

hotel style

FACHMAGAZIN FÜR DIE GEHOBENE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

hotel style

Falkensteiner Hotel Schladming

Hotel Lamée

Hotel Panorama

Hotel Wiesergut

Hotel Agora Swiss Night

f&b style

Haubenkoch trifft Käsepapst

Alles Käse

Süße Versuchungen



Architektur Handwerk Vision

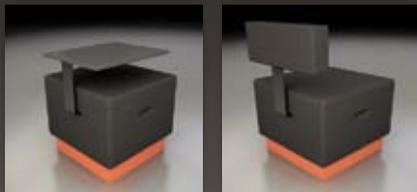
Am Anfang steht die im Geist heranwachsende Vision, die unsichtbare Bilder in die vorausschauenden Möglichkeiten projiziert – erste Linien, erste Formen, entstehen auf weißem Papier. Emotional beflügelte Striche, die gleitend in gefühlvolle Schattierungen einfließen – Funktion und Gesetze werfen sich dazwischen und beherrschen Momente, die wiederum von freudvollem Schaffen erobert werden - und plötzlich drückt ein Stück Papier, mit Linien und Zahlen übersät, die Machbarkeit einer Vision aus. Weise und besonnen greifen erfahrene Hände nach beschriebenen Blättern, die in guten Vorbereitungen, aus dem Material der Natur und Wissenschaften, reale Formen bauen.



OBJEKT DESIGN | MASSANFERTIGUNG
Polstermöbel Boxspringbetten Matratzen



LABYRINTH LOUNGE



Begegnungen in einer innovativen Sitzarchitektur zu verursachen, war der kreative Grundstoff für dieses Konzept. Modulare Elemente, die sich geschickt in Räume einpassen lassen und mit der jeweiligen Oberflächengestaltung zur Themen - Lounge werden.

Jeder einzelne Würfel sehnt sich nach seiner Bestimmung – Sie können daraus Ihre ganz individuelle Symphonie komponieren.

HELMUT SCHAFFERHOFER
Furnituredesign | Brandconcepts

EDITORIAL

Glaut man einer von OGM (Österreichische Gesellschaft für Marketing) unter Gastronomieunternehmen durchgeführten Umfrage, dann scheint die heimische Gastronomiewirtschaft von der aktuellen Wirtschaftskrise nicht allzu stark betroffen zu sein. Rund 86 Prozent der insgesamt 717 Befragten stufen ihre derzeitige Geschäftslage als „sehr zufrieden“ bzw. „eher zufrieden“ ein. Lediglich 11 Prozent zeigten sich wenig bis gar nicht zufrieden. Insbesondere kleinere Restaurants klagten dabei häufiger über einen schleppenden Geschäftsverlauf, was die Studienverfasser vor allem mit den Schwierigkeiten begründen, auf kleinen Flächen ausreichende Umsätze zu erzielen.

Natürlich ist die räumliche Größe – und folglich die Anzahl von bewirtbaren Gästen - ein Erfolgskriterium – aber sicher nicht das wesentlichste. In Zeiten von prall gefüllten Kühlschränken und Gourmet-Fertiggerichten muss man nicht zwangsläufig „Essen gehen“, um gut zu essen. Wer außer Speisen und Getränken nichts zu bieten hat, der steht auch mit den heimischen Kühlschränken im Wettbewerb.

Es gibt aber auch eine Vielzahl an Gastrobetrieben, die trotz beengter Platzverhältnisse beste Geschäftserfolge verzeichnen. Und es gibt auch Großflächenbetriebe, in denen viel Platz, aber sonst gähnende Leere herrscht. Denn unabhängig von der Größe zählt vielmehr die Tatsache, dass ausgegangen wird, um etwas zu erleben, sich wohlfühlen, nette Menschen zu treffen – und dabei wird eben gerne gut gegessen und getrunken. Wer diesen Bedürfnissen mit seinem Gesamtangebot entspricht, wird sein Reservierungsbuch auch in wirtschaftlich angespannten Zeiten gut füllen können.

Diesen Trend etwas einzigartiges erleben zu wollen hat die heimische Hotellerie längst erkannt und mit unterschiedlichsten Angeboten reagiert – deswegen zeigten sich die von OGM befragten Hoteliers auch überdurchschnittlich zufrieden mit ihrer Geschäftslage. Was sich aber bei einem kleinen Restaurant mit überschaubaren Kosten realisieren lässt, erfordert bei Hotelkonzepten bereits beachtliche Investitionen. Und genau hier setzt unser Fachmagazin *hotelstyle* an und zeigt auch in dieser Ausgabe wieder jüngst realisierte nationale und internationale Projekte, die sich bestens als Vorbild und Denkanstoß für eigene Investitionen eignen.

Ergänzend zu den Projektberichten widmen wir uns wieder speziellen Themen im Einrichtungs- und Ausstattungsbereich – in dieser Ausgabe den Hotelbädern. Laut einer aktuellen Studie ist für beachtliche 82 % der Österreicher das Hotelbad ein wichtiges Kriterium für die Auswahl eines Hotels und ein Viertel sucht gezielt auf Internetseiten und Prospekten nach Fotos der Badezimmer. Für jeden Zehnten ist das passende Bad überhaupt ausschlaggebend für die Buchung. Höchste Zeit also, die eigenen Badezimmer kritisch zu betrachten und sich über die neuesten Trends und Produkte ab der Seite 72 zu informieren.

Und in der Rubrik *f&b style* dreht sich alles um Käse und Desserts. Das Käse-Angebot wird immer vielfältiger. Welche Sorten dabei für welche Gänge und Gerichte passen, zeigen in dieser Ausgabe eine ganze Reihe von Käse-Experten auf. Auch ein Haubenkoch, der seine große Liebe zum Käse einem zufälligen Treffen mit einem der bekanntesten Käsepapste der Welt verdankt, kommt ausführlich zu Wort. Und ein weiterer Spitzenkoch entführt uns in die süße wie neue Welt der Desserts, verrät seine besten Variationen und gibt dabei einen tiefen Einblick in seine Küchenphilosophie.

Walter Laser
Verleger



Coverbild: Hotel Agora Swiss Night

MÖBEL AUS EINEM STÜCK HOLZ



MICHAEL ROSELIEB HOLZ SKULPTUREN

www.michaelroselieb.com

Inhalt



hotel style

- 6 **MAGAZIN**
Neuigkeiten aus der Branche
- 26 **IM PORTRAIT**
- 34 **KURZ & GUT**
Projektvorstellungen kurz und prägnant
- 40 **WOHNKOMFORT MIT KUNSTGENUSS**
Falkensteiner Hotel Schladming
- 48 **WOHNEN WIE IM FILM**
Hotel Lamée
- 54 **DAS HOTEL ALS GESAMT(KUNST)WERK**
Hotel Panorama
- 60 **LUXUSREFUGIUM MIT NATURBEZUG**
Hotel Wiesergut
- 66 **WOHNEN MIT "SWISSNESS"**
Hotel Agora Swiss Night

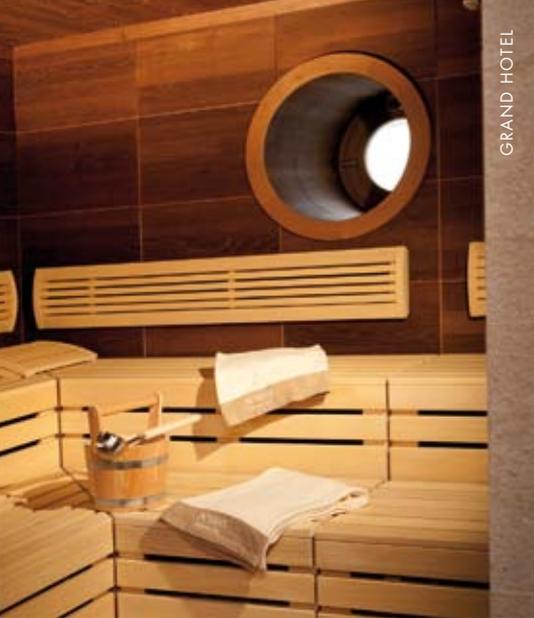
- 70 **SCHAURAUM**
Produktvorstellungen aus den Bereichen:
Kamine & Heiztechnik, Bad & Sanitär,
Hotelausstattung sowie Licht

f&b style

- 88 **HAUBENKOCH TRIFFT KÄSEPAPST**
Warum der Haubenkoch Gottfried Bachler seine große Liebe zum Käse einem zufälligen Treffen mit dem unbestrittenen Käsepapst Bernard Antony zu verdanken hat
- 90 **ALLES KÄSE**
hotelstyle sprach mit Houshmand Rabie und Käsesommelier Elisabeth Troha über Käsetrends und Käseplatten
- 94 **SÜSSE VERSUCHUNGEN**
Über regionale Grundprodukte und die Verträglichkeit der süßen Versuchungen spricht Franz Huick mit hotelstyle

Impressum:

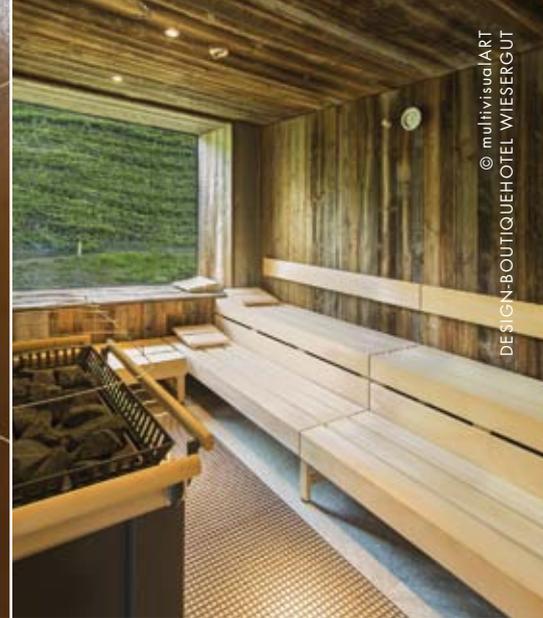
Medieninhaber und Herausgeber: Laser Verlag GmbH, Hochstraße 103, A-2380 Perchtoldsdorf | T +43 (0)1 869 58 29, F DW 20, | www.hotelstyle.at | Chefredaktion: Ing. Walter Laser (walter.laser@laserverlag.at)
Leitende Redakteurin: Mag. Gudrun Gregori (gg) | Redaktion: Mag. Heidrun Schwinger (hs) | Geschäftsleitung: Silvia Laser | 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



