÄDER



The Square | Frankfurt
Hilton Frankfurt Airport Hotel
© JCH-Design



- ALLES AUS EINER HAND Projektplanung | Produktion | Projektsteuerung
- KOMPETENZZENTRUM Entwicklung | Bemusterung | Schauraum
- TRADITIONSUNTERNEHMEN Zertifiziert, mit über 80 Jahren Erfahrung

ALLES FÜR DEN
GAST
HERBST

Messezentrum Salzburg
10. - 14. November 2012
Halle 08 - Stand 310

www.voglauer.com

T: +43 (0) 6243 2700-267 | hotelconcept@voglauer.com

VOGLAUER
hotel concept

EDITORIAL

Die strengen Tester von Gault Millaut haben auch heuer wieder zahlreiche wohlverdiente Kochhauben verliehen - die Einsteiger und Aufsteiger für 2013 sind im gerade neu erschienenen Guide nachzublättern. Dieses Jahr gab es einige prominente Abwertungen, weshalb das Land jetzt nur mehr drei 4-Hauben-Adressen zu verzeichnen hat. Im Vorwort schreiben Karl und Martina Hohenlohe von der „schwierigsten Entscheidung in diesem Jahr“. Preisgekröntes Kochen ist und bleibt also eine Challenge für sich und es stellt sich die Frage: Wer steckt eigentlich hinter den Erfolgen beziehungsweise unter den viel diskutierten Kochhauben? hotelstyle bat drei engagierte Köche zum Interview und kam dabei zu interessanten Erkenntnissen: Der Weg zum Spitzenkoch ist nicht unbedingt immer zielgerichtet und das Thema Regionalität aus der Gourmetküche künftig nicht mehr wegzudenken!

Zum Thema kulinarische Hochgenüsse erwartet im April kommenden Jahres übrigens ein Top-Event: Nach Madrid 2011 geht der alle zwei Jahre stattfindende Europakongress der Jeunes Restaurateurs d'Europe (JRE) erstmals in Österreich in Szene. Unter dem Motto „A Taste of Austria“ werden rund 250 junge Spitzenköche und Restaurateure aus zwölf Ländern in Salzburg erwartet. Freuen Sie sich schon jetzt auf eine ausführliche Berichterstattung zu diesem Branchenhighlight in der Frühjahrsausgabe von hotelstyle.

Unsere Projektberichte haben wir einmal mehr als einen spannenden Mix urban-stylisher und ländlich-gemütlicher Hotelarchitektur gestaltet. So wird in mehreren Etappen dem Hotel Wiesler und seinen ehrwürdigen Jugendstilmauern in Graz neues Leben eingehaucht - sehr behutsam, damit die natürliche Patina, die schönen Erinnerungen und Geschichten der vergangenen Jahre erhalten bleiben. Das Ergebnis: Ein spannendes Miteinander von Vintage und Neuem mit einem Schuss Soul. Auch im tirolerischen Grän hat Elke Mattersberger, Juniorchefin im Wellnesshotel Engel und verantwortlich für Dekor und Ambiente, den neuen Zimmern und Suiten einen gekonnten Kombinationslook von Tradition und Moderne verpasst. Als städtischen Gegenpol stellen wir das ImperialArt in Meran vor, das eindrucksvoll beweist: Kunst im Hotel kann weit mehr sein, als pure Dekoration an weißen Wänden. Besitzer Alfred Strohmayer verwirklichte in Kooperation mit regionalen Künstlern ein außergewöhnliches Konzept zwischen Vergangenheit, herzlicher Gastlichkeit und inspirierenden Farb- und Stilwelten.

Viel Erfolg beim Informieren und Investieren,
Gudrun Gregori



Coverbild:
© Hotel Wiesler

be ambitious contract business

Sie haben hohe Ansprüche. Die bedeutendste Konsumgütermesse der Welt erfüllt Ihre Erwartungen – mit einem umfassenden Angebot an ganzheitlichen Lösungen für das Objektgeschäft. Lernen Sie unter den internationalen Ausstellern den richtigen Partner für Ihre Projekte kennen.

Exklusive Vorabinformationen:
jetzt registrieren unter
<http://contract-business.messefrankfurt.com>

info-nbs@austria.messefrankfurt.com
Telefon 01/867 36 60 60

ambiente

15. – 19. 2. 2013

Inhalt



hotel style

f&b style

- 6 **MAGAZIN**
Neuigkeiten aus der Branche
- 22 **KURZ & GUT**
Projektvorstellungen kurz und prägnant
- 28 **ÜBERNACHTEN IM KUNSTWERK**
Hotel ImperialArt
- 38 **MIX & MATCH!**
Hotel Wiesler
- 44 **HOTSPOT MIT LUXUSCHARAKTER**
Ritz Carlton Vienna
- 48 **URLAUB BEI DEN ENGELN**
Wellnesshotel Engel
- 54 **SOLE-SPA IM WELLNESS UND KUSCHELRESORT**
Hotel Winzer
- 60 **SCHAURAUUM**
Produktvorstellungen aus den Bereichen:
Bad & Sanitär, Hotelausstattung, Boden und Licht

- 84 **F&B NEWS**
- 86 **BEVERAGES**
- 90 **SCHWERPUNKT HAUBENKÜCHE**
- 90 **BEGEHRTE HAUBEN FÜR DIE BESTEN KOCHKÖPFE**
- 92 **LEICHT, FRISCH & OHNE SCHNICKSCHNACK!**
Manuel Schillinger
- 94 **ÜBERRASCHUNG FÜR DIE GÄSTE!**
Michael Gahleitner
- 96 **OHNE ENTE GEHT GAR NIX!**
Otto Wallner
- 98 **EUROPAS JUNGE SPITZENKÖCHE 2013
ZU GAST IN SALZBURG**

Impressum:

Medieninhaber und Herausgeber: Laser Verlag GmbH, Hochstraße 103, A-2380 Perchtoldsdorf | T +43 (0)1 869 58 29, F DW 20, | www.hotelstyle.at | Chefredaktion: Ing. Walter Laser (walter.laser@laserverlag.at)
Leitende Redakteurin: Mag. Gudrun Gregori (gg) | Redaktion: Mag. Heidrun Schwinger (hs) | Geschäftsleitung: Silvia Laser | Ltg. Mediaservice: Robert Höll T +43 (0)1 869 58 29 -16 (robert.hoell@laserverlag.at)
Mediaservice: Danijel Simic T +43 (0)1 869 58 29 -26 (danijel.simic@laserverlag.at), Thomas Jusko T +43 (0)699 137 22 500 (hotelstyle@gmx.at) | Grafik: Andreas Laser (Ltg.), Sandra Laser | Lektorat: Helena Prinz |
Druck: Bauer Medien Produktions- & Handels- GmbH | Die Redaktion haftet nicht für unaufgefordert eingesandte Manuskripte und Fotos. Berichte, die nicht von einem Mitglied der Redaktion gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Das Magazin und alle in ihm enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Mit ++ gekennzeichnete Beiträge und Fotos sind entgeltliche Einschaltungen. | Abonnements: Jahresabonnement (7 Hefte): € 71,-/Ausland: € 97,-; Abonnements, die nicht spätestens 6 Wochen vor Abonnementende storniert werden, verlängern sich automatisch um ein weiteres Jahr. | Einzelheftpreis: € 12 / Ausland: € 13,50 | UID-Nr. ATU52668304, DVR 0947 270; FN 199813 v | Bankverbindung: Bawag Mödling, Konto Nr. 22610710917, BLZ 14000, IBAN AT 87 1400022610710917, BIC BAWAATWW, BA-CA, Konto Nr. 51524477801, BLZ 12000, IBAN AT 231200051524477801, BIC BKAUTWW



WOHN
DESIGN®
HOFBURG
VIENNA

LAUFEN auf der WOHNDESIGN in der Wiener Hofburg, 11. bis 14. Oktober
Präsentation der Palomba Collection 2012 in der Seitengalerie im 1. Stock

MIT HERZ GEMACHT. VON HAND VEREDELT.

