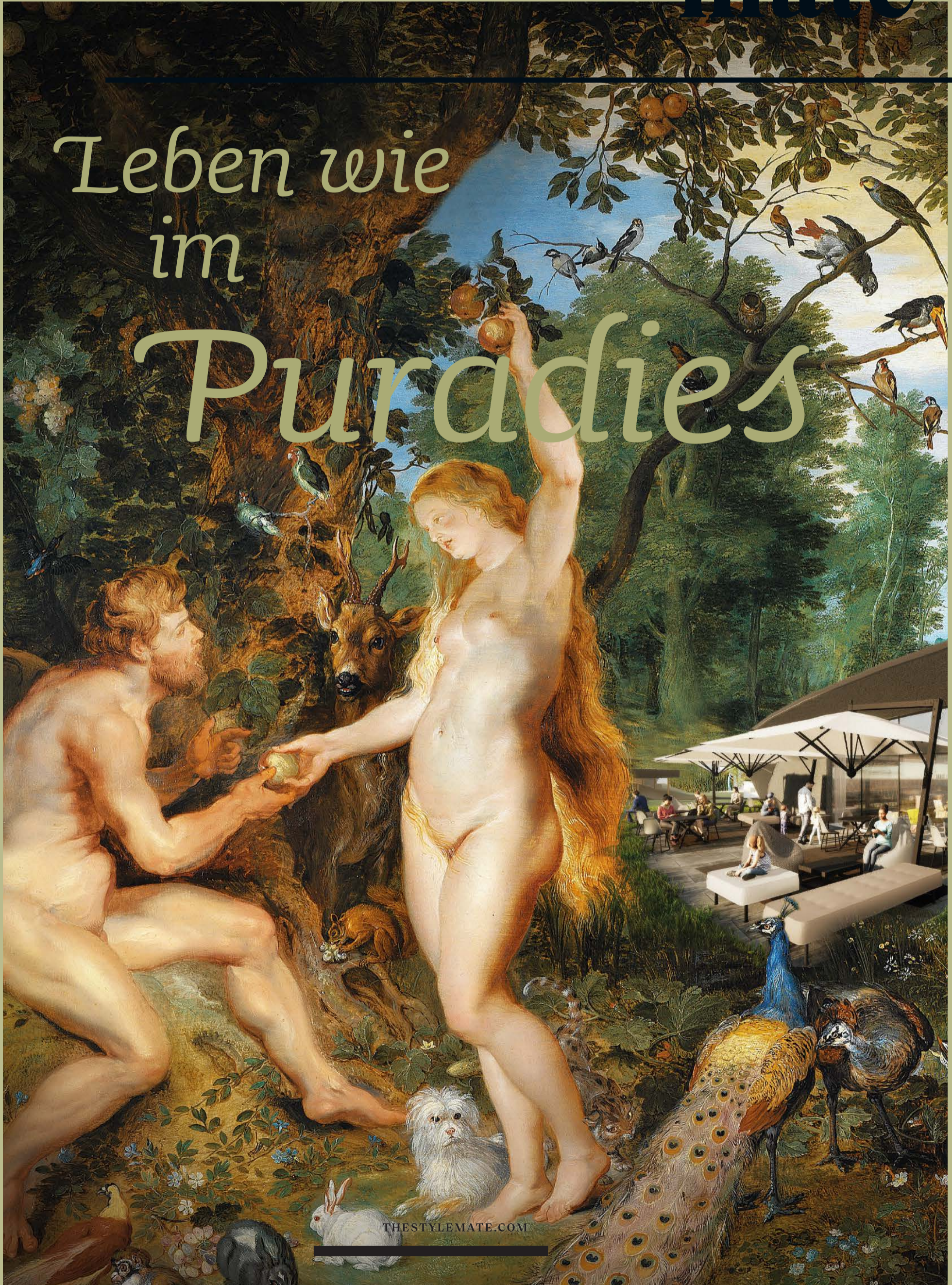


THE

INSPIRATION FROM AROUND
THE WORLD FOR AN AESTHETIC
AND MEANINGFUL LIFESTYLE
ISSUE № 01 | 2023
thestylemate.com

Style mate

Leben wie im Paradies



THESTYLEMATE.COM

IN THIS ISSUE

Essentials Seite 3	Das Puradies: Pures Glück Seite Cover 01
Klar im Kopf: Wer spricht Klartext? Seite 4-7	Interview: Familie Madreiter „Kleckern ist das neue Klotzen!“ Seite 02-03
LIFE: Richard Branson: Sundowner in Son Banyola Seite 8-9	Garten Eden Seite 04-06
Islandsaga: Das Land aus Feuer und Eis Seite 10-13	Architekten Interview: 3 Fragen an Christian Rottensteiner Seite 07
Franzobel Seite 14	Interview: „Es war nicht wie Urlaub, es war wie Nachhausekommen.“ Seite 08
STYLE: Klare Formensprache Seite 15	Impressum Seite 2
Creative Industries Styria: Ein Licht aus aller Welt Seite 16-17	
Teppichgalerie GEBA: Zurück auf den Teppich geholt Seite 18-19	
13&9 Design: Ein Jubiläum der Vielfalt Seite 20-21	
Kelly Wearstler: Eine Ikone des Designs Seite 22-24	
Wiener Neustadt Tourismus: Ton sehen. Bild hören. Tanz spüren. Seite 25	
Art by Tom Wenz: I don't paint pictures – I create dreams Seite 26	
Puradies: Naturküche zum Erleben! Seite 27	

Klare Worte.

Wonach lohnt es sich zu streben? Nach Erfolg, nach Macht, nach Glück, nach Liebe oder nach Anerkennung? Nach Liebe definitiv, nach Glück wahrscheinlich auch. Warum aber nicht nach Klarheit? In unserer zunehmend komplexeren Welt ist ein ungetrübter Blick auf Dinge durchaus vorteilhaft. In unserem Fall sogar unerlässlich, wenn wir Teil der Lösung und nicht Teil des Problems sein wollen. Vor allem beim Thema Nachhaltigkeit.

Es ist unserer bäuerlichen Herkunft geschuldet, dass wir die Natur um uns herum bestmöglich schützen und bewahren wollen. Dass wir geradlinig und authentisch agieren und unseren Traditionen treu bleiben. In unserem Bestreben machen wir hier keine Ausnahmen, auch nicht, wenn es um die Erweiterung unseres „Heaven Spa“ geht. Wie uns das gelungen ist, erfahren Sie ab Seite 15.

Auf den Seiten davor und danach? Da finden Sie viele lesenswerte Geschichten zum Thema Klarheit. Denn eines ist klar: Das einzig Stetige im Leben ist die Veränderung. Deswegen ist es so wichtig, einen ungetrübten Blick auf die Welt zu bekommen. Und dieser Blick auf die Welt ist unsere größte Leidenschaft.

