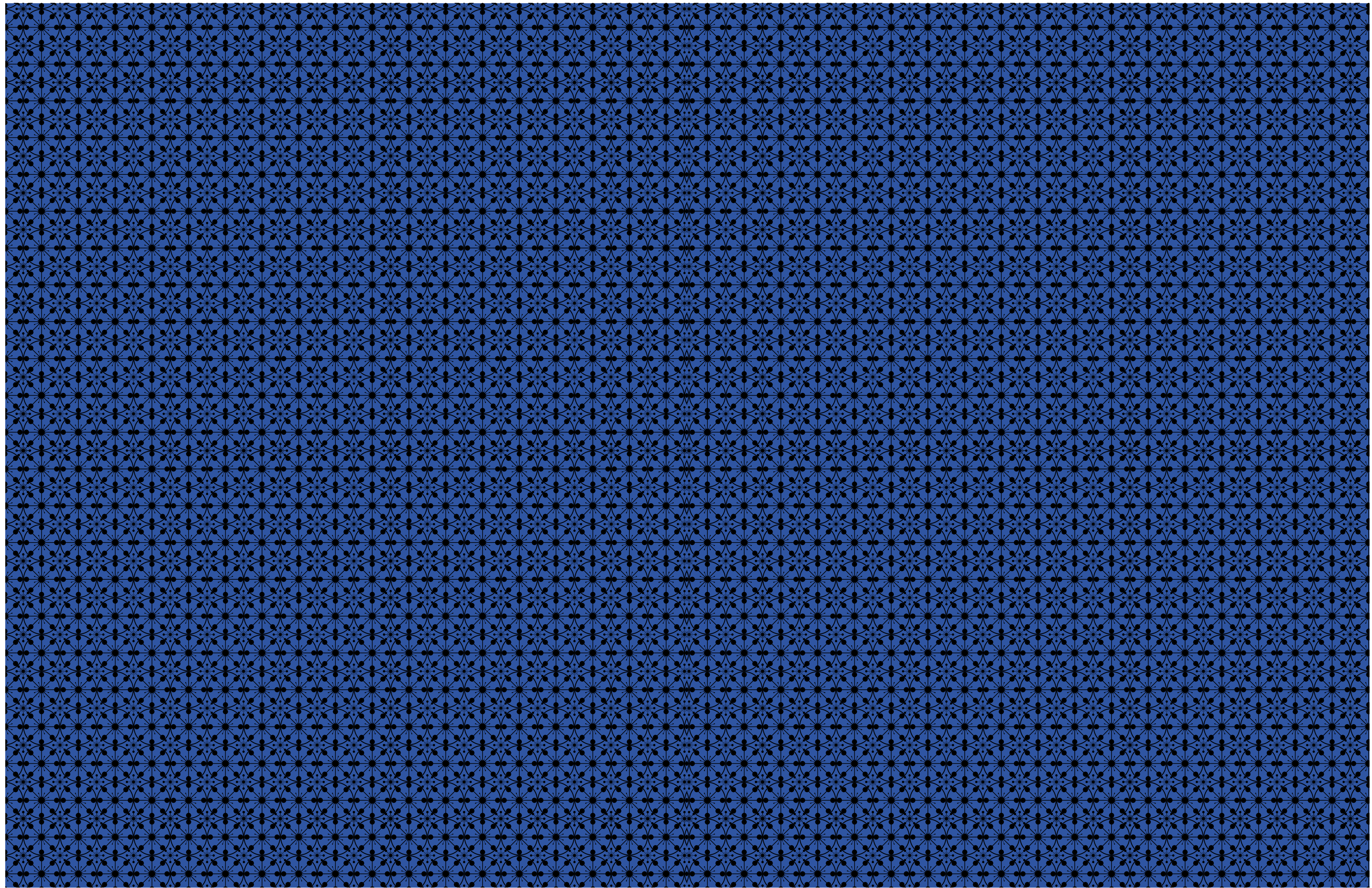


LEGENDARY

STEIN HOTEL & LIVING MAGAZINE

N° 2



Margot Weindorfer,
Direktorin Hotel Stein

Margot Weindorfer,
Hotel Stein Manager



UND JEDEM ANFANG WOHLT EIN ZAUBER INNE

risch zitiert, frei nach Hermann Hesse.

Und dieser Anfang war durchaus bezaubernd. Wohl wahr, dass er auch herausfordernd und manchmal sogar ein wenig mühselig war. Und doch haben sich all die Mühen gelohnt, und dem Zauber liegt es ja anheim, uns zu verzaubern, und so folgen wir mit Begeisterung unserem Auftrag. Ein spannendes Hotelprojekt hat Fahrt aufgenommen und ist am besten Weg dazu im wahrsten Sinne des Wortes „legendär“ zu werden. Und nun präsentieren wir voller Freude und Stolz die zweite Ausgabe des LEGENDARY Magazins und möchten nicht unerwähnt lassen, dass schon unser erstes Baby preisgekrönt die Wiege verlassen hat. Einmal mehr geht es uns darum, Geschichten zu erzählen, die Ihnen Einblicke gewähren, Sie hinter die Kulissen blicken lassen, und die davon erzählen wer wir sind. Geschichten, die von eben diesem Zauber berichten, der die Dinge so ganz besonders macht.

In diesem Sinne wünsche ich Ihnen, lieber Leser und Freund des Hauses, viel Vergnügen beim Durchblättern und Lesen; und bleiben Sie uns gewogen, wie man in Österreich so schön sagt.

AND IN EVERY BEGINNING THERE IS A MAGIC PRESENT

reely quoted after Hermann Hesse

And we have to say, that indeed, this beginning was truly magic. Sometimes quite challenging though and sometimes even a little toilsome. But yet, all of our efforts have been more than worth it. And enchanted by the magic of this beginning we followed our mission with enthusiasm and perseverance. An exciting Hotel project has picked up speed, has revealed its beauty and uniqueness and is on the way to become “legendary” in its true meaning. So we proudly present the second issue of our LEGENDARY lifestyle magazine to you dear guest and reader, not forgetting to mention, that already the first edition was awarded and price winning and got international recognition as High Class Product. Once again it is all about telling stories that give insights, allow looks behind the scenes that tell you who we are and work with. Stories that tell of this very magic that makes things special.

With this in mind, I would like to wish you, dear reader and friend, much pleasure in reading the pages and please remain well-disposed towards us, as we so beautifully say in Austria.

Yours,

Margot Weindorfer
Hotel Manager

LEGENDARY AUSGABE 1 BEREITS MEHRFACH AUSGEZEICHNET:
LEGENDARY ISSUE 1 HAS ALREADY WON SEVERAL AWARDS:



BCM AWARD
Silber beim Best of Content Marketing (BCM)

Silver at Best of Content Marketing (BCM)



GERMAN DESIGN AWARD
Einer der wichtigsten Preise für Gestaltung.

One of the most important prizes for design.



GALAXY AWARDS
GOLD für Lifestyle-Magazin 2018 New York

GOLD for lifestyle magazine 2018 New York



MERCURY AWARDS
GOLD in der Kategorie Tourism

GOLD in the Category Tourism



SEVEN SENSES
RESTAURANT
ROOFTOP BAR

Restaurant & Rooftop Bar

Fine Food & Drinks. Die Lage, der Ausblick, das Ambiente – die absolute Sensation. Mit ihrem offenen transparenten Design präsentiert sich die neue Restaurant Location spektakulärer denn je. Seven Senses – dieser Name steht für Genuss auf höchstem Niveau, für Essen mit allen Sinnen im Top Restaurant und unvergesslich prickelnde Champagner Momente an der Rooftop Bar, über den Dächern der Stadt.

Fine Food & Drinks. The location, the view, the atmosphere; a breath-taking sensation. Seven Senses – it represents the enjoyment of life, a concept of food that appeals to all the senses in a top restaurant and unforgettable sparkling Champagne moments at the rooftop bar, above the roofs of the city.

7-senses.at

CONTENT



20
Die Atmosphäre der Rooftop Bar im Hotel Stein.
The atmosphere at the Hotel Stein's Rooftop Bar.



30
Renovierung und Neueröffnung des Palazzo Barovier & Toso.
Renovation and reopening of Barovier Toso's Palazzo.



82
Mit Schokolade die Welt verändern.
Changing the world with chocolate.

STANDARDS

- 04 VORWORT
- 09 IMPRINT
- 10 CONTRIBUTORS

HOTEL STEIN

- 12 SEVEN SENSES
- 20 ROOFTOP BAR
- 22 HOTEL STEIN
- 24 HOTEL STEIN SPA

MAGAZIN

- 28 SNOOZE
- 30 PALAZZO BAROVIER & TOSO
- 40 SEXY & ELEGANTE SCHUHE
- 52 GESCHICHTEN ZU ROLEX
- 60 DAS GROSSE FESTSPIELHAUS
- 69 ART TIPPS
- 74 STEIN CONCEPT STORE
- 78 KOSMETIK
- 97 MONTBLANC BOUTIQUE
- 98 GROSSER PREIS VON ÖSTERREICH
- 104 HOMO FABER
- 114 ZEITLOS GLÜCKLICH

INTERVIEW

- 70 FAMILIE SCHÄRF GMBH
- 82 SCHOKOLADE VON ORIGINAL BEANS
- 88 FONDATION LOUIS ROEDERER
- 116 CECILIA BARTOLI

SMALL
LUXURY
HOTELS
OF THE WORLD

HOTEL GOLDGASSE

Your Private Residence

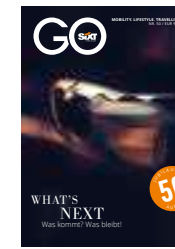
Das Hotel Goldgasse ist mehr als ein Boutique Hotel, es ist eine persönliche Lifestyle Erfahrung, ein privates Refugium der Extraklasse, mitten in Salzburg, in der romantischen Goldgasse, im Herzen der Altstadt. Das gediegene Ambiente und die persönliche Betreuung tun ihr Übriges und lassen erahnen warum dieses Haus zum ersten SMALL LUXURY HOTEL Salzburgs auserwählt wurde.

The Hotel Goldgasse is more than a Boutique Hotel. It is a personal lifestyle experience, a first class private residence, in the middle of the historic „Goldgasse“, in the heart of the old town. The tasteful ambience and the personal care do the rest to let us guess why this house was chosen as the first SMALL LUXURY HOTEL of Salzburg.

hotelgoldgasse.at

© Luigi Caputo

IMPRINT



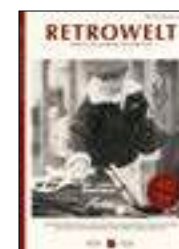
GO SIXT • Relax & Discover
6 x jährlich



COLLECTION • Magazin der
Althoff Hotel Collection • 2 x jährlich



SMAC • Schweizer
Automobilmagazin • 2 x jährlich



RETROWELT • Magazin für
Lebensart und Fahrkultur • 3 x jährlich



R'M ONE • Auto-Luxus
Magazin • 2 x jährlich

HERAUSGEBER • PUBLISHER
Margot Weindorfer

CHEFREDAKTEUR • CREATIVE DIRECTOR
Joachim Fischer
joachim.fischer@premiummedia.net

ART DIRECTION • GRAPHIC DESIGN
Benjamin Tafel / BY.BEN Editorial Studio

CHEF VOM DIENST • FINAL EDITING
Claudia De Feo

ÜBERSETZUNG • TRANSLATION
Translated / Translation Weber

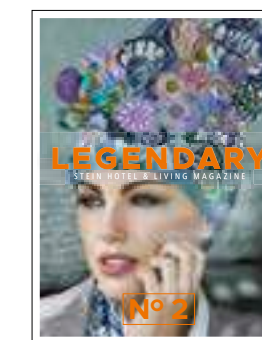
LEKTORAT • LECTORATE
Berthilde Rebstock

REDAKTION • CONTRIBUTING WRITERS
Jan Baedeker / Josephine Beyer / Dennis De Kort /
Joachim Fischer / Uwe Kalkowski / Alejha Loren /
Myriam Rapp / Bettina Rösch / Rolex /
Olivia El Sayed / Murrat Syler / Margot Weindorfer

FOTOGRAFEN • CONTRIBUTING PHOTOGRAPHERS
Sinchandup / Artbook Verlag / Hubert Auer / Original Beans /
Stefan Bogner / Saint Charles / Homo Faber /
Porsche AG / Diogenes / Louis Roederer / Familie Schärf /
Edmund Barr / Catalin Cucu / Barovier&Toso / Uli Weber

REPRÄSENTANT • REDAKTION BRANDED CONTENT
Maximilian Balazs

REDAKTION • PRODUCTION
premiummedia GmbH
Mörrikestr. 15 / 70178 Stuttgart
Tel.: +49 711 389303634
www.premiummedia.net



Das Cover der aktuellen Ausgabe
von LEGENDARY ziert Modell
Gabriella Bauz als Collage mit einer
Illustration von Olaf Hajek.

The cover of the current issue of
LEGENDARY shows photo-
model Gabriella Bauz as a collage in
an illustration by Olaf Hajek.

REINZEICHNUNG • REPRO
Vetter Mediendesign
Margarete-von-Wrangell-Straße 2 / 65779 Kelkheim
www.vetter-mediendesign.de

HERSTELLUNG & DRUCK • PRINTED BY
Druckhaus Waiblingen GmbH
Albrecht-Villinger-Straße 10 / 71332 Waiblingen
www.dhw.de

ANZEIGEN • MEDIA
Bernd Momberg / Momberg Media
bm@momberg-media.de

Werner Fischer / Tellus Corporate Media GmbH
w.fischer@tellus-corporate-media.com

ANZEIGENPREISLISTE • MEDIA-FACTS
www.premiummedia.net

VERTRIEB • DISTRIBUTION
Gold Key Media Germany GmbH / 69115 Heidelberg

HERAUSGEBER • PUBLISHER
Hotel Stein / Hotel Amadeus GmbH
Giselakai 3-5 / A-5020 Salzburg
Tel.: +43 662 87 43 460
E-Mail: info@hotelstein.at

LEGENDARY und alle in dem Magazin enthaltenen
Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich
geschützt. Eine Verwertung ohne die Einwilligung
der Chefredaktion ist nicht erlaubt.
Für unverlangt eingesendetes Text- und Bild-
material wird keine Haftung übernommen.
Hinweis: Trotz sorgfältiger Auswahl der
Quellen kann für Irrtümer, Druckfehler oder
Richtigkeit des Inhalts keine Haftung
übernommen werden.

LEGENDARY and all its content (text and
photos) is legally protected by copyright.
All rights are reserved. The use of any content
without prior written consent by LEGENDARY
is illegal. The publishers regret that they
cannot accept liability for errors or omissions
contained in the publication for whatever
reason, however caused.

PUBLISHERS &
CORPORATE EDITORS
premiummedia

WIR STELLEN VOR



BETTINA RÖSCH

Ihre Artikel sind fundiert und kunstbegeistert. Dabei kommt sie viel herum und bleibt selbst auf den strapaziösesten Reisen freundlich und professionell.

The consummate professional, she gets around a lot and remains upbeat and happy even on the toughest trips. Of course her articles are just as sure-footed.

BENJAMIN TAFEL

Er ist Weltenbummler, ständiger Beobachter und Gestalter aus Leidenschaft. Und das ist bei der sensiblen Gestaltung von LEGENDARY genau richtig.

He is a globetrotter, a constant observer and a passionate designer. And that's just right with the sensitive design of LEGENDARY.



HUBERT AUER

Sein Schwerpunkt: Fotografie bei Hochzeiten, wenn es sich um Kulinarik dreht und um Themen zur Kunst geht. Passt alles ganz wunderbar zu Salzburg und eben auch erneut zu LEGENDARY.

Wedding photography is his main focus but culinary art and all topics related to art aligns nicely with Salzburg and LEGENDARY.



ALEJHA LOREN

Wenn wir gerade schon beim Thema Qualität sind, sollte eben auch Stil und Haltung mit berücksichtigt werden. Und damit kennt sich die Wahlberlinerin Alejha Loren bestens aus. Wenn sie nicht schreibt, dann recherchiert, besucht und repräsentiert sie für uns vor Ort. In Salzburg oder Berlin. Und auch weltweit.

While we're on the subject of stories, you can be assured that Loren's stories carry a unique style and attitude – she knows well the power of a good story. When she is not writing, she is out visiting, representing or researching stories for us, mostly in her adopted hometown of Berlin but also around the world.



JOACHIM FISCHER

Einzig, aber nicht artig – so bezeichnet Joachim Fischer seine Passion für Magazine. Wenn diese noch stilbildend und „ausgezeichnet“ sind freut es den Chefredakteur von LEGENDARY. Und richtig glücklich ist er dann, wenn die Magazine auch noch gerne gelesen – und womöglich gesammelt – werden.

As Editor in Chief of LEGENDARY, Fischer is delighted to be able to work in the field that most excites him, magazine publishing, because it allows him to pursue his passion for a good story. Only strong stories will be remembered and only those stories that appear in print can be picked up again and again. This is the rhyme and reason behind magazines and why they continue to remain popular after so many decades.



ERLEBEN SIE UNSERE DIGITALEN ANGEBOTE EXPERIENCE OUR DIGITAL OFFERS

Auf der Webseite, als App auf dem Smartphone und auf dem Tablet sind die Inhalte rund um das Hotel Stein erhältlich.

All contents of Hotel Stein are available on the website or as an app on the smartphone and on the tablet.

hotelstein.at



MIT ALLEN SINNEN SEVEN SENSES

WITH ALL
OF OUR SENSES
SEVEN SENSES

Über den Dächern der Stadt
Above the rooftops of the city



SEVEN SENSES

Außergewöhnliche Küche
an einem außergewöhnlichen Ort

*Exceptional cuisine in an
exceptional place*

Das Rooftop Restaurant Seven Senses über den Dächern Salzburgs hält, was das Hotel Stein verspricht: Außergewöhnlicher Hochgenuss vom neuen Executive Chef Michael Schlüchter, exklusives Design und eine Terrasse, die selbst in einer Stadt wie dieser einzigartig ist.

Ein besonderer, geschichtsträchtiger und prägender Ort wie das Hotel Stein gibt sich natürlich auch in Sachen Kulinarik nur mit dem Außergewöhnlichen zufrieden. Denn klar ist ja eines: Etwas anderes als eine gastronomische Sternstunde würde gar nicht zu den modernen, luftig-eleganten Räumlichkeiten des Rooftop Restaurants Seven Senses mit seiner mehr als spektakulären Dachterrasse passen. Ebenso einzigartig, atemberaubend und einprägsam wie der Blick vom Dach direkt auf das alte Herz Salzburgs, setzt also auch der Küchenstil des Seven Senses Akzente von internationalem Format.

Schweiz, China, Dubai, Russland: Executive Chef Michael Schlüchter gehört zu einer jungen Garde von Chefköchen, die mit Finesse, kühnen Visionen und viel Gefühl die Gourmet-Küche revolutionieren. Schon in jungen Jahren kochte er sich mit seinem Team den ersten Stern, 13 Jahre später hat er auch im Seven Senses viel vor. „Wir bringen die internationale Küche mit all ihren Gewürzen, Düften und Produkten an einen Tisch“, so fasst Schlüchter die kulinarische Ausrichtung des Seven Senses zusammen. Und wenn das jemand sagt, der schon auf der ganzen Welt gekocht hat, dann kann man sich auf eine lukullische Offenbarung freuen. „Die Grundidee des Genießens ist auf der ganzen Welt dieselbe“, betont er. „Mit Freunden oder der Familie zusammen sitzen, sich unterhalten, eine gute Zeit haben.“ Ein wunderbares Essen und ein gutes Glas Wein geben dazu natürlich den perfekten Rahmen.

Above the rooftops of Salzburg, the Seven Senses restaurant delivers what the Hotel Stein promises: exceptional delights from the new Executive Chef Michael Schlüchter, exclusive design and a terrace that is unique even in a city like this.

A special, historic and iconic place like the Hotel Stein is of course only content to offer exceptional cuisine. Because of course, one thing is clear, anything other than a gastronomic triumph would be out of place in the modern, airy and elegant location of the Seven Senses rooftop restaurant, with its utterly spectacular roof terrace. Just as unique, breathtaking and memorable as the view from the roof directly over the old heart of Salzburg, so does the kitchen style of the Seven Senses set accents of international flavour.

Switzerland, China, Dubai, Russia: Executive Chef Michael Schlüchter is in the vanguard of chefs who are revolutionising gourmet cuisine with bold visions, emotion and great finesse. He was awarded his first star, along with his team at a young age and thirteen years later, he has big plans for the Seven Senses. “We use top products, pay attention to seasonality and regionality and bring international cuisine with all its spices, fragrances and products to the table”, explains Schlüchter, summing up the culinary focus of the Seven Senses. When someone who has cooked all over the world says that, you can look forward to an epicurean revelation. “The basic idea of enjoyment is the same all over the world,” he emphasises. “Sitting with friends or family, chatting and having a good time.” A wonderful meal, a harmonious interplay of tastes, aromas, colours and textures and a good glass of wine will give you the perfect setting.

„KOCHEN IST
LEIDENSCHAFT
UND LEBENSINHALT
ZUGLEICH.“



“COOKING IS
PASSION AND MISSION
AT THE SAME TIME.”



Seven Senses hat eine klare Philosophie: „Essen bringt die Menschen zusammen. Wir tun dies in einem professionellen, aber ungezwungenen Rahmen, teilen Genuss und Emotionen und geben dem Gast ein Lächeln mit auf den Weg.“ In einem Haus wie dem Hotel Stein ist Schlüchter deswegen bestens aufgehoben. Weltoffen und doch der Tradition ergeben, zur gleichen Zeit dem besonderen Status des Hauses bewusst: Hier kann Schlüchter zwischen modernem Design, venezianischer Glaskunst, Messing, feinem Leder, edlen Stoffen und erlesenem Tafelgeschirr das tun, was er am besten kann: zaubern. Für ihn gibt es eben nichts Schöneres, als in der Küche zu stehen. „Dieser Beruf ist unglaublich vielfältig und wird nie langweilig“, strahlt er. „Man kann kreativ sein, arbeitet mit tollen Produkten, ist täglich von Menschen umgeben und darf die Gäste glücklich

machen. Zudem ist es ein Mannschaftssport – und es ist toll, der Kapitän eines solch jungen und motivierten Teams zu sein.“

Für ihn war schon sehr früh klar, dass er Koch werden wollte. Heute, nach 20 Jahren am Herd, profitiert er von seiner Erfahrung und von seiner ungeborenen Neugier für alles Kulinarische – und könnte sich an einem Ort wie dem Hotel Stein in Salzburg nicht wohler fühlen. „Das Hotel Stein verbindet für mich Tradition mit ungezwungenem Luxus und modernem Chic“, so der Koch.

„Unsere Küche steht für die gleichen Werte: Wir kennen die Tradition unseres Handwerkes, implementieren Luxusprodukte in unser Menü und bringen gern auch einen Hauch Moderne auf die Teller.“ Ein Genuss mit allen Sinnen eben!

Seven Senses has a clear philosophy; “Eating brings people together. We do this in a professional but informal setting, sharing enjoyment and emotions and leaving the guests with a smile on their faces”. Schluechter is in absolutely the right place in a setting like the Hotel Stein, cosmopolitan yet devoted to tradition and always with the hotel’s special status in mind. Here, amongst modern design, Venetian glass, brass, soft leather, fine fabrics and exquisite tableware, Schluechter can perform what he does best, magic. For him there is nothing better than standing in the kitchen, creating dish after dish that will appeal to all the senses.

“This profession is incredibly diverse and never boring” he beams, “you can be creative, work with great produce, be surrounded by people every day and make guests happy. It’s also a team sport and it’s great to be the captain of such a young and motivated team”.

It was clear to him very early on that he wanted to become a chef. Today, after 20 years in the kitchen he benefits from his experience, and his untrammelled curiosity for all things culinary and could not feel more at home in a place like the Hotel Stein in Salzburg. “For me, the Hotel Stein combines tradition with laid-back luxury and modern chic”.

“Our cuisine displays the same values. We know the tradition of our craft, introduce luxury products to our menu and we like to bring a touch of modernity to our plates”. A treat for all the senses.



Für besondere Anlässe steht den Gästen eine eigene Private Lounge zur Verfügung.

Aus organisatorischen Gründen können Restaurantreservierungen nur online angenommen werden. Vielen Dank für Ihr Verständnis!

Seven Senses
c/o Hotel Stein . Giselakai 3-5 . A-5020 Salzburg
Tel.: +43 662 877 277 . E-Mail: info@7-senses.at
7-senses.at

For guests special occasions, there is a private lounge available.

Out of organizational reasons reservations for our restaurant can only be made online. Thank you for your understanding!



International, innovativ
und unprätentiös.
International, innovative
and unpretentious.





HIRSCHRÜCKEN „SALTIMBOCCA STYLE“ “SALTIMBOCCA STYLE” SADDLE OF VENISON

Zutaten

- 140 Gramm Hirschrücken (aus dem Tauern Nationalpark)
- 15 Gramm Pannonico Prosciutto (von Hansi Bauer)
- 2 Blatt Salbei
- 2 Gramm hausgemachte Pfeffermarinade
- 80 Gramm gemischte Waldpilze
- 1 EL hausgemachter Portweinjus
- Rosmarin, Thymian, Salz, Pfeffer und Butter

Zubereitung

Den Hirschrücken putzen und in ein längliches, 140 Gramm schweres Stück schneiden. Mit der Pfeffermarinade einreiben und dann mit Salbei und Pannonico-Schinken einrollen. Eng in Klarsichtfolie einschlagen und drei bis vier Stunden kalt stellen.

Auspacken und in einer Bratpfanne mit wenig Olivenöl rundherum kross anbraten, dann vier Minuten bei 170 Grad in den Umluftofen geben und danach abstehen lassen.

Nebenher die Waldpilze mit den Kräutern sautieren und am Schluss eine Flocke Bergbauernbutter hinzugeben.

Die Pilze zu einem Beet anrichten, den Hirschrücken in vier gleichgroße Tranchen schneiden und auf den Pilzen anrichten. Ein Esslöffel Jus dazu geben und schlemmen.

Achtung:

*Den Hirsch nicht salzen,
da der Rohschinken genug Salz abgibt.*

Ingredients

- 140 grammes of venison backstrap (from the Tauern National Park)
- 15 grammes of Pannonico Prosciutto (by Hansi Bauer)
- 2 sage leaves
- 2 grammes of homemade pepper marinade
- 80 grammes of mixed wild mushrooms
- 1 tbsp homemade port gravy
- Rosemary, thyme, salt, pepper and butter

Preparation

Clean the venison and cut into an oblong, 140 gramme piece. Rub in the pepper marinade and then roll up with sage and Pannonico ham. Wrap tightly in cling film and place in the fridge for three to four hours.

Unwrap and fry all over in a frying pan with a little olive oil until crisp, then place in a fan oven for four minutes at 170 degrees and then leave to stand.

At the same time, sauté the wild mushrooms with the herbs and finally garnish with a knob of mountain butter

Lay out a bed of mushrooms, cut the venison into four equal slices and place on top of the mushrooms. Add a tablespoon of gravy and enjoy.

