

# welcome & stay

MAGAZIN FÜR PROFIS  
AUS HOTELLERIE UND GASTRONOMIE  
AUSGABE 03 | 2017

**Miele**  
PROFESSIONAL

## Wertschätzen Eco statt Ego

Hinter dem Motto stehen nachhaltige Hotelkonzepte, die nicht nur Natur und Architektur vereinen wollen. Auch die Wertschätzung von Mitarbeitern und Ressourcen spielt eine wichtige Rolle – wie diese gelingen kann, erfahren Sie in dieser Ausgabe.



Liebe Leserinnen und Leser,

was uns lieb und teuer ist, pflegen wir mit Sorgfalt. Wir schätzen Menschen, Eigenschaften, Dinge wert. Und manchmal sind wir uns des Wertes einer Sache gar nicht bewusst, sondern nehmen sie als selbstverständlich. Wasser etwa ist ein wertvolles Gut, besonders in eher trockenen Regionen wie Italien. Ab Seite 4 erfahren Sie, wie in einem kleinen italienischen Dorf Geräte von Miele Professional dazu beitragen, sparsam damit umzugehen.

Wertschätzung wird bei Miele seit jeher gelebt – in Bezug auf Kunden, Mitarbeiter oder Partner im Fachhandel und in der Lieferkette. Auch in Hotellerie und Gastronomie ist Wertschätzung in ähnlich vielfältiger Ausprägung unabdingbar. Mit unserem Magazin möchten wir Sie inspirieren, Werte zu entdecken und damit vielleicht auch Ihren Arbeitsalltag mit mehr Wertschätzung und den positiven Effekten daraus zu bereichern.

Ich wünsche Ihnen viel Freude beim Lesen dieser Ausgabe.

Dr. Stefan Breit  
Geschäftsführung Technik



Die Zukunft erfordert mehr Wertschätzung von uns. Nur dann wird uns nachhaltige Wertschöpfung gelingen.



### Impressum

**Miele & Cie. KG**  
Vertriebsgesellschaft Deutschland  
Carl-Miele-Str. 29 | 33332 Gütersloh  
Postfach | 33325 Gütersloh  
Telefon: 05241 89-0  
E-Mail: welcome@miele.de  
www.miele-professional.de  
**Projektleitung (V. i. S. d. P.):**  
Julian Wedeking, Johannes Baxpöhler  
**Realisation:**  
gambit marketing & communication  
www.gambit-do.de  
**Druck:**  
Hermann Bösmann GmbH, Detmold  
**Fotonachweise:**  
Titel / S. 3 / S. 12–15 / S. 18 unten: © Matteo Thun & Partners  
S. 4–5: © iStockphoto/ellfranssens  
S. 4 oben, S. 8 Mitte und rechts oben, S. 9 oben: © scialbergodiffuso.it  
S. 8 Mitte und unten / S. 9 Mitte und unten: © lavatilly  
S. 3 / S. 8: © iStockphoto/JanHulzenga  
S. 3 / S. 11: KLAFS GmbH & Co. KG  
S. 3 / S. 16–17: © Ingo Pertramer  
S. 6–7: © iStockphoto/karma\_ROMAOSLO,  
S. 6 oben: © iStockphoto\_JackF, JanHulzenga,  
S. 10: © iStockphoto\_woottigon  
S. 18 oben links: fairafric, oben rechts: © iStockphoto\_kairosing  
**Auflage:**  
22.000 Exemplare



### Inhalt

- 04 \_ stay together  
Albergo Diffuso: Nachhaltiges Netzwerk-Hotel
- 10 \_ stay caring  
Zukunftsgut Wasser
- 11 \_ stay innovative  
KLAFS: Energiesparende Sauna
- 12 \_ stay green  
Natur trifft Design: Interview mit Matteo Thun
- 16 \_ stay veggie  
slow, vegan, regional
- 18 \_ stay informed  
News und Tipps für gepflegte Gastlichkeit

stay together



Wer große 5-Sterne-Hotels sucht, ist hier fehl am Platz. Das im Süden Siziliens malerisch gelegene Scicli bietet Touristen eine sogenannte „Albergo Diffuso“: Nächtigen kann man in ehemaligen Wohnhäusern, die zu Unterkünften umfunktioniert wurden. Ein alternatives Hotel-Konzept, das vorhandene Bausubstanz nachhaltig weiternutzt – und italienischen Dörfern und Städten in ländlichen Gegenden eine neue Perspektive bietet.

# Nachhaltiges Netzwerk-Hotel

Sizilianisches Flair: Scicli ist ein Ort in der Provinz Ragusa. Eine wichtige Einkommensquelle für die rund 27.000 Einwohner ist der Tourismus.



