

bona

LIFESTYLE

6. JAHRGANG
AUSGABE 1
2019

DAS MAGAZIN FÜR FORTGESCHRITTENE

BEWEGUNG

IM IMMOBILIENMARKT
AM BERG
IN DER HOTELLERIE
BEIM FLIEGEN

DIE BESTEN
Whisky
Kaffee
Wein

Von romantischen Hotels, herrlichen Golf-Resorts,
einem **historischen Luxushotel** in Wien und von den
Traumdestinationen *Griechenland* und **Malediven**

bybonacasa

MEHR FREIZEIT UND RUNDUM WOHLFÜHLEN

Bei bonacasa entscheiden Sie, welche Dienstleistungen Sie in Anspruch nehmen wollen. Dank der App und der Service-Hotline von bonacasa steht Ihnen Wohnen mit individuellen Services und Sicherheit immer zur Verfügung – täglich und rund um die Uhr.

«Da ich viele meiner Kunden aus den bonacasa-Überbauungen schon seit Jahren kenne, ist schnell einmal klar, was sie gerne hätten. Ich denke da an den Geschäftsherrn, der nach seiner Ferienrückkehr immer einen gefüllten Kühlschrank vorfinden will. Die älteren Mieter zählen auf meine Unterstützung und besuchen mich oft und gerne zu meinen festen Anwesenheitszeiten.»

Silvia Kurth, Concierge von bonacasa

Services wie gewünscht

www.bonacasa.ch | 0800 111 811

bonacasa

bonacasa

editorial

Simone Leitner
Chefredaktorin



Bewegung hilft immer

Irgendwann trifft es jeden und jede. Irgendwann erkennen wir, dass Bewegung nicht nur gesund, sondern auch erleichternd im Alltag ist. Deshalb stellen wir uns auch irgendwann die Allerweltsfrage: Wie halten wir uns fit? Für später im Leben, für die kommende Wandersaison, für den täglichen Hundespaziergang. Gründe gibt es zuhauf. Fitnessprogramme auch. Wir wissen es alle: Bewegung hilft. Immer. Schliesslich bewältigen wir einen Job und einen Alltag, der uns fordert. Und der uns bewegt.

Wir haben in dieser Ausgabe das Thema «Bewegung» in den Mittelpunkt gestellt, haben uns gefragt, was die Immobilienbranche heute und in Zukunft bewegt, wie sich eine Frau als Gipfelstürmerin und Bergführerin am Matterhorn fühlt und warum Vorschulkinder mit Senioren glücklicher werden? Interessiert hat uns auch die Mobilität, und wir haben uns erkundigt, ob fliegen denn überhaupt nachhaltig sei kann? Denn Luftfahrt-Experten warnen die Branche vor dem überproportionalen Wachstum des CO²-Ausstosses. Was der Head of Corporate Communications bei der Edelweiss Air dazu sagt und warum einzelne humanitäre Aktionen für bewegende Momente sorgen, lesen Sie hier.

Der Leerstand auf dem Schweizer Wohnungsmarkt beschäftigt die Branche und ruft detaillierte Analysen auf den Plan. Fazit: Nur wer heute Wohnraum attraktiver gestaltet, hat

Erfolg. Daher boomen Unternehmen wie die bonacasa AG, die als Marktführerin für Wohnen mit Services und Sicherheit die Nase vorne hat. Innovationen und Visionen sind gefragt, Stillstand und Bewegungslosigkeit sind passé. Eine spannende Studie geht ins Detail – lesen Sie ab Seite 10 mehr dazu.

Handgemachte Brände aus der Mikrobrennerei sind genauso gefragt wie handverlesener Kaffee. Was es für die Herstellung, Verarbeitung und Zubereitung eines perfekten Whiskys oder Kaffees braucht, erzählen leidenschaftliche Spezialisten. Und Spezialistinnen. Denn wenn die Tochter mit dem Vater am Brennkessel steht, wird es richtig gut. Wie immer waren wir auf Reisen, haben neue und bekannte Destinationen erkundet und wieder die schönsten, tollsten und spannendsten Hotels besucht. Nicht publiziert haben wir unsere Reportage über Sri Lanka, diesen wunderschönen und zauberhaften Inselstaat im Indischen Ozean. Der Zeitpunkt nach den Attentaten ist nicht der richtige. Wir sind aber überzeugt, dass die Magie von Sri Lanka nicht verloren geht.

Nun wünsche ich Ihnen beim Lesen und Durchblättern von bonaLifestyle gute Unterhaltung und bei den Wettbewerben viel Glück.

AUF EINEN BLICK

BEWEGUNG

Weniger Leerstand dank guten Services

Frauen am Matterhorn

Generations Hand in Hand

Welche Trends beim Reisen bewegen

Kann Fliegen nachhaltig sein?

Seiten **10 bis 35**

NEU KURZ BÜNDIG Seite **36**

DER ÖSCHBERGHOF Seite **68**

SPANISCHER WEIN Seite **54**

WETTBEWERBE Seiten **49, 57**

IMPRESSUM Seite **82**



BRENNEREI SCHWAB Handgemacht
Härdöpfeler bis Gin Seite 38



KAFFEE Erlesen
Alles für die Bohne Seite 44



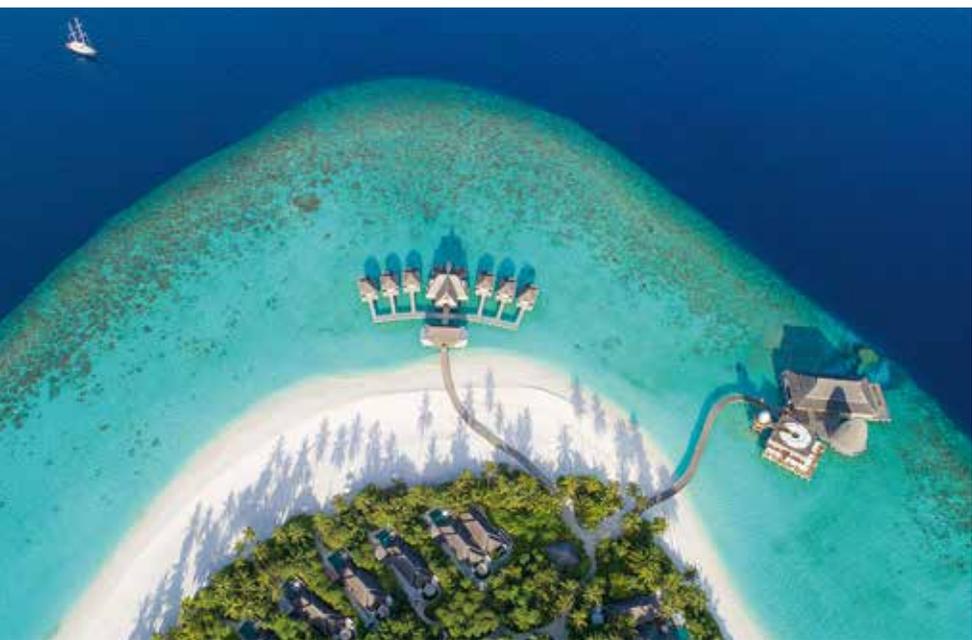
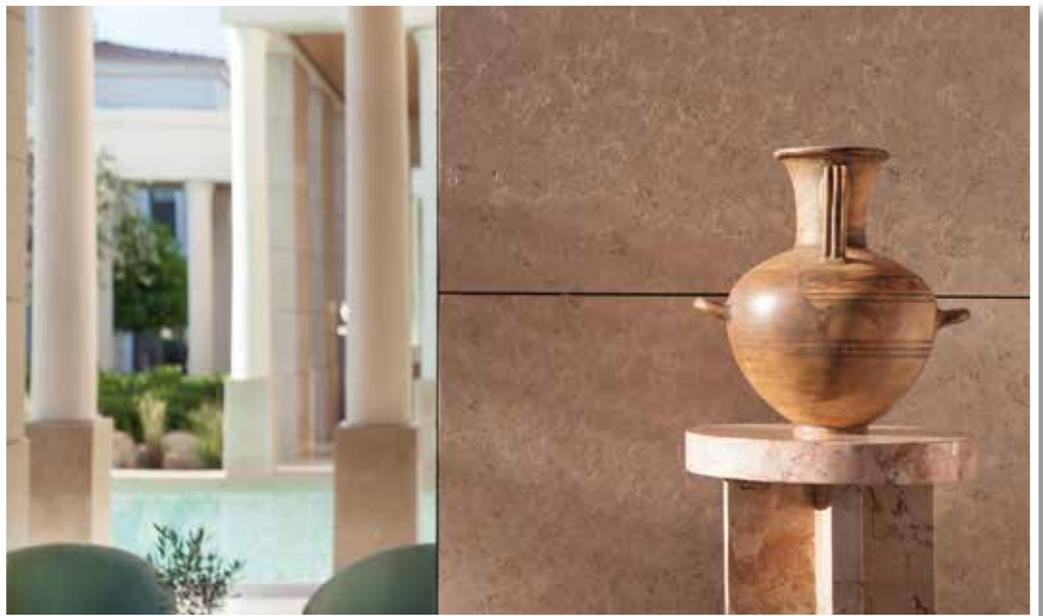
ROMANTIK HOTEL
Sternen
*Im grünen
Bereich* Seite 50

AUF EINEN BLICK

Sölden Gipfelwein *mit*
James Bond Seite 58

Wien Lebenswerte
Metropole Seite 62

GRIECHENLAND
Klassische
Eleganz Seite 70



MALEDIVEN
Smaragdgrüne
Unterwasserwelt Seite 76

bonainvest

Zukunft inklusive

Immobilienanlagegesellschaft mit wegweisender Strategie, einzigartigem bonacasa-Konzept für vernetztes Wohnen und nachhaltigen Erfolgsaussichten.

Der Gesamtansatz des vernetzen Wohnens lässt sich an einem Ort entdecken, anfassen und erleben.

www.smartlivingloft.ch



www.bonainvest.ch

Juwel am Meer

Umgeben von Zyperns üppiger Vegetation grenzt das Luxushotel Anassa direkt an die Akamas-Halbinsel und das Naturschutzgebiet.



Die Akamas-Halbinsel an der westlichen Spitze Zyperns ist ein Eldorado für Naturliebhaber. Das rund 200 Quadratkilometer grosse Naturschutz-Reservat erhebt sich vom Meer bis zu einer Höhe von 400 Metern. Benannt nach dem Sohn des Sagenhelden Theseus, ist die Akamas eine der schönsten Regionen der Sonneninsel mit frisch sprudelnden Bergquellen und Landstrichen voll wilder Orchideen und Alpenveilchen. Nirgendwo sonst ist die Natur so urwüchsig, unberührt und intakt wie hier. Mit Kiefern bewachsene Klippen fallen steil ins türkisfarbene Meer und an der zerklüfteten Küste wechseln sich felsige Strände, romantische Buchten und weisse Sandstrände ab. Das Luxushotel Anassa grenzt direkt an die Akamas-Halbinsel und ist daher idealer Ausgangspunkt für Ausflüge in das Naturschutzgebiet, das zu Fuss, mit dem Mountainbike oder auch per Jeep-Safari erkundet werden kann. Die Wanderrouen sind sogenannte Naturlehrpfade, die den

Wanderer durch Hinweistafeln über die artenreiche Pflanzen- und Tierwelt informieren. Beliebte Ziele sind das «Bad der Aphrodite», eine Süsswasserquelle, in der die Göttin der Liebe der Legende nach gebadet haben soll. Am westlichsten Zipfel der Halbinsel verläuft das Kap Arnaoutis mit seinen windgeschützten Buchten. Abseits der Touristenströme finden sich hier ideale Plätze für ein lauschiges Anassa-Strandpicknick. Der Picknick-Hamper für den Ausflug, zubereitet von Anassas Executive Chef David Goodridge, enthält köstliche Sandwiches, Salate, Obst und hausgemachtes Brot.

Zum diesjährigen Saisonstart glänzt das Luxushotel erneut mit einer Top-Platzierung bei den Condé Nast Traveller Awards: Zyperns führende Hotelikone wurde in der Kategorie «Best Hotels and Resorts in the World» mit der begehrten Gold List 2019-Auszeichnung geehrt.



BEWEGUNG

IMMOBILIEN

Weniger Leerstand



Der Immobilienmarkt ist in Bewegung: Einerseits bleibt die Schweiz attraktiv für Investoren – das Zinstief und die Digitalisierung prägen die Branche positiv –, andererseits ist die Wohnlandschaft von Leerständen geplagt. Die bonacasa AG, Marktführerin im Wohnen mit Services und smarterer Haustechnologie, macht Liegenschaften attraktiver.

SIMONE LEITNER

BEWEGUNG

IMMOBILIEN

Die Digitalisierung führe dazu, dass innovative Konzepte wie Coworking-Spaces, Mikro- und Serviced-Apartments in der Investorengunst zulegen. Das sind Ergebnisse des «Trendbarometer Immobilien-Investmentmarkt 2019» von Ernst & Young (EY) in der Schweiz. Die bonacasa AG, die schweizweit als Marktführerin Wohnen mit Sicherheit und Services anbietet, liegt voll im Trend. «Die Grundidee dieses Konzepts ist bereits 20 Jahre alt. Nun sind Zeit und Technik reif und wir starten durch», sagt bonacasa-Geschäftsführer Hans Fischer.

77 Prozent der Befragten sehen den Schweizer Immobilienmarkt im Spätzyklus und erwarten beim Transaktionsvolumen eine Seitwärtsbewegung auf hohem Niveau. «Der Schweizer Markt präsentiert sich weiterhin mehr als respektabel. Die wirtschaftliche Kraft und politische Stabilität sind für Investoren gewichtige Argumente, die auch 2019 für die Schweiz sprechen», sagt Claudio Rudolf, Autor der Studie «Trendbarometer Immobilien-Investmentmarkt» von EY. So nennen alle Befragten Portfoliobereinigungen als präferierte Investmentstrategie. 94 Prozent setzen zudem auf selektive Ankäufe.

Durch das bereits sehr hohe Preisniveau schwenken viele Umfrageteilnehmer auf Investitionen im Bestand als Alternative zu kostspieligen Zukäufen um. Lediglich die Überproduktion im Baugewerbe sowie eine erwartete Rückläufigkeit der Preise von Detailhandelsflächen in peripheren Standorten können das insgesamt positive Bild für die Investoren etwas trüben.

Als die prägendsten Megatrends der kommenden fünf bis zehn Jahre identifizieren die Befragungsteilnehmer den demografischen Wandel, die Zinspolitik und die Digitalisierung. Neben den reinen Effizienzgewinnen wird Digitalisierung auch zum Standortfaktor und -vorteil: Eine gute Konnektivität kann Lagenachteile ausgleichen. So teilt eine grosse Mehr-

heit der Befragten die Meinung, dass Städte, die sich stärker mit dem Digitalisierungstrend beschäftigen, sogenannte Smart Cities, daraus Standortvorteile ziehen werden. Knapp über die Hälfte stimmt zudem der Aussage zu, dass auch dezentrale Bürolagen in Trendbezirken gegenüber etablierten Zentrallagen profitieren werden.

Wohneigentum bleibt auch bei den derzeit hohen Immobilienpreisen fast überall in der Schweiz die preiswertere Wohnform. Bei einer Vollkostenrechnung schneidet die Eigentumswohnung im Mittel um 18 Prozent günstiger ab als eine vergleichbare Mietwohnung. Werden nur die liquiditätswirksamen Kosten berücksichtigt, fällt das Resultat noch deutlicher zugunsten des Wohneigentums aus. Zu verdanken ist dies den anhaltend tiefen Hypothekenzinsen, die in Verbindung mit dem günstigen Wirtschaftsumfeld und der guten Arbeitsmarktlage eigentlich die Nachfrage beflügeln müssten.

Tatsächlich wird die Nachfrage nach Wohneigentum jedoch durch die strikte Regulierung eingeschränkt. Das Preiswachstum dürfte daher verhalten und unter der Marke von 2 Prozent bleiben. Dass die Preise überhaupt steigen, ist der schwachen Bautätigkeit zuzuschreiben. Weil sich die Promotoren auf den Mietwohnungsbau konzentrieren, nimmt die Produktion von Wohneigentum immer mehr ab. Dies führt stellenweise zu Knappheitserscheinungen, die sich in höheren Preisen manifestieren. Als Folge der regulatorisch gedrosselten Nachfrage und des vernachlässigten Baus von Wohneigentum dürfte die Eigentumsquote 2019 erstmals seit Langem wieder sinken.

In ihrer Untersuchung des Immobilienmarktes zeigt die Credit-Suisse unter anderem auf, dass die Wohnungslandschaft der Schweiz zunehmend von Leerständen gekennzeichnet ist. Ein solches Marktumfeld zwingt

die Vermieter zur Rückbesinnung auf die Qualität ihres Produktes, schreibt die CS in ihrer Studie «Schweizer Immobilienmarkt 2019». Gut durchdachte Grundrisse könnten die Qualität einer Wohnung stark verbessern und somit einiges zur Senkung des Leerstandrisikos beitragen. Folglich muss das alte Credo zu den werttreibenden Faktoren im Wohnungsmarkt – «die Lage, die Lage und nochmals die Lage» – eventuell durch die Frage nach der Qualität der Grundrisse ergänzt werden.

Obwohl die Grundrissqualität von Wohnungssuchenden als sehr relevantes Kriterium genannt wird, wurden Grundrisse von einem nicht unwesentlichen Teil der Immobilienwirtschaft lange Zeit vernachlässigt. Die Tatsache, dass die Wohnungsabsorption in den letzten 20 Jahren problemlos funktionierte, dürfte hierzu beigetragen haben. Darüber hinaus liess sich die Grundrissqualität bisher nur schwer objektiv beurteilen.

Digitale Technologien erlauben es jedoch neuerdings, Grundrissqualitäten quantitativ und damit objektiv zu bestimmen. Mithilfe von Algorithmen lässt sich beispielsweise der Lichteinfall für jedes Zimmer rechnerisch ermitteln, sodass die Helligkeit der Wohnung quantifiziert werden kann. Grundrisseigenschaften werden also besser miteinander vergleichbar, und Interessenten verfügen über Kennzahlen, ohne die Wohnung besichtigen zu müssen. Einen idealen Grundriss gibt es indes nicht, denn je nach Zielgruppe stehen andere Grundrisseigenschaften im Vordergrund. Auf Basis der Kennzahlen lässt sich eine Wohnung jedoch besser auf eine Zielgruppe abstimmen und präziser am Markt positionieren. Qualität schützt vor Leerstand.

Hans Fischer, Geschäftsführer der bonacasa AG, glaubt auch, dass heute der Ausbau einer Wohnung über erfolgreiche Vermietung beziehungsweise Verkauf und Leerstand entscheidet.



Weniger Leerstand dank guten Services
und schönem Grundriss: bonacasa
macht Liegenschaften attraktiver.

Hans Fischer, glauben Sie, dass die zunehmenden Leerstände in der Schweizer Wohnlandschaft die Bauherrnschaft zur Reflexion bewegt?

Auf jeden Fall. Alle Bauherren mit professionellen Strukturen wissen schon längst um diese Fakten und Tendenzen und haben mit passenden Massnahmen reagiert oder werden dies zumindest noch tun. Die bonacasa AG profitiert von dieser Entwicklung: Wohnen mit Services respektive Wohnen mit Sicherheit und Services ist nicht nur ein identifizierter Trend weltweit, sondern ein echtes Bedürfnis in der Schweiz. Da wir das vernetzte Angebot von Bau, 24/7-Sicherheit, Dienstleistungen und Smart-Home-Technologie seit vielen Jahren schon anbieten und für externe Bauherren ökonomisch vorteilhafte Einstiegsmöglichkeiten bieten, erfreuen wir uns sehr grosser Nachfrage.

Wird nun weniger oder smarter gebaut?

Weniger Neubauprojekte, das liegt auf der Hand. Ganz bestimmt aber wird in bestehende Bausubstanz mehr investiert werden – und das auf jeden Fall auch smarter. Der Begriff «smart» ist vielschichtig. Nimmt man das aktuell so populäre «Smart Home», also intelligente Haustechnologie, wird dies meines Erachtens auf jeden Fall zum Standard. Die bonacasa AG hat verschiedene Anbieter von smarterer Haustechnologie im Realbetrieb getestet und festgestellt, dass es enorme Unterschiede in der Zuverlässigkeit und in der Bedienerfreundlichkeit gibt. Es wird noch eine ganze Weile dauern, bis sich ein Quasi-Standard etabliert haben wird.

Mit dem Baustandard und den ganzen Dienstleistungen, die bonacasa anbietet, wird ein enorm grosser Mehrwert geboten. Sind Wohnungen mit Haustechnologie und Serviceangebot die Zukunft?

Wie gesagt, gehe ich persönlich davon aus, dass Smart-Home-Technologie in den nächsten Jah-



Hans Fischer, Geschäftsführer der bonacasa AG, geht davon aus, dass Smart-Home-Technologie in den nächsten Jahren zum Standard wird.

ren zum Standard wird – im Eigentumsbereich sowieso, in den Mietwohnungen stark zunehmend. Die bonacasa AG geht insofern weiter und bietet Mehrwerte, indem ein Vernetzungsuniversum verschiedener Sparten angeboten wird: Neben der intelligenten Haussteuerung lässt sich via Tasten oder Sprachsteuerung ein Notruf auslösen und die Kommunikation mit der Notrufzentrale von bonacasa läuft direkt und freisprechend in der Wohnung ohne Telefon. Eingebunden in dieses Wohnerlebnis der Zukunft – bei bonacasa der Gegenwart – sind Dienstleistungen rund um die alltäglichen Bedürfnisse zu massenmarkttauglichen Preisen. Und das nach dem Verbraucherprinzip: Wer nichts konsumiert, bezahlt nichts.