Note:

Do not salt the venison, as the raw ham is salty enough.





SINNLICH DURCH DEN TAG

Die Seven Senses Experience

Ein innovatives Konzept an historischer Wirkungsstätte: Das Seven Senses ist so viel mehr als ein Restaurant! Wie das Hotel, steht das unvergleichliche Rooftop-Restaurant für ein ganz bestimmtes Lebensgefühl, für eine Haltung, für ein Versprechen. Und das nicht nur beim abendlichen Restaurantbesuch. Schon das ausgedehnte Frühstück ist ein Erlebnis für alle Sinne, das den Start in den Tag denkbar genussvoll und verführerisch gestaltet. Genießen Sie in der coolen, einzigartigen Rooftop Bar einen guten Drink wie die Spezialserien des Johnnie-Walker-Sortiments, ein BT Royale oder ein erstklassiger Roederer-Champagner. Einfach alles hier oben trägt seinen Teil dazu bei, dass die siebte Etage des Hotels Stein zu einem magnetischen Anziehungspunkt wird. Für Genießer, für Kosmopoliten, für Anspruchsvolle und für alle, die das Besondere zu schätzen wissen.



AN ALL DAY FEAST FOR THE SENSES

The Seven Senses Experience

An innovative concept in a historic location, the Seven Senses is so much more than a restaurant. Like the hotel, the incomparable rooftop restaurant stands for a very specific approach to life, like a declaration of some sort. And it doesn't just come into its own in the evening, even the extended breakfast is an experience to behold and a delight for the tastebuds which makes the start of the day as enjoyable and seductive as the end. Enjoy moments of delicious solitude with a fine drink such as a Johnnie Walker Special Series whisky, a BT Royale or first-class Roederer champagne in the noble private lounge of the Rooftop Bar. Absolutely everything here plays its part in turning the seventh floor of the Hotel Stein into a centre of attraction. For connoisseurs, for the cosmopolitan, for the discerning and for all who still appreciate what is truly out of the ordinary.



HOTEL

DESIGN, KUNST UND LIFESTYLE

Das Hotel Stein



DESIGN, ART AND LIFESTYLE

The Hotel Stein



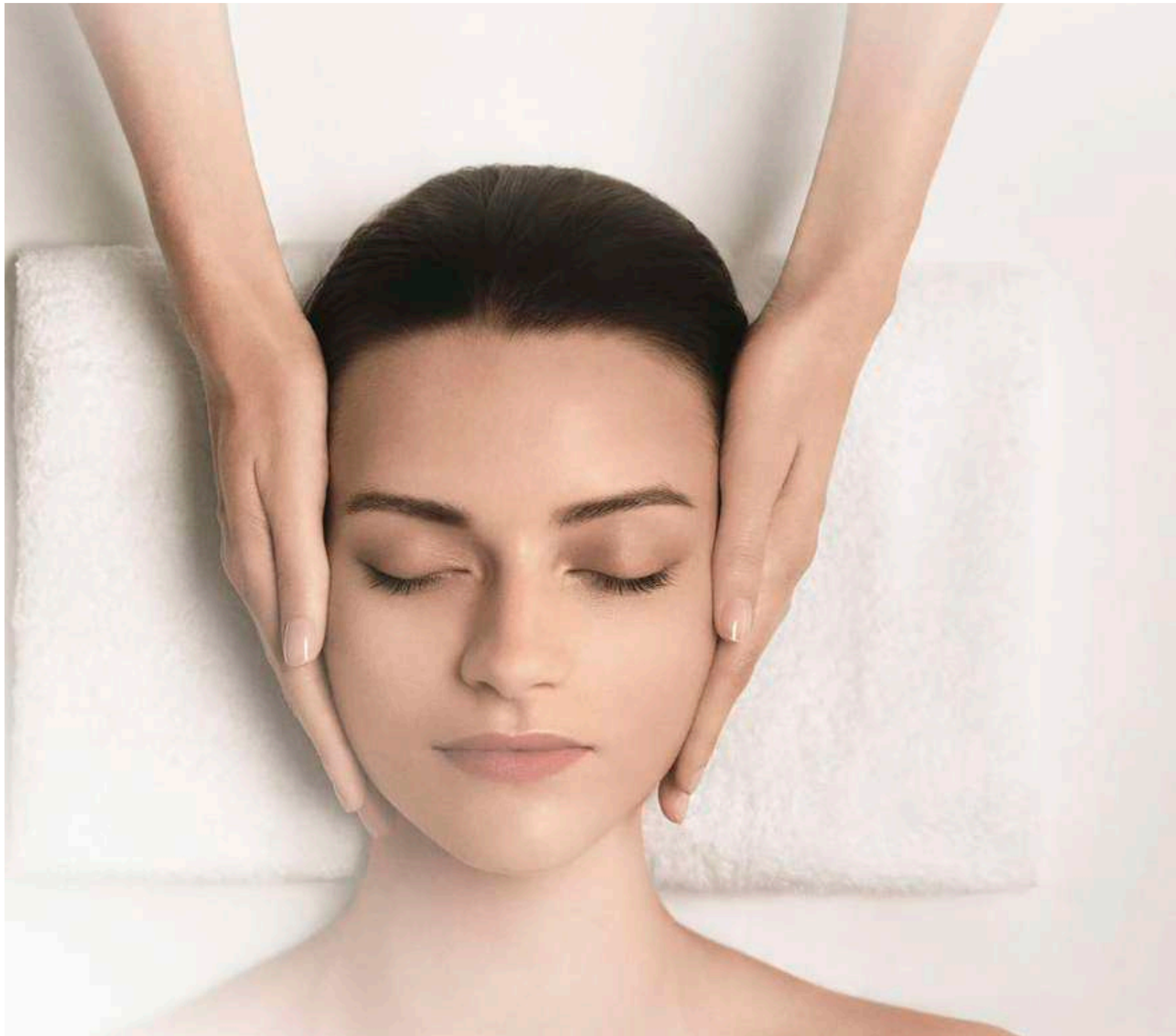
Wohnen im exklusiven Lifestyle Hotel direkt an der Salzach.

Stay at the exclusive Lifestyle Hotel overlooking the Salzach.

Wer Salzburg kennt, kennt auch das Stein. Das legendäre Hotel im Herzen von Salzburg, bereits im Mittelalter als Gaststätte bekannt, hat eine lange, bewegte Geschichte. Es ist ein ganz besonderes Hotel, das sich da in der Salzburger Altstadt nun präsentiert. Ein Haus wie kein zweites: Spannend, aufregend, ein urbanes Erlebnis der Extraklasse, Luxury-, Lifestyle-, Design-Hotel ... und noch eine Menge mehr. Jenes Mehr, das aus gut einzigartig macht. Ein Mehr, das in der Liebe zum Detail ersichtlich wird, in der Exklusivität und in der Service-Qualität, die Ihren gesamten Aufenthalt begleitet.

Anyone who knows Salzburg also knows the Stein. The legendary hotel in the heart of Salzburg, known as an Inn since the Middle Ages, has had a long and eventful history. It is now a very special hotel showcased in the old town of Salzburg. An institution like no other: exciting, thrilling, a top-class urban experience, a luxurious, lifestyle and design hotel and so much more. But it is the detail in what is behind 'more' that separates it from a good hotel into something unique. This 'more' is evident in that very attention to detail, in the exclusivity and quality of service that accompanies your entire stay here.

Hotel Stein
 Giselakai 3-5 · A-5020 Salzburg
 hotelstein.at



HOTEL STEIN SPA

FÜR KÖRPER UND GEIST FOR BOTH BODY AND SOUL

So viel mehr als nur ein Wellness-Bereich:
Ein kleiner, intimer Rückzugsort
inmitten des städtischen Trubels.

So much more than just a spa,
a small, intimate retreat amidst the
bustle of the city.

TEXT: OLIVIA EL SAYED
PHOTOS: EDMUND BARR, SAINT CHARLES



Im Hotel Stein ist ein kleiner aber sehr feiner SPA Bereich untergebracht.

Hotel Stein has a small but very fine spa area.



Wellness der Extraklasse

Wie alle Bereiche des Hauses, strahlt auch der Spa im Stein Exklusivität aus. Schon beim Betreten verwöhnt das erlesene Duftkonzept die ruhesuchenden Hotelgäste, die auch hier nicht auf die stilvolle Eleganz, edle Materialien und besondere Details verzichten müssen – Details wie eine Frotteequalität, wie man sie sonst nur von Luxusyachten kennt. Im neu geschaffenen Relaxbereich, der neben der Sauna auch ein Gym umfasst, präsentiert sich der Spa als Refugium der Ruhe. Und wen es eher an die frische Luft zieht, der wird in den Laufguides auf den Zimmern garantiert seine Lieblingsroute finden.

Die reine Kraft der Natur

Abgerundet wird das Spa-Erlebnis mit den exklusiven Produkten von Saint Charles. Deren Naturkosmetik in höchster Apothekerqualität schafft spielend den Spagat zwischen Ökologie und Genuss, zwischen Nachhaltigkeit und Luxus, zwischen Ethik und Ästhetik. Der ganzheitliche Ansatz von Saint Charles verbindet traditionelle Heilmittel mit modernen Konzepten – Nachhaltigkeit inklusive. Doch Saint Charles ist mehr als „nur“ Naturkosmetik und Bio. Alle Produkte folgen der Lehre der traditionellen europäischen Medizin: Ausschließlich aus Kräutern hergestellt und schlichtweg das Beste und Reinste, was Mutter Natur zu bieten hat – selbstverständlich ohne jegliche chemische Zusatzstoffe. Lassen Sie sich verwöhnen, pflegen und erneuern vom Luxus des Ursprünglichen, des Unverfälschten, der puren Natur. Sie haben es verdient.

Wellness culture at its very finest

Like all areas of the house, the spa in the Hotel Stein exudes exclusivity. As expected, on entering the spa, the hotel guest is looking for peace and tranquility and they will feel rightly spoiled by the exquisite fragrance concept in addition to stylish elegance, fine materials and special details. These details include the quality of towels, otherwise known only on luxury yachts. In the newly-created relaxation area - separate from which lies a gym beside the sauna, the spa provides a haven of peace. For those who prefer fresh air, they are sure to find a favourite route in the walking guides provided in the rooms.

The pure power of nature

The spa experience is rounded off with exclusive products from Saint Charles. Their natural cosmetics, made to the highest pharmacological standards, creates a balance between ecology and enjoyment, between sustainability and luxury, between ethics and aesthetics. The holistic approach of Saint Charles combines traditional remedies with modern concepts - including sustainability. But Saint Charles is more than just natural and organic cosmetics. All their products follow the teaching of traditional European medicine. They are made exclusively from herbs and are simply the best and purest that Mother Nature has to offer. It goes without saying that they contain no chemical additives. Let yourself be pampered, cared for and restored by the luxury of the original, genuine purity of nature, you've earned it after all.

Edle Naturkosmetik,
Entspannung
und himmlische Ruhe

Fine natural cosmetics,
Relaxation and heavenly peace





SNOOZE

**EINCHECKEN,
WOHLFÜHLEN
UND IM
HOTEL STEIN
GUT SCHLAFEN**

**CHECK IN, FEEL GOOD
AND SLEEP WELL WITH
HOTEL STEIN**

Das war schon immer die Devise dieses besonderen Hotels. Doch auch, wenn sich die Hotelprofis alle Mühe geben, damit ihre Gäste glücklich sind, zeigen Untersuchungen, dass 69% der Hotelgäste während ihrer ersten Nacht in einem neuen Bett nicht immer gut schlafen. Anders im Stein. Hier wird den Gästen der Schlummertrunk Snoooze angeboten. Der Natural Sleep Drink aus natürlichen Kräutern bietet eine perfekte Ein- und Durchschlafhilfe, um wieder frisch und erholt in den nächsten Tag zu starten.

Beruflicher Stress aber auch die vielen Eindrücke eines Sightseeing-Trips oder Kulturerlebnisses beeinträchtigen oftmals die Schlafqualität. Insbesondere dann, wenn wir in einer anderen Umgebung und nicht im eigenen Bett nächtigen.

„Schlafen in einer ungewohnten Umgebung – wie in einem Hotel – zählt zu den größten Problemen beim Reisen“, so Rebecca Roberts, Schlafforscherin und Autorin des Buches Sleep for Success. Das ist nicht verwunderlich, denn nur wer gut schläft, kann sich auch richtig regenerieren, um am nächsten Tag wieder fit zu sein.

Schlaf stärkt unseren Geist, unsere Psyche und unsere körperliche Leistungsfähigkeit. So ist nach gutem Schlaf die Stimmung besser. Er regt die Kreativität an, hilft uns schlank und fit zu bleiben. Und nicht zuletzt: Er hält auch unser Immunsystem in Ordnung und lässt uns den Alltagsstress besser bewältigen.

That has always been the motto of this special hotel. But even if the hotel professionals make every effort to make their guests happy, research shows that 69% of hotel guests do not always sleep well in a new bed during their first night. It's quite different at the Hotel Stein. Here, the guests are offered the (alcohol free) nightcap Snoooze, a natural sleep drink from natural herbs and offering a perfect sleeping aid to start the next day feeling relaxed and refreshed.

Stress from work but also the sensory overload of a sightseeing trip or cultural experience often impair our quality of sleep. Especially when we sleep in a different environment and not in our own bed.

“Sleeping in an unfamiliar environment - like in a hotel - is one of the biggest problems when travelling”, says Rebecca Roberts, sleep researcher and author of the book Sleep for Success. This is not surprising, because only those who sleep well can regenerate properly and be in top form again the next day. Sleep strengthens our mind, our psyche and our physical performance. So after a good night's sleep, your mood is better. It stimulates creativity and helps us to stay slim and fit. And last but not least: It also keeps our immune system in order and helps us to cope better with everyday stress. A Salzburg-based company has taken on the problem of lack of sleep associated with many travellers and with Snoooze, Natural Sleep Drink, they have created the world's first effective sleeping drink made from natural herbs.

Ein Salzburger Unternehmen hat sich dem Problem vieler Reisenden angenommen und mit Snoooze, Natural Sleep Drink, weltweit das erste effektive Schlafgetränk aus natürlichen Kräutern geschaffen.

„Das Thema körperliche und geistige Fitness hat sich bisher um zwei Aspekte gedreht: Ernährung und Bewegung. Aber nichts wirkt ausreichend ohne genügend Schlaf. Wir können nicht einschlafen und wissen, dass wir den Schlaf dringend notwendig haben, um gesund und leistungsfähig zu bleiben und glücklich zu sein“, so der Functional Food Experte Hans P. Vriens. Deswegen hat er Snoooze, Natural Sleep Drink, in der umweltfreundlichen Kartondose entwickelt.

Snoooze, Natural Sleep Drink, ist eine Weltneuheit aus Österreich. Es ist das erste natürliche Schlafgetränk aus wirksamen Kräutern und Gebirgswasser, um den Alltagsstress wieder besser zu meistern und endlich schneller ein- und besser durchzuschlafen zu können. Die Kombination aus effektiv dosierten Kräutern (Passionsblume, Zitronenmelisse, Baldrian, Lindenblüte und Kalifornischer Mohn) fördert den natürlichen Schlafrhythmus und verhilft zu besserer Nachtruhe, um am nächsten Tag den Alltagsstress besser zu meistern und Höchstleistungen zu erbringen.



„Schlafmangel kann weder rein durch Diät noch Sport ausgeglichen werden. Vielen Menschen kann aber mit einem natürlichen Schlafgetränk auf Kräuterbasis geholfen werden“, erklärt der Ernährungsexperte Vriens, der sich seit Jahren intensiv mit dem Thema Schlaf beschäftigt und Snoooze, Natural Sleep Drink, ein Getränk aus hocheffektiven Kräutern entwickelt hat, das den natürlichen Schlafrhythmus und somit die natürliche Regenerationsfähigkeit unterstützt.

Während pflanzliche Einschlafhilfen so niedrig dosiert sind, dass meist nur ein Placebo-Effekt erzielt wird haben chemische Schlafmittel beträchtliche Nebenwirkungen und führen häufig zur Abhängigkeit. Herkömmliche Kräuterschlaftabletten enthalten lediglich 60 bis 500 mg Baldrian, Snoooze wurde hingegen mit 1.000 bzw. 1.200 mg entwickelt und noch mit zusätzlichen schlaffördernden Kräutern angereichert. Somit entspricht Snoooze exakt dem Bedürfnis vieler Reisender, die gut schlafen, aber ohne Nebenwirkungen am nächsten Tag wieder fit sein wollen.

Auch Freunde von Hotelgästen können Snoooze derzeit gratis zum Testen anfordern unter www.snoooze.at



“The topic of physical and mental fitness has so far revolved around two aspects: nutrition and exercise. But nothing works without enough sleep. We cannot fall asleep and know that we urgently need sleep in order to remain fit and healthy, fit and happy,” says functional food expert Hans P. Vriens. That's why he developed Snoooze, Natural Sleep Drink, in its environmentally friendly carton-can.

Snoooze, Natural Sleep Drink is an innovation from Austria. It is the first natural sleeping drink made from effective herbs and mountain water to help you cope better with everyday stress and finally fall asleep faster and sleep better. The combination of effectively dosed herbs (passion flower, lemon balm, valerian, lime blossom and Californian poppy) promotes natural sleep rhythms and helps you to rest better at night in order to cope better with the stress of everyday life the next day and to achieve maximum performance. “Lack of sleep cannot be compensated for purely by diet or exercise but many people can be helped with a natural sleep drink based on herbs,” explains nutrition expert Vriens, who has been working intensively on the subject of sleep for years and has developed Snoooze, Natural Sleep Drink that supports the natural sleep rhythm and thus the natural ability to regenerate. While herbal sleeping aids are so low in dosage that usually only a placebo effect is achieved, chemical sleeping aids have considerable side effects and often lead to addiction. Conventional herbal sleeping tablets contain only 60 to 500 mg valerian, whereas Snoooze was developed with 1,000 and 1,200 mg respectively and enriched with additional sleep-promoting herbs. Snoooze aims to meet the needs of many travellers who sleep well but want to be on top form again the next day without side effects.

Friends of hotel guests, in fact everyone can request a free trial gift box of Snoooze by visiting their website www.snoooze.at

**EIN GETRÄNK
aus hocheffektiven
Kräutern**

**A DRINK
made from highly
effective herbs**



Hans Vriens



PALAZZO
BAROVIER & TOSO

WUNDER AUS GLAS *A MIRACLE IN GLASS*

Selbst in einer Stadt wie Venedig ist der Palazzo Barovier & Toso ein einzigartiger Ort. Mitten in der Lagunenstadt, am Ufer des Rio dei Vetrai, haben Calvi Brambilla einen spektakulären Designtempel geschaffen, der den Zeitgeist mit einer über 700-jährigen Firmengeschichte im Zeichen des Murano-Glases vermählt.

Even in a city like Venice, the Palazzo Barovier & Toso is a unique place. Lying on the island of Murano, in the middle of this historic lagoon on the bank of the Rio dei Vetrai and designed by Calvi Brambilla sits a spectacular design temple to glass, with a company history dating back over 700 years.

TEXT: ALEJHA LOREN
PHOTOS: BAROVIER & TOSO



Ein Kronleuchter mit kolossalen Ausmaßen. Er steht für all das was die Barovier & Toso-Handwerkskunst auszeichnet und hat hier seinen Ehrenplatz gefunden.

A chandelier with colossal dimensions. It represents everything that makes Barovier & Toso craftsmanship what it is, and has found pride of place here.



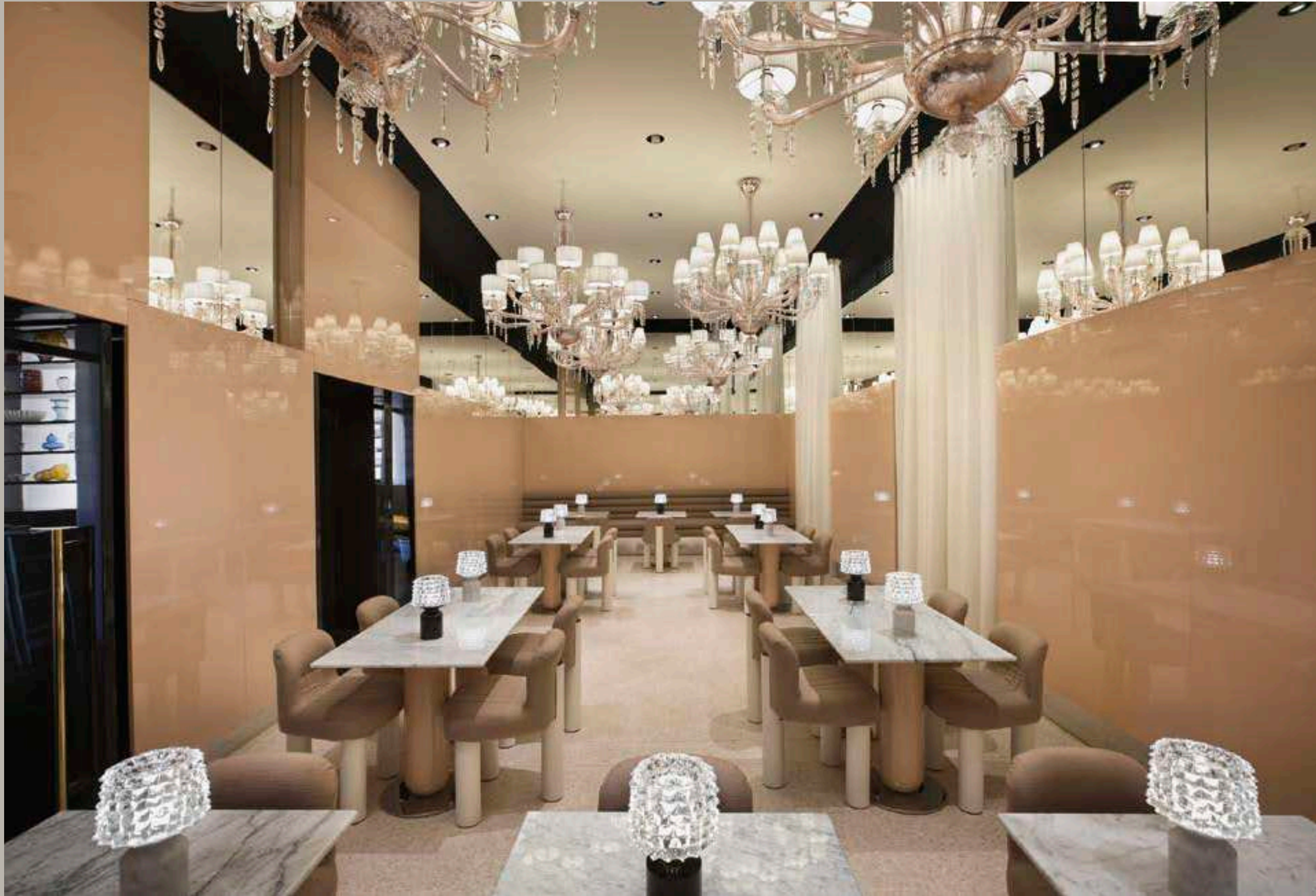
Äußerlich original belassen besticht das Innere durch eine *moderne Rauminszenierung*.
Left in its original state on the exterior, the interior captivates with *modern room design*.

Hinter dem klangvollen Namen Barovier & Toso verbirgt sich eine 1295 in Venedig gegründete Manufaktur, die ihren Firmenstandort bis heute mitten in der verwunschenen Stadt hat. Wie kaum ein anderer Glasbläser aus Venedig steht Barovier & Toso bis heute für Murano-Glas in seiner schönsten, exklusivsten und schillerndsten Form. Benannt nach der zu Venedig gehörenden Insel Murano, dem Geburtsort der europäischen Glasbläserei, gehört dieses wohl edelste Glas der Welt zu den ganz großen Errungenschaften der Handwerks Geschichte – und Barovier & Toso zu dessen vordersten Botschaftern.

Als einstige Manufaktur für massive Glasobjekte, Vasen und Eisenteile etablierte sich das Unternehmen bereits vor Jahrhunderten. Seit 2008 verlassen ausschließlich Leuchten die Werkstätten von Barovier & Toso. Und was für welche: Prächtige, umwerfende Kronleuchter in verschiedenen Farben, fast vollständig aus Glas bestehend, sind eines der Markenzeichen des Unternehmens – und ganz sicher ein Alleinstellungsmerkmal selbst in Venedig. Dennoch sind es nicht nur imposante, barocke Kronleuchter, für die Barovier & Toso auf der ganzen Welt geliebt werden. Auch moderne Leuchten mit gläsernen Sockeln oder Aufhängern werden hier mit venezianischer Präzision und Hingabe in Handarbeit gefertigt.

Behind the impressive name of Barovier & Toso stands a factory founded in Venice in 1295 which still has its headquarters in the heart of this enchanting city. Barovier & Toso Murano glass is highly regarded in its most beautiful, exclusive and most dazzling form like no other Venetian glassblower. Named after the island of Murano, the Venice birthplace of European glassblowing, Barovier & Toso is its foremost ambassador and making it possibly the noblest glass in the world.

The company, a former factory for solid glass objects, vases and iron parts, was founded centuries ago. Since 2008, the workshops of Barovier & Toso have solely produced lights and lighting fixtures. These are no ordinary lights: these magnificent, dazzling chandeliers in different colours consisting almost entirely of glass are one of the company's trademarks and certainly a unique selling point, even in Venice. But it's not just their imposing baroque chandeliers for which Barovier & Toso are loved around the world, their modern lights too, with glass pedestals or hangers, are crafted here by hand with typical Venetian precision and dedication.



Einige dezidiert moderne Licht- und Glasobjekte illuminieren auch die Räume des Hotels Stein auf unvergleichliche Weise. Und wer ganz und gar hinabtauchen will in die schimmernde Welt dieser Ausnahmemanufaktur, der kann dies seit Kurzem in Venedig tun. Die Innenräume des Palazzo von Barovier & Toso, eine etwa 900 Quadratmeter große Fläche auf drei Etagen, wurden einer beispiellosen Renovierung unterzogen und nun der Öffentlichkeit zugänglich gemacht. Der von Calvi Brambilla entworfene Palazzo Barovier & Toso ist nach langer Arbeit ein einmaliger Ort am Ufer des Rio dei Vetrai in Venedig geworden, ein prachtvoller Stadtpalast, der die Besucher durch die lebhafte Geschichte der jahrhundertealten Beleuchtungskonzepte von Barovier & Toso führt.

A number of distinctly modern light and glass objects illuminate the spaces of Hotel Stein in a beautifully dramatic way and you can now see this extraordinary artisanal work for yourself as the factory has recently opened its doors to visitors following a considerable renovation. 900 square metres of brilliance over 3 floors and designed by Calvi Brambilla, the Italian design studio, the Palazzo Barovier & Toso has changed from a simple, industrial building into a striking city palace, taking its visitors on an extraordinary journey through centuries of lighting concepts.

In der Bar und im Restaurant kann das aktuelle *Portfolio der Marke* bewundert werden. The brand's *current portfolio* can be admired in the bar and the restaurant.