Wohnen in historischen Mauern: Für Touristen bieten die Unterkünfte der Albergo Diffuso ein authentisches Erlebnis – und eine besondere Nähe zum Dorfleben.



Einzigartig: Zusammen mit anderen spätbarocken Städten des Val di Noto wurde Scicli zum UNESCO-Welterbe erklärt. 1693 durch ein Erdbeben zerstört, wurden die Städte alle einheitlich im sizilianischen Barock wieder aufgebaut.

Das sizilianische Scicli hat, trotz seiner überschaubaren Größe von etwa 27.000 Einwohnern, einiges zu bieten: Seit 2002 ist das Städtchen UNESCO-Weltkulturerbe. Möglich machte dies eine Naturkatastrophe. 1693 wurde Scicli, zusammen mit sieben anderen Städten im Val di Noto, durch ein Erdbeben fast vollständig zerstört. Es folgte ein zeitgleicher Wiederaufbau im Stil des sizilianischen Barock, durch den die Städte einen weitgehend einheitlichen architektonischen Charakter erhielten – eine Besonderheit, die durch die Ernennung zum Weltkulturerbe offiziell gewürdigt wurde.

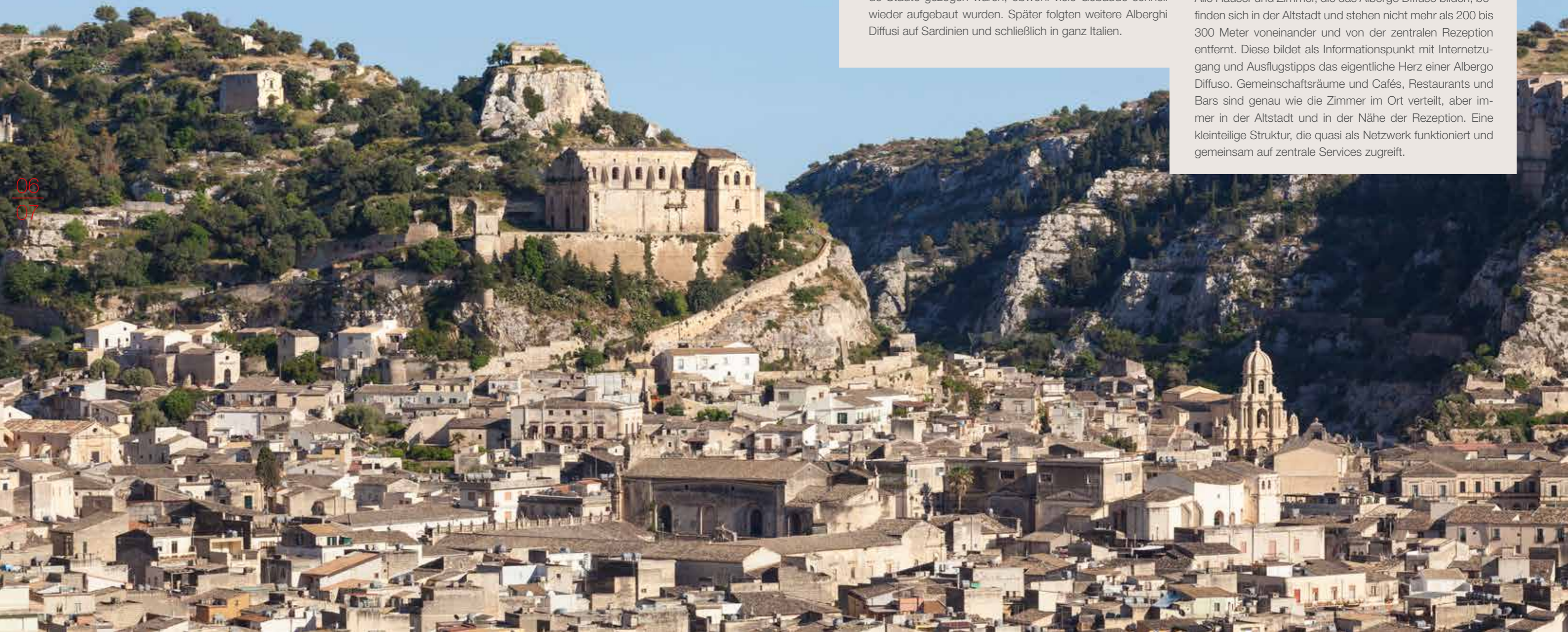
Eine attraktive Sehenswürdigkeit, die Touristen anzieht – und das ist gut so, denn der Tourismus ist eine der Haupteinnahmequellen in dem ansonsten von einer hohen Arbeitslosigkeit geprägten Sizilien. Wer eine Unterkunft in Scicli sucht, wird schnell auf den Begriff der „Albergo Diffuso“ stoßen, wörtlich übersetzt ein „verstreutes Hotel“. Entstanden ist das Konzept Ende der 70er-Jahre in Venetien, wo nach dem großen Erdbeben von 1976 die zerstörten und wieder aufgebauten Häuser für touristische Zwecke genutzt werden sollten. Eine Maßnahme gegen die Abwanderung, da die meisten Bewohner schon in umliegenden Städte gezogen waren, obwohl viele Gebäude schnell wieder aufgebaut wurden. Später folgten weitere Alberghi Diffusi auf Sardinien und schließlich in ganz Italien.

