



Internationale Hotellerie auf der ITB

Entspannte Gesichter gab es bei den Hotelketten auf der diesjährigen ITB. Nach drei trüben Jahren geht es wieder aufwärts. Besonders in der Ferienhotellerie mit großzügigen Wellness- und Spa-Bereichen überboten sich die großen Ketten in den Messehallen unter dem Funkturm mit aufwendigen Konzepten. Auch Luxushotels erleben nach Einschätzung von Hyatt-Manager Edgar einen riesigen Boom. Die Kette hat derzeit 30 Häuser in 16 Ländern im Bau. Marriott International eröffnet derzeit drei neue Hotels pro Woche.



Starwood Hotels & Resorts Worldwide ist mit mehr als 750 Hotels in über 80 Ländern eine der führenden Hotelketten weltweit. Zur Kette gehören auch die The Westin-Hotels, die mit Luxus-Häusern in Berlin, Dresden und Leipzig vertreten sind. Auf der ITB wurden viele neue Kunden gewonnen.

30 Jahre Hotel am Fichtelberg

Das Hotel am Fichtelberg in Deutschlands höchster Stadt Oberwiesenthal, mit 759 Betten Sachsens größtes Hotel, feierte seinen 30. Geburtstag. Sieben Millionen Gäste konnten bisher den Service des Hauses und die schmackhafte regional geprägte Küche erleben. Zur Geburtstagsgala konnte die Hotel Management Company Albeck & Zehden Hotels 500 Gäste begrüßen. Das mittelständische Berliner Unternehmen betreibt 16 Hotels in Deutschland und den USA.



Bundesminister Manfred Stolpe gehörte zu den Gästen bei der Gala anlässlich 30 Jahre Hotel am Fichtelberg. Hier lässt er sich vom Chef-Pâtissier der Köche-Nationalmannschaft, Detlef Dörsam, zeigen, wie ein Dessert künstlerisch bereitet wird.

Gewinner Sachsen-Anhalt

Die wirtschaftliche Lage der Tourismuswirtschaft in den neuen Ländern hat sich leicht entspannt. Gewinner waren im vergangenen Jahr die Beherbergungsbetriebe Sachsen-Anhalts, wo die Zahl der Übernachtungen um 4,2 Prozent stieg. Damit lag das Bundesland bundesweit auf Platz eins. In Sachsen stieg die Zahl der Übernachtungen um 3,5 Prozent. Besonders gefragt war im vergangenen Jahr der Städtetourismus, der z. B. in Dresden um 12,3 Prozent wuchs. Beliebt war Ostdeutschland auch bei den ausländischen Gästen. Die Zahl der Ausländerübernachtungen stieg um 10,3 Prozent und damit stärker als in Westdeutschland (plus 9,7 Prozent).

Hotelnachrichten

Intercontinental Hotels besitzen seit Jahresanfang in Berlin, Nürnberg und Berchtesgaden neue Häuser. Im Sommer sollen zwei weitere, in Düsseldorf und in Kaiserslautern, hinzukommen.

Ritz-Carlton setzt auf den Wachstumsmarkt Asien und plant in den nächsten drei Jahren sieben weitere Luxushotels in China und Indonesien.

NH Hotels erhöhte 2004 in Deutschland die durchschnittliche Zimmerauslastung um 3,1 auf 57,5 Prozent und eröffnet in diesem Jahr in Düsseldorf und Nürnberg neue Häuser.

Marriott erzielte 2004 beim Absatz über das Internet ein Plus von 40 Prozent.

Travel Charme wächst mit Wellness. Mit einem Plus von 37 Prozent verbesserten sich die Umsätze in diesem Segment überproportional.

Maritim konnte die Zimmerauslastung im vergangenen Jahr um drei Punkte auf 57 Prozent erhöhen. In diesem Jahr soll in Berlin das größte Kongresshotel mit einer Tagungskapazität von 5.500 Personen eröffnet werden.

Starwood baut in Poznan ein Luxushotel mit 170 Zimmern und 13 Suiten. Im ehemaligen Kloster Evora (Portugal) wird am 1. Juni ein Luxury-Collection-Haus eröffnet.