Ihre Familie Madreiter



Familie Madreiter
HOTEL PURADIES

IMPRESSUM The Stylemate Medieninhaber und Verleger: Prime Time Touristik & Marketing GmbH, Schmiedgasse 38/1, 8010 Graz
Herausgeber: Thomas Holzleithner & Hardy Egger **Sonderteil Puradies:** Mag. Michael Madreiter, Puradies Embachhof GmbH & Co KG, Rain 9, 5771 Leogang **Chefredaktion:** Mag. Nina Prehofer - Agentur NEUNZEHN-NULL-VIER- **Chef vom Dienst:** Thomas Holzleithner
Gestaltung: VON K Brand Design **Cover/Rendering:** Impala Wolf mit Biss
Konzeption und Redaktion: Julia Rinesch, Hannah Steffitz - Agentur NEUNZEHN-NULL-VIER-
Projektmanagement: Dominik Thamer - Agentur NEUNZEHN-NULL-VIER- **Autoren dieser Ausgabe:** Franzobel, Julia Rinesch
Lektorat: Mag. Marlene Zeintlinger **Anzeigen:** office@thestylemate.com
Druck: Medienfabrik Graz, 8020 Graz **Erscheinungsort:** Graz

Wenn Sie keine Ausgabe mehr versäumen wollen, können Sie THE Stylemate auch abonnieren.

thestylemate.com

Essentials



KLARE FORM

Teppiche sind zum Träumen da. Egal ob rund, ellipsenförmig oder rechteckig – ein Teppich ist eine wundervolle Ergänzung zu jedem Raum, in jeder Form und immer ein wahres Kunstwerk. Er erobert schnell alle Sinne – wir gehen barfuß darüber oder zeichnen mit den Fingern die Muster nach. Die Geba-Teppiche werden aus tibetischer Wolle und chinesischer Seide gefertigt. Insbesondere die tibetische Wolle von Hochgebirgschaf zeigt Charakter und Charme, weil sie nicht reinweiß ist. Zur Herstellung der Teppiche arbeitet Geba mit zwei verschiedenen Studios zusammen, die sich auf die Umsetzung unterschiedlicher Designs und Formen spezialisiert haben.

geba-teppiche.com, Teppich „Karma“, ab ca. € 1.170

DIESER



KLARE NOTE

Die Begegnung von Wasser und Materie. Das ist die Duftgeschichte von Eau d'Issey Pivoine und Eau d'Issey pour Homme Vétiver von Issey Miyake. Frisches, pures und essenzielles Wasser vereint mit einem natürlichen Material, einer Blume, einer Pflanze. Damit feiert Issey Miyake die Natur in ihrer reinsten Form. Die Flakons dieser beiden neuen Düfte werden mit 20 % recyceltem Glas gefertigt, während die Kappe bereits vollständig aus natürlichem Holz ohne Plastikzusatz besteht. Das Holz stammt aus ökologisch verantwortungsbewusst bewirtschafteten Wäldern, die dazu beitragen, die Auswirkungen auf die Umwelt möglichst gering zu halten. Dank dieser Holzkappen werden das Risiko der Verschmutzung der Meere um 99 % sowie der Wasserverbrauch für ihre Herstellung um mehr als 95 % gesenkt. On top sind die Düfte auch noch vegan – we like.

issey Miyakeparfums.com, L'Eau d'Issey pour Homme Vétiver Eau de Toilette Intense 100 ml, ca. € 109

KLARER KOPF

Die Vision des Gründers Mark Livings: Jeder sollte sein Lieblingsgetränk auf seine Weise trinken können – also auch alkoholfrei. So entstand die australische Marke Lyre's Non-Alcoholic Spirits. Nicht mehr nur im Dry January sind alkoholfreie Drinks eine willkommene Alternative. Wer klar im Kopf sein möchte, verzichtet auf Alkohol. Vorbei sind die Zeiten, in denen man dann auf Wasser, Softdrinks oder Säfte umsteigen musste. Heute bekommt man anständige Drinks, die Spaß machen. Für den Frühling empfehlen wir die zahlreichen Spritz-Varianten, die uns bereits jetzt vom Urlaub an der Amalfi-Küste träumen lassen.

lyres.eu, Lyre's Apéritif Dry oder Lyre's Orange Sec, ca. € 25,99



KLARER SCHNITTE

Die japanische Marke AMBUSH® ist vor allem für ihren punkigen, von Luxus und Streetwear geprägten Modeansatz bekannt. 2008 gegründet, hat das in Tokio ansässige Label durch seine Vision und seine innovative Perspektive auf Design Aufsehen erregt. Der idiosynkratische Stil der Marke hat zu Aufträgen und Kooperationen mit einer illustren Liste geführt, die von Ikonen der Modebranche bis hin zu europäischen Luxushäusern und amerikanischen Streetwear-Marken reicht. Aufbauend auf einer ersten Zusammenarbeit aus dem letzten Jahr kehren Levi's® & AMBUSH® mit einer neuen, von der Moto-Mode inspirierten Kollektion für Frühjahr/Sommer 2023 zurück. Die neue Kollektion besteht aus zwei geschlechtsneutralen Teilen, sie umfasst eine Jeansjacke und die dazu passende Jeans und ist von der Motorrad- und Biker-Kultur beeinflusst.

levi.com, Levi's X Ambush Biker-Jacke, ca. € 435



KLARE SICHT

Neues Jahr, neue Brille! Und das bedeutet auch neue Designs in der Upcoming Season. Dabei ist einiges möglich, sportlich-schick, bunt und auffällig oder Glanz und Glamour pur – die neue Saison verspricht Vielseitigkeit. David Beckham vereint bei seinen Modellen außergewöhnliche, zeitgenössische Ästhetik mit traditioneller Handwerkskunst und widerspiegelt dabei seine persönliche Vision sowie seine Liebe zu Vintage. Stylish und immer praktisch. Modern, versehen mit einem Hauch von Brillen-Geschichte. Zeitloses Design, britische Eleganz. Erhältlich bei sehenwutscher.

wutscher.com, EYEWEAR by DAVID BECKHAM, ca. € 188

AUSGABE



KLARE LUFT

Klar denken, gut schlafen, eine gesunde Raumluft herstellen. Der Dyson Purifier Humidify+Cool Formaldehyd und nutzt die UV-C-Technologie. So werden bis zu 99,9 % des Staubes, der Allergene und der Viren und bis zu 99,9 % der Bakterien im Wasser entfernt. Der Auto-Modus ermöglicht es dem Gerät, intelligent auf wechselnde Luftqualität und Luftfeuchtigkeit zu reagieren, und das Produkt kann über die Dyson-Link-App ferngesteuert oder per Sprachsteuerung aktiviert werden. Und zu guter Letzt: Er sieht toll aus.

dyson.at, Dyson Purifier Humidify+Cool Formaldehyd, ca. € 799

Foto: The Creating Click

Fotos: Geba Teppiche, Lyre's, EYEWEAR by DAVID BECKHAM, Issey Miyake Parfums, Levi's X Ambush, Styria

FRANZOBEL ist ein österreichischer Schriftsteller. Er veröffentlichte zahlreiche Theaterstücke, Prosa und Lyrik. Seine Theaterstücke wurden unter anderem in Mexiko, Argentinien, Chile, Dänemark, Frankreich, Polen, Rumänien, der Ukraine, Italien, Russland und den USA gezeigt.