### Tür an Tür mit den Einheimischen

Was genau macht den Charme dieses „horizontalen Hotels“ aus? Wahrscheinlich ist es eine der besten Möglichkeiten, Italien ganz authentisch und sozusagen von innen heraus zu erfahren. Die Unterkünfte einer Albergo Diffuso sind historische Häuser, eingebunden in die ursprüngliche Dorfstruktur. Wer hier nächtigt, wird selbst zum temporären Einwohner des Dorfes und lebt Tür an Tür mit den Einheimischen. Historische Stätten werden so mit kleinstmöglichen Veränderungen bewohnbar gemacht, die Originalstrukturen bleiben erhalten und nur die Funktion und das Innenleben der Häuser oder Zimmer ist neu. Ein nachhaltiges Konzept, denn so können historische Dörfer vor dem Verfall gerettet und ihr kunsthistorischer und architektonischer Wert erhalten werden. Für die Einheimischen wird durch die Teilhabe am Tourismusgeschäft eine neue Perspektive geschaffen und der Erhalt von Traditionen und Bräuchen wird unterstützt.

### Das Herz: die zentrale Rezeption

Auf Komfort müssen Besucher trotzdem nicht verzichten: Alle Häuser und Zimmer, die das Albergo Diffuso bilden, befinden sich in der Altstadt und stehen nicht mehr als 200 bis 300 Meter voneinander und von der zentralen Rezeption entfernt. Diese bildet als Informationspunkt mit Internetzugang und Ausflugstipps das eigentliche Herz einer Albergo Diffuso. Gemeinschaftsräume und Cafés, Restaurants und Bars sind genau wie die Zimmer im Ort verteilt, aber immer in der Altstadt und in der Nähe der Rezeption. Eine kleinteilige Struktur, die quasi als Netzwerk funktioniert und gemeinsam auf zentrale Services zugreift.





Wohnen wie die Einheimischen – auf Zeit. Ehemalige Wohnhäuser werden zu Unterkünften für Touristen.



### Eine Wäscherei für alle

Auch die Wäsche, sprich Gäste-Bettwäsche und -Handtücher, wird zentral gewaschen und gemangelt. Seit einem Jahr gibt es in Scicli eine neue Wäscherei. Entstanden ist sie als Antwort auf den Bedarf zweier Beherbergungsnetzwerke: „Scicli Albergo Diffuso“ bietet insgesamt ca. 70 Betten in verschiedenen typischen Häusern im historischen Zentrum der Stadt. Die „Sicilia Ospitalità Diffusa“ hingegen ist ein Netzwerk von Gastwirten und Hausbesitzern, die ihr eigenes Zuhause an Touristen vermieten. Dieses regionale Beherbergungsnetzwerk bietet insgesamt noch einmal 500 Betten. Ausgestattet wurde die Wäscherei mit Maschinen von Miele Professional. „Wir haben uns für Miele Professional entschieden, um unseren Kunden beste Qualität garantieren zu können“, so Wäscherei-Betreiber Ezio Occhipinti. „Die Geräte sind so geplant, konstruiert und programmiert, dass sie tadellose Ergebnisse liefern und gleichzeitig den Reinigungsmittel- und Wasserverbrauch minimieren.“ Ein wichtiges Thema, denn in der Region ist Wasser knapp. Eine 10.000-Liter-Zisterne speichert das Wasser, das zweimal täglich bereitgestellt wird. Wassersparende Geräte sind für den verbrauchsintensiven Betrieb der Wäscherei überlebensnotwendig, denn hier werden pro Tag 400 kg Wäsche gewaschen.