Ab sofort auch werben in der „Gourmet-Post“!
Tel.: 0351 - 471 23 62

IMPRESSUM:

Die „Gourmet Post“ ist eine Zeitung in der Digital Edition für die gehobene Hotellerie und Gastronomie, für Wellness und Meetings. Die Bezieher dürfen Vervielfältigungen nur von der kompletten Zeitung mit Impressum herstellen. Alle Angaben sind mit journalistischer Sorgfalt geprüft, für die Richtigkeit kann jedoch keine Gewähr übernommen werden.

Herausgeber: Redaktionsbüro SachsenGast, Münchner Straße 29, 01187 Dresden, Tel.: 0351 - 471 23 62, Fax: 471 23 21, E-Mail: verlag@sachsengast.com

Umschau

Das Strandhotel Ostseeblick in Heringsdorf (Insel Usedom) wurde mit der Traumnote „Exzellent“ bewertet. Wellness-Powertage mit drei Übernachtungen, HP und zahlreichen Anwendungen sind ab 369 Euro p.P. zu buchen.
www.strandhotel-ostseeblick.de

In Baden-Württemberg gibt es mittlerweile 60 „Wellness-Stars“. Das sind Hotels, die in Gemeinschaftsarbeit des Tourismus- und Heilbäderverbandes zertifiziert wurden.

Wellness-Urlaub „all inclusive“ bietet das Parkhotel Bansin (Usedom) mit zwei Übernachtungen ab 275 Euro an.
www.ancon-hotels.de

Nur eine Autostunde von Berlin entfernt bietet das Hotel Esplanade Bad Saarow mit 191 Zimmern und Suiten „erfrischenden Urlaub fürs Ich“. Besonders gefragt ist das „Schokoladen-Bad“ mit dem Schönheitsgeheimnis der Mayas. Eine spezielle Kakao-Mischung, feinsten Honig und brauner Rohrzucker zum Peeling. Danach ein Bad in zart duftenden Rosenblüten und köstlichen Vanilleschoten sowie anschließende Streicheleinheiten mit Kakaobutter und süßem Mandelöl machen die Gäste „zum Anbeißen schön“.
www.esplanade-resort.de

Das Hotel Neptun in Rostock-Warnemünde beheimatet das erste und einzige Original-Thalassozentrum Deutschlands mit einem „exzellent“ zertifizierten Wellness-Bereich „Arkona Spa“ von 2.400 Quadratmetern.
www.hotel-neptun.de

Das Traumhotel Schwarz am Sonnenplateau der Tiroler Bergwelt in Mieming ist eine wahre Wohlfühl-oase. Mitten im Grünen liegt die 32.000 Quadratmeter große Hotelanlage. Mittelpunkt ist der märchenhafte Obstgarten mit ganzjährig beheiztem Gartenpool. Eine exquisite Gourmetküche mit regionalen und internationalen Spezialitäten sowie vitalen Wellnessgerichten wartet.
www.schwarz.at

Was versteht man unter Wellness?

„Heile den Geist und du heilst den Körper“, wusste im 16. Jahrhundert schon der Arzt und Naturforscher Paracelsus. Die spanische Ordensschwester Theresia von Ávila meinte zur gleichen Zeit: „Man muss dem Leib viel Gutes tun, damit die Seele Lust hat, in ihm zu wohnen.“ Gut hundert Jahre später beschrieb ein englischer Edelmann die gute Gesundheit seiner Tochter mit dem Wort „wealnesse“. Im letzten Jahrhundert gaben dann amerikanische Präventivmediziner dem Zustand und dem guten Gefühl ganzheitlicher Gesundheit den Namen „Wellness“.

Wie so oft wurde damit wieder schick, was früher schon mal Mode war. Denn bereits in der Antike galt die Einheit von Körper, Geist und Seele als großes Ideal. So kommt auch die aktuelle Wellness-Welle in Europa auf die uralte Maxime zurück. Gesund leben und sich wohl fühlen - mit dieser



Thai-Massage gehört zu den Anwendungen in Wellness-Hotels. Auf der ITB wurde die wohltuende Massage am Messestand vorgeführt.