Sind diese Mehrwerte nur in Wohnsiedlungen des Luxussegments möglich?

Absolut nicht. Wir haben derzeit 1000 eigene Wohnungen und knapp 7000 von externen Bauherren unter Vertrag. Ende Jahr werden es deutlich mehr als 10 000 sein. Und bei all diesen Wohneinheiten gibt es grosse Unterschiede betreffend Lage, Materialisierung,

Quadratmeterpreisen und Bewohnern. Wichtig ist, dass die Angebote auf die entsprechenden Kundensegmente zugeschnitten sind. Im Luxussegment werden selbstverständlich mehr individuelle Services gebucht als im Billigwohnungsbereich. Aber der grösste Markt mit den höchsten Servicequoten ist das mittelständische Angebot.

Kann der erfolgreiche bonacasa-Standard eine schlechtere Lage kompensieren?

Er kann dabei helfen. Aber die Lage bleibt meines Erachtens nach wie vor absolut entscheidend. Wir können Mehrwerte schaffen, jüngeren Kunden zeitgeistige Wohnerlebnis und Komfortlösungen bieten, älteren Bewohnern ermöglichen, lange in den eigenen vier Wänden zu wohnen, aber die Nachteile von schlechten Lagen oder schlechter Architektur können wir leider nicht ganz wegzaubern. ■

bonacasa

bonacasa bietet attraktive Eigentums- und Mietwohnungen mit smarten Details. Ob Single, Familie, Berufstätige oder Senioren: bonacasa ermöglicht allen Menschen ein komfortables, sichereres und langes Wohnen in den eigenen vier Wänden. Jüngere Kundinnen und Kunden profitieren vorab von Komfortdienstleistungen, ältere leben maximal lange sicher und autonom im liebevoll ausgestatteten Zuhause.

www.bonacasa.ch

Kommentar

Immobilien – und sie bewegen sich doch



IVO BRACHER
Präsident des Verwaltungsrats
und Vorsitzender der
Geschäftsleitung bonainvest
Holding AG

Das iPhone hat die Art und Weise, wie wir kommunizieren, planen, arbeiten und in der Zwischenzeit auch bezahlen, verändert. Das ist ein Beispiel von vielen. Denn Veränderungen nehmen immer mehr an Tempo auf und bewegen mittlerweile auch vermeintlich immobile Immobilien. Auch Werke aus Ziegelstein und Mörtel müssen auf neue technische und gesellschaftliche Anforderungen reagieren. Demografische Veränderungen wie die Altersstruktur oder die zunehmende Singularisierung haben sehr konkrete Einflüsse auf Architektur, Technologie und Dienstleistungsangebot rund um die Immobilie. Auch die Klimaveränderung fordert die Verantwortlichen von Immobilien: Es ist eine Frage der Zeit, bis wir im Sommer mehr Energie verbrauchen werden als im Winter. Alle diese Einflüsse zwingen zeitgeistig agierende Bauherren und Investoren zu vorausschauender Planung, Digitalisierung und Adaption der Trends.

Die bonainvest Holding AG und ihre Tochtergesellschaft bonacasa AG bewegen sich seit Jahren proaktiv: Ihre Liegenschaften liegen zentral, sind barrierefrei gebaut, bieten komplexe aber intuitiv verständliche Smart-Home-Technologie, 24/7-Notruflösungen und eine Palette an individuellen Services rund ums Wohnen für Jung und Älter.

Jüngere Bewohner profitieren von zeitgeistigem, komfortablem Wohnen mit Services und älteren wird möglichst langes, autonomes Leben in den eigenen vier Wänden ermöglicht.

bonainvest-Gebäude und -Wohnungen sind bewegliche Immobilien, weil sie verschiedenen Ansprüchen genügen und wir die Zeichen der Zeit nicht nur erkannt, sondern auch integriert haben. Aktuell verantworten wir 1000 eigene Wohnungen und 7000 von Drittinvestoren. Ob für uns oder für unsere Geschäftspartner: Wir nutzen die Chancen der Digitalisierung, um möglichst kostengünstig Lebensqualität und Sicherheit zu schaffen. In unseren generationsgemischten Siedlungen bieten wir zudem Hand, dass ältere Bewohnerinnen und Bewohner sich sozial und körperlich in Bewegung halten – es gibt keinen Zweifel, dass man gesünder altert, wenn man sich geistig und körperlich bewegt, sich trifft und sozial vernetzt.

Wie wir bauen, vernetzen und Services erbringen – für eigene Wohnungen oder für Drittanbieter –, können interessierte Privat- und Geschäftspersonen auf Anfrage sehr gerne in der eigens dafür gebauten Smart Living Loft in Oensingen besichtigen.

BEWEGUNG

FRAUEN

Im Aufstieg



Die Geschlechtergeschichte des Bergsportes bewegt und hat es in sich. Auch im 21. Jahrhundert sind Gipfelstürmerinnen und diplomierte Bergführerinnen immer noch in der Minderheit. Aber wie fühlen sie sich dabei?

SIMONE LEITNER

BEWEGUNG

FRAUEN



Von jeher steht die Schweiz an der Weltspitze, wenn es um Alpinismus geht. Doch Bergführerinnen sind auch heute noch rar. Wie es Suzanne Hüsler am Berg ergeht und wie sie von ihren Gästen als Frau wahrgenommen wird, erzählt die renommierte Bergführerin und Expeditionsleiterin sehr anschaulich. Eine lange Berggeschichte, in der die Frau immer auch eine Hauptrolle spielte. Angefangen hat alles mit dem Gipfel eines magischen Berges: mit dem Matterhorn.

Am 14. Juli 1865 bestieg der Brite Edward Whymper als erster Mann und Mensch das Matterhorn. Und obwohl der ikonische Berg nur sechs Jahre später bereits von einer Frau bezwungen wurde, sind die Felswände

Männerdomäne geblieben. Noch heute kämpfen Bergsteigerinnen und -führerinnen nicht nur mit Naturgewalten am Berg, sondern auch mit Gender-Vorurteilen. Als Lucy Walker 1871 als erste Frau das Matterhorn bestieg, war zwar ein denkwürdiger Meilenstein in der Alpingeschichte gesetzt, doch die Geschichte der Frauen am Berg sollte eine lange werden. Erst 1980 trug dieses Glanzstück des Frauenalpinismus Früchte: Endlich konnten Frauen dem Schweizer Alpen-Club SAC beitreten.

In der Minderheit

Heute, viele Jahre später, sind Gipfelstürmerinnen und diplomierte Bergführerinnen immer noch in der Minderheit. Eine davon

ist Suzanne Hüsler. Klettern, Berge, Natur und die schöne Kameradschaft haben sie bereits als Kind und Jugendliche fasziniert. Mehr noch: zu einem besseren Menschen gemacht. Offen erzählt Suzanne Hüsler, wie hoch ihr Bewegungsdrang war, wie sie und ihr Umfeld unter ihrer Unruhe litten. Irgendwann und irgendwie fing das junge Mädchen an zu klettern, konnte sich austoben, lernte junge Berg-Kollegen kennen, wurde als Sportlerin und Mensch akzeptiert und gefördert. Die junge Suzanne Hüsler hatte eine Leidenschaft entdeckt, die sie nie mehr loslassen sollte.

Als sich der Schweizer Alpenclub SAC vor 150 Jahren formierte, hielt er in seinen Statuten fest, «Schweizer» und «Bewohner



Die leidenschaftliche Bergführerin und Expeditionsleiterin Suzanne Hüser (oben links) hat ihr Herz an Zermatt verloren. Auch heute noch sind Gipfelstürmerinnen in der Minderheit.

BEWEGUNG FRAUEN

«Matterhorn: No Ladies Please!»

Der Riffelberg wird diesen Sommer wieder zum Theaterplatz: Vom 11. Juli bis 1. September 2019 zeigen die Freilichtspiele Zermatt mit «Matterhorn: No Ladies Please!» erstmals eine historische Komödie auf dem Riffelberg. Wie bereits in den Jahren 2015 und 2017 ist die Berner Theaterautorin und Regisseurin Livia Anne Richard für das Buch und die Inszenierung der Uraufführung verantwortlich. Nachdem die Autorin und Regisseurin Livia Anne Richard 2015 die Erstbesteigung des Matterhorns durch die Seilschaft um Edward Whymper auf die Bühne brachte («The Matterhorn Story») und 2017 mit «Romeo und Julia am Gornergrat» eine der bekanntesten Liebesgeschichten nach Zermatt versetzte, dreht sich im Sommer 2019 wieder alles ums Matterhorn. Mit der Verpflichtung von Eliana Burki ist den Machern ein wahrer Coup gelungen: Die renommierte Musikerin und Alphornistin, welche mit dem Alphorn experimentiert und dadurch musikalische Tabus bricht, ist für die Musik verantwortlich. Auch die erste Frau auf dem Matterhorn, Lucy Walker, hat Tabus gebrochen.



der Schweiz» als Mitglieder aufzunehmen. Und schuf damit die Grundlage eines Disputs: Waren «Schweizer» und «Bewohner der Schweiz» auch Frauen? Durften sie Mitglieder des SAC werden? Oder eben nicht? Im Jahr 1879 tauchte die sogenannte «Frauenfrage» erstmals auf der Traktandenliste der Abgeordnetenversammlungen des SAC auf. Was die Herren damals nicht wissen konnten: Ihr Club würde sich genau 100 Jahre lang mit dieser Frage auseinandersetzen müssen. In den frühen Jahren sorgte dabei vor allem das Fehlen einer nationalen Lösung für Unruhe im Club. Manche Sektionen schlossen Frauen aus, andere nahmen sie auf und beantragten nationale Ausweise, die ihnen das «Central-Comité» wiederum verweigerte. Immer wieder suchten die Abgeordneten nach einer Lösung. Doch ohne Erfolg. Einmal vertrugen sie den Entscheid auf das nächste Jahr, ein anderes Mal schoben sie ihn den Sektionen zu, ein weiteres Mal versuchten sie vergeblich, ihre Statuten anzupassen. Bis im Jahr 1907: An-

lässlich der Versammlung in Bern entschieden die Abgeordneten, die Frauen ausdrücklich aus dem Club auszuschliessen. Bisherige weibliche Mitglieder durften Mitglied bleiben, ihre Clubabzeichen jedoch nicht mehr tragen. Die Antwort der Frauen: 1918 gründeten sie den Schweizerischen Frauen-Alpen-Club (SFAC).

Die Leidenschaft siegt

Die Gender-Frage ist auch im Jahr 2019 noch nicht abschliessend geklärt: «Wenn ich mich bei den Gästen als ihre Bergführerin vorstelle, reagieren einige immer noch erstaunt und sind besorgt, ob ich als Frau mit ihnen den Gipfel bezwingen kann», sagt Suzanne Hüsler. Das passiere nicht etwa nur bei Berggängern aus fremden Kulturen, nein, auch bei Schweizer Gästen. Mittlerweile hat sich Suzanne Hüsler an solche Situationen gewöhnt und weiss, dass sich diese Vorurteile schnell legen. Schliesslich siegt immer ihre Leidenschaft für die Berge, ihre professionelle Ausbildung, langjährige Er-

Lucy Walker (hintere Reihe, stehend, 3 v. l.)
mit Familie, Freunden und Bergführern



fahrung und das gemeinsame Erlebnis. Hüsser wuchs zwar nicht in den Bergen auf, kann sich heute aber ein Leben ohne Berge und in einer Stadt nicht mehr vorstellen. Während und nach ihrem Sportstudium an der ETH Zürich hat Hüsser nie aufgehört, den Bergen immer näher zu kommen. Sie pendelte zwischen dem Unterrichten als Lehrerin und der Ausbildung zur Bergführerin, pendelte zwischen zwei Welten und entschied sich schlussendlich für das Leben als Bergführerin. «Das habe ich nie bereut, die Berge sind meine Berufung, mein Leben.» Auch als Expeditionsleiterin in Neuseeland oder Nepal fühlte sie sich immer sehr wohl.

Suzanne Hüsser hat auf Expeditionen viele Bergsteiger und sich selbst kennen gelernt, Eskalationen geschlichtet – Extremsituationen inklusive. In all den Jahren, auf all den Bergtouren, bei all den Kletterrouten und auf all den Expeditionen hat die diplomierte Bergführerin viel erlebt. «Auch Unfälle, die gehören dazu», weiss Hüsser. Aber auch das Hinterfragen ihrer Rolle als Frau und Bergführerin in einer Männerdomäne.

SAC wird weiblich

Im Jahr 1980 waren die Vorurteile gegenüber Frauen zwar massiv grösser als

heute, doch für die Frauen hatte sich der Weg am Berg etwas geebnet: Mit grosser Mehrheit sprechen sich die Männer an ihrer 118. Abgeordnetenversammlung in Brugg dafür aus, den Sektionen das Recht zu geben, Frauen aufzunehmen, und zusätzlich möglichst rasch mit dem Frauen-Alpen-Club SFAC Fusionsverhandlungen zu eröffnen. Verhandlungen, die nicht lange dauern. 1980 tritt die Fusion in Kraft. Nicht ohne Melancholie mancher Frauen: Mit dem Zusammenschluss verschwindet der SFAC für immer. Heute machen die Frauen rund ein Drittel aller SAC-Mitglieder aus, von den Neumitgliedern sind über 40 Prozent weiblich. Untervertreten sind sie auf höheren Hierarchiestufen: Lediglich rund 15 Prozent aller Tourenchefs sind Frauen. Der SFAC ist mittlerweile in Vergessenheit geraten.

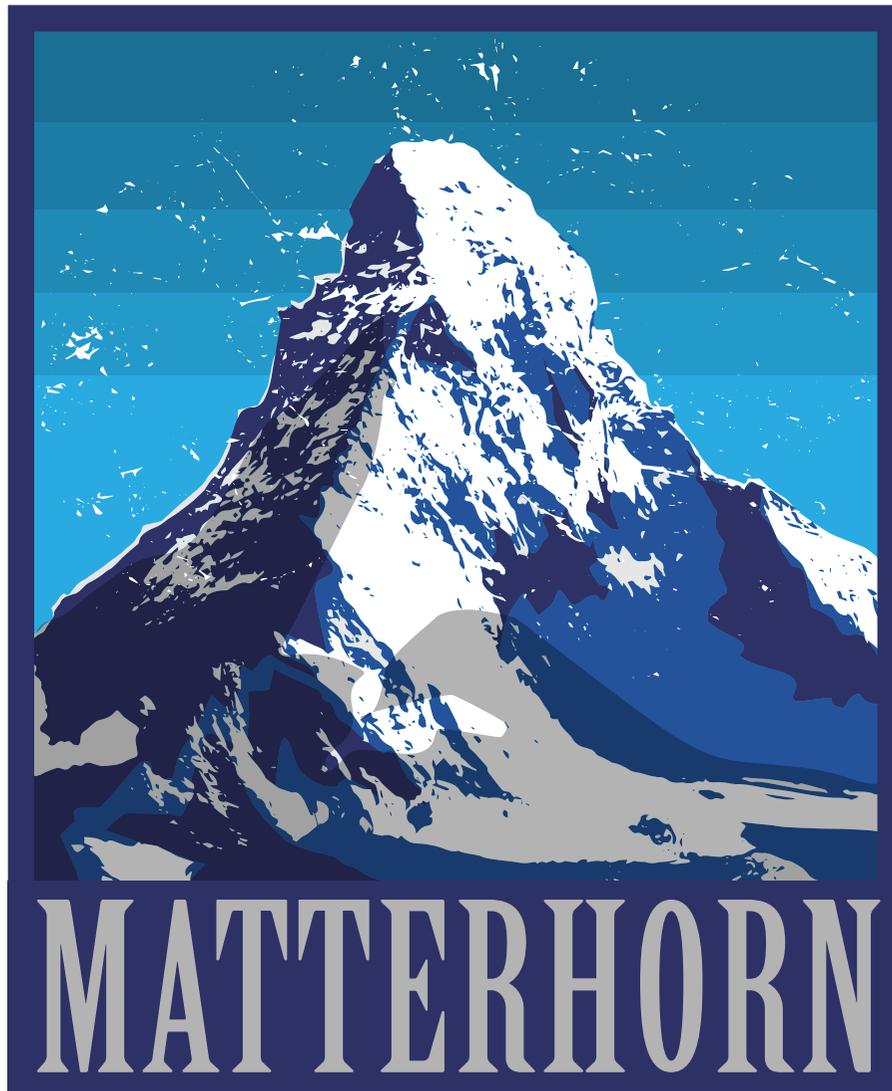
Suzanne Hüsser lebt heute in Visperten und in Zermatt. Mit einer Präferenz: An Zermatt, wo das «Hör» immer sichtbar ist, hat sie ihr Herz verschenkt. An die Berge, aber auch an ihre Bergführerkolleginnen und -kollegen bei der Outdoor-Organisa-

tion «Zermatters». Da fühlt sie sich wohl, sehr willkommen und als Frau und Bergführerin nie benachteiligt. Für Suzanne Hüsser ist Zermatt ein Stück Heimat. Nur zur Zermatter Ikone hat sie als Bergführerin ein ambivalentes Verhältnis: «Das Matterhorn ist zwar einer der genialsten, aber auch einer der widersprüchlichsten Berge», sagt sie und ergänzt trocken «Es ist ein Horrorberg.» Diese Aussage korrigiert die 52-jährige Expeditionsleiterin nicht. Einfach so belanglos vor sich hin zu plaudern, ist nicht ihre Art. Vielmehr schildert Suzanne Hüsser die Realität des Kletteralltags am Matterhorn, die Popularität des Berges und die Masse, die diesen Berg bezwingen möchte. «Das bringt Probleme mit sich, das lockt Menschen an, die weder die konditionellen noch die technischen Voraussetzungen mitbringen.» Dafür umso mehr Ehrgeiz. Hüsser erkennt auch, dass heute einige Ambitionierte zwar viel Sport im Fitnesscenter treiben oder auch Erfahrung als Marathon-Läufer haben – doch die Sicherheit am Berg sei damit noch lange nicht gewährleistet. Oder anders: Heute ist eine unwegsame Route

für viele eine grosse Herausforderung. Alleine die Fitness reicht nicht. Bergsteigen hat viel mit Balance und routinierter Trittsicherheit zu tun.

Frauen unter sich

Wie bei den Männern, hatte das Bezwingen des Matterhorns schon vor Jahrzehnten auch unter Bergsteigerinnen als schönste aller Trophäen gegolten. Lucy Walker hatte denn auch nicht als einzige davon geträumt. Vielmehr versuchten sich verschiedene Frauen am Berg, allen voran Meta Brevoort (1825–1876), eine US-Amerikanerin aus New York, die sich in England niedergelassen hatte. Wie auch Walker, machte sie in der zweiten Hälfte der 1860er-Jahre mit grossen Bergabenteuern auf sich aufmerksam und unternahm bereits 1869 einen Versuch am Matterhorn. Während diesem erreichte sie von der italienischen Seite her eine Höhe von knapp 4000 Metern, doch das schlechte Wetter liess sie umkehren. Zwei Jahre später wollte Meta Brevoort es noch einmal wissen: Sie plante, nach Zermatt zu reisen und erneut einen Versuch zu starten. Doch Lucy Walker war bereits vor Ort, erfuhr vom Ansinnen der Amerikanerin und stellte schnell eine Truppe zusammen, um jenen Versuch am «Horu» zu starten, der sie zur bekanntesten Bergsteigerin ihrer Zeit machen



sollte. Meta Brevoort reiste unmittelbar nach Lucy Walkers Erfolg ins Mattertal und hörte die «shocking news»: Die schönste Trophäe war ihr entgangen. Am selben Abend noch trafen sich die beiden Ladies in Zermatt. Meta Brevoort liess sich aber durch Walkers Erfolg am Matterhorn nicht unterkriegen, wartete gute Bedingungen am Berg ab, traversierte als erste Frau das «Horu» von Zermatt ins italienische Breuil (Cervinia) und stand in den folgenden zwei Wochen ebenfalls als erste Frau auf dem 4506 Meter hohen Weisshorn und der 4357 Meter hohen Dent Blanche. Nur fünf Jahre später starb Meta Brevoort nach einer kurzen Herzentzün-

gegen die Gesetze ihres Standes und nicht zuletzt gegen die geschlechterspezifischen Vorurteile ihrer Zeit durchsetzt. Suzanne Hüsler freut sich nicht nur auf dieses Theaterstück, sondern auch auf eine parallel lancierte Aktion, die unter dem Titel «Matterhorn: Ladies Please!» steht.