Sein großer historischer Abenteuerroman „Das Floß der Medusa“ (Zsolnay-Verlag) wurde mit dem Bayerischen Buchpreis 2017 ausgezeichnet und stand auf der Shortlist zum Deutschen Buchpreis 2017.



FRANZOBEL

„Der Kapitalismus schreitet voran und dehnt sich aus wie das Universum, von dem keiner weiß, wann es ansteht.“

Mögen Sie Nebel? Feuchte, graue Schwaden, die einem das Gefühl geben, in Wolkeneingeweiden herumzutappen? Vermutlich nicht. Trotzdem hat der Mensch einen Drang zur inneren Vernebelung, dem er mit diversen Rauschmitteln gerne nachhilft. Im oberösterreichischen Seengebiet, wo ich aufgewachsen bin, ist es nicht nur wunderschön, sondern auch grausig neblig. Das ganze Jahr hängt dort eine rauchgraue Suppe. Zu diesem Naturnebel gesellen sich der Industriennebel und der Hausbrand. Doch damit nicht genug, gibt es noch den Nebel vom Sauerkrautkochen. Die Oberösterreicher essen zu allem Sauerkraut – gerade, dass sie es nicht in den Kaffee geben und Kuchen damit belegen. Zum Rausch sagt man dort übrigens Dampf. Auch die Welt ist vernebelt. Gott ist zu Tode erklärt worden und die moderne Physik hat uns jede Gewissheit genommen – nicht einmal auf Raum und Zeit ist mehr Verlass. Die weltweiten Staatsschulden betragen 66 Billionen Euro, was bedeutet, dass jeder Mensch, kaum geboren, schon mit 8250 Euro in der Kreide steht. Das macht aber nichts, weil das Geld sowieso nie zurückgezahlt wird. Wir Konsumberauschten lassen anschreiben zulasten der Zukunft. Der Kapitalismus schreitet voran und dehnt sich aus wie das Universum, von dem keiner weiß, wann es ansteht. Dasselbe gilt fürs Internet, theoretisch ist alles Wissen verfügbar, aber gerade das verunsichert. Also sucht sich jeder einen Weg durch den Nebel, lechzt nach eindeutigen Erklärungen.

Nebelland

Verschwörungstheorien feiern fröhliche Urständ, für Pubertierende ist es hip, das Geschlecht zu wechseln, alle anderen sind woke, vegan oder fühlen sich dem Rest der Welt moralisch überlegen.

Alles, was die Klarheit trübt und verunsichert, wird sofort verdammt. Seit Corona darf nicht mehr differenziert werden, ganz egal ob es um den Krieg oder pädophile Schauspieler geht, jede abwägende Meinung wird als Whataboutism oder Verharmlosung niedergebrüllt.

Nun ist die Bestimmung des Menschen aber zu leben und lautet seine erste Pflicht, das Leben zu achten, anstatt zu richten. Als Schriftsteller habe ich stets versucht, Leute zu verstehen, Lebensläufe nachvollziehbar zu machen, um zu begreifen, warum jemand so geworden ist, wie er ist. Das geht nicht mehr. Wer nur leise Zweifel an den Coronamaßnahmen äußert, ist ein Impfgegner, Schwurbler, Volksschädling, und wer mit leisen Tönen ein Loblied auf den Pazifismus anstimmt, wird als Putinfreund diffamiert. Und wehe, man bemitleidet Täter. Dann ist es ganz aus.

Die Welt will Klarheit, Sicherheit, und alles, was sie trübt, wird verdammt. Herauskommt eine Meinungsdictatur, bei der die Zwischentöne auf der Strecke bleiben.

Der Mensch hat Lust, sich zu berauschen, weil im Zustand innerer Benebelung alles klar erscheint. Gerade ist viel von Work-Life-Balance die Rede, aber es sollte auch eine Stoned-clear-Balance geben. Auf die Ausgewogenheit kommt es an. Manchmal ist der Nebel schön, oft tut es not, klare Sicht zu haben. Hin und wieder ist es notwendig, sich nicht verunsichern zu lassen, dann wieder tut es gut, zu differenzieren.

Doch ganz egal, ob Klarheit oder Diffusität, das Zauberwort heißt Toleranz. Ich mag auch den Nebel, nicht nur, weil ich darin aufgewachsen bin.

Pures Glück

Willkommen im Puradies. Willkommen daheim.

Wenn der Nebel aufsteigt und die Berge frühmorgens in ein gleißendes Licht getaucht sind, dann bin ich angekommen. Wenn die Luft klar und frisch ist, es nach Wiesen und Wäldern duftet, dann atme ich auf. Wenn ich mich nicht verstellen muss, sondern sein darf, wer ich bin, dann bin ich zu Hause. Und mein Herz wird ganz weit.

(+) PURADIES
Österreich / Salzburg / Leogang
puradies.com

4*S Alpines Naturresort mit
Tradition und Persönlichkeit.



PURADIES

Mein Naturresort



„Kleckern ist
das neue Klotzen“

Foto: The Creating Click

Foto: The Creating Click

Alles verändert sich, auch die Hotellerie. Zwei, die diesen Prozess hautnah miterlebt und mitgestaltet haben, sind Michael und Philipp Madreiter, Brüder und Puradies-Hoteliere aus Leidenschaft. Gründe genug, um mit ihnen über die Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft der Branche zu sprechen.



The Stylemate: Wie hat sich die Hotellerie in den letzten Jahrzehnten verändert?

Philipp Madreiter: Wenn ich an unseren Betrieb von damals denke, dann hat sich eigentlich alles verändert. Es gab keinen Fernseher am Zimmer und das WC war am Gang. Das wäre heute unvorstellbar. Wenn man so will, war Urlaub früher bodenständiger. Obwohl der Wunsch nach Erholung immer derselbe geblieben ist. Und die Gäste genießen den freien Bergblick heute noch genauso wie vor 30 Jahren.