Badezimmer von Laufen sind pure Leidenschaft für Form und Material.
Verbunden mit der Liebe zum Detail entstehen Räume voller Lebensqualität:
LAUFEN Palomba Collection 2012, design by L+R Palomba

LAUFEN

Bathroom Culture since 1892  www.laufen.com

Q-SERVICE PRIME TIME 2012

Die Q-Service Prime Time am 5. Oktober 2012 begeisterte ihre Besucher mit einer gelungenen Mischung aus Entertainment und frischem Know-how am Terminal 2 des Flughafens Salzburg. Die interaktiv-gestaltete Premiumpattform wartete mit allem auf, was zu einem bewegten Abend dazu gehört: Auf dem „Living Market“ überraschten die Partner und Aussteller mit kreativ gestalteten Hot-Spots und absoluten Produktneuheiten. Sie bewiesen einmal mehr, dass Österreichs Hotellerie und Gastronomie – zwischen Tradition und Moderne – echten Innovationsgeist und höchste Qualität zu bieten hat. Lichteffekte und Visual Effects auf über 400m² Fläche sorgten für optische Highlights, das exquisite Food-Konzept – gestaltet von internationalen Starköchen wie Mario Lohninger, Thomas Dorfer, Leo Aichinger und Walter Jäger – entführte die Gäste mit kulinarischen Köstlichkeiten in besondere Genusswelten. Cocktailbars, prickelnde Erfrischungen und Zigarrenlounge luden zu gemütlichen Gesprächen und bester Unterhaltung ein. Das vielseitige Rahmenprogramm sorgte für den letzten Schliff und Entertainment auf höchstem Niveau. Moderator Roman Rafreider führte mit Co-Moderator Hans Knauss die Gäste ebenso unterhaltsam wie professionell durch den Abend und die Ehrengäste, die Gewinner des Q-Service Awards auf die Bühne. Die glücklichen Gewinner des Q-Service Awards 2012 für die besten Positionierungsideen der heimischen Betriebe sind:

Frau Elisabeth Walch (Hotel Elisabeth) bei der Preisverleihung



KATEGORIE HOTELLERIE

1. Platz: Almhotel Forsthofalm – Markus Widauer
2. Platz: Boutiquehotel Stadthalle – Michaela Reitterer
3. Platz: Alpenresort Schwarz – Familie Pirktl

KATEGORIE GASTRONOMIE

1. Platz: Auracher Löchl – Richard Hirschhuber
2. Platz: Hotel Elisabeth – Elisabeth Walch
3. Platz: Restaurant Iris Prosche – Direktor Wolfgang Birkbauer

Testimonial

„Gäste schwärmen nach ihrem Aufenthalt oft von der erholsamen Wirkung des „Wohnens mit Seeblick“ in Ebner’s Waldhof. Kein Wunder, der Fuschlsee ist einer der idyllischsten Seen des Salzkammerguts. Beinahe alle Zimmer bieten einen wunderbaren Blick aufs türkisblaue Wasser. Das Wohlbefinden der Gäste leitet unser Tun. Deshalb ist es wichtig, einen Überblick über die Branche zu behalten um nachhaltige Errungenschaften zielgerecht umsetzen zu können. Das Magazin hotelstyle bietet den perfekten Mix an Informationen aus verschiedenen Fachbereichen der Gastronomie und Hotellerie.“

Familie Ebner, Ebner’s Waldhof
www.ebners-waldhof.at





Arlberg Lodges



Hotel Acerina



Hotel Hohenwart

Die beste Referenz für ein Spa von KLAFS ist immer noch das entspannte Aufatmen Ihrer Gäste.

Seit über 80 Jahren verwirklicht KLAFS Spa-Träume. Mit viel Sorgfalt und Hingabe arbeiten wir dabei bis ins kleinste Detail, damit der Umsetzung Ihrer Vorstellung nichts mehr im Wege steht. Und damit all unsere Anlagen auch nach Jahren halten, was sie versprechen. Überzeugen Sie sich davon in unserem Referenzkatalog 360°. Jetzt gebührenfrei bestellen unter 00800 66 64 55 54.

www.klafs.at

KLAFS GmbH | A - 6361 Hopfgarten | Sonnwiesenweg 19
Wien | Salzburg | Graz | Linz | Villach | Slowenien | Südtirol

KLAFS
MY SAUNA AND SPA



Haller's Genuss & Spa Hotel

Handmade in Germany

Die Wanderroute für zukünftige Designer führt in diesem Oktober über Berlin: Vom 26. Oktober bis zum 14. Dezember 2012 zeigt das Direktorenhaus seine Ausstellung „Handmade in Germany“. Die neue Herbstschau von Pascal Johanssen und Katja Kleiss zeigt Produkte von 25 Kunsthandwerkern, Künstler-Designern, spezialisierten Manufakturen und weltbekannten Traditionsmarken. Die Ausstellung ist eine konzentrierte Sammlung der gegenwärtigen Qualitätsproduktion aus Deutschland.

Unter den teilnehmenden Ausstellern finden sich renommierte Namen wie die Deutschen Werkstätten, Nymphenburg, Fürstenberg oder Schramm, aber auch Künstler wie Olaf Hajek und Bless aus Berlin. „Made in Germany“ steht weltweit für Qualität, ein Gütesiegel, das scheinbar alle Krisen überdauert und vor allem die industrielle Produktion kennzeichnet. Mit „Handmade in Germany“ benennt die Ausstellung Produkte, die nur durch die individuelle Meisterschaft von Künstlern, Designern oder

kleineren Produktionsteams überhaupt erst entstehen, die eine gewisse Zeit benötigen und die durch eine „Detailverliebtheit“ ihres Erzeugers gekennzeichnet sind. Das Direktorenhaus zeigt Beispiele der neueren deutschen Produktästhetik und versucht im Zuge dessen, die Bedeutung des Handwerks für die historische und gegenwärtige Entwicklung des deutschen Produktdesigns zu klären und designtheoretisch einzuordnen.

www.direktorenhaus.com



FAFGA '12 Alpine Superior im Aufwind

13.400 Besucher und großteils zufriedene Aussteller verzeichnen die Tiroler Fachmesse für Gastronomie, Genuss und Design, die FAFGA '12 Alpine Superior, die im September auf der Messe Innsbruck über die Bühne ging. Gelobt wurden das Ambiente und das neue Konzept „Hotel FAFGA“. Sehr gut besucht waren die Barista- und Latte-Art Meisterschaften, bestens bewährt hat sich der neue B2B Bereich der Wirtschaftskammer Tirol mit seinen Fachvorträgen. Auch das restliche Vortragsprogramm der FAFGA '12 war erfolgreich. 3.000 Gourmets kamen zur Sonderschau „Gaumenkitzel“, bei 52 Ausstellern aus sechs Nationen kosteten sie sich genussvoll durch das Angebot und zeigten sich auch durchaus kauflustig. Gourmetmäßig ging es auch beim Kochwettbewerb mit den Haubenköchen Alfred Miller und Simon Taxacher zu, wo 15 Pärchen ihre erstaunlich guten Kochkünste unter Beweis stellten. Gut besucht waren zudem Olivenöl-Seminare und die Vorträge über aphrodisierende Gewürze sowie das „Kaiser-Bierzapfen“.



MACHEN IHREN BETRIEB KOMPLETT

Die Terminals von card complete



Besuchen Sie uns bei der
Alles für den Gast 2012:
Halle 8, Stand 105a

card complete bringt österreichischen Gastronomen und Hoteliers jetzt viele neue Gäste ins Haus. Nutzen Sie Ihre Chance auf steigende Umsätze und werden Sie Akzeptanzpartner von card complete. Damit sichern Sie sich und Ihren Kunden besten Service durch maßgeschneiderte Zahlungslösungen für Ihren Betrieb.

Darüber hinaus können Sie Ihr Unternehmen auf unserer exklusiven Tourismusplattform www.completeurlaub.com präsentieren und sprechen damit zahlreiche nationale und internationale Gäste an. Mit einer Bewerbung in unserem Kundenmagazin "complete" erreichen Sie über 1 Million Leser und potenzielle Kunden.

Gerne informieren wir Sie unter Tel. +43 (1) 711 11 - 400,
Fax +43 (1) 711 11 - 450 oder per E-Mail: vp@cardcomplete.com

www.completeurlaub.com
www.cardcomplete.com

VISA     



card complete

Mehr als gute Kassen.

Christmasworld - The World of Seasonal Decoration

Die Christmasworld wird in Frankfurt vom 25. bis 29. Januar 2013 ihre Fachbesucher wieder mit zahlreichen Sonderschauen, Events und Vorträgen rund um die Themen Schaufensterdekoration und Warenpräsentation begeistern.

Saisonal dekorieren: Altersunabhängig begeistern sich Konsumenten für hochwertige Wohnaccessoires und Deko-Produkte, die sie kreativ und individuell einsetzen. „Die Lust an saisonalen Dekorationen hat sich endgültig durchgesetzt. Mit den spezialisierten Präsentationen und Vortragsprogrammen auf der Christmasworld unterstützen wir dabei, erfolgreiche Konzepte zu entwickeln und die Kunden mit frischen Ideen zu begeistern“, sagt Eva Olbrich, Objektleiterin der Christmasworld.