Zermatt Tourismus hat vier Frauen gesucht, die das Matterhorn besteigen und ihre Erlebnisse auf Social Media mit der Welt teilen. Die vier Teilnehmerinnen stehen fest – mit dabei ist die Radiomoderatorin Judith Wernli. Nun wird das Team bis Juli trainiert, natürlich von Bergführerinnen, natürlich auch von Suzanne Hüsler. ■

derung im englischen Dorking – voller Tatendrang, alpinistischer Pläne und dem Traum vom Everest. Lucy Walker stieg noch bis 1879 auf Berge und kehrte danach nach Zermatt zurück, um mit Freunden und ihrem betagten Bergführer Melchior Anderegg zu wandern. Von 1913 bis 1915 gebührte ihr zudem die Ehre, als zweite Präsidentin an der Spitze des britischen Ladies' Alpine Club zu stehen, bevor sie 1916 als 80-Jährige starb.

Das Thema «Frauen am Berg» wird auch in diesem Sommer in Zermatt eine Hauptrolle spielen: Das Freilichtspiel «Matterhorn: No Ladies Please!» zeigt die Geschichte von Lucy Walker, wie sie auf Widerstände stösst, sich gegen den Willen ihrer Eltern,

Restaurant Pension Suppenalp, Mürren

Einkehren

Das Schönste am Wandern ist das Einkehren in der Beiz oder im Restaurant. In diesem Buch finden die Leserinnen und Leser die schönsten kulinarischen Wanderungen in den Schweizer Bergen: in den Alpen und im Jura. Je nach Lust, Wetter und Kondition darf man das Wandern auch einmal ganz weglassen und gleich im Restaurant oder in der Beiz einkehren.

Dieses Buch zeigt, wo es in den Schweizer Bergen die rassigste Wurst, die knusprigste Röstli und die beste Käseschnitte gibt. Und wenn eher süsse Köstlichkeiten gefragt sind, hat das Buch natürlich auch Tipps auf Lager: Beim Wandern darf der

zarteste Schokoladenkuchen und die göttlichste Cremeschnitte nicht fehlen. Mit unterhaltsamen Texten von Elsbeth Hobmeier und schönen Bildern von Tim X. Fischer (mit Leica fotografiert) regt dieses Buch zur Einkehr in 50 herausragenden, oft historischen Beizen und Restaurants in den Schweizer Alpen, Voralpen und im Jura ein. Zu jeder Adresse finden man im Buch Vorschläge für eine kleinere oder grössere Wanderung. Mit den praktischen Informationen zur Anreise per Auto oder ÖV, Öffnungszeiten und Übersichtskarten ist die Planung ganz leicht, und es steht dem Wandern nichts mehr im Weg.



BESTELLEN

EINKEHREN | Elsbeth Hobmeier | Tim X. Fischer

Gebunden | 224 Seiten | CHF 36.90

ISBN 978-3-03800-976-4

Bestellen Sie online unter www.at-verlag.ch

Oder per Post bzw. E-Mail an: AZ Fachverlage

AG / AT Verlag, Bestellungen,

Neumattstrasse 1, 5001 Aarau

oder versand@at-verlag.ch

Per Telefon unter **058 200 44 10**.

Zusammen Spiel

Balancieren, trainieren und spielen: Wenn Senioren und Kinder Hand in Hand gehen, setzen sie gemeinsam ihre Welt in Bewegung. Die Universität Basel untersucht in einer schweizweit angelegten Studie das Zusammenspiel von Jung und Alt.

SIMONE LEITNER



BEWEGUNG GENERATIONEN

Die Universität Basel setzt auf das Zusammenspiel von Generationen. Vor allem psychosoziale und auch physische Vorteile werden der Begegnung von Kindern und Senioren zugesprochen. Nun sollen erstmals in einer wissenschaftlichen Studie diese Wirkungen nachgewiesen werden – das gab es in dieser Form noch nie. «Wir möchten mit dieser bewegungsbasierten Studie die Effekte von intergenerativem, körperlichem Training untersuchen», sagt die Studienleiterin Alice Minghetti von der Universität Basel. Generationenübergreifende Projekte und Ideen sind Schlüsselthemen unserer Zeit: Mit dem demografischen Wandel und dem Älterwerden der Gesellschaft werden auch die Konsequenzen auf die Gesundheit, Wirtschaft, Gesellschaft und Politik stetig wachsen.

Spielend balancieren

Unterstützt wird die Studie, die im Rahmen der Doktorarbeit von Alice Minghetti am Departement für Sport, Bewegung und Gesundheit (DSBG) der Universität Basel durchgeführt wird, von der Stiftung Hopp-la, einem intergenerativen Bewegungs- und Gesundheitsförderungsprojekt. Die Idee der Stiftung: Ältere Menschen und Vorschulkinder sollen zu mehr Bewegung motiviert werden. Mittlerweile hat sich die Basler Stiftung mit Ihrer Idee auf die ganze Schweiz ausgedehnt. Ein wichtiges Anliegen des Sportwissenschaftlers und Mitglied des Stiftungsrats: «Unsere Erkenntnisse sollen den Weg in die Praxis finden», hält Prof. Dr. Lukas Zahner, Professor für Bewegungs- und Trainingswissenschaften und Studienverantwortlicher, fest.

Senioren und Kinder balancieren auf dem Wackelbalken, lachen und spielen, halten sich gemeinsam fest und fit. Nun soll erhoben und verglichen werden, wie gross die Unterschiede sind zwischen einem intergenerativen körperlichen Training (Vorschulkinder gemeinsam mit Senioren) und einem alters-

spezifischen Training (nur Kinder oder nur Senioren). «Dabei untersuchen wir die psychosoziale sowie physische Gesundheit», hält Alice Minghetti fest.

Aus der Forschung ist bekannt, dass die Muskelkraft und die Balance im Lebensverlauf zu- und wieder abnehmen. Kinder haben ihre Leistungsfähigkeit also noch nicht genügend aufgebaut, ältere Menschen verlieren sie wieder. An diesem Punkt setzt das Basler Forschungsprojekt an, während die Stiftung Hopp-la für die praktische Umsetzung sorgt: «Es geht konkret um sicheres Gehen und um Sturzprävention», erklärt die Doktorandin Alice Minghetti, die auch als Mitarbeitende der Stiftung nahe an der intergenerativen Thematik ist. Die Lebensqualität, die Gesundheitszufriedenheit, die Selbstständigkeit, aber auch das Risiko von Stürzen sind in hohem Masse von der Bewegungsaktivität abhängig. Sich gemeinsam zu bewegen und sich gegenseitig ins Gleichgewicht zu bringen, ist nicht nur sinnvoll, sondern macht viel Spass. Vor allem wenn sich die unbändige Bewegungsfreude der Kinder auf ältere Menschen überträgt, können beide Generationen physisch, psychisch und auch sozial voneinander profitieren.

Hand in Hand

Zur aktuellen Studie: Verschiedene Wohnsiedlungen, in denen Seniorinnen und Senioren wohnen, wurden für eine Kooperation angefragt. Eine Siedlung gehört ins Portfolio von bonacasa, der innovativen Immobiliengesellschaft, die Wohnen mit Dienstleistungen als Marktführerin in der Schweiz anbietet. bonacasa-Geschäftsführer Hans Fischer ist überzeugt von der Forschungsstudie der Uni Basel: «Wir fanden die Studie spannend und haben daher unsere Bewohnerinnen und Bewohner motiviert, am Training teilzunehmen.» Seit April 2019 werden nun während 25 Wochen Senioren und Kinder an verschiedenen

Standorten trainiert und kontrolliert. Die Trainingseinheiten finden wöchentlich statt und dauern jeweils 45 Minuten. Das Training (intergenerativ und altersspezifisch) wird unter professioneller Anleitung durchgeführt. «Wir führen diese Studie so durch, wie es die Gesetze in der Schweiz vorschreiben. Ausserdem beachten wir alle international anerkannten Richtlinien», versichert die zuständige Studienleiterin und ergänzt, dass auch die kantonale Ethikkommission die Studie geprüft und bewilligt hat.

Stürzen lernen

Und so sieht eine intergenerative Trainingslektion aus: Der Kurs ist in die drei Phasen Einklang, Hauptteil und Ausklang unterteilt. Ziel der ersten Phase ist der Kontaktaufbau zwischen den Senioren und Kindern, zwischen allen Teilnehmerinnen und Teilnehmern. Dies wird mit einem aktivierenden Spiel gemacht. Während des Hauptteils wird auf spielerische Weise Koordination, Kraft, Gleichgewicht und Ausdauer trainiert. Um spezifisch auf die Bedürfnisse der Kinder (herumrennen, klettern etc.) sowie jene der Erwachsenen (spezifisches Training zur Sturzprävention) eingehen zu können, wird die Gruppe phasenweise für 10 bis 15 Minuten getrennt. Eine Leiterin oder ein Leiter führen mit den Erwachsenen Gleichgewichts- und Kraftübungen durch. Dabei achten sie auf eine korrekte Bewegungsausführung und vermitteln Übungsvorschläge für zu Hause. Gleichzeitig werden mit den Kindern vielseitige Bewegungsspiele gemacht, die zu einer gesunden Entwicklung beitragen sollen (Knochen stärken, Muskeln kräftigen, Geschicklichkeit fördern). Ein beruhigendes Spiel und eine bewusste Verabschiedung schliessen die Bewegungsstunde ab. ■



Senioren und Kinder lachen und spielen, halten sich gemeinsam fit. Vor allem psychosoziale und auch physische Vorteile werden der Begegnung von Kindern und Senioren zugesprochen.

Ch

In den letzten Jahren hat sich in der Hotellerie viel getan, viel verändert. Disruptive Technologien prägten nicht nur die Branche, sondern auch die Bedürfnisse und Erwartungen der Gäste. In der Schweiz und international.

SIMONE LEITNER

eck-kin

Die bahnbrechenden Technologien kamen zwar nicht aus der Hotellerie, haben die Branche aber revolutioniert. Beat Kuhn ist Managing Director von SV Hotel und hat die Hotellerie, die Innovationen und die Veränderungen seit über 25 Jahren hautnah miterlebt und mitgeprägt. Hotels zu führen, sei aber weit mehr als ein Business, es sei eine Leidenschaft, sagt Kuhn. Mit Marriott International ist SV Hotel die weltweite Nummer eins im Hotel-Business als Franchise-Partner. Nach Meilensteinen wie der Marken-Lancierung «Courtyard by Marriott» in der Schweiz und der Eröffnung des europaweit ersten «Residence Inn by Marriott» in München stehen die Zeichen auf Expansion mit neuen Konzepten im Bereich Economy Lifestyle und Extended Stay. Und damit die erste Frage an Beat Kuhn:

bonalifestyle Was bedeutet für Sie heute Innovation in der Hotellerie?

Beat Kuhn Für uns bedeutet Innovation definitiv, Gästebedürfnisse zu erkennen und bestehende Konzepte zu hinterfragen. Es geht aber auch darum, intuitive Lösungen für den Gast zu finden, um einen tollen Aufenthalt zu ermöglichen. Mit unserer Eigenmarke «Stay KooooK» versuchen wir, Antworten auf folgende Fragen zu finden: Wie wollen wir wohnen, wenn wir auf Reisen sind? Was ist nötig, um sich in ei-

nem Hotel tatsächlich zu Hause zu fühlen? Wie werden aus Hotelgästen Nachbarn? Wie müsste ein Hotelzimmer gestaltet sein, um mehr als nur ein Raum zu sein?

Ist Individualität ein treibendes Thema?

Genau, die Fragen deuten es an: Innovationen sollten sich auch um Individualität drehen. Die Gegebenheiten spielen bei Innovationen heute eine bedeutende Rolle. In Städten wird es zunehmend schwieriger, Hotels an zentralen urbanen Standorten zu eröffnen. Es gibt immer weniger Platz, und die Objekte werden zunehmend kleiner. Das Stichwort ist Flächeneffizienz und Individualität, ohne dabei Kompromisse einzugehen. «Stay KooooK» passt sich diesem Trend an. Wir ermöglichen eine optimale Flächennutzung auf rund 22 Quadratmetern und benötigen somit kein Erdgeschoss. Grundsätzlich ist es bei Innovationen in der Hotellerie wichtig, die richtige Kombination aus Gästebedürfnissen, intuitiven Lösungen und Adaption der Gegebenheit zu finden.

Glauben Sie, die Hotelbranche ist derzeit mehr in Bewegung als noch vor 10, 15 Jahren?

In den letzten Jahren hat sich viel getan. Viele disruptive Technologien haben sich entwickelt und die Bedürfnisse und Erwartungen der Menschen geändert. Diese Innovationen ka-

men nicht aus der Hotellerie. Jedoch haben sie viele neue Möglichkeiten für unsere Branche mit sich gebracht. Generell haben sich auch die Gästeerwartungen verändert. Die Hotels passen sich nun viel mehr an die Wünsche der Gäste an, was zur Folge hat, dass sich viele Nischenkonzepte entwickelt haben.

Wo werden diese Neuerungen sichtbar?

Diese Veränderungen sieht man auch in den Hotelzimmern. Im unseren «Moxys» zum Beispiel gibt es keine Telefone mehr. Vielmehr verwenden unsere Gäste eine App auf ihrem eigenen Handy, um mit der Crew zu kommunizieren. Via Screenmirroring vom Handy auf den Fernseher wird das eigene Fernsehprogramm von Netflix & Co. gezeigt.

Gibt es auch Bereiche, die sich nicht verändert haben?

Was sich nicht geändert hat, sind die Grundbedürfnisse wie Schlafen, Duschen und Konnektivität. Das Angebot in diesem Bereich sollte top sein.

Wie stark dominiert denn die Digitalisierung, die moderne Technologie die neuen Hotelkonzepte?

Technologie wird zunehmend zur Selbstverständlichkeit. Über WLAN müssen wir gar nicht

BEWEGUNG

HOTELLERIE

mehr sprechen. Wie stark die Digitalisierung eines Hotels jedoch die Technologie eines Hotels dominiert, kommt sehr auf das Konzept und die Zielgruppe an. Unsere Philosophie ist es, dass Technologie das Kundenerlebnis fördert, unterstützt und die Abläufe in einem Hotel vereinfacht. Folglich soll die Digitalisierung die «Guest Experience» nicht dominieren, sondern die Grundbedürfnisse der Gäste rund um Schlafen, Hygiene, Sicherheit und Konnektivität unterstützen.

Haben Sie ein Beispiel?

Im «Stay Kooook» wird die Gästereise von der Buchung bis zum Check-out digital so weit unterstützt, dass es wirklich Sinn macht. Ein Online-Check-in/Check-out oder ein digitaler Zimmerschlüssel sollen die «Guest Experience» verbessern und Prozesse effektiver gestalten. Wir möchten aber dennoch kein vollautomatisiertes Hotel sein – im Gegenteil. Die neuen Technologien sollen vieles vereinfachen, damit möglichst viel Zeit bleibt für das, was wirklich zählt: die individuelle Gästebetreuung.

Sie haben bei SV Hotel grosse Trends gesetzt: Noch in diesem Jahr wird in Lausanne das erste Lifestyle-Hotel der Marke Moxy in der Schweiz eröffnet. In welche (Markt-)Lücke stossen Sie hier vor?

Stimmt, in der Schweiz gibt es aktuell noch kein Moxy. Mit dem Moxy Lausanne sind wir also die Ersten. Es ist ein Hotel mit Funfaktor sowohl für junge und junggebliebene Reisende als auch für die Mitarbeitenden. Wir verstehen «Moxy» nicht als Budget Hotel, sondern als eine Marke, bei der Lifestyle auf Boutique-Hotel trifft, zu erschwinglichen Preisen – reduced to the max: ein grosses, bequemes Bett, funktionales aber gemütliches Design, ein grosser Fernseher mit On-Demand-Angeboten, viele Steckdosen für die Gadgets, die aufgeladen werden müssen. Und natürlich schnelles, freies



Beat Kuhn ist Managing Director von SV Hotel und hat die Hotellerie, die Innovationen und die Veränderungen seit über 25 Jahren hautnah miterlebt und mitgeprägt.

W-LAN in allen Zimmern und öffentlichen Bereichen – alles was der digital Nomade heute braucht, nicht mehr und nicht weniger. Für genau diese Zielgruppe gibt es nur wenige Angebote in der Schweiz, die gleichzeitig effizient und schick sind und dies zu einem erschwinglichen Preis.

Das Konzept «Budget trifft Boutique» ist eine Erfolgsgeschichte, die in den letzten 10 Jahren (beispielsweise mit Motel one) Furore machte. Und eine grosse Akzeptanz nicht nur bei jungen Gästen erlangt hat. Ist dieses Konzept vor allem für Businesskunden oder auch für Leisure-Gäste denkbar?

Richtig – «Budget trifft Boutique» ist in aller Munde und erfreut sich eines grossen Zuspruchs. Leisure und Business verschmelzen zunehmend miteinander. Der Anteil fällt jedoch je nach Standort unterschiedlich aus.

Unser Moxy in Stuttgart Airport/Messe zieht durch die Nähe zum Flughafen und zum Messegelände in erster Linie viele Business-Gäste an. Für das Moxy Frankfurt City Center, welches direkt in der Innenstadt an der Zeil liegt, haben wir einen recht ausgewogenen Gästemix. Während der Woche begrüssen wir vor allem Businesskunden und am Wochenende kommen viele Leisure-Gäste, die die Stadt erkunden. Das «Moxy» im trendigen Flon-Quartier in Lausanne wird mit Sicherheit auch einen hohen Anteil an Leisure-Gästen generieren.

Das Konzept sieht ein gutes Preis-Leistungs-Verhältnis vor. Die Standorte in der Schweiz sind aber bekanntlich hochpreisig. Wie rechnet sich dieses Konzept?

Unsere Moxy Hotels, wie im übrigen auch alle unsere Hotels, profitieren von einem zentralen Fachsupport aus unserem Head Office. So können sich die Teams vor Ort um die Bedürfnisse der Gäste kümmern. Die Organisation rund um die zentrale Bar oder auch das ausgeklügelte Grab&Go-Konzept ermöglichen eine effiziente Struktur. Wir können also das trendige Lifestyle-Konzept zu einem guten Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten.

Planen Sie weitere Standorte für Moxy in der Schweiz?

Aktuell haben wir zwei Moxys in der Schweiz im Bau. Wie schon erwähnt, werden wir mit dem Moxy Lausanne das erste in der Schweiz eröffnen. Ein weiteres folgt 2020 in Bern. Wir können uns aber durchaus vorstellen, noch weitere in der Schweiz zu betreiben und sehen Potenzial an zentralen Lagen in grösseren Städten der Schweiz.

SV Hotel fokussiert seit vielen Jahren auf Langzeitaufenthalte. Ist das eine Übernachtungsform, die in den nächsten Jahren noch mehr an Bedeutung erlangen wird?



Das «Moxy» im trendigen Flon-Quartier in Lausanne soll auch einen hohen Anteil an Leisure-Gästen generieren.

BILDER HANDOUT

Langzeitaufenthalte gibt es bereits seit Bestehen der Hotellerie. Allerdings gab es bisher nur wenige Konzepte, die sich an die Bedürfnisse eines Extended-Stay-Gastes angepasst haben. Wir haben das Potenzial im Extended-Stay-Markt früh identifiziert. Zusammen mit Marriott haben wir schon in 2011 mit unserem Residence Inn Munich City East das erste Hotel dieser Long-Stay-Marke nach Europa geholt. In Kombination mit einem Short-Stay-Konzept können wir so ein sehr breites Publikum ansprechen und die Synergien beider Konzepte nutzen – wir sind also mehr als überzeugt von dem Potenzial des Extended-Stay-Marktes. Aber es gibt erst wenige innovative Angebote für ein solches Zuhause auf Zeit zu einem attraktiven Preis im mittleren Lifestyle-Segment. Nach einer umfangreichen Recherche haben wir «Stay KooooK» entwickelt. Mit unserer Eigenmarke möchten wir unser Portfolio erweitern und den Bedürfnissen der Reisenden Folge leisten. Die ersten «Stay KooooKs» setzen wir an den zentralen, urbanen Standorten um.

Was zeichnet Ihre Eigenmarke für Extended-Stay «Stay KooooK» gegenüber konventionellen Konzepten aus?

Wir schaffen mit «Stay KooooK» die ideale Verbindung verschiedener Welten moderner

Übernachungskonzepte. So haben wir ein intelligentes Raumdesign entwickelt, welches auf rund 22 Quadratmetern eine optimale Flächenausnutzung ermöglicht. Ausserdem bietet das Stay KooooK Studio dem Bewohner alle Annehmlichkeiten für einen längeren Aufenthalt, die er auch auf grösserem Raum finden würde. Durch unser smartes, modulares Wohnelement lässt sich jedes Studio situativ den individuellen Bedürfnissen anpassen. Aber sie sind nicht nur flexibel, sondern die Bewohner können ihren Raum auch persönlich einrichten. Individualisierung ist dabei ein ganz wichtiger Punkt. Einen absoluten Mehrwert bietet auch unser Host, dieser ist Ratgeber, Zuhörer, Vermittler, vielleicht sogar so etwas wie ein Freund. Er soll ausserdem einen lokalen Bezug herstellen und dem Bewohner Insidertipps aus erster Hand geben.

Wird künftig in der Stadthotellerie das üppige Luxussegment eher aussterben?