Michael Madreiter: Gerade wir in Leogang haben in den letzten Jahrzehnten einen riesigen Schritt in Richtung Qualität gemacht. Es gibt fast kein Hotel mehr unter vier Sternen. Die Betriebe selbst sind viel professioneller geworden. Generell muss man sagen, dass das auch notwendig ist, weil unsere Gäste natürlich viel mehr Reiseerfahrung mitbringen als früher. Vor 30 Jahren war der Urlaub hier in Leogang oft der einzige Urlaub. Viele unserer Stammgäste haben ihre Sommerfrische sowie ihren Winterurlaub bei uns verbracht. „Ein Leben lang Leogang“ war damals auch der Werbespruch. Heute geht's beruflich und privat rund um die Welt. Dadurch „erreist“ man sich ganz neue, andere Lebens- und Urlaubserfahrungen und somit auch ein neues Level an Qualitätsbewusstsein, weil man aus der eigenen Erfahrung weiß, wie es anders und vielleicht auch besser gehen kann. Man kann den Tourismus vor 30 Jahren mit dem Tourismus heute überhaupt nicht mehr vergleichen. Das Wissen von damals hilft heute nur noch wenig. Was hingegen schon hilft: nicht zu vergessen, wo man herkommt. Ein besonderes Werteverständnis und Traditionsbewusstsein sind uns hier im Puradies extrem wichtig.

TS: Trägt die Digitalisierung auch zur Veränderung der Hotellerie bei?

MM: Und wie! Social Media spielt da eine große Rolle. Dadurch hat sich die Wahrnehmung des Urlaubsortes, des Hotels komplett verändert. Und soziale Medien sind nicht gleich soziale Medien. Da gab es in den letzten Jahren eine starke Evolution in der Nutzung und kaum eine Branche erfährt einen schnelleren, stärkeren Wandel. Anfangs war es die „Selfie-Manie“ mit „Duck-Face“ und Co. Danach ging es überwiegend darum, Momente und schöne Bilder zu sammeln. Heute wird es wieder relevanter, dass die geteilten Momente eine gewisse Bedeutung haben, also „meaningful“ sind. Das ist für mich eine sehr positive Entwicklung. Hier können wir als Familienbetrieb mit dem Erlebnis Puradies punkten. Uns fällt es leichter, authentische, bedeutsame Erlebnisse zu bieten, weil wir per se authentisch sind und einen Urlaub ermöglichen, der über den Standardurlaub hinausgeht, einzigartig ist und hoffentlich bei unseren Gästen lange in Erinnerung bleibt.

TS: Man kommt also wieder etwas weg von „höher, schneller, weiter“?

MM: In einigen Bereichen, ja. Aber beim Thema Wellness noch nicht. Da findet teilweise ein richtiges Wetrüsten statt, bei dem wir weder mitgehen wollen noch können. Wir schauen sehr stark auf ein gesundes Verhältnis zwischen notwendiger Investition und nachhaltigem Umweltschutz. Damit wir nur das nehmen, was wir andererseits auch wieder zurückgeben können. Unser bäuerlicher Ursprung spielt natürlich eine große Rolle. Das sieht man auch bei unserem neuen Wellnessbereich. Ich würde das sogar so formulieren: „Kleckern ist das neue Klotzen“. Weil es in den Köpfen der Menschen schon angekommen ist, dass ein großer Pool, der im Winter dampft, mit Nachhaltigkeit gar nichts zu tun hat.

PM: Aber natürlich wollen und dürfen wir auch nicht stehen bleiben. Als Hotelbetrieb bist du vergleichbar. Aber: Alles muss mit Maß und Ziel passieren. Das ist uns wichtig.

TS: Wünschen sich die Menschen denn generell nicht eher wieder eine Rückkehr zu den Wurzeln?

PM: Absolut, daher lässt sich bei uns gehobene Hotellerie mit unserem bäuerlichen Betrieb auch so gut vereinbaren. Wir haben 17 Kalbinnen, viele Schweine, Schafe, Zwergziegen, Hasen und Bio-Hühner. Wir mähen selber, machen Heu, streuen den Mist selber. Unser Stall ist nicht nur ein Streichelzoo, sondern eine echte, gelebte Landwirtschaft. Von der natürlich auch die Gäste profitieren.

MM: Beim Thema Kulinarik fällt uns auch auf, dass Einheimische sowie Gäste sich zurückbesinnen, regional erzeugte Produkte und Dienstleistungen wieder mehr Wertschätzung erfahren und biologisch produzierte Lebensmittel einen besonderen Stellenwert einnehmen. Auch konventionelle Produkte im Supermarkt sind mittlerweile nicht mehr „billig“. Und da es nicht mehr nur um den Preis geht, sondern auch der Megatrend „Gesundheit“ in den Fokus rückt, fangen die Menschen an, darüber nachzudenken, wo die Lebensmittel herkommen. Und ob man nicht gleich etwas kauft, wo noch Menschen dahinterstehen, die man kennt. Unsere Gäste schätzen sehr, dass zumindest ein Teil unserer Produkte aus der eigenen Landwirtschaft kommt und wir die regionalen Produzenten und Bauern stark unterstützen.

TS: Wird es dann auch wieder wichtiger, dass ein Haus nicht austauschbar ist, sondern sich seine Persönlichkeit bewahrt?

MM: Ich hoffe schon, dass man spürt, ob es ein konzerngeführtes oder ein familiengeführtes Haus ist, das eine Geschichte hat, hinter dem Menschen stehen, die seit

Generationen mit dem Ort verwurzelt sind. Unsere Gäste fahren nicht nur ins Puradies, sie fahren auch zur Familie Madreiter.

PM: In Leogang gibt es tatsächlich ausschließlich Familienbetriebe. Da steht überall die Familie dahinter und arbeitet mit. Die Familie ist bei den einen mehr und bei anderen weniger sichtbar, aber bei uns hat man spätestens am zweiten Urlaubstag mindestens ein Familienmitglied getroffen. Ich finde das nach wie vor sehr wichtig. Und unsere Gäste melden uns auch zurück, wie sehr sie diesen Kontakt schätzen.

TS: Was wird denn noch wichtig in der Hotellerie der Zukunft?

MM: Nachhaltigkeit! Wir wollen nicht Teil des Problems sein, sondern mit Ideen zu Lösungen beitragen. So haben wir beispielsweise in der Coronazeit überlegt, wie wir die Produkte aus unserer Landwirtschaft sinnvoll verarbeiten können und unsere Produktlinie „Tilli's und Wasti's“ ins Leben gerufen. Unter der Marke gibt es Feines wie Gulasch oder Sugo vom Bio-Rind, aber auch vegane Köstlichkeiten wie Linseneintopf. Und das hat super funktioniert. Auch wenn Digitalisierung und vielleicht auch Robotisierung stark in die Hotellerie Einzug halten – Herzlichkeit und Gastlichkeit sind der entscheidende Unterschied. Ein guter Gastgeber sein, das war und wird immer wichtig sein.