### Wäscherei ... und Waschsalon

Inzwischen nutzen auch Privatpersonen die Wäscherei. Wäscherei-Betreiber Ezio Occhipinti ergänzte „eigentlich nur zum Spaß“ einen Self-Service-Bereich – ein klassischer Waschsalon, der nebenbei zum neuen Treffpunkt für die Bewohner geworden ist. Obwohl das Thema „Made in Germany“ für die Kunden von Ezio Occhipinti nicht im Vordergrund steht, überzeugt die Leistung der Geräte allemal – die Wäscheschonung durch die patentierten Miele Schontrommeln, die hohe Beladungsmenge von 18 kg und nicht zuletzt die Minimierung des Wasserverbrauchs sind Argumente, die in Bezug auf Effizienz und Qualität keine Wünsche offenlassen – und den Beherbergungsbetrieben der Region eine nachhaltige Lösung bieten, wenn es um perfekte Wäschepflege geht.

**„Damit können wir unseren Kunden tadellos gepflegte Wäsche garantieren. Und minimieren gleichzeitig Wasser- und Reinigungsmittelverbrauch.“**



Doppelpack: Der Wäschereiservice für die Beherbergungsbetriebe der Region wird kombiniert mit einem „klassischen“ Waschsalon für Einheimische und Gäste.

stay caring

Wasser wird infolge der Klimaveränderungen und global steigender Verbräuche knapper. Experten bewerten es deshalb als wertvolles Zukunftsgut.

# Zukunftsgut Wasser

Eine Person  
in Deutschland  
verbraucht durchschnittlich  
**ca. 123 Liter  
Wasser  
am Tag**

Wasser bedeckt zu  
72 % unseren Planeten.  
97 % davon ist Salzwasser.  
2 % ist in Gletschern und  
Polareis gebunden.

Nur **0,3 %** ist als  
nutzbares Süßwasser  
verfügbar.

Der Klimawandel mit seinen immer längeren und häufigeren Dürreperioden lässt vor allem in Entwicklungsländern das Wasser knapp werden. Steigende Bevölkerungszahlen und schlechtes Management der Wasservorräte verschärfen die Situation weiter. Länder, die aus ihrer geografischen Situation heraus nicht genügend eigene Wasservorräte haben, müssen Wasser einkaufen. So muss der Inselstaat Singapur einen großen Teil seines Wasserbedarfs importieren. Die drastisch wachsende Bevölkerung hat auch den Wasserpreis in die Höhe getrieben: Von 2008 bis 2013 stieg dieser um 50 % (in US-Dollar). Obwohl Deutschland ein wasserreiches Land ist, könnte es auch bei uns in Zukunft Veränderungen geben: Durch die infolge des Klimawandels auftretende Erwärmung und zunehmende Verdunstung könnte in fast allen ostdeutschen Bundesländern nicht mehr so viel Wasser zur Verfügung stehen wie heute.

Und die Wasserverteilung zwischen Landwirtschaft, Privathaushalten und Industrie müsste neu verhandelt werden.

Wasserbedarf  
pro Hotel-Übernachtung

**3-Sterne-Hotels:**

**250 Liter**

**5-Sterne-Hotels:**

**552 Liter**

## Wasser als Teil der Nachhaltigkeitsstrategie bei Miele

Auch Unternehmen müssen sich mit diesen Entwicklungen auseinandersetzen. Miele schrieb im Geschäftsjahr 2011/12 erstmals eine eigenständige, umfassende Nachhaltigkeitsstrategie fest, die 2016 weiterentwickelt wurde. In diesem Zusammenhang führte Miele 2015 eine Trendanalyse zu wichtigen zukünftigen Entwicklungen durch, um die Nachhaltigkeitsstrategie auf relevante globale Herausforderungen auszurichten. Dabei wurde unter anderem die Ressourcenverknappung – und damit die Verknappung von Trinkwasser – als wichtiges Thema identifiziert. Neben dem Wasser- und Abwassermanagement in der Produktion stehen dabei vor allem verbrauchsoptimierte Produkte im Fokus. Mit den neuen „The Benchmark Machines“ setzte Miele Anfang des Jahres einen Meilenstein: Die neuen Waschmaschinen verbrauchen noch einmal 20 Prozent weniger Wasser als die ohnehin schon sehr sparsamen Vorgängergeräte. Ein weiterer Schritt in die richtige Richtung.

stay innovative



Saunen mit riesiger Panorama-Glasscheibe vermitteln den Eindruck, inmitten der Natur zu sitzen. Hier die KLAFS Panorama-Sauna im traditionsreichen Hotel „Traube Tonbach“ in Baiersbrunn im Schwarzwald.