Der äußerlich unveränderte Palazzo befindet sich in einem venezianischen Palast aus dem Jahre 1920 in Fondamenta Manin 1 / D, nur einen Steinwurf vom historischen Sitz der Firma entfernt. Eine vergoldete Treppe verbindet die drei Etagen des Palazzo und öffnet sich zu einem Raum, der einzig und allein für einen Kronleuchter geschaffen wurde.

Allerdings nicht für irgendeinen: Das 1980 für den König von Saudi-Arabien entworfene, gigantische Weltwunder aus Glas ist eine Legende für sich und allein den Besuch des Palazzo wert. Es steht sinnbildlich für all jenes, was die Handwerkskunst von Barovier & Toso auszeichnet, und hat hier seinen gebührenden Ehrenplatz gefunden.

„Um den neuen Palazzo Wirklichkeit werden zu lassen, haben wir uns einen Raum überlegt, in dem Geschichte und Gegenwart nebeneinander existieren können, ganz so wie die beiden Hauptwelten von Barovier & Toso also“, erklärt Paolo Brambilla, Professor der Universität Mailand. Designer Fabio Calvi von Saba Italia aus Padua ergänzt: „Wir konnten ein essenzielles, modernes Innenarchitekturkonzept harmonisch mit der Majestät aus Muranoglas kombinieren, die durch den Einsatz von Licht und Reflexionen perfekt ergänzt wird.“

Ausgewählt moderne Licht- und Glasobjekte *illuminieren* auf besondere Weise die Ausstellungsräume. Carefully selected modern glass and light objects *illuminate* the exhibition rooms in a very special way.



Barovier & Toso ist klassisch und modern zugleich. Eleganz und Schlichtheit dominieren das Design der Ausstellung. Barovier & Toso is classic and modern at the same time. Elegance and simplicity dominate the design of the exhibition.

The outwardly unchanged Palazzo is housed in a Venetian palace dating from 1920 in Fondamenta Manin 1 / D, just a stone's throw from the historic company headquarters. A gilded staircase connects the three floors of the Palazzo and opens to a space created solely for a chandelier. But this is not any old chandelier, this gigantic, glass wonder-of-the-world designed for the King of Saudi Arabia in 1980, is a legendary piece and it's worth visiting the Palazzo just to view this alone. It symbolises everything that Barovier & Toso craftsmanship stands for and has found its rightful place of honour here.

The company, founded in 1295 confirms its role as an absolute protagonist of the age-old art of glass, a technique that is almost magic, employing master glassmakers, the uniquely skilled craftsmen capable of transforming humble substances – sand, air, fire – into chandeliers of exceptional beauty and value. And now, these extraordinary creations have an enchanting new home, Palazzo Barovier & Toso, carefully renovated and sumptuously restored by Calvi Brambilla architects. The project celebrates Barovier & Toso's seven hundred-year tradition of skill and craftsmanship, combined with the exclusive luxury of its stunning chandeliers.





Die Renovierung fußte auf einer zeitgenössischen Neuinterpretation der typischen architektonischen Merkmale historischer Adelspalste: angefangen bei den Holzvertfelten Wänden über die Fußböden in venezianischem Terrazzo und die Anordnung der Räume bis hin zu den Farben, die jeden Raum auf ihre ganz eigene Weise prägen. Diese Wahl der Ausgestaltung wird zum Ausstellungskonzept des gesamten Gebäudes und bietet den Besuchern ein einzigartiges visuelles Erlebnis. Perfekt wird die Transkription in das Hier und Jetzt durch die Einbindung ausgewählter Kunstwerke von beispielsweise Jason Martin, Brigitte Kowanz und Astrid Krogh, die als Hommage an die Biennale in Venedig in den Palazzo aufgenommen wurden. Auf spektakuläre und nie dagewesene Weise wird der Marke „Made in Italy“ hier ein Denkmal gesetzt: ein ganz und gar exklusives Schaufenster zum 700-jährigen Firmenjubiläum. Ehrensache, dass jedes noch so kleine Detail im Vorfeld sorgfältig geprüft wurde, um den zeitlosen Luxus der berühmtesten Murano-Kronleuchter standesgemäß zu präsentieren. Das Ergebnis ist nicht nur ein Showroom, sondern ein sorgfältig kuratierter Ort, in dem ausgewählte Kreationen von Barovier & Toso die Räume in ein atemberaubendes, magisches Licht tauchen. Entstanden ist auf diese Weise ein Tempel für ein regelrechtes Festival des Lichts in all seinen unendlichen Variationen – und ganz nebenbei ein beispielloses Projekt, das Innovation und Tradition, Kunst und Design widerspiegelt. Wenn der Besucher seinen schwärmerischen Rundgang beendet hat, findet er sich in einem eleganten Bar- und Restaurantbereich wieder, in dem das aktuelle, stets atemberaubende Portfolio der Marke bewundert werden kann. Sofort erkennbar ist hier das gewaltige Potenzial der Marke, das natürlich nicht ohne Grund zu exklusiven Partnerschaften mit Luxushotels wie dem Hotel Stein, Boutiquen, Regierungsbros und öffentlichen Räumen auf der ganzen Welt geführt hat. Es stimmt eben doch: Einmal Murano, immer Murano.

The renovation was based on a contemporary reinterpretation of the typical architectural features of historic aristocratic palaces, from the wooden panels on the walls to the Venetian terrazzo floors and the layout of the rooms, right down to the colours that highlight each room in their own unique way. This design choice characterizes the exhibition concept of the entire building offering visitors a unique visual experience. The inclusion of selected works of art in tribute to the Venice Biennale, for example, works by Jason Martin, Brigitte Kowanz and Astrid Krogh, bring this exceptional body of work right up to the present day. This 'Made In Italy' brand is commemorated in a unique and spectacular way in this exclusive showcase celebrating the company's 700 year heritage – a matter of honour to that effect, the tiniest detail had to be painstakingly checked in advance to ensure that the timeless luxury of the most famous Murano glass chandeliers would be presented in a befitting manner. The result of this work is not just a showroom but a carefully curated showcase of selected pieces by Barovier & Toso bathing in a truly magical light. The result is a temple, a festival of light if you will, in all its infinite variations, as well as a unique project that reflects innovation and tradition, art and design under one extraordinary roof. At the end of this enchanting tour, visitors find themselves in an elegant bar and restaurant area where they can admire the brand's cutting-edge collection whilst relaxing and in doing so, they can appreciate further why Barovier & Toso have become the icons of glass that so many have come to for exclusive partnerships, from boutiques, governments offices and public spaces around the world, to the finest hotels such as Hotel Stein. Once Murano, always Murano.

barovier.com

LUÍS ONOFRE EXTREM FEMININ, SEXY UND ELEGANT

*BEAUTIFULLY FEMININE,
SEXY AND ELEGANT.*

TEXT: MURRAT SYLER
PHOTOS: SINCHANDUP, LUÍS ONOFRE



Die Faszination von High Heels ist ungebrochen.
The fascination with high heels continues.

Mit diesen Kombinationen gelingt
immer ein stylisher Look.

*With this combination, you'll always
succeed in looking stylish.*



Luxuriös,
unverwechselbar, sexy und sehr feminin
sind die Markenzeichen von Luis Onof-
res Kreationen. Damit hat er die Herzen
von Trendsettern auf der ganzen Welt
erobert.

Luxurious,
unmistakable, sexy and very feminine,
these are the hallmarks of Luis Onofre
creations. He has conquered the hearts
of trendsetters around the world.

BEGEHRLICH

Marilyn Monroe soll einmal gesagt haben: „Wenn man einem Mädchen die richtigen Schuhe gibt, kann es die Welt erobern.“

COVETOUS

Marilyn Monroe once stated 'Give a girl the right shoes and she can conquer the world'.

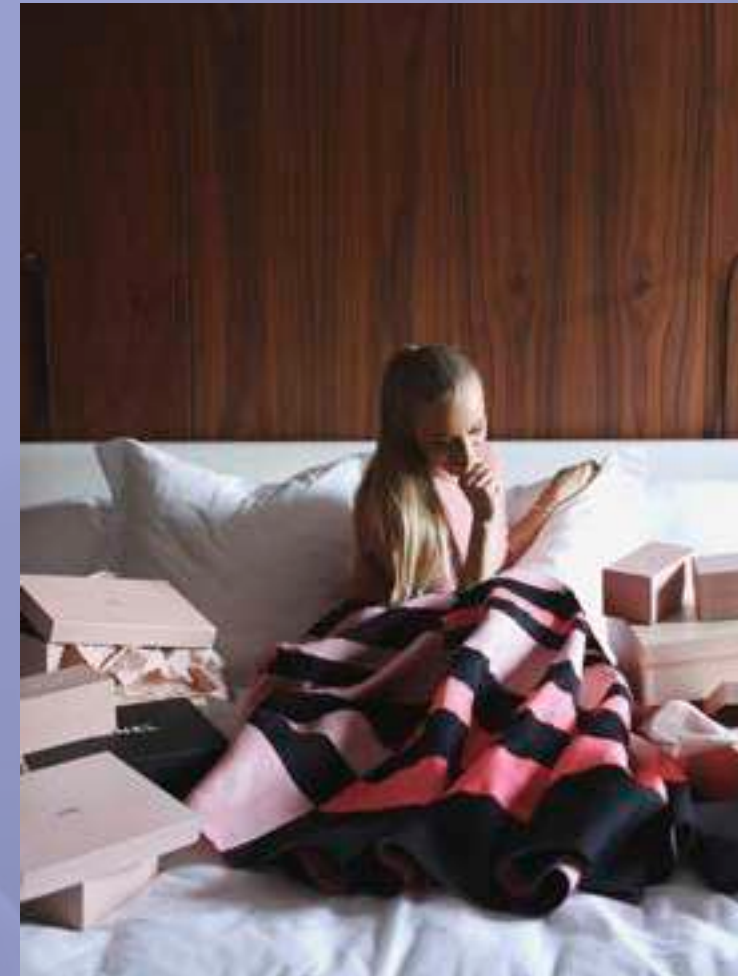


Luís Onofre entwirft seine Schuhe als bequeme Schuhe, auch mit hohen Absätzen.
Luís Onofre designs his shoes to be comfortable shoes, even with high heels.





Man trägt High Heels heute nicht, um zu einer Gruppe zu gehören, sondern weil es Individualität bedeutet
You don't wear high heels today in order to be part of a group, you wear them to stand out, to be an individual.



LIEBLINGS-SCHUHE

High Heels sind die unangefochtene Nummer eins unter den Schuhen: Sie sorgen dafür, dass Frauen sich grazil fühlen, es schaffen, jedes noch so schlichte Outfit in einen stilsicheren Look zu verwandeln.

FAVOURITE SHOES

High heels are the undisputed number one, shoe of shoes. You make women look graceful and you can transform a simple outfit into a very stylish look.

Luís Onofre macht uns vor,
wie man Schuhe (an Frauen)
perfekt in Szene setzt.
*Luis Onofre shows women
how to show shoes perfectly.*



Extrem feminin, sexy und elegant sind die Luxuschuhe des portugiesischen Designers Luis Onofre. Nicht umsonst wurden einige seiner Schuhe an den Füßen großer Persönlichkeiten gesichtet. Michelle Obama, Penélope Cruz, Cameron Diaz und Paris Hilton zählen zur Fangemeinde des Schuhdesigners. Die Erfolgsstory des gelernten Designers begann 1993 nach der Auszeichnung mit dem Preis „Better Design“ des italienischen Fachmagazins Ars Sutoria. Luis Onofre arbeitete damals auch für Cacharel und Daniel Hechter. 1999 gründete er sein eigenes Schuh-Label und wurde inzwischen zum „Designer of the Year“ in Portugal gekürt. Heute sind Luis Onofre Schuhe und Accessoires weltweit begehrt. Die Kollektion umfasst Pumps und Handtaschen, die aus feinsten Materialien gefertigt sind und durch ihr elegantes und gleichzeitig raffiniertes Design den unverkennbaren Luis-Onofre-Spirit erhalten. Daneben spielen auch sehr modische Modelle eine Rolle in der Kollektion. So erhalten Vintage Stiefel oder Sandaletten durch spezielle Behandlungen und gealterte Leder ihren besonderen Glamour. Ausgefallene Accessoires runden die Schuhkollektion von Luis Onofre ab.

Very feminine, sexy and elegant, the luxury shoes of the Portuguese designer Luis Onofre have been spotted on the feet of great personalities such as Michelle Obama, Penélope Cruz, Cameron Diaz and Paris Hilton, all among the fanbase of this great shoe designer. The success story of the trained designer started in 1993 with the award for 'Better Design' by the Italian trade magazine Ars Sutoria. Working too for Cacharel and Daniel Hechter, in 1999 Onofre founded his eponymous shoe label and became the 'Designer of the Year'

in Portugal. Today Luis Onofre shoes and accessories are coveted worldwide. His collection includes not only high heels but also handbags, made of the finest materials. Elegant and at the same time cleverly designed they preserve the unmistakable Luis Onofre spirit. Sitting alongside the very fashionable models in the collection is a selection of beautiful accessories and through special treatments, aged leather vintage boots and sandals are given their unique Onofre finish.



„Halten Sie Ihren Kopf, Absätze und Standards hoch.“
'Keep your head, heels and standards high'.



DIE RED BULL WHITE EDITION „KOKOS-BLAUBEERE“

GEKOMMEN UM ZU BLEIBEN

THE RED BULL WHITE EDITION “COCONUT AND BLUEBERRY”

BACK FOR GOOD

Der Geschmack von Kokos-Blaubeere mit den Flüügeln von Red Bull. Diese Kombination machte die Red Bull Summer Edition zum unbestrittenen Sommerhit des letzten Jahres. Damit sie kein One-Hit-Wonder bleibt, kommt sie jetzt als Red Bull White Edition zurück – und erhält eine feste Chartplatzierung im Kühlschrank.

**Gleiche Wirkung – anderer Geschmack.
Belebt Geist und Körper®.**

Nach der starken Resonanz und dem positiven Anklang bei den Konsumenten, wird die Red Bull Summer Edition „Kokos-Blaubeere“ nun zur White Edition und damit fixer Bestandteil der Red Bull Energy Drink Familie.

Das sind die Red Bull Editions: Red Bull Green Edition (Kiwi-Apfel), Red Bull Lime Edition (Zitrone-Limette), Red Bull Blue Edition (Heidelbeere), Red Bull Yellow Edition (Tropical) und jetzt neu die Red Bull White Edition (Kokos-Blaubeere).

Ob morgens zum Start in einen intensiven Arbeitstag, auf langen Autofahrten oder zum Beleben vor, während oder nach dem Sport – mit der gewohnten Formel des Red Bull Energy Drinks ist die in Weiß gehaltene Edition der ideale Energiespender.

Die Red Bull White Edition ist in der 250-ml-Dose ab Februar 2019 im Handel, in der Gastronomie und an Tankstellen in ganz Österreich erhältlich.

Mehr Informationen gibt es unter www.redbull.com/redbulleditions.

Red Bull verleiht Flüüügel®.

The taste of coconut and blueberry, with the wings of Red Bull. This combination made the Red Bull Summer Edition the undisputed summer hit of last year. So that it doesn't stay a one-hit wonder, it's coming back as the Red Bull White Edition - and is zooming right to the top of the fridge charts.

Same effect - different taste. Invigorates mind and body. After the strong response and positive reaction from consumers, the the Red Bull 'Coconut and Blueberry' Summer Edition has now become the White Edition and from now on will be an integral part of the Red Bull Energy Drink.

These are the Red Bull Editions: Red Bull Green Edition (Kiwi and Apple), Red Bull Lime Edition (Lemon and Lime), Red Bull Blue Edition (Blueberry), Red Bull Yellow Edition (Tropical) and now the Red Bull White Edition (Coconut and Blueberry).

Whether in the morning, to kick off an intense working day, on long car rides or to give you a boost before, during or after sport - with the usual formula of Red Bull Energy Drinks, the White Edition is the ideal energy source.

The Red Bull White Edition will be available in 250ml cans from February 2019 in retail outlets and at petrol stations throughout Austria. More information can be found at www.redbull.com/redbulleditions.

For further information contact Red Bull GmbH (info@redbull.com)

Red Bull gives you wings®.



JEDE ROLEX ERZÄHLT EINE GESCHICHTE

EVERY ROLEX TELLS A STORY



Eine Rolex wird immer geschätzt, aber ihr ideeller Wert geht über den materiellen weit hinaus. Ob Erbstück, Meilenstein einer Erfolgsgeschichte oder ein Geschenk – eine Rolex ist oft ein lieb gewonnenes, persönliches Symbol für die außergewöhnlichen Momente im Leben.

A Rolex is always appreciated, but its ideal value goes far beyond the material. Whether an heirloom, a milestone in a success story or a gift - a Rolex is often a beloved, personal symbol for the extraordinary moments in life.

TEXT: JOACHIM FISCHER
PHOTOS: ARCHIV, ROLEX



von Legenden und Mythen. Anbei eine ganz kleine Auswahl, beispielhaft der legendäre Schwimmrekord der Mercedes Gleitze im Jahre 1927. Die Britin Mercedes Gleitze gilt als feste Größe in der Welt von Rolex, denn sie war die erste Markenbotschafterin des Hauses und eine der ersten in der Uhrgeschichte. Am 7. Oktober 1927 überquerte die 26-Jährige schwimmend den Ärmelkanal und wurde somit zur ersten Britin, die diese Herausforderung bestand. Die Aufmerksamkeit der britischen Medien richtete sich auf die junge Frau und so erkannte auch der geniale Rolex-Gründer, Hans Wilsdorf, das Potenzial von Gleitze. Er bat sie bei ihrem zweiten Schwimmgang – nur zwei Wochen später! – eine Armbanduhr von Rolex zu tragen. Es war das Oyster Modell, das einige Monate zuvor als die erste wasserdichte

Uhr der Welt präsentiert worden war. Hans Wilsdorf setzte die Prominenz von Gleitze gekonnt ein und schaltete nur wenige Wochen später auf dem Titelblatt der Daily Mail eine Werbung, die sowohl die Rekordleistung von Gleitze als auch die Rolex Oyster vermarktete. Dank den fortlaufenden Werbemaßnahmen des Genfer Unternehmens wurde die Oyster zu einem der berühmtesten Uhrmodelle und Gleitze zu einer der bekanntesten Schwimmerinnen der Geschichte.

Die Rolex Day-Date symbolisiert Erfolg, Status und Luxus wie kaum eine andere Uhr.

Der Ursprung des berühmten Beinamens „President Watch“ bleibt bis heute umstritten. Eine der

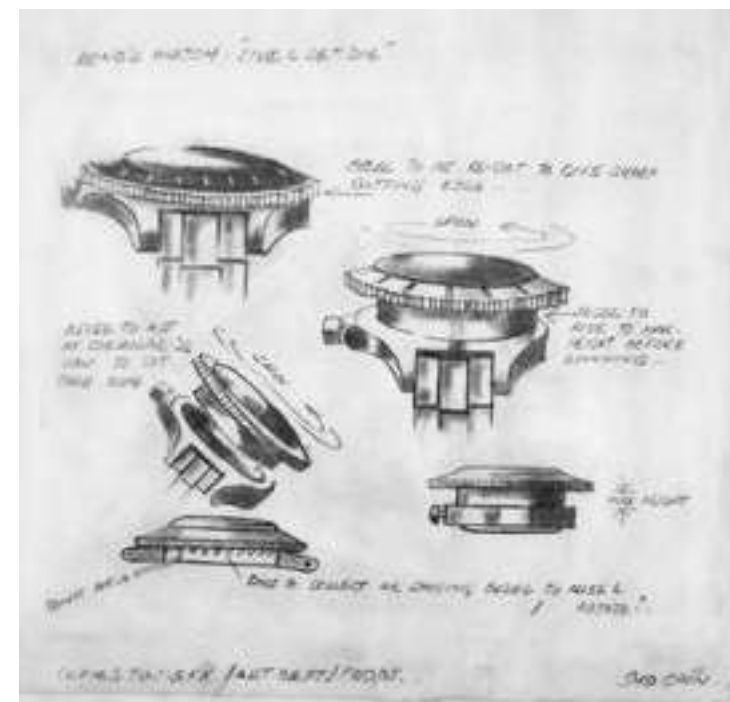


Hollywood stars wear them, Nobel Prize winners, presidents and opera singers. The Rolex is the epitome of luxury and an outward sign of success. There are no typical Rolex customers, from gangsta rappers singing about their 'Rolex', to jazz, rock and classical greats such as Diana Krall, Eric Clapton and Placido Domingo. From revolutionary leaders like Che Guevara and Fidel Castro to presidents such as John F. Kennedy, the Geneva-based company is surrounded by world records and top performers as well as legends and myths and here, a very small example, Mercedes Gleitze's legendary swimming record in 1927. The British swimmer Mercedes Gleitze is regarded as a permanent fixture in the Rolex world because she was the company's first brand ambassador and one of the first in the history of watches. On 7 October 1927, the 26-year-old swam across the English Channel and became the first British woman to take this challenge on. The attention of the British media was focused on

the young woman and the ingenious Rolex founder, Hans Wilsdorf, recognised Gleitze's potential. He asked her to do a second swim, just two weeks later incredibly but this time wearing a Rolex watch. It was the Oyster model that had been presented a few months earlier as the world's first waterproof watch. Hans Wilsdorf used Gleitze's fame to optimum effect and only a few weeks later placed an advertisement on the title page of the Daily Mail, which marketed both the record performance of Gleitze and the Rolex Oyster. Thanks to the ongoing promotional efforts of the Geneva-based company, the Oyster became one of the most famous watch models and Gleitze one of the most famous swimmers in history.

NICHT NUR KENNER WISSEN, WELCHE UHREN DER MARKE ROLEX JAMES BOND DIE VERGANGENEN JAHRE GETRAGEN HAT.

NOT ONLY AFFICIONADOS KNOW WHICH TIMEPIECES JAMES BOND HAS WORN IN THE PAST.





Legenden besagt, dass der US-Präsident John F. Kennedy eine gelbgoldene Day-Date besaß, diese aber nicht öffentlich trug, weil sie ihm insgeheim von Marilyn Monroe geschenkt worden war. Ob die Geschichte wahr ist oder nicht, kann heute wahrscheinlich keiner mehr mit Sicherheit sagen, doch 2005 wurde eine Rolex Day-Date für den sensationellen Preis von 120.000 USD verkauft. Laut dem Auktionshaus handelte es sich hierbei um die besagte Rolex von JFK, die lange Zeit versteckt worden war. Auf dem Gehäuseboden steht eingraviert: „Jack With love as always from Marilyn May 29th 1962.“ Allerdings deutet die Seriennummer der Day-Date darauf, dass die Uhr aus der zweiten Jahreshälfte 1965 stammt – also zwei Jahre nach dem Tod von Kennedy sowie auch Monroe. Wie auch viele andere Rolex-Legenden bleibt diese wohl auch für immer ungeklärt.

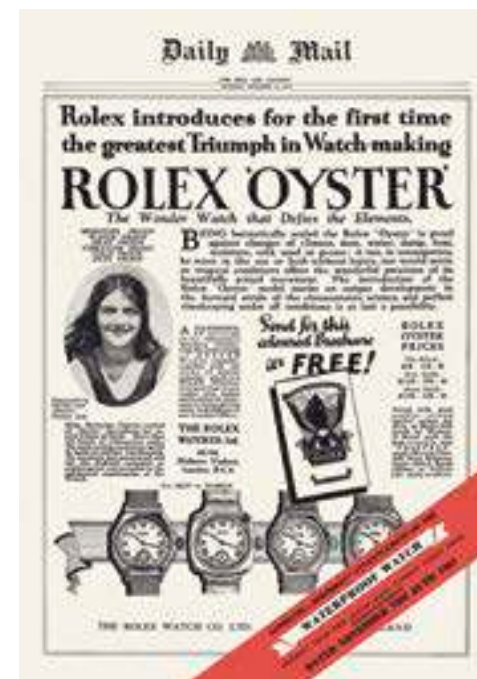
James Cameron, Regisseur von „Avatar“ und „Titanic“ faszinierte schon immer die Unterwasserwelt und so stellte sich Cameron 2012 der ultimativen Herausforderung: der Reise zum tiefsten Punkt der Erde, dem

Challengertief im Mariannengraben – 10,994 Meter unter Wasser. Am 26. März 2012 startete die Deepsea Challenger mit nur einem Mann an Bord Richtung Challengertief. An einem robotergesteuerten Greifarm des U-Bootes wurde ein Sondermodell der Rolex Deepsea befestigt, das speziell für Camerons Mission entwickelt worden war. Nach einer mehrstündigen Fahrt erreichte Cameron die sensationelle Tiefe von 10.908 Metern und verzeichnete damit den ersten Solo-Tauchgang zum Mariannengraben. Die Deepsea Challenge hielt dem exorbitanten Druck stand und Rolex konnte sich als unanfechtbarer Meister der Herausforderungen beweisen. Galt Rolex als eine der wenigen Uhren die von Cecilia Bartoli gleichermaßen wie von Roger Moore getragen wurde, die man gleichzeitig beim Sport wie im Konzerthaus tragen konnte, gilt Rolex seit der Deepsea Challenge als der einzige Hersteller, dessen Uhren sowohl am höchsten als auch am tiefsten Punkt der Erde getragen wurden.



The Rolex Day-Date symbolises success, status and luxury like no other watch and the origin of the famous nicknamed 'Presidents Watch' remains controversial to this day.

According to rumour, US President John F Kennedy had a yellow-gold Day-Date watch but didn't wear it publicly because it had been given to him by Marilyn Monroe in secret. Whether the story is true or not no-one can say for sure but in 2005, a Rolex Day-Date watch sold for the incredible sum of \$120,000 USD. Sources from the auction house confirmed that this was indeed the aforementioned watch belonging to JFK which had been hidden for some time. The watch, engraved on the back with the words, 'Jack, with love as always from Marilyn. May 29th 1962' also had a serial number which dated back to the second half of 1965, two years after the deaths of both Kennedy and Monroe and which brings into question its authenticity. Like many other Rolex legends, the truth will stay with the timepiece.



James Cameron, director of blockbuster films Avatar and Titanic, has always been fascinated with the undersea world and in 2012 Cameron faced the ultimate challenge, to journey to the deepest point on earth, the Mariana Trench, 10,994 meters below sea level. On 26 March 2012, the Deepsea Challenger set off with just one man on board and a model of the Rolex Deepsea, specially developed for Cameron's mission, was attached to a robot-controlled gripper arm of the submarine. After a dive of over 2 hours, Cameron reached the sensational depth of 10,908 meters and here recorded the first ever solo dive to the Mariana Trench. The Deepsea Challenger withstood the extreme pressure and along with the Rolex Deepsea watch, proved to be the undisputed champions of the challenges. Rolex was considered one of the few watches worn by Cecilia Bartoli and Roger Moore which could be worn at the same time in completely separate environments, at sporting fixtures and in concert halls. Since the Deepsea Challenge, Rolex has been the only manufacturer whose watches have been worn at both the highest and lowest points of the world.