Kreativität ist Trumpf: Die Freude am Dekorativen und Stimmungsvollen ist das Leitthema der Trends 2013/14. In der Präsentation auf der Christmasworld, die ab sofort ihre Heimat in der Halle 11.1 findet, zeigt das Stilbüro bora. herke.palmisano, worauf es in der kommenden Saison ankommt: Individualität und Kreativität. So stehen die Trendwelten Precious Jungle, Fantasy Forest, Glowing Desert, Gracious Coast deutlich für vier unterschiedliche Charaktere, die jeweils ihren eigenen Geschmack auf schöpferische Weise umsetzen. Die aufwändige Sonderschau lädt die Fachbesucher dazu ein, tief in die jeweiligen Stilwelten einzutauchen und sich zu neuen Dekorations- und Sortimentserweiterungen inspirieren zu lassen. Wie in den Vorjahren werden alle ausgestellten Produkte mit den Ausstellernamen gelistet, so dass die Trends nicht nur eine perfekte Ideenquelle, sondern auch eine handfeste Orderhilfe darstellen. Das Stilbüro bietet täglich um 11:00 Uhr und 13:30 Uhr Vorträge mit anschließenden Führungen an.



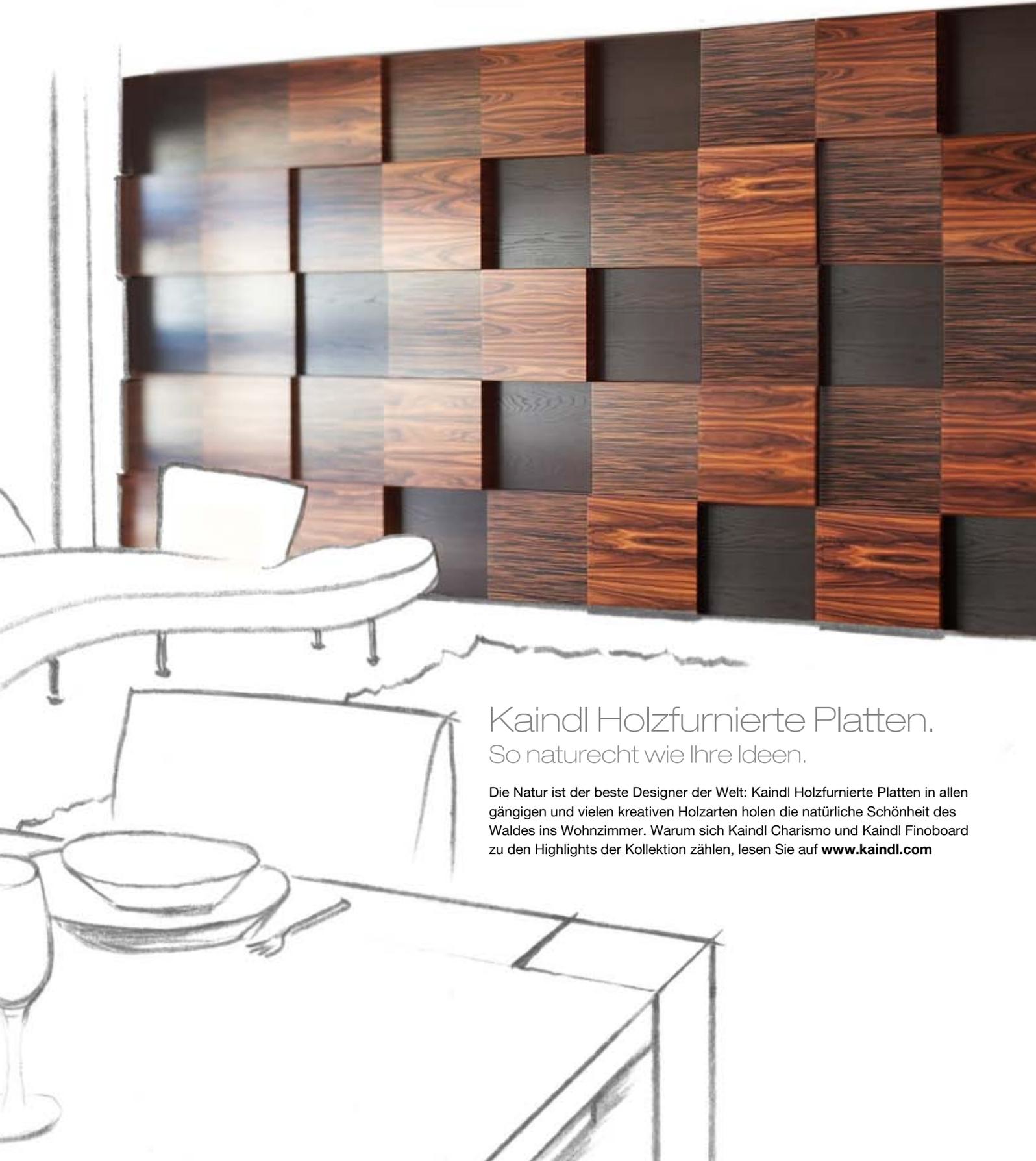
Bilder: Messe Frankfurt/Christmasworld



Design mit Sinn: Die Christmasworld führt ihre Kooperation mit der „Association Les Sains de Noël des Créateurs“ weiter fort und kombiniert dabei das Schöne mit dem Guten: Die Pariser Organisation lädt bereits seit 17 Jahren namhafte Gestalter aus Mode, Architektur und Design dazu ein, ihre ganz persönlichen Weihnachtsbäume zu entwerfen, die sie im Rahmen einer Benefizveranstaltung für gute Zwecke versteigert. Letztes Jahr erwarb die

Christmasworld die Kreation von Modeschöpfer Jean-Paul Gaultier. Der Erlös kam der Stiftung „L'enfant@l'hôpital“ zugute. Dieses Jahr tritt die Christmasworld zum zweiten Mal als Hauptsponsor auf und wählt erneut ihren individuellen Weihnachtsbaum, den die Fachbesucher nicht nur bewundern, sondern mit etwas Glück sogar gewinnen können.

www.christmasworld.messefrankfurt.com



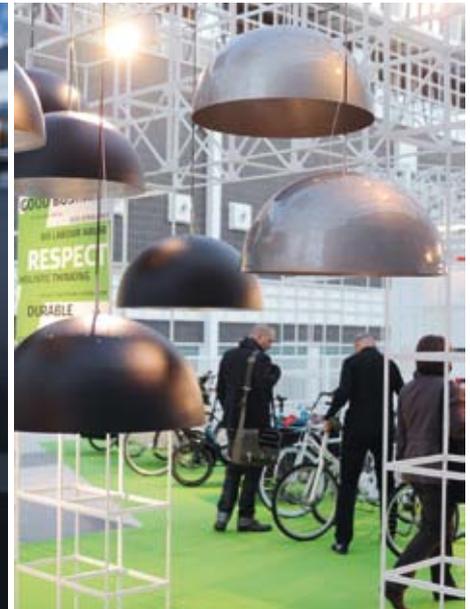
Kaindl Holzfurnierte Platten. So naturecht wie Ihre Ideen.

Die Natur ist der beste Designer der Welt: Kaindl Holzfurnierte Platten in allen gängigen und vielen kreativen Holzarten holen die natürliche Schönheit des Waldes ins Wohnzimmer. Warum sich Kaindl Charismo und Kaindl Finoboard zu den Highlights der Kollektion zählen, lesen Sie auf www.kaindl.com



BOARDS. FLOORS. IDEAS.





Neuheiten auf der Weltleitmesse Ambiente 2013

News von der Konsumgütermesse Ambiente in Frankfurt: Mit einem umfangreichen Programm unter dem Motto „l'art de vivre à la française“ wird Frankreich vom 15. bis 19. Februar 2013 im Mittelpunkt des jährlichen Branchen-Highlights stehen.