KLAFS macht mit  
einzartigem Konzept  
kräftige Energieeinsparung  
im Spa-Bereich möglich

## Maximaler Komfort, minimaler Energieverbrauch



**Wellness ist ein Megatrend der Gesellschaft, die eigene In-Suite-Sauna wird immer populärer. Gleichzeitig sind Wellnesseinrichtungen energieintensiv. Effizientes Energiemanagement ist trotzdem möglich: Marktführer KLAFS hat dafür spezielle Konzepte entwickelt.**

Beim Thema Nachhaltigkeit ist der weltweit führende Saunahersteller KLAFS kein Newcomer. Schon seit vielen Jahren setzt man auf einen bewussten Umgang mit Energie und Ressourcen. Einzigartig ist auch die Auszeichnung der KLAFS-Saunen mit dem Blauen Engel für besonders emissionsarme Produkte aus Holz und Holzwerkstoffen: Kein anderer Saunahersteller erfüllt die strengen Kriterien für die Vergabe des renommierten Umweltzeichens.

Aber nicht nur beim Thema emissionsarme Produkte liegt KLAFS vorne. Mit einem speziellen Energiekonzept, dem sogenannten GREEN SAUNA Paket, ist eine besonders effiziente Form des Energiemanagements im Saunabau möglich. Durch ein Maßnahmen-Paket können über 40 % Energieeinsparung erreicht werden. Das Konzept greift genau dort ein, wo der größte Wärme- und somit auch Energieverlust vorliegt: bei der Lüftung und bei der Transmission über die Decke. Diese beiden Komponenten machen zusammen schon 75 % des gesamten Energieverlustes

aus. Durch eine speziell gedämmte Decke verbleibt die Wärme weitaus länger in der Kabine. Ergänzend reguliert der KLAFS KLIMAMANAGER mit Hilfe einer ausgeklügelten Sensortechnik die Frischluftzufuhr – abhängig von der Personenzahl in der Sauna wird nur die tatsächlich benötigte Menge an Frischluft zugeführt.

Auch für den energiesparenden Betrieb von Dampfbädern hat sich KLAFS umfassende Gedanken gemacht – und mit dem GREEN STEAM Paket ebenfalls ein Konzept entwickelt, das den Energieverbrauch spürbar reduziert. Durch die beiden speziellen Technologien STEAMIX und OPTISTEAM wird der Dampf im idealen Verhältnis mit Frischluft und Duftstoffen gemischt und durch die Kabine geleitet. Zusammen mit dem ausgeklügelten Abluftsystem sorgen diese Technologien dafür, dass der Einsatz von Energie und die Dampfbildung optimiert wird.

Weitere Infos: [www.klafs.de](http://www.klafs.de)

Interview mit Matteo Thun

# „Die Natur zum integralen Bestandteil des Designs machen ...“

Selbst bezeichnet er sich als bescheidenen Südtiroler: Matteo Thun, renommierter Architekt und Designer mit Hauptsitz in Mailand, ist es am liebsten, wenn seine Arbeit im Vordergrund steht. Bei seinen Entwürfen folgt er dem Prinzip der „absoluten Einfachheit“. Und er möchte, dass seine Auftraggeber seine Auffassung zum Thema Nachhaltigkeit teilen – Thun ist ein Pionier, wenn es um nachhaltige Hotelkonzepte geht. Ende des Jahres eröffnet das von ihm entworfene „Waldhotel“ des Bürgenstock-Resorts bei Luzern. Natur und Architektur gehen bei dem 5-Sterne-Hotel eine besondere Verbindung ein. Ein Vorzeigeprojekt zum Thema „Healthy Living“, das Thun als großen Trend für die Zukunft sieht ...

Neben dem neuen Jodschwefelbad entsteht im bayrischen Bad Wiessee das „Gesundheitshotel Sportsclinic Germany“. Holz, begrünte Dächer und der Verzicht auf Überflüssiges folgen der Idee des Healthy Living.

**welcome & stay:** Aktuell entsteht das Healthy Living Hotel – was ist die zentrale Idee und was wird die Gäste an diesem Ort erwarten?