Das Luxussegment mit klassischem Verständnis von Luxus hat sicherlich weiterhin seine Kundenschaft. Aber auch hier verändern sich die Bedürfnisse. Denn das neue Verständnis von Luxus – Zeit, Flexibilität und Unabhängigkeit – ist heute wichtiger als der Bellboy, der das Gepäck auf das Zimmer trägt. ■

Facts

Beat Kuhn hat das Hotelgeschäft von Grund auf gelernt und blickt auf mehr als 25 Jahre Erfahrung zurück. Er ist Absolvent der Hotelfachschule Belvoirpark Zürich und hat einen Executive Master of Business Administration und den Real Estate Asset Manager der IRE|BS Immobilienakademie. Nach seiner Laufbahn in diversen Schweizer 4-, 4-Sterne-Superior- und 5-Sterne-Häusern stiess Beat Kuhn 2004 zur SV Group. Zusammen mit seinem Team treibt er seither die Entwicklung von SV Hotel voran. SV Hotel ist eine Tochtergesellschaft der SV Group. Im Rahmen der strategischen Partnerschaft mit Marriott International setzt SV Hotel frische Akzente zum Wohl der Gäste. Das Portfolio umfasst Hotels aus den Segmenten Modern Essentials (Courtyard by Marriott), Extended Stay (Residence Inn by Marriott) und Business Lifestyle (Renaissance).



BEWEGUNG

FLIEGEN

Im Aufwind

Kann eine Fluggesellschaft überhaupt nachhaltig sein? Und wie können jährlich 6 Tonnen Abfall von den Malediven korrekt entsorgt werden? Andreas Meier, Head of Corporate Communications bei Edelweiss, erklärt wie.

SIMONE LEITNER



BEWEGUNG

FLIEGEN

Edelweiss ist die führende Schweizer Fluggesellschaft und fliegt an die beliebtesten Reiseziele dieser Welt. Mit einer Flotte von 16 Flugzeugen werden weltweit 71 Destinationen in 33 Ländern bedient. Das goutieren die Schweizer Feriengäste und entscheiden sich immer häufiger für Edelweiss: Jährlich fliegen rund 2,5 Millionen Gäste mit der Ferienfluggesellschaft in die Ferien. Seit November 2008 ist die Airline eine Schwestergesellschaft von Swiss International Air Lines (SWISS) und Mitglied der Lufthansa Group.

Das starke Wachstum schlägt sich in Zahlen nieder: Nicht nur die Flugzeug-Flotte wurde ausgebaut, auch die Zahl der Mitarbeitenden hat sich entsprechend erhöht. Per Ende Juni 2018 hat die Schweizer Fluggesellschaft 1002 Mitarbeitende (218 Piloten, 662 Cabin Crew Members und 122 Bodenpersonal).

Doch wie wichtig ist Edelweiss das sozial und ökologisch verantwortungsvolle Handeln? Andreas Meier, Head of Corporate Communications bei der Edelweiss Air AG, erklärt in einem Gespräch die Werte des Unternehmens. Im Bereich des Klimaschutzes unternehme die ganze Branche viel. Und auch zum Anschlag in Sri Lanka äussert er sich und versichert, dass die Fluggesellschaft in engem Kontakt mit allen zuständigen Sicherheitsbehörden stehe.

bonaLifestyle Unter Corporate Social Responsibility versteht Edelweiss sozial und ökologisch verantwortungsvolles Handeln mit einer zukunftsverträglichen Ausrichtung. Was kann die Fluggesellschaft damit bewirken?

Andreas Meier Auf der einen Seite können wir in verschiedenen Bereichen unsere Gäste, aber auch unsere Mitarbeitenden auf Themen sensibilisieren und das individuelle Handeln ein Stück weit beeinflussen. Auf der anderen Seite helfen wir konkret mit Projekten an unseren



Andreas Meier, Head of Corporate Communications bei Edelweiss Air, sagt, dass im Bereich des Klimaschutzes die Airline-Branche viel unternahme.

Ferienzielen. Letztes Jahr sind zum Beispiel 24 freiwillige Mitarbeitende von Edelweiss nach San José in Costa Rica gereist und haben in einem Armenviertel für eine bedürftige, neunköpfige Familie ein Haus gebaut. Das neue Haus ermöglicht dieser Familie die Aussicht auf ein besseres Leben, und für unsere Mitarbeitenden war es ein sehr positives und bleibendes Erlebnis.

Wird dieses Engagement in der Öffentlichkeit wahrgenommen?

Es haben verschiedene Medien in Costa Rica über diese Aktion berichtet. Unser Ziel war es jedoch nicht, mit diesem Projekt Öffentlichkeitsarbeit zu machen, sondern einer Familie zu helfen.

Sind diese Themen rund um Umwelt und Soziales in den Reisedestinationen bei Ferien-Passagieren einfacher zu kommunizieren, als bei Geschäftsleuten?

Das kann man nicht pauschal sagen. Geschäftsleute sind irgendwann im Jahr auch Ferienreisende. Wenn das Thema als relevant empfunden wird, ist man dafür auch empfänglich.

Wenn es um die Umwelt geht, wird viel diskutiert. Edelweiss macht Nägel mit Köpfen und verteilt im Flugzeug vor der Landung in Malé Abfallsäcke. Die Feriengäste sollen den eigenen Müll während den Ferien sammeln und ihn beim Rückflug-Check-in abgeben. Die Abfall-Problematik auf den Malediven ist bekannt. Wie reagieren Ihre Passagiere auf diese Aktion?

Die Aktion stösst bei unseren Gästen auf ein enorm positives Echo. Durchschnittlich ein Drittel unserer Gäste macht davon Gebrauch.

Wie hoch ist der Rücklauf von gefüllten Müllsäcken, die Edelweiss umsonst in die Schweiz zurückfliegt und hier entsorgt?

Im Jahr 2017 konnten wir zusammen mit unseren Gästen fast 6 Tonnen Abfall zur fachgerechten Entsorgung nach Zürich zurückbringen.

Wie nachhaltig kann Fliegen heute überhaupt sein?

Im Bereich des Klimaschutzes unternimmt unsere Branche viel. Sei es unter anderem mit moderneren und effizienteren Flugzeugtypen oder verbesserten Flugprozessen. Zudem hat der Luftverkehr über die Weltzivilflufahrtsorganisation ICAO als erste Branche weltweit mit CORSIA ein verbindliches, globales Instrument beschlossen, mit dem ab 2020 die erwartete Zunahme an CO₂ Emissionen kompensiert wird.

Bei Edelweiss wird auf den Flügen eine «On Board Collection» angeboten. Fluggäste kön-



Eine deutliche Zunahme gegenüber dem Vorjahr verzeichnet die Edelweiss auch bei Flügen nach Ägypten.

nen ihr Kleingeld an Fremdwährungen oder auch Spenden in Schweizer Franken während des Fluges abgeben – ganz nach dem Motto «Kleines Geld – Grosse Hilfe». Wie wird diese Aktion angenommen?

Unsere On Board Collection ist ein grosser Erfolg. Wir konnten letztes Jahr zusammen mit unseren Gästen 75 000 Franken sammeln. Edelweiss hat diesen Betrag verdoppelt, sodass wir insgesamt 150 000 Franken an help alliance, der Hilfsorganisation der Lufthansa Group, übergeben konnten. Die Gelder gehen zu je einem Drittel an die help-alliance-Projekte in Pattaya (Thailand), Kapstadt (Südafrika) und die Stiftung Ocean Care, die sich für den Schutz der Weltmeere einsetzt.

Glauben Sie, dass die Sensibilität für Tourismus und soziale Themen bei Reisenden wächst?

Die Sensibilität ist in den letzten Jahren gewachsen und ich bin überzeugt, dass sie auch in Zukunft wachsen wird.

Manchmal rücken aber auch aktuelle Themen in den Vordergrund: Wie regiert Edelweiss auf die Anschläge in Sri Lanka?

Die Lage in Sri Lanka wird permanent von unserer Security Abteilung zusammen mit der Lufthansa Group Security beobachtet und beurteilt. Zudem sind wir mit den Schweizer Behörden und verschiedenen Stellen in Sri Lanka in Kontakt.

Beeinflusst die akute Angst vor Terrorismus das Buchungsverhalten bei Edelweiss?

Solche Ereignisse beeinflussen sicher die Wahl des Ferienzels. Die Reiselust der Schweizerinnen und Schweizer ist jedoch nach wie vor sehr hoch. Dies zeigen unsere Buchungszahlen, welche seit Jahren steigend sind.

Rund 2,5 Millionen Gäste fliegen mit Edelweiss. Welches sind ihre Traumziele?

Eine deutliche Zunahme gegenüber dem Vorjahr verzeichnen wir bei Flügen in die Türkei und nach Ägypten. Sehr beliebt sind weiterhin die griechischen Inseln, Zypern und die Balearen, auf der Langstrecke unsere mittelamerikanischen Ziele wie Cancun und Costa Rica. ■

NEUKURZBÜNDIG



In Farbe

Le Creuset – das Traditionsunternehmen mit französischen Wurzeln steht seit 1925 für Qualität und Kompetenz in der Küche. Im Sommer 2019 trifft farbenfrohe Inspiration auf kulinarischen Lifestyle. Das hochwertige Kochgeschirr ist in Küchen rund um die Welt zu finden. Im Bereich der gusseisernen Töpfe, Pfannen und Bräter ist Le Creuset weltweit Marktführer. Gusseisen hat überzeugende Kocheigenschaften, da die Wärme bis in den Rand gleichmässig verteilt wird.

www.lecreuset.com

Ikone wird 50

Der Kugelschreiber 849 von Caran d'Ache feiert in diesem Jahr sein 50-jähriges Bestehen. Das Schreibgerät, dem eine so grosse Zukunft bestimmt sein sollte, entstand 1969, im Jahr der Mondlandung. Das Unternehmen verdankt diese moderne Ikone sozusagen dem kulturellen und kreativen Erwachen der 1960er-Jahre. Seit 1969 ist der Kugelschreiber fester Bestandteil des Sortiments. Mittlerweile ist er zu einem Flaggschiff und Bestseller von Caran d'Ache avanciert: Weltweit verkauft der Einzelhandel alle fünf Minuten einen 849.



Solothurn heiratet

Eine ganze Stadt ist im Hochzeitsfieber. Wer am 20. Juli 2019 durch die Altstadt von Solothurn schlendert, begegnet überall dem Thema Heiraten. Sei es eine Brautkleider-Modeschau auf der Treppe der Kathedrale, schöne Schaufensterdekorationen oder ein Brautstrauss-Werfen – in der ganzen Stadt wird das Thema Heiraten präsent sein.

www.solothurn-city.ch



Kunst in der Stadt

26 ausgewählte Künstlerinnen und Künstler zeigen aktuelles Schaffen in Murten. Die «Fondation JETZT KUNST» ist eine Schweizer Kunststiftung und steht als solche unter der Eidgenössischen Stiftungsaufsicht. Sie führt seit den 80er Jahren Ausstellungen im öffentlichen Raum durch. Und zeigt eine vielfältige Auswahl zeitgenössischer Kunst, die von Skulpturen, Installationen über Fotografie bis hin zur digitalen Kunst reicht.

As time goes by | Murten

18. Mai bis 27. Oktober 2019

Der Thuner Künstler Paul Le Grand zeigt seine Installation «Oberservatorium».

Hauchdünn

Hauchdünne Blätter aus Zucchini, Kartoffeln, Äpfeln & Co. – mit dem innovativen Gemüseblatt-Schneider lassen sich ganz neue Kreationen auf den Teller zaubern: Ein wellenförmiger Randensalat, ein vegetarisches Carpaccio, eine Lasagne mit Zucchini-Blättern oder knusprig-filigrane Gemüse-Chips. Was nach Spitzen-Gastronomie aussieht, kann nun jeder im Handumdrehen selber kreieren. Mit Garantie für Komplimente.

bettybossi.ch | CHF 41.95

Wir verlosen drei Gemüseblatt-Schneider: wettbewerb@bonalifestyle.ch



Schlaue Flasche

«My Only Bottle» lässt sich an die meisten SodaStream-Sprudler anschliessen, ist bruch- und spülmaschinenfest, UV-beständig, frei von BPA – und passt in jede Tasche. Ab sofort ersetzt SodaStream also PET-Einwegflaschen nicht nur zu Hause, sondern auch unterwegs. Mit «My Only Bottle» wird der PET-Berg kleiner und Plastikabfälle werden reduziert.

Im Fachhandel | CHF 14.90



Weiche Haut

Wer wünscht sich nicht eine geschmeidige, glatte Körperhaut mit Ausstrahlung? Radical skincare hebt das Segment Körperpeeling auf ein ganz neues Level. Eine einzigartige Komposition von Wirkstoffen ermöglicht es, die abgestorbenen Hautzellen vom Hals bis zu den Zehen ohne aggressive chemische Substanzen sanft und effizient zu lösen, ohne Druck und starke Reibungen.

Im Fachhandel | 178ml | CHF 65.-



BILDER HO

Brände auf Verlangen

Vom Händöpfeler über Gin bis zum besten Schweizer Single Malt Whisky – die Brennerei Schwab kann alles. Und zwar schon sehr lange und sehr gut.

TEXT SIMONE LEITNER
BILDER TIM X. FISCHER



Subtil gelagert: Die Brennerei Schwab baut den Whisky im Chardonnay-Fass aus.



Die Entscheidung, ins traditionsreiche Familienunternehmen einzusteigen, war für Manuela Schwab weder selbstverständlich noch spontan. Heute ist sie sehr glücklich.

«Haben Sie bei uns Ihre Quitten einmaischen lassen? Für die längere Wartezeit entschuldigen wir uns. Ganze 14 Tonnen Quittenmaische zu verarbeiten, ist für uns eine Herausforderung und gleichzeitig eine grosse Ehre.» Mit dieser sympathischen Notiz auf der Website appelliert die Familie Schwab an die Geduld ihrer Kunden. Die Geschäfte der Brennerei Schwab in Oberwil bei Büren laufen gut. Und auch an neuen Schnaps-Ideen fehlt es nicht, die gehen nie aus. Ganz im Gegensatz zur ersten Gin-Produktion, die bereits nach kurzer Zeit ausverkauft war. Da hatten die Kreativköpfe der Brennerei Schwab einen guten Riecher und waren just zum Gin-Boom mit ihrem aussergewöhnlich feinen Brand zur Stelle. «Wenn wir erst auf den fahrenden Zug aufspringen würden, wären wir zu spät. Schliesslich wird der Produktionsprozess von langer Hand vorbereitet», erklärt Manuela Schwab, die in vierter Generation den Familienbetrieb schon heute tatkräftig mit-

prägt. Sie erzählt aus der Firmengeschichte, die gleichzeitig auch Familiengeschichte ist. «Mein Urgrossvater hat die Brennerei 1919 gegründet. Zu seinen Ehren haben wir den «Rächämakers Gin» kreiert», erklärt die Urenkelin. Ein Gin, der eine aussergewöhnliche Aromenvielfalt zeigt und nach dem Spitznamen des Urgrossvaters «Rächämaker» benannt ist.

Die Entscheidung, ins traditionsreiche Familienunternehmen einzusteigen, war für die junge Frau weder selbstverständlich noch spontan. Es sei ein wichtiger Reifeprozess gewesen. «Heute bin ich sehr glücklich, hier gemeinsam mit meinem Vater am Brennofen zu stehen, gemeinsam mit meiner Mutter zusammenzuarbeiten.» Dass Manuela Schwab, die nach der Matura, einer kaufmännischen Ausbildung nun auch professionelle Lehrgänge zur Brennmeisterin absolviert, in einigen Jahren die Familienbrennerei von ihren Eltern übernehmen wird, ist klar. So klar, wie

die vielen Obstbrände, die seit dem fruchtreichen Sommer 2018 bei der Familie Schwab produziert werden, inklusive der Quitten. Alles in Handarbeit, alles mit viel Können und alles mit grosser Sorgfalt. Die Güte eines Destillats hänge von der Qualität der Maische, von der richtigen Temperatur und der Geschwindigkeit des Brennvorgangs ab. Manuela Schwab engagiert sich für die Familienbrennerei, ist fasziniert vom Handwerk und eine gute Kommunikatorin. Bei Besichtigungen führt sie gekonnt durch die Räumlichkeiten, bringt dem Publikum einen Brennvorgang genauso nah wie die anschliessende Verkostung.

Die schönen Brennkessel aus Kupfer zieren die Brennerei und werden so subtil bedient, dass ein Destillat entsteht, das gefällt. Im besten Fall sogar Furore macht. Wie der prämierte «Buechibärger Rouch Whisky», der mit Bestnote zum «Switzerland's Best Whisky National» gekürt wurde. «Eine grosse Ehre



Der Brennkessel aus Kupfer ziert die Brennerei und wird so subtil bedient, dass ein Destillat entsteht, das gefällt. Im besten Fall Furore macht.

LIFESTYLE

BRENNEREI



Den Grundstein für das Familienunternehmen legte Albert Schwab im Jahr 1919. Mit seiner Störenbrennerei ging er von Bauernhof zu Bauernhof und brannte Schnaps.

Die Geschäfte der Brennerei Schwab in Oberwil bei Büren laufen gut. Und an neuen Ideen fehlt dem Familienbetrieb nie.





Eine grosse Auszeichnung für Firmenchef Alfred Schwab: Sein «Buechibärger Rouch Whisky» wurde zum «Switzerland's Best Whisky National» gekürt.

und schöne Anerkennung», freut sich Patron Alfred Schwab. Beim Thema Whisky zeigt der Firmenchef seine wahre Passion. In seinem feinen Whisky-Keller läuft er zu Höchstform auf, erzählt von den verschiedenen Produkten und davon, dass der prämierte Whisky schnell ausverkauft war und erzählt auch von seinen aktuellen Schwierigkeiten: Alfred Schwab sucht Holzfässer. Er baut seinen Whisky im Chardonnay-Fass aus und braucht dazu dringend Nachschub. Doch die gewünschten Holzfässer sind heiss begehrt und schwer zu bekommen. «Wir haben alle unsere Kontakte angepeilt.» Schwab lässt aber keine Zweifel offen, dass er diese Chardonnay-Fässer schon bald finden wird.

In der Brennerei Schwab treffen Tradition auf Innovation, wird altes Handwerk mit modernem Zeitgeist vereint – ein Familienbetrieb, in dem die neue Generation nicht nur mitarbeitet, sondern auch mitwirkt. Das macht

die Brennerei Schwab aus, das macht sie erfolgreich. Den Grundstein für das Familienunternehmen legte Albert Schwab im Jahr 1919. Mit seiner Störenbrennerei ging er bis in die 1950er-Jahre von Bauernhof zu Bauernhof und brannte Schnaps. Zuerst alleine, später dann mit seinem Sohn Paul – bis dieser die Brennerei 1955 in Oberwil fest etablierte und sesshaft wurde. Damals diente die Brennerei als Nebenerwerb zur Drescherei und Landwirtschaft. Bis die 3. Generation ans Ruder kam, bis 1982, als Alfred und Elisabeth Schwab die Brennerei zur Hauptrolle und zum Haupterwerb machten. Noch heute sei die Lohnbrennerei der Hauptgeschäftszweig. «Für uns ist besonders wichtig, dass jeder Kunde seinen Schnaps aus seiner eigenen Maische zurückbekommt», betont Manuela Schwab. «Deshalb stehen in unserer Brennerei Brennähfen mit verschiedenem Füllvolumen.»

Weitsicht, stetige Erneuerungen und eine umfangreiche Sanierung haben dazu geführt, dass die Brennerei innovative und erfolgreiche Produkte produziert, die mittlerweile schweizweit für Begeisterung sorgen. Früher brannten die Schwabs ausschliesslich Schnäpse wie Kirsch oder Zwetschge, dann wurde das Sortiment mit «Härdöpfler» und «Buechibärger Whisky» erweitert. Und heute stehen nun Gin, Himbeergeist und Calvaross im Verkaufregal. Dass im «Labor» bereits neue Idee gären, erstaunt wenig. Rum aus Zuckerrohrmelasse und Bourbon aus eigenem Getreide könnten es werden. Schwabs Stammkunden bleiben gespannt, schauen spontan in der Brennerei vorbei und holen sich die neuen Destillate gleich an der Quelle ab. ■

www.brennereischwab.ch

LIFESTYLE

KAFFEE

Heiss geliebte Bohne

Ein Grossteil des weltweiten
Kaffeehandels findet in der
Schweiz statt.



Für einen perfekten Kaffee müssen die Dosis pro Tasse, der Malgrad, die Pressung, die Wassertemperatur, die Wasserqualität und die Extraktionszeit stimmen.

Guten Kaffee zu servieren, hat nicht für alle Priorität. Es gibt sie aber, die mit grossem Können alles für die Bohne tun. Der Schweizermeister im Rösten, Panagiotis Megalessis, ist einer von ihnen. Und auch Daniel Wagmann.

TEXT SIMONE LEITNER | BILDER TIM X. FISCHER

Hochkonzentriert, präzise und ruhig bereitet er einen Espresso zu. Und erzählt in der gleichen Art und Weise, dass die Kaffeedosis pro Tasse, der Malgrad, die Pressung, die Wassertemperatur, die Wasserqualität, der Pumpendruck und die Extraktionszeit stimmen müssen. Und dass die Sauberkeit der Maschine und des Mahlwerks auch ausschlaggebend seien. Wenn Daniel Wagmann, Inhaber des Solothurner Geschäfts «Chuchilade» von seiner Kaffee-Passion erzählt, wird schnell klar: Er geht ins Detail. Wer bei ihm eine Kaffeemaschine kauft, wird geschult. Und zwar gründlich.

