



Foto: Hansjörg

Monte-Rosa-Hütte

# Alte Werte – neues Design

Die Veränderung der touristischen Landschaft zeigt sich – neben der Rückbesinnung auf die kulinarischen Spezialitäten – wohl am deutlichsten in der Architektur. 1992 rückte die Südtiroler Gemeinde Sexten in den Mittelpunkt der Aufmerksamkeit. Erstmals verlieh die Vereinigung Sexten Kultur den Architekturpreis für Neues Bauen in den Alpen. Dahinter stand das Ziel, Gästen wie Einheimischen die Beziehungen zwischen Mensch und Natur, städtischem und ländlichen Raum und das Verhältnis von Architektur und alpiner Landschaft deutlich zu machen. Auch in den Nachbarländern entstanden bald ähnliche Initiativen und Wettbewerbe. Die angestammten Materialien des

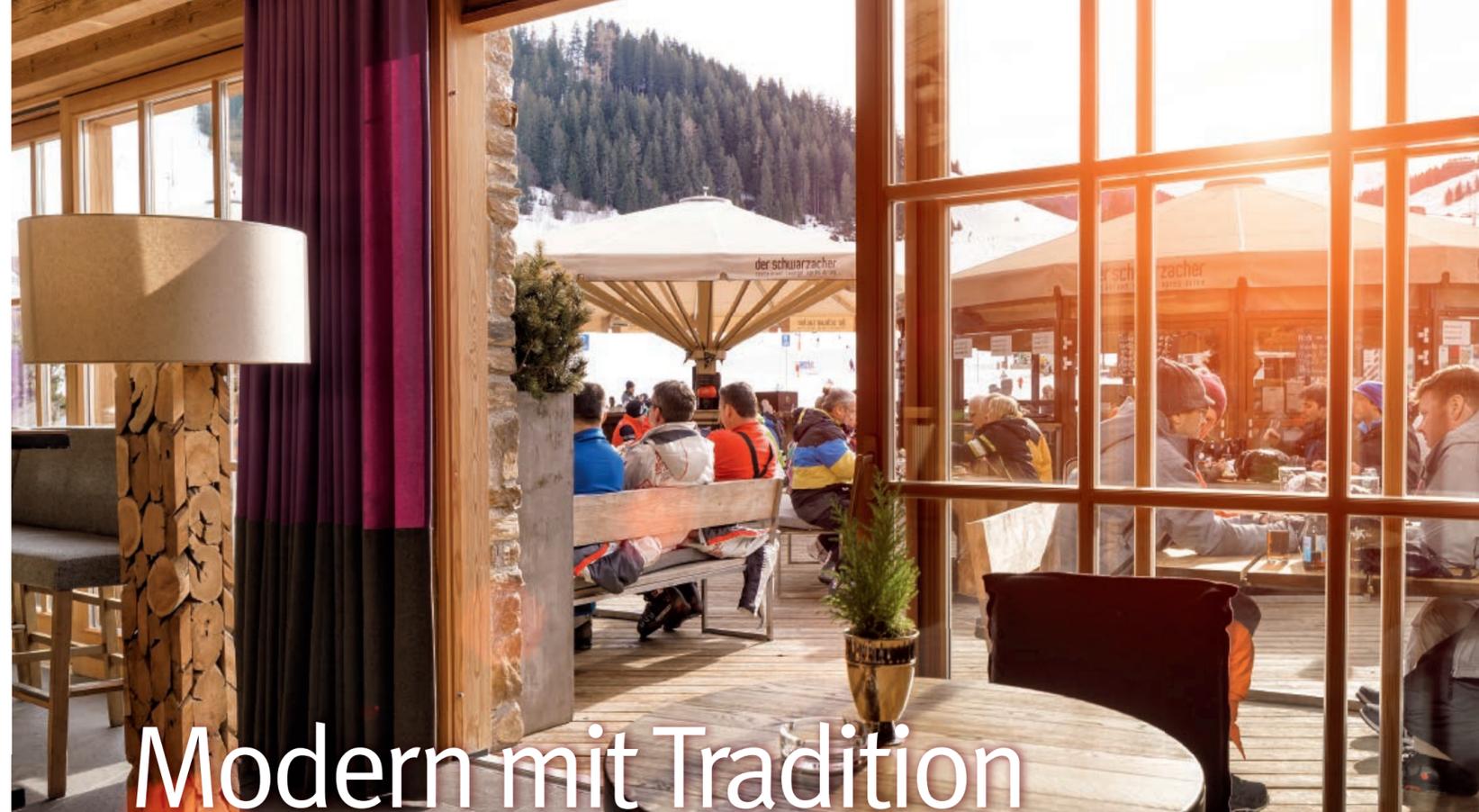
traditionellen Rohstoffen und Bauformen und interpretieren sie auf oft verblüffende Weise neu. Am extremsten sind dabei wohl die Berghütten. Hier erleben wir zum einen die konsequente Rückkehr zum gestalterischen Purismus, der sich seit Jahrhunderten in dem rauen Klima bewährt hat, zum anderen spektakuläre Bauten, deren Funktionalität mit modernsten Techniken erzielt wird. So etwa bei der Göuter-Hütte in den Savoyer Alpen oder der Monte-Rosa-Hütte, die wie aus einer anderen Welt erscheinen. Doch hat das Umdenken längst auch viele Restaurants, Gasthäuser und Hotels erfasst. Formschöne, protzfreie und perfekt in die Landschaft eingefügte Bauten aus heimischen Materialien setzen Zeichen – und signalisieren das Bekenntnis der Betreiber zu den Qualitäten der Region. Im waldreichen Vorarlberg gibt es etwa überraschende Holzbauten zu bewundern.