**Matteo Thun:** Das „Waldhotel Health & Medical Excellence“ bietet als 5-Sterne-Projekt ein erstklassiges medizinisches Kompetenzzentrum an und liegt am Berghang inmitten eines Waldes. Die Natur und der Aufenthalt in der Natur war Ausgangspunkt, Ursprung für dieses Projekt. Für die Außenstruktur des Hotels haben wir Lärchenholz aus der unmittelbaren Umgebung benutzt. So konnten die Transportwege minimiert werden. Die Fassaden sind teilweise mit „Gabionen“, das ist ein Bausystem mit Steinkörben, gestaltet, die mit dem Kalkstein des Aushubs gefüllt wurden. Die Stützmauern der Hänge werden durch sie fortgesetzt. Die „heilende Architektur“ ist so angelegt, dass sie die Vorzüge des Waldes und die Südausrichtung voll nutzt. Dank der Terrassenstruktur und der begrünten und somit natürlich isolierten Flachdächer fügt sich der Bau harmonisch in das Landschaftsbild ein. Für die Wärme und zum Kühlen wird das Wasser des Vierwaldstätter Sees genutzt.

Früher war er mal Kreativdirektor bei Swatch; er hat schon Espressotassen, Waschbecken und Bürostühle entworfen. Ebenso erfolgreich sind seine Hotel-Designs. Matteo Thun betreibt Büros in Mailand und Shanghai. Privat verbringt er auch viel Zeit in seinem Haus auf Capri.



**welcome & stay:** Gibt es zwischen dem Entwurf für das KlimaHotel von 2011 und dem Healthy Living Hotel eine Weiterentwicklung oder neue Erkenntnisse? Oder sind die grundlegenden Aspekte in Bezug auf ein nachhaltiges Hotelkonzept heute die gleichen wie damals?

**Matteo Thun:** KlimaHotel ist ein Gütesiegel für nachhaltige Hotelbauten. Es sichert dem Hotelier höchste Qualität und garantiert ein sicheres, lohnendes und beständiges Investment – wirtschaftlich, ökologisch, sozial wie kulturell. Für den Gast bietet ein KlimaHotel wirkliche Lebensqualität: Ein KlimaHotel folgt nicht nur gewissen Qualitätskriterien, die den Energiekonsum betreffen – es dehnt sich auf das ganze Hotelleben aus. Der Respekt gegenüber der Natur ist garantiert: Alle Baustoffe stammen aus der unmittelbaren Umgebung, lokale, kulturelle, wirtschaftliche Aspekte sind berücksichtigt und gastronomisch kommt der Gast in den Genuss der unverfälschten heimischen Produkte. Das Waldhotel wird all diesen Kriterien entsprechen. Darüber hinaus kooperiert es mit den Spitälern der Region und bietet, unter der Leitung von Dr. Michael Brabetz, dem medizinischen Direktor des Hotels, diagnostische, therapeutische und rehabilitative Anwendungen an, die durch verschiedene Präventionsprogramme komplettiert werden.

**welcome & stay:** Was meinen Sie als Hotel-Experte: Wird es in Zukunft mehr „Gesundheitshotels“, also eine Symbiose aus medizinischer Behandlung und Hotelaufenthalt, geben?

**Matteo Thun:** Ja, absolut! Wir glauben, dass Healthy Living, dass Architektur im Einklang mit dem Genius Loci und das Leben in und mit der Natur, heilungsfördernd ist. Mit unserer Architektur versuchen wir den Heilungsprozess auf optimale Weise zu begleiten, für physisches sowie geistiges Wohlbefinden zu sorgen und eine Beziehung zwischen Gast und Umgebung herzustellen.

**welcome & stay:** Sie selbst haben als Trend im Hoteldesign die Digitalisierung identifiziert: Gäste möchten übers Smartphone buchen, aber auch ihren Aufenthalt vor Ort mit dem Smartphone individualisieren und gestalten. Wie geht das mit dem Gedanken der Nachhaltigkeit, Slowness etc. zusammen? Stört Sie die Digitalisierung manchmal?

**Matteo Thun:** Digitalisierung ist in allen Bereichen ein zentrales Thema und wird in den nächsten fünf Jahren auch für die Hotellerie richtungsweisend sein. Wie Hotelier und Gast, also User hiermit umgehen, ist auch eine Frage der Umgebung und des Konzepts. Ist der Gast auf Geschäftsreise in einer Metropole oder möchte er sich in einem Hotel in der Natur erholen? Die Gestaltung der digitalen Angebote sollte idealerweise auf Lage und Konzept des Hotels und auf die Bedürfnisse des Gastes vor Ort zugeschnitten sein.

**welcome & stay:** Gibt es weitere Trends, mit denen sich Hotel-Projektentwickler und Hoteliers in Zukunft auseinandersetzen müssen?

**Matteo Thun:** Vor allem bei den Millennials wächst das Bewusstsein für Umwelt und Nachhaltigkeit. Sie richten ihr Konsumverhalten nach den ethischen Werten einer Marke aus und beurteilen sie auch danach, welche Nachhaltigkeitsmethoden sie verfolgt und umsetzt.