Die Wertschöpfungskette des Kaffees von der Pflanze bis in die Tasse ist lang. Der Teil, der in der Schweiz stattfindet, ist in erster Linie durch die Akteure des internationalen Rohkaffeehandels, der Kaffeimporteure, der Kaffeeröster, der Kaffeemaschinenhersteller, des Detailhandels und der Gastronomie geprägt. Betrachtet man die gesamte Wertschöpfungskette vom Rohkaffeehandel bis zum Verkauf der verarbeiteten Produkte, so erwirt-

LIFESTYLE

KAFFEE

schaftet die gesamte Schweizer Kaffeebranche inklusive Kaffeemaschinenhersteller rund 4,9 Mrd. Schweizer Franken, was einem knappen Prozent des Bruttoinlandprodukts der Schweiz entspricht.

Ein Grossteil des weltweiten Kaffeehandels findet in der Schweiz statt. Gut zwei Drittel des weltweit gehandelten Kaffees werden direkt oder indirekt über die Schweiz abgewickelt, dies entspricht in etwa 6 Millionen Tonnen. Insbesondere dank des günstigen Steuerwesens und der zentralen Lage in Europa beheimatet die Schweiz eine bedeutende Zahl aktiver Gesellschaften des Rohstoffhandels (Gold, Erdöl). Dazu gehört auch Kaffee. Sechs der weltweit wichtigsten Händler sind in der Genfersee-Region und im Raum Zürich niedergelassen. Präzise Zahlen sind, wie so oft im Rohstoff-Geschäft, nicht verfügbar. Aber verschiedene Quellen schätzen, dass insgesamt 60 bis 75% des Kaffeehandels in der Schweiz abgewickelt werden und 1% des BIP ausmachen.

So viel zu den Fakten. Zurück zur Leidenschaft: Panagiotis Megalessis, der renommierte Solothurner Barista, Schweizer Röstmeister 2018 und Fünftplatziertes an der Weltmeisterschaft der Kaffeeröster im vergangenen Jahr in Dubai, röstet mit Leib, Verstand und Seele. Zweimal wurde er bereits Schweizer Vizemeister. «Dann 2018 wurde ich in der Disziplin Kaffeerösten Erster und sicherte mir den Schweizer Titel», erzählt der Röster. Megalessis hat sich während Monaten – nebst seinem 100-Prozent-Job in der Stadtrösterei Solothurn – sehr intensiv auf die Meisterschaft vorbereitet, unzählige Teströstungen gemacht, die Röstprofile verfeinert, Roh- und Röstkaffee analysiert und sogar mit dem aktuellen Deutschen Meister trainiert. Diese Weltmeisterschaft der Kaffeeröster ist komplex. Allen Teilnehmern wird der gleiche Kaffee zur Verfügung gestellt. Dann wird die Feuchtigkeit gemessen,



Daniel Wagmann hat sich dem Zubereiten von perfektem Kaffee verschrieben.

die Dichte berechnet und die Anzahl der Fehler in einem Muster von 350 Gramm gezählt. Fehler sind beispielsweise Stiche von Insekten, Fäulnisstellen oder Verletzungen durch falsch eingestelltes Verarbeitungswerkzeug im Herkunftsland. Kleine Chargen des Kaffees werden auf einem Probenröster geröstet und dann verkostet. Dann ist es so weit und der Röster stellt aus drei vorgegebenen Kaffees eine Mischung zusammen und plant die Röstungen schriftlich. Neben der Mischung wird ein sortenreiner Kaffee geröstet. Eine Fachjury aus ganz Europa bewertet dann die geschmackliche Qualität der Röstungen und überprüft die Übereinstimmung mit der geplanten Röstung. Panagiotis

«Panos» Megalessis erzielte mit 513 Punkten auch im internationalen Vergleich eine hohe Punktzahl. Das monatelange Training hat sich ausgezahlt, der Röster der Solothurner Stadtrösterei gewann das Battle bravourös.

Wer in seiner Rösterei steht, kann Panos Megalessis zusehen, kann die Düfte des Kaffeeröstens hautnah riechen. Bescheiden und sehr konzentriert steht er an den polierten Maschinen, veredelt auf seinem 6 kg Giesen-Trommelröster exklusive und auserlesene Rohkaffees. Mehr noch, er verwandelt sie zu wahren Geschmackserlebnissen und erzählt nebenbei von seiner Leidenschaft Kaffee. Er röstet jede Sorte mit viel Fingerspitzengefühl,



Panagiotis Megalessis, der renommierte Solothurner Barista, ist Schweizer Röstmeister 2018 und röstet mit Leib, Verstand und Seele.

mit Intuition und grosser Präzision. «Wenn ein Kaffee eher hart ist, muss ich aggressiver und schneller rösten, um das Aroma der getrockneten Früchte und der Johannisbeere rauszuholen», erklärt der prämierte Experte. Sei die Sorte aber eher weich, dann röste er langsam, um die schönen Noten hervorzuheben. Dem Zufall überlässt der beste Röstmeister der Schweiz nichts. Das lieben auch seine Kunden und lassen bei ihm kleinere Mengen rösten. Dann wird sichtbar, wie gross die Freude in der Solothurner Mikrorösterei sein kann.

Nicht weniger passioniert ist Daniel Wagmann vom «Chuchilade» in Solothurn, er hat sich dem Zubereiten von perfektem Kaffee verschrieben. Und weil die Röstung beim Kaffee eine Hauptrolle spielt, lässt auch Wagmann bei Panos Megalessis rösten. Was neben der maximalen Röstung, dem Malgrad der Bohnen, der Wasserqualität und der Kaffeemaschine noch alles wichtig ist und was er von Kaffee-Kapsel-Systemen hält, verrät er in einem Gespräch:

bonalifestyle Bereiten Sie jeden Tag den gleich guten Kaffee zu? Oder haben Sie auch mal einen Bad Coffee Day?

Daniel Wagmann Sagen wir es so: Ich respektiere und wertschätze jeden Tag das Produkt Kaffee, die Herkunft, die Produktion und die Verarbeitung der Bohnen, daher will ich bei jeder Zubereitung das Maximum rausholen. Aber sobald ich ausser Haus bin und spontan einen Kaffee trinken möchte, wird es schwierig. Dann habe ich oft einen Bad Coffee Day.

Oh, das tönt nicht gut. Woran liegt das?

Oft ist es die fehlende Qualität des Kaffees, oft fehlt die Routine bei der Zubereitung und oft fehlt es schlicht und einfach am Interesse und am Ehrgeiz, einen guten Kaffee zu servieren.

Oder an der Kaffeemaschine?

Nein, das glaube ich nicht. Ich behaupte sogar, dass der grösste Teil der Gastronomie mit sehr guten Maschinen ausgestattet ist. Manchmal dürfte aber die Kaffequalität besser sein.

Ist vielleicht die bessere Qualität der Bohnen einfach zu teuer für die Gastronomie?

Ich glaube eben nicht, dass es nur an den Kosten liegt. Das Budget müsste oft nur marginal höher ausfallen, und schon wäre der Kaffee um

ein Vielfaches besser. Ich glaube, es geht mehr darum, dass auf das Thema Kaffee zu wenig fokussiert und geachtet wird.

Aber glauben Sie denn, dass der Kunde oder die Kundin den Unterschied realisieren und schätzen würde?

Ja, ich bin sicher, dass die Konsumenten den Qualitätsunterschied eines Kaffees erkennen. Nur ist die Sensorik rund um Kaffee nicht so ausgeprägt geschult. Oft fehlen die differenzierten Geschmackserlebnisse und die Routine verschiedene Kaffeesorten und Zubereitungsarten zu testen und einzuordnen.

Sehen Sie einen Weg, diese Sensorik besser zu schulen?

Ich denke, das Thema rund um Kaffee und die Röstung, die Zubereitung und das richtige Bedienen einer guten Kaffeemaschine sollte in den Hotelfachschulen und anderen Ausbildungsgängen vertiefter diskutiert und verstärkt trainiert werden.

Der Kaffee braucht also mehr Fame?

Ja, das hat er verdient. Dem Kaffee gebührt

LIFESTYLE

KAFFEE



In der Stadtösterei
wird Kaffee veredelt.

einfach mehr Aufmerksamkeit und Respekt. Es müsste mehr über Kaffee kommuniziert werden. Schliesslich ist er ein grosses Naturprodukt, und in jeder Bohne steckt viel Arbeit, wohlgemerkt: viel Handarbeit.

Haben Sie einen Lieblingskaffee und richtet sich dieser nach der Tageszeit?

Meinen Sie die Varietät oder die Herkunft?

Beides.

Ich habe gelernt, das Naturprodukt Kaffee sehr zu schätzen. Heute geniesse ich mit grosser Vorliebe Specialty Coffees. Ich habe im Verlauf der Zeit meine Sensorik geschult und schmecke eine Vielfalt von Aromen aus diesen hochwertigen Kaffeesorten. Specialty Coffee beschreibt die Qualität des Rohkaffees und das Konzept, dass spezielle geografische Anbaugebiete und Mikroklimata Kaffees mit besonderen Geschmacksprofilen hervorbringen. Ich mag eher fruchtigen Kaffee mit einer gewissen Säure. Einer positiven und frischen Säure.

Und welche Zubereitungsart?

Grundsätzlich bin ich ein Espresso-Trinker. Aber am Morgen brauche ich etwas mehr Volumen, da gönne ich mir einen Filterkaffee oder einen Americano.

Sagten Sie Filterkaffee?

Ja, klar. Ich weiss, der Filterkaffee hat einen sehr schlechten Ruf. Zu Recht, denn meistens ist er auch schrecklich gemacht und schmeckt entsprechend. Aber ein perfekt zubereiteter Filterkaffee ist voll von zarten und schönen Aromen und macht grosse Freude. Doch dazu müssen viele Faktoren stimmen – wieder eine Kunst für sich.

Der Teufel steckt bei der Kaffeezubereitung im Detail. Was sagen Sie eigentlich zu Kapsel-systemen? Kriegen Sie Schnappatmung?



Filterkaffee? Ein perfekt zubereiteter Filterkaffee ist voll von zarten und schönen Aromen und macht grosse Freude.

Nein, ganz und gar nicht. Die grossen Anbieter von Kapselssystemen haben viel Positives rund um den Kaffee bewirkt. Vor allem zwei Aspekte sind zu erwähnen: die ethischen Grundsätze und die Qualität. Die bekannten Systeme haben das Konsumverhalten verändert und sensibilisiert. Durch gute Kapseln haben viele Konsumenten gelernt, besseren Kaffee zu trinken. Zudem wurde das Thema Kaffee als Produkt besser wahrgenommen. Kaffee wurde dank dem Kapselssystem zu einem Lifestyle-Produkt.

www.chuchilade.ch

Fair Trade und Bio – achten Sie auf beide Siegel?

Wir achten auch auf die Herkunft unseres Kaffees und versehen unsere Verpackungen mit Geokoordinaten. So sind wir als Verkäufer transparent. Wie gesagt, im Kaffee steckt sehr viel wertvolle Handarbeit.

WETTBEWERB

Mit etwas Glück gewinnen Sie ein perfektes Set aus Kaffeebohnen «Dezalé» aus Kolumbien von der Stadtrösterei, einer Kaffeemühle «Lorenzo» von Gefu und einem Espresso-Kocher «Moka Express 6 Tassen» von Bialetti für den perfekten Kaffeegenuss.



Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

Wie heisst die Kaffeemühle, welche verlost wird?



Oder Sie bestellen als bonaLifestyle-Leser und -Leserin diese qualitativ hochstehende Garnitur aus Kaffeekocher, Kaffeemühle und Kaffeebohnen für CHF 98 (statt CHF 137.70). Scannen Sie den QR-Code ein und finden so direkt das tolle Angebot.



Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Juli 2019 an:

bonaLifestyle

Buchenweg 32,

4571 Lüterkofen

oder per Mail:

wettbewerb@bonaLifestyle.ch

(Keine Barauszahlung. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt.)



Zum Angebot

LIFESTYLE

ROMANTIK HOTEL STERNEN

Das Romantik Hotel Sternen in Kriegstetten ist immer einen Halt wert. Dieses Juwel im Mittelland überzeugt mit einer traditionsreichen Inneneinrichtung, die stilvoll und gemütlich wirkt.



Romantisch modern

An der Autobahn A1 gelegen und doch im Grünen? Das Romantik Hotel Sternen in Kriegstetten ist immer einen Halt wert.

Mit 12 Tesla-Ladestationen zeigt die Besitzerfamilie Weltoffenheit und Zeitgeist.

TEXT SIMONE LEITNER | BILDER TIM X. FISCHER



Er ist kein Mann der grossen Worte, überlegt gut, was er sagt und bleibt präzise. Er ist ein Mann der Taten, packt an und sieht, wo seine Unterstützung im Betrieb gebraucht wird. Christoph Bohren ist Gastgeber, Hotelier und Eigentümer des Romantik Hotel Sternen in Kriegstetten und verantwortlich für ein Familienunternehmen in der dritten Generation. Das Haus hat Geschichte, erzählt Geschichten und dokumentiert für zahlreiche Stammgäste eine ganze Familiensaga. Der «Sternen» im Kanton Solothurn steht für Kontinuität: Seit Jahrzehnten trifft sich jeden Dienstag der Rotary Club Solothurn Land zum Lunch. Im «Sternen» wird gefeiert, getrauert, genossen und getagt – wird ausgezeichnet gekocht und last but not least romantisch übernachtet.

Als Mitglied der internationalen Hotelkooperation Romantik Hotels ist der «Sternen» nicht nur bei regionalen Gästen bekannt, sondern auch bei einer internationalen Klientel. Das Haus ist unmittelbar an der A1 zwischen Bern und Zürich gelegen, trotzdem im Grünen, hat einen traumhaften Garten und

viel Stil. Dieses Juwel im Mittelland überzeugt mit einer traditionsreichen Inneneinrichtung, die stilvoll und gemütlich wirkt. Und überrascht auch hinter den Kulissen. Genauer hinter dem Haus: Dort befinden sich seit einigen Monaten 12 Tesla-Supercharger. Damit ist es Christoph Bohren gelungen, Kriegstetten und seinen Betrieb auf die Weltkarte von Tesla zu bringen. Ein smarter Coup. Und tatsächlich, diese Investition hat sich gelohnt. «Wir haben Tesla-Fahrer, die hier Kaffee trinken, die essen oder hier übernachten», freut sich der Hotelier. «Diese Standortpartnerschaft mit dem Elektroauto-Hersteller passt gut zu uns.» Die gelebten Werte würden gut harmonieren, ergänzt Bohren. Dass der «Sternen» eine ausgezeichnete Küche hat, ist bekannt. Sei es das hervorragende Wiener Schnitzel oder das 13-Gang-Menü, der «Sternen» setzt auf klassische Gerichte modern interpretiert. Nun wurde Küchenchef Pierre Kaufeis mit 13-Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet. Das freut Christoph Bohren sehr und er sieht die Auszeichnung auch als Anerkennung und Wertschätzung der «Sternen»-Philo-

sophie: «Ausschliesslich qualitativ hochwertige Produkte, bevorzugt aus der Region, zu verwenden und jeden Tag aufs Neue das Beste geben.»

Die Geschichte des Romantik Hotel Sternen geht bis ins Jahr 1790 zurück. Bis das historische Gebäude einen tragischen Grossbrand erlitt. Im Jahre 1847 wurde es wieder aufgebaut, um dann die ersten Fremdenzimmer anzubieten. Aus all den Jahrhunderten gibt es viele Geschichten rund um das historische Haus zu erzählen, doch die Geschichte des Erhard Gerber ist die bedeutendste: Auf Drängen der Familie kaufte Gerber den konkursiten «Sternen» im Jahr 1913. Er arbeitete in dieser Zeit als Butler in verschiedenen Hotels im Ausland, unter anderem auch in Kairo. Seine Mutter und die Schwester gingen davon aus, dass Erhard Gerber nach dem Erwerb des «Sternen» zurück in die Heimat käme. Doch weit gefehlt: Der Mann machte sich postwendend wieder auf und davon. Er lernte als Butler renommierte Adelshäuser in Deutschland, von Berlin über Dresden bis Leipzig, kennen und sammelte Erfahrungen. Diese Eindrücke aus den weltof-



fenen Orten kombinierte er bei der Inneneinrichtung mit seinem Geschick für Gestaltung, die heute noch in den Räumen des Drei-Sterne-Hauses deutlich sicht- und spürbar sind.

Diese historisch wertvollen Häuser brauchen Pflege: Damit alles auf dem neusten Stand bleibt, hat die Besitzerfamilie des «Sternen» Kriegstetten renoviert und investiert. Gut 1,2 Millionen Schweizer Franken steckten sie in neue Zimmer, in eine stilvolle Garten-Pergola und in ein Fresh-up der Hausfassade. Mit grosser Wirkung: Die schönen Materialien in den Zimmern und die zauberhaft gestaltete Suite erweisen einem Romantik-Hotel alle Ehre. «Wir freuen uns riesig, unseren Gästen diese Neuerungen präsentieren zu können.» Christoph Bohren ist stolz, dass dieses Traditionshaus im Familienbesitz ist. Gemeinsam mit seiner Frau Manuela Bohren-Pichler und den zwei kleinen Kindern ist mittlerweile die dritte Generation am Ruder. ■



Historisch wertvolle Häuser brauchen Pflege: Damit alles auf dem neusten Stand bleibt, hat Christoph Bohren in den «Sternen» Kriegstetten investiert. Gut 1,2 Millionen Schweizer Franken steckte er in neue Zimmer, in eine stilvolle Garten-Pergola und in ein Fresh-up der Hausfassade.

LIFESTYLE

WEIN

Goldene Meile

Im Herzstück der «Goldenen Meile», dem besten Rebgebiet am spanischen Ufer des Duero, werden Top-Weine produziert.

Im Herzstück der
«Goldenen Meile»,
dem besten Rebgebiet
am spanischen Ufer
des Duero, liegt die
Finca Villacreces. Ihr
Pruno wurde als der
Wein mit dem besten
Preis-Leistungs-Ver-
hältnis des Landes
ausgezeichnet.

ELSBETH HOBMEIER

Gut versteckt sind diese Reben. Wer sie nicht sucht, fährt ahnungslos an der Finca Villacreces vorbei. Hinter den lichten Pinienwäldern vermutet keiner ein wichtiges Weingut, wo ein Mönch namens Pedro de Villacreces schon im 14. Jahrhundert Reben bearbeitete. Sehr viel später arbeitete hier Peter Sisseck, er war bis 2005 Winemaker, bevor er sein eigenes Gut Dominio de Pingus gründete. Gleich angrenzend liegt auch die berühmte Vega Sicilia. Was Wunder, wenn Lalo Antòn, der jetzige Besitzer von Villacreces, von der «Goldenen Meile» im

Ribera del Duero schwärmt, die mit ihren Top-Weinen dem Rioja schon lange den Rang abgelaufen hat.

110 Hektaren Land umrunden die Finca, 64 davon sind mit Reben bestockt. «Die Pinien schützen die Reben und den Boden», sagt Rebmeister Roberto Puras. Diese Umgebung gefällt auch den Wildschweinen, den Hasen, dem Hirsch. Die ältesten Rebparzellen sind über 50-jährig. Auf den sandigen Abschnitten gedeiht Tempranillo, die nach wie vor wichtigste Traubensorte. Und in den mit Flusskieseln durchsetzten Böden wurzeln Cabernet Sauvignon und Merlot.

Top-Trauben für Top-Weine. Seit 2008 verantwortet Kellermeister Lluís Laso die Weinproduktion von Villacreces. Gestartet war er mit einem Paukenschlag namens Pruno. Der frische, fruchtige Wein passt zu spanischen Taps, Wurst, Käse und traditionellen Gerichten. Man kann ihn jung trinken, aber auch locker bis zehn Jahre im Keller lassen. Schnell hat er sich zum Star der Finca gemausert: Dem Jahrgang 2010 gab Robert Parker 94 Punkte, der 2013er wurde als «best value», als spanischer Wein mit dem besten Preis-Leistungs-Verhältnis ausgezeichnet. 700 000 Flaschen verlassen den Keller jährlich und werden zur Hälfte im Ausland – ziemlich viel davon in der Schweiz via Coop/Mondovino – getrunken.

Der Villacreces ist komplexer und opulenter, ein süffiger Wein, als besondere Ra-



rität gilt der Ne-bro aus 80-jährigen Reben. Übrigens verzichtet die Finca auf die üblichen Angaben wie Crianza oder Reserva und nennt nur die «Cosecha», das Erntejahr. Im Herbst stösst ein viertes «Kind» namens Specimen No 1 zur Villacreces-Weinfamilie, ein Blend aus den drei Jahrgängen 2013, 14 und 15. «Damit können wir von jedem Jahr das Beste nehmen und zu einem hochkarätigen Wein verschmelzen», erklärt Lalo Antòn.