GRAND HOTEL



HOTEL PLANTITSCHERHOF



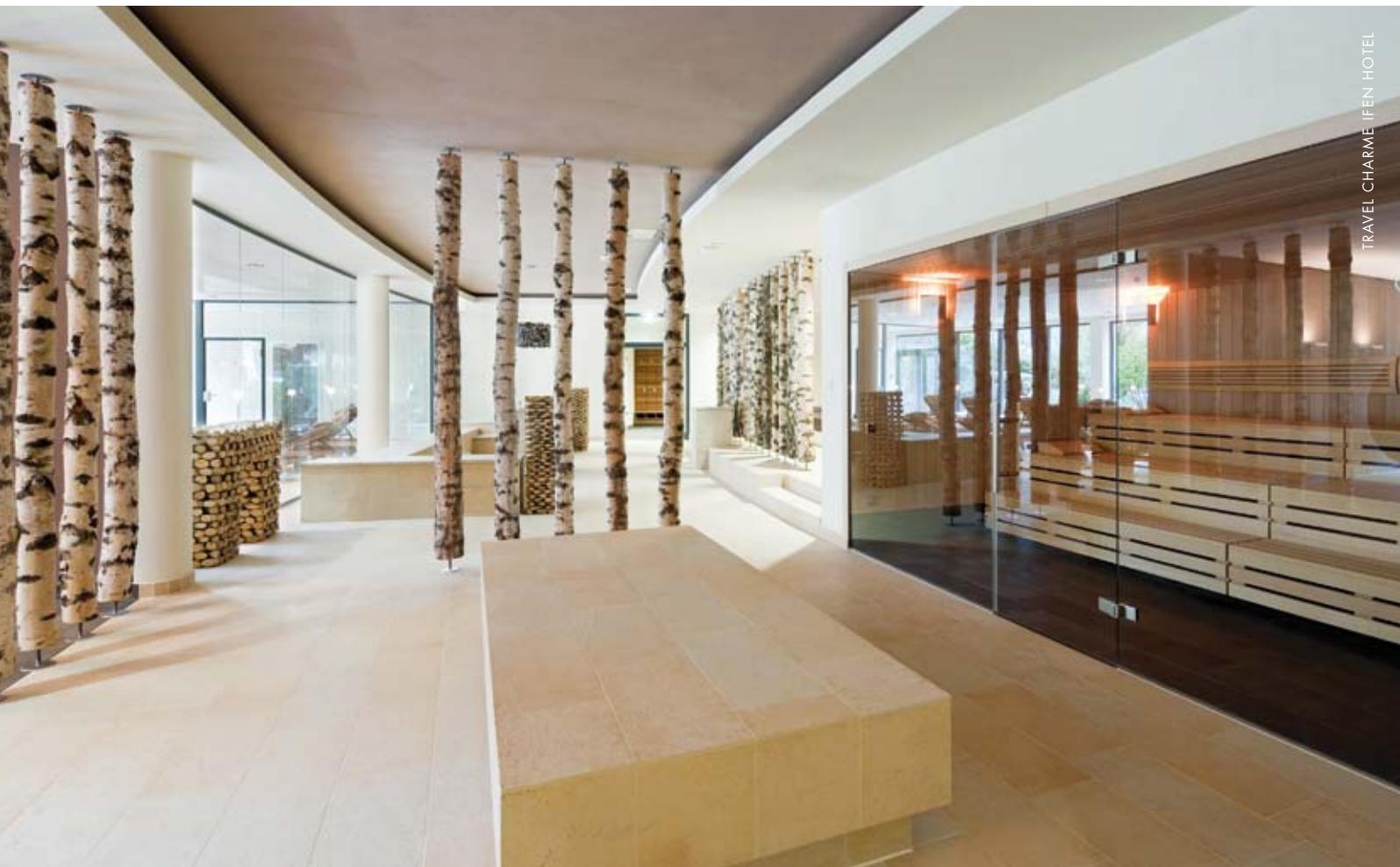
© multivisualART
DESIGN-BOUTIQUEHOTEL WIESERGUT

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 oder auf www.klafs.at

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

KLAFS
MY SAUNA AND SPA



TRAVEL CHARME IFEN HOTEL

Budenzauber in Bonn

Architekturstudenten der Alanus Hochschule für Kunst und Gesellschaft in Alfter bei Bonn haben zum wiederholten Mal ein temporäres Bauwerk auf dem Brüsseler Platz in Köln geschaffen. Mit Hilfe von 6.000 Schrauben und fast 2.000 Dachlatten erstellten sie eine Skulptur, die zwei Gastronomiehütten überspannt.

„Die Skulptur zeigt, wie mit einfachen Mitteln große Wirkung erzielt werden kann“, freut sich Benedikt Stahl, Professor für Architektur. „Die Studenten können mit diesem Projekt Gestaltungsvorgänge erlernen, die über formale und funktionale Ansätze hinausgehen und den gesellschaftlichen Bezug einbeziehen“, erklärt der Professor. Diese Fähigkeit müsse jeder Stadtplaner mitbringen. Stahl betreut das Projekt gemeinsam mit seinem Kollegen Willem-Jan Beeren, Professor für Architektur und Kunst im Dialog. „Die Reaktionen auf diese Arbeit im öffentlichen Raum werden wir mit Interesse weiterverfolgen“, so Stahl. Seit Anfang Mai werden die Hütten bei gutem Wetter täglich ab 19.00 Uhr bewirtet, die Skulptur bereichert den Brüsseler Platz bis Ende Oktober dieses Jahres.



Bilder: Willem-Jan Beeren/ Alanus Hochschule



Testimonial

„Als Sohn einer Hotelierfamilie aus Feldkirch in Vorarlberg habe ich vor vielen Jahren die erste Ausgabe von *hotelstyle* in unserem Betrieb entdeckt und war sofort begeistert. Dieses Magazin hat mein Verständnis für Design nachhaltig beeinflusst und mich dazu inspiriert die Innenarchitektur in unserem Hotel schrittweise zu verändern. Ich führe unser Hotel Löwen nun seit 2008 in vierter Generation und bin sehr stolz darauf, dieses selbst gestaltet und erweitert zu haben. *hotelstyle* war mir dabei eine große Hilfe und lieferte mir mit seinem breiten Spektrum an Berichten und den tollen Bildern viele wertvolle Ideen!“



Hotelier Matthias Lins
www.hotel-loewen.at

Geberit AquaClean
Das WC, das Sie mit Wasser reinigt.

■ GEBERIT

Das neue Wohl- befinden.



Mit Geberit AquaClean erleben Sie ein völlig neues Gefühl von Frische und Sauberkeit: Das WC mit Duschfunktion reinigt den Po auf Knopfdruck mit einem warmen Wasserstrahl. Für mehr Hygiene und Wohlbefinden.

→ www.geberit-aquaclean.at oder 01 577 11 77

|  Water®

Von Bettensteuer bis Energiemanagement

Wie können Hoteliers und Gastronomen effektiv Energie sparen und welche Investitionen sind nötig? Was bringt eine Sterne-Klassifizierung und wohin steuert der Trend bei Onlinemarketing und Internet-Bewertungssystemen? Was bewegt sich bei der „Bettensteuer“? Das Forum GÄSTE im Rahmen der Leipziger Fachmesse für Gastronomie, Hotellerie und Gemeinschaftspflege (14. bis 17. September 2013) beantwortet die brennendsten Fachfragen der Branche.

Mit weniger Energie in die Zukunft

„Die steigenden Energiekosten bereiten Hoteliers und Gastronomen zunehmend Bauchschmerzen. Bei Konjunkturumfragen zählt dies regelmäßig zu den Hauptproblemen der Branche“, erklärt Dirk Ellinger, Hauptgeschäftsführer des DEHOGA Thüringen e.V. In seinem Vortrag „Energiekosten in den Griff bekommen“ beleuchtet er, was die Umstellung auf stromsparende LED-Beleuchtung bringt, wo es noch günstige Energiekonditionen gibt, wann sich ein Sonnenkollektor auf dem Dach lohnt - und in welchen Fällen sich sogar ein eigenes Blockheizkraftwerk rentiert. Dies alles stellt er an praktischen Beispielen und mit Zahlen, Daten und Fakten dar (Montag, 16. September, 12.30 Uhr).

Von Ekel-App bis Bettensteuer

„Die Auseinandersetzung um eine bundeseinheitliche Hygiene-Ampel für Gastronomiebetriebe ist noch nicht vorbei, obwohl die Einführung der verpflichtenden Veröffentlichung amtlicher Lebensmittelkontrollen vorerst gestoppt wurde“, unterstreicht Dirk Ellinger, der in einem weiteren Vortrag zum Thema „Ampel, Smiley & Co“ über den aktuellen Stand informiert (Samstag, 14. September, 14.30 Uhr). So sei die Entwicklung einer so genannten „Ekel-App“ für Smartphones im Gespräch, die einem Online-Pranger gleichkomme. Ebenso werde eine Kennzeichnungspflicht für allergene Stoffe debattiert, deren Umsetzung die Gastronomen vor große Probleme stelle. „Seit 2005 treibt außerdem die als Touristenabgabe bezeichnete Bettensteuer auch die mitteldeutsche Hotelbranche um“, so Ellinger. Gegen diese Zwangsabgabe beitreibe die DEHOGA Thüringen derzeit zwei Verfahren vor dem Oberverwaltungsgericht Thüringen in Weimar. Die Podiumsdiskussion „Kulturförderabgabe & Co“ widmet sich diesem Thema (Montag, 16. September, 15.00 Uhr).