Weiterlesen: Matteo Thuns neue Outdoormöbel-Kollektion, S. 18



Wie ein Nest fügt sich das KlimaHotel in Bellavista an den Bestandsbau



Das „Waldhotel“ wird Gästen ein erstklassiges medizinisches Kompetenzzentrum mitten in der Natur bieten.





Eine  
neue  
Zeitrechnung  
hat  
begonnen

# slow vegan regional



Die Anzahl der veganen Gastronomiebetriebe in Deutschland ist in den letzten Jahren gestiegen. Gab es im Jahr 2014 nur circa 99 Restaurants, die ausschließlich vegane Gerichte zubereiten, so waren es im darauffolgenden Jahr bereits 122 – ein Anstieg von 23 %! Dabei reicht es längst nicht mehr, schlicht Sojaschnitzel oder Bolognese mit Tofu anzubieten – auch der Nicht-Fleisch-Esser möchte seinen Gaumen mit hochwertigen Zutaten und exklusiven Kompositionen verwöhnt wissen.

### Sternegenuss ganz ohne Fleisch

Wie das funktioniert, zeigt das Restaurant „Tian“ in Wien – das einzige vegetarische mit einem Michelin-Stern ausgezeichnete Restaurant Österreichs. Küchenchef Paul Ivíc hat sich zum Ziel gemacht, seinen Gästen die vegetarische Küche näherzubringen und sie dafür zu begeistern. Er nutzt nachhaltig produzierte Lebensmittel und rät jedem, egal ob Vegetarier oder nicht: „Schaut euch an, wo das Zeug herkommt, das ihr verwendet!“ Das sei für jeden Koch der wichtigste Leitfaden, um ein köstliches Gericht auf den Teller zu bringen. Ivíc's Ziel, „vegetarisches Essen so zuzubereiten, dass die Geschmacksknospen vibrieren und die Sinne in Aufruhr geraten“, hat er mit diesem Konzept sicherlich erreicht. Der französische Name „Tian“ bezeichnet übrigens einen vegetarischen Eintopf.



[www.tian.de](http://www.tian.de)

Doch nicht nur in Österreich, auch in Italien findet man fleischloses Essen auf höchstem Niveau. Das Restaurant „Joia“ in Mailand steht seinem österreichischen Pendant in nichts nach. 1996 wurde der Gourmettempel erstmals mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet und ist seitdem die exklusive Adresse für Vegetarier. Pietro Leemann arbeitet hier als Küchenchef in seiner „gewaltfreien“ Küche. Nach seiner Ausbildung als Koch entdeckte er auf zahlreichen Reisen seine Leidenschaft für fleischlosen Genuss. Doch nicht jeder Koch findet Zugang zur veganen Küche. Insbesondere der Verzicht auf tierische Produkte wie Honig, Eier oder Milch bringt so manchen an seine Grenzen.

### Wenn Schnitzel und Frikadellen nicht mehr gefragt sind ...

... fragt sich mancher Koch, der eine traditionelle Kochausbildung genossen hat, wie er dem Trend gerecht werden kann. Denn auch für Restaurants, von deren Speisekarten Fleisch und Fisch nicht wegzudenken sind, ist es mittlerweile unumgänglich, wenigstens ein paar vegetarische Gerichte anzubieten. Dafür fehlen jedoch häufig die fachlichen Kompetenzen, denn sie werden in einer „normalen“ Kochausbildung schlicht nicht vermittelt. Um hier nachzubessern, bietet beispielsweise die Deutsche Hotelakademie (DHA) gemeinsam mit dem Vegetarierbund Deutschland (VEBU) Weiterbildungskurse an: In sechsmonatigen Lehrgängen erlernen die Köche „das spezielle Know-how für die moderne, anspruchsvolle vegane und vegetarische Küche“. Angesichts der Entwicklung eine lohnende Investition!



### WEITERBILDUNG

Fernstudium zum Vegetarisch-vegan geschulten Koch (DHA):  
[www.dha-akademie.de](http://www.dha-akademie.de)

welcome@miele.de

Welche Themen interessieren Sie? Wir freuen uns über Ihr Feedback, Ihre Anregungen oder eigene Geschichten zu unserem Magazin. Schicken Sie uns dazu einfach eine E-Mail an welcome@miele.de. Oder Sie möchten unser Magazin welcome & stay in Zukunft regelmäßig erhalten? Auch dann freuen wir uns über Ihre Nachricht.