Kurzformel bringt der Deutsche Wellness Verband das moderne Rezept für ein erfülltes Dasein auf den Punkt.

Bei aller gesundheitlichen Vorsorge - Wellness hat nichts mit Askese zu tun. Ganz im Gegenteil. Genuss und Sinnlichkeit gehören untrennbar zusammen.

„Wohlfühlen garantiert“ bieten Wellness-Hotels, die vom Deutschen Wellness Verband zertifiziert sind. Dort verbinden

sich gastronomisch-kulinarische Vielfalt mit ausgewiesener Qualität des Wellness-Angebots zu Gastlichkeit, Wohlfühl-atmosphäre und Service im ganz elementaren Sinn. Dem Gast gibt das Qualitätssiegel Sicherheit, dass das Hotel seiner Wahl unter anderem qualifiziertes Personal einsetzt, über eine qualitativ hochwertige Infrastruktur verfügt und dabei ein vernünftiges Preis-Leistungsverhältnis bietet.

Die wichtigsten Qualitätsstandards

Um dem Gast Sicherheit zu geben und werthaltige Angebote von „Wellness light“ zu unterscheiden, hat der Deutsche Wellness Verband verbindliche Qualitätskriterien für Wellness-Hotels entwickelt, die inzwischen auch internationale Anerkennung finden.

Verliehen kann das Basis-Zertifikat sowie das Premium-Zertifikat in den Stufen „Gut“, „Sehr gut“ und „Exzellent“ werden. Das sind die wichtigsten Qualitätsstandards:

Klare Ausrichtung auf Wellness-Gäste.

Schmackhafte Vitalküche.

Attraktiver gepflegter

Wellnessbereich mit Pool, Sauna, Dampfbad, Fitnessraum, Kosmetikabteilung, Anwendungsbereich und angenehmen Aufenthaltsmöglichkeiten.

Qualifizierte Wellness-Programme mit Verwöhn- und Aktivangeboten, gutem Preis-Leistungsverhältnis und Wellness-Empfehlungen für zu Hause.

Ausgebildete Fachkräfte mit anerkanntem Berufsabschluss für die qualifizierte Gästebetreuung.

Täglicher Zugang zu selbst nutzbaren Wellness-Angeboten und betreuten Wellness-Aktivitäten; individuelle Anwendungen müssen mindestens an fünf Wochentagen und auch am

Wochenende möglich sein. **Schutz** der Nichtraucher. **Umweltbewusste** Betriebsführung.

Der Markt

Den deutschen Wellness-Markt taxieren Experten auf gut 70 Milliarden Euro pro Jahr. Jährlich buchen rund vier Millionen Bundesbürger einen Wohlfühlurlaub. Allerdings mehren sich die Anzeichen, dass die positive Stimmung gegenüber dem Begriff Wellness, bedingt durch inflationären Gebrauch, Dilettantismus sowie unseriöses Geschäftsgebahren, empfindlich umschlägt. Kunden verlieren die Orientierung.

Mit verschiedenen Gütesiegeln wird Verwirrung gestiftet, und leider überdecken oft materielle Begehrlichkeiten die fachliche Substanz.

Mehr Lust auf deutschen Wein

Die Jahrgänge 2003 und 2004 haben erstklassige Prädikatsweine hervorgebracht, die sich fantastisch für den fruchtig-lieblichen bis edelsüßen Ausbau eignen. Aus diesem Grund stand die Verkostungszone am Stand des Deutschen Weininstituts auf der Düssel-dorfer ProWein 2005 ganz im Zeichen dieses Weintyps.

Rund 40 ausgewählte Kreszenzen konnten während der drei Messtage probiert werden.

Das angebotene Rebsortenspektrum umfasste Riesling, Rivaner, Weißer Burgunder, Grauer Burgunder und Silvaner sowie die Spezialitäten Gewürztraminer und Muskateller, vom Kabinett bis zum Eiswein.