Nach den Sternen greifen

„In Deutschland haben sich rund 8.500 Hotels nach dem offiziellen Sterne-Klassifizierungssystem freiwillig bewerten lassen, vor allem im Drei- und Vier-Sterne-Segment“, konstatiert Markus Luthé, Hauptgeschäftsführer des Hotelverbandes Deutschland (IHA). Damit seien bereits 40 Prozent aller Hotels nach einheitlichen Prüfungskriterien zertifiziert. „Diese Zahlen sind natürlich ausbaufähig, speziell im Ein- und Zwei-Sterne-Bereich. Viele Hotelbetreiber glauben, dass diese Segmente bei den Gästen nicht gefragt seien - aber das ist ein Irrtum“, betont Luthé. Gerade die steigende Zahl subjektiver Hotelbewertungen auf Online-Portalen mache die Hotelsterne-Einstufung nicht nebensächlich, sondern als fixen Orientierungspunkt immer wichtiger. „Zudem dürfen nur die nach der deutschen Hotelklassifizierung offiziell eingestuft Häuser mit Sternen werben“, so Markus Luthé, der in seinem Vortrag „Qualität braucht Sterne!“ die Vorteile der Klassifizierung darlegt (Sonntag, 15. September, 14.30 Uhr). Weitere Informationen: www.gaeste.de



Bilder: Leipziger Messe/Gäste



Nobler Zuwachs bei Schlosshotels & Herrenhäuser

Er war eine der schillerndsten Figuren der Salzburger Geschichte, bewahrte Stadt und Land vor den Schrecken des Dreißigjährigen Krieges, gründete die Universität Salzburg und ließ den Dom fertigstellen. Für seine Familie jedoch ließ Fürsterzbischof Paris Lodron 1653 ein Palais erbauen, in unmittelbarer Nachbarschaft des Schlosses Mirabell und seiner prachtvollen, heute weltberühmten Gärten. Dieses großzügige Gebäude mit seinen harmonischen Proportionen und der schlichten, edlen Fassade hat die Jahrhunderte überdauert, ist mehr denn je ein Ort des Wohlbehagens und der Gastfreundschaft. Das seit 2001 von Familie Kleindienst geführte Haus zählt zu den fixen Größen in der Top-Hotellerie der Mozartstadt und ist nun stolzes neues Mitglied der Hotelkooperation „Schlosshotels & Herrenhäuser“.

Das Haus selbst wurde behutsam renoviert und zeigt sich als stilvolles Vier-Sterne-Boutiquehotel mit 71 Zimmern. Absolutes Highlight ist das Dachgeschoß-Appartement „Rockstar Amadeus“ mit grandiosem Blick über die Stadt.
www.schlosshotels.co.at/mirabellplatz



QUALITÄT UND SERVICE

Komfort **Design** Langlebigkeit **Nachhaltigkeit**

energize your senses



Know-how für Investitionen in Energieeffizienz

Die Tourismusbranche gilt als besonders investitionsaffin. Alternative Energien und Maßnahmen für mehr Energieeffizienz stehen derzeit hoch im Kurs. Das Team der Einkaufsgenossenschaft hogast hat dafür in den letzten Jahren Know-how aufgebaut und viele Erfahrungen gesammelt – unter anderem mit dem energetisch optimierten Neubau der eigenen Zentrale in Anif. „Mit unserer neuen Photovoltaik-Anlage ist das hogast-Firmengebäude als Demo-Objekt in Sachen ganzheitlicher Energieeffizienz soweit abgeschlossen“, erklärt Bruno Berger, Leiter des Bereichs Energie & Investitionsgüter. Die neue PV-Anlage weist eine Fläche von 80 Quadratmetern auf und liefert rund 12.500 Kilowattstunden Strom pro Jahr. „Das sind etwa fünf Prozent unseres Gesamtenergieverbrauchs inklusive Wärme“, so Berger.

hogast speist aufgrund fehlender Förderungen nichts ins Netz ein, an Tagen ohne Betrieb im Gebäude deckt die PV-Anlage die Basislast ab. Die Leistung der PV-Anlage entspricht in etwa dem Verbrauch der Server, die auch am Wochenende in Betrieb sind. Im ersten Monat konnte das Team bereits wichtige Erkenntnisse gewinnen. So seien trotz des vergleichsweise schlechten Wetters die Prognose-Werte erreicht worden. „Zu unserer Überraschung war die Erzeugung an den wenigen heißen Tagen niedriger als an nicht ganz so schönen, aber dafür kühleren Tagen. Die Aufheizung der Module wirkt sich negativ auf die Stromerzeugung aus“, so Bruno Berger. Solche Erfahrungswerte aus dem eigenen Gebäude und den zahlreichen betreuten Investitionsprojekten fließen in die unabhängige Beratung der Mitgliedsbetriebe ein.



Neue Manufaktur für Kosmetik

Die Erfolgsgeschichte von Vinoble Cosmetics beginnt 1995 inmitten der südsteirischen Weinberge. Die Gründerin, Luise Köfer, suchte nach einer hochwertigen und natürlichen Spa-Marke für ihren Day Spa in der Steiermark. Da sie das Angebot nicht zufrieden stellte, beschloss sie in Zusammenarbeit mit einer Chemikerin eine eigene Produktkollektion zu kreieren, die ihre hohen Ansprüche an Qualität, Wirkung und Philosophie erfüllte. Fündig wurde sie vor der Haustür. Ein reines Naturprodukt gewonnen aus Rohstoffen der Traube und Holunderbeere. Der Markenname drückt aus, wofür die Produkte stehen: Vino für die Heilkraft der Traube und Nobel

für höchste Ansprüche. Im Juni 2013 eröffnete nun das Unternehmen mit einem dreitägigen Fest und viel Prominenz eine Manufaktur in Friesing am Fuße von Kitzreck, der Sausaler Weinstraße. Produktion, Logistik und Kompetenzzentrum sind somit unter einem Dach. „Die Manufaktur ist eine große Verantwortung, vor allem unseren Kunden gegenüber. Die Qualität der Rohstoffe und Rezepturen liegt mir sehr am Herzen und ich stehe als Person voll und ganz hinter jedem Produkt! Außerdem möchte ich flexibel und schnell auf Marktbedürfnisse reagieren können. Die Eigenproduktion war schon immer meine Vision - endlich ist sie Realität.“, so Luise Köfer.



Perfekt präsentiert

Im Mutterhaus in Meckenbeuren am Bodensee stellte Winterhalter Österreich Ende Juni seinem Fachpublikum die neuen Durchschubspülmaschinen der PT-Serie vor. 28 Prozent schneller, 29 Prozent brillanter und 32 Prozent sparsamer – das war die Botschaft an den Markt. Die Maschinen wurden spannend verpackt, anschaulich präsentiert und detailliert erklärt. Der bühnenreife 3D-Film mit überragenden Animationssequenzen im eigens konzipierten Kinosaal machte nach der Begrüßung der Gäste durch die Firmeninhaber Jürgen und Ralph Winterhalter sowie der Event-Programmeinführung durch Johann Freigassner, Geschäftsführer Österreich, mehr Wissensdurst auf „schnell, brillant, sparsam“. Im anschließenden PT-Parcour gingen die Winterhalter Spülexperten, Gebietsverkaufsleiter wie Marketing-Profis in medias res. Aufgeteilt in Gruppen für die einzelnen Räume wurden die Produkte in Theorie und Praxis, anhand von Demoversionen, Filmpräsentationen, im Praxishärtetest und hautnah zum Anfassen vorgestellt. Abgerundet wurden die Inhalte der Parcour durch die Betriebsführung respektive Produktions-



besichtigung. Anschließend ging es aufs Schiff zur Bodensee-Abendtour mit der „Königin Katharina“. Bei vertieften Fachgesprächen wie

ebenso gesellig-heiterem Beisammensein fand die Präsentation einen würdigen Abschluss.

www.winterhalter.at



Fairholz Terrassendielen
massierend & schieferfrei

fairholz

- Naturholzböden
- Nassraumböden
- Terrassenböden
- Wandverkleidungen
- Außenschalungen
- Unikate aus Holz

Besuchen Sie unsere
Schauräume:

Frauschreck 6
5242 St. Johann / W.

www.fairholz.at
office@fairholz.at
07743 8506



Bilder: CMI

Fachmesse mit maßgeschneidertem Angebot

Vom 16. bis 19. September 2013 präsentiert sich die FAFGA Alpine Superior auf der Messe Innsbruck mit rund 300 Ausstellern. Die Tiroler Fachmesse für Gastronomie, Hotel und Design bietet ein maßgeschneidertes Rahmenprogramm für Gastwirte, Restaurantbetreiber, Hoteliers, Cafetiers, Hüttenwirte und Touristiker.

Innovative Highlights

Die erfolgreiche Unternehmensberaterin Nikoletta Zambelis präsentiert täglich in Blitzworkshops eine Strategie-Verkostung für Gastro Profis in ihrer Coach-the-Cook-Lounge: eine Verkostung von Inhalten, die Appetit machen und sich lohnen. „Mehr Erfolg durch klare Positionierung – ein Leitfaden für zukunftsfähigen Tourismus“, dies ist der vielversprechende Titel des Cluster-Wellnesssymposiums der Standortagentur Tirol. Ein weiteres Highlight ist Goran Hubers neuer Wettbewerb, der im Rahmen der FAFGA den „Cafetier des Jahres“ küren wird. Beim Programmpunkt „Frauen im VKÖ“ (Verband der Köche Österreichs) berichten ausgewählte Referentinnen über die Zukunftsaussichten und die Gesundheit österreichischer Köchinnen, über arbeitsrechtliche Bestimmungen, über die Rolle als Unternehmerin in der heimischen Industrie und anderes mehr. Ab Mitte Juli ebenso neu im Vorfeld: Das informative TV-Portal für die Tourismuswirtschaft www.fafga.tv bietet Kurzfilmberichte aus der Branche.