ELEGANZ UND TRAGEKOMFORT.
PRÄZISION, ZUVERLÄSSIGKEIT UND ABLESBARKEIT
OHNEGLEICHEN SOWIE IHR MARKANTES ERSCHEINUNGS-
BILD MACHEN DIESES PRESTIGETRÄCHTIGE MODELL
ZU EINER STATUSUHR PAR EXCELLENCE.

Eine Oyster für eine Perle unter den Opernsängerinnen.

Am 1. Dezember 1971 betrat eine unbekannte MaoriSopranistin die Bühne des Londoner Royal Opera House. Dreieinhalb Stunden später hatte ihre Darstellung der Gräfin in „Die Hochzeit des Figaro“ sie zum Star gemacht. Am nächsten Tag schrieb der Kritiker Andrew Porter über Kiri Te Kanawa: „Eine Gräfin wie diese habe ich nie zuvor gehört.“ Ein anderer Kritiker schrieb: „Es war unverkennbar, dass wir eine Sängerin erlebten, die zu außergewöhnlichen Hoffnungen berechtigt ... Covent Garden hat eine kostbare Perle.“ Seitdem haben sich die großen Hoffnungen in Opernhäusern rund um die Welt erfüllt. „Phrase für Phrase ein sich mühelos zu einem Höhepunkt aufschwingender Ton, der einen Stein zu Tränen hätte rühren können“, lautete gar ein Kommentar zu ihrer Desdemona in einer Othello-Inszenierung.

Wenn sie nicht auf der Bühne steht, ist Kiri Te Kanawas Leben ein einziger Wirbel: eine endlose Kette von Interviews, Engagements und Proben. Sie hat einen internationalen Zeitplan, der selbst den erfahrensten Reisenden verwirren könnte. Sie trägt eine Rolex Lady-Datejust. Natürlich ist das eine sehr weibliche Uhr von graziler Eleganz. Te Kanawas Begeisterung für ihre Rolex hat aber auch praktische Gründe. „Wenn ich mich nicht auf meine Uhr verlassen könnte, käme ich nirgends rechtzeitig hin. Meine Rolex geht immer genau, ganz gleich, wie ich sie behandle.“ Und es gibt nur wenige Fotos, wie beispielsweise im Kostüm der Fiordiligi aus „Così fan tutte“ auf der großen Treppe der Opéra in Paris wo sie ihre Oyster nicht trägt. Nun ja, das kann man gut verstehen.

Schöne Geschichten, was ist wahr? Was ist übertrieben? Was ist erfunden? Das alleine kann man nur für sich alleine entscheiden.

Kiri Te Kanawas Leben ist ein einziger Wirbel, hat einen internationalen Zeitplan und eine treue Begleitung. Sie trägt eine Rolex LadyDatejust.

Kiri Te Kanawa's life is a fully driven vortex of creativity with an international schedule and a faithful companion. She is wearing a Rolex Lady Datejust.



An Oyster for a pearl among opera singers.

On 1st December 1971, an unknown Maori soprano entered the stage of the Royal Opera House in London. Three and a half hours later, her portrayal of the countess in 'The Wedding of Figaro' had made her a star. The next day the critic Andrew Porter wrote about Kiri Te Kanawa, "I've never heard a countess sing like this before." Another critic wrote, "It was unmistakable that we were experiencing a singer who gives rise to extraordinary hopes... Covent Garden has a precious pearl." Since then, great hopes have been fulfilled in opera houses around the world. "Phrase for phrase, a tone that effortlessly rises to a climax, that could have moved a stone to tears," gushed a commentary on her Desdemona performance in an Othello production. When she's not on stage, Kiri Te Kanawa's life is a whirlwind, an endless chain of interviews, engagements and rehearsals with an international schedule that could confuse even the most experienced traveller. She wears a Rolex Lady Datejust, a very feminine watch

of graceful elegance. Te Kanawa's enthusiasm for her Rolex also has practical reasons.

"If I couldn't rely on my watch I wouldn't get anywhere on time. My Rolex is always accurate, no matter how I treat it". There are very few photos of Te Kanawa such as in her performance of Fiordiligi from Così fan tutte or on the great staircase of the Paris Opera where she is not wearing her faithful Oyster. No surprise really.

Beautiful stories but what's actually true? What's exaggerated? What's made up? Well, you have to make up your own mind there.

ELEGANCE, COMFORTABLE WEARABILITY,
PRECISION, RELIABILITY, READABILITY AND OUTSTANDING APPEARANCE
MAKE THIS PRESTIGIOUS MODEL A STATUS PIECE PAR EXCELLENCE.



Travel means dreaming of what comes next.



Milestones are set beside the road not to commemorate how far you've come, but to mark the distance to the destination ahead. At Preferred Hotels & Resorts, we are proud to celebrate five decades of travel and hospitality. It's a landmark that comes amid great change in how, where, and why we travel. *Thank you for taking this journey with us.*



© Preferred Hotels & Resorts 18_380



*Preferred*SM
HOTELS & RESORTS

PREFERREDHOTELS.COM



HOTEL STEIN
Salzburg, Austria



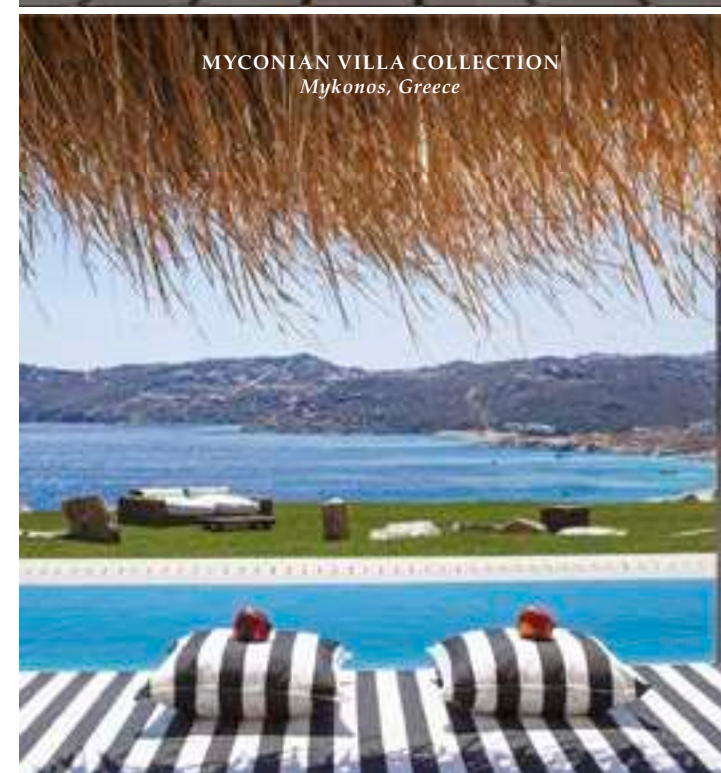
AT SIX
Stockholm, Sweden



DUKES DUBAI
Dubai, United Arab Emirates



SPLENDID VENICE VENEZIA - STARHOTELS COLLEZIONE
Venice, Italy



MYCONIAN VILLA COLLECTION
Mykonos, Greece



HOTEL STEIN
Salzburg, Austria



DAS GROSSE FESTSPIELHAUS

THE GREAT FESTIVAL HALL

Ein neues Buch stellt Clemens Holzmeisters
Gesamtkunstwerk vor

A new book presents
the Great Festival Hall as
a total work of art.

TEXT: DENNIS DE KORT
PHOTOS: ARTBOOK VERLAG, HUBERT AUER

Das Große Festspielhaus in Salzburg – es steht für festliche Stimmung, unvergessliche Aufführungen, hervorragende Akustik. Gerade die treuesten Besucher der Salzburger Festspiele dürften dabei schon so vertraut mit dem Haus sein, dass sie kaum noch wahrnehmen, wie sehr die von Clemens Holzmeister geschaffene Architektur, die Innenausstattung und die vielen Kunstwerke, die selbst noch in den Stiegenhäusern ihre Wirkung entfalten, zur ureigenen Atmosphäre der Festspiele beitragen. Als junger Mann hatte Holzmeister im Salzburg der 1920er-Jahre schon den Umbau des ersten Festspielhauses durchgeführt.

The Great Festival Hall in Salzburg, a renowned festive atmosphere, unforgettable performances and outstanding acoustics. Loyal visitors to the Salzburg Festival will be so familiar with the building that they will hardly notice how much the architecture, created by Clemens Holzmeister, the interior design and the many works of art, which continue to influence and grace the staircases, contribute to the unique atmosphere of the festival hall. As a young man, Holzmeister had already carried out the conversion of the first festival hall in Salzburg in the 1920s. He knew the city, had excellent networks, brought perseverance and enthusiasm

Er kannte die Stadt, verfügte über ausgezeichnete Netzwerke, brachte Beharrlichkeit und Enthusiasmus mit, um in den 1950er-Jahren für seine Idee eines neuen Festspielhauses zu werben und sie gegen mancherlei Widerstände durchzusetzen. Schon die Wahl des Standortes löste Diskussionen aus, bis man sich entschied, einen durchgehenden Festspielbezirk vom Dom bis zur Pferdeschwemme zu schaffen und zu diesem Zweck den unter Fürsterzbischof Wolf Dietrich von Raitenau errichteten Marstall umzubauen. Die Aufgabe, der Holzmeister sich stellte, war keine leichte: mitten in einem historischen Stadtkern, auf schwierigem Grundriss einen Theaterbau zu errichten. Dem Mönchsberg musste Felsen abgerungen werden, die historische Bausubstanz des ehemaligen Marstalls, auf deren Erhalt die Denkmalpflege pochte, so weit wie möglich erhalten bleiben. Holzmeister war im Dauereinsatz, um geschmeidig Baubestimmungen auszuweichen, die Salzburger davon zu überzeugen, dass sein baulicher Eingriff das Stadtbild bereichern und nicht beschädigen würde, und last but not least Herbert von Karajans Ansprüchen an die Akustik des Festsaaes gerecht zu werden. Noch war der letzte Marmorfußboden nicht verlegt, noch hingen nicht alle Kunstwerke, da bildeten sich vor dem Großen Festspielhaus schon lange Schlangen. Halb Salzburg war auf den Beinen, um bei einem „Preview“ jenen Bau zu erkunden, der die Gemüter bereits erhitzt hatte, bevor ein Ort für ihn gefunden war. Und es gab in der Tat viel zu entdecken. Holzmeister plante nicht nur den Bau, sondern seine gesamte Innenausstattung, bis hin zu einem ausgeklügelten Beleuchtungskonzept. Nichts, kein Handlauf, kein Türknauf, ist von der Stange – Holzmeisters Prägung durch die Wiener Werkstätten ist unübersehbar. Mit großer Liebe zum Detail wurden Lösungen eigens für das Große Festspielhaus entworfen. Dabei legte Holzmeister besonderen Wert darauf, einheimische Materialien zu verwenden und einheimische Betriebe zu beschäftigen. Zum Publikumsmagnet entwickelte sich schon bald nach der Eröffnung des Hauses im Sommer 1960 die von der Firma Mair ausgeführte Goldene Decke, ein Meisterwerk der Vergolderkunst, das bis zum heutigen Tag noch nicht ausgebessert werden musste. Auch bei der künstlerischen Ausstattung behielt Holzmeister die Zügel in der Hand. Die Namensliste der Künstler und Künstlerinnen, die im Großen Festspielhaus vertreten sind, liest sich wie ein Who's who der österreichischen Kunst der Nachkriegszeit. Mit Wander Bertoni, Herbert Boeckl, Wolfgang Hutter, Oskar Kokoschka und Karl Unger seien nur einige wenige genannt. Selbst an den Wänden der Rangstiegenhäuser begleiten den Besucher Kunstwerke. Es gibt also viel zu entdecken, im Großen Festspielhaus. Nachzulesen und nachzusehen ist all das und noch einiges mehr, in einem opulenten Band, der die Aufmerksamkeit auf die herausragende Leistung des Architekten und aller Beteiligten lenkt, das Gesamtkonzept erklärt und die Kunstwerke einzeln vorstellt. Unter der Leitung von Univ.-Professorin Andrea Gott dang und Ass. Professorin Ingonda Hanneschläger begab sich eine Gruppe von Studierenden der Kunstgeschichte der Salzburger Universität auf historische Spurensuche.

with him to promote his idea of a new festival hall in the 1950s and to push it through against all kinds of resistance. The choice of the location already triggered discussions until it was decided to create a continuous festival district from the Dom up to the Pferdeschwemme and for this purpose to rebuild the Marstall that was erected under Royal Archbishop Wolf Dietrich von Raitenau. The task that Holzmeister set himself was not an easy one, to erect a theatre building on a difficult ground plan in the middle of a historic city centre. The Mönchsberg had to be cleared of rocks, preserving as much as possible the historic structure of the former Marstall upon which the monument had existed.

Holzmeister was constantly having to smoothly sidestep building regulations, to convince the Salzburger that his structural intervention would enrich the cityscape and not damage it, and last but not least to satisfy Herbert von Karajan's demands on the acoustics of the festival hall. The last marble floor had not yet been laid, not all works of art were hung, but long queues formed in front of the Great Festival Hall. Half of Salzburg was on its feet to explore the building at a preview that had already stirred minds before a location had even been found for it. And there was indeed much to discover. Holzmeister not only planned the building but its entire interior including a sophisticated lighting scheme. Nothing, no handrail, no doorknob, was off the peg - Holzmeister's stamp by the Wiener Werkstätten is unmistakable. Solutions were specially designed with great attention to detail for the Great Festival Hall with Holzmeister attaching particular importance to using local materials and employing local companies. Soon after the opening of the hall in the summer of 1960, the Golden Ceiling, a masterpiece of gilding made by Mair, developed into a crowd-puller and has not yet needed to be repaired. Holzmeister also kept hold of the reins when it came to the artistic equipment. The list of artists represented in the Great Festival Hall reads like a who's who of post-war Austrian art. Wander Bertoni, Herbert Boeckl, Wolfgang Hutter, Oskar Kokoschka and Karl Unger are just a few of them. Works of art even accompany the visitors on the walls of the staircase halls. So there's a lot to discover in the Great Festival Hall. All this and much more can be read about and looked up in a vast volume that draws attention to the outstanding achievements of the architect and all those involved, whilst explaining the overall concept and presenting the works of art individually. Under the leadership of University Professor Andrea Gott dang and Assistant Professor Ingonda Hanneschläger, a group of history of art students at Salzburg University went on a search for historical traces.

DER SPIELVORHANG AUS BAUMWOLLVELOURS HAT EINE FLÄCHE VON 540 M² UND KONNTE SEITLICH WEGGEZOGEN WERDEN. THE PERFORMANCE CURTAIN MADE OF COTTON VELOUR HAS A SURFACE AREA OF 540 M² AND CAN BE DRAWN FROM THE SIDE.

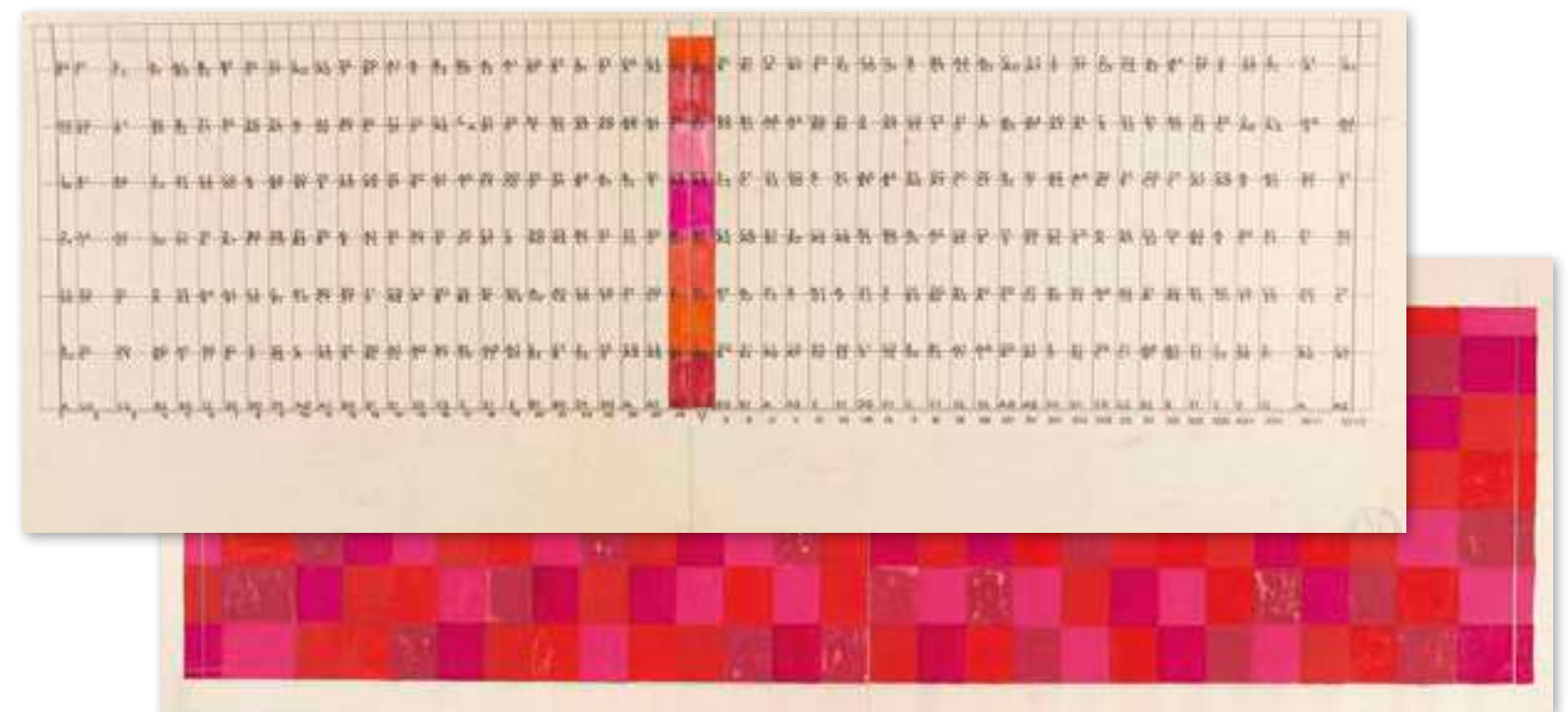


Der Rote Vorhang, für sich selbst genommen ein Kunstwerk, wartet heute im Depot auf seinen nächsten Einsatz. Er ist ein Meisterwerk des Ehepaars Leo und Gretl Wollner. Der leichte, lebendige, zugleich elegante Stoff wurde aufwendig bedruckt. Er besticht durch das lebendige Formenspiel.

The Red Curtain, a work of art in its own right, is now waiting in storage for its next use. It is a masterpiece created by the couple Leo and Gretl Wollner. The light, lively and at the same time elegant fabric was lavishly printed. It captivates the eye with its vibrant styling.

Unten der Farbplan für den Vorhang, er ist die „Partitur“, nach der die Firma Backhausen das Prunkstück ausführte.

Below the colouring plan for the curtain, is the 'score' according to which the Backhausen company executed the showpiece.





Holzmeister ersann eine ausgeklügelte Lichtregie. Im ganzen Haus finden sich verschiedene Lampen, die unterschiedliche Lichtstimmungen erzeugen.

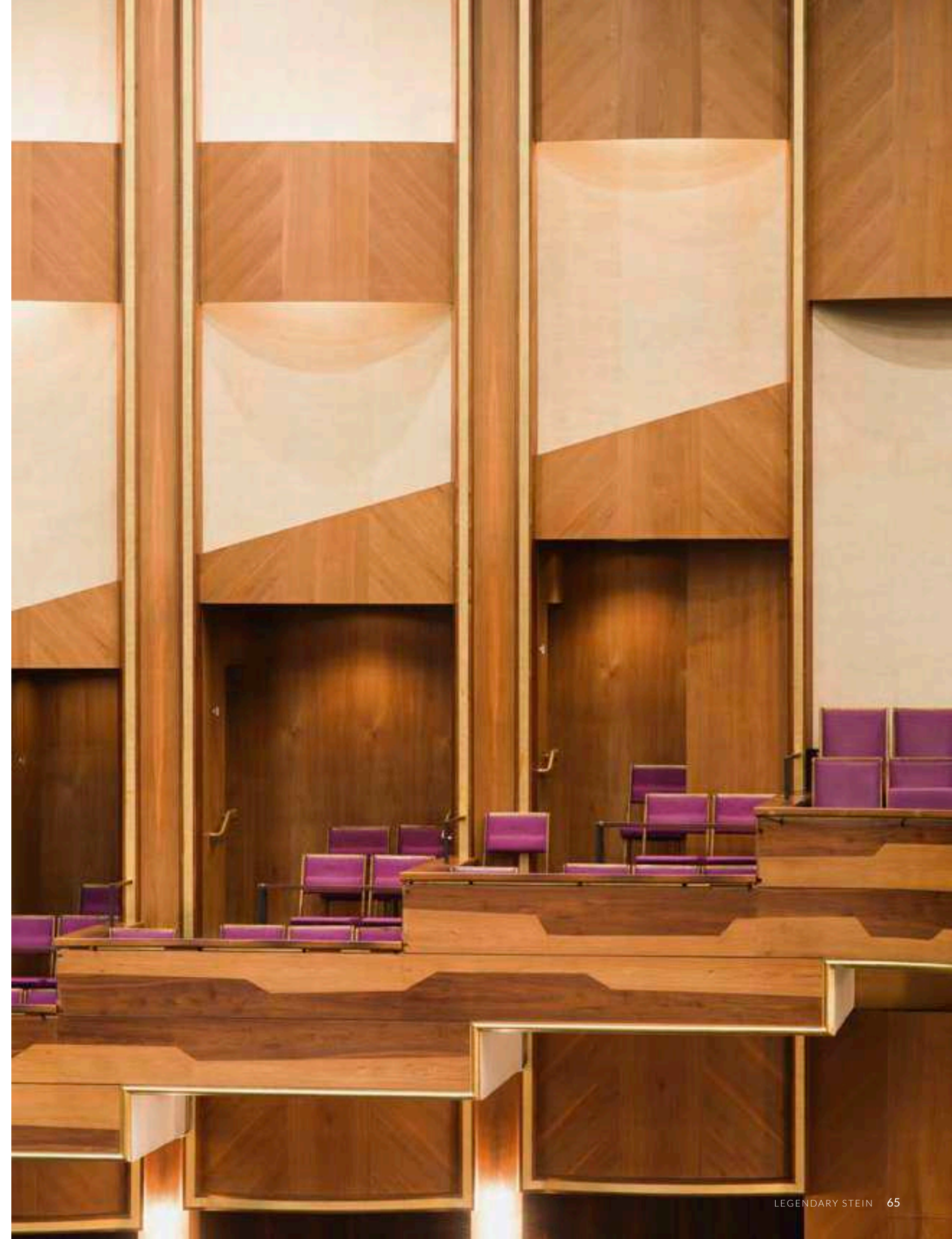
Holzmeister devised a sophisticated lighting control. There are various lamps throughout the building that create different lighting moods.

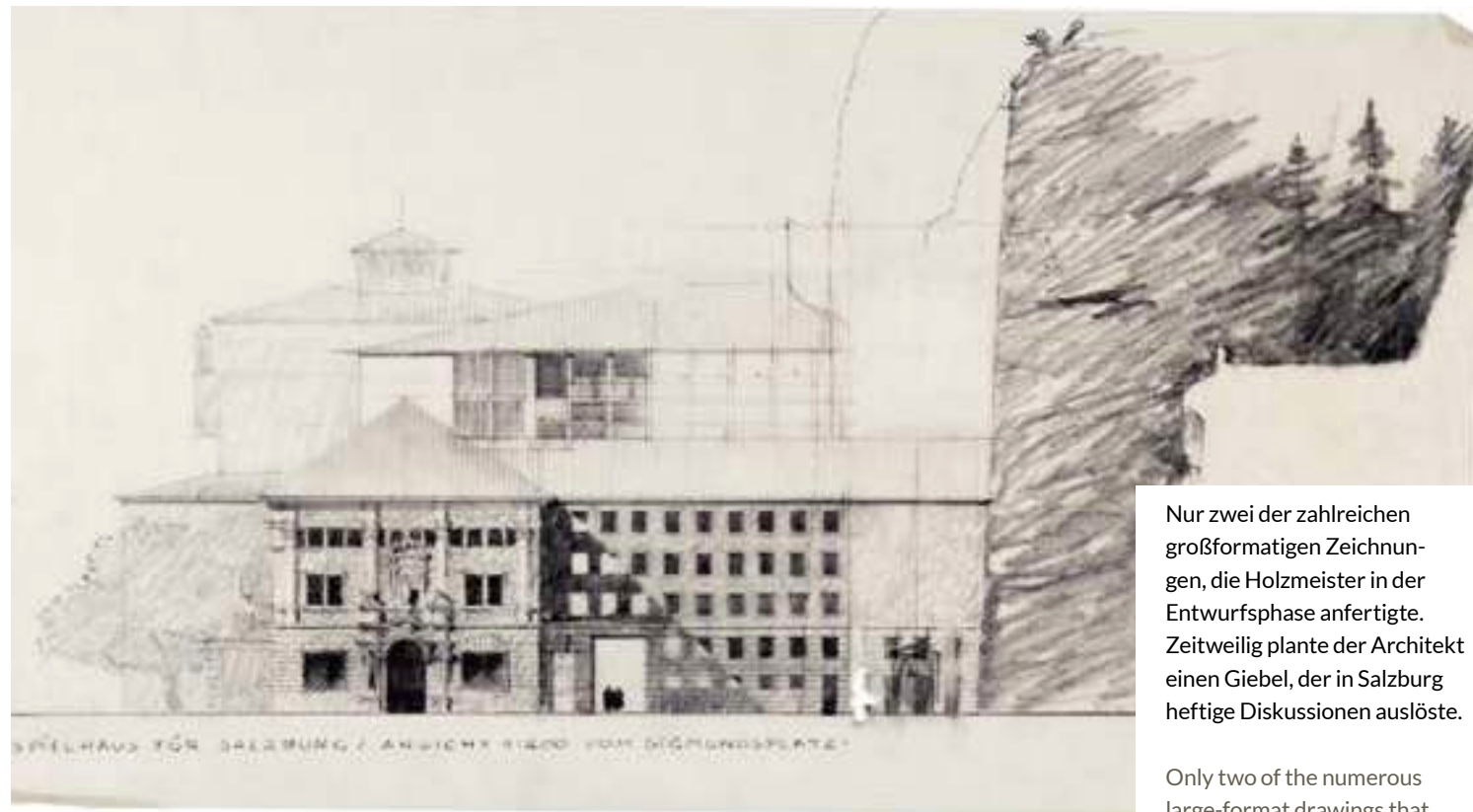
NICHTS, KEIN HANDLAUF, KEIN TÜRKNAUF, IST VON DER STANGE – HOLZMEISTERS PRÄGUNG DURCH DIE WIENER WERKSTÄTTEN IST UNÜBERSEHBAR
 NOTHING, NO HANDRAIL, NO DOORKNOB, IS OFF THE PEG - HOLZMEISTER'S STAMP BY THE WIENER WERKSTÄTTEN IS UNMISTAKABLE.