© Christoph Jung/Bergenerald.com

Alpenraums wurden gleichsam wiederentdeckt und führten zu einer Linie, die sich deutlich von dem gängigen Pseudo-Alpin-Stil unterscheidet, der viele Touristenorte heute kennzeichnet. Namhafte Architekten orientieren sich mit ihren Bauten an

**Man gönnt sich ja sonst nichts**  
Die Rückbesinnung auf tradierte Werte, Reduktion auf das Wesentliche, sparsamer Einsatz der Ressourcen, all diese wiederentdeckten Tugenden bedeuten keinesfalls einen Verzicht auf Komfort. Der neue Gast erwartet vielmehr das Besondere, Außergewöhnliche – in der Küche, im Service, im Ambiente. Authentizität ist gefragt, doch will niemand in einem Museum nächtigen! Entspannung bedeutet auch Mühelosigkeit dank zeitgemäßer Ausstattung. Die Gäste wollen verwöhnt, nicht versorgt werden.



# Modern mit Tradition

## Wie lassen sich Naturverbundenheit und moderner Komfort verbinden, wie bringt man individuellen Service und hohe Gästefrequenz in Einklang? Familie Hasenauer gelingt dieses Kunststück.

Mit der Eventlocation »Der Unterschwarzacher« in Saalbach Hinterglemm präsentieren die engagierten Gastronomen ein Meisterwerk, das aufs Schönste Tradition und Natürlichkeit mit gehobener Gastronomie und modernem Anspruch kombiniert: Denn in dem großen, massiven Holzbau steckt ein Feinschmeckertempel, der bereits mit zwei Hauben ausgezeichnet wurde. »Kein Suchen nach dem Extravagananten. Sondern ein Empfinden des Echten. ... Zeitlos, flexibel, zurückhaltend, ganz und gar auf das Wesentliche reduziert.« – so wirbt man für diese erfolgreiche Kombination. Und tatsächlich finden sich in dem rustikalen Ambiente klassische und moderne Genüsse, um die Gäste zeitgemäß im ansprechenden, traditionsreichen Rahmen zu verwöhnen – von köstlicher Hausmannskost ganz nach alter österreichischer Tradition bis zum lukullischen Verwöhnprogramm mit internationaler Note.

Naheliegender, dass man auch die Möglichkeiten des Freiluftgeschäfts in diesem Zentrum



des Wintersports nutzt, schließlich liegt »Der Unterschwarzacher« direkt an der Skipiste. Und ebenso konsequent wie bei Gebäude und Speisekarte setzen die Hasenauer auch hier auf Qualität und das Besondere. Die große Schirmbar passt sich mit ihrem rustikalen Altholz perfekt dem Gebäude an und auch die Ausstattung entspricht ganz einem anspruchsvollen Publikum in der Altersgruppe 25-Plus. Ergänzt um zwei Großschirme mit je 10 x 8 Metern und eine zusätzliche Außenbar kann die Freifläche nun optimal ausgenutzt werden. Die hochfahrbaren Windschutzwände der Schirmbar sorgen bei schönem Wetter für das gewünschte Open-Air-Feeling. Doch sieht man auch in der Sommersaison große Chancen für vielfältige Feste und Veranstaltungen in diesem attraktiven und funktionellen Umfeld.