„Swing into FAFGA“

So heißt es am Abend des ersten Messtages. Buffet, Tanz, Show-Einlagen und viel Swing erwarten die trendy People, Aussteller und Besucher im neuen Messeforum bei einer Welcome Party der besonderen Art. Das Schulrestaurant wird heuer erstmals von den Zillertaler Tourismusschulen gemanagt. Ebenfalls neu ist „The Big Carving Contest 2013“, ein internationaler Gemüseschnitzwettbewerb. Die B2B-Lounge-Sparte Tourismus der WKO wird ebenso neu

aufgesetzt wie der Bewerb „Tischkultur vom Feinsten powered by WMF“. Auch die Klassiker Big Cooking Contest sowie die Tiroler Ladies Lounge stehen auf dem Programm der FAFGA Alpine Superior, die nach ihrem gelungenen Relaunch im Vorjahr auch heuer die Trends der heimischen Gastronomie aufgreift und sich als Plattform für Touristiker verstärkt etabliert.

www.fafga.at





FORTERO® . 300 x 200cm . Sonnenschutz-Faktor 50+



*«Inzwischen schützen wir
unsere Kunden wesentlich besser
als eine Schweizer Bank.»*

Finden Sie Ihren optimalen Schirm auf: glatz.ch
Kontaktieren Sie uns per E-Mail: anfrage@glatz.ch
Oder lassen Sie sich beraten unter:

Hotline: +41 52 723 66 44

Glatz
Von der Sonne empfohlen

Eu'Vend & coffeena: Thema Nachhaltigkeit

Fair und im Einklang mit Mensch und Natur – Vending bekennt sich zu ökologischer, ökonomischer und sozialer Verantwortung. Die Automatenunternehmer richten ihr Operating für 2013 plus auf den Weg der Nachhaltigkeit aus: Ob energiesparendes technisches Equipment, Recycling, Ressourcenschonung oder der Einsatz fair gehandelter Produkte – speziell im Kaffeesegment.

Zur Eu'Vend & coffeena – International Vending and Coffee Fair, die vom 19. bis 21. September 2013 in Köln stattfindet, lädt das Diskussionsforum „Rotes Sofa“ die Gütesiegel Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ und 4 C zum spannenden Dialog.

Umweltbewusst & fair

Mit rund 300.000 Heißgetränkeautomaten und mehr als 3,8 Mrd. Portionen pro Jahr gehört die Vending-Branche zu den großen Kaffeever sorgern der deutschen Verbraucher. Aktuelle Zahlen aus 2012 zeigen, dass der Trend zum bewussten und nachhaltigen Kaffeetrinken eine steigende Tendenz hat. Auf einen Anteil von vier Prozent erhöhte sich der Anteil zertifizierter Kaffees am Gesamtmarkt, wie der Deutsche Kaffeeverband bekannt gab. Das Angebot umweltbewusst angebauter und fair gehandelter Produkte wächst seit zehn Jahren kontinuierlich, ob an Tankstellen, in der Mensa oder in der Gastronomie. Es geht nicht mehr nur noch darum, möglichst den billigsten Kaffee zu finden, im Gegenteil. Ein höherer Preis wird mittlerweile häufig gern gezahlt, weil das Wissen um kontrollierten, biologischen Anbau und faire Produktionsbedingungen für die Kaffeebauern immer wichtiger werden. Große Systemer wie Starbucks oder McDonald's setzen mittlerweile sogar ausschließlich auf fair gehandelten Kaffee. Grund genug, im Vendingbereich in die Offensive zu gehen und der nachhaltigen Marktstrategie Rechnung zu tragen. So

empfangt am Donnerstag, den 19.09.2013 von 15.30 bis 16.00 Uhr der Veranstalter der Eu'Vend & coffeena die Verantwortlichen der maßgeblichen Zertifizierungs-Label auf dem Roten Sofa in Halle 9, Stand C 030/D 039. Hauptgeschäftsführer des Deutschen

Kaffeeverbandes Holger Preibisch stellt die Gütesiegel Fairtrade, Rainforest Alliance, UTZ und 4 C vor und leitet die anschließende Podiumsdiskussion.

Zuwachs an Marktanteil & Vielfalt

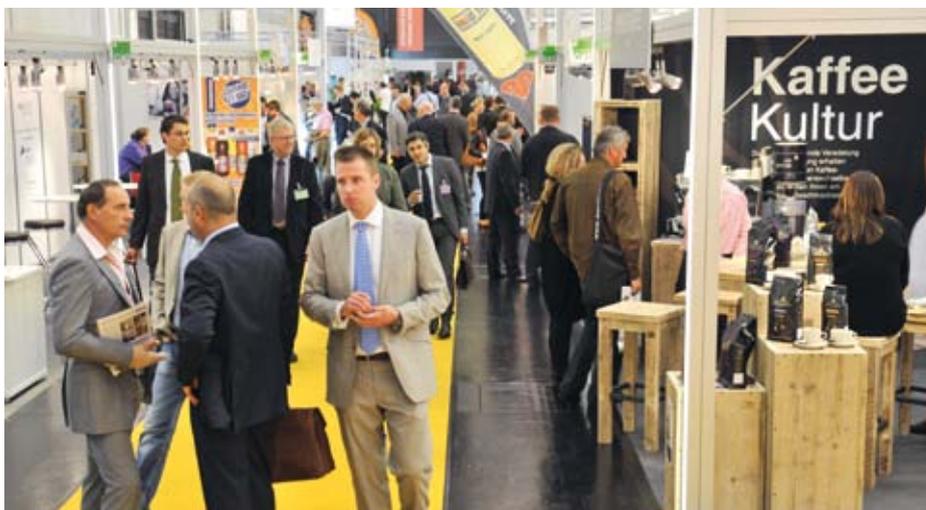
Insgesamt wurden in Deutschland im Jahr 2012 9.322 Tonnen Fairtrade-zertifizierter Kaffee verkauft. Das entspricht einem Plus von sechs Prozent gegenüber dem Vorjahr und einem Marktanteil von 2,2 Prozent. Dabei werden 30 Prozent des Kaffees über den Außer-Haus-Markt-Bereich verkauft. Gleichzeitig wächst die Vielfalt. Derzeit gibt es über 300 verschiedene Fairtrade-zertifizierte Kaffee-Artikel. 76 Prozent davon tragen zusätzlich ein Bio-Siegel.

Die Eu'vend findet seit 2003 im zweijährigen Rhythmus in Köln statt, 2011 wurde sie erstmals im Verbund mit der coffeena durchgeführt. Rd. 5.600 Fachbesucher aus 66 Ländern nutzten die Gelegenheit zu umfassender Information, Order und Networking rund um die Themen Vending und Kaffee.

Weitere Informationen unter:
www.euvend-coffeena.de



Bilder: Messe Köln / Eu'Vend & coffeena



iLook_move

SCHÖNHEIT IM FOKUS.



DESIGN PLUS
powered by ISH

Der iLook_move verwöhnt mit beispiellosem Komfort. Die Lichtstimmung ist stufenlos einstellbar und der innovative Scharnierarm lässt sich mit einem Handgriff in die gewünschte Position bringen. www.keuco.de

KEUCO



Erlebnisastronomie mit sozialem Hintergrund

In Duisburg am Rhein werden die Gäste im Restaurant Ziegenpeter mit regionaler Küche und vielen Veranstaltungen verwöhnt. Der Ziegenpeter ist aber vor allem auch ein Ort, an dem soziale Nachhaltigkeit gelebt wird. Denn Menschen mit und ohne Behinderung meistern hier den Arbeitsalltag gemeinsam.

Aber nicht nur beim Personal, auch bei den Gästen lautet das Motto: Der Ziegenpeter integriert, motiviert und verbindet Menschen! Das Erlebnisrestaurant richtet sich an eine vielfältige Bevölkerung: an jüngere und ältere Menschen, an Einzelgänger, Familien und Gruppen, an Sportler und Spaziergänger – der Ziegenpeter bringt sie alle an einem Tisch zusammen. Die Raumgestaltung macht das Begegnen leicht: „The Store Designers“ haben einen Raumaus-

druck geschaffen, der sich durch die Verbindung von Moderne und Tradition auszeichnet. Helle, minimalistische Räume gemixt mit groben Holzelementen, lassen eine spannende Mischung aus Design und Tradition entstehen. Eine Kombination, die die starke integrative Komponente des Projektes verdeutlicht: Hier besucht der Gast keine typische, funktionale wie soziale Einrichtung, sondern einen Ort, an dem Ästhetik und Stil im Vordergrund stehen.



Bilder: Ziegenpeter





Foto: www.filzmooserhof.at

Ihr Spezialist für Hotel- und Objektausstattung

Die Vielfalt an hochwertigen Möbeln, feinen Textilien und kreativen Accessoires bei prader interior bietet Ihnen Raum, Ihrem Hotel einen ganz eigenen Stil zu verleihen. Lassen Sie sich inspirieren und schaffen Sie mit unseren kreativen Lösungen eine behagliche Wohnwelt für Ihre Gäste.



Next Generation entdeckt Keramik

Viele berufstätige Eltern kennen das Problem, oft nicht zu wissen, wie sie ihre Kinder über die Sommerferien beschäftigen sollen. Diese Überlegung hat Laufen Austria für einen Tag für seine Mitarbeiter übernommen: Ihre Kinder konnten sie an ihren Arbeitsplatz, dem Werk, begleiten und hautnah erleben, wo Mama und Papa ihre Arbeitszeit verbringen. In einer kindgerechten Führung auf den Spuren der Keramik erfuhren die Kinder Spannendes über

den 2.000 Jahre alten Werkstoff und verfolgten seine Verarbeitung vom natürlichen Rohstoff Keramik bis zum fertigen Produkt: von der Aufbereitung der Rohstoffe, den Guss in Formen sowie die Trocknung und Glasur bis hin zum Brennen der Stücke im 1.245 Grad Celsius heißen Ofen. Die von den Kleinen handgefertigten Werkstücke wurden dann nach dem Brennen als Erinnerung an einen unvergesslichen Tag überreicht.