Der große Festsaal – das Herz des Großen Festspielhauses. Holzmeister legte großen Wert auf die Verwendung einheimischer Materialien. Die Farben der Holzarten, Stoffe und Bodenbeläge sind sorgfältig aufeinander abgestimmt.

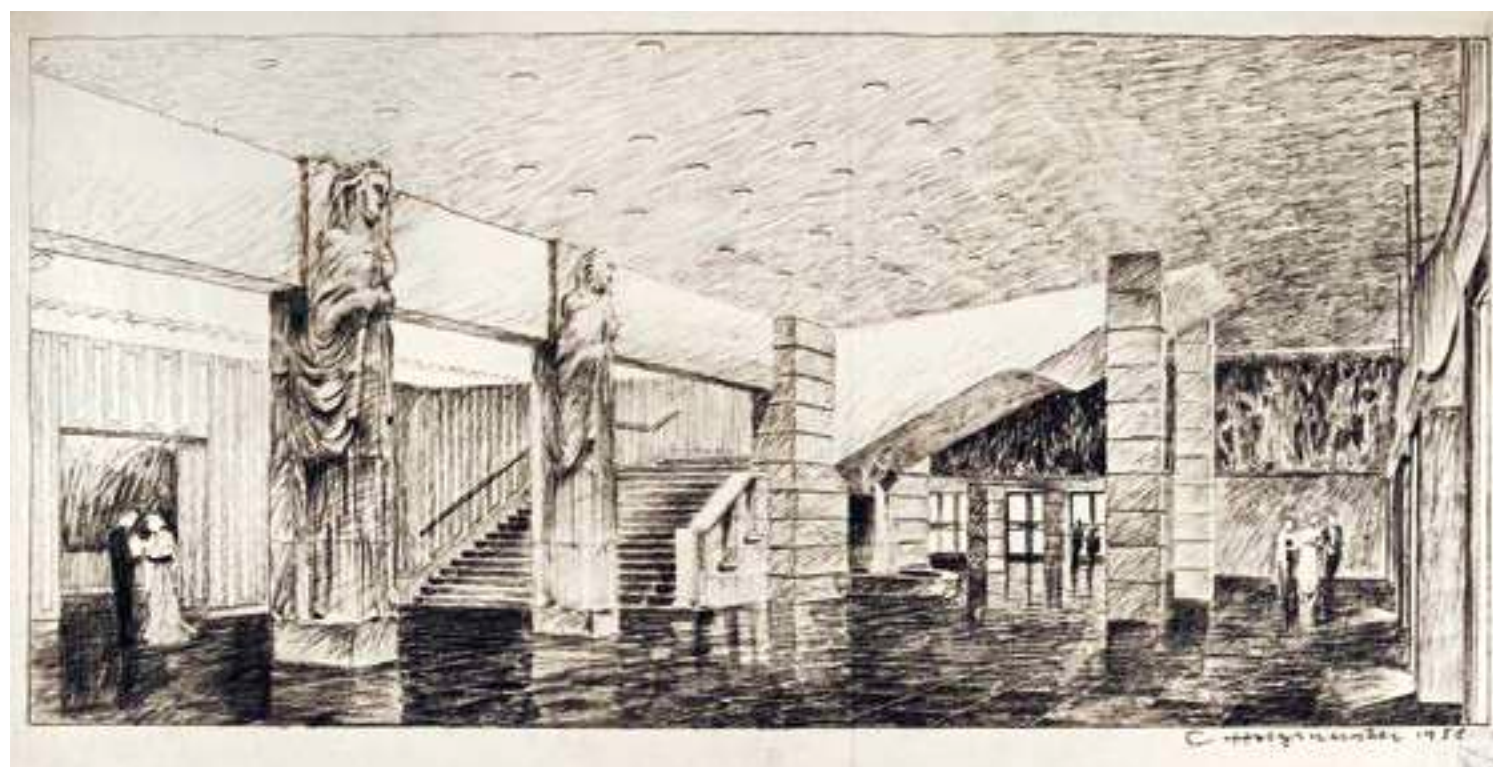
The Great Festival Hall is the heart of the Grossen Festspielhaus. Holzmeister attached great importance to the use of local materials. The colours of the species of wood, fabrics and floor coverings are carefully matched to each other.





Nur zwei der zahlreichen großformatigen Zeichnungen, die Holzmeister in der Entwurfsphase anfertigte. Zeitweilig plante der Architekt einen Giebel, der in Salzburg heftige Diskussionen auslöste.

Only two of the numerous large-format drawings that Holzmeister made during the design phase. At times, the architect planned a gable that triggered heated discussions in Salzburg.



1956 WAGTE MAN SICH AN DIE SPRENGUNG DER MÖNCHSBERGWAND UND DEN ABBAU VON 55.000 M² KONGLOMERAT. DAS MÄCHTIGE BÜHNENHAUS BEANSPRUCHE PLATZ.

IN 1956, THE COMPANY DARED TO BLOW UP THE MÖNCHSBERG WALL TO DISMANTLE THE 55,000 M SQ, VAST OCCUPIED STAGE SPACE.

Das Buch führt nicht nur in die Planungs- und Baugeschichte des Großen Festspielhauses ein, es stellt auch in kurzen Kapiteln die einzelnen Räume vor und lädt zur Betrachtung der Kunstwerke ein. Aufwendige Recherchen im Archiv der Salzburger Festspiele, dem Salzburger Stadtarchiv, in den Nachlässen der Künstler und Künstlerinnen und Gespräche mit Zeitzeugen brachten nicht nur viele unpublizierte Entwürfe ans Licht. Sie erschlossen auch neue Einblicke in Entscheidungsprozesse und die Ideenwelt Holzmeisters, der selbst den kleinsten Details der Ausstattung noch Beachtung schenkte, angetrieben von dem Ehrgeiz, den Besuchern nichts Geringeres als eine Leistungsschau österreichischer Kunst zu bieten. Es macht den besonderen Charme des Buches aus, dass Texte und Bilder sorgfältig aufeinander abgestimmt sind. Dabei wird auch der Rote Vorhang, der schon handwerklich höchsten Standards entsprach, oder Teppiche von Hoke und Fischer, die einst den Pausenraum im 1. Stock, die heutige Förderer-Lounge, schmückten. Zumindest im Buch kann man sie jetzt wieder anschauen, denn wie das Festspielhaus selbst wurden auch alle Kunstwerke von Hubert Auer eigens neu aufgenommen. Der Vergleich mit historischen Fotos lädt zu einer Zeitreise der besonderen Art ein.

The book not only introduces us to the planning and history of building the Great Festival Hall, it also presents the individual rooms in short chapters and invites us to view the works of art. Extensive research within the archives of the Salzburg Festival at the Salzburg City Archive, in the estates of the artists and conversations with contemporary witnesses not only brought many unpublished designs to light, it also opened up new insights into the decision-making processes and the world of ideas of Holzmeister, who paid great attention to even the smallest details of the equipment, driven by the ambition to offer visitors nothing less than a first-class exhibition of Austrian art. The book's special charm lies in the fact that texts and images are carefully coordinated with each other. The works that are unfortunately no longer shown today such as the Red Curtain which met the highest standards of craftsmanship and carpets by Hoke and Fischer which once decorated the break room on the 1st floor, today's sponsor lounge. At least in the book you can now look at them again, because like the Festival Hall itself, all of Hubert Auer's works of art have also been specially re-recorded. The comparison with so many historical photos invites you on a journey through time that is really rather special.



**DAS GROSSE FESTSPIELHAUS
CLEMENS HOLZMEISTERS
GESAMTKUNSTWERK**

Herausgegeben von
Univ.-Prof. Dr. Andrea Gottdang und
Ass.-Prof. Dr. Ingonda Hanneschläger
Mit Fotos von Hubert Auer
Format 240/300 mm
Hardcover, Fadengebunden
256 Seiten mit über 240 Abbildungen

Artbook Verlag
ISBN 978-3-903078-20-8

**THE GROSSE FESTSPIELHAUS
CLEMENS HOLZMEISTER'S
COMPLETE WORK OF ART**

Published by Univ.-Prof. Dr.
Andrea Gottdang and Ass.-Prof.
Dr. Ingonda Hanneschläger
With photos by Hubert Auer
Format 240/300 mm Hardcover,
thread sewn 256 Pages with over
240 illustrations

Artbook Verlag ISBN
978-3-903078-20-8



ZUM
LEBENSERHALT.
—
ZUR
LEBENSFREUDE.

Lebenssituationen sind vielfältig.
Unsere Lösungen auch.

Um zu verstehen, muss man zuhören. Sprechen Sie mit uns und wir finden die Lösung,
die am besten zu Ihnen passt. www.generali.at

Unter den Flügeln des Löwen.



ART TIPPS

EMANUELE SCORCELLETTI

Marked by unmistakable handwriting, the work of the French-Italian Leica photographer Emanuele Scorcelletti ranges from street photography to reportage on fashion and images of people on the red carpet from the film scene. It is the details that make his pictures worth seeing, fantastically similar to his black and white photographs. His repertoire includes images of Charlize Theron, Keira Knightley, Emma Watson, Vanessa Paradis, Scarlett Johansson, Penelope Cruz, Karl Lagerfeld, Mick Jagger, Jack Nicholson and many others.

Marked by unmistakable handwriting. The subjects of the French-Italian Leica photographer Emanuele Scorcelletti range from street photography to the reportage on fashion and images of people on the red carpet of the film scene. It is the details that make his pictures worth seeing that are fantastically similar to his black and white photographs. His repertoire includes images by Charlize Theron, Keira Knightley, Emma Watson, Vanessa Paradis, Scarlett Johansson, Penelope Cruz, Karl Lagerfeld, Mick Jagger, Jack Nicholson and many others.

leica-galerie-salzburg.com



JAZZ & THE CITY

Die Bühnen von „Jazz & The City“ sind so vielseitig wie die Artisten: An 50 Standorten sorgen 100 Konzerte für eine unvergleichliche Stimmung und musikalische Experimente. Neben dem Mozarteum, den Kavernen oder dem Stieglkeller sind auch Salzburgs barocke Kirchen in das Festival einbezogen. Ebenso dienen Bars, Cafés, Restaurants und Hotels als Austragungsstätten.

The stages of „Jazz & The City“ are as diverse as the artists: at 50 locations, 100 concerts provide an incomparable atmosphere and musical experiments. Apart from the Mozarteum, the caverns or the Stieglkeller, Salzburg's churches are also included in the festival. Similarly, bars, cafes, restaurants and hotels serve as venues.

salzburgjazz.com



SOMMERSZENE FESTIVAL

International, zeitgenössisch, profiliert, virulent, avantgardistisch, diskursiv, politisch: Das Festival Sommerszene ist das künstlerische „Herzstück“ der SZENE Salzburg. Für knapp zwei Wochen gastieren hier Künstler aus aller Welt mit ihren aktuellen Tanz- und Theaterstücken.

International, contemporary, powerful, avant-garde, discursive, political: the Sommerszene festival is SZENE Salzburg's centrepiece. For two weeks leading names and newcomers from all around the world visit the city to present their latest dance and theatre pieces.

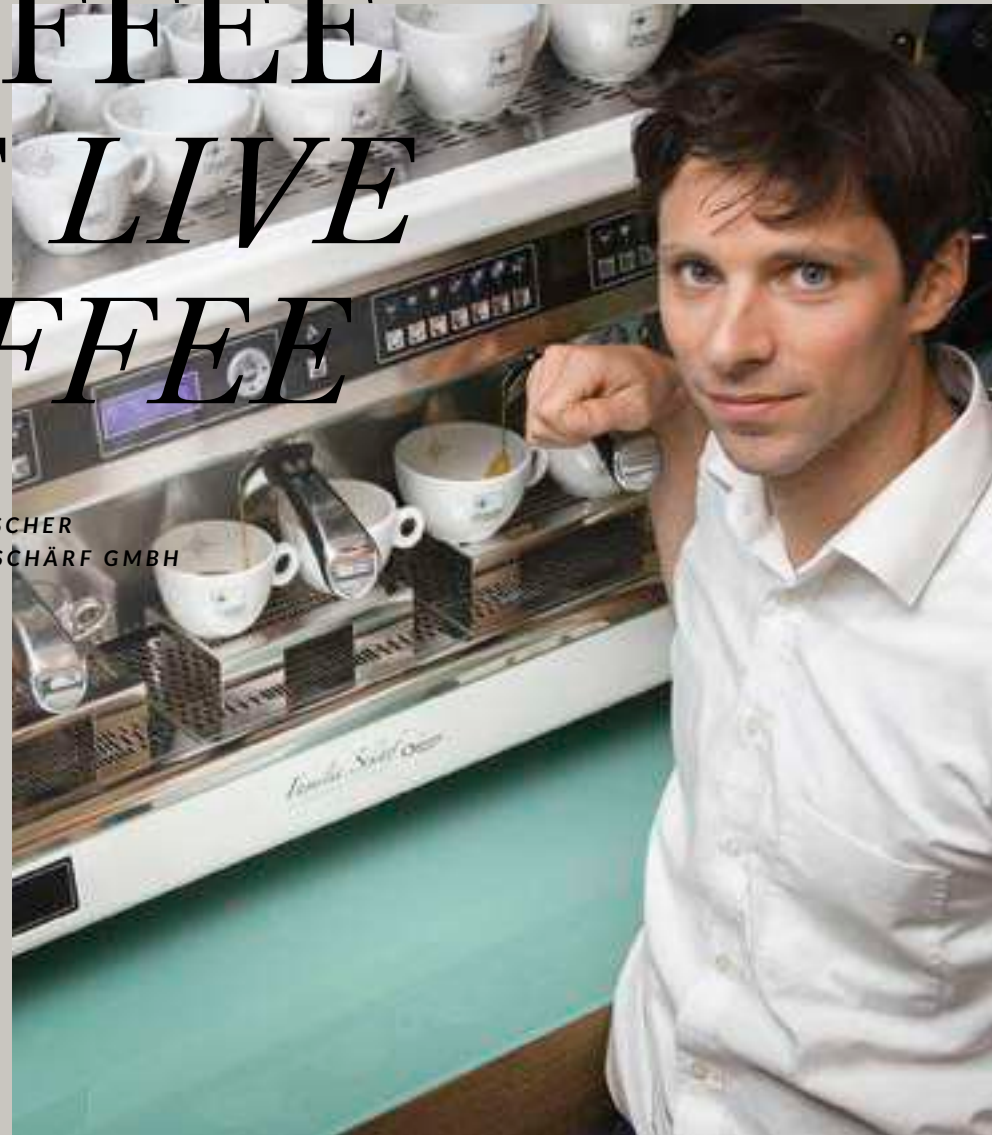
szene-salzburg.net



© Carl Lessard

WIR LEBEN KAFFEE *WE LIVE* COFFEE

TEXT: JOACHIM FISCHER
PHOTOS: FAMILIE SCHÄRF GMBH



Nur beste Qualität
ist gut genug für
den vollkommenen Genuss

Only the best quality
is good enough for the
perfect pleasure.

Der Familienbetrieb in 3. Generation hat es sich zum Ziel gemacht, Produkte, Ideen und Leistungen anzubieten, die durch ihre Qualität, Funktion, Langlebigkeit und Produktivität begeistern. 60 Jahre Kaffee- und gastronomisches Wissen, Erfahrung und wichtige Partnerschaften sind an den hohen Anspruch unserer aktuellen Zeit angepasst worden und wachsen stetig mit. Das Traditionsunternehmen pflegt mit seinen Kunden Partnerschaften, die sich durch ihre Langlebigkeit auszeichnen, und auf Vertrauten basieren. Im Zentrum stehen dabei all jene Menschen, die sich mit Liebe dem Kaffee widmen — Jeden Tag aufs Neue.

The third generation family business aims to offer products, ideas and services that impress with their quality, function, longevity and productivity. 60 years of coffee and gastronomic knowledge, experience and important partnerships have been adapted to the high demands of our current time and are constantly growing. This traditional company cultivates partnerships with its customers which are characterised by their longevity and are based on trust. The focus is on all those people who devote themselves to coffee with love - every day anew.





INTERVIEW

Für die zweite Ausgabe von **LEGENDARY**, dem Magazin des Hotel Stein hat Rafael Schärf unseren Fragebogen ausgefüllt.

Rafael Schärf completed our questionnaire for the second issue of **LEGENDARY**, the magazine of the Hotel Stein.

Was gefällt Ihnen am Projekt „Hotel Stein – the unfolding of a legend“ am besten?

Das kompromisslose Bekenntnis zur Qualität. Dies spiegelt sich in vielen großen aber vor allem in kleinen Details.

Wo liegen die Synergien zwischen Ihrem Unternehmen und dem Hotelkonzept?

Im Qualitätsanspruch. Das Verbindet auch unsere Unternehmen, alle unsere Produkte & Leistungen haben als oberste Prämisse Qualität. Das ist der einzige Grund warum wir seit fast 60 Jahren als kleine Firma gegen Konzerne nicht nur bestehen, sondern speziell in den letzten Jahren erfolgreich sind. Unser Ziel ist es nicht der Größte sondern der Beste zu sein. Ich denke diesen Ansatz lebt man im Hotel Stein auch.

Sie sollten das Hotel Stein in wenigen Worten jemandem näherbringen. Wie würden Sie es in wenigen Worten beschreiben?

Hochwertig, speziell & charmant

Gibt es für Sie einen besonderen Platz in Salzburg? Ein Platz der Sie berührt – den Sie lieben?

Ja meine Wohnung, ich wohne privat in der Stadt. Ich habe schon an vielen Plätzen gelebt aber fühle mich mit Abstand am wohlsten in Salzburg. Außer dem Verkehr kann man fast alles an Salzburg lieben, die ganze Stadt und ihre Umgebung ist wie eine Postkarte, speziell der Blick von der Rooftop Terrace.

Was macht Ihr Kaffee-Konzept zu etwas Besonderem?

Kaffee ist ein unglaublich starkes und zugleich empfindliches Genussmittel. Wir sind die Einzigen die wirklich alle Aspekte berücksichtigen um eine konstante hochwertige Qualität in die Tassen zu bekommen. Dabei geht es nicht nur um die Bohnen und das Röstverfahren, welches bei uns besonders aufwendig ist. Wir rösten im Single-Origin-Verfahren und mischen danach bis zu 6 verschiedenen Reinsorten. Geröstet wird bis zum 2nd Crack per Hand, mit alten Gusseisen-Röstöfen und verwendet wird ausschließlich AA Hochland Arabica. Auch die Kaffeemaschinen, die konstante Qualitätsüberprüfung und Einstellungen, Wasserqualitäten, Reinigungsmittel, Schulungen uvm. unterliegen unserer Kontrolle und sind alle perfekt aufeinander abgestimmt. Unser Kaffee-Konzept ist geschlossen, das heißt man bekommt unseren Kaffee nur in Verbindung mit unseren Kaffeemaschinen. Nur so behalten wir die Kontrolle über die Qualität und die ist uns sehr wichtig.

Denn auf jedem unsere Produkte steht mein Familienname und das verbindet einen mit dem Produkt schon sehr.

Was bedeutet für Sie „Luxus“?

Zeit! Herr über meine Zeit zu sein.

Ihr Traum vom Glück?

Einen positiven Beitrag an unserer Gesellschaft zu leisten und dabei genug Zeit für mich und meine Liebsten zu haben. Im Idealfall bei bester Gesundheit, bei Krankheiten oder Schicksalsschlägen wird einem sehr schnell bewusst, was wichtig ist bzw. Glück bedeutet.

Gibt es eine persönliche Wunschliste?

Was bliebe noch zu tun, zu sehen zu erleben?

Ich habe das Glück, dass meine Wünsche ziemlich bescheiden sind und ich mit meinem Leben sehr zufrieden bin. Zu erleben und zu tun gibt es noch sehr viel! Sollte ich aber aus irgendeinem Grunde auch immer, plötzlich nicht mehr sein, ist das voll o. k., da ich nicht das Gefühl habe noch etwas Bestimmtes erleben zu müssen. Ich betreibe einen sehr fordernden Sport wo ich mich sehr viel im Grenzbereich bewege und dadurch auch sehr oft intensiv „erlebe“.

Mit wem würden Sie gerne einen Abend auf der „Rooftop terrace“ im 7ten Stock des Hotel Stein verbringen?

Die meisten erwarten wahrscheinlich wichtige Personen wie Obama oder Elon Musk, ich würde gerne mit meiner verstorbenen Schwester meinen Abend verbringen.

Und worüber reden?

Über Zeit, Selbstreflexion und Familie.

FAMILIE SCHÄRF KAFFEE WIRD IN ÖSTERREICH GERÖSTET UND VERARBEITET

SCHÄRF COFFEE IS ROASTED AND PROCESSED IN AUSTRIA



What do you like best about the project of “The Hotel Stein – the unfolding of a legend”?

The uncompromising commitment to quality. This is reflected in many large but above all in small details.

What are the synergies between your company and the hotel concept?

In terms of quality. This connects our companies, all our products & services have premium quality above all. This is the only reason why we have not just existed as a small company against corporations for almost 60 years, but have, especially in recent years, been successful. Our goal is not to be the biggest but the best. I think that's the approach you live for at the Hotel Stein, too.

Imagine you have to give someone an impression of the Hotel Stein in a few words. How would you describe it in a few words? High quality, special & charming

Is there a special place in Salzburg for you? A place that moves you – that you love?

Yes, my apartment, I live privately in the city. I have already lived in many places but feel by far the most comfortable in Salzburg. Apart from the traffic you can love almost everything in Salzburg, the whole city and its surroundings is like a postcard, especially the view from the Rooftop Terrace.

What makes your coffee concept special?

Coffee is an incredibly strong and at the same time sensitive stimulant. We are the only ones who really consider all aspects to get constant high quality in the cups. It's not just about the beans and the roasting process, which is particularly complex for us. We roast in single origins and then mix up to 6 different pure varieties. Roasting is done up to the 2nd crack by hand, using old cast iron roasting ovens and AA Highland Arabica is used exclusively. Also the coffee machines, the constant quality control and adjustments, water qualities, cleaning agents, training and much more are subject to our checks and are all perfectly coordinated with each other. Our coffee concept is closed, which means that you can only get our coffee in connection with our coffee machines. This is the only way to maintain control over quality, which is very important to us. Because my family name is written on every one of our products and that clearly connects one to the product.

What does “luxury” mean to you?

Time! To be master of my time.

What is your dream of happiness?

To make a positive contribution to our society and to have enough time for me and my loved ones. In the ideal case with the best of health, illnesses or misfortunes make one become rapidly conscious of what is important and what luck means.

Do you have a personal wish list? What is

there still to do, to see, to experience?

I am lucky that my wishes are quite modest and I am very satisfied with my life. There is still a lot to do and experience. But if for some reason I should suddenly no longer be, that's completely OK because I don't have the feeling that I still have to experience something specific. I do a very demanding sport where I exercise on the limit a lot and therefore very often “experience” intensive.

Who would you like to spend an evening with on the Rooftop Terrace on the 7th floor of the Hotel Stein?

Most people probably expect important people like Obama or Elon Musk, I would like to spend my evening with my deceased sister.

And what would you talk about?

About time, self-reflection and family.

familieschaerfat

Instagram: familieschaercoffee



THE STEIN CONCEPT

Plattform für andere Produkte,
exklusiv im Hotel Stein.

Platform for other products,
exclusively in the Hotel Stein.



Im Hotel Stein werden ausgewählte Unikate und Kleinserien angeboten – das Spektrum reicht von Kosmetik bis hin zu Keramik. Bei der Auswahl der Labels wird auf die Einzigartigkeit der Produkte sowie eine hochwertige, transparente und faire Produktion geachtet.

The Hotel Stein offers selected unique and limited edition products - the selection ranges from cosmetics to ceramics. When selecting the brands, attention is paid to the uniqueness of the products and their high-quality, honest and fair trade production.



STEIN HOME COLLECTION

Handgemachtes Keramikgeschirr mit glänzender Glasur. Die sensationelle Tableware der Rooftop Terrasse jetzt auch im Hotel Stein Shop erhältlich. Die gold patinierten Oberflächen sammeln und reflektieren auch im Dunkeln jeden Funken Licht. Ein echter Blickfang für jedes Zuhause.

Handmade ceramic dishes with a shiny glaze. The sensational tableware at the Roof Top Terrace is now also available to purchase at the Hotel Stein Shop. The gold painted finish collects and reflects every spark of light - even in the dark. A real eye-catcher for every home.

KUSMI TEA

Teespezialitäten vom Traditionsunternehmen Kusmi aus Paris. Speciality teas from the traditional Kusmi Tea Company of Paris.



ORIGINAL BEANS

Aus hochwertigsten Kakaobohnen hergestellt. Original Beans pflanzt einen Baum für jede verkaufte Tafel Schokolade. Made from special cocoa beans. Original Beans plants a tree for every bar of chocolate sold.



DESTILLERIE POLI

Handwerkliche Produktion von Grappas, Barrique Grappa, Destillaten und Likören.

POLI DISTILLERY

Artisan production of grappas, barrique grappa, distillates and liqueurs.



SAINT CHARLES

Im hoteleigenen Concept Store sind Saint Charles Produkte wie die Apothekerseife, Soul Splash, die Powermix Bio-Ölmischungen oder Capsules zu erwerben.

The hotel's concept store sells Saint Charles products such as Apothecary Soap, Soul Splash, Powermix Bio-Oil Blends or Capsules.

DIFFUSER STEIN

Diese Duftstäbe der Hotel Stein Home Collection bringen Luxus und nobles Understatement ins Zuhause.

These incense sticks bring luxury and classy understatement home.



NOBLESSE OBLIGE

Die Duftkerzen der Hotel Stein Home Collection bekommen durch ätherische Öle ihren einzigartigen Duft.

Our scented candles get their unique fragrance by using essential oils.





KOSMETIK / COSMETICS

MANON WERTEN- BROEK

Introspektion zum Thema ihrer Kunst.
Introspectively on the theme of her art.

Die gebürtige Schweizerin will Emotionen und Stimmungen wecken, die dem Betrachter im besten Fall ein wenig mehr über sich selbst erzählen. Das gilt auch für die drei Bilder, die Wertebroek in Kooperation mit La Prairie anfertigte. Die Schweizer Luxusbeautymarke war als Partner auf der Art Basel vertreten und feierte dort nicht nur den Relaunch der „Skin Caviar Cream“, sondern auch den Einfluss von Niki de Saint Phalle auf das Produktdesign. Vor mehr als 30 Jahren wurde das Kobaltblau, das sich durch die Werke der französisch-schweizerischen Künstlerin zieht, zur Signature-Farbe der Pflegelinie auserkoren. Wertebroek ließ dieses Erbe aufleben und durfte das Ergebnis auf der Kunstmesse im La-Prairie-Pavillon ausstellen, neben der Skulptur Pouf serpent bleu von Saint Phalle. Darunter ihr Blue Portrait, ein Porträt ohne Gesichtszüge, das durch die Vorstellungskraft des Betrachters vervollständigt wird. Ein Spiegel, wenn man so möchte, der Anlass gibt, sich selbst und die eigene Definition von Schönheit zu hinterfragen. Die Technik: eine neuartige Kombination aus Gravur, Malerei und Fotografie. Diese Herangehensweise verbindet die Künstlerin mit der Kosmetik. Seit ihrer Einführung 1987 wird die Kaviarlinie stets weiterentwickelt.