Kreativ-dynamische Freundschaft: „Wir freuen uns sehr darüber, dass wir Frankreich im 50. Jubiläumjahr des deutschfranzösischen Freundschaftsvertrags als Partnerland auf der Ambiente begrüßen dürfen. Damit bekräftigen wir das gute Verhältnis und die langjährigen Handelsbeziehungen unserer beiden Länder“, so Detlef Braun, Geschäftsführer der Messe Frankfurt GmbH. Auch Christophe Lecourtier, Geschäftsführer von UBIFRANCE, freut sich auf die Zusammenarbeit mit der Ambiente: „Frankreich ist glücklich und stolz darauf, dass seine kreative Dynamik und sein Einfallsreichtum auf der kommenden Ambiente in Frankfurt gefeiert werden. Wir empfinden es als eine ganz besondere Ehre, das eingeladene Partnerland der Ver-

anstaltung von 2013 zu sein, da diese Initiative sich in den Rahmen des 50-jährigen Jubiläums des Elyséevertrages einfügt, einem der Eckpfeiler der deutschfranzösischen Freundschaft.“

Französische Lebenskunst: Als Botschafterin des Projektes sowie als Kuratorin der Sonderpräsentation im Rahmen des Partnerlandauftritts konnte mit Olivia Putman eine der bedeutenden Persönlichkeiten der französischen Designszene gewonnen werden. Die Designerin und künstlerische Leiterin der renommierten Agence Andrée Putman wird auf einem Sonderschauareal im Foyer der Halle 4.1 französische Lebenskunst inszenieren. Befragt zu ihrer Intention und Erwartung äu-

ßerte Frau Putman: „Meine Arbeit ist geprägt von Begegnungen. Spontan oder organisiert, ein Austausch fördert immer die Kreativität. Ich bin geehrt, an der Messe Ambiente 2013 aktiv partizipieren zu können, die die hervorragende Qualität von Designern, Kunsthandwerkern und Industriellen aus den vier Ecken der Welt würdigt.“ Am Messesamstag, dem 18. Februar 2013, ist ein Thementag unter Mitwirkung von Frau Putman geplant, bei dem die Ambiente ganz im Zeichen des französischen Partnerlands steht. Frankreich gehörte im vergangenen Jahr mit Italien, Niederlande, Schweiz und USA zu den Top fünf internationalen Besucherländern der Ambiente.

www.ambiente.messefrankfurt.com

Bilder: Messe Frankfurt/Ambiente





BERGER

Einrichtung | Handwerk | Textildesign | Boden



Blau ist die neue Trendfarbe!



In Mittersill präsentieren wir die größte Auswahl an Bettwäsche und Vorhangdekorationen!

In Hollersbach wird Sie unser neu gestalteter Holzbodenfachmarkt begeistern!



Erfolgsfaktoren in der Gastronomie

Jüngst wurde in Salzburg die repräsentative Studie „Trends, Erfolgsfaktoren, Technologien“ vorgestellt, die tiefe Einblicke in die Welt der Gastronomie gewährt. Die mitunter überraschenden Ergebnisse sind in einem Booklet zusammengefasst, das unter www.orderman.com/gastrostudie kostenlos bestellt werden kann.

Mehr als 350 Gastronomieprofis wurden zu zahlreichen erfolgsrelevanten Themen befragt. Restaurantbesitzer, Serviceleiter und andere Gastroprofis können die Erkenntnisse der Studie nutzen, um die richtigen Antworten auf große Fragen wie „An welchen Schrauben muss ich drehen, um mehr Umsatz zu machen?“ zu finden. Eines der Kernelemente der Studie sind die Erfolgsfaktoren in der Gastronomie: Die Servicequalität ist mit 94 % Zustimmung der wichtigste Erfolgshebel. Knapp dahinter liegt die Speisen- und Getränkequalität mit 89 %. Ebenso in den Top fünf ist die Effizienz der Serviceabläufe. Die Studie serviert auch gleich konkrete Anhaltspunkte, in welcher Weise diese Erfolgshebel bedient werden können. So kann etwa die Servicequalität nach Meinung von 83 % aller Befragten durch ein Vorleben des Chefs erreicht werden. Beinahe ebenso relevant ist das Zusammenspiel zwischen Küche und Service (73 %), also der guten, bereichsübergreifenden Kommunikation. Der Schlüssel zu guter Kommunikation, vor allem was Bestellinformationen anbelangt, liegt in technischen Hilfsmitteln. Das mit Abstand wichtigste technische Hilfsmittel hierfür sind, so 67 % der Studienteilnehmer, professionelle Funkbonier-Systeme, da sie die Kommunikation in Gastro-Betrieben wesentlich erleichtern und verbessern. Die Gästeperspektive wurde im Rahmen der Studie ebenfalls untersucht:



88 % der befragten Gäste stehen elektronischen Hilfsmitteln positiv gegenüber. Die Gastro-Studie gewährt auch einen Blick in die Zukunft: Die identifizierten Trends der nächsten zehn Jahre deuten auf einige Umbrüche in der Gastronomie hin: Sowohl die ‚Fast Casuals‘, also die Schnellrestaurants als auch die gehobene Gastronomie gewinnen. Verlierer sind die ‚durchschnittlichen‘ Restaurants. Dramatisch für die gesamte Branche ist der sich abzeich-

nende massive Mangel an qualifiziertem Personal, den 94 % der Befragten als zentrale Herausforderung sehen. Gerade im Zusammenspiel mit den ständig steigenden Qualitätsansprüchen der Gäste ist diese Personalknappheit prekär. Der Fachkräftemangel muss laut Studie jedoch nicht zu einer sinkenden Servicequalität führen. Mit organisatorischen Änderungen und innovativen technischen Hilfsmitteln lässt sich die Servicequalität sogar erhöhen.

Kulinarischer Charity-Abend für Global Family

Global Family Charity Resort e.V. ist eine touristische Menschenrechts- und Hilfsorganisation. „Weil Urlaub ein Menschenrecht ist, haben auch Opfer von Armut, Not, Katastrophen, Krankheit und Gewalt ein Recht auf Urlaub“ – sagt der Gründer des „Reisebüros der Menschlichkeit, Karl G. Auer. Und auch Prominente und Haubenköche helfen: So organisieren Toni Mörwald und Dieter Chmelar einen kulinarischen Charity Abend und lassen dabei nicht nur den Kamin, sondern auch die Köpfe rauchen. Am 9. November geht’s „Zur Traube“ in Feuersbrunn ans Eingemachte.

Während Toni Mörwald ein 4-Gänge-Menü zaubert, welches von Promi-Winzern begleitet wird, stellt Dieter Chmelar knifflige Fragen an die Gäste. Dabei zaubert er aus seiner 35.000 Quizfragen beinhaltenden Quizfragenschatzkammer knifflige und humorvolle Fragen. Wer die finalen drei Fragen richtig beantwortet, gewinnt! Chmelar und Mörwald im O-Ton: „Beißen sie sich daran die Zähne aus. Aber mit kulinarischem Genuss, edlen Weinen und Aussicht auf ein kleines Vermögen!“

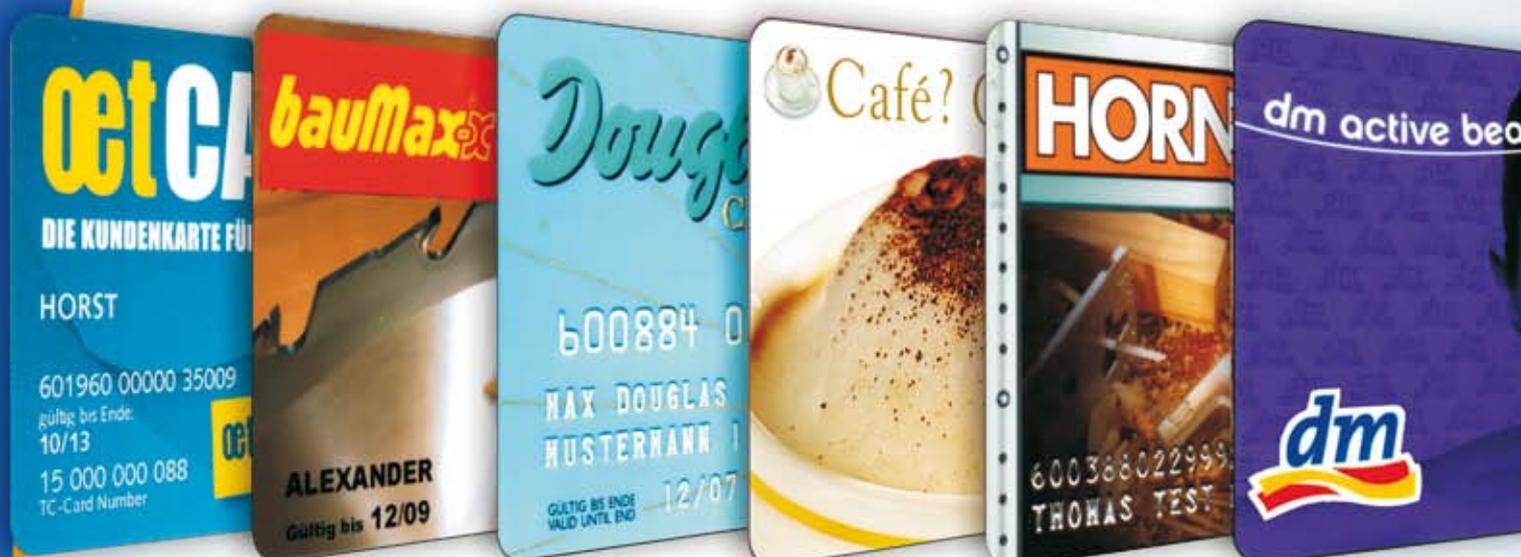
Anmeldung unter www.global-family.net





Ihre Stammkunden

sind uns wichtig !