Fußball schafft Ferien für Arme

Die kleine Non-Profit Organisation Global Family Charity Resort gewinnt mit einem eigens gegründeten Promi-Fußballclub das Interesse der Wirtschaft für Social Responsibility und sichert sich damit langfristig die Finanzierung für das „Reisebüro der Menschlichkeit“. Zusammen mit Toni Polster und Erwin Kollmann wurde die Promitruppe „FC Global Kickers“ aufgestellt. Diese spielt nun mit Fußballlegenden und Promis wie beispielsweise Walter „Schoko“ Schachner, Ivica Vastic, den Schauspielern Gregor Seberg, Erich Altenkopf oder Haubenkoch Bernie Rieder für Kids und Eltern in Not. Durch den Fußballclub gewann Global Family neue Unterstützer und wurde bei den Österreichischen Lotterien, „Eat the Ball“ und adidas erhört. „Das Sponsoring ist noch bescheiden, wir freuen uns aber über jeden Beitrag und hoffen auf mehr,“ so Karl Auer zuversichtlich.

Weitere Informationen: www.global-family.net





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

Gemeinsam gegen Verschwendung

Das Problem ist bekannt: Gut 50% der produzierten Lebensmittel in Österreich werden nicht gegessen, sondern weggeworfen. Es wird zwar permanent darüber berichtet, jedoch werden selten Lösungen angeboten. Unilever Food Solutions startete jetzt eine Initiative für den Food Service Markt, um viele Köche und die Industrie aktiv davon zu überzeugen, dass der Kampf gegen die Verschwendung von Lebensmitteln nicht schwer ist und zudem viel Geld spart!

United Against Waste

Allein in Österreich werden pro Jahr rund 1,2 Millionen Tonnen Lebensmittel weggeworfen. 204.000 Tonnen davon entfallen auf den Food Service Markt*. Würde man diese Mengen an einem Ort zusammentragen, müssten 8.160 voll beladene Müllfahrzeuge den Abfall abtransportieren - 559 Tonnen oder 22,5 Fahrzeuge täglich. Die Frage, ob Lebensmittelverschwendung in diesem Ausmaß wirklich sein muss, stellte sich auch Unilever Food Solutions. Vor allen Dingen interessierte das Unternehmen, was konkret gegen die Verschwendung getan werden muss und was die Food Service Industrie dazu beitragen kann. Die Verschwendung lässt sich entlang der Wege eines Lebensmittels in der Küche in drei Bereiche unterteilen. In einem Servicepaket werden von Unilever Food Solutions Potenziale aufgezeigt, die jeder für sich im Rahmen des eigenen Küchenablaufs bewerten kann:

- Beim Einkauf und in der Lagerung: Sind die Bestellrhythmen optimal gewählt? Ist Ware durch falsche Lagerung unansehnlich oder beschädigt? Wurden Lebensmittel richtig gelagert oder schlichtweg vergessen?
- Beim Mise en Place und der Zubereitung: richtiger Produktionsprozess? Zu viele Schnitt-/ Zubereitungsreste, Überproduktion? Misslingen Gerichte?
- Bei den Gästen: Werden Portionen falsch eingeschätzt oder nicht individualisiert?



(v.l.n.r.) Axel Schwarzmayr (Managing Director Unilever Food Solutions), Sonja Gahleitner (Geschäftsführerin Unilever Austria), Nikolaus Berlakovich (Bundesminister für Land- und Forstwirtschaft, Umwelt und Wasserwirtschaft), Barbara van Melle (Journalistin und Moderatorin) und Otto Wimmer (Leiter Culinary Fachberatung Unilever Food Solutions) im Chefmanship Centre von Unilever Food Solutions anlässlich der Vorstellung der Initiative „United Against Waste“.

Aufmerksamkeit schaffen und Lösungen anbieten

Auch wenn gemäß der Studie „Zu gut für die Tonne“* in Privathaushalten überproportional mehr weggeworfen wird als in der Profi-Küche, sind die Effekte im Food Service Markt nicht zu unterschätzen. Die Mengen sind größer, die Ersparnisse deutlich höher. Außerdem haben Köche eine Vorbildfunktion für die Verbraucher. Die Initiative „United Against Waste“ will durch Informationsarbeit und konkrete Lösungen Küchenchefs und Mitarbeiter bewegen, über die Problematik der Lebensmittelverschwendung nachzudenken und zur Lösung beizutragen. Mit vielen Partnern ist es einfach, möglichst schnell Ergebnisse zu erzielen und viele Menschen zum mitmachen zu bewegen. Die Idee ist eine offene Branchenplattform, unter deren Dach das gemeinsame Engagement gebündelt wird. Lösungen und

Konzepte werden entwickelt und auf einer gemeinsamen Plattform dem Food Service Markt zur Verfügung gestellt. Mit AGM, Contento, Eurest, Kastner, der KräuterGarten Gruppe, dem Recyclingspezialisten Münzer, Solutions for Chefs und dem Trauner Verlag konnten bereits die ersten Partner gewonnen werden. Des Weiteren ist Unilever Food Solutions mit „United Against Waste“ Kooperationspartner des Lebensmittelministeriums mit seiner Initiative „Lebensmittel sind kostbar“. Weitere Informationen zur Initiative unter www.unileverfoodsolutions.at/United-Against-Waste oder www.united-against-waste.at

* Quelle: In Anlehnung an die Studie „Zu gut für die Tonne“, initiiert in Deutschland durch das BMELV, durchgeführt 2011 von der Universität Stuttgart. Angenommene Prozent-Werte für Österreich.



BERGER

Einrichtung | Handwerk | Textildesign | Boden



Inspiration und Raffinesse für's...



Wohnen und Gestalten!

15 = 1 15 Handwerksbetriebe unter einem Dach!





Neues Konzept für Mittelklassehotellerie

Accor, internationaler Hotelkonzern, hat auf einer globalen Pressekonferenz in London und parallel für den Markt in Zentraleuropa (Deutschland, Österreich, Schweiz) in München seine ehrgeizigen Pläne für die Marke Mercure vorgestellt. Diese verfügt weltweit über 700 Hotels und ist einer der führenden Anbieter im Mittelklassesegment.

Die Marke gab bekannt, wie sie mit ihrer Vision für die Mittelklasse-Hotellerie und einer neuen Markenidentität auf die veränderten Erwartungen der Gäste eingeht. Hierzu zählen eine neue Lobby, ein überarbeitetes Gastronomiekonzept, ein spezielles Angebot für mobil arbeitende Gäste, eine einheitliche Qualität und ein intensives Renovierungsprogramm. Yann Caillère, CEO von Accor, erklärte dazu: „Die Marke ist sehr wichtig für die Entwicklung des Konzerns, die insbesondere über Franchise- und Managementverträge vorangetrieben wird. Nun schlägt sie ein neues Kapitel in ihrer Geschichte auf. Dank der leistungsfähigen Distributionskraft und der partnerschaftlichen Zusammenarbeit mit den Franchisenehmern wird Mercure mit neuen Impulsen, Modernität und Innovationen in der Mittelklasse-Hotellerie künftig noch attraktiver für Hoteliers wie auch für Gäste.“ Insgesamt plant man für 2013 weltweit 53 Neueröffnungen. „Unsere Entwicklung in Deutschland, Österreich und der Schweiz wollen wir überwiegend durch Franchiseverträge realisieren. Über 70 Prozent des Mittelklasse-Segments besteht aus unabhängigen Hotels und Hoteliers, die auf der Suche nach einem Partner sind, um insbesondere mit der digitalen Revolution im Hotelgeschäft Schritt

halten zu können. Mercure räumt den Beziehungen zu den Franchisenehmern im Markenmanagement einen zentralen Stellenwert ein und hat damit als Franchisegeber Vorbildcharakter“, so Volkmar Pfaff, Senior Vice President Mercure Zentraleuropa.



Bilder: Accor



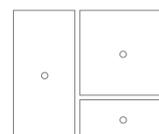


BETTEFLOOR SIDE

Die bodengleiche Duschfläche aus edlem Stahl/Email - für durchgängigen Komfort und fugenlose Hygiene.

Design: Tesseraux + Partner

BETTE



Alpe Adria Award für Landhotel

In der traditionsreichen Villa Widmann Rezzonico Foscari in Mira (Venedig) ging die diesjährige Verleihung der „Alpe Adria Awards“ über die Bühne. Begeistert zeigte sich die Jury vom istrischen Hotel & Restaurant San Rocco in Brtonigla: „Das Haus spiegelt das „neue Kroatien“ in seiner besten Form wider, präsentiert sich mit großem Charme und verwöhnt mit einer raffinierten Küche.“ Mit diesen Worten wurde an Gastgeber und Präsident der Jeunes Restaurateurs d'Europe-Kroatien Teo Fernetich die Auszeichnung für das „beste Hotel-Restaurant der Alpe Adria-Region“ vergeben. Das Landhotel San Rocco erweist sich dank seiner Lage zwischen Hinterland und Küste als perfekte Bühne für ein Genießerrestaurant, das frische Produkte von Land und Meer gekonnt fusioniert, wobei auch stets das herausragende Olivenöl aus eigener Produktion präsent ist.

www.san-rocco.hr



***FÜR IHREN
LIEBLINGS-
PLATZ
ZUHAUSE***

A-6460 Imst, Fabrikstraße 9, Tel. 05412 - 66 888

Fax 63 888, E-Mail: office@reca.at



Doppelt prämiertes Design

Erst im Herbst 2012 umfassend renoviert und schon mit den ersten Design-Preisen ausgezeichnet: „Le Clervaux Boutique & Design Hotel“ in Luxemburg. Das Design der 22 Suiten und der öffentlichen Bereiche stammt aus der Feder des Hamburger Innenarchitektenbüros JOI-Design. Die Fachjury der New Yorker „Boutique Design Awards“ vergab den Preis in der Kategorie „Most Surprising Visual Elements“, jüngst folgte auch der Publikumspreis der „Heinze ArchitektenAWARDS“. „Es ist immer wieder etwas ganz Besonderes, wenn unsere Arbeit mit einer Auszeichnung honoriert wird“, so Peter Joehnk, Geschäftsführer von JOI-Design. „Das Hotel war schon immer das erste Haus am Platz - wir haben ihm nun mit unserem Design eines modernen Grandhotels zu neuem Glanz verholfen“, führt Geschäftsführerin Corinna Kretschmar-Joehnk fort. Den international erfolgreichen Innenarchitekten war bei der Umsetzung des neuen Designs besonders wichtig, das ursprüngliche herrschaftlich barocke Ambiente der ehemaligen Privatvilla durch raffinierte Details in das neue Konzept zu integrieren. Dadurch wird der Gast in einem mondänen



Ambiente empfangen, das aber durch stylische Interpretationen nicht überladen wirkt, sondern einen extravaganen und szenigen Charakter eingehaucht bekommen hat.