Zunächst entwickelte La Prairie das straffende Kaviarwasser, später Kaviar-Absolue. Jetzt wurde der natürliche Kaviarextrakt um biomimetische Kaviarbestandteile erweitert. „Caviar Premier“ lautet die neue Zauberformel, die das pflegende Potenzial des Kaviars ausschöpfen und der Haut noch mehr Spannkraft und Elastizität verleihen soll. Das Beste: Die tägliche Anwendung ist eine wunderbare Gelegenheit für einen Moment der Selbstreflexion. Zu Hause vor dem Spiegel.



Vor 30 Jahren entdeckte man bei La Prairie die Wirkung von Kaviar für eine jugendliche Haut. 30 years ago, La Prairie discovered the effect of caviar on youthful skin.



The Swiss-born artist wants to arouse emotions and moods that, if all goes well, tell the viewer a little more about themselves. This also applies to the three pictures that Wertebroek produced in cooperation with La Prairie. The Swiss luxury skincare brand was represented as a partner at Art Basel and celebrated not only the relaunch of the Skin Caviar Cream but also the influence of Niki de Saint Phalle on the product design. More than 30 years ago, cobalt blue, which runs through the works of the French-Swiss artist, was chosen as the signature colour of the skincare line. Wertebroek revived this heritage and exhibited the result at the art fair in the La Prairie pavilion, next to the sculpture Pouf serpent bleu by Saint Phalle. This includes her Blue Portrait, a portrait without facial features that is completed by the viewer's imagination - a mirror, if you will, that gives you the opportunity to question yourself and your own definition of beauty. The technique: a novel combination of engraving, painting and photography. The artist combines this approach with cosmetics. Since its introduction in 1987, the caviar line has been continuously developed. First La Prairie developed the firming caviar water, later Caviar-Absolue. Now the natural caviar extract has been extended with biomimetic caviar components. Caviar Premier is the new magic formula

that exploits the caring potential of caviar and gives the skin even more elasticity and resilience. Best of all, daily use is a wonderful and encouraged opportunity for a moment of self-care, at home in front of the mirror.

Ein großartiges Ensemble von La Prairie-Kreationen in exklusiven Sets.
A great ensemble of La Prairie creations in exclusive sets.





IT'S HERE

Die Beautymarke It Cosmetics steht für innovative Technologien. Der Bestseller: die getönte Pflege „Your Skin But Better CC+ Cream with SPF 50+“.

The beauty brand It Cosmetics stands for innovative technologies. The best-seller: the tinted care “Your Skin But Better CC + Cream with SPF 50+”.

itcosmetics.de

DAS BESTE AUS DER NATUR THE BEST FROM NATURE

Henna, Indigo, Cassia – drei Pflanzen, die das Herz der ersten 100% pflanzlichen und veganen Haarfarbe von L'Oréal Professionnel darstellen. Für alle Frauen, die eine natürliche Art der Coloration suchen.

Henna, Indigo, Cassia - three plants that are the heart of L'Oréal Professionnel's first 100% herbal and vegan hair color. For all women who are looking for a natural way of coloring.

lorealprofessionnel.de



HANDSCHMEICHLER TUMBELD

Wenn es darum geht, worauf Frauen bei Männern als Erstes achten, dann stehen Hände ganz oben auf der Liste. Nicht nur deswegen sollten Männer (Frauen aber auch) auf gepflegte Hände achten.

Mit ein bisschen Aufmerksamkeit und Zeit lässt sich das auch ganz einfach zu Hause mit Remedy Hand Balm erledigen ...

When it comes to what women look for in men first, hands are high on the list. Not only that's why men (women but also) should pay attention to well-groomed hands. With a little bit of attention and time you can easily do that at home with Remedy Hand Balm ...

oway.it



NEON

Das Motto im Frühjahr: Mehr Farbe! Viel mehr Farbe – für die Wimpern! Für bunte Wimpernspitzen: „Big Color Lash Top Coat Fearless Blue“ von Lancôme.

The motto in the spring: more color! Much more color - for the eyelashes! For colorful eyelash tips: “Big Color Lash Top Coat Fearless Blue” by Lancôme.

lancome.de



defence now!

Der „defence now!“ Skin Guard Shot schützt die Haut bei Stress und Überanspruchung. Mit den Mix & Match Produkten von Skinbiotic immer perfekt auf den Hauttyp abgestimmt.

The “defence now!” Skin Guard Shot protects the skin in case of stress and overuse. With the Mix & Match products by Skinbiotic always perfectly matched to the skin type.

skinbiotic.com



STURMAYR
COIFFEURE

red level

by sturmayer



EN VOGUE

HAARE AUS LEIDENSCHAFT

STURMAYR

C O I F F E U R E

HANUSCHPLATZ SBG. +43 (0) 662 84 22 11
MAKARTPLATZ SBG. +43 (0) 662 87 34 00
RUDOLFSKAI SBG. +43 (0) 662 84 98 90
EUROPARK SBG. +43 (0) 662 42 51 43

ALPENSTRASSE SBG. +43 (0) 662 62 18 70
WALS AIRPORT SBG. +43 (0) 662 85 49 69
EUGENDORF SBG. +43 (0) 6225 282 39
BAD VIGAUN +43 (0) 6245 746 73



www.red-level.at www.sturmayer.at

KEEP CALM AND EAT CHOCOLATE

GEMEINSAM DIE WELT VERÄNDERN -
MIT SCHOKOLADE.

CHANGING THE WORLD TOGETHER -
WITH CHOCOLATE.

Schokolade von Original Beans wird aus besonderen Kakaobohnen hergestellt und verspricht höchste Qualität. Gleichzeitig wird der Naturschutzgedanke verfolgt. Was das bedeutet, darüber haben wir mit Philipp Kauffmann, Gründer von Original Beans gesprochen.

Chocolate from Original Beans is made from special cocoa beans and promises the highest quality. At the same time, the idea of nature conservation is being pursued. What this means was discussed with Philipp Kauffmann, founder of Original Beans.

PHOTOS: ORIGINAL BEANS



Original Beans wurde 2008 gegründet und hat seinen Hauptsitz in Amsterdam, dem größten Kakaobohnenhafen der Welt. Verantwortlich dafür ist Philipp Kauffmann, Unternehmer und Naturschützer und hat bei der UN und dem WWF viele Jahre als Naturschutzinnovator gearbeitet. Aus dieser Zeit stammen viele persönliche Kontakte im nachhaltigen Kakaoanbau und auch der Wunsch, uns Konsumenten aktiver am Naturschutz zu beteiligen. Original Beans verschreibt sich konkretem Naturschutz und gleichzeitig dem Genuss originaler und origineller Kakaos.

Original Beans was founded in 2008 and has its headquarters in Amsterdam, the largest cocoa bean port in the world. Philipp Kauffmann, entrepreneur and conservationist is responsible for this and has worked for many years at the UN and the WWF as a nature conservation innovator. Many personal contacts in sustainable cocoa cultivation and the desire to involve consumers more actively in nature conservation date back to this period. Original Beans is dedicated to nature conservation and the enjoyment of original cocoa at the same time.



ORIGINAL BEANS
SCHÜTZT DEN REGEN-
WALD, INDEM ES SEINE
FRÜCHTE NUTZT.
ORIGINAL BEANS
PROTECTS THE
RAINFOREST BY
USING ITS FRUITS.

EIN GESCHMACK, DER
DEN GANZEN TAG LANG
AM GAUMEN BLEIBT.
A TASTE THAT STAYS
ON THE PALATE ALL
DAY LONG.



INTERVIEW

Was ist die Idee von Original Beans?

Das Motto von Original Beans lautet „Taste the Rare and Preserve it“. Denn wie viele Baumfrüchte nimmt auch Kakao das Aroma seiner Umgebung auf. Seine Samen, bzw. Bohnen sind voller Nährstoffe und wenn man sie sorgfältig erntet, fermentiert und trocknet, offenbaren sie den Charakter ihrer vielfältigen Ursprungsorte. Seit 2008 durchstreift unser Original Beans-Team die entlegensten Regenwälder der Welt auf der Suche nach den seltensten Kakaoarten der Welt, den Original Beans. Für unsere Schokolade verwenden wir Kakaobohnen aus vier unterschiedlichen Regenwaldgebieten, die teilweise stark bedroht sind. Ganz konkret für den Konsumenten erfahrbar wird das dadurch, dass für jede Tafel Schokolade ein Baumsetzling gepflanzt wird oder ein Baum geschützt wird.

Außerdem wollen wir die Lebensqualität der Farmer vor Ort erhöhen. Das schaffen wir mit „Direct Trade“, was noch weiter geht als Fair Trade. Wir zahlen Kleinbauern mehr als das Sechsfache der Fairtrade Gebühr. Das Ziel von den Farmern und uns – den Regenwald zu erhalten, schmilzt in der Schokolade zusammen. Wir verfolgen dasselbe Ziel: den Regenwald zu erhalten.

Aus welchen Anbaugebieten kommt der Kakao für Original Beans?

Für die Schokolade „Cru Virunga“ wird eine Mischung von wilden Kakaobohnen aus den Randgebieten des Virunga Nationalparks im Osten des Kongos verwendet. Aus den peruanischen Anden kommt die seltene, weiße Kakaobohne „Piura Porcelana“. Für unsere „Beni Wild Harvest“ nehmen wir einen wilden Edelkakao aus dem Amazonasgebiet im Nordosten Boliviens. Er wächst auf den einzigen Kakao-Inseln der Welt, in der Savannenlandschaft des Beni. Die Farmer erreichen die Inseln nur per Kanu, um dann die wilden, kleinen Bohnen einzusammeln. Und „Esmeraldas Milk“ wird aus echten Arribabohnen aus dem pazifischen Regenwald im Nordwesten Ecuadors hergestellt. Sie sind die Ursprungsbohnen Ecuadors und wir möchten, dass sie nicht verloren gehen.

Wie wird Schokolade für Original Beans genau hergestellt?

Wenn die Kakaofrüchte reif sind, werden sie gepflückt. Vor Ort bringen wir den Farmern bei, wie die Kakaobohnen noch besser fermentiert und getrocknet werden. Nach der Fermentation und Trocknung kommen die Kakaobohnen in die Schweiz und werden dort gelagert. Wir prüfen ihre Qualität und erstellen ein Geschmacksprofil, bei dem Fruchtnote, Kakaogeschmack und Bitternote bewertet werden. Anschließend werden die

Kakaobohnen gereinigt, in kleinen Röstöfen geröstet und gemahlen. So entsteht die Kakaomasse. Die Kakaomasse wird nun mit Kakaobutter und Rohrzucker gemischt. Wie viel von den jeweiligen Zutaten in die Mischung kommt, hängt von der Sorte ab. Unsere Cru Virunga etwa hat einen Kakaogehalt von 70 Prozent. Die Esmeraldas Milk enthält 42 Prozent. Dann wird die Schokoladenmasse conchiert. Durch dieses spezielle Rührverfahren bekommt die Schokolade einen schönen Schmelz. Wie lange die Schokolade conchiert wurde, steht auch auf unserer Packung. Die Beni Wild Harvest wird 24 Stunden und die Piura Porcelana 72 Stunden conchiert. Zum Schluss wird die Masse in die Form gegossen. Wenn sie getrocknet ist, werden die 70-g-Tafeln verpackt.

Was wünscht sich Philipp Kauffmann, was man unbedingt über Schokolade wissen sollte?

Dass Qualität und Nachhaltigkeit Hand in Hand gehen. Wir wünschen uns noch mehr Qualität und noch mehr Nachhaltigkeit. Und es lohnt sich, sich in unsere Schokoladensorten reinzuschmecken und sie miteinander zu vergleichen. Danach wird man Schokolade anders genießen.

What is the idea behind Original Beans?

The motto of Original Beans is “Taste the Rare and Preserve it“. This means that we want to give back to earth what it gives us. Like other tree fruits, cacao is infused with flavours from the environment in which it grows. Its seeds — respectively beans — are full of nutrition and when harvested, fermented and dried with craft, they reveal the unique characters of their distinct origins. Since 2008, our “Original Beans Team” travels into the rarest places on earth to bring Original Beans to you. The consumer can experience this very tangibly by planting a tree seedling or protecting a tree for each bar of chocolate.

We also want to improve the quality of life of local farmers. We are doing this with “Direct Trade“, which goes even further than Fair Trade. We pay small farmers more than six times the Fair Trade fee. The farmers’s goal and ours - to preserve the rainforest - melt together in the chocolate.

From which cultivation areas does the cocoa for Original Beans come?

The “Cru Virunga” chocolate uses a mixture of wild cocoa beans from the outskirts of the Virunga National Park in eastern Congo. The rare white cocoa bean “Piura Porcelana” comes from the Peruvian Andes. For our “Beni Wild Harvest” we

take a wild fine cocoa from the Amazon region in the northeast of Bolivia. It grows on the only cocoa islands in the world, in the savanna landscape of Beni. The farmers can only reach the islands by canoe, in order to then collect the small wild beans. And “Esmeraldas Milk” is made from real Arriba beans from the Pacific rainforest in the northwest of Ecuador. They are the original Ecuadorian beans and we do not want them to be lost.

How exactly is chocolate made for Original Beans?

When the cocoa fruits are ripe, they are picked. We teach the farmers on site how to better ferment and dry the cocoa beans. After fermentation and drying, the cocoa beans come to Switzerland and are stored there. We check their quality and create a taste profile in which fruit, cocoa and bitter notes are evaluated. The cocoa beans are then cleaned, roasted in small roasting ovens and ground. This is how the cocoa mass is made. The cocoa mass is then mixed with cocoa butter and cane sugar. How much of each ingredient is added to the mixture depends on the variety. Our Cru Virunga, for example, has a cocoa content of 70 percent. The Esmeraldas Milk contains 42 percent. Then the chocolate mass is conched. This special stirring process gives the chocolate a fine glaze. Our packaging states how long the chocolate was conched for. The Beni Wild Harvest is conched for 24 hours and the Piura Porcelana for 72 hours. Finally, the mass is poured into the mould. When it’s dried, the 70-g tablets are packed.

What would Philipp Kauffmann like you to know about chocolate?

That quality and sustainability go hand in hand. We want even better quality and even more sustainability. And it is worth tasting our chocolates and comparing them with each other. You’ll then enjoy chocolate differently.



Original Beans Schokoladen haben wiederholt die wichtigsten Auszeichnungen in der Branche gewonnen und werden in den besten Restaurants der Welt serviert. Weltweit teilen viele Schokoladenliebhaber die Leidenschaft von Original Beans für exquisite Schokolade und konsequente Nachhaltigkeit

Original Beans chocolates have repeatedly won the most important awards in the industry and are served in the best restaurants in the world. Many chocolate lovers worldwide share Original Beans’ passion for exquisite chocolate and consistent sustainability.



Für „Original Beans“ werden die entlegensten Regenwälder der Erde auf der Suche nach den seltensten Kakaos durchstreift. Einfacher bekommt man die Schokolade im Hotel Stein.

The most remote rainforests on earth are combed in search of the rarest cocoa for “Original Beans”. Far simpler, you can purchase this chocolate at Hotel Stein.

IM HOTELSHOP ERHÄLTlich



AUSZEICHNUNGEN AWARDS



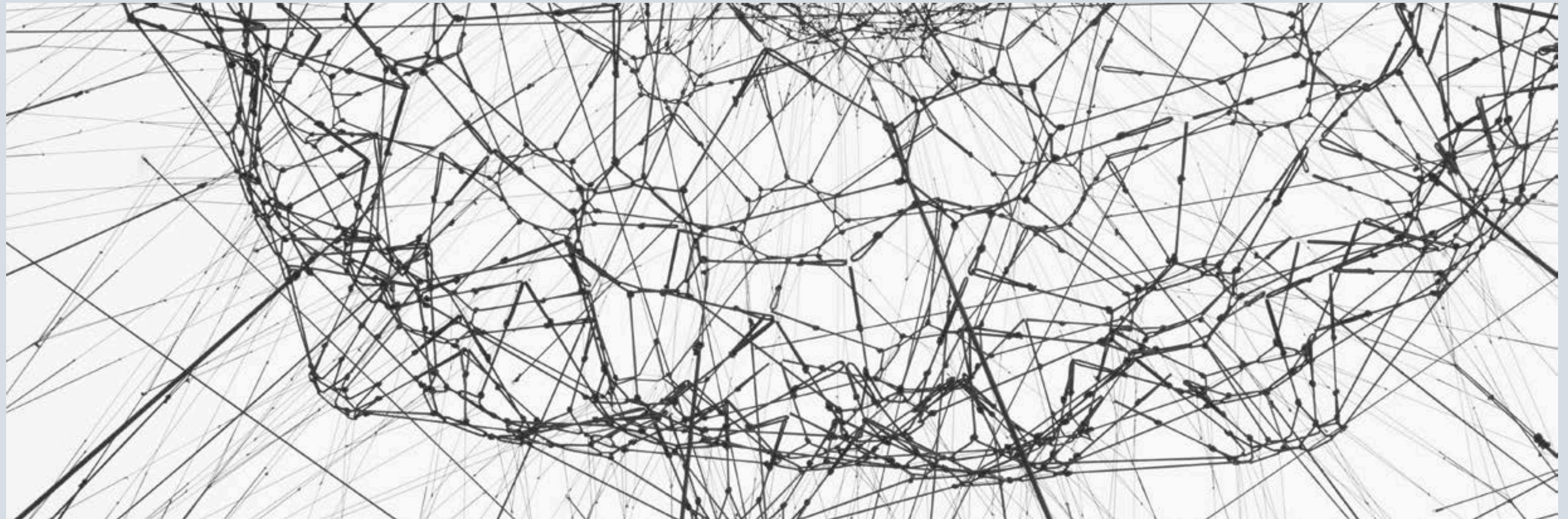
LOUIS ROEDERER EIN LEBEN FÜR CHAMPAGNER. UND DIE KUNST

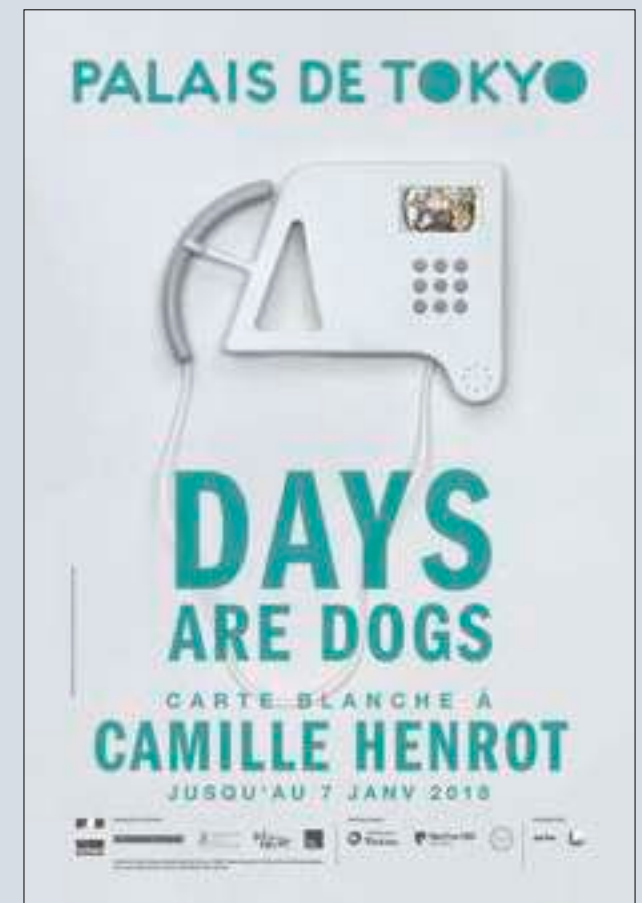
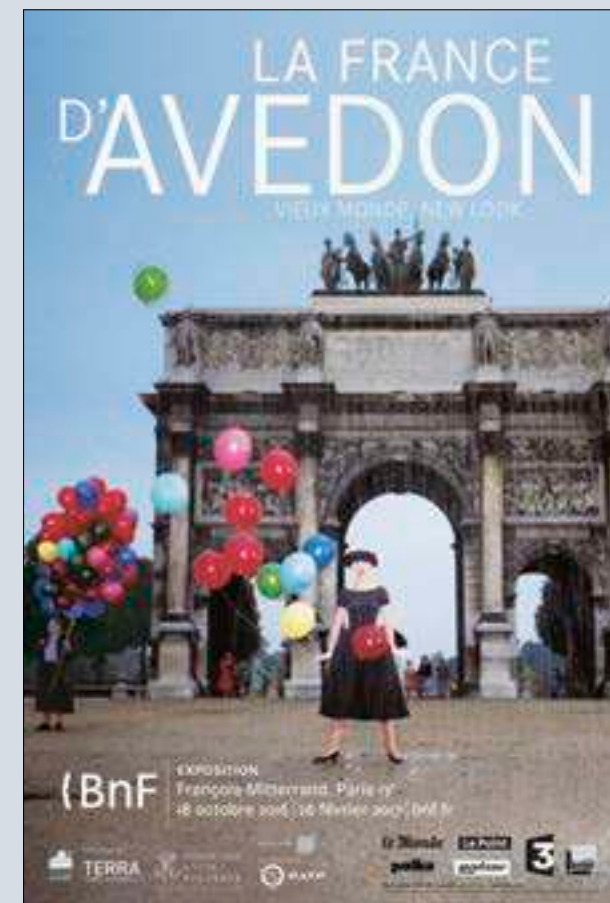
Die Förderung von Kunst und Kultur darf nicht nur als staatliche Aufgabe angesehen werden. In Zeiten immer geringerer Förderungsmöglichkeiten seitens öffentlicher Stellen gewinnt die Arbeit von Stiftungen zunehmend an Bedeutung. Das Champagnerhaus Louis Roederer weiß das. Und leistet seinen Teil.

TEXT: JOACHIM FISCHER
PHOTOS: LOUIS ROEDERER FOUNDATION

LOUIS ROEDERER A LIFE FOR CHAMPAGNE. AND ART

The promotion of art and culture must not only be seen as a task for the state. In times of decreasing funding opportunities from public institutions, the work of foundations is becoming increasingly important. The Champagne Louis Roederer label knows that. And does its part.



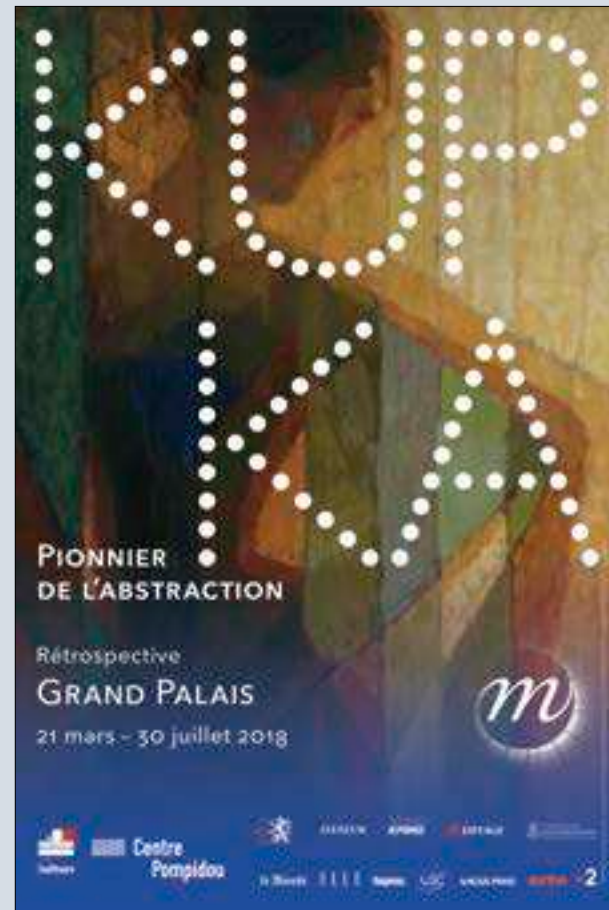
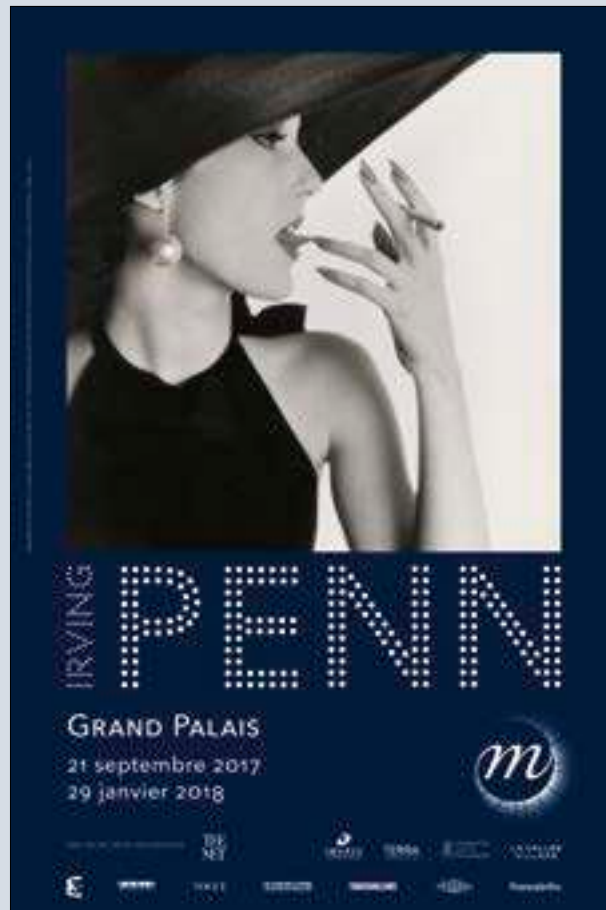


Der Erhalt von kulturellen Gütern und die Förderung von Kreativität ist ohne privates Engagement in vielen Bereichen schon längst nicht mehr vorstellbar. Seit Jahrhunderten widmen sich Menschen der Kulturförderung und versuchen mit eigenen Mitteln, gesellschaftliche Vorstellungen umzusetzen und Entwicklungen anzustoßen. Die Gründung einer Stiftung mit dem ehrbaren Ziel, Kunst und Kultur zu fördern, gilt als sinnvolles und wirtschaftlich lohnendes Engagement, Karmapunkte bringt es obendrein. Ob es nun um den eigenen Nachlass eines Stifters oder um das Interesse an sinnstiftender Arbeit geht: Wertvoll und essenziell für eine Gesellschaft ist die Förderung in jedem Fall. In der heutigen Zeit sind es nämlich tatsächlich die Stiftungen, die in großem Maße dafür verantwortlich sind, dass Künstler gefördert werden, Kunst bewahrt und ausgestellt wird und ein wertbildender Austausch stattfindet, der neue Potenziale wecken und fördern kann. In die Rolle des Mäzen findet sich ein jeder auf höchst individuelle Weise hinein. Bei Louis Roederer steht die Suche nach dem vollendeten, dem vollkommenen Werk ganz am Anfang der Stiftungsarbeit – und das kommt nicht von ungefähr: Ebenso wie das Champagnerhaus Weine erschaffen will, die über den reinen Genuss hinaus durch eine besondere Gefühlswelt bestechen, will es auch die geistige Dimension des Champagners erfahrbar machen. Und wenn etwas hohe Kunst

und Kultur, dann doch ein perfektes Glas Champagner. Mit dem Champagner verbinden wir selbstredend bestimmte Bilder, einen gewissen Stil, einen Esprit. Für diese Werte steht Louis Roederer als traditionsreiches, ökologisch und sozial verantwortungsvolles Unternehmen. Dies war der Auslöser, der den Generaldirektor von Louis Roederer, Jean-Claude Rouzaud, und seinen Nachfolger, Sohn Frédéric Rouzaud, mit Unterstützung des stellvertretenden Generaldirektors Michel Janneau dazu bewegte, das Unternehmen 2003 in die Welt der Kunst einzuführen. Eine weitreichende und prägende Entscheidung war das, eine Entscheidung, die mit dem Unternehmergeist, den Visionen von Louis Roederer im Einklang steht. Mit der Gründung seiner Stiftung beabsichtigt das Haus Louis Roederer eine langfristige und strukturierte Förderung. Für diese Arbeit gibt es deswegen ein eigenes Budget und ein spezielles Team, das zudem für eine gewisse Sichtbarkeit und Außenwirkung sorgt. Im Mittelpunkt der Förderungen steht die bildende Kunst der Gegenwart in Form öffentlich zugänglicher Kunstprojekte. Damit werden unkommerzielle Projekte, Ausstellungen junger beziehungsweise weniger bekannter Künstler gefördert. Darüber hinaus bleibt Louis Roederer aber natürlich auch all jenen Einrichtungen und Künstlern treu, mit denen das Haus seit nunmehr fünfzehn Jahren eng verbunden ist.