Individuelle Kundenbindungssysteme und Gutscheinkarten,
angepasst an die Anforderungen Ihres Unternehmens

Schlüsselfertig !

Konzeption → Entwicklung → Betrieb → Erfolgskontrolle

Höchste Sicherheit für Ihre Daten und alle Stamm- und
Bewegungsdaten Ihrer Kunden

Sicheres Bezahlen mit der Kundenkarte !

Einfach an Ihrer Bankomat-Kasse - mit Zahlungsgarantie

Direct-Marketing mit Email, Handy und Printmailings,
flexible Schnittstellen zu Ihrer Agentur und Druckerei

Hotelimmobilie 2012

Für die Auszeichnung „Hotelimmobilie des Jahres 2012“, die im Rahmen der großen Abschlussgala des „hotelforum“ am 10. Oktober in München verliehen wurde, hatte die 11-köpfige Jury im Vorfeld drei Finalisten ausgewählt: Neben dem Hotel Topazz standen noch das Explorer-Montafon sowie das SAKS Kaiserslautern im Finale. Gewonnen hat schließlich das Hotel Topazz, ein Projekt der Lenikus-Gruppe, von BWM Architekten und Partner und DI Michael Manzenreiter.

„Entscheidend bei der Preisvergabe war die Zusammenführung einzelner Aspekte wie Architektur, Gestaltung und Nachhaltigkeit zu einem gelungenen Gesamtkonzept. Wir freuen uns, dieses innovative Konzept ehren zu können, das große Herausforderungen, besonders auch im Hinblick auf den Standort, perfekt gemeistert hat“, so der hotelforum-Jury-Vorsitzende Matthias Niemeyer.

Das Hotel Topazz, im Frühjahr 2012 eröffnet, wurde auf einem nur 153 m² großen Eckgrundstück in der Wiener Innenstadt gebaut und fällt durch seine charakteristische Fassade aus dunklen Glasmosaiksteinen und durch die ovalen Fensteröffnungen auf. Für die „Hotelimmobilie des Jahres“ haben sich zwischen Januar 2011 und Juni 2012 eröffnete Hotels beworben, die sich durch ein gelungenes Gesamtkonzept aus Architektur, Gestaltung und Innovation von der Konkurrenz abheben.



Eventhotel erweitert Spirit Park

„Der hoteleigene Spirit Park trägt primär zur Erweiterung der Horizonte unserer Gäste bei“, informiert Uta Dietmann, Gastgeberin im Seminar- und Eventhotel Krainerhütte im Helenental und Impulsgeberin für den inspirierenden Park. Nun wird er selbst erweitert, und zwar von Künstler Johannes Matthiessen, dessen Handschrift das 50.000 m² große Areal ohnehin schon trägt. In einer eigenen Ausstellung namens „Treedomes präsentiert er bis 23. Dezember zudem „die Impulse und Visionen unserer Kinder zur Zukunft von Mutter Erde.“ Der Künstler, dessen Arbeit sich um den ganzen Erdball spannt, zeigt seine Projekte in Form von eindrucksvollen Bildern, die seine Idee, die Erde auf kreative Weise zu heilen, widerspiegeln. „Die uns anvertraute Erde dürfen wir nicht nur als etwas Erhaltenswertes betrachten, das wir vor Industrie und Zivilisation, vor der gesamten menschlichen Zerstörung zu bewahren und zu schützen haben. Wir dürfen sie auch als einen Gestaltungsraum betrachten, in dem wir unsere Lebensräume als Kunstwerke ganzheitlichen Charakters einrichten sollten“, erklärt Matthiessen. www.earth-children-solidarity-treedomes.com



■ **hogast** EMPFOHLENER
PARTNER LIEFERANT



Besuchen Sie uns auf der
„Alles für den Gast Herbst 2012“
in Halle 7 am Südtirolstand.

Die Lösung von heute für Wasserleitungen von gestern: **Rohrsanierung von innen**

Das Problem



Die Lösung



Rohrsanierung von innen

- kein Aufreißen von Wänden
- kein braunes Wasser mehr
- bis zu 10 mal schneller
- bis zu 50% günstiger
- mit Neuwert-Garantie
- über 20 Jahre Erfahrung



Wir haben die Lösung

Tel. +39 0473 831 555 | www.rohrsanierung.info

www.facebook.com/morigglinfo 

„Alles für den Gast-Herbst 2012“

Mehr als 700 Aussteller aus dem In- und Ausland, rund 45.000 erwartete Fachbesucher – davon im Schnitt 25 Prozent internationaler Herkunft – und ein bis auf den letzten Quadratmeter gefülltes Messezentrum Salzburg inklusive SalzburgArena: Das sind die Zutaten für das Erfolgsrezept „Alles für den Gast-Herbst“. Vom 10. bis 14. November 2012 geht mit der von Reed Exhibitions Messe Salzburg veranstalteten „Internationalen Fachmesse für die gesamte Gastronomie und Hotellerie“ bereits zum 43. Mal der bedeutendste Branchentreffpunkt im Alpen-Donau-Adria-Raum und gleichzeitig die besucherstärkste Fachmesse Salzburgs über die Bühne.



Trends & News: Wenn Gastronomen und Hoteliers auf der Suche nach neuen trendigen Ideen und Produkten sind, ist die „Alles für den Gast-Herbst“ die erste Adresse. So ist etwa die „Trendlounge“ in der SalzburgArena exklusiver Treffpunkt der neuesten Entwicklungen für die Gastronomie und Hotellerie. Am Marktplatz und im Restaurant mit Bar laden Experten täglich bei Workshops und Verkostungen zum kulinarischen Gedankenaustausch ein. Erstmals steht bei der diesjährigen Ausgabe der „Alles für den Gast-Herbst“ der kürzlich fertiggestellte Kongressbereich im Obergeschoß der neuen Halle 10 im Messezentrum Salzburg zur Verfügung. „Das schafft uns die Möglichkeit, parallel zur Fachmesse ein begleitendes attraktives Kongressprogramm anzubieten“, erläutert Messeleiter Arne Petersen. Den Beginn macht am Sonntag, 11. November

2012, der in Zusammenarbeit mit der Abteilung Tourismusforschung der Fachhochschule Salzburg-Urstein veranstaltete Kongress mit dem Themenschwerpunkt „Innovationen im Tourismus“. Vor allem für klein- und mittelständische Betriebe werden die Globalisierung der Märkte, ein erhöhter internationaler Wettbewerbsdruck, die rasanten Entwicklungen im Bereich der Informations- und Kommunikationstechnologien sowie die Vielzahl der gesellschaftlichen Veränderungen, die den Markt zunehmend dynamisieren, zur ständig wachsenden Herausforderung. Unter dem Motto „Wirtschaft trifft Wissenschaft“ werden neue Wege in der Hotellerie und Gastronomie aufgezeigt. Namhafte Referenten werden neben wissenschaftlichen Erkenntnissen die spannendsten Best Practice Beispiele präsentieren.



Bilder: Reed Exhibitions / Messe Salzburg

Fortgesetzt wird das Kongressprogramm am Montag, 12. November 2012, mit der „Karrierelounge“. AIDA, Vienna International, Ritz Carlton und viele weitere Top-Aussteller sind direkt vor Ort und auf der Suche nach den Besten der Besten. Ab 9 Uhr stehen nicht nur internationale Entscheidungsträger für Gespräche zur Verfügung, auch in spannenden Vorträgen gibt es Tipps für die Karriere in Gastronomie und Hotellerie.