„Wir wollten mit dieser Präsentation auch die in der



Deutsche Weine trumften bei der ProWein 2005 auf

„DeutschWeinVision 2020“ formulierten Qualitätspyramiden mit eindeutigen Geschmacksprofilen in das Bewusstsein des Messenpublikums rücken“, erläutert DWI-Geschäftsführer Armin Göring den Messeauftritt seines Hauses.

„Trockene Spät- und Auslesen wird man bei uns nicht finden, denn in der „DeutschWeinVision 2020“ wird berücksichtigt, dass die meisten Weinfreunde

bei diesen Prädikaten einen lieblichen Wein im Glas erwarten“, so Armin Göring weiter.

Selbstbewusst geht die neue Kampagne in die Offensive: „Deutsche Weine – Weltklasse“ lautet die Botschaft der neuen Werbelinie.

Für Armin Göring ist diese Aussage nicht übertrieben: „Wir stellen in den letzten Jahren bei den Konsumenten im In- und Ausland ein stark gestiegenes Interesse und neue Lust an deutschen Weinen fest. Dies ist eine Bestätigung für die gute Arbeit unserer Winzer, Genossenschaften und Kellereien und schafft Selbstvertrauen. Diesem erstarkten Selbstbewusstsein wollen wir mit der neuen Kampagne ein Gesicht geben und ihm Ausdruck verleihen.“

„beckers bester Früchte-Snack“ gegen Frühjahrsmüdigkeit

Rund ein Viertel der Bevölkerung leidet unter Frühjahrsmüdigkeit. Dabei kann man ihr wirksam begegnen. Täglich möglichst fünf Portionen Obst und

Gemüse, wie es die Gesundheitskampagne „5 am Tag“ (www.5amtag.de) empfiehlt, sorgen für ein ausgeglichenes Nährstoffkonto.

Ein Teil dieser Menge lässt sich besonders bequem in Form des neuen „beckers bester Früchte-Snack“ auf Apfelbasis (www.beckers-bester.de) zu sich nehmen.

Deutscher Wein fasziniert im Film

Mit dem Titel „Faszination Deutscher Wein“ bringt die erste DVD des Deutschen Weininstituts ihren Inhalt absolut treffend auf den Punkt. Sie lädt insbesondere die Weinfreunde, denen der deutsche Wein noch nicht so vertraut ist, zu einer spannenden Entdeckungsreise durch die deutsche Weinwelt ein. TV-Moderator Christian Mürau hat im vergangenen Jahr alle dreizehn deutschen Weinbaugebiete mit der Kamera besucht und wunderschöne Aufnahmen von Winzern und Landschaften eingefangen. Er moderiert den kurzweili-

gen, 30-minütigen Hauptfilm, in dem der Weininteressierte alles wesentliche erfährt, was man über den deutschen Wein wissen sollte - angefangen von den Arbeiten im Weinberg, über die Weinbereitung im Keller bis zur richtigen Weinverkostung und der Harmonie von Wein und Speisen oder den Angaben auf dem Etikett.

Wer immer schon einmal einen Blick in die Schatzkammer von Schloss Johannisberg werfen oder den Winzern bei der Eisweinlese über die Schulter schauen wollte, die DVD bringt außergewöhnliche

Bilder direkt ins Wohnzimmer.

Lehrreich und lifestylich macht der Film so richtig Lust auf deutsche Weine und lädt zum Besuch beim Winzer ein. Die dreizehn deutschen Weinbaugebiete mit ihren reizvollen Landschaften und ihren weinbaulichen oder kulturellen Highlights werden zudem separat in einzelnen Kurzportraits vorgestellt. Infotafeln zu den wichtigsten Rebsorten runden das Basiswissen ab.