Zukunftsbewusst baut CEO Lalo Antòn die Finca Villacreces zu einem renommierten Weingut der Top-Liga auf. Zur von seinem Vater Gonzales Antòn gegründeten Gruppe Artevino gehören auch das Weingut Izadi im Rioja sowie die Bodegas Vetus und Orben. «Wir wollen nur langsam wachsen», sagt der 43-jährige ausgebildete Ökonom und Önologe, «wir investieren jeden Gewinn gleich wieder in Verbesserungen.» Villacreces wurde auf biologischen Anbau umgestellt, man trägt der Natur Sorge. Als nächsten Streich plant Lalo Antòn den Bau eines Boutiquehotels mit Restaurant. «Ich bin halt mit der Gastronomie aufgewachsen», lacht er mit Blick auf das familieneigene Gourmetrestaurant Zaldiaran im Baskenland. ■

www.villacreces.com
bestellen bei
mondovino.ch

Wohlbefinden & Kraft

BILDERHO

Das Wellnesshotel Golf Panorama in Lipperswil im Kanton Thurgau liegt eingebettet zwischen der voralpinen Hügelkette und dem Bodensee.



Alexandre und Caroline Spatz führen das 4-Sterne-Superior Wellnesshotel Golf Panorama im Dreiländereck Schweiz, Deutschland und Österreich mit viel Freude und Engagement. Die Weitläufigkeit des Wellnesshotel Golf Panorama in Lipperswil im Kanton Thurgau sorgt für viel persönlichen Freiraum und entspanntes Wohlfühl, was sich auch in den Zimmern widerspiegelt. Moderne Formen, Panoramafenster und zurückhaltende Farben zeichnen die 42 Komfort-Doppelzimmer, zwei Suiten und acht

Juniorsuiten sowie zwei Appartements aus und versprechen stilvollen, modernen Luxus.

Essen und Geniessen – Kulinarik auf höchstem Niveau

Inspiziert von den regionalen und saisonalen Produkten aus dem Bodenseeraum sind die leckeren Gerichte aus der exquisiten Küche im mit 14 Gault-Millau-Punkten ausgezeichneten Restaurant LION D'OR ein echtes Gourmet-Erlebnis. In der offenen Showküche



kombinieren der Küchenchef Peter Vogel und sein Team Bekanntes mit überraschend neuen Akzenten und zelebrieren lustvolle Spitzengastronomie.

Wellnessbereich FLEUR DE POMME auf 2000 m²

Hochwertige Kosmetikprodukte werden in einer Vielzahl von vitalisierenden und regenerierenden Body- und Beauty-Behandlungen eingesetzt. Ergänzend bietet das Hotel mit seiner gesamten BABOR TECH Ausstattung Dermakosmetik auf dem neusten Stand der Technik an. Der sehr edle, in Braun- und Goldtönen gehaltene und mit einem raffinierten Lichtkonzept beleuchtete Wellnessbereich empfängt den Gast auf 2000 m². Neben einem beheizten Innen- und einem Sole-Aussenwhirlpool geniessen Gäste erholsame Momen-

te im Dampfbad, in der finnischen oder der Kneipp-Sauna.

Sportliches und kulturelles Angebot in der Umgebung

Kraft und Wohlbefinden aus dem Umfeld schöpfen: Der Thurgau mit seiner einzigartigen, sanften Apfelbaumlandschaft und seinen grünen und saftigen Wiesen lädt die Gäste ein, ihren Aufenthalt ruhig und erholsam oder aktiv und sportlich zu gestalten. In der sanften Umgebung können die Gäste ihren Aufenthalt ruhig und erholsam oder aktiv und sportlich gestalten. Direkt vor den Türen des Wellnesshotel Golf Panorama befindet sich der 27-Loch-Meisterschaftsplatz. Auch kulturhistorisch bedeutsame Klöster, Museen oder Schlösser am Bodensee lohnen sich, entdeckt zu werden. ■

WETTBEWERB

Mit etwas Glück gewinnen Sie zwei Nächte im Doppelzimmer für zwei Personen inkl. Frühstück, 4-Gang-Gourmetmenu sowie freien Eintritt in den Wellnessbereich des Wellnesshotels Golf Panorama.

Beantworten Sie diese Wettbewerbsfrage:

Wie heisst der Wellnessbereich?

Schicken Sie Ihre Antwort bis spätestens 31. Juli 2019 an:

bonaLifestyle | Buchenweg 32

4571 Lüterkofen

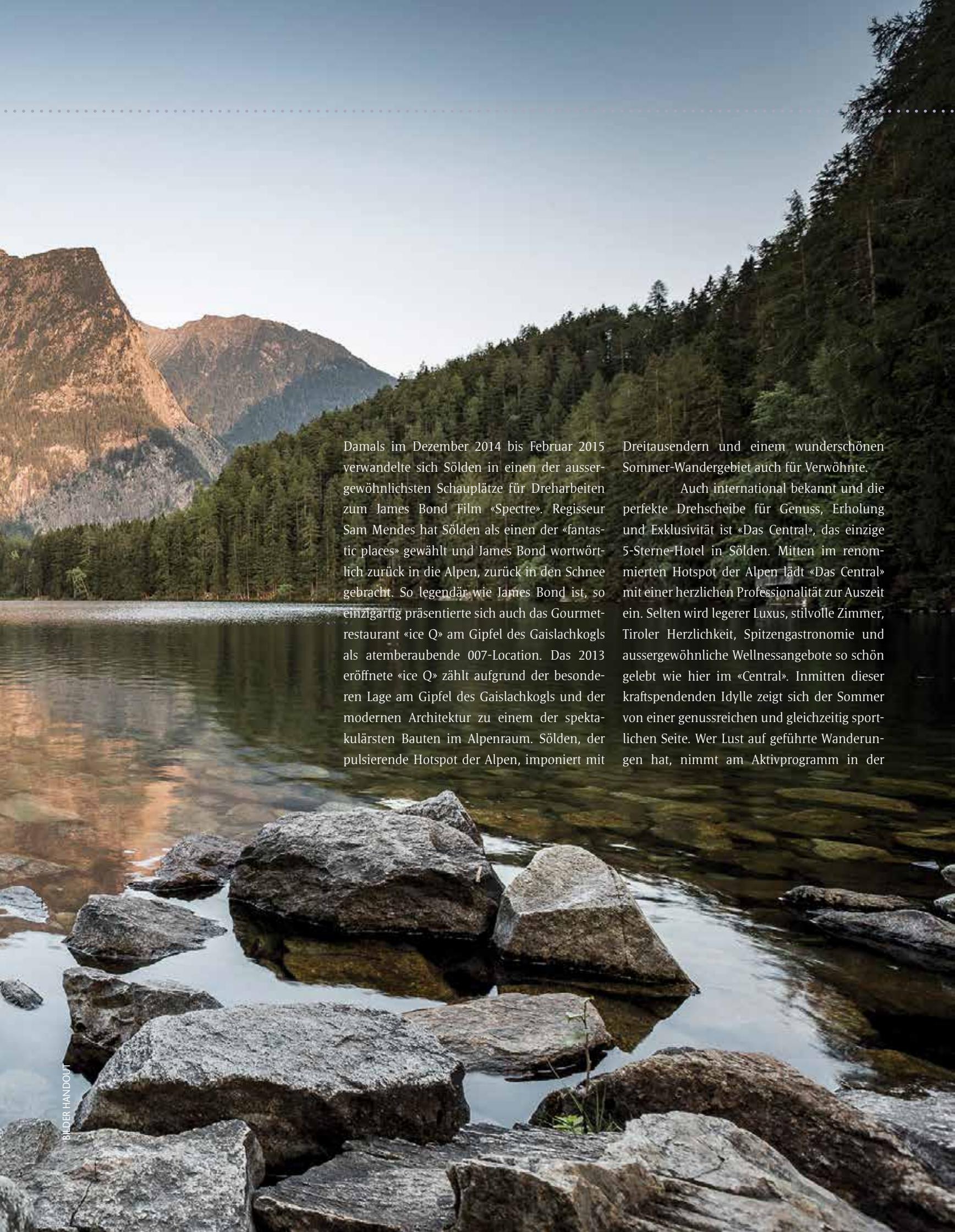
oder per Mail: wettbewerb@bonaLifestyle.ch

(Keine Barauszahlung. Über den Wettbewerb wird keine Korrespondenz geführt.)

Hoch hinaus

Für entspannte Geniesser, anspruchsvolle Alpinisten und weitgereiste Individualisten: Sölden bietet Bergabenteuer par excellence. Und mit dem «Das Central» ein Luxushotel, das exklusive Angebote mit grossen Visionen vereint.

SIMONE LEITNER



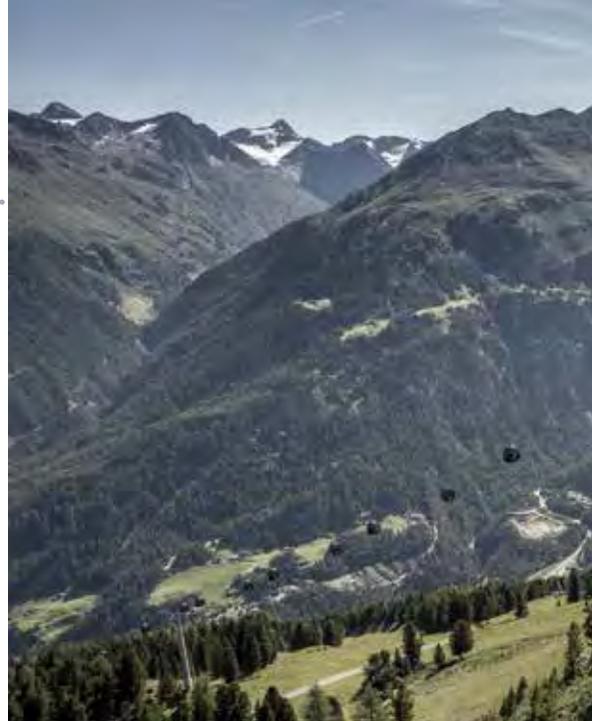
Damals im Dezember 2014 bis Februar 2015 verwandelte sich Sölden in einen der aussergewöhnlichsten Schauplätze für Dreharbeiten zum James Bond Film «Spectre». Regisseur Sam Mendes hat Sölden als einen der «fantastic places» gewählt und James Bond wortwörtlich zurück in die Alpen, zurück in den Schnee gebracht. So legendär wie James Bond ist, so einzigartig präsentierte sich auch das Gourmetrestaurant «ice Q» am Gipfel des Gaislachkogls als atemberaubende 007-Location. Das 2013 eröffnete «ice Q» zählt aufgrund der besonderen Lage am Gipfel des Gaislachkogls und der modernen Architektur zu einem der spektakulärsten Bauten im Alpenraum. Sölden, der pulsierende Hotspot der Alpen, imponiert mit

Dreitausendern und einem wunderschönen Sommer-Wandergebiet auch für Verwöhnte.

Auch international bekannt und die perfekte Drehscheibe für Genuss, Erholung und Exklusivität ist «Das Central», das einzige 5-Sterne-Hotel in Sölden. Mitten im renommierten Hotspot der Alpen lädt «Das Central» mit einer herzlichen Professionalität zur Auszeit ein. Selten wird legerer Luxus, stilvolle Zimmer, Tiroler Herzlichkeit, Spitzengastronomie und aussergewöhnliche Wellnessangebote so schön gelebt wie hier im «Central». Inmitten dieser kraftspendenden Idylle zeigt sich der Sommer von einer genussreichen und gleichzeitig sportlichen Seite. Wer Lust auf geführte Wanderungen hat, nimmt am Aktivprogramm in der

NAH FERN FERNOST

SÖLDEN

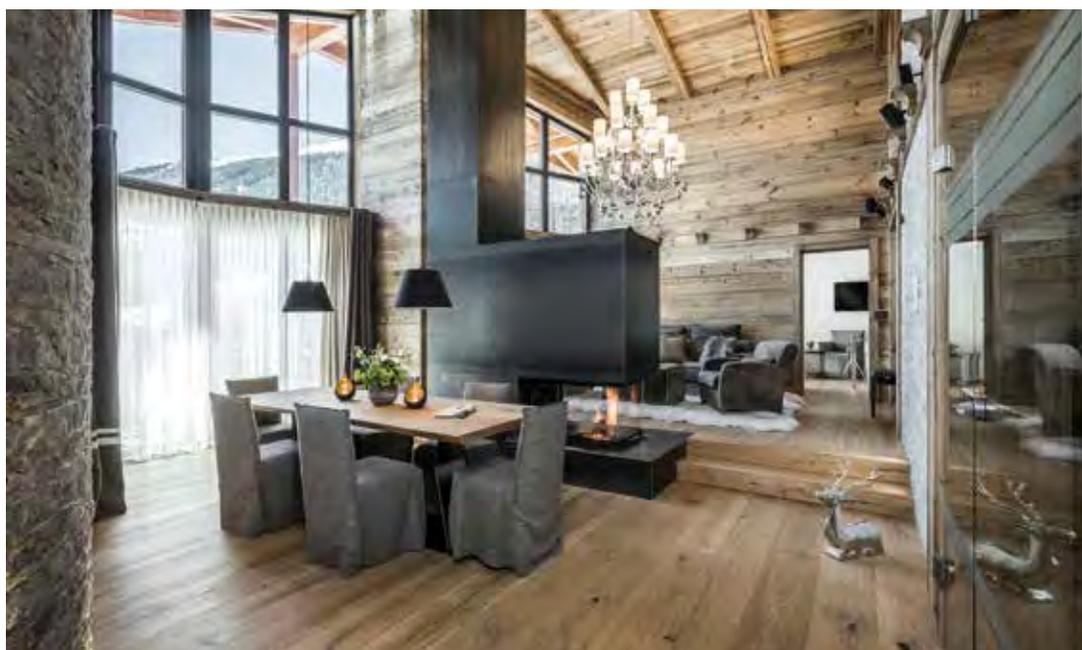


faszinierenden Bergwelt teil. Die «Central-Wanderguides» bieten Touren mit verschiedenen Schwierigkeitsgraden an. Dort wo unzählige Dreitausender die Sehnsucht und Demut wecken, dort sind Wanderabenteuer eindrucklich und aussergewöhnlich. Beim sportlichen Aufstieg in die mystische Gletscherwelt oder beim Relaxen auf einer der vielen sonnenverwöhnten Almterrassen – ein unvergessliches Erlebnis ist garantiert. Beim Bergabenteuer auf mehr als 1600 markierten Wanderkilometern ist Langeweile eine gänzlich Unbekannte. Und wer Lust auf etwas Gemächlicheres hat, nimmt am beliebten Knödelworkshop und Frühshoppen auf der Gaislachkogel-Mittelstation teil.

Oder die Gäste lassen sich in der beeindruckenden und preisgekrönten Spa-Welt von Kopf bis Fuss verwöhnen, halten sich fit oder ruhen sich einfach aus. «Das Central» stellt die wichtigen Fragen: Wie viel Raum braucht die Seele, um sich zu entfalten? Wie viel Ruhe der Geist? Wie viel Geborgenheit das Herz? Das Wellnesshotel verspricht diese auf der Reise in die Entspannung zu beantworten.

Eines darf und wird im Luxushotel «Das Central» nie fehlen: die herausragende Kulinarik. Im Hotel Central ist jede Komposition vom haubengekrönten Küchenteam detailverliebt geplant und gekonnt umgesetzt. Jeden Tag neu und stets inspiriert von der Region, der Tiroler Genusskultur und der Haute Cuisine ferner Länder. In dieser besonders reizvollen Fusion entstehen herausragende Menus, die vom Sommelier Martin Sperdin mit besten Weinempfehlungen begleitet werden. Nicht umsonst darf sich das Hotel «Das Central» über besondere Auszeichnungen wie die «Toque d'Honneur» von Gault Millau oder die Auszeichnung als «Bestes Weinhotel in Österreich 2016» freuen. So gehört «Das Central» zu einem der besten Gourmetrestaurants in Österreich und bietet vom à la carte Gourmetrestaurant Ötztaler Stube bis zum einzigartigen Gipfelge-

International bekannt und die perfekte Drehscheibe für Genuss, Erholung und Exklusivität ist das Luxushotel «Das Central».



fühl im Gourmetrestaurant ice Q auf 3048 Metern eine bestechende Vielfalt an. Wein hat Tradition im «Das Central.» Und der Event «Wein am Berg» inzwischen grosses Renommee. Es war einer dieser wundervoll inspirierten «Wein am Berg»-Tage, an dem die Idee einer neuen Weinkreation entstand: der Ursprung des unvergleichlichen Pino 3000. Gemeinsam mit dem österreichischen Weingut Paul Achs, der Südtiroler Kellerei St. Pauls und dem deutschen Weingut Dr. Heger wurde so 2011 der Grundstein für den Pino 3000 gelegt. Je zwei kleine Barrique-Fässer des besten Pinot Noirs aus den drei Weingütern sollen in Südtirol zusammengeführt werden – und schliesslich in Sölden, am Gipfel des Gaislachkogls auf 3048 Metern Seehöhe, im Holzfass reifen. Unbeein-





Gastgeberin Angelika Falkner mit
Martin Sperdin und Michael Waschl.



flusst von den Jahreszeiten, kann der Wein hier spürbar mehr Frucht und Frische entfalten. Der veränderte Sauerstoffgehalt und der geringe Luftdruck tragen dazu bei, dass die Aromen im Glas auf neue Weise zur Geltung kommen.

Dass hinter so einen renommierten und innovativen Hotelunternehmen samt Spitzengastronomie grosse Visionäre stehen, versteht sich von selbst. Es war in der Tat immer die grossen Visionen und die mutigen Entscheidungen, welche die Familien Falkner, Riml und Gurschler verbanden. Wegweisend für sie und die gesamte Region war die Gründung der Skiliftgesellschaft Sölden-Hochsölden im Jahr 1955. Auch «Das Central» ist Teil dieses Unternehmens und wird von Angelika Falkner und ihrem Team geführt. Seniorchef Hans Falkner, galt als Pionier von Sölden, der die Gletscherstrasse erbaute und damit den Grundstein für die touristische Entwicklung im Tal legte. Der Wunsch, das Erlebnis «Sölden» immer wieder neu zu bereichern, liess Top-Spots wie das spektakuläre Gourmetrestaurant ice Q, das Giggijoch, die Almstube, die Koglstube, den Schwarzkogel und das Rastland in Nassereith entstehen. Über 250 Mitarbeiter sorgen dafür, dass das Unternehmen höchsten Qualitätsansprüchen gerecht wird.

Erholungsuchende Geniesser, anspruchsvolle Alpinisten und weitgereiste Individualisten finden im Hideaway mit 40-jähriger Tradition einen passenden und inspirierenden Ort.

NAH FERN FERNOST

WIEN

Weltmetropole mit Geschmack



Als köstliches Highlight im Palais Hansen Kempinski darf der Apfelstrudel auf keinen Fall fehlen.

BILDER HANDOUT



Wien lässt weltweit alle Städte hinter sich: Die österreichische Hauptstadt wurde auch 2019 wieder zur lebenswertesten Metropole gewählt. Nichts wie hin.

SIMONE LEITNER

Im Frühling zauberhaft, im Sommer traumhaft, im Winter märchenhaft; Wien, was für eine schöne und lebenswerte, pulsierende und wohltuende Weltstadt. Das bestätigte zum zehnten Mal in Folge auch die internationale Vergleichsstudie von Mercer: Wien wird auch 2019 wieder das beste Zeugnis ausgestellt und somit erneut zur lebenswertesten Stadt gekürt. Jährlich führt das Beratungs-Unternehmen eine Studie zur Bewertung der Lebensqualität in 231 Metropolen weltweit durch.

Also nichts wie hin, in die lebenswerte Hauptstadt Österreichs, in die bekannten Kaffeehäuser und natürlich zu den berühmtesten Bauwerken. In Wien toppt ein architektonisches Meisterwerk das andere. Jugendstil hat neben gotischen und barocken Bauwerken einen wichtigen Platz in der Wiener Architektur. Prominente Architekten wie Otto Wagner, Josef Hoffmann, Adolf Loos oder Joseph Maria Olbrich errichteten während der Periode vom 19. zum 20. Jahrhundert weltberühmte Gebäude wie die Secession, die Postsparkasse oder das Looshaus. Das Wien der vorletzten Jahrhundertwende war eine der Geburtsstätten der

Moderne. Auch in der Architektur gingen die Baumeister neue Wege. Allen voran war es Otto Wagner, der das Wiener Stadtbild bis heute prägt. Er bevorzugte eine geometrische Variante des Jugendstils. Seine Gebäude sind klare, meist symmetrisch angeordnete Baukörper – sachlich und nüchtern.

Die wichtigsten Wagner-Bauten in Wien sind die Stationen, Geländer und Brücken der ehemaligen Stadtbahn, das Majolikahaus und Musenhaus an der Wienzeile, die Kirche am Steinhof und die Postsparkasse. Prägender Bestandteil der Jugendstil-Architektur waren Ornamente, die vor allem bei der Aussengestaltung raffiniert eingesetzt wurden. Marmor, Glas, Fliesen, Metallapplikationen, bunter Stuck oder Vergoldungen veredelten die Häuser. Um diese Gebäude und deren Geschichte vertieft kennenzulernen, lohnt es sich, eine professionelle Wiener Stadtführerin oder einen Wiener Stadtführer zu engagieren. Wer im Hotel Palais Hansen Kempinski wohnt, hat Glück, denn der Concierge kennt und organisiert die besten Experten für eine individuell gestaltete Tour.