„**Mobile National Day Austria**“: Die etablierte europäische Kongressreihe „Mobile National Days“ zeigt neue Möglichkeiten für die Tourismusindustrie, ihre Kunden mobil anzusprechen und Anreize für neue Vertriebs- und Marketingwege zu schaffen. Der fünfte „Mobile National Day Austria“ findet am Dienstag, 13. November 2012, zum ersten Mal im Rahmen der „Alles für den Gast-Herbst“ statt, wodurch sich die ideale Kombination aus Fachmesse und Kongress er-

gibt. Einen Tag lang wird der Blick intensiv auf die Tourismusindustrie gerichtet. Experten aus dem In- und Ausland zeigen Beispiele, Trends und Möglichkeiten im mobilen Anwendungsbereich auf. „Apps und Anwendungen“, „Gäste finden & binden“ und „Social Media“ sind die drei Themenblöcke des Ganztagesprogramms. Das gesamte Kongressprogramm der „Alles für den Gast-Herbst“ ist unter www.gastmesse.at/ programm abrufbar.



Die tonangebende FACHMESSE.

10. - 14.11.2012

ALLES FÜR DEN [®]
GAST

HERBST

salzburg.

www.gastmesse.at

Eine Veranstaltung der
Reed Exhibitions®
Messe Salzburg

facebook.com/gastmesse

Begleitende Kongresse:



Soundmarketing: Die emotionale Kraft von Tönen nutzen!

gosh! audio berät mit der neuen Consulting-Dienstleistung ambient! sound nun Hoteliers in punkto handverlesener Musik. Stephan Kolber, einer der beiden geschäftsführenden Kreativköpfe von gosh! audio, über die bislang noch ungenützte emotionale Kraft von Tönen für die Branche.

hotelstyle: gosh! audio bietet professionelles Audioconsulting. Was kann man sich darunter vorstellen?

Stephan Kolber: Gute Werbung trifft alle Sinne – vor allem auch den Gehörsinn: Cornflakes müssen knuspern, Autotüren beim Zumachen klacken wie ein Safe und Bier beim Einschenken gluckern, dass einem das Wasser im Mund zusammenläuft: Innerhalb weniger Sekunden werden durch Klänge und Musik nicht nur Emotionen geweckt oder Erwartungsschemata aktiviert, sondern auch Marken inszeniert und Imagewelten abgerufen. Die Wirkung von Tönen wird in vielen Bereichen aber nach wie vor unterschätzt, ihre Wichtigkeit meist erst dann erkannt, wenn sie fehlen und falsch sind. Audio-Consulting ist die umfassende Beratung, Kreation und Umsetzung aller auditiven Visionen eines Unternehmens – vom Corporate Sound mit eigenen Firmensongs über die Beschallung von Events bis hin zur Gebäudeakustik.

hotelstyle: Wieso sollte ich als Hotelier ein professionelles Audioconsulting nützen?

Stephan Kolber: Weil der Ton die Musik macht, er ist ein wichtiges Schlüsselinstrument der emotionalen Kommunikation.

Weltweit beschäftigen sich führende Spezialisten, Wissenschaftler und Psychologen mit der Wirkung von Sound und Klängen auf uns, unser Bewusstsein und vor allem unser Unterbewusstsein. Autoindustrie, Medizin sowie Psychologie bedienen sich vermehrt dieser Erkenntnisse. Die emotionale Kraft von Tönen ist wissenschaftlich längst erwiesen – Gehirnforscher und Universitätsprofessor Dr. Mag. Peter Walla etwa meint, dass Erkenntnisse eindeutig darauf hinweisen, dass der Hörsinn des Menschen im Zusammenhang mit emotionaler Informationsverarbeitung dem Sehsinn in gewisser Hinsicht klar überlegen ist. Der akustische Kanal ist stets geöffnet und bereit, Informationen zu empfangen, ohne dass spezielle Aufmerksamkeit auf die Informationsquelle gerichtet ist. Hingegen muss das Auge aktiv auf seine modalitätsspezifische Reizquelle ausgerichtet werden. Was ich damit meine: Man kann nicht nicht hören!

hotelstyle: Braucht es bestimmte Voraussetzungen, um Audiomarketing betreiben zu können?

Stephan Kolber: Nein, wir verstehen uns als Full-Service-Anbieter und haben unser Angebot modular aufgebaut. Wir realisieren sowohl

für kleine Unternehmen als auch für internationale Konzerne die optimale Klanglösung in einem der besten ausgestatteten und schönsten Studios Österreichs. Um die Betreuung kümmert sich eine einzige Ansprechperson, die die operative und künstlerische Verantwortung übernimmt.

hotelstyle: Welche Bereiche kann Audioconsulting in einem Hotel konkret betreffen?

Stephan Kolber: Nahezu alle. Gehen Sie in Gedanken durch ein Hotel - es gibt nur sehr wenige Orte, wo man Akustik nicht sinnvoll einsetzen könnte. – Vielleicht im Kühlhaus oder Heiz- und Lagerraum. Aber neben Lobby-, Zimmer-, Restaurant- oder Barbereichen hält sich ein Gast auch in Garagen, Liften, WC-Anlagen oder Gängen auf – und das mehrmals täglich. Ein durchdachtes Soundkonzept kann jede Räumlichkeit und jedes Ambiente atmosphärisch unterstützen. Der Vorteil für den Hotelier: Ein hörbares und professionell gestaltetes Erscheinungsbild steigert den Wiedererkennungswert eines Unternehmens, bindet Gäste und motiviert auch die Mitarbeiter. – Ein gutes Beispiel ist hier die Hotelmarke „Falkensteiner“, die wir betreuen und die beweist: Je besser alle Aspekte des Unternehmens akustisch inszeniert werden, je besser Emotionen und Gefühle transportiert werden, desto wirksamer ist die Unternehmensidentität.

hotelstyle: Für ein professionelles Audiomarketing sind nach oben hin die Grenzen vermutlich sehr weit gesteckt, wo aber muss ich als Hotelier in jedem Fall ansetzen?

Stephan Kolber: Es gibt bei einer ersten Planungs- und Umsetzungsphase ganz klassische neuralgische Stellen, um die man nicht herumkommt. Man sagt ja zu recht „Der erste Eindruck zählt.“ Das gilt ganz besonders auch für unsere Ohren. Deshalb ist die Telefonansage der akustische Eingang in jedes Unternehmen. Eine Minute Wartezeit auf den richtigen Ansprechpartner können für einen Hotelgast unendlich lange oder aber auch höchst vernünftig sein – das kommt ganz darauf an, was der Hotelbetreiber hier so durch die Leitungen schickt. Faktum ist, dass die meisten Menschen diese Wartezeiten leider noch immer als vergeudete Zeit empfinden, was wirklich unnötig ist. Denn in einer einzigen Minute kann ich einem Gast unglaublich viel über mein Hotel erzählen, ihn mit Musik – am besten mit einem Corporate Sound – einstimmen und unterhaltsam über das Angebot informieren. Und das auf eine sehr individuelle und authentische Art und Weise.

hotelstyle: Was genau ist ein Corporate Sound und wie entsteht er?

Stephan Kolber: Ein Corporate Sound ist die akustische Umsetzung der Unternehmenspersönlichkeit und Teil der Corporate Identity, er lässt ganze Welten in den Köpfen der Zuhörer entstehen. Nach einer eingehenden Beratung und Analyse des Unternehmens erstellen wir ein Konzept und präsentieren unterschiedliche Layoutvorschläge. Einer davon wird in verschiedenen Arrangementvarianten und -längen mit einem Audiologo produziert. Wichtig ist es uns, den Hotelier nicht nur vom Erstgespräch bis zur Finalisierung zu betreuen, sondern auch danach. Denn einen Corporate Sound sollte man stets am Puls der Zeit halten.



hotelstyle: Wie lässt sich Audiomarketing für die Hotellerie sonst noch nützen?

Stephan Kolber: Das Anwendungsgebiet ist groß wie vielfältig. Ein wichtiger, aber auch heikler Bereich sind beispielsweise Web-sounds. Ein aufdringlicher und lauter Sound verärgert User sehr leicht. Wird er aber gezielt und richtig eingesetzt, kann er ganz neue Möglichkeiten für die Präsentation im Netz eröffnen und Bild und geschriebenes Wort einer Website nachhaltig unterstützen. Im Hotel können aber auch interaktive Sprach- und Soundmodule oder sprechende Websäulen für Gästeinformationen zum Einsatz kommen. Auch Hörbücher, die mit einem Corporate Sound oder einer Corporate Voice gestaltet sind, können interessante Module für ein funktionierendes Audiomarketing sein.

hotelstyle: Was kostet mich beispielsweise ein Corporate Sound?