Die DVD kostet 9,90 Euro und kann versandkostenfrei bestellt werden unter www.deutscheweine.de

Von Messen und Kongressen

Eine ausgezeichnete Anmelde-situation verzeichnen die Veranstalter der Anuga vom 8. bis 12. Oktober 2005 in Köln. Zur kommenden Veranstaltung, die sich zum zweiten Mal mit dem Konzept „Zehn Fachmessen unter einem Dach“ präsentiert, werden rund 6.000 Anbieter aus dem In- und Ausland erwartet, darunter nationale und internationale Top-Unternehmen ebenso wie ein breites Feld an mittleren und kleineren Herstellern und Importeuren. Damit bestätigt die Anuga ihre wichtige Funktion für den Handel und den zunehmend bedeutenden Außer-Haus-Markt
www.anuga.com

„Ich will den Ball des Sports hier haben“, sagte der Oberbürgermeister von Mainz, Jens Beutel, zur Erweiterung der Rheingoldhalle. „Was soll ein solches Ereignis denn auch in Frankfurt als Zweitligastadt?“ Im Kongress- und Tagungsgeschäft müsse Mainz endlich wieder in der Ersten Liga mitspielen. Insgesamt umfasst das neue Raumangebot 3.200 Quadratmeter und soll Ende 2006/Anfang 2007 zur Verfügung stehen.

Ein verbessertes Investitionsklima, verstärkte Ordertätigkeit und ein Anstieg der Qualität der Fachbesucher – das sind die positiven Signale der INTERNORGA 2005. Zu Europas Leitmesse für den modernen Außer-Haus-Markt auf dem Hamburger Messegelände kamen nach sechstägiger Dauer rund 105.000 Fachbesucher aus dem In- und Ausland (Vorjahr: rund 102.000). Die 950 Aussteller aus 23 Nationen zeigten sich mit dem Verlauf der INTERNORGA sehr zufrieden und hoben vor allem die große Kompetenz der Fachbesucher hervor.

Mit Unterstützung durch die niederösterreichische Vertretung in Prag findet am 3. und 4. April in der tschechischen Hauptstadt die „PraVinum“ statt, eine Präsentation niederösterreichischer Spitzenweine für Gastronomie, Handel und private Weinliebhaber.

Von der SonderBar zur Deutschen Meisterschaft

Die „SonderBar“ in der Würzburger Straße von Dresden feierte kürzlich mit ihren Gästen den 11. Geburtstag. Mario Trepte war gerade Deutscher Cocktailmeister geworden, als er sein Geschäft in einem kleinen Weinladen eröffnete und die Bar bis heute zu einer besonderen Quelle gepflegter Cocktails gemacht hat. Weit über Dresden hinaus hat sie sich einen guten Namen erobert. Sein jüngster Mitarbeiter ist Markus Heinze. Eigentlich brauchte der Barchef gar keinen neuen Mann, aber der war so beharrlich mit seinen Nachfragen, dass es dann doch mit der Anstellung klappte.



Marcus Heinze (links) und SonderBar-Chef Mario Trepte mixen den „Greenhorn“.

Als Dank sicherte sich Markus mit seinem Drink „Greenhorn“ bei den Mitteldeutschen Cock-

tailmeisterschaften eine Fahrkarte zu den Deutschen Meisterschaften in Mannheim.

„Schmuckwelten“ in Pforzheim für perfekten Genuss

Die neuen „Schmuckwelten Pforzheim“ präsentieren auf über 3.500 Quadratmetern in außergewöhnlicher Weise die ganze Welt des Schmucks und der Uhren. Unter dem Dach des neu erbauten Industriehauses im Herzen der Goldstadt kann man Schauen, Kaufen, Erleben, Handeln, Informationen sammeln und Fachkontakte knüpfen.

Die „Schmuckerlebnisswelten“ entführen ihre Besucher auf eine magische und faszinierende Reise vom Weltall über Meeresgründe bis in die Tiefen der Erde.

Vor Tageslicht geschützt funkeln und glitzern in der „Mineralienwelt“ 5.000 Mineralien aus aller Welt.



Der baden-württembergischen Tourismus-Präsident Walter Döring und Ihre Hoheit Miss Schmuckwelten Elena.

In den „Markenwelten“ sind ein exklusives Juweliersgeschäft mit hochkarätigem Markenangebot und besonderer Kompetenz für Schmuck, neue Designs und Lifestyle und die Inszenierung verschiedener Manufakturen mit exklusivem Angebot vereint. Die „Branchenwelt“, das

Kompetenzzentrum für Handel, Kontakt und Information, zeigt die ganze Bandbreite der Schmuck- und Uhrenherstellung in Deutschland. Goldschmiede und Uhrmacher werden in einer gläsernen Manufaktur öffentlich ihr Können zeigen. Ihren Sitz in der „Branchenwelt“ haben außerdem zahlreiche Vereinigungen und Einrichtungen der Branche.