The preservation of cultural goods and the promotion of creativity have, in many areas, long since become inconceivable without private commitment. For centuries, people have devoted themselves to cultural promotion and have tried to implement social ideas and initiate developments with their own means. The creation of a foundation with the noble aim of promoting art and culture is seen as a meaningful and economically rewarding commitment. Whether the foundation is formed to protect the legacy of a founder, or is driven by an interest in meaningful work: this kind of support is always valuable and essential for a society. Nowadays, foundations are largely responsible for the support of artists, preserving and exhibiting art and creating an exchange of values that can in turn awaken and promote new potential. Everyone puts their own highly individual stamp on the role of the patron. At Louis Roederer, the search for the complete, perfect work is at the very beginning of the foundation's activities and that's no coincidence, just as the champagne house wants to create wines that transcend pure enjoyment and enter a special emotional world, it also wants to make the spiritual dimension of champagne tangible. And what could better

represent high art and culture than a glass perfect champagne. When tasting champagne we naturally associate certain images, a style, an approach to life. As a traditional, ecologically and socially responsible company, Louis Roederer represents these values. This was the catalyst that prompted Louis Roederer's CEO, Jean-Claude Rouzaud and his successor, his son Frédéric Rouzaud, with the support of Deputy Director-General Michel Janneau, to introduce the company to the world of art in 2003. It was a far-reaching and formative decision, a decision that was in line with the entrepreneurial spirit and the vision of Louis Roederer. With the formation of his foundation, the house of Louis Roederer foresees a long-term, structured promotion of visual art. For this work, there is therefore a separate budget and a special team, which also ensures a certain visibility and profile. At the heart of the arts patronage are the Visual Arts of the Present in the form of publicly accessible art projects. This project will support non-profit projects and exhibitions of young or lesser-known artists. In addition, of course, Louis Roederer remains loyal to all the institutions and artists with whom the house has been closely associated for fifteen years.



Offenheit für Neues ist ein weiteres Schlüsselement in der Stiftungsarbeit, hier hat es Roederer insbesondere das Centre d'Art Contemporain angetan, das sich seit der Wiedereröffnung 2012 im Palais de Tokyo in Paris befindet. Wichtigstes Kriterium für die Auswahl eines Ausstellungsthemas ist natürlich die höchste künstlerische Qualität. Kunst und Kulturen der ganzen Welt finden innerhalb der Stiftung Louis Roederer ihren Platz: Malerei, Skulptur, Grafik, Fotografie, Kunsthandwerk oder Design. Monografische Ausstellungen und thematische Projekte wechseln sich ab, interdisziplinäre Ansätze würzen das vielseitige Programm der Fondation Louis Roederer. Die Stiftung möchte aber eben nicht nur Gutes tun; sie versucht, die Verbreitung der modernen Kunst voranzutreiben, stellt ihre Arbeit ganz in den Wert des Schönen, des Besonderen. Die Förderung einer Kunstform außerhalb jedes Doktrins, darum geht es der Stiftung im öffentlichen Raum und dem Champagnerhaus in den Kellern. Denn Wein und Champagner waren eben immer schon Kunst zum Trinken. Und das nicht nur in der Champagne.



Openness for new things is another key element in the foundation's work and here Roederer has been particularly influenced by the Center d'Art Contemporain, which has been influenced by the Palais de Tokyo, a contemporary art centre in Paris since its reopening in 2012. The most important criteria for choosing an exhibition theme is of course the highest artistic quality. The art and culture of the whole world can be found in the Louis Roederer Foundation: painting, sculpture, graphics, photography, crafts or design. Monographic exhibitions are found beside thematic projects, interdisciplinary approaches give animation to the multi-faceted programme of the Louis Roederer Foundation. However, the foundation does not just want to do good things, it is trying to promote the spread of modern art, focusing its work entirely on the value of the beautiful and the special, the promotion of an art form independently of any doctrine, that is what the foundation is doing in its public space and in the champagne house in the cellars. For wine and champagne have always been part of the art of drinking, and not just in Champagne.

Die Stiftung Louis Roederer verdankt ihre Gründung der Großzügigkeit des Mannes, der ihr seinen Namen gegeben hat. Louis Roederer, Unternehmer und Mäzen.

The Louis Roederer Foundation owes its founding to the generosity of the man who gave her its name. Louis Roederer, entrepreneur and patron.

NOBLESSE IN PERFEKTION. *NOBLE PERFECTION*

Das Beste von heute lässt uns morgen neue Grenzen sprengen:
Louis Roederer auf der Suche nach dem vollendeten Werk.

*The best of today allows us to cross new frontiers tomorrow:
Louis Roederer looking for the perfect work.*

TEXT: MARGOT WEINDORFER
PHOTOS: LOUIS ROEDERER

1776 gegründet, ist das Haus Louis Roederer aus Reims im Gegensatz zu den meisten anderen großen Champagnermarken nach wie vor in Familienbesitz. Der Ruf des Traditionshauses gründet in seinen hervorragenden Weinbergen: Roederer zählt nicht zu den größten Champagner-Häusern, aber zu jenen mit dem größten Anteil an eigenen Weingärten in der Champagne. 240 Hektar

Eigenbesitz, noch dazu ausschließlich in Premier- und Grand-Cru-Lagen – eine eindrucksvolle Bilanz. Sie bietet die bestmögliche Grundlage für den weiteren Herstellungsprozess, der sich in jedem Schritt durch kompromisslose Qualität auszeichnet. Und wenn sich Louis Roederer für Kunst und Kultur engagiert, dann geht es um mehr als schnöden Absatz und Gewinn. Es geht um Qualität, eine Art Lebensqualität in diesem Fall. Hier wird etwas für die Menschen, für die Gesellschaft geschaffen. Das Codewort heißt „Corporate Cultural Responsibility“ – die Übernahme gesellschaftlicher Verantwortung, indem ein Unternehmen als Mäzen in der Welt der Kunst auftritt. Hierzu hat sich Hoteldirektorin Margot Weindorfer mit Michel Janneau, Mitbegründer der Fondation Louis Roederer, unterhalten.

Founded in 1776, the House of Louis Roederer from Reims is still family-owned, unlike most other major champagne brands. The reputation of the traditional house is based in its excellent vineyards. Roederer is not one of the largest champagne houses but is one of those with the largest share of its own vineyards in Champagne. 240 hectares owned by the firm, especially in Premier and Grand Cru locations – an impressive total. They are the best possible basis for the champagne manufacturing process, which is characterised by uncompromising quality. If Louis Roederer is committed to art and culture, then it is about more than mere sales and profits. It is about quality, a kind of quality of life in this case. Something is being created here for people, for society. The keywords are “Corporate Cultural Responsibility” – the assumption of social responsibility by acting as a patron in the world of art. Hotel manager Margot Weindorfer spoke with Michel Janneau, co-founder of the Louis Roederer Foundation.

Sehr verehrter Monsieur Janneau, seit vielen Jahren verbindet uns, das Hotel Stein, und Louis Roederer weit mehr als nur das Geschäftliche. Inwiefern unterscheidet sich die Fondation Louis Roederer in ihrer Philosophie von den Entscheidungen des Champagnerhauses?

Kunstförderung durch Unternehmen ist kein neues Phänomen. Während manchen die Kunstförderung als Instrument zur Erzielung von Imagevorteilen und Sympathien von Seiten der Kunden und Mitarbeiter dient, kann man kunstsinnigen Unternehmen ganz simpel altruistische Motive unterstellen. Motive und Ziele der unternehmerischen Kunstförderung sind ebenso unterschiedlich wie Wettbewerbsvorteile und Nutzenversprechen. Und es gibt eben jene, die mit ihrer unternehmerischen Kunstförderung einen konkreten Beitrag im Sinne einer wertorientierten Unternehmensführung leisten. Eine langfristige Förderung, die über den Moment hinaus Bestand hat, das ist es, was wir mit der Stiftung Louis Roederer leisten wollen.

Ist es es unser beider Kunst-Engagement, welches unser Verhältnis weit über die rein geschäftliche Seite hinausgehen lässt?

Das Hotel Stein spielt inzwischen eine eminent wichtige Rolle bei uns im Unternehmen. Und die wird maßgeblich geprägt durch die in Ihrem Haus gelebte Ästhetik und eine wohl einmalige Geschichte, die eng mit der Salzburger Historie verbunden ist. Wir sind stolz darauf, eher Partner als Lieferant zu sein. Es wäre schön, wenn wir mehr Kunden wie Sie hätten ... aber vielleicht bewirkt dieses Gespräch ja etwas.

Dear Monsieur Janneau, for many years, we in the Hotel Stein and Louis Roederer have been linked by much more than just a business relationship. To what extent does the Louis Roederer Foundation differ in its philosophy from the decisions of the champagne firm?

Art promotion by businesses is not a new phenomenon. While some of them use art funding as an instrument for achieving image advantages and support on the part of customers and employees, art-oriented businesses can simply have altruistic motives.

The motives and objectives of arts promotion by businesses are just as diverse as their competitive advantages and benefits. And there are those who, through the art promotion by



their business, make a concrete contribution in the sense of value-oriented corporate management. A long-term promotion that will last beyond current trends, that is what we want to achieve with the Louis Roederer Foundation.

Is it our mutual commitment to art that makes our relationship go far beyond the purely business side?

In the meantime, the Hotel Stein plays an eminently important role in our company. And this is decisively influenced by the aesthetic history of the house and the unique past that is closely linked to Salzburg's history. We are proud to feel that we are

a partner rather than merely a supplier. It would be nice if we had more clients like you ... but maybe this conversation can be the start of something.



HOTEL *Amadeus*

Immer eine Reise wert

Das Altstadthotel Amadeus ist ein kleines exklusives Stadthotel – im Herzen der Altstadt. In dem denkmalgeschützten Haus, mit viel Privatsphäre, wird besonderes Augenmerk auf gediegenes und gemütliches Ambiente gelegt. Jedes der 20 gemütlichen Zimmer wurde individuell und mit viel Liebe zum Detail gestaltet. Die Amadeus Lounge in mittelalterlichem Gewölbe und zwei Sonnenterrassen laden zum Verweilen ein.

The small exclusive City Hotel is located in the heart of the old town. In the listed house, with a lot of privacy, special attention is paid to a dignified and comfortable atmosphere. Each of the 20 rooms has been individually designed with great attention to details. The „Amadeus“ lounge in a medieval vault and two sun terraces invite to stay.

hotelamadeus.at

© Luigi Caputo

MONTBLANC BOUTIQUE IN SALZBURG: HANDWERKSKUNST, SCHWEIZER UHREN UND FEINSTE LEDERWAREN AM ALTEN MARKT

Felicitas Fallenegger, Montblanc Boutique Managerin Salzburg
heißt Sie herzlich willkommen im Herzen der Altstadt



HOMAGE TO HOMER

Gewidmet ist die Writers Edition des Jahres 2018 Homer, dem Autor der Ilias und der Odyssee. Die Bücher Homers gelten als Ursprung der westlichen Literatur und Poesie. Auf den Schreibgeräten der Homage to Homer Limited Edition sind einige Referenzen an Homer und seine Werke zu finden.

ZUKUNFTSFEST

Montblanc hebt edle Schreibutensilien auf das nächste Level. Das Augmented Paper ist ein Hightech-Notizblock, der handschriftliche Aufzeichnungen digitalisiert.



„In meinen neun Jahren hier in der Salzburger Montblanc Boutique bin ich jeden Tag aufs Neue stolz an diesem exponierten Standort unsere Kunden begrüßen zu dürfen. Ob Stammkunden, Kunden aus unseren angrenzenden Nachbarländern und Neukunden: Wir freuen uns über die Möglichkeit, hier in diesem kleinen Juwel, unseren Gästen die neuesten Kollektionen aus dem Hamburger Maison vorstellen zu dürfen“, erklärt Felicitas Fallenegger.



Die Salzburger Boutique verfügt über einen exponierten Verkaufsbereich, der treuen Kunden und Besuchern der Stadt unter einer dezenten Beleuchtung einen guten Blick auf das umfangreiche Produktesortiment bietet. Der Innenraum vermittelt das Erbe des Hauses in der Kunst des Schreibens sowie in der Herstellung von exklusiven Schweizer Uhren, feinsten Lederwaren und exquisiten Accessoires.

RENNAUTOS AUS VERGANGENEN ZEITEN ERFREUEN SICH GRÖSSTER BELIEBTHEIT BEI NOSTALGIKERN.

CAR AND MOTORCYCLE ROAD RACES

GROSSER PREIS VON ÖSTERREICH AUSTRIAN GRAND PRIX



Das unter dem Namen 1. Mai Rennen bekannt gewordene Motorsportrennen auf Autobahnteilstücken in der Nähe der Stadt Salzburg hatte seinen Ursprung in Salzburg-Liefering.

The motorsport race on motorway sections near the city of Salzburg, which became known as the 1 May Race, originated in Salzburg-Liefering.

TEXT: JAN BAEDER, ROLF BARTH
PHOTOS: STEFAN BOGNER, TECHNISCHES MUSEUM WIEN



Im Frühjahr 1947, am 4. Mai, lockte das erste Sandbahnrennen der Nachkriegszeit in Salzburg 20000 Zuschauer auf die Trabrennbahn in Salzburg-Parsch. Es wurde vom gerade gegründeten SAMTC (Salzburger Automobil Motorrad und Touring Club) veranstaltet. Ermutigt durch diesen Erfolg organisierte der SAMTC am 6. Juli 1947 das erste Autobahnrennen in Salzburg-Liefering auf einem Teil der Westautobahn. Zu diesem Ereignis kamen etwa 25 000 Zuschauer. Ab 1950 übernahm dann der ARBÖ Salzburg die Organisation dieser Veranstaltung. Ab 1951 fand dann das Rennen erstmals am 1. Mai statt. Zwar wechselte noch manchmal das Datum um den 1. Mai, doch wurde das Rennen dann als „1. Mai Rennen“ bezeichnet. Das Rennen 1951 war nicht nur für Motorräder ausgeschrieben, sondern 1951 erstmals auch für Touren- und Sportwagen. Nach dem Tod des einzigen österreichischen Motorrad-Weltmeisters, Rupert Hollaus, 1954 in Monza, Italien, wurde das Rennen 1955 in Gedächtnis an Hollaus als „Rupert-Hollaus-Gedächtnis- Rennen“ bezeichnet.

On the 6th July, 1947, excited viewers saw the first motorway race in Salzburg-Liefering on part of the Westautobahn. About 25,000 spectators attended the event. From 1950 the ARBÖ Salzburg took over the organisation of this event. From 1951, the race was held for the first time on 1 May. Although sometimes the date changed to be on or around May 1st, the race was then called the “May 1st race”. In 1951, the race was not only for motorcycles, but also for the first time for touring and sports cars. After the death of the only Austrian motorcycle world champion, Rupert Hollaus, in 1954 in Monza, Italy, the 1955 race was called “Rupert Hollaus Memorial Race” in memory of Hollaus. Finally, the organiser’s efforts led to the first “Austrian Grand Prix” being held in Salzburg-Liefering on May 1, 1958. It was carried out a total of eight times until 1966 on this section of the motorway near Liefering, which was clearly visible to the public.

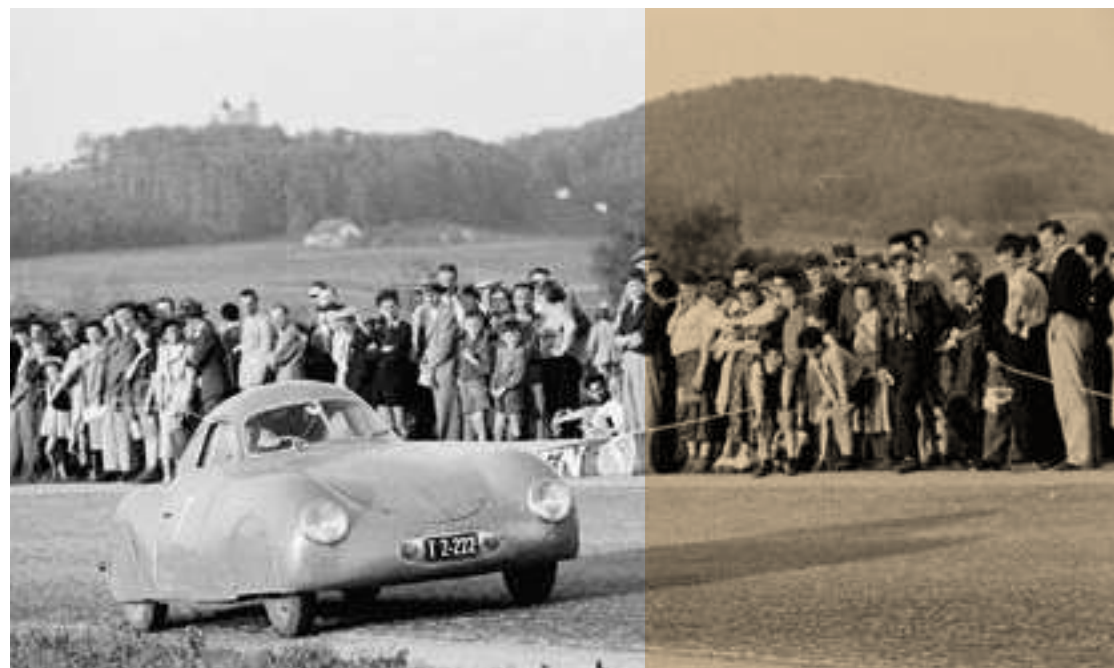


Mit seinem Stromlinienautomobil für die Fernfahrt Berlin-Rom zeigte *Ferdinand Porsche* schon 1939 seinen Sinn für Aerodynamik und Sportlichkeit. Der Österreicher *Michael Barbach* hat den sagenumwobenen Berlin-Rom-Wagen nachgebaut – und in seine Hommage ganze 9.000 Stunden Arbeit investiert.

In 1939, *Ferdinand Porsche* showed his sense of aerodynamics and sportiness with his streamlined car for long-distance journeys Berlin-Rome. The Austrian *Michael Barbach* has recreated the legendary Berlin-Rome car - and invested 9,000 hours of work in his homage.

Otto Mathe im „Berlin-Rom-Porsche“ aus dem Jahre 1938.

Otto Mathe in the "Berlin-Rom-Porsche" from 1938.



Schließlich führten die Bemühungen des Veranstalters dazu, dass am 1. Mai 1958 der erste „Große Preis von Österreich“ in Salzburg-Liefering stattfand. Insgesamt acht Mal bis 1966 wurde er auf diesem für das Publikum gut einsehbaren Autobahnstück bei Liefering durchgeführt. Beim ersten „Großen Preis von Österreich“, 1958, fanden sich mehr als 50 000 Zuschauer auf dem Autobahnabschnitt bei Liefering ein, darunter auch der Franz Josef Strauß aus Bayern. Man fuhr hier Durchschnittsgeschwindigkeiten von 125 km/h. Ab 1966 bis 1969 fand dieses Motorradrennen auf dem Autobahnabschnitt bei Salzburg-Grödig statt. Damals endete die heutige Tauernautobahn beim heutigen Maximarkt in Anif-Niederalm. Sogar der damalige Bundespräsident Franz Jonas gab sich beim ersten Rennen auf diesem Autobahnstück 1967 die Ehre. Beim letzten Rennen 1969 stürzte der Salzburger Rudi Thalhammer schwer und musste daraufhin seine Rennfahrerkarriere beenden. 1970, am 26. April schließlich begann der Neustart vom „1. Mai Rennen“ auf dem Salzburgring. Und wie so oft bei scheußlichem Wetter. Es regnete und schneite. Die Durchschnittsgeschwindigkeiten betrug trotzdem über 140 km/h. Das Ende des „1. Mai Rennens“ kam dann in den 1990er-Jahren, als internationale Sicherheitsvorschriften und die Finanzierung dieses Rennens hier in Salzburg unmöglich wurden.

The first Austrian Grand Prix in 1958 attracted more than 50,000 spectators on the motorway section near Liefering, including Franz Josef street from Bavaria. The average speed here was 125 km/h. From 1966 to 1969, this motorcycle race took place on the motorway section near Salzburg-Grödig.

Revisiting that time, today's Tauernautobahn finished at what is now Maximarkt in Anif-Niederalm. Even the then Federal President Franz Jonas was honoured at the first race on this stretch of motorway in 1967. At the last race in 1969, Rudi Thalhammer from Salzburg crashed heavily and had to end his racing career. In 1970, on April 26, finally, the restart of the "May 1 race" began on the Salzburgring and, as is so often, in horrible weather. It was raining and snowing. Nevertheless, the average speeds were over 140 km/h. The end of the "May 1st race" came in the 1990s, when international safety regulations and the financing of this race became impossible here in Salzburg



Das Sportcoupé mit seiner runden Aluminiumkarosserie, dem schmalen Cockpit und den abgedeckten Radhäusern mag aus heutiger Sicht ulkig wirken – und doch entsprach es nicht nur dem neuesten Stand der Technik, es legte auch den Grundstein für jene flache, geschwungene Silhouette, die später mit dem Porsche 356 und schließlich dem Porsche 911 Designgeschichte schreiben sollte.

The sports coupé with its rounded aluminium body, narrow cockpit and covered wheel arches may seem funny from today's perspective - and yet it not only corresponded to the state of the art, it also laid the foundation for the flat, curved silhouette that would later write design history with the Porsche 356 and finally the Porsche 911.





DIE INTELLIGENZ DER HÄNDE *INTELLIGENT HANDS*

Was Menschen besser können
als Maschinen

*What humans can do better
than machines*

TEXT: BETTINA RÖSCH
PHOTOS: HOMO FABER

Homo Faber ist eine Superschau des Handwerks auf der Isola San Giorgio Maggiore. Sie will auch Impulse für die Arbeitswelt von morgen geben.

Homo Faber is a splendid show of craftsmanship on the Isola San Giorgio Maggiore. It also wants to provide a stimulus for the working world of tomorrow.

Bei Kunsthandwerk denken viele eher an Seidenmalerei und Töpferkunst als an Haute Couture und Design. Dabei steckt bis heute in jedem echten Luxusprodukt gleichermaßen handwerkliches Können, Geschicklichkeit, Originalität und Kreativität wie mit „Homo faber“ eine Ausstellung in Venedig belegte.

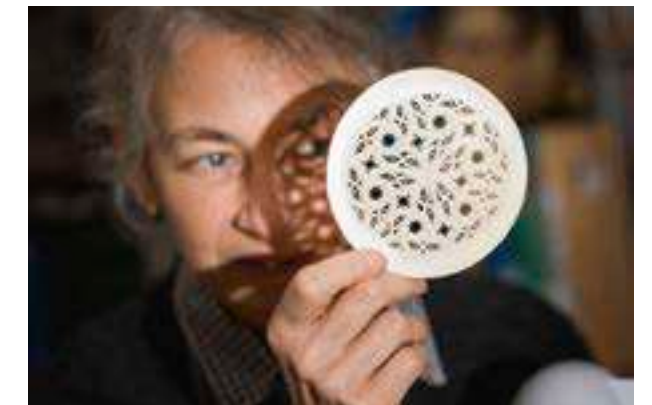
Und es war das erste Mal, dass fast die gesamte Isola San Giorgio Maggiore mit dem gleichnamigen Benediktiner-Kloster von einer zusammenhängenden Ausstellung bespielt wurde. Man konnte erfahren welche Tricks und Kniffe vonnöten sind, um einen Porzellanschüssel in einwöchiger Arbeit mit einem Schildkröten-Motiv zu bemalen. Taschner gaben Einblick in die komplizierte Fertigung eines Sattels und Cartier präsentierte das Glyptique-Handwerk, die hohe Kunst des Steinschneidens. Ebenso präsent die Lobmeyr Meistergraveure Edmond Suci und Pavlina Cambalova, die während der gesamten Ausstellungsdauer die einzigartige Technik der Kupferradgravur auf Glas – Monogramme, Ornamente oder Meisterstücke wie handgravierte Spiegel zeigten. Lobmeyr pflegt als Letzte der Europäischen Kristallerien bis heute diese Königsdisziplin der Glasgravur, in der auch die wunderbaren Bergkristallgefäße in der Kunstkammer des Wiener Kunsthistorischen Museums geschnitten wurden. Organisiert wurde die Schau von der Michelangelo Foundation. Dahinter stehen zwei Personen: Johann Rupert, Leiter des schweizerischen Luxusgüterkonzerns Richemont mit Marken wie Cartier, Montblanc, Jaeger-LeCoultre oder A. Lange & Söhne im Portfolio sowie Franco Cognigni, Historiker, Autor und früher langjähriger Cartier-Direktor. „Homo Faber ist ein Schaufenster europäischer Handwerkskunst mit einem besonderen Hintergrund, nämlich der Frage, was Menschen besser können als Maschinen“, sagt Johann Rupert. Die 16 Ausstellungsbereiche waren thematisch sortiert und jeweils kuratiert und auch gestaltet von Experten wie den Mailänder Architekten Michele De Lucchi und Stefano Boeri, der Londoner Mode-Professorin Judith Clark sowie der Pariser Interieur-Designerin India Mahdavi.