Eine der grössten Strassen Wiens ist die 5,3 Kilometer lange Ringstrasse. Lang genug, um zahlreichen monumentalen Gebäuden genügend Platz zu bieten, die in den 1860er- bis 1890er-Jahren erbaut wurden. Von der Staatsoper bis zum Kunsthistorischen Museum – die dort errichteten Bauten gehören heute zu den wichtigsten Sehenswürdigkeiten Wiens. Als Teil der berühmten Ringstrasse zeigt sich das Luxushotel Palais Hansen Kempinski modern, innovativ, unkonventionell und zeitgemäss. Hier trifft gelebte Geschichte auf zeitgeistiges Lebensgefühl und architektonische Finesse auf geschmackvollen Luxus. Diese reizvolle Mischung von historischen Elementen und stilsicherem Design zeigt sich im ganzen Hotel und ergänzt sich hervorragend. Das Palais beherbergt auf sieben Etagen 152 Zimmer und Suiten, zwei Restaurants, zwei Bars, eine Cigar Lounge, sechs Veranstaltungsräume, einen Ballsaal, einen Blumenladen, eine Galerie, einen Fitness- und Spa-Bereich, der auch Day-Spa-Gästen zugänglich ist, sowie 17 private Penthouse-Residenzen. Kurz, ein Hotel der Superlative.

NAH FERN FERNOST

WIEN



Florian Wille ist General Manager des Fünf-Sterne-Hotels Palais Hansen Kempinski in Wien.



Auch die «Fresh Cuisine» des Sterne-restaurants Edvard glänzt mit Perfektion und Herz. Der Name des Restaurants ist ein Tribut an den berühmten Architekten des Palais Hansen – Theophil Edvard Hansen. Das Gourmetrestaurant hat über 40 Sitzplätze und dezente Stuckverzierungen, dunkle Holzböden und ein stilvolles Design. Die sorgfältige Auswahl der Produkte und die harmonische Kombination aller Komponenten überraschen mit Aromenvielfalt. Neugierig macht auch die Weinkarte, die einen Einblick in die hochdekorierten österreichischen Weine bietet. Der passionierte Sommelier gibt gerne und fundiert Auskunft – auch Weinkenner können spannende Insider-Informationen über Lagenweine kennenlernen. Kurz: Das Restaurant Edvard, das mit einem Michelin-Stern und 16 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet ist, darf auf der Bucketlist des Wien-Besuchs nicht fehlen.

Wie schon erwähnt, das denkmalgeschützte Palais liegt am Schottenring und ist damit Teil der Ringstrasse. Mit weiteren imposanten Gebäuden wie der Börse, dem Parlament und dem Wiener Rathaus gehört diese Strasse zu den schönsten Boulevards der Welt. Früher Flaniermeile für die höhere Gesellschaft, steht sie heute offen für alle – und steht symbolisch für den Facettenreichtum



Wiens. Hippe Clubs, angesagte Festivals, junge Galerien, moderne Architektur und trendige Shops gehören ebenso dazu wie die Oper, renommierte Konzertsäle, grosse Museen und nostalgische Läden. Um den Donaukanal herum ist der Wiener Ring zudem Treffpunkt für die junge, urbane Szene.

Wichtiger Bestandteil der lokalen Tradition ist die Kaffeehauskultur. Bei einer Wiener Melange trifft man sich zum Gedankenaustausch oder blättert durch die verschiedenen Zeitungen. Passend dazu werden kleine Leckereien wie Mehlspeisen, Kuchen und Torten

serviert. Apropos Mehlspeisen: Als köstliches Highlight im Palais Hansen Kempinski darf der Apfelstrudel auf keinen Fall fehlen. Das Setting im Hotel könnte denn auch besser nicht sein: In der stilvollen und belebten Lobby wird täglich frischer Apfelstrudel serviert. Der Strudel wird häufig als König der Wiener Mehlspeisen bezeichnet – ein österreichisches Nationalgericht mit internationalem Renommee. Und wer Lust hat, selber zu backen, findet hier das Kempinski-Originalrezept.

www.kempinski.com



Das Luxushotel Palais Hansen Kempinski zeigt sich modern, innovativ, unkonventionell und zeitgemäss. Hier trifft gelebte Geschichte auf zeitgeistiges Lebensgefühl und architektonische Finesse auf geschmackvollen Luxus.



Apfelstrudel-Rezept

Strudelteig 300 g glattes Mehl | 50 ml Wasser
50 g Traubenkernöl | 1 Prise Salz | Flüssige
Butter zum Bestreichen | Staubzucker

Füllung 1 kg Äpfel | 500 g Kristallzucker
200 g Rosinen | 200 g Mandeln (gehobelt, ge-
röstet) | 100 g Semmelbrösel (fein gerieben)
5 g Zimtpulver | Schale von 1 Zitrone

Zubereitung Den Strudelteig am besten einen
Tag im Voraus zubereiten, da dieser einige
Stunden Ruhe braucht. In einer Rührschüssel
Mehl, Wasser, Öl und Salz langsam zu einem
homogenen Teig kneten. Drei Kugeln formen,
mit Öl bestreichen und gut abgedeckt mit Klar-
sichtfolie im Kühlschrank über Nacht ruhen
lassen.

Äpfel waschen, schälen, entkernen und in
Spalten schneiden. Für die Füllung alle Zuta-
ten vermischen und ca. 1 Stunde rasten lassen.

Eine Teigkugel vorsichtig mit den Händen
ziehen, bis der Teig rechteckig und sehr dünn
ist. Danach auf ein bemehltes Tuch legen und
mit flüssiger Butter bestreichen. Mit den an-
deren beiden Teigkugeln wiederholen und die
Teigblätter übereinander legen. Die Füllung
kompakt am unteren Ende über der gesamten
Strudelteig-Breite platzieren und den Strudel
vorsichtig einrollen, dabei die Ränder immer
wieder einschlagen. Den fertigen Strudel mit
Butter bestreichen und mit Staubzucker be-
streuen.

Im vorgeheizten Ofen bei 200 °C für ca. 25
Minuten backen.

NAH FERN FERNOST

DER ÖSCHBERGHOF

Schön Green

Das Resort «Der Öschberghof» liegt am Rande der süddeutschen Stadt Donaueschingen und rund 30 Kilometer nördlich von Schaffhausen. Ein Golf- und Genussparadies ganz in der Nähe.

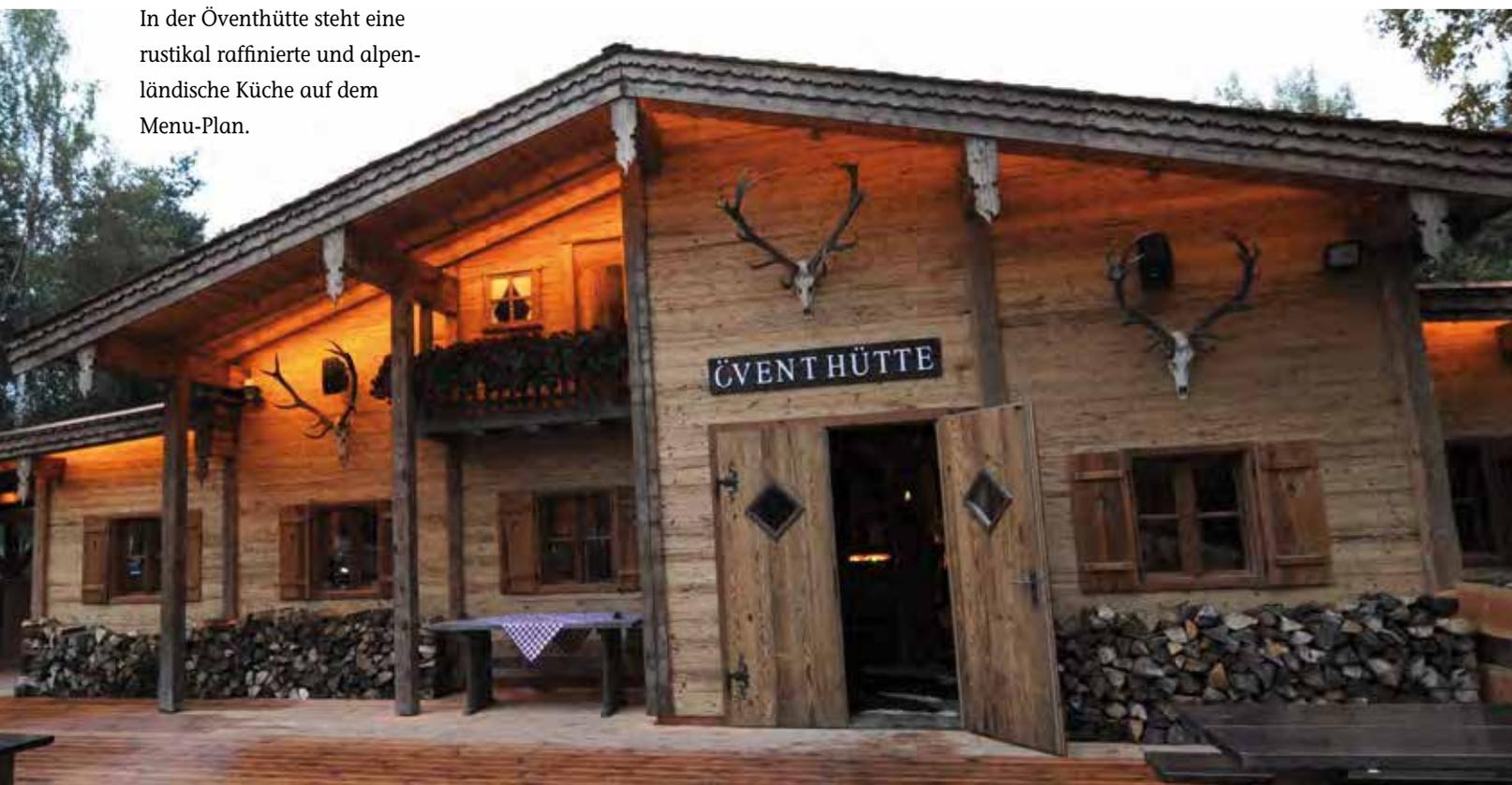


Zwischen Schwarzwald, Bodensee und der Schweiz liegt der idyllische Golfplatz, der zum Resort «Der Öschberghof» gehört.

NAH FERN FERNOST

DER ÖSCHBERGHOF

In der Öventhütte steht eine rustikal raffinierte und alpenländische Küche auf dem Menu-Plan.



Zwischen Schwarzwald, Bodensee und der Schweiz ist für Geniesserinnen und Genieser, für Wellnessanbieter und Architekturfans und für Golfer ein neues Resort der Extraklasse eröffnet worden. Der Öschberghof in Donaueschingen erstrahlt nach umfangreichen Umbauarbeiten in ganz neuem Glanz. Neue Halle, neue Zimmer in einem neu gebauten Gebäude – alles in edel-puristischem Design mit ungewöhnlichen architektonischen Raffinessen. Dazu eine Spa-Anlage, die mit über 5000 Quadratmetern wirklich keine Wünsche offenlässt. Und vor allem das Golfangebot erfüllt auch grosse Erwartungen. Alle Golfplätze sind innerhalb von 5 Minuten zu Fuss erreichbar. Dass so ein grosszügiger Umbau nicht ohne grosse Investition zu realisieren ist, versteht sich von selbst: Rund 55 Millionen Euro haben die Erneuerungen gekostet.

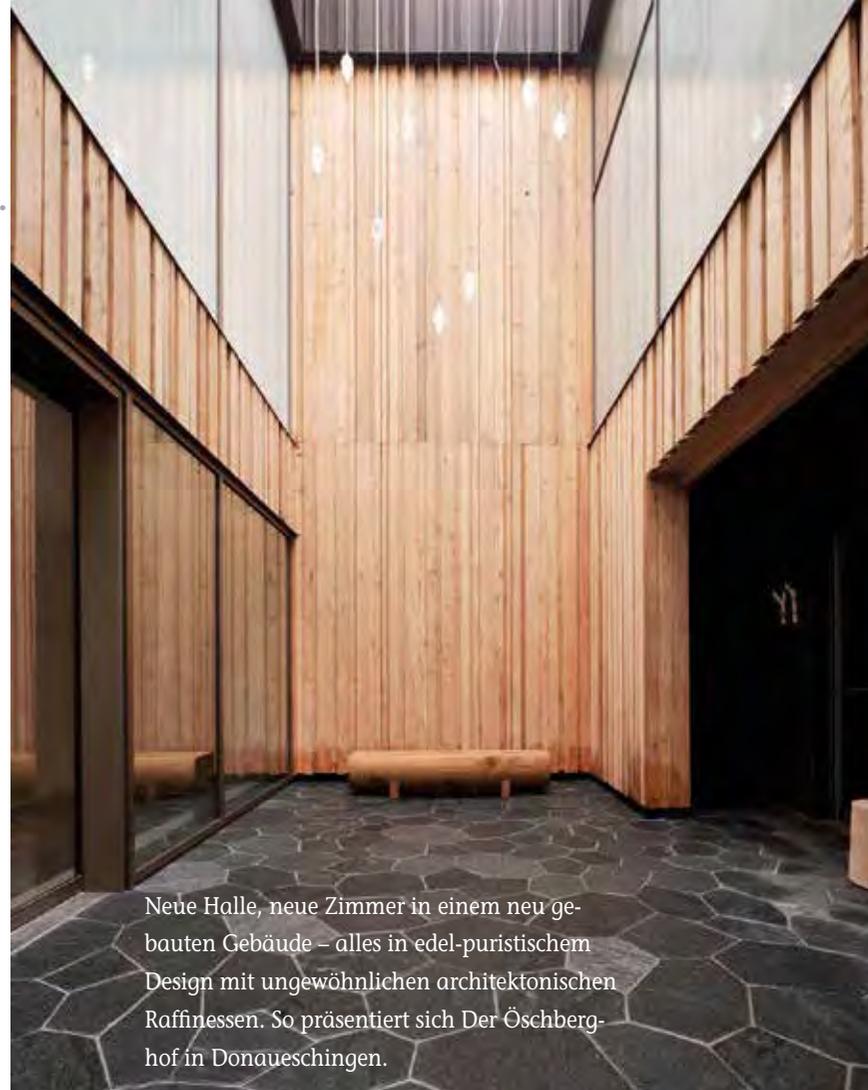
Schon bei der Anfahrt präsentiert sich der neue Öschberghof aussergewöhnlich:

Überzogen mit Metall, reflektiert das Resort mit einer Gesamtfläche von 180 Hektar Sonne und Licht – und fügt sich so gekonnt in die Umgebung und Landschaft ein. Über eine Vorfahrt gelangen die Gäste zur neuen Hotelhalle, die sich mit Bibliothek, Kaminecke sowie Tagesbar im Wohnzimmer-Charakter präsentiert. Die Aussicht von der Hotelhalle ins Grüne und über Greens ist traumhaft. Golf ist einer der Schwerpunkte im neuen Öschberghof: wurde doch das Golfangebot auf 45-Loch ausgebaut. Sowohl der neue 18-Loch East Course und der 9-Loch West Course als auch der 18-Loch Old Course, der nach einem Fresh-up zur aktuellen Golfsaison wieder eröffnet wird, sind gut zu Fuss vom Hotel aus zu erreichen. Ebenso die neue Driving Range, die neue Caddyhalle und das Akademiegebäude. Ein grosses Plus für alle Golfer.

Und wer Golf spielt, liebt bekanntlich auch die feine Küche. Das kulinarische An-

gebot im Öschberghof spielt sich in vier verschiedenen Restaurants ab: das Ösch Noir (Fine Dining), das Esszimmer (gehobene internationale Küche mit regionalen Einflüssen), das Ristorante und Pizzeria Hexenweiher (italienische Spezialitäten) sowie die Öventhütte (alpenländische Küche). Vor allem auch die Bar mit angrenzender Smokers Lounge und begehbarem Humidor lässt das Herz von Zigarren-Aficionados höher schlagen.

Ideal ist der Öschberghof auch für geschäftliche Meetings, die natürlich mit genusreichem Rahmenprogramm kombiniert werden können. Das umfangreiche Tagungszentrum verfügt über sechs unterschiedliche Tagungsräume und einen 400 Quadratmeter grossen Festsaal. Im Öschberghof ist vieles möglich, vor allem aber alles in sehr hoher Qualität und mit viel Liebe zum Detail.



Neue Halle, neue Zimmer in einem neu gebauten Gebäude – alles in edel-puristischem Design mit ungewöhnlichen architektonischen Raffinessen. So präsentiert sich Der Öschberghof in Donaueschingen.



NAH FERN FERNOST

GRIECHENLAND

Ein besonders exklusives Reiseziel ist das Aman Resort Amanzoe.

A scenic view of a coastline with mountains and a large infinity pool in the foreground. The pool is on a concrete deck with lounge chairs. The background shows a vast sea and distant mountains under a cloudy sky.

Götter & Meer

Die peloponnesische Halbinsel ist eine Hochburg der Mythologie und perfekter Ort für alle Fans der Antike. Und wo treffen sich Kenner und Geniesser? Im Aman Resort Amanzoe, einem Refugium mit Weitsicht.

SIMONE LEITNER

NAH FERN FERNOST

GRIECHENLAND

Der Peloponnes ist eine grosse Halbinsel im Süden Griechenlands, die den Landesteil südlich des Golfes von Korinth bildet. Reich an Geschichte und Mythologie, ist sie nach dem Gründer der Olympischen Spiele, König Pelops, benannt. Umgeben von den azurblauen Wellen des Ägäischen Meeres und von Felsen und Sandstränden gesäumt, ist die Halbinsel Heimat einer wunderschönen Landschaft voller Olivenhaine und Johannisbrotbäume. Der Peloponnes ist wegen seines milden Klimas, seiner liebrenden Landschaft und seiner Nähe zu Athen schon seit langer Zeit ein bevorzugtes Wochenend- und Urlaubsziel für Griechenlands Hauptstadtbewohner. Und für Schweizerinnen und Schweizer.

Ein besonders exklusives Reiseziel ist das Aman Resort Amanzoe mit seinen 38 Gäste-Pavillons, einem Aman Spa und mehreren Aman Villen, eines von Amans vier Anwesen im Mittelmeerraum – die griechische Ergänzung zum montenegrinischen Aman Sveti Stefan, zum türkischen Amanruya sowie zum Aman Venice in Venedig. Sein Name leitet sich aus dem Sanskrit für «Frieden» (aman) und dem griechischen Wort für «Leben» (zoe) ab. Das im August 2012 eröffnete Amanzoe liegt auf einer Anhöhe nahe der Stadt Porto Heli an der Ostküste des Peloponnes. Von Porto Heli aus sind leicht die wunderschönen Inseln Spetses und Hydra erreichbar. Das Resort besticht durch einen Panorama-Meerblick von fast 360 Grad. Ihm zu Füssen erstreckt sich ein exklusiver Beach Club in einer idyllischen Bucht.

Umgeben von sanft gewellten Olivenhainen und mit Blick auf die Insel Spetses sowie den Argolischen Golf gelegen, befindet sich das Refugium nur eine zehnmündige Fahrt von den Tavernen und dem lebhaften Treiben von Porto Heli entfernt. Die Strasse, die zum Amanzoe hinauf führt, endet an einem eleganten marmornen Entrée. Dahinter erstreckt sich in Hügellage das Resort, dessen Zentrum

ein grosser Pool mit spektakulärem Meerblick bildet.

Die malerische Stadt Porto Heli liegt an der Ostküste des Peloponnes gegenüber den Urlaubsinseln Hydra und Spetses. Umgeben von glitzernd blauem Meer, ist diese Region die Wiege der Zivilisation und Geburtsort von Legenden, sie ist gesegnet mit einer Historie, die die Spartaner und Römer, die Byzantiner und Venezianer umfasst. Sie alle zogen über die Jahrtausende hinweg wegen der Schönheit der Region, ihrem Reichtum und ihrer strategischen Lage hier durch. Porto Heli selbst ist ein Distrikt der Gemeinde von Ermionida, die wiederum die Distrikte von Ermioni, Kranidi und Kilada umfasst. Das gesamte Gebiet wird oft zusammengenommen als Porto Heli bezeichnet.

Doch zurück zum einmaligen Resort Amanzoe: Die 38 Gäste-Pavillons befinden sich auf unterschiedlichen Ebenen der Anhöhe, um jedem Gast ein Maximum an Privatsphäre sowie einen Traumblick über die Ägäis zu sichern. Sie bieten eine Wohnfläche von 210 m², von denen 100 m² auf die Aussenbereiche entfallen. Ein weiteres wohnliches Highlight sind die vier Beach Cabanas mit jeweils 65 Quadratmetern. Bei dieser Miniaturversion der Pavillons liegt das Meer direkt vor der Tür. Neben dem eigenen Garten mit grosser Terrasse gibt es auch einen privaten 9,5 Meter langen Swimmingpool.

Eine Destination für sich ist der exklusive Beach Club des Amanzoe, der von Mitte April bis 4. November geöffnet ist. Er liegt unterhalb des Resorts an einer idyllischen Bucht und verfügt über vier Swimmingpools, ein zwangloses Restaurant und eine Bar sowie eine Wassersport-Station mit Surf-, Kajak- und Segel-Equipment. Der Schweizer Hoteldirektor Paul Linder schwärmt von Amanzoe und verrät, was die Schweizer Gäste in «seinem» Resort so lieben und warum der Helikopter-Transfer nicht ausschliesslich eine bequeme Anreise ist.