Reca

Fliesen · Steine · Öfen

www.reca.at

Reca. Das Leben ist schön.



Workout im Freien

Eine neue Generation von Fitnessgeräten revolutioniert das Outdoor Training. In Park- oder Hotelanlagen können Gäste jetzt so effektiv trainieren wie im Fitnessstudio. Die Besonderheit sind spezielle Widerstandsgeber aus Gummi, durch die das Training individuell an das jeweilige Leistungsvermögen angepasst werden kann.

Nirgendwo wird so viel Sport betrieben wie an der frischen Luft. Doch gezieltes Muskelaufbautraining findet meist indoor statt, weil die „Kraftmaschinen“ in den Sportstudios bis jetzt viel differenziertere Trainingsmöglichkeiten geboten haben. Mit dem Kölner Institut für Prävention und Nachsorge (IPN) hat das Unternehmen stilum nun einen völlig neuen Gerätetyp entwickelt. Wie bei den Indoogeräten macht man sich einen apparativen Widerstand zunutze, der jedoch nicht mit Gewichten, sondern mit einer flexiblen Dämpfung und einem besonders hohen Wirkungsgrad arbeitet. Aufgrund der Konstruktion ist garantiert, dass sich der Widerstandsgeber immer exakt auf einer Achse mit der zu trainierenden Körperzone befindet. Je weiter die Bewegungsamplitude genutzt wird, desto höher ist der Widerstand. Diese zum Patent angemeldete Neuentwicklung ist zudem hervorragend für alle Altersklassen geeignet.

Trainingszirkel mit acht Geräten: Der Sportwissenschaftler Elmar Trunz-Carlisi vom IPN hat großen Wert darauf gelegt, dass sich die Fitnessgeräte durch einen hohen Wirkungsgrad und eine intuitive Nutzung auszeichnen. Eine zentrale Anforderung bei der Entwicklung war zudem, dass unterschiedliche Tritt- und Griff-

varianten immer eine individuelle Größenanpassung ermöglichen. Außerdem gibt es durch die Konstruktion eine Bewegungskontrolle, die Fehlbelastungen vermeidet. Die Geräte empfehlen sich insbesondere für Sport- und Wellness-Hotels, denn sie sprechen alle Altersgruppen von Jugendlichen bis hin zu Senioren an. Ein Basiszirkel für einen effektiven Muskelaufbau sollte mit einem Rückentrainer, Lastzug, Squat und Bauchtrainer mindestens vier Geräte umfassen. Ergänzend können der Schulterblatt-, der seitliche Bauchtrainer, der Ruderzug sowie das Bankdrücken (sitzend) ergänzt werden. In nur zehn Minuten können mit den Geräten alle Hauptmuskelgruppen trainiert werden.

„Fitness-Oscar“: Die Premiere auf der bislang größten FIBO aller Zeiten war für stilum ein voller Erfolg: Die erstmals vorgestellten Outdoor-Fitness-Geräte fanden nicht nur das Interesse der Fachbesucher, sondern erhielten den „Oscar“ der Branche. In der Kategorie „Kommunikation und Design“ überzeugte die Jury das individuelle Nutzerkonzept.

Das Smartphone als Trainer

Insgesamt umfasst das Programm acht verschiedene Übungsstationen für alle wichtigen

Muskelgruppen. An den Geräten befinden sich QR-Codes, über die per Smartphone kurze Filme abgerufen werden können, die eine leicht verständliche Trainingsanleitung geben. Das gibt zusätzliche Sicherheit, ist aber keine Voraussetzung für das richtige Training, denn die Fitness-Geräte sind so konzipiert, dass sie intuitiv richtig genutzt werden.

Mehr Infos zu den Geräten bietet die Broschüre „workOUTside“, die unter der Adresse info@stilum.at bestellt werden kann. Die Outdoor-Fitnessgeräte können direkt bezogen werden:

stilum GmbH
T +43 6232 93033
info@stilum.at
www.stilum.at





Gestaltungskonzept Reception Ramada

UNYKAT - Individuell geplant - funktionelles Design

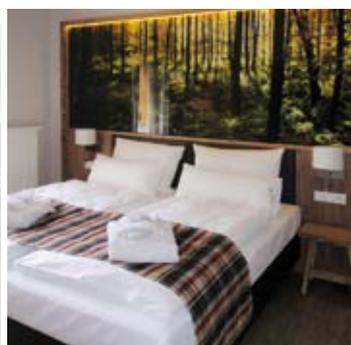
Dafür steht die Firma **UNYKAT INTERIOR DESIGN** mit Sitz in Wels. **UNYKAT** zählt zu den führenden Anbietern Österreichs von perfekten Interior-Designlösungen in der Hotellerie und Gastronomie.

Bei jedem neuen Projekt setzt **UNYKAT** auch neue Akzente, egal ob bei Farben, Formen, Materialien oder Lichtdesignkonzepten. Inspiriert von neuen Trends und unter Berücksichtigung der Nutzbarkeit und der praktischen Arbeitsabläufe, bleibt natürlich die Individualität der Gestaltung nicht auf der Strecke. Im Gegenteil, Designlösungen für individuelle Hotel-, Restaurant- oder Bar-Konzepte benötigen kreatives Potential gepaart mit umfangreichem Praxiswissen.

Aktuelle Projekte wie das Torfhaus Harzresort (www.torfhaus-harzresort.de), welches in den letzten zwei Jahren entwickelt wurde, sowie der Auftrag zur Planung und Projektbegleitung für das Ramada Hotel Messe und H2 Hotel in München Riem (<http://www.ramada.de>), unterstreichen dies.



Gestaltungskonzept Reception H2



Torfhaus Harzresort



Neue schöne Stylingwelt

Seit Anfang Juni ist Murnau in Deutschland um eine Stylingwelt reicher: Diplom-Modedesignerin Susanne Bosse, die seit über 15 Jahren eine weltweit tätige Full Service Agentur im Event- und Interiorbereich betreibt, eröffnete einen neuen Schauraum. Als Stylistin unter anderem für Foto-produktionen verantwortet sie die Durchführung von Events für Weltfirmen wie Patek Philippe, Arabella Sheraton Grand Hotel, oder Swarovski. Aber auch regionalen Betrieben hilft sie bei der Planung ihrer Räumlichkeiten, zudem verkauft sie besondere Einrichtungsgegenstände aus dem Eventbereich. „Ich liebe und suche das Besondere und dafür setze ich vor allem auf Schönes und oft auf noch nie Dagewesenes, gerne auch in Kombination mit Antikern“, erklärt sie ihre Philosophie des neuen Geschäftslokals.

Kreative Vielfalt

Die Kernkompetenz im Geschäftsbereich „Events“ liegt in der Konzeption, Planung und kreativen Umsetzung von Produkt- und Firmenpräsentationen, Großveranstaltungen, Kongressen und Messeständen, sowohl national als auch international - ohne Teilnehmerbegrenzung. „Absolute Professionalität, höchste Ansprüche und Exklusivität sind unsere oberste Prämisse, die bereits mit dem ersten Gespräch beginnt. Unser Talent ist es, Unterneh-

mensziele in hohem Maß kreativ, innovativ und emotional ansprechend umzusetzen, ohne dabei das Budget aus den Augen zu verlieren. Der gestalterische Fokus liegt in der anregenden Ansprache aller Sinne der Kunden und Mitarbeiter, zur Schaffung einer unvergesslichen Erinnerung - über die Geschäftspartner, Gäste und Mitarbeiter noch nach Wochen sprechen“, erklärt Frau Bosse. Ergänzend dazu arbeitet sie auch als freie Stylistin für Interior-Fotoprodukti-