Der Fokus lag nicht nur auf den fertigen Objekten, sondern ebenso auf den Schaffensprozessen. Neunzehn temporäre Werkstätten waren für die knapp zweiwöchige Ausstellungsdauer eingerichtet worden, wo man Handwerkern über die Schultern blicken und sich mit ihnen über ihre Arbeit unterhalten kann. Die Idee für das Projekt entstand nach der Finanzkrise. „Wir haben seitdem eine Dekade erlebt, in der das soziale Gefüge ins Wanken geriet. Als Antwort darauf sehen wir wachsende Intoleranz, sehen wir den Brexit, sehen wir Präsident Trump“, so Johann Rupert in seiner Eröffnungsrede. Die viel größere Herausforderung steht noch bevor: „Durch künstliche Intelligenz und Robotertechnologie werden noch mehr Menschen ihre Arbeit verlieren. Und es werden noch mehr soziale Konflikte entstehen. Wie können wir mit den Maschinen mithalten? Durch Handwerkskunst!“, erklärt der gebürtige Südafrikaner. Die Homo-Faber-Ausstellung will daher mehr als eine reine Bühne für das Handwerk sein.

When it comes to arts and crafts, many think more of silk painting and pottery than of haute couture and design. In fact, every genuine luxury product still contains the same craftsmanship, dexterity, originality and creativity as the “Homo faber” exhibition in Venice.

For the first time, almost the entire Isola San Giorgio Maggiore, together with the Benedictine monastery of the same name, was presented in a coherent exhibition. Visitors could discover which tricks are necessary to paint a porcelain skull in one-week with a turtle design. Taschner gave an insight into the complicated manufacturing of a saddle and Cartier presented the glyptique craft, the high art of stone cutting. Also present were the Lobmeyr master engravers Edmond Suci and Pavlina Cambalova, who throughout the exhibition showed the unique technique of copper wheel engraving on glass - monograms, ornaments and masterpieces such as hand-engraved mirrors. Lobmeyr is the last of the European crystal series to cultivate this supreme discipline of glass engraving, in which the wonderful rock crystal vessels were cut in the Kunstkammer of the Vienna Kunsthistorisches Museum. This magnificent exhibition was organised by the Michelangelo Foundation. There are two people behind it, Johann Rupert, head of the Swiss luxury goods group Richemont with brands such as Cartier, Montblanc, Jaeger-LeCoultre and A. Lange & Söhne in its portfolio, and Franco Cognigni, historian, author and former Cartier director for many years. “Homo Faber is a showcase of European craftsmanship with a special background, namely the question of what people can do better than machines,” says Johann Rupert. The 16 exhibition areas were thematically arranged and each curated and partly designed by experts such as Milan architects Michele De Lucchi and Stefano Boeri, London fashion professor Judith Clark and Paris interior designer India Mahdavi. The focus was not only on the finished objects, but also on the creative processes. Nineteen temporary workshops had been set up for the almost two-week duration of the exhibition, where craftsmen can look over their shoulders and talk to each other about their work. The idea for the project was born after the financial crisis. “Since then, we have experienced a decade in which the social fabric has been shaken. In response, we see growing intolerance, we see Brexit, we see President Trump,” said Johann Rupert in his opening speech. The much greater challenge still lies ahead: “Artificial intelligence and robot technology will cause even more people to lose their jobs. And there will be even more social conflicts. How can we keep up with the machines? Through craftsmanship,” explains the native South African. The Homo Faber exhibition therefore wants to be more than just a stage for the craft.





Homo Faber, die erste große Kulturausstellung über europäische Handwerkskunst. Homo Faber, the first major cultural exhibition on European craftsmanship.



Kreativität, Talent und Leidenschaft können Menschen wieder zusammenbringen.
Creativity, talent and passion can bring people together again.



GAME CHANGER

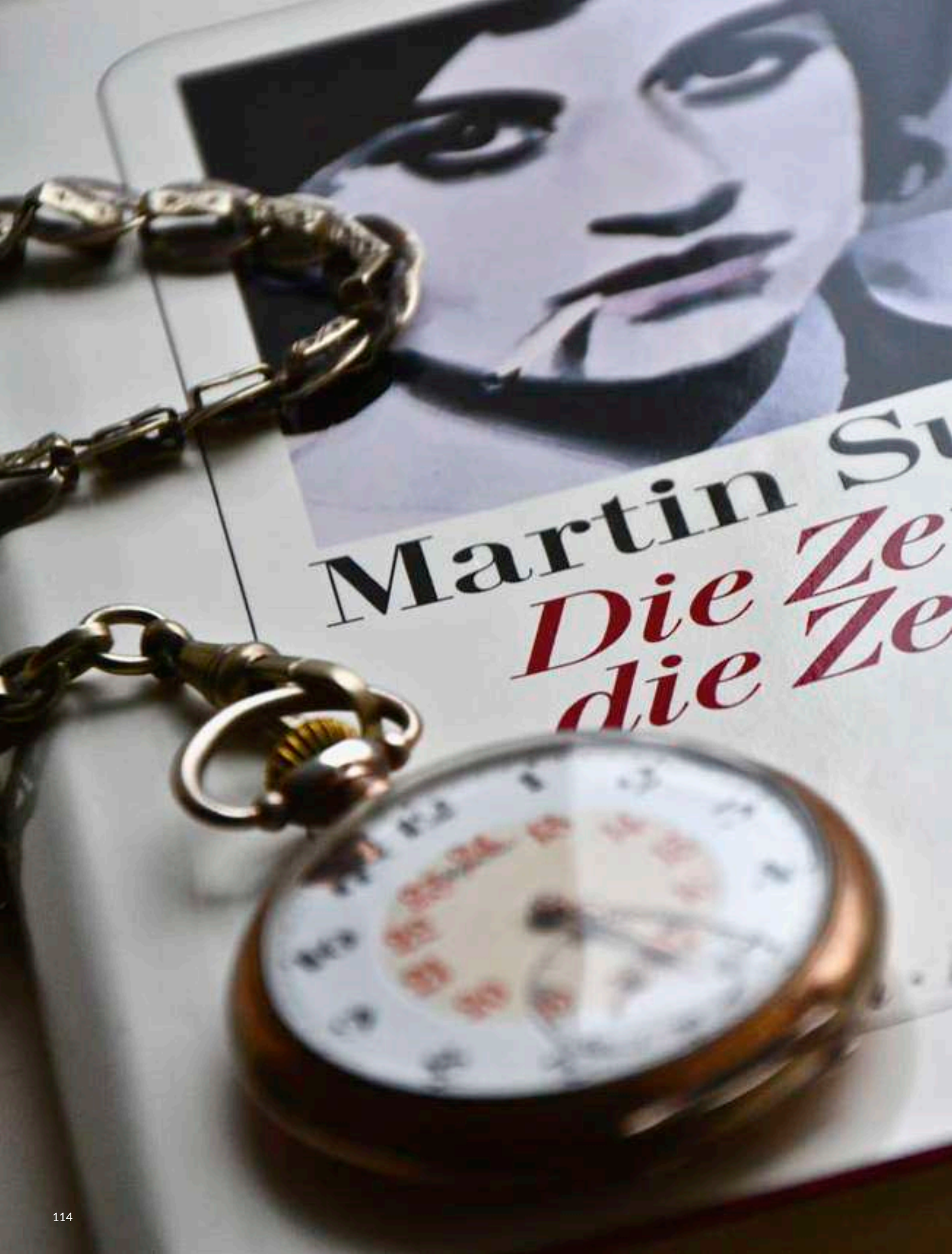
Die neue vollständig geschlossene First-Class-Suite

FLY BETTER

Erleben Sie wahren Luxus in Ihrem eigenen privaten Hotelzimmer über den Wolken. Die revolutionäre Technologie umfasst Temperaturregulierung und Stimmungsbeleuchtung, die branchenweit ersten virtuellen Fenster sowie besonders weiche Ledersitze. Game Changer.

EMIRATES FIRST


Emirates



K O L U M N E

ZEITLOS GLÜCKLICH? TIMELESS HAPPINESS?

TEXT: UWE KALKOWSKI
PHOTOS: DIOGENES

Zeit, alle reden immer nur über Zeit. Oder besser noch, über den Mangel an selbiger. Keine Zeit zu haben, ist Mode, dabei kann es doch eigentlich gar nichts Schrecklicheres geben als das, meint Uwe Kalkowski.

„Ist es verrückt, wenn einer glaubt, die Zeit lasse sich ‚zurückdrehen‘? Es ist verrückt, denkt Peter Taler anfangs, als er das Vorhaben des alten Knupp begreift, der ihm gegenüber wohnt. Denn der möchte etwas denkbar Unmögliches möglich machen.“ Das ist der Klappentext des Buches „Die Zeit, die Zeit“ von Martin Suter. Ein bisschen knapp, wie bei Diogenes üblich, aber Geschichten über Vergänglichkeit und die vergehende Zeit finde ich per se ganz spannend. Jeder von uns hat schon einmal den Gedanken gehabt, was gewesen wäre, wenn man sich an einem bestimmten Punkt seines Lebens anders verhalten oder sich anders entschieden hätte. Und was man machen würde, wenn man die vergangene Zeit rückgängig machen könnte und noch einmal in derselben Situation wäre. Was ist aber, wenn es so etwas wie „Zeit“ gar nicht gibt? Sondern nur Veränderungen. Und wenn man alle Veränderungen rückgängig machen würde, wäre dann auch keine Zeit vergangen? „Die Veränderung schafft die Illusion von Zeit. Die Wiederholung ist ihr Tod. Ein Tag, an dem alles gleich ist wie am Vortag, wäre der Beweis, dass es in Wirklichkeit die Zeit ist, die ausbleibt. Und ein Tag, an dem alles gleich ist wie an einem Tag vor Jahren, erst recht. Es gibt nur ein Indiz dafür, dass die Zeit vergeht: die Veränderung.“

Time, everyone talks about time, or better still, about the lack of it. Having no time is fashionable but actually there is nothing worse than that, says Uwe Kalkowski.

‘Is it crazy for someone to think that time can be turned back? It is crazy, thinks Peter Taler as he grasps the palm of the old boy who lives opposite him. Because he wants to make the impossible possible’. This is the blurb for the book, ‘Die Zeit, die Zeit’ (Time, time) by Martin Suter. A bit short, as is usual for Diogenes but I find the stories about transience and passing time per se, very exciting. Each of us has, at one point, had the thought of what would have happened had we behaved differently or made a different choice at some point in our lives. And what would we do if we could reverse the clock and go back to the same situation again? But what if there was no such thing as time, only changes? And if you were to undo all the changes, would that mean that no time had passed? “Change creates the illusion of time. Repetition is its death. A day when everything is the same as the day before would be proof that it really is time that’s missing. Above all, a day when everything is the same as it was the year before or years before says one thing, that change is the indicator that shows time is passing”.

CECILIA BARTOLI

Sie gurr, bebt, turnt atemberaubend durch die Koloraturen – Cecilia Bartoli beherrscht in Salzburg die Bühne.

Die italienische Opernsängerin im Gespräch über die Salzburger Festspiele Pfingsten und die Neuproduktion von Händels Ariodante und ihre erste Hosenrolle in Salzburg.

She coos, trembles, performs breathtakingly through the coloraturas - Cecilia Bartoli dominates the stage in Salzburg.

The Italian opera singer talks about the Salzburg Whitsun Festival and the new production of Handel's Ariodante and her first breeches role in Salzburg.

*TEXT: JOSEPHINE BEYER
PHOTOS: ULI WEBER / DECCA*

In ihrer Kehle, heißt es,
müsse „ein Nest von Nachtigallen
verborgen“ sein.

*'Her throat, they say,
must hide a nest of nightengales'*

Als Künstlerische Leiterin der Salzburger Festspiele Pflingsten gehen Sie nun erstmals in die Verlängerung. Was bedeutet Ihnen Salzburg?

Salzburg offenbart sich mir als Stadt mit einem ganz eigenen Charakter, wo Kunst im Allgemeinen und die Musik im Speziellen zum täglichen Bedürfnis der Volksseele zu gehören scheinen. Ohne mir darauf etwas einzubilden, erfahre ich in Salzburg eine große Zuneigung und Dankbarkeit, die vielleicht eben auf der gemeinsam erfahrenen und geteilten Seelennahrung gründet. Salzburg erlaubt mir, mich in einer der besten Kunstwelten zu tummeln. Dies erzeugt eine Art Heimatgefühl und wohlige Geborgenheit, und dafür bin ich dankbar!

Von Ihrem Konzertprogramm „Händel Heroines“ schwärmen Publikum wie Medien und bezeichnen Sie einmal als „singende Sympathieträgerin“, ein anderes Mal als „phänomenale Komödiantin, die das vokal Anspruchsvolle mit Leichtigkeit bewältigt und mit aller Emotion anreichert“, ein weiterer Rezensent spricht von „reinem Glück“ und „Zauber“. Wer ist Georg Friedrich Händel für Sie?

Ein befreundeter Buchautor erzählte mir, dass Händel anscheinend über eine bedeutende, mehrere hundert Gemälde umfassende Kunstsammlung verfügte, die fast ausschließlich dem nackten, üppigen Frauenkörper huldigte. Vielleicht kann man Händels musikalische Sinnlichkeit eben von dieser illustrativen Üppigkeit ableiten und könnte somit jedem Gemälde – übrigens ein amüsantes Gedankenspiel – eine Händel'sche Schwesternarie zuordnen ... Höchstes künstlerisches Können und seelischer Tiefgang, gepaart mit der Lust am Genuss, eine Prise Seriosität und ein großer Nachschlag Humor! Ja, so würde ich mir wohl „meinen“ Händel zusammenbasteln ...

Die Salzburger Festspiele Pflingsten 2019: „Voci celesti – Himmlische Stimmen“

Unter der künstlerischen Leiterin Cecilia Bartoli widmen sich die Salzburger Festspiele Pflingsten 2019 dem Andenken der großen Kastratenstimmen. Im Zentrum der viertägigen Pflingstfestspiele steht

die Neuinszenierung der Oper „Alcina“ von Georg Friedrich Händel mit Cecilia Bartoli in der Titelrolle. Zum ersten Mal seit 1735 kann das Publikum Händels Oper im direkten Vergleich mit dem Konkurrenzstück „Polifemo“ von Nicola Porpora erleben. In halbszenischer Form wird „Polifemo“ am Pflingstamstag auf die Bühne der Felsenreitschule gebracht.

Die künstlerische Leiterin der Salzburger Festspiele Pflingsten, Cecilia Bartoli, wurde im August 2018 von der Internationalen Salzburg Association (ISA) mit dem ehrenvollen „Wolfgang Schüssel-Preis 2018“ ausgezeichnet, der mit 20.000 Euro dotiert ist. Die weltweit erfolgreiche Mezzosopranistin ist seit 1993 eng mit den Salzburger Festspielen verbunden. Dabei gelang es ihr, in 54 hochkarätigen Auftritten (Opern, Liederabende, Solistenkonzerte) im Sommer und in 24 Auftritten zu Pflingsten das Publikum jedes Mal in beeindruckender Weise aufs Neue zu begeistern. Seit 2012 ist Cecilia Bartoli zudem mit der künstlerischen Leitung der Salzburger Festspiele Pflingsten betraut. In dieser Position hat sie es geschafft, mit ihren Ideen und Interpretationen künstlerisch neue Dimensionen zu beschreiten sowie das Interesse für das außergewöhnliche Festival international zu steigern.

You are now going into extra time as Artistic Director of the Salzburg Whitsun Festival, for the first time.

What does Salzburg mean to you?

Salzburg reveals itself to me as a city with its very own character, where art in general and music in particular seem to belong to the daily needs of the soul of the people. Without imagining anything, I experience a great affection and gratitude in Salzburg, which is perhaps based on the soul food which is shared and experienced. Salzburg allows me to cavort in one of the best art worlds. This creates a kind of homeland feeling and comforting security, and I am grateful for that!

Both audiences and media rave about your “Handel Heroines” concert programme and describe you as a “singing sympathiser”, another time as a “phenomenal comedian who

masters the vocal demands with ease and enriches them all with emotion.

A book author friend of mine told me that Handel apparently had an important art collection comprising several hundred paintings, which almost exclusively paid homage to the naked, luxuriant female body. Perhaps one could derive Handel's musical sensuality from this illustrative opulence and - by the way of an amusing intellectual game - thus assign a Handel sisters' aria to each painting ... Highest artistic ability and mental depth, paired with the pleasure of enjoyment, a pinch of seriousness and great follow-up humour. Yeah, I'd probably rig "my" Handel up like that ...

The 2019 Salzburg Whitsun Festival: “Voci celesti - Himmlische Stimmen” (Voci celesti - heavenly voices)

The 2019 Salzburg Whitsun Festival is, under the artistic direction of Cecilia Bartoli, dedicated to the memory of the great castrato voices. At the centre of the four-day Whitsun Festival is the new production of the opera “Alcina” by Georg Friedrich Handel with Cecilia Bartoli in the title role. For the first time since 1735, the audience can experience Handel's opera in direct comparison with Nicola Porpora's competing piece “Polifemo”. “Polifemo” is brought to the stage of the Felsenreitschule in a semi-staged form on Whit Saturday.

The artistic director of the Salzburg Whitsun Festival, Cecilia Bartoli, was awarded the honorary “Wolfgang Schüssel Prize 2018” by the International Salzburg Association (ISA) in August 2018. The prize is endowed with 20,000 Euros. The internationally successful mezzo-soprano has been closely associated with the Salzburg Festival since 1993. She succeeded in impressing the audience anew each time in 54 top-class performances (operas, song recitals, soloist concerts) in the summer and in 24 performances at Whitsun. Cecilia Bartoli has also been artistic director of the Salzburg Whitsun Festival since 2012. In this position, she has succeeded in breaking new artistic ground with her ideas and interpretations, as well as increasing interest in the extraordinary festival internationally.



CECILIA BARTOLI
ist die Primadonna Assoluta unserer Zeit

CECILIA BARTOLI
is the prima donna assoluta of our time

Können Sie sich vorstellen,
die Nacht mit einer
Berühmtheit
zu verbringen?

DasPosthotel berührt jetzt den Himmel und eröffnet einen magischen Weitblick ins Zillertal. Mit den SkyLofts wuchs es um eine Beletage und acht historischen Persönlichkeiten. Marie-Antoinette, Kopernikus oder Mariza entführen in eine andere Zeit

Pure pleasure.



SMALL
LUXURY
HOTELS
OF THE WORLD


Gault & Millau

GASTHOF GOLDGASSE

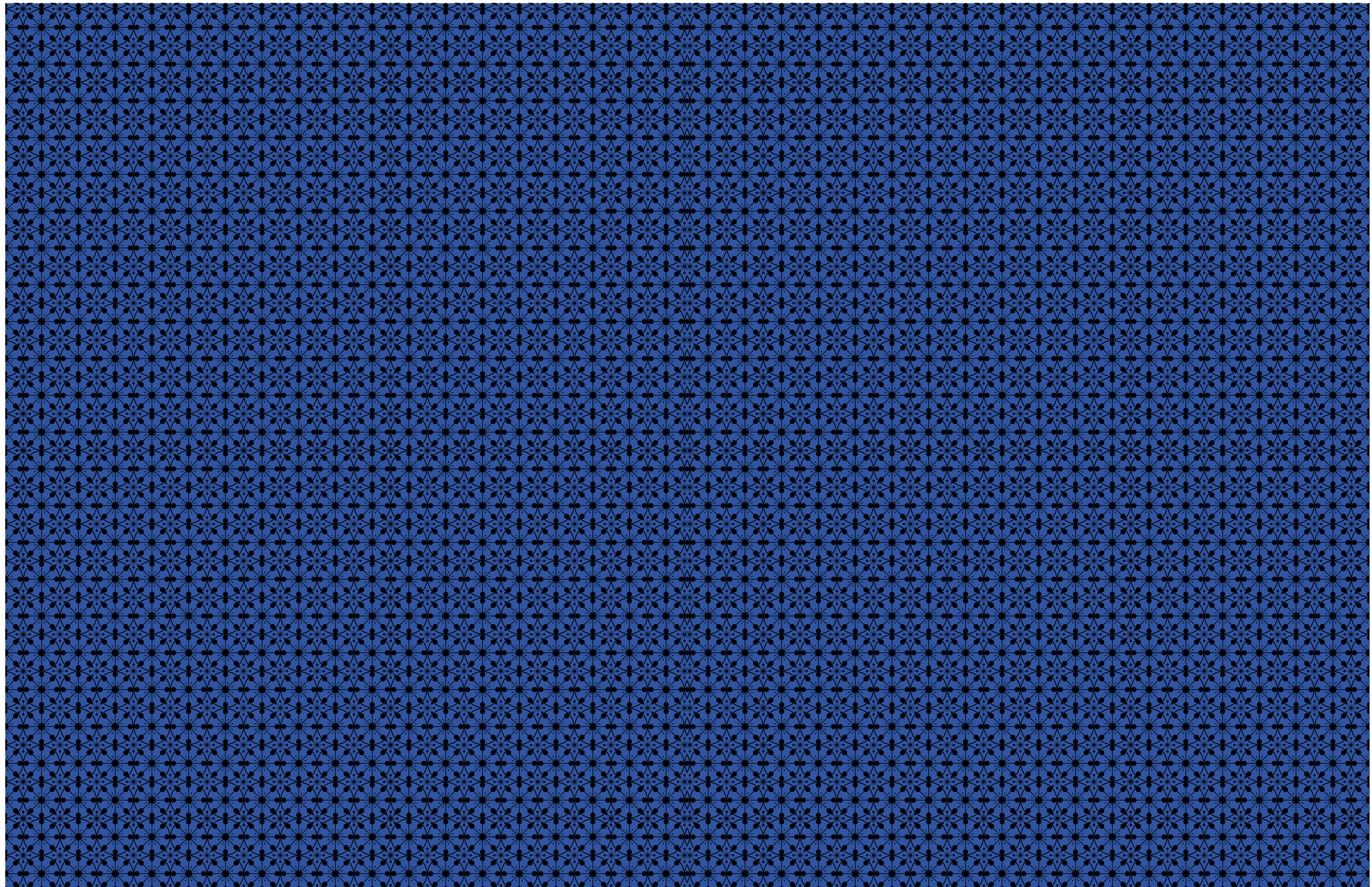
Feine Salzburger Küche

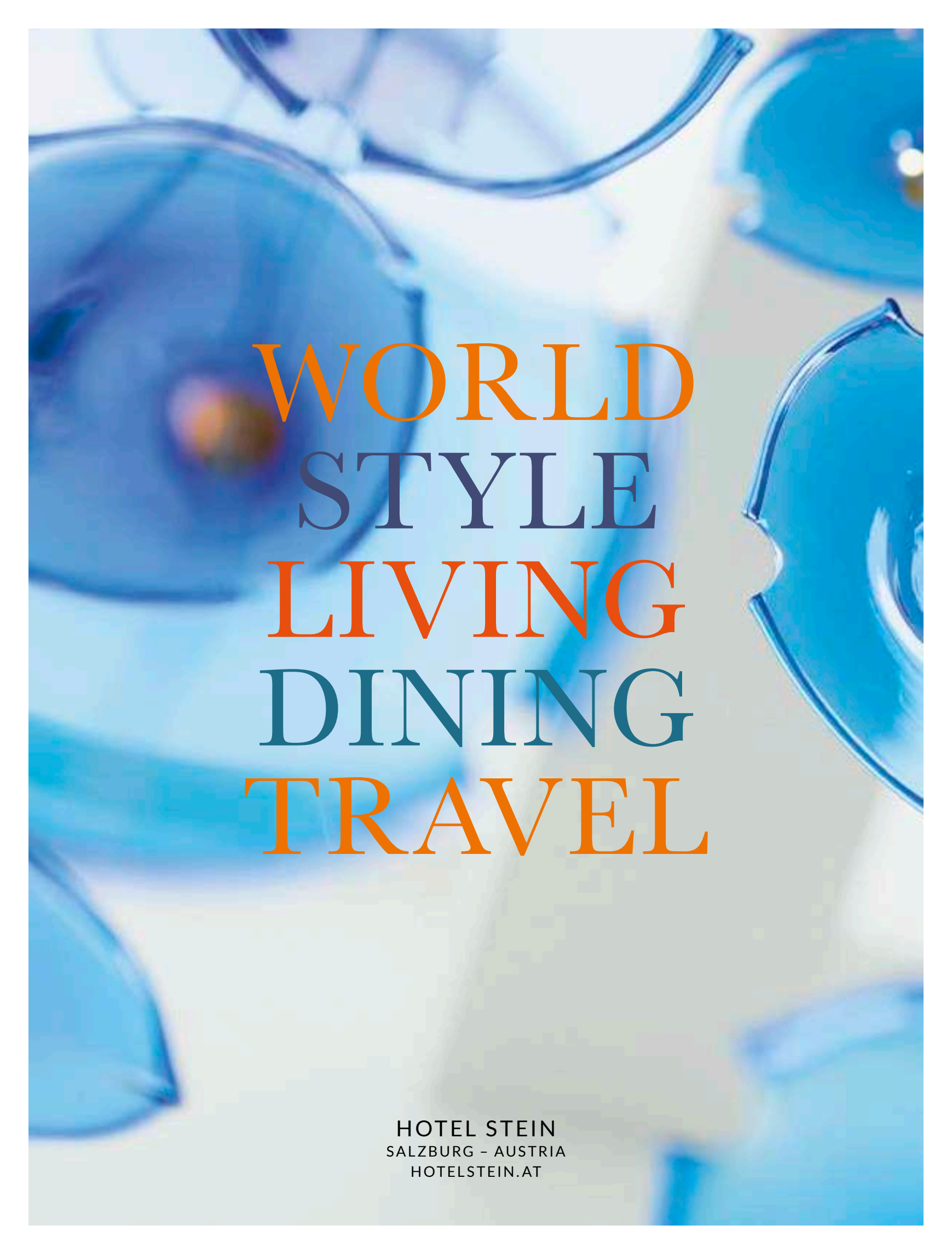
Ein Stern am kulinarischen Himmel der Stadt – mitten in der romantischen Goldgasse, ein wenig abseits der touristischen Pfade. Gasthof Goldgasse, das steht für seltenen kulinarischen Genuss, für herausragende und spannende Küche mit besten heimischen Zutaten, ein ausgesuchtes Sortiment an österreichischen Weinen und für Gastfreundschaft, gepaart mit Professionalität die jeden Besuch hier unvergesslich macht. Reservierung empfohlen.

A star on Salzburgs culinary heaven in the middle of the historic „Goldgasse“, hidden from touristic ways. Gasthof Goldgasse, stands for a rare culinary pleasure, for outstanding and exciting cuisine, with best local ingredients, a selected assortment of austrian wines and for hospitality coupled with professionalism, that makes every visit unforgettable! Reservation recommended!

gasthofgoldgasse.at

© Catalin Cucu





WORLD
STYLE
LIVING
DINING
TRAVEL

HOTEL STEIN
SALZBURG - AUSTRIA
HOTELSTEIN.AT