LESERANGEBOT

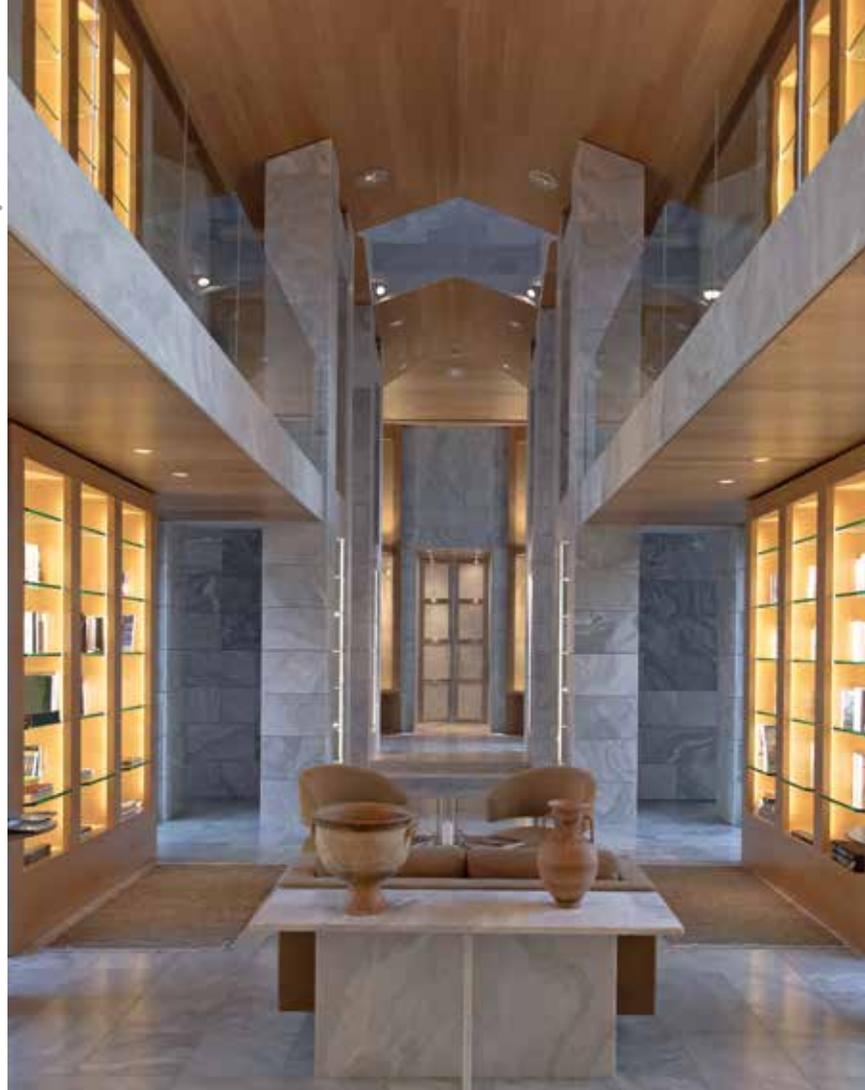
Buchen Sie direkt beim Amanzoe Reservation Manager Maro Gyftou Ihre Übernachtungen und freuen Sie sich auf einen traditionellen griechischen Lunch im Beach Club des Amanzoe.
Email: mgyftou@aman.com
Tel.: +30 2754 772 888
(Amanzoe Zentrale)

bonalifestyle Amanzoe und die Destination haben seit Jahrzehnten einen hohen Bekanntheitsgrad. Perfekt für den Schweizer Markt?

Paul Linder Absolut! Gerade unsere Schweizer Gäste lieben die Kultur, die Schönheit und einzigartige Vielfalt der Natur und den kosmopolitischen, ungezwungenen Lifestyle des Amanzoe. All das erfüllt die Wünsche und Erwartungen anspruchsvoller und fortgeschrittener Reisender. Im Amanzoe bieten wir unseren Gästen ein ebenso authentisches wie zeitgemässes Erlebnis, das neben erholsamer Entschleunigung auch tiefe Einblicke in die Destination und Lebensart ermöglicht. So können unsere Gäste die archäologischen Stätten in der nahen Umgebung mit dem Roller, Quad oder Fahrrad erkunden, per Segelboot nach ihrem Lieblingsstrand des Tages Ausschau halten oder saisonal bei der Olivenernte aktiv werden und ihr eigenes Öl herstellen.

Was fasziniert Sie persönlich an diesem Standort von AMANZOE?

Es sind die herrlichen Landschaften, die geballte Kultur und das wunderbare Klima des Peloponnes. Amanzoe befindet sich an der Ostküste der Halbinsel im Süden Griechenlands. Hier ist die jahrtausendealte Geschichte allgegenwärtig, von antiken Tempeln über byzantinische Klöster bis hin zu venezianischen Burgen direkt



Die 38 Gäste-Pavillons befinden sich auf unterschiedlichen Ebenen der Anhöhe, um jedem Gast ein Maximum an Privatsphäre mit Traumblick über die Ägäis zu sichern.



NAH FERN FERNOST

GRIECHENLAND



am Meer. Der Peloponnes ist zudem eine der schönsten und abwechslungsreichsten Landschaften Griechenlands. Sie finden hier Berge so hoch wie die Alpen, weite Ebenen voller Orangen- und Olivenhaine, lange Sandstrände, einsame Buchten und ein kristallklares Meer.

Klingt traumhaft ...

Ja, und in zehn Autominuten ist man inmitten des lebhaften Treibens von Porto Heli mit seinen Flaniermeilen, den Shops und Tavernen. Weitere zehn Minuten Fahrtzeit mit dem Boot und man erreicht die kosmopolitische, autofreie Insel Spetses, die über eine lange Seefahrertradition verfügt. Ein bisschen weiter entfernt, aber auch leicht per Wasser-taxi erreichbar, liegt die Insel Hydra. Ebenfalls autofrei und von historischen Kapitänsvillen besiedelt, bietet diese Insel zahlreiche hübsche Restaurants. Historische Städte, Heiligtümer, Klöster und Ausgrabungsstätten in der nahen Umgebung sind natürlich ebenso Teil des

Urlauberlebnisses wie auch eine Cruise mit einem unserer Boote, die zu den unzähligen kleinen Inseln und abgelegenen Buchten führt.

Wie sehen die Herbsttage im Amanzoe aus?

Wenn es in der Schweiz schon frostig-kalt wird, verlängern wir unsere sommerliche Saison bis Ende November. Ab Oktober bieten wir in unserem Aman Spa ganzheitliche Wellness-Retreats, die ich aufgrund meines 14-jährigen Wellness-Hintergrunds im thailändischen Chiva-Som sowie dem COMO Shambhala Estate auf Bali ins Leben gerufen habe. Statt nasskaltem Winter kann man dann hier eine sonnenverwöhnte Auszeit für Körper und Geist genießen.

Sie sind als Schweizer General Manager für die luxuriöse Hotelgruppe Aman tätig. Was glauben Sie, schätzt der Schweizer Gast so besonders an diesen Resorts weltweit?

Aman gilt generell als Inbegriff exklusiver Hideaways und als Pionier einer nachhaltigen

und bewusst zurückgenommenen Luxushotel-lerie. Derzeit besteht die Gruppe aus insgesamt 34 Hotels und Resorts und privaten Residenzen in 21 Ländern und auf vier Kontinenten. Jedes dieser Anwesen widerspiegelt auf unverwechselbare Weise seine Umgebung, Kultur und Tradition an den schönsten Schauplätzen der Welt. Aman bedeutet Raum, Harmonie und Ruhe. Unsere Schweizer Gäste schätzen diesen einmaligen Dreiklang, mit dem sich Aman von anderen Hotelgruppen unterscheidet. Sie schätzen es, mit unseren Retreats tiefer in eine Destination einzutauchen, ein Land durch den Besuch mehrerer Amans erkunden zu können. Und sie schätzen es, dass sie sich bei uns wie bei einem guten Freund zu Hause fühlen – und dies in einem wunderbaren Rahmen. Unser Bestreben ist es seit eh und je, unseren Gästen Privatsphäre, aussergewöhnliche Erlebnisse und das Gefühl der Harmonie und Nähe mit der jeweiligen Destination zu bieten. Dieser Philosophie sind wir seit über 30 Jahren konse-



Mit Blick auf die Insel Spetses, befindet sich das Refugium nur eine zehnminütige Fahrt von den Tavernen und dem lebhaften Treiben von Porto Heli entfernt.

quent treu geblieben. Daran hat sich und wird sich nichts ändern.

Empfehlen Sie vor oder nach dem Aufenthalt im Amanzoe eine Rundreise oder können auch Ausflüge zu sagenumwobenen Stätten vom Hotel aus gemacht werden?

Amanzoe bietet den perfekten Ausgangspunkt, um die Schätze des Peloponnes zu erkunden. Es gibt eine Vielzahl an interessanten Ausgrabungsstätten in der Nähe. Wie etwa das Heiligtum des Asklepios, der in der Mythologie als Gott der Heilkunst gilt. Das Amphitheater in Epidaurus ist rund 45 Minuten vom Amanzoe

entfernt und bietet im Sommer zahlreiche Theateraufführungen. Nur geringfügig weiter entfernt liegen die Zitadelle von Mykene und der mykenische Friedhof von Dendra. Ganz in der Nähe befinden sich der historische Ort Kranidi, – der eine wichtige Rolle während der Revolution gegen die Ottomanische Herrschaft im Jahr 1821 spielte –, die antike Zitadelle von Tirynth mit ihrem im 12. Jahrhundert vor Christus errichteten Damm sowie die Ansiedlung Lerna bei Mili aus der frühen Bronzezeit und der Hera-Tempel nahe Argos. Und wenn man eine Rundreise zu unseren Schwesterresorts machen möchte, dann bieten sich das Aman Sveti Stefan in Montenegro, das nicht nur die Insel Sveti Stefan, sondern auch die Villa Miločer auf dem Festland umfasst, das traumhaft schöne Amanruya im Golf von Mandalya an der Nordküste der Bodrum-Halbinsel sowie das Amanjena vor den Toren Marrakeschs. Letzteres erinnert an einen Sultanspalast und liegt in einer Oase aus Olivenhainen und Dattelpalmen mit

Aussicht auf die schneebedeckten Gipfel des Atlasgebirges.

Ist der Helikopter-Transfer von Athen ins Resort vor allem sehr bequem oder auch ein grosses Naturerlebnis?

Mit den komplett konfigurierten zweimotorigen Hubschraubern von IFLY erlebt man einen herrlichen 25- bis 30-minütigen Flug über Athen, den Argosaronic-Golf, die Inseln Aigina und Poros, bevor man sich der Region Kranidi und schliesslich dem Amanzoe nähert. Besonders im Morgengrauen oder in der Abendröte ist der Flug ein einmaliges Erlebnis, wenn man dann so beeindruckende Stätten wie die mykenischen Zitadellen, die versunkene antike Stadt Halieis in der Porto Heli Bay, Akrokorinth, das antike Stadion, den Apollo-Tempel von Nemea und den Hafen von Isthmia aus der Vogelperspektive sehen kann.

NAH FERN FERNOST

MALEDIVEN



Gourmet-Spezialitäten im Unterwasser-Restaurant Sea: Ein spektakuläres und unvergessliches Erlebnis.



Wenn der Fisch grüsst

Das Resort Anantara Kihavah Maldives Villas lädt in ein Naturparadies ein, das respektvoll mit der Umwelt umgeht. Hier schützen Feriengäste die Unterwasserwelt und werden zu Korallengärtnern. Oder sonst einfach glücklich.

NAH FERN FERNOST

MALEDIVEN





Das Resort Anantara Kihavah Maldives Villas lädt in ein Naturparadies ein, das respektvoll mit der Umwelt umgeht. Das naturverbundene Malediven-Resort liegt auf einer privaten Insel in einem Unesco-Biosphärenreservat und bietet den Gästen Privatsphäre inmitten üppiger Flora und Fauna an.

Mit Mantas im farbenfrohen Baa-Atoll um die Wette schnorcheln, beim Aerial Yoga Körper und Seele baumeln lassen und im Unterwasserrestaurant, das umgeben ist von wunderschönen Korallen, ein surreales und zugleich exklusives Dinner inklusive adäquater Weinbegleitung genießen. So sieht ein perfekter und inspirierender Ferientag im Resort Anantara Kihavah Maldives Villas aus. Oder auch ganz anders. Aber immer beeindruckend, immer unvergesslich. Das naturverbundene Malediven-Resort liegt auf einer privaten Insel in einem Unesco-Biosphärenreservat und bietet den Gästen Privatsphäre inmitten üppiger Fauna und Flora an. Hier verbringen die Gäste ihre Ferien im grünen Dschungel aus unzähligen Palmen, erkunden die Insel auf verschlungenen Sandwegen, die sich über die ganze Insel winden. Und was könnte schöner sein, als diese mit dem Velo zu befahren? Barfuß auf Sand zu gehen und die Insel in rund 20 Minuten zu umrunden. Das macht nicht nur Spass, sondern verdeutlicht bei jedem Schritt die Vielfalt und die Schönheit dieses unbeschreiblichen Naturerlebnisses. Das Zusammenspiel von Wasser und Land, die Reflexion von Sonne und Meer.

Von den berausenden Korallenriffen auf den Malediven wird viel erzählt und viel geschrieben. Intakte Riffe sind aber nicht mehr immer und überall zu finden – die Korallen sind gefährdet. Weil der Indische Ozean immer wärmer wird, sterben die Korallen und damit die Grundlage des Inselparadieses. Die Ferien-Resorts nehmen diese Entwicklung ernst und investieren viel Geld und Zeit in den Erhalt und die Aufzucht der Korallen. Auch im Anantara Kihavah engagieren sich die Meeresbiologen voller Tatendrang und professionellem Wissen, die empfindliche Unterwasserwelt zu retten. In Handarbeit. Das Hausriff des Resorts ist eines der beeindruckendsten. Hier kann mit Mantas getaucht und mit Korallen-

NAH FERN FERNOST

MALEDIVEN



züchtern ein Beitrag für die Umwelt geleistet werden. Mehr noch: Gäste können sich beteiligen, die Korallenpopulation mit Aufzuchtgerüsten zu unterstützen. Ein spannendes Projekt. Interessierte Gäste bezahlen einen Beitrag und werden dann von der Meeresbiologin eingehend und kurzweilig informiert. Im Vorfeld hat die Expertin bereits Korallenfragmente zusammengesucht. Verschiedene Arten, die zusammenpassen und die vor allem in dieser Region gut gedeihen. Dann werden diese kleine Korallenstücke an einem Seil festgebunden, und schon ist die «Aufzuchtstätte» kreiert. Jetzt wird das bestückte Seil sorgfältig in den Meeres-Garten «gepflanzt». Was sich technisch liest und anhört, ist in Wirklichkeit ein berührender Akt. Denn wenn die Gäste zu Korallengärtnern werden, leisten diese nicht nur einen Beitrag zum Korallenschutz, sondern sind um eine grossartige Erfahrung reifer.

Selbst in der Hochsaison wirkt das Resort dank der fünf Restaurants nie überfüllt. Das «Sea», die spektakulärste Location des Luxusresorts, besticht durch ein 360-Grad-Panorama auf die bunte Unterwasserwelt des Indischen Ozeans sowie den einzigen Unter-



wasserweinkeller der Malediven, in dem 360 Labels aus 20 Ländern lagern. Das «Sea» ist mittags sowie abends geöffnet und beflügelt die Sinne. Oder wer kann sich vorstellen, dass eine Wasserschilkröte ganz gemütlich vorbeischwimmt, immer wieder dieselben Fische an der Scheibe «hallo sagen» und sich offenbar auch für die Gäste interessieren. Diese surreale Atmosphäre wirkt nachhaltig und sollte in jedem Fall besucht werden.

Die Anantara Kihavah Villas befinden sich etwa 45 Flugminuten vom Internationalen Flughafen Malé entfernt. 79 Poolvillen, ein Anantara Spa über der Lagune, ein Wassersportzentrum sowie insgesamt sechs Restaurants stehen für Gäste bereit. Der Komplex Sea.Fire.Salt.Sky liegt über der Lagune und bietet mit vier Restaurants kulinarische Vielfalt. «Sky» serviert internationale Tapas, «Fire» japanische Spezialitäten vom Teppanyaki-Grill und im «Salt» werden asiatische Speisen auf Blöcken aus Himalaya-Salz zubereitet. Manzaru bietet mediterrane Küche an einem der längsten Pools der Malediven. Abends funkeln darin kleine Lichter mit dem Sternenhimmel um die Wette. Diesen sieht man übrigens hervorra-



79 Poolvillen, ein Anantara Spa über der Lagune, ein Wassersportzentrum sowie mehrere Restaurants stehen für Gäste bereit. Und ein Blick in die Sterne.

gend aus dem neuen Observatorium auf dem Dach der Sky Bar.

Selbstverständlich darf eine Spa-Behandlung hier nicht fehlen. Der Meerblick und die Ruhezone mit einem Over-Water-Pool könnten schöner nicht sein. Die Spa-Suiten, die auch über dem Wasser liegen, sorgen für Privatsphäre, während erfahrene Hände den Stress oder die Verspannung einfach wegmassieren. Das Cocoon Medical Spa des Resorts bietet darüber hinaus ein Angebot aus Ayurveda-Behandlungen und weiteren Anwendungen zur Entgiftung, Hautreinigung, Verjüngung und Gewichtsreduzierung an. Ein

Experten-Team stellt hier die medizinische Betreuung sicher. Und die ausgebildete Krankenschwester Nur Laili bietet seit über einem Jahrzehnt ihre Expertise in den Bereichen Beauty, Wellness und Anti-Aging an. Ihr persönlicher Ansporn ist es, das Wohlbefinden der Gäste umfassend zu verbessern.

In dem Bestreben, die unberührte Natur der Insel zu bewahren, wurde beim Bau des Resorts kein einziger Baum verpflanzt, was an den Villen zu erkennen ist, die um sie herum entstanden sind. Das Design ist eine Hommage an die alte Seemannstradition, das die Motive des Indischen Ozeans, aus Arabien



und Portugal mit einheimischen Materialien verbindet. Das im Unesco-Biosphärenreservat gelegene Anantara Kihavah Maldives Villas lädt in ein Naturparadies ein, das respektvoll mit der Umwelt und den Gästen umgeht.

Egal wie lange die Ferienzeit hier im Baa-Atoll dauert: Das Resort Anantara Kihavah Maldives Villas berührt die Sinne nachhaltig. Noch lange Zeit später werden schöne Erinnerungen wach und die Freude an den «eigenen» Korallen» wächst.



IMPRESSUM

Herausgeber und verantwortlich für den Inhalt

Luxe Oblige Media, Buchenweg 32
CH-4571 Lüterkofen

Chefredaktion Simone Leitner

Creative Director Regula Wolf

Fotos Tim X. Fischer

Titelbild Tim X. Fischer

Korrektorat Paul Le Grand

Redaktionsadresse

bonaLifestyle
Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen
+41 79 452 26 64
simone@bonaLifestyle.ch

Partner und Investor bonacasa AG
Weissensteinstrasse 15 | 4503 Solothurn
Die bonacasa AG ist eine Gesellschaft der bonainvest Holding AG mit Sitz in Solothurn. bonacasa steht für die Vernetzung von barrierefreiem Bauen, 24/7-Sicherheit, individuellen Services und Haustechnologie für Privat- und Geschäftskunden.

Anzeigen Luxe Oblige Media
Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen
+41 79 452 26 64

Druck Vogt-Schild Druck AG, Derendingen

Druckauflage 20 000 Exemplare

Abonnemente CHF 15.– jährlich

Bestellen bonaLifestyle
Buchenweg 32 | CH-4571 Lüterkofen
simone@bonaLifestyle.ch

printed in
switzerland



WASSER

LESEN SIE IN DER NÄCHSTEN NUMMER

Bauen an *Fluss und See*
Schweiz *Wasserkraft*
Lifestyle Nasszellen
Hotel Marrakesch
Stadt Singapur
Land Japan

LIFESTYLE
DAS MAGAZIN FÜR FORTGESCHRITTENE
bona

VERPASSEN SIE KEINE AUSGABE von bonaLIFESTYLE, dem Magazin für Fortgeschrittene.

Wir informieren, unterhalten, klären auf und möchten Sie überraschen.

Abonnieren Sie das Magazin. Das Bestellformular finden Sie auf der Website.

simone@bonaLifestyle.ch | www.bonaLifestyle.ch.



SEVERIN'S

VON *Sylt*
BIS IN DIE
Alpen

UNSERE **SEVERIN'S** HÄUSER



SEVERIN'S

RESORT & SPA



LANDHAUS
SEVERIN'S

MORSUM KLIFF



SEVERIN'S

THE ALPINE RETREAT



NEU!



LEICA Q2

Akzeptieren Sie nichts außer Perfektion.

Die Leica Q2 ist mit einem neu entwickelten 47,3 Megapixel Sensor ausgestattet, der in Verbindung mit dem lichtstärksten Objektiv seiner Klasse und präzisiertem Autofokus brillante Ergebnisse quer durch die Genres garantiert. Ihr zuverlässiger Schutz gegen die Elemente und das zeitlos-elegante Design machen die neue Leica Q2 zum idealen Begleiter auf der Suche nach außergewöhnlichen Motiven und fotografischer Perfektion.

Mehr Inspiration unter www.q2.leica-camera.com

Laden Sie die Leica FOTOS App