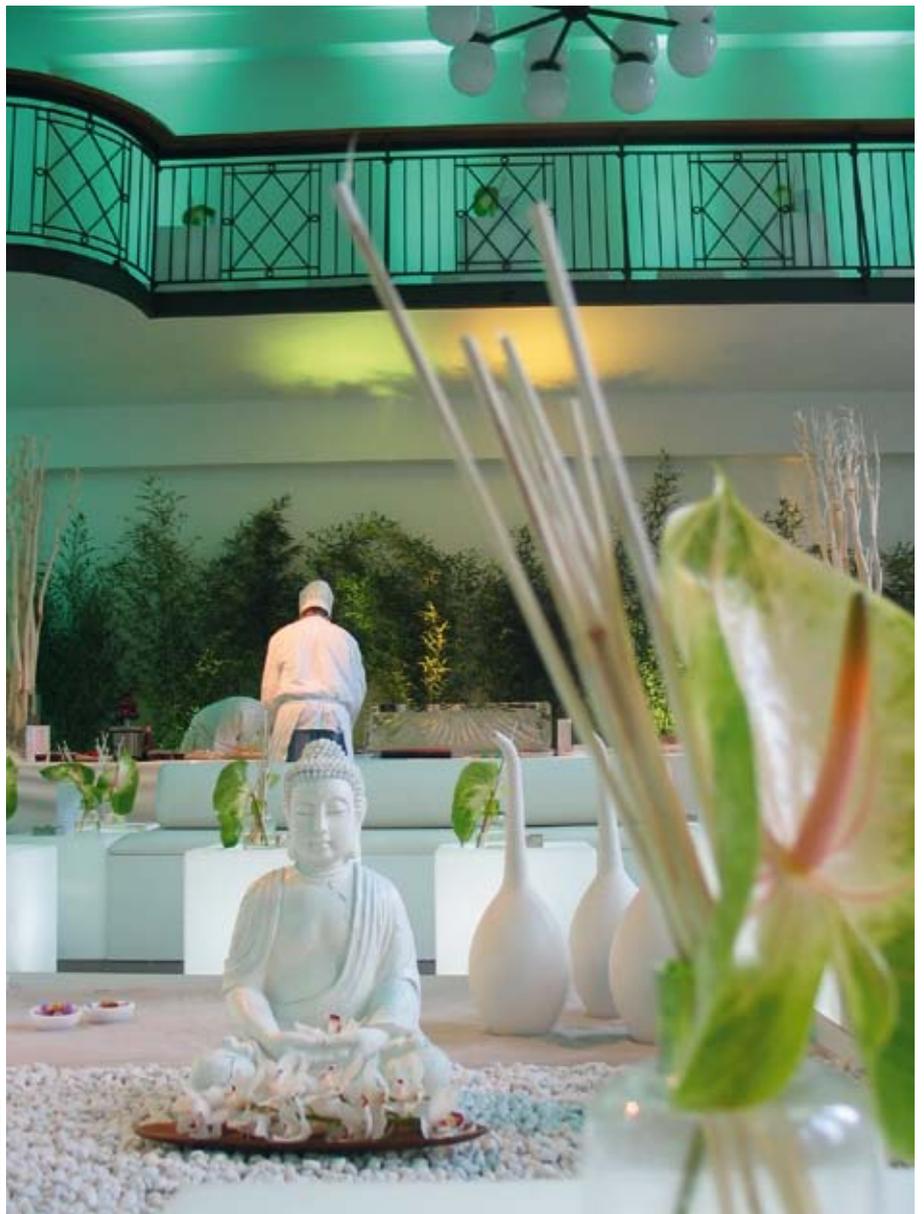


onen für namhafte Schmuckhersteller und Küchen- wie Möbelhersteller. „Dies bedeutet, dass ich für alles rund um den Setbau des Möbels oder des Schmuckes Verantwortung trage. Ich hauche den Küchen oder den Wohnräumen, die in Studios aufgebaut werden, sozusagen erst ihr Leben ein und dekoriere Räume geschmackvoll bis ins Detail.“ Aber auch das Unternehmensfeld Interior Styling kommt künftig nicht zu kurz, wie Frau Bosse nun auch mit der Eröffnung der neuen Verkaufs- und Präsentationsflächen beweist: „Mein Kreativteam und ich sind auf die Gestaltung von Privat- und Geschäftsräumen unter Integration von design- und unternehmensspezifischen Identity-Vorgaben spezialisiert. Und besonders gerne beraten wir auch Hotels bei Musterzimmern und der Neugestaltung ihrer Räumlichkeiten!“

Referenzenauszug aus dem Bereich Hotellerie & Gastronomie: Arabella Sheraton Grand Hotel, Arabella Airport Hotel München, Do & Co Partyservice, Forum Hotel, Hotel Intercontinental, InnSide Residence Hotel, Käfer Partyservice, Kempinski Hotel Budapest.

EVENTS & INTERIOR

Susanne Bosse
Obermarkt 32
82418 MURNAU
T + 49-08841- 67 87 650
www.bosse-eventstyling.de
info@bosse-eventstyling.de



Bestes Klima für jeden Raum

Die Marke Hoval zählt international zu den führenden Unternehmen für Heiz- und Raumklimalösungen. Mehr als 65 Jahre Erfahrung befähigen und motivieren immer wieder zu außergewöhnlichen Lösungen und technisch überlegenen Entwicklungen. Insgesamt 1300 MitarbeiterInnen in 15 Gruppengesellschaften weltweit arbeiten an der erfolgreichen Positionierung als Komplettanbieter intelligenter Heiz- und Lüftungssysteme, die in über 50 Länder exportiert werden. Die Maximierung der Energieeffizienz und damit die Schonung der Umwelt sind dabei Überzeugung und Ansporn zugleich.

hotelstyle: Hoval steht für intelligente und zukunftsweisende Raumklimalösungen und bietet eine große Produktvielfalt?

GF Ing. Christian Hofer: Als Vollsortimenter bietet Hoval Heizsysteme für Biomasse, Wärmepumpen, Solar, Öl und Gas sowie Klimatechnik-Lösungen für Heizen, Kühlen und Lüften vom Einfamilienhaus bis zu großen Industrieanlagen. Auf dem Gebiet der Heiz- und Klimatechnik verfolgt Hoval hochgesteckte Ziele: Wegweisende Lösungen zu entwickeln und zum Erfolg zu führen. Den Kunden mit innovativen „Hoval easy-Systemen“ messbaren Mehrwert zu garantieren – Mehrwert in Hinblick auf Handling, Betriebskomfort und -kosten.

hotelstyle: Das richtige Produkt für mein Haus – wie finde ich das als Hotelier?

GF Ing. Christian Hofer: Wer eine neue Heizung benötigt, steht vor einer schwierigen Entscheidung: Schließlich geht es um eine Investition für viele Jahre, und die Vielfalt der angebotenen Systeme und Energieträger ist groß. Vorweg gesagt: Den idealen Brennstoff für alle Anforderungen gibt es nicht. Eine optimale Lösung kann immer nur im Einzelfall gefunden werden, indem man alle Gegebenheiten – wie die bauliche Situation, vorhandener Platz, Anschlussmöglichkeiten usw. – berücksichtigt.

Unser Tipp: Hoteliers sollten sich für diese wichtige Entscheidung Zeit nehmen und sich umfassend beraten lassen. Ein versierter Heizungsfachmann wird sich die Situation vor Ort genau ansehen und dann die verschiedenen Möglichkeiten durchsprechen. Wo es möglich ist, wird man heute erneuerbaren Energien den Vorzug geben – egal ob Holz, Pellets, Wärmepumpe, Solarenergie oder auch einer Kombination davon.

hotelstyle: Viele namhafte Hotels vertrauen bereits der Beratung von Hoval?

GF Ing. Christian Hofer: Vor allem die Pellet-

kessel Hoval BioLyt sowie Gas-Brennwertkessel Hoval UltraGas® konnten bisher bei den Hoteliers punkten. Zu unseren Kunden zählen namhafte Hotels wie beispielsweise das Four Points by Sheraton in Dornbirn, das Hotel Headline in Innsbruck sowie das Hotel Pannonia Tower in Parndorf. Auch für kleinere Gastronomiebetriebe bietet Hoval geeignete Systemlösungen an. Das Hotel Fischer in Marchtrenk setzt auf eine Kombination mit Solar. Hier versorgt ein Gas-Brennwertkessel in Kombination mit 40 m² Sonnenkollektoren die Gäste mit wohliger Wärme und Warmwasser. Für eine ganz spezielle Solar-Lösung hat sich die Ferienanlage Kanzelhöhe in Kärnten entschieden. Mit einer Kollektorfläche von 122 m² und einem 7.000 l Speicher wird die gesamte Ferienanlage über das Hoval Solarsystem mit Warmwasser versorgt. Die nur mit Strom betriebene Heizung wird ebenfalls von der Solaranlage unterstützt.

hotelstyle: Die Verantwortung für Energie und Umwelt wird bei Ihnen sehr groß geschrieben?

GF Ing. Christian Hofer: Der Unternehmensleitsatz Verantwortung für Energie und Umwelt ist uns Motivation und Verpflichtung. Wir leben unsere Vorbildrolle nicht nur bei unseren Produkten und Lösungen, sondern auch im täglichen Handeln jedes einzelnen Mitarbeiters. Gemäß dieses Leitsatzes ist Hoval offizieller Partner von klima:aktiv und des klima:aktiv pakt2020. Ziel dieser Partnerschaft ist es, mit hocheffizienten und klimafreundlichen Technologien sowie der Forcierung erneuerbarer Brennstoffe, die Wärmeerzeugung ökologisch zukunftssicher zu machen. So leistet Hoval einen wichtigen Beitrag zur österreichischen Klimastrategie.



hotelstyle: Spüren Sie in der Hotellerie generell einen Trend zu mehr Umweltverantwortung?

GF Ing. Christian Hofer: Die meisten Hotels haben die Zeichen der Zeit erkannt und setzen voll auf erneuerbare Energien. Ein sehr eindrucksvolles Beispiel dafür ist das Hotel Edelweiss in Wagrain. Das Green Spa Hotel, das zu 100 % Eco friendly betrieben wird, setzte bei der Heizungssanierung auf den nachhaltigen Umgang mit der Umwelt und entschied sich für zwei Hoval Pelletskessel BioLyt. Mit 300 kW Heizleistung versorgen diese das Hotel mit wohliger und umweltfreundlicher Wärme. So spart der Hotelier jedes Jahr etwa 130 Tonnen CO₂ ein und leistet einen aktiven Beitrag zum Klimaschutz.

hotelstyle: Hoval ist ja mit dem Green Building Award ausgezeichnet worden?

GF Ing. Christian Hofer: Für die Sanierung des Verwaltungsgebäudes in Marchtrenk ist Hoval 2009 mit dem Green Building Award ausgezeichnet worden. Die wichtigsten Maßnahmen waren der Austausch der Fensterflächen, die Dämmung der Außenwand mittels Fassadenpaneelen, die Sanierung des Daches sowie ein Beschattungssystem, das über die Gebäudeleittechnik geregelt wird. Darüber hinaus wurden 202 m² Hoval Fassadenkollektoren auf die Südwestseite des Bürogebäudes montiert. Damit wird wahlweise die Warmwasserbereitung und Büroheizung oder die Prozesswärme der Pulverbeschichtungsanlage eines im Gebäude eingemieteten Unternehmens versorgt. Ein alter Gasgebläsekessel wurde durch moderne Hoval Brennwerttechnik ersetzt und sämtliche Umwälzpumpen gegen Hoval Hocheffizienzpumpen ersetzt. Durch diese Maßnahmen wird eine Reduzierung des Heizwärmebedarfs von rund 56% erreicht.

hotelstyle: Was ist für Sie persönlich momentan die wichtigste technologische Errungenschaft am Raumklimasektor?