## Faire Aufmerksamkeit

Beim Betthupferl lohnt es sich, faire Produkte anzubieten: Damit beweisen Sie Ihr Engagement in puncto Nachhaltigkeit – und setzen ein Zeichen der Wertschätzung Ihren Gästen gegenüber. Denn diese werden die kleine Aufmerksamkeit als wertig wahrnehmen.



## Wunderbar wandelbar

Eine Struktur, verschiedene Auftritte: Matteo Thun & Antonio Rodriguez Design haben eine vielfältige Outdoor-Kollektion speziell für Hotels und Gastronomie entworfen. „Allaperto“ passt durch wählbare Bezüge in verschiedene Stilwelten – bis hin zum 60er-Jahre-Camping-Chic mit gespannten Kunststoffseilen (Hersteller: Ethimo)

# Recycling-Deko

Einfach und schön: Verschiedene Glasflaschen werden mit unterschiedlichen Blumen, Zweigen oder Gräsern zum Hingucker. In der Summe überzeugend – unter Umweltaspekten und in Bezug auf Deko-Qualitäten.



## Wertvolle Mitarbeiter

Ohne gute Mitarbeiter läuft nichts. Da die täglichen Anforderungen an Ihr Personal speziell in Hotellerie und Gastronomie hoch sind, ist es umso wichtiger, Ihren Angestellten die entsprechende Wertschätzung entgegenzubringen. Denn so können Sie, auch in Zeiten des Fachkräftemangels, gute Mitarbeiter langfristig binden. Mit diesen Ideen schaffen Sie wertvolle Anreize:



Den Rücken stärken: Bezahlen Sie Ihren Mitarbeitern doch eine **Rückenschule** oder **Fitness-Kurse**. Besonders in der Gastronomie entwickeln viele durch das lange Stehen, ständige Laufen und schwere Heben Beschwerden. Entsprechende Kurse beugen vor, reduzieren Ausfälle und setzen ein Zeichen, dass Ihnen die Gesundheit Ihrer Mitarbeiter wichtig ist.



Wenn Sie öfter Gäste aus dem Ausland in Ihrem Hotel oder Restaurant begrüßen, sollten auch Ihre Mitarbeiter fit in puncto Sprachen sein. Einzelne Mitarbeiter können Sie z. B. zum **Englischkurs** an eine Sprach- oder Volkshochschule schicken oder Sie bieten einen speziellen Unterricht im Betrieb an, bei dem **Fachvokabular aus der Gastronomie** vermittelt werden kann. Prüfen Sie Fördermöglichkeiten: Häufig werden diese Kurse vom Staat finanziell im Rahmen eines nicht zurückzahlenden Zuschusses unterstützt.



Besonders sollten Sie sich auch um den Nachwuchs bemühen, denn es wird immer schwieriger, Auszubildende zu finden. Als Arbeitgeber machen Sie sich mit diesen Angeboten attraktiver: eine höhere **Ausbildungsvergütung** als am Ort üblich, **Prämien** bei Null-Fehlzeiten in der Schule oder bei einem besonders guten Notendurchschnitt, **vermögenswirksame Leistungen** oder regelmäßige **Schulungen und Prüfungsvorbereitung**.



## Blumen für Miele Glasreiniger und Klarspüler

Der Flüssigreiniger ProCare Shine 10 GC und das Klarspülmittel ProCare Shine 40 GC für gewerbliche Spülmaschinen mit Tank- wie auch Frischwasser-Spülsystemen sind mit dem EU-Ecolabel Euroblume zertifiziert. Das Set überzeugt besonders bei der Gläserreinigung. Der mildalkalische Flüssigreiniger kommt ohne Phosphat und Aktivchlor aus. Der Klarspüler kann aufgrund seines höheren Tensidanteils sparsamer als üblich dosiert werden. Dabei enthält er leicht biologisch abbaubare Tenside. Sie erkennen diese Produkte an der Bezeichnung GC für Gentle Care – behutsam im Umgang mit der Umwelt und dem Spülgut.

welcome & stay

Ausblick: welcome & stay

## No. 4: »Vorausschauen«

Stay open: Anfang nächsten Jahres erscheint die nächste Ausgabe unseres Magazins welcome & stay – dann zum Thema „Vorausschauen“.



# Thanks a million

Wir sagen Danke für 1.000.000 Kleine Riesen



Nur für  
kurze Zeit.  
Jetzt bis zu  
**575,- €**  
sparen!

Die kompakten Hochleistungsmaschinen für Ihren Betrieb:  
verlässlich, wirtschaftlich und maximal belastbar.

Infos bei Ihrem Fachhändler oder direkt: 0 800 22 44 644 . [www.miele.de/pro/million-edition](http://www.miele.de/pro/million-edition)