PM: Wir haben auch einen großen Gemüsegarten mit 17 Hochbeeten. Unsere Mama hat hier die Oberhoheit und baut saisonales Gemüse an. Rund um unsere Chalets gibt es kleine Gärten, aus denen sich unsere Gäste selbst mit frischen Kräutern, Erdbeeren, essbaren Blüten und vielem mehr versorgen können.

MM: Das alles ist ein erster Schritt. Wir sind sicher auf einem guten Weg. Das bestätigt auch das Ecolabel, das wir mit Stolz tragen. Und wir sind in der Gemeinschaft der Change Maker Hotels. Da geht es nicht nur um Nachhaltigkeit, sondern auch um fairen Umgang mit Mitarbeitern. Auch das ist wichtig. Die Dinge, die wir machen, wollen wir in Zukunft noch besser, noch nachhaltiger, noch grüner machen. Wir bleiben dran. Damit wir alle eine Chance auf eine gute, gesunde Zukunft haben.



Garten Eden

Rendering: Impassio Worldt/Bliss

Kann denn Wellness Sünde sein? Im Paradies auf keinen Fall: Der Zubau des „Heaven Spa“ wurde sorgsam und mit Hinblick auf Nachhaltigkeit in die Landschaft eingebettet. Ab Juni 2023 öffnet die neue Erholungsoase samt Restaurant seine Pforten nicht nur für Adam und Eva, sondern für alle Gäste des Naturresorts in Leogang.



3 Fragen an ...

The Stylemate: Was waren die Herausforderungen bei der Planung für den neuen Wellnessbereich?

Christian Rottensteiner: Wir haben in Leogang einen wunderschönen Bauplatz mit einer tollen Aussicht und bestehenden Gebäuden in eher ländlicher und traditioneller Architektur. Die Grundüberlegung war die Konzeption einer Wellnessanlage, die sich möglichst gut in die Landschaft einfügt und ganz stark integrierend wirkt. Wir wollten den vorhandenen Freiraum auf gar keinen Fall eingrenzen, sondern im besten Fall durch die Architektur noch großzügiger erscheinen lassen. Eine weitere Herausforderung war, die Innenräume so zu gestalten, dass man zum einen die Sonne auf der Südseite und zum anderen den fantastischen Blick auf der Nordseite einfängt. Unser Entwurf erlaubt es, die Räume über den Tag zu erleben, man kann den Zauber des Sonnenaufgangs genauso wie die Wärme des Sonnenuntergangs spüren, ohne auch nur einmal den Platz zu verlassen.

TS: Der Neubau ist sehr modern. Wie kam es dazu?

CR: Wir haben uns im Entwurf sehr auf die Landschaft konzentriert und versucht, das Gebäude bestmöglich darin einzubetten. Es gibt im Neubau zwei Bereiche, die wie konzentrische Bänder angelegt sind. Ein Zentrum orientiert sich am Badesee und das zweite am Hügel auf der Südseite, der sich von oben herunterschiebt. Außerdem wollten wir ein Minimum an Erdbebewegung, somit hat sich angeboten, den Baukörper an das vorhandene Terrain anzupassen und nicht umgekehrt. Das Wechselspiel zwischen bebaut und unbebaut, zwischen hoch und tief, zwischen den verschiedenen Materialien ergibt ein sehr spannendes räumliches Konstrukt und damit eine sehr moderne Architektur. Gleichzeitig gibt uns der Entwurf die Möglichkeit, dank großer Glasflächen im Winter die Sonnenwärme zu nutzen. Außerdem können im Sommer die Fenster geöffnet werden, um damit eine Querlüftung zu ermöglichen. Dadurch und dank großer Vordächer kühlen wir die Räume auf eine natürliche Art und Weise und die Ausblicke bleiben bestehen.

TS: Was ist Ihr persönliches Highlight?

CR: Ich mag sehr, dass man im Gebäude ständig Neues entdecken kann. Man schreitet fast von einem Bereich zum nächsten und es gibt viele verschiedene Ebenen, die zum Erkunden einladen. Zum Teil ist der Neubau ins Erdreich integriert, andererseits hat man durch doppelte Höhen unerwartete Ausblicke nach oben auf die Berge. Wir spielen, wenn man so will, mit geschützten Innen- und Außenbereichen und schicken die Gäste auf eine Entdeckungsreise. Und ganz besonders gespannt bin ich persönlich auf die Kaminlounge, die in Zusammenarbeit mit dem Künstler Michael Lang entsteht. Hier wird das finale Ergebnis auch für uns eine kleine Überraschung.

Kann Wellness nachhaltig sein? Wie geht man sorgsam mit Ressourcen und Natur um? Wie viele Pools braucht es wirklich? Und: Wie bleibt man seinen Wurzeln treu und erschafft trotzdem etwas Neues? Viele Fragen, die sich die Madreiter-Brüder Philipp und Michael gestellt haben, als es um die Planung zum neuen „Heaven Spa“-Zubau ging. Seit der Leoganger Familienbetrieb Embachhof modernisiert und stilvoll ergänzt im Jahr 2016 als Puradies wiedereröffnet hat, war den beiden Hoteliers bereits klar, dass irgendwann der Tag der Wellnesserweiterung kommen würde.

Nun, nach einigen Jahren sorgsamer Planung, ist es bald so weit: Ab 1. Juni dürfen die Puradiesgäste das erweiterte „Heaven Spa“ samt neuem Restaurant entdecken, erleben und genießen. Bei der Planung zum neuen Wellnessbereich stand das Thema „Wasser & Pool“ ganz oben auf der Wunschliste der Gäste – und der beiden Hoteliers. Michael Madreiter: „Unser Badhaus ‚Innere Mitte‘ bietet bereits seit Jahren eine Auswahl an Saunen und Ruheräumen. Nur das Wasser, das hat uns gefehlt. Unser Natur-Badeteich ist zwar im Sommer sehr beliebt, aber natürlich nicht das gesamte Jahr nutzbar. Mit dem Neubau wird wohltemperiertes Badeserlebnis mit Blick auf die Berge jetzt 365 Tage im Jahr erlebbar.“ Neben einem Außenpool mit Inneneinstieg, einem flachen Kinderbecken und schönen, neuen Ruheräumen wird es auch einen lichtdurchfluteten Yogaraum mit direktem Zugang zum Garten und Badeteich geben. Michael Madreiter: „Darauf freue ich mich ganz besonders! Wir bieten schon seit Jahren wunderbare Yoga Retreats an, die wir so auf ein ganz neues Level heben können. Im Sommer kann man die großen, bodentiefen Fenster öffnen. Vom ganzen Raum hat man freien Blick auf die Berge. Das wird fantastisch!“ Mehr Raum und Licht bekommt auch der Fitnessraum, der ebenfalls im neuen

Anbau seinen Platz findet. Das – im wahrsten Sinne des Wortes – Sahnehäubchen der neuen Räumlichkeiten wird das Restaurant, das im oberen Stock mit großer Terrasse und freiem Blick auf das Bergpanorama untergebracht ist (mehr dazu auf Seite 27).