In einer gläsernen Passage zeigt die „Schmuckgalerie“ faszinierende Exponate aus der Schmuckgeschichte. Die „Designwelt“ befasst sich mit den Trends von morgen, und die „Erlebnis-Kaufwelt“ lockt schließlich mit attraktiven Angeboten.

Ab 1. Juli: Neue Klassifizierung für Gasthöfe

Ein neues Bewertungssystem sorgt bald für mehr Transparenz bei Gästehäusern, Gasthöfen und Pensionen: Die sogenannte G-Klassifizierung, die auf der ITB vorgestellt wurde, soll Gästen eine verlässliche Orientierungshilfe bei kleineren Häusern bieten. Zum 1. Juli führt der Deutsche Hotel- und

Gaststättenverband die bundesweit geltende Deutsche Klassifizierung für Gästehäuser, Gasthöfe und Pensionen ein.

Das in Kooperation mit dem Deutschen Tourismusverband entwickelte System wendet sich an Betriebe mit gaststättenrechtlicher Konzession oder mehr als acht Gäste-

betten, die über höchstens 20 Gästezimmer verfügen und keinen Hotelcharakter aufweisen. Zur besseren Unterscheidung der einzelnen Systeme wird diesen Sternen ein „G“ vorangestellt.

Informationen und Klassifizierungskriterien sind im Internet abrufbar unter www.klassifizierung.de

In aller Kürze

Zugspitze. Unter dem Motto „Faszination Zugspitze - Erlebniswelt mit den besten Aussichten“ wird im Mai in der Bergstation der Tiroler Zugspitzbahn eine Dokumentation eröffnet, die den vielgesichtigen Berg von allen Seiten beleuchtet. Eine Zeitreise von Erstbesteiger Josef Naus über den Bau der Zugspitzbahn in den 20er Jahren des letzten Jahrhunderts bis in die Gegenwart, multimediale Sinnesvisionen, Rückprojektionen und Installationen erwarten den Gast.

Berlin. Der Five Star Diamond Award gehört zu den Glanzlichtern der internationalen Hotellerie und Gastronomie. So gibt es besonderen Grund zur Freude, dass in diesem Jahr auch ein Berliner Koch zu den Ausgezeichneten gehört: Rainer Sigg, Küchenchef im Hotel Adlon.

Schweizer Heidiland. Der Schiffsbetrieb Walensee bietet diese Saison erstmals Extrafahrten unter dem Gütesiegel „Culinarium“ an. Regionale Produkte sind wichtiger Bestandteil des gastronomischen Konzeptes. Die erste Fahrt startet am Ostersonntag mit einem Osterfrühstück. Während der gesamten Saison werden Ausflugsfahrten zu verschiedenen kulinarischen Themen organisiert. www.heidiland.com

Leipzig. Steakfreunde können sich freuen! Im „Allie's American Grille“ des Marriott Hotels gibt es Steaks in Hülle und Fülle, u.a. das „Bone and Prime Rib“, „New York Strip“ oder „Rip Eye“. Besonderheiten sind am Spieß gebratenes Churasco vom argentinischen Weide-Ochsen, welches vom Koch persönlich auf dem Teller des Gastes tranchiert wird sowie „Surf 'n Turf“, eine Kombination aus Seafood und Rinderfilet. Eine Spezialität des Hauses ist „Schottisches Donald Russel Prime Rib“. Dieses große, im Ganzen gebratene Fleischstück wird dem Gast auf einem Carving Wagen vor seiner Speisenwahl präsentiert. Für 29,50 Euro pro Person wird eine, von Spezialisten ausgewählte, Zusammenstellung an erlesenen Weinen serviert. Zusätzlich kann der Gast die beim Speisen genossenen Weine zum günstigen Preis erwerben.