Stephan Kolber: Die Basisversion, die zwei Layoutvorschläge, eine Produktion und bestimmte Verwendungsrechte inkludiert, ist etwa ab 3.500 Euro zu haben. Wobei wir aber ganz unterschiedliche und für den Hotelier

gosh! audio – So klingt Know-how!

Das Unternehmen gosh! audio wurde 1996 von Stephan Kolber und Harald Sulzbacher gegründet. Stephan Kolber studierte am Konservatorium Bass und Komposition, arbeitete als diplomierter Tontechniker in diversen Werbestudios und beim ORF, als Bassist unter anderem bei Joni Maden und Sandra Pires sowie als Live Techniker für die heimische Musikprominenz wie Christina Stürmer oder Drahdwaberl. Auch Harald Sulzbacher steht seinen Kunden als Kundenberater vom Fach zur Verfügung: Nach seinem Staatsdiplom für Jazzpiano und Komposition am Konservatorium der Stadt Wien und seinen Tätigkeiten als Keyboarder und Komponist bei vielen österreichischen Musikgrößen ist er heute ebenfalls Geschäftsführer von gosh! audio.

mittel- bis langfristige und damit sehr attraktive Packages bieten.

hotelstyle: Den richtigen Sound zu finden, ist sicherlich eine wichtige Sache. Aber ist es manchmal nicht auch gerade die Stille, die die Gäste suchen?

Stephan Kolber: (lacht): Klingt jetzt komisch, aber wir designen tatsächlich auch Orte der Stille, die viele Hotels vor allem in ihren Wellnessbereichen anbieten. Das häufige Problem dabei: Diese Räume sind keineswegs still, weil sie falsch gebaut und nicht sorgsam eingerichtet sind. Wir entwickeln hier in unserem

Segment „Installation und Hardware“ spezielle Realisierungen. Denn an einem perfekten Ort der Stille höre ich weder Geräusche von außen, noch empfinde ich das Zeitungsrascheln anderer Gäste als störend. Wobei man ja auch Stille klanglich interpretieren und unterstützen kann – mit Geräuschen aus der Natur beispielsweise. Auch hier hat das Team von gosh! audio innovative Ideen und praktikable Lösungen – denn auch ein Raum der Stille sollte nicht einfach nur still und beliebig gestaltet, sondern optisch wie akustisch gut in das Marketingkonzept eines Hotels integriert sein.

Danke für das Gespräch!



gosh! audio
studios & consulting
Kolber & Sulzbacher OG
Leystraße 43/Hoftrakt, 1200 Wien

T +43 1 374 53 53
F +43 1 374 53 53
office@audioconsulting.at
www.audioconsulting.at
www.gosh.at
www.dastonstudio.at



Bilder: D-Maris

Gelandet im Luxus

Das neue D-Hotel Maris bietet neben höchstem Wohnkomfort auch einen eigenen Hub-schrauber mit Landeplatz, ein Wasserflugzeug, eine Segel- sowie zwei Motoryachten – und setzt damit einen neuen Maßstab in der türkischen Hotellandschaft.

Das D-Hotel Maris liegt idyllisch in der Provinz Mugla nahe der Stadt Marmaris und der griechischen Insel Rhodos. Nach dem kompletten zweijährigen Umbau von einem Clubresort zum Designhotel präsentiert sich die Anlage in einem völlig neuen Look. Das achtstöckige Gebäude besticht nun durch große Fensterfronten, die den Blick auf die Ägäis und die Berge freigeben sowie ein klares, schnörkelloses Design mit sorgfältig ausgewählten Accessoires. Für die Gestaltung zeichnet das Architekturbüro SCDA aus Singapur in Zusammenarbeit mit dem renommierten türkischen Architekturbüro Midek Mingü unter der Leitung des Architekten Hasan Mingü verantwortlich. Bei der Planung wurde großen Wert auf die harmonische Integration des Ho-

tels in die Umgebung gelegt. Der Bezug zur Natur spielt somit eine zentrale Rolle und zieht sich durch das komplette architektonische Konzept. Braun- und Cremetöne, edles Holz und zurückhaltende Accessoires dominieren das Interieur, Materialien wie Travertin-Naturstein und Marmor sorgen für ein edles Ambiente. Die Möbel und Dekorationen wurden speziell von Architekt Mingü und seinem Team für das Hotel ausgewählt und teilweise selbst designt. Exotische Elemente aus Fernost kombiniert mit moderner westlicher Architektur stehen für die puristische Optik des Hauses. Die besondere Herausforderung bei diesem Projekt lag für die Architekten in der Komplexität des Umbaus. Jeder Bereich – ob außen oder innen, Lobby oder Restaurants, Zimmer

oder Villa – wurde individuell gestaltet und somit unterschiedliche Atmosphären geschaffen. Das Fünf-Sterne-Haus präsentiert über 200 luxuriöse und elegante Zimmer und Suiten mit einer Wohnfläche von 40 bis 175 Quadratmetern sowie eine Villa, die an das Hauptgebäude grenzt. Die Anlage verfügt über fünf Privatstrände in der hauseigenen Bucht, die Gästen Exklusivität und Ruhe versprechen. Vor Anker liegen zwei hoteleigene Motoryachten und eine Segelyacht mit vier Luxuskabinen, die speziell für das D-Hotel Maris gebaut wurde. Darüber hinaus verfügt das Hotel über ein eigenes Wasserflugzeug mit acht Sitzen, das Gäste von Istanbul in weniger als zwei Stunden zur Hotelbucht befördert. Fazit: Hier ist die Landung im Luxus in jeder Hinsicht garantiert!



www.hotelstyle.at

christmasworld

25. – 29. 1. 2013

Faszination in Licht trifft deko- rative Trends

Einzigartige Ideen, um Einkaufspassagen und Schaufenster in faszinierende Erlebniswelten zu verwandeln. Ein beeindruckendes Angebot an effektvollen Licht- und Dekoprodukten, die aus Events unvergessliche Sinnesfeste machen. Nur auf der internationalen Leitmesse Christmasworld in Frankfurt am Main.

Telefon 01/867 36 60 60 //
info-nbs@austria.messefrankfurt.com
Jetzt Karten bestellen unter
www.christmasworld.messefrankfurt.com



 messe frankfurt



Cooler Retro-Chic zum Jubiläumsjahr

Bereits 1932 eröffnete die Urgroßmutter der heutigen Juniorchefin des Vier-Sterne-Hotels Saalbacher Hof in Saalbach im Salzburger Land eine Pension. Über die Jahre entstand eine der ersten Urlaubsadressen in Saalbach. Mit Isabella Dschulnigg-Geissler übernahm die junge Generation das Ruder, stets im respektvollen Bewusstsein für Tradition und Werte. 90 Zimmer, davon 33 neue Deluxe Zimmer und Suiten, der feine Fünf-Elemente Speisesaal, ein uriges Wirtshaus und ein Panoramagarten auf dem Dach laden zu entspannten Ferien mitten im Dorfzentrum Saalbachs ein.

Allerdings bleibt keine Zeit für verstaubte Ansichten – zum achtzigsten Jubiläum präsentiert sich das Vier-Sterne-Hotel jünger und frischer denn je: Isabella Dschulnigg-Geissler startete die Aktion „Von Freunden für Freunde“ und gestaltete zusammen mit befreundeten Künstlern vier Doppelzimmer Standard im Retro-Look. „Gezielt eingesetzte Accessoires aus den letzten acht Jahrzehnten der Hotelgeschichte schufen das gewisse Etwas. Meine Freunde brachten kreative Ideen mit ein, legten selbst mit Hand an und entwarfen ganz indivi-

duelle Zimmer. Sie bereiteten liebevoll einzelne Möbelstücke aus den 50er, 60er und 70er Jahren pfiffig auf und ließen sie mit modernen Stoffen und ausgewählten Lichteffekten originell erstrahlen.“

Innerhalb des nächsten Jahres werden alle 20 Doppelzimmer Standard umgestaltet und damit jedes zum Unikat. So sind zum Beispiel ein DJ-Zimmer des bekannten Entertainers Epsilon von D.Kay + Epsilon und ein Fotografen-Zimmer, kreiert vom Sport-Fotografen Daniel Roos, in Planung.



Bilder: Saalbacherhof



RUBNER
türen

HOLZTÜREN SAITENWEISE

Erleben Sie die Vielfalt an maßgefertigten
Premiumtüren aus den Alpen.