Sorgsam geplanter Raum für ein Mehr an Erholung

Warum es im Puradies mit dem neuen Wellness-Zubau dann „nur“ einen neuen Pool gibt und nicht gleich zwei oder drei? Wenn hier oben auf dem Sonnenplateau Leogangs gebaut wird, dann entsteht das Gegenteil von „höher, weiter, schneller“. Denn der Neubau musste einigen für den ehemals bäuerlichen Traditionsbetrieb relevanten Kriterien standhalten. Einen riesigen Wellnessbereich umzusetzen, käme für Michael und Philipp Madreiter nicht infrage. Das Leoganger Resort steht für naturnahe Auszeiten, Bodenständigkeit, Tradition, kurzum: für grünen Urlaub. Und das wird sich auch mit dem erweiterten „Heaven Spa“ nicht ändern. Michael Madreiter: „Uns war wichtig, dass wir unseren Gästen mehr Raum für Erholung bieten können, aber trotzdem unseren Prinzipien treu bleiben. So wird der Neubau behutsam in die Landschaft eingebettet. Wir wollten so wenig Eingriff in die Natur wie möglich. Die Dächer und zum Teil die Wände werden begrünt, umweltfreundliche Erdwärme schafft behagliche Wohlfühlatmosphäre, große Glasflächen fangen Licht und Landschaft perfekt ein. Der freie Blick von allen neuen Räumlichkeiten auf das Birnhorn und das Steinerne Meer ist fantastisch – unser Ziel war es gewissermaßen, den Blickwinkel unserer Gäste auf das Wesentliche zu richten.“ Den Blick fürs Wesentliche, der geht auch bei der Ausstattung des „Heaven Spa“-Zubaus nicht verloren. Naturstein, Lehm, Holz, Feuer, Wasser: Das sind die Zutaten für den alpinen Wohlfühlcharakter, der in

moderner Architektur perfekt mit dem bereits bestehenden Hotel verschmilzt. Trotz Neubau wirkt im Puradies alles wie aus einem Guss.

Hinauffahren, um runterzukommen

Dass der Platz auf einem Plateau über dem Ort Leogang wie gemacht ist für Erholung, das wussten die Gäste schon zu schätzen, als der Familienbetrieb noch ein Bauernhof mit Gästezimmern war. Hier oben hat man nicht nur das Gefühl, als würde die Sonne einfach immer etwas länger scheinen. Es ist eine Tatsache. „Wir sind sehr dankbar für unsere Alleinlage in der geografischen Mitte Leogangs. Es ist im wahrsten Sinne des Wortes ‚paradiesisch‘, mit rund 300.000 Quadratmetern Wiesen, Wäldern und Stille“, so Michael Madreiter. Wer hier urlaubt, genießt fast grenzenlose Freiheit. Der „Heaven Spa“ trägt seinen Namen nicht umsonst.



Renderings: Zuzana Vavilicarovna

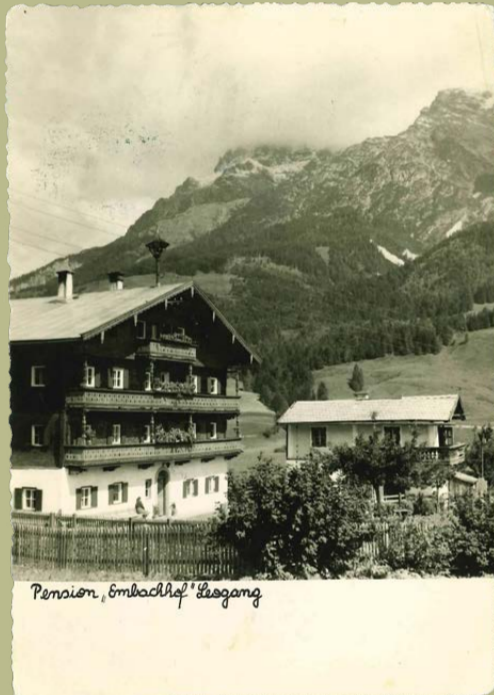
Foto: Axel Fetz



... Christian Rottensteiner, Architekt und Partner im renommierten Architektur- und Designstudio noa*, zur Planung des „Heaven Spa“-Neubaus.

Achim Biston verbrachte mehr als 40 Jahre lang Urlaube am Embachhof, lange bevor aus dem alten Bauernhof samt Pension das Puradies wurde. Wir haben ihn gefragt, was ihm aus diesen Urlauben besonders in Erinnerung geblieben ist.

„Es war nicht wie Urlaub, es war wie ein Nachhausekommen!“



Pension „Embachhof“ Leogang



Danke an unsere Stammgäste – 20 Jahre und mehr:

- Bräutigam, Linnenbrink, Schmitz, Schmidt, Momberger, Schopp, Reitingner, Fischer, Rennefeld, Bente, Franke, Röhr, Fischer, Fest, Linzen, Schur, Biston, Knuth, Deuerling, Siemens, Forster, Bumüller, Hose, Mocikat, Vatke, Flatmann, Brandl, Deller, Lehner, Wiesinger, Kastner, Rapp, Heilbrunner, Bertram, Marten, Hoening, Fischer, Saller, Eisenlohr, Günther, Eckert, Schweitzer, Lutz, Weigand, Kreckel, Correns, Habermann, Bumüller, Knuth, Graf, Röcker, Franke, Momberger, Bente, Toenneßen, Schopp, Altenbeck, Nißle, Wamsler, Brüggemann, Graf, Steinbrück, Nelsbach, Brenneis, Wamsler, Döring, Kischel, Dreeßen, Rapp, Krusewitz, Schmauk, Cegla, Winterfeld, Kalkowski, Rimbeck, Hetzl, Lautenschläger, Herms, Steeg, Konrad, Vergin, Aspacher, Schien, Günther, Theilen, Kuiper, Linzen

The Stylemate: Wie ist Ihre ganz persönliche Verbindung zur Familie Madreiter und dem alten Embachhof?