GF Ing. Christian Hofer: Im Sommer 2013 haben wir den ersten, selbst entwickelten und im Werk in Vaduz, Liechtenstein produzierten, thermischen Sonnenkollektor auf den Markt gebracht. Die Produktfamilie UltraSol ist eine Hoval-Neuentwicklung, die dem Wunsch nach bester Qualität, höchster Effizienz und einfacher Montage gerecht wird. Die Konstruktion sowie die Materialwahl der Kollektoren ermöglichen eine besonders geringe Bauhöhe (54 mm) und ein äußerst geringes Gewicht (39 kg). Die neuen Hoval UltraSol Kollektoren sind mit dem Austria Solar Gütesiegel ausgezeichnet und haben ein Solar Keymark Zertifikat.



Das Hotel Edelweiss in Wagrain ist ein "Green Spa Hotel", das zu 100 % "Eco-friendly" betrieben wird und setzt bei der Heizungssanierung auf Hoval Pelletskessel.



Der neue Hoval Sonnenkollektor UltraSol aus Eigenproduktion - ultraschmal, ultraleicht und dabei höchst effizient

Hoval ist klima:aktiv pakt2020-Partner

Hoval ist im Sommer 2012 dem klima:aktiv pakt2020 beigetreten. Mit dem Beitritt zu der Initiative des Umweltministeriums hat sich das Unternehmen somit freiwillig zur Erreichung der heimischen Klimaziele verpflichtet.

Mindestziele, die bis zum Jahr 2020 umzusetzen sind:

- die Reduktion der Treibhausgas-Emissionen um 16 %
- die Steigerung der Energieeffizienz um 20 %
- die Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien auf 34 % des gesamten Energieverbrauchs
- die Erhöhung des Anteils erneuerbarer Energien im Transport- und Mobilitätsbereich auf 10 %

Im September 2012 unterzeichnete Geschäftsführer Mag. Franz Stöbich, stellvertretend für die Hoval Gesellschaft m.b.H., die Urkunde zum klima:aktiv pakt2020. Die Fortschritte und die Erreichung der Mindestziele werden jedes Jahr durch die Österreichische Energieagentur und das Umweltbundesamt geprüft. Weitere Informationen: www.klimaaktiv.at

Tradition trifft Innovation

Seit 1849 steht Backhausen für die Produktion hochwertiger, schöner und vor allem auch innovativer Textilien. Geschäftsführer Jürgen Teubenbacher im Gespräch über ein Unternehmen mit Geschichte und Weitblick.

hotelstyle: Backhausen zeichnet eine wirklich traditionsreiche Unternehmensgeschichte aus?

GF Jürgen Teubenbacher: Backhausen produziert seit 1849 hochwertige Stoffe, seit 1870 am Standort Hoheneich im Waldviertel. Das Unternehmen wurde als Weberei gegründet und wir führen es zurück zum Ursprung, indem wir die Geschäftstätigkeit schwerpunktmäßig auf die Produktion von hochwertigen Möbel- und Vorhang-Stoffen konzentrieren. Die Weberei in Hoheneich mit 19 Webmaschinen stellt das Herzstück des Unternehmens dar.

hotelstyle: Nach turbulenten Zeiten bleibt für das Unternehmen Backhausen eine erfolgreiche Zukunft gesichert. Gibt es Veränderungen im Unternehmen, die sich für Ihre Kunden in irgendeiner Form auswirken?

GF Jürgen Teubenbacher: Wir haben die Vielfalt der Kollektionsbücher neu geordnet. In Zukunft wird sich der Kunde leichter in unserem Angebot zurechtfinden. Das Portfolio wurde in vier Bereiche geteilt, die in Zukunft regelmäßig mit neuen Kollektionen erweitert werden. Diese vier Bereiche sind Classic, Country, Avantgarde und Unis. Im Segment Classic können wir mit dem zum Unternehmen gehörenden Archiv von über 3.500 Originalmustern von bekannten Künstlern der Wiener Werkstätte und des Jugendstils aus dem Vollen schöpfen. Stoffe aus dem Segment Country werden vor allem in Westösterreich, Bayern, Südtirol und der Schweiz stark

nachgefragt. Wir werden hier in Zukunft aber auch Stoffe anbieten, die dem Lebensgefühl der Provence, den Rocky Mountains oder dem schottischen Hochland entsprechen. Im Segment Avantgarde führen wir fort, was Backhausen schon um die Jahrhundertwende des vorigen Jahrhunderts ausgezeichnet hat: Die Kooperation mit zeitgenössischen Künstlern aus der bildenden Kunst und Architektur und die Entwicklung von Designs aus unserem eigenen Atelier bilden hier die Basis. Das Segment Unis ergänzt unsere Kollektionen mit einer großen Auswahl an einfarbigen, strukturierten und „falschen“ Unis, die sowohl eigenständig, als auch ideal als Kombistoffe zu allen aktuellen Backhausen-Kollektionen zum Einsatz kommen können.

hotelstyle: Innovation wird bei Backhausen seit jeher großgeschrieben. Was sind die jüngsten Errungenschaften in puncto Technologie?

GF Jürgen Teubenbacher: Wir haben das von Backhausen erfundene äußerst strapazfähige Faltengewebe weiter entwickelt und werden dazu im kommenden Jänner eine neue Kollektion auf den Markt bringen. Weiters sind wir gerade dabei für den Pflegebereich neue Stoffe zu entwickeln und wir sind in ein EU-Projekt eingebunden, das die Wiederverwertbarkeit von Arbeitskleidung zum Ziel hat.

hotelstyle: Was tut sich 2013 Neues hinsichtlich Farben und Designs, was sind die schönsten Trends?

GF Jürgen Teubenbacher: Mut zu Farbe ist deutlich erkennbar. Beeren- und Rottöne stehen nach wie vor auf der Hitliste, aber auch frische Grüntöne – in reizvoller Kombination zu weiß, nude oder schiefer. Die Designs präsentieren sich sehr facettenreich. Im ländlichen Bereich, den Backhausen sehr stark besetzt, dominieren Karos, Ornamente und Blumenmotive. Natürlichkeit ist bei Textilien ein Top-Thema: Locker und leicht, verspielte und romantisch wirkende Motive, natürliche Optik, starke Struktur, weicher Griff. Loden ist nach wie vor sehr gefragt, auch für moderne Einrichtungsstile. Daher kommt Backhausen im Herbst mit einer neuen Lodenkollektion auf den Markt, die die Vielfältigkeit in diesem Bereich zeigt, es muss nicht immer Uni sein.



hotelstyle: In der Referenzliste von Backhausen finden sich große Namen wie Hilton, Sheraton oder Sacher. Welche interessanten Hotel- und Gastronomieprojekte begleiten Sie gerade?

GF Jürgen Teubenbacher: Über laufende Projekte geben wir keine Auskunft, aber dieses Jahr wurden u.a. bereits das Falkensteiner Hotel in Schladming, das Palais Liechtenstein und das Kommunikationszentrum für Religionen in einem Wiener Stadtpalais mit Backhausen-Stoffen ausgestattet. Im Objektbereich arbeiten wir sehr intensiv mit ausgewählten Objekt-Partnern, die entsprechend ihrer Kapazitäten, Klein- und Mittelprojekte, oder auch größere Projekte abwickeln können. Wir konzentrieren uns auch in diesem Bereich auf unsere Kernkompetenz: die Produktion von hochwertigen Möbel- und Vorhangstoffen. Die Projektausführung läuft wie zuvor bereits erwähnt, über die Partnerbetriebe.

Herzlichen Dank für das Gespräch!

Backhausen GmbH

3945 Hoheneich 136
T +43 2852 502
hoheneich@backhausen.com
www.backhausen.com

Bereiche: Produktion, Großhandel-Österreich, Export, Projektausstattung, Outlet

Produkte: hochwertige, flammhemmende Möbel- und Dekorstoffe, Sonderanfertigungen ab 50 Laufmeter (eigenes Design-Atelier, eigene Weberei)



Dolaondes, Canazei – Arch. Ralf Dejaco; Interior: Rabe Dejaco & Mitterhofer



Italian Design

„Bei HOFER Fliesen & Böden bin ich in sicheren Händen.“
Arch. Ralf Dejaco

1.000 Oberflächen – 1 Ansprechpartner

Exklusive Wand- und Bodenbeläge gesucht? Im Unternehmen Hofer Fliesen & Böden findet man den Spezialisten für die Verlegung sämtlicher Materialien: dunkelgrauer Naturstein, helle Lärchen-Dielen und glitzerndes Glasmosaik, Kunstharz mit Metalleinschlüssen, Wellness- und Sauna-Landschaften, Whirlpool und Horizont-Becken.

Eine weitere Stärke ist die professionelle Schwimmbadsanierung und der schlüsselfertige Neubau von Pools. Das Angebot wird durch den Profi-Service und geeignete Pflege-Produkte für den Schutz hochwertiger Oberflächen abgerundet. Über 30 Jahre Erfahrung, mehr als 60 Mitarbeiter und namhafte Referenzen im In-

und Ausland sind Garant für den erfolgreichen und termingerechten Projektabschluss.

HOFER Fliesen & Böden GmbH
 Italien, Südtirol, Barbian & Bozen
 Tel. +39 0471 654 148
www.hofer.it

**Italienisches Design
 kombiniert mit
 Südtiroler Handwerk:**

- Wellness, Pools
- Naturstein, Fliesen
- Holz, Laminat
- Kunstharz
- Steinfassaden, Terrassen
- Service, Sanierung