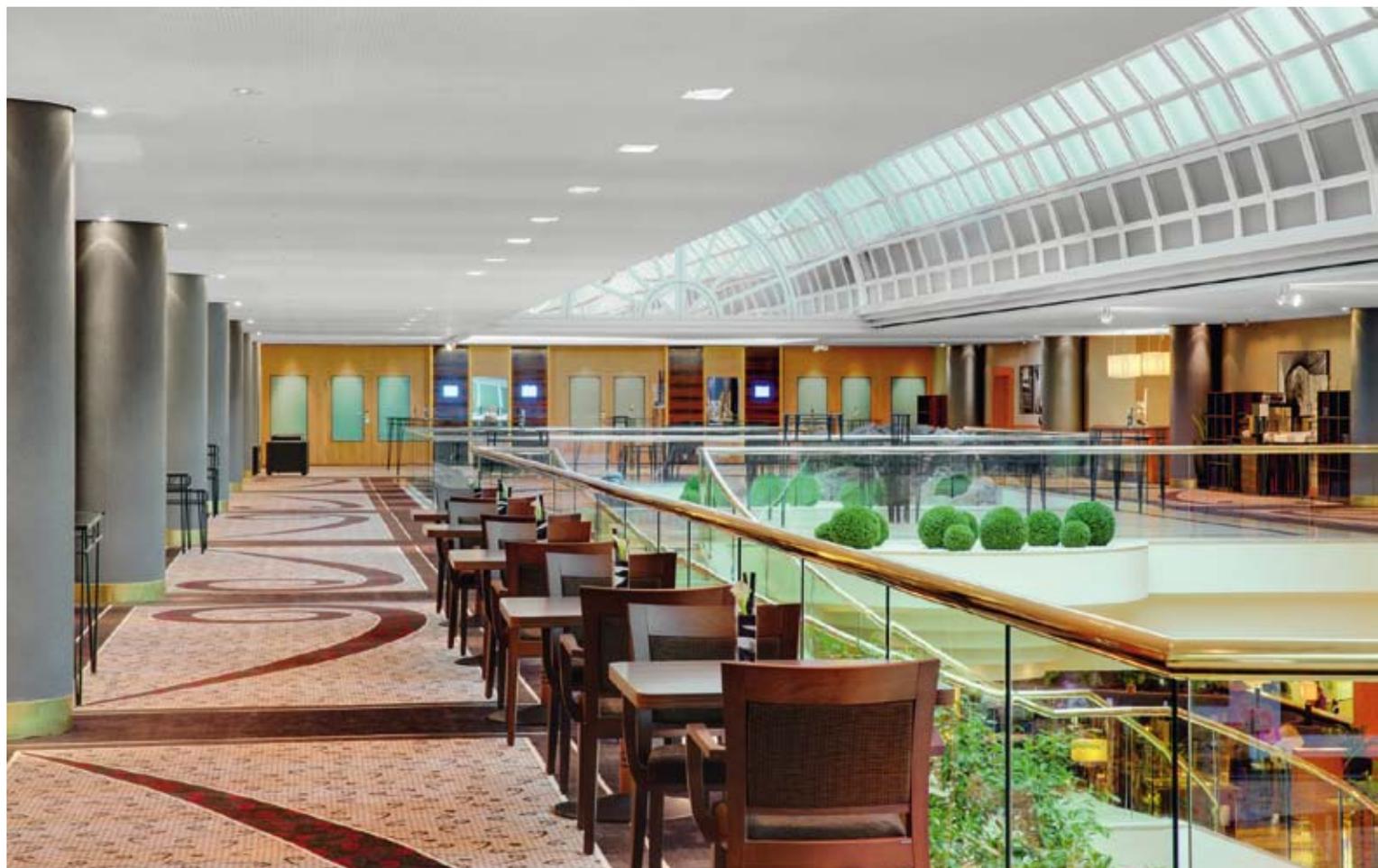


Max Kucera
Leidenschaftlicher Verkäufer
bei Rubner Türen

HOLZLEIDENSCHAFT

Erfahrung trifft Qualität. Handwerk mit Liebe zum
Detail begegnet einer einzigartigen Vielfalt an Ma-
terialien und Fertigungsvarianten. So entstehen jäh-
rlich über 30.000 Innen- und Haustüren.

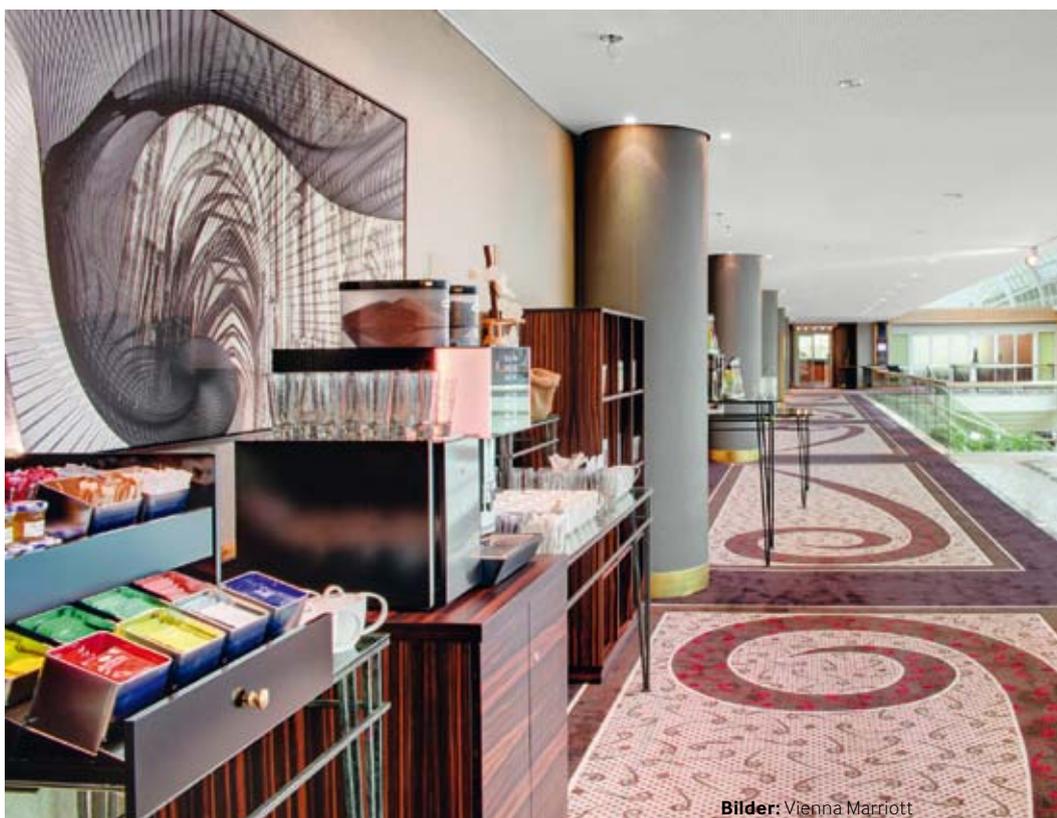
www.rubner.com



Bankettetage in neuem Glanz

Das Vienna Marriott Hotel gilt seit mehr als 27 Jahren als erfahrener Partner im Veranstaltungs- und Eventbereich. Neben Management-Meetings und Seminaren kann das Haus auch im Eventbereich auf jahrelange Erfahrung zurückgreifen. Die kontinuierliche räumliche Weiterentwicklung steht daher an oberster Stelle und ist Teil des Erfolgskonzepts.

So wurde jüngst die 755 m² große Bankettetage unter der Leitung des Schweizer Architekturbüros „Carbone“ komplett renoviert. Elf Banketträume erstrahlen nun im neuen Design und bieten einen professionellen Rahmen für Veranstaltungen auf höchstem Niveau. Neue Bodenbeläge, eine moderne Wandbekleidung und Deckengestaltung sowie gemütliche Loungemöbel und neue Teppiche bewirken eine noch angenehmere und freundlichere Atmosphäre. Auch die elektronischen Beschilderungen der Räume sorgen für einen zeitgemäßen Standard.



Bilder: Vienna Marriott



So baut man heute.

Building Automation von Beckhoff.



So baut man flexibel:
mit Beton.



So baut man klassisch:
mit Ziegelsteinen.



So baut man sicher:
mit Stahl.



So baut man intelligent:
mit Automatisierungskomponenten von Beckhoff.

www.beckhoff.at/building

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

IPC

I/O

Automation