Bildagentur: Wiskhaus / Imagebroker / Ulrich Fuchs

# Gastlichkeit 2014 DIE WICHTIGSTEN TRENDS

Im Zeitalter der Globalisierung und der sich ständig wechselnden Trends haben Tradition, Heimat, Bodenständigkeit und ehrliche Gastfreundschaft wieder Konjunktur. Gefragt sind frische, regionale und saisonale Spezialitäten auf der Speisekarte. In den Städten und Regionen des Landes lassen sich ganz typische regionale Speisen und Getränke entdecken und probieren. Die einzigartige Vielfalt der heimischen Küche begeistert die Gäste. Dabei gilt: **Regional schlägt Bio.**

Wohlfühlambiente anstelle von kühlem Design: cool war gestern, cosy ist heute. Hüttenatmosphäre steht hoch im Kurs. Gaststätten werden wieder zu Orten der Kommunikation – gerade in Zeiten von Twitter, Facebook & Co. Das gute alte Wirtshaus hat neue Chancen, sofern Angebots- und Servicequalität stimmen. Auch mit Blick auf die immer beliebter werdenden Freizeitaktivitäten wie Wandern und Radeln ergeben sich für diese Betriebe tolle Möglichkeiten als Ausflugsziele. Stammtische und große Tische sind zurück, so kommt man schneller ins Gespräch. Man trifft sich anstatt nur zu chatten, unterhält sich und lässt sich nicht nur unterhalten.

Je mehr Arbeit und Alltag innen stattfinden, desto mehr drängt es die Menschen nach draußen – in die Biergärten, auf die Terrassen oder in die Strandbars. Open-Air-Gastronomie vermittelt ein Gefühl von Freiheit vor Ort, steht für die kleine Auszeit zwischendurch und den Kurzurlaub im Alltag. Mit Blick auf die Weiterentwicklung von Technik, Design sowie neuen Getränke- und Speisekreationen ist Gastronomie unter freiem Himmel fast an jedem Ort realisierbar. Auch die Rauchverbote haben definitiv zu einer Verlängerung der Open-Air-Saison beigetragen. Sobald die ersten Sonnenstrahlen da sind, füllen sich auch bei Minusgraden die Außenplätze.

Aus: Trends in Gastronomie und Hotellerie, DEHOGA Bundesverband

## 12

OPEN-AIR DAS GANZE JAHR

»Letztes Jahr haben wir eine Weltreise gemacht, aber dieses Jahr wollen wir woanders hin.«

Gerhard Polt

Neue Chancen für die Heimat  
Alte Werte, neues Design  
Modern mit Tradition

Regionalwerbung mal anders

Gastlichkeit 2014 – die wichtigsten Trends

## News &amp; Trends

## Mehr Innovationen

»functional« und »smooth«, das sind die Kennzeichen der aktuellen Food-Trends: Essen soll leistungsfähiger, gesünder und schöner machen – und auch im Alter noch schmecken, wofür es spezielle »smooth«-Angebote geben soll. Dazu dienen auch spezielle Apps, die unsere Essgewohnheiten kontrollieren. Weitere Innovationen: Urban Gardening, zur (teilweisen) Selbstversorgung in der Stadt, und sogenanntes Aquaponic Farming, das gleichzeitig Fisch und Gemüse in einem geschlossenen Gewächshaus produziert.

## Mehr Investitionen

Nach einem Jahr der Zurückhaltung steigt die Investitionsbereitschaft der Tourismusbetriebe in Österreich wieder, so die Tourisbank ÖHT. Im Mittelpunkt steht dabei die Optimierung der Betriebsgröße zur besseren Auslastung, gefolgt von Qualitätssteigerung. Wettbewerbsdruck und immer kürzere Lebenszyklen touristischer Produkte zwingen die Branche wesentlich öfter zu Erneuerungen.

## Mehr Urlaub

Laut der alljährlich durchgeführten Geldstudie der Generali-Gruppe wollen 24 Prozent der Befragten (1.000 Personen ab 16 Jahren) 2014 mehr für Urlaub ausgeben, bei den unter 30-Jährigen sind es sogar 31 Prozent. Damit verdrängt der Urlaub den Bereich Wohlbefinden/Sport an der Spitze der geplanten Mehrausgaben.

## Mehr Touristen

Für 2014 prognostiziert der ITB World Travel Trends Report für Reisen aus und nach Europa steigende Zahlen. Insgesamt rechnet man mit einem Wachstum im Incoming von rund drei Prozent. Die stärksten Zuwächse werden dabei aus den Märkten Russland, Asien und den USA erwartet. Aber auch die Europäer sind weiterhin grenzüberschreitend reiselustig.

## Mehr Nachhaltigkeit

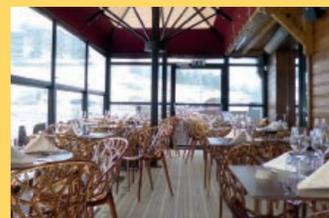
Nachhaltigkeit ist einer der wichtigsten Trends in der Baubranche. Das aktuelle EU-Architektenbarometer, das 1.600 Architekten in acht Ländern befragt, zeigt sowohl, dass sich das Verständnis von Nachhaltigkeit von Land zu Land unterscheidet, als auch, dass sich das Bild von Nachhaltigkeit mit der Zeit verändert.