Achim Biston: Da muss ich ein wenig in der Zeit zurückgehen. Begonnen hat alles damit, dass meine Eltern Ende der 50er-Jahre zu den ersten Gästen am alten Embachhof gehörten. Meine Mutter hat mir erzählt, dass sie und mein Vater oft im Winter und Sommer nach Leogang gefahren sind, noch bevor ich auf der Welt war. Und in einem dieser Urlaube bin dann anscheinend tatsächlich ich entstanden. Da gibt es sogar einen Postkarten-Beweis. Für mich ist die Beziehung zum Ort, zum Hof und zur Familie also eine ganz besonders emotionale.

TS: Was sind denn Ihre Kindheitserinnerungen an die Urlaube in Leogang?

AB: Das war eine wunderbare Zeit. Ich kann mich noch heute ganz genau daran erinnern, wie es im alten Bauernhaus gerochen hat. Und wie welche Stufe des alten Holzhauses geknarrt hat. Das ist für mich untrennbar mit Urlaub auf dem Embachhof verbunden. Generell waren es Urlaube voller Freiheit für uns Kinder, wir waren ja meist drei Wochen am Stück dort. Eigentlich haben wir auch jedes Jahr dieselben Gäste getroffen, wir Kinder kannten uns alle. Begleitet von großen Abenteuern, ob im Stall oder der Scheune, wir hatten beispielsweise alle unsere Lieblingskälbchen, die wir während unseres Urlaubs auch versorgen durften – und erste Liebesgeschichten durften auch nicht fehlen!

TS: Später sind Sie dann auch mit Ihrer Frau und Ihren drei Kindern zum Embachhof gefahren?

AB: Nachdem ich als junger Erwachsener eine Zeit nicht dort war, bin ich dann erstmals wieder mit meiner Frau nach Leogang gefahren.

Sie kommt vom Niederrhein, da ist die höchste Erhebung ein Maulwurfshügel. Es war ein absolutes Experiment, weil sie gesagt hat, sie müsse immer weit sehen können, um sich wohlfühlen. Aber wir waren dann im Winter am Embachhof und es hat ihr ganz wunderbar gefallen. Auch sie hat den Embachhof und die Familie Madreiter sofort in ihr Herz geschlossen. Später mit unseren eigenen drei Kindern war das für mich fast wie ein Déjà-vu – sie haben im Grunde das Gleiche erlebt wie ich. Der Embachhof durchzieht unser Familienleben und gehört einfach dazu. Und das ist wunderschön.

TS: Da gibt es sicher viele Erinnerungen!

AB: Und wie! Ich glaube, unsere älteste Tochter hat tatsächlich dort das Gehen gelernt, weil sie unbedingt eine Birne aufheben wollte, die gerade vom Birnbaum gefallen war. Und unsere Jüngste hat, als sie noch ganz klein war, sehr den Phillip Madreiter angehimmelt – ihre erste Liebe sozusagen. An die Bergtouren mit Wasti (Anm. der Redaktion: Senior-Chef Sebastian Madreiter) auf Gipfel und Almen, an die erinnere ich mich auch gerne zurück.

Und an Michaels Oma, die so eine warmherzige und fleißige Frau war und uns köstlich bekocht hat. Es war nicht nur wie Urlaub, es war wie ein Nachhausekommen!

TS: Wann haben Sie Ihren nächsten Urlaub im Puradies geplant?

AB: Eventuell wollen wir dieses Jahr im Sommer nach Leogang fahren. Ich kenne den kompletten Neu- und Anbau ja noch nicht, da bin ich natürlich sehr gespannt, was sich alles getan hat. Und ich freue mich, vor allem die Familie Madreiter wiederzusehen und gemeinsam alte Erinnerungen hochleben zu lassen.



Foto: Achim Biston

Bei der klaren Formensprache liegt die Schönheit in der Einfachheit und Reinheit der Formen. Es geht darum, unnötige Elemente wegzulassen und sich auf die Essenz eines Designs zu konzentrieren. Weniger ist hier also mehr. Statt einer Fülle von Farben und Mustern werden einfache Linien und Flächen verwendet, um die Aufmerksamkeit auf das Wesentliche zu lenken. Ruhe und Ordnung kehren ein und der Betrachter konzentriert sich auf die Schönheit der Einfachheit. Überflüssiges wird eliminiert und die Funktionalität in den Vordergrund gestellt. Hier überwiegt die Klarheit, Ablenkungen werden vermieden. Deshalb gilt es, zu beachten, dass Klarheit ganz und gar nicht mit Langeweile oder Einfachheit gleichzusetzen ist, sondern eher eine Frage der Balance zwischen Form und Funktion ist. Verschiedene Formen finden sich auch in der Teppichgalerie Geba wieder, klare Designs kommen von 13&9 Design und die Klarheit zu Hause schaffen wir uns mit Lampen aus der Creative Industries Styria.

Alles klar.

ADVERTORIAL

TOM WENZL ALIAS WENZO, KAROSSERIEFACHMANN UND LACKIERER, BEGANN SEINEN KÜNSTLERISCHEN AUFSTIEG IN EINEM KLEINEN KELLERATELIER. „SCHUSTER, BLEIB BEI DEINEN LEISTEN“, HAT SICH DER GELERNT SPENGLER GESAGT UND SEIN GEDIEGENES HANDWERK ZUR KUNST ERHOHEN. SO WIDMET ER SICH SEIT RUND SIEBEN JAHREN HAUPTBERUFLICH DER MALEREI: „POP-ART“. MITTLERWEILE IST ER AUCH ZWISCHEN MONACO UND KALIFORNIERISCH ZU HAUSE UND SO NEBENBEI AUCH FÜR ARNOLD SCHWARZENEGGERS TÄTIG. „VERTRAUE DIR UND DEINER LEIDENSCHAFT, SEI EHRlich UND KORREKT“, LAUTET EINER SEINER LEITSPRÜCHE. WIR HABEN IHN GEFRAGT, WAS „POP-ART“-WERKE SO UNVERWECHSELBAR MACHT, WOHER ER SEINE INSPIRATION ZIEHT, WAS SEIN LIEBLINGSWERK IST UND WIE LANGE DIESER ENTSTEHUNGSPROZESS DAUERT, BIS DAS FERTIGE BILD DAS LICHT DER (KUNST-)WELT ERBLICKT.

Tom, erzähl' ein wenig über dich persönlich:

Wie bist du zu dieser Art von Kunst gekommen?