## Die Schirmpar als Hotelbar

In den französischen Alpen knapp 100 Kilometer südlich von Grenoble liegt das »Wohlfühl-Skigebiet« Super Dévoluy. Zwischen 1500 und 2500 Metern Höhe können sich Wintersportler hier während der ganzen Saison über ideale Schneeverhältnisse und alle Arten von Skivergnügen freuen. Eine beliebte Destination ist das Chalets Margot, das gediegene Gastlichkeit mit savoir vivre verbindet. Dazu gehört seit kurzem auch eine außergewöhnliche Schirmpar. Denn sie bildet zugleich die vorgelagerte Hotelbar und stellt die direkte Erweiterung des Hauses dar. Entsprechend hochwertig ist die gesamte Gestaltung und Möblierung des Raums. Ähnlich wurde auch die Ergänzung des Restaurants auf der anderen Seite des Hauses gelöst: Dort sorgen zwei Großschirme mit einer Fläche von je

9 x 9 Metern für zusätzliche Plätze in attraktivem Umfeld, das durch elektrische Türen direkt mit dem Restaurant verbunden ist. Die Schirme und hochfahrbare Windschutzwände erlauben zudem bei schönem Wetter auch Open-Air-Genuss. Nicht zuletzt auch für die Sommermonate bedeutsam, denn dann ist die Skiregion ein beliebtes Wanderziel.



## Warum in die Ferne schweifen ...?

Je globaler unser Alltag wird, desto mehr Interesse findet offenbar die nähere Umgebung. Immer häufiger werden die Besonderheiten und Schönheiten, die gleichsam vor der Tür liegen, erkannt und geschätzt. Eigentlich eine positive Entwicklung, fernab von jedem Lokalpatriotismus. Auch wir von Meissl, obwohl schon durch unsere Kunden in aller Welt recht international aufgestellt, legen großen Wert auf die Qualitäten unserer Region. Seit jeher arbeiten wir mit heimischen Herstellern und Zulieferern gut zusammen. Hier bestehen langjährige, erfolgreiche Geschäftsbeziehungen, man kennt sich und spricht die gleiche Sprache – nicht nur im wörtlichen Sinne. Mit einem Wort: Da weiß man, was man hat. Weltweite Kontakte und grenzenlose Kommunikation auf der einen Seite, Wertschätzung und Genuss der eigenen Heimat auf der anderen. Ich denke, das ist eine zukunftssichere Kombination.

Herzlich

## Regionalwerbung mal anders

Um auch in der Westschweiz auf die Vorzüge ihrer Region hinzuweisen, wählte das Schweizer Skigebiet Adelboden-Lenk gemeinsam mit der Berner Werbeagentur franz&rené eine ungewöhnliche Lösung: Den Romands wurde der Schnee von Adelboden-Lenk mit feinstem Speiseeis – natürlich von einem einheimischen Pâtisseries – schmackhaft gemacht! Ein eigener Glacéwagen fuhr durch Lausanne, Bulle, Vevey, Neuenburg, Freiburg und Biel und verwies mit dem Slogan »Der beste Schnee der Schweiz« auf die guten Schneeverhältnisse und den ausgezeichneten Zustand der Pisten.



Landauf, landab propagieren die Fremdenverkehrsverbände eine neue Regionalität. »Sanfter Tourismus« lautet das Zauberwort.

Wettbewerbe für nachhaltige Reiseformen werden ausgeschrieben, die Touristiker entwickeln neue Konzepte, bei denen die reizvollen, doch oft übersehenen Eigenheiten der Umgebung im Fokus stehen.

nutzt man gerne für einen Städtetrip oder eben für das kleine »Abenteuer um die Ecke«. Doch dieser Wandel bedeutet auch neue Herausforderungen für Gastronomen und Hoteliers. Denn die Ansprüche an Service

## Neue Chancen für die Heimat

Tatsächlich geht es um mehr als eine Marketingidee, die Nachfrage ist da und sie wächst weiter. Dafür gibt es verschiedene Gründe: Ein Faktor ist sicher der demografische Wandel, die Reisenden werden älter, und zudem werden viele Ältere Reisende. Sport-Events, Disko und Après Ski stehen da weniger im Vordergrund. Außerdem scheuen sich viele vor den politischen und wirtschaftlichen Konflikten in fernen Gastgebeländern. Dazu kommt eine weitreichende Sehnsucht nach Entspannung und ländlicher Idylle, die sich ebenso in den Erfolgen von Magazinen und Sendern wie Landlust oder Servus TV spiegelt wie in der Wiederentdeckung der heimischen Küche mit den entsprechenden Rezepten und Zutaten. Auch die lange vergessenen Heimatmuseen verzeichnen wieder Zulauf. Und noch ein Punkt spielt mit: Kurzurlaube werden immer beliebter und Reisen von drei, vier Tagen oder einer Woche