Als Jugendlicher bin ich öfter von meiner Heimat Judenburg nach Tarvis gefahren. Die bunten Märkte, all das Lebensfrohe haben mich schon immer fasziniert und vor allem hatten es mir diese kecken Lederjacken angetan. Ich wollte aber nicht die schwarze Jacke haben, sondern eine blitzblaue, die es seinerzeit allerdings nur in der Damenabteilung gegeben hat. Freilich, heute würde ich sowas nicht mehr kaufen, aber schon damals hatte ich ein Faible für knallige Farben. Ich habe dann eine Ausbildung zum Karosserie-spengler absolviert und meine Mopeds und Vespa bald bunt, in violett, Perlmutter, pink oder Neonfarben angesprüht. Viele Jahre später war ich in Miami und spazierte an einer Galerie vorbei – meine erste richtige Bekanntschaft mit Pop-Art! Die Bilder dort waren grell und bunt mit Karl Lagerfeld oder Marilyn Monroe als Motiv. Von diesem Zeitpunkt an ließ mich die Faszination „Galerie“ nicht mehr los.



I don't paint pictures ...

Umso mehr, als ich damals in einem Unternehmen gearbeitet habe, das sich schon eingehend und professionell mit Grafik und Photoshop befasst hat. Unbedingt wollte ich mir ein spannendes Bild „nachbauen“, so bat ich um Fototerlaubnis. Zu Hause angekommen, habe ich sofort mit dem Foto als Inspiration eine Art Collage zusammengestellt und diese im Hintergrund dazugelegt, das ganze Bild am Ende noch beschriftet. So hat alles begonnen und eigentlich haben meine Versuche gleich Anklang gefunden.

Was oder wer inspiriert dich?

Ich liebe jede Umgebung mit kreativen Farben und Elementen. Immer wieder habe ich damit auch experimentiert. Und die Sorge oder die Angst, eigentlich nicht „richtig“ malen zu können, habe ich abgelegt, als ich bei einem Live-Event Dominic Thiem zeichnen durfte und daraufhin gehörigen Zuspruch bekam. Mehr und mehr versuchte ich dann, bekannte Motive mit neuen Stimmungen und Elementen, vor allem mit neuen Techniken – Digi-Print, Spray, Acryl, Lasur – künstlerisch weiterzuentwickeln. Eigentlich war es als so genannter „Pop-Art-Jünger“ immer schon mein Anliegen, ein bisschen Kalifornien, ein bisschen New York nach Österreich zu „importieren“. Da ist Andy Warhol genauso dabei wie „Mr. Brainwash“, der Franzose Thierry Guetta, ein begnadeter Pop-Art- und Streetart-Künstler, oder Banksy, der unübertroffene britische Streetart-Künstler.

Ich mag das Ausdrucksstarke, das darf manchmal auch laut, schrill und exzentrisch sein. Vor allem solche Bilder sind es ja auch, die nicht nur zum Hinschauen anregen, sondern vor allem inspirieren. Nicht umsonst erreichen sie so viele Bewunderer weltweit.

Welche Techniken wendest du für deine Bilder an?

Früher habe ich hauptsächlich mit Grafik, Digi-Print und Collagen gearbeitet. Mittlerweile verwende ich Pinsel und Spraydosen, den Hintergrund collagiere ich meist ins Bild rein. Zum Schluss wird dann wieder alles so beschriftet, dass die Oberfläche aussieht wie eine Glasfläche, aber gleichzeitig UV-beständig bleibt.

Wie lange dauert so ein Prozess?

Dieser kann zwischen zwei bis 14 Tage dauern, kommt ganz darauf an, was man macht und vor allem, wann bei mir der berühmte „Wow-Moment“ kommt, bis ich weiß, dass ich das Bild jetzt zu vollenden habe. Das Beschichten selbst dauert dann auch nochmal zwei bis drei Tage.

Welches ist dein Lieblingskunstwerk?

Anfangs hat es immer ein besonderes liebgewonnenes Kunstwerk gegeben, das hing auch eine Zeit lang bei mir zu Hause und ich wollte es nie verkaufen. Irgendwann legt man aber solche Vorsätze ab, weil sowieso immer was Neues und Kreatives nachkommt. Es gibt aber auch Kunstwerke, bei denen eine menschliche Geschichte mitspielt, wenn etwa die

Möglichkeit bestand, mit prominenten Persönlichkeiten zusammenarbeiten zu dürfen, wie mit Arnold Schwarzenegger oder Dominic Thiem im Jahr 2019 bei den Tennis Open in der Wiener Stadthalle oder anderen Kalibern. Dazu zählen vor allem jene Bilder, die für die Aktion „Licht ins Dunkel“ entstanden sind. Auch dabei hat mich Arnold inspiriert – mit seiner Aussage: „Wenn du etwas nimmst, musst du es zurückgeben.“ Alle diese Kunstwerke sind mir besonders ans Herz gewachsen, nicht wegen des Motivs, sondern wegen der Geschichte, die dahintersteckt.

Worauf freust du dich dieses Jahr?

Heuer stehen wieder einige Ausstellungen am Programm, vor allem in der Schweiz sowie in der näheren Umgebung. Bis dato sind Ausstellungen in Zug/CH, im südsteirischen Schloss Gamlitz und im Schloss St. Martin in Graz geplant. Auch in Leogang, im Hotel „Puradies“, steht womöglich bald was Spannendes an! Warten wir ab ...



I create dreams



Das Puradies bekommt kulinarische Verstärkung: „Leger und trotzdem mit ganz viel Atmosphäre“ soll das neue „Bistro“ am Dach des „Heaven Spa“-Neubaus werden. Das Erlebnis Naturküche, das im ESS-ENZ schon für höchste Prämierungen sorgte, wird hier einziehen. Serviert wird „purer Geschmack mit Fokus auf hochwertige, regionale Produkte“, so Michael Madreiter.

Naturküche

Viele köstliche Erzeugnisse kommen aus der eigenen Bio-Landwirtschaft, um die sich Philipp Madreiter, aber auch Senior-Chef Wasti Madreiter liebevoll kümmern. Die Säulen des neuen Restaurants, das im Arbeitstitel ganz bescheiden „Bistro“ genannt wird, passen zur Grundphilosophie des Puradies.

Wer die Wahl hat, hat die Qual. Und Möglichkeiten hatte Michael Madreiter bei der Konzeption des neuen Restaurants mehr als genug. Ob länderspezifisch, Fusionsküche oder Haute Cuisine: Der Hotelchef im Traditionsbetrieb Puradies legt den Fokus lieber auf den Inhalt als auf die Verpackung. Food Waste zu reduzieren, beispielsweise: „Es wird kein Konzeptrestaurant, da wir uns nicht einengen wollen. Dafür kontrastreich wie die Region, mit einem großen regionalen Schwerpunkt und dennoch offen für den Blick über den Tellerrand. Wert legen wir auf hochwertigste Produkte, die sich dann in allen Gängen wiederfinden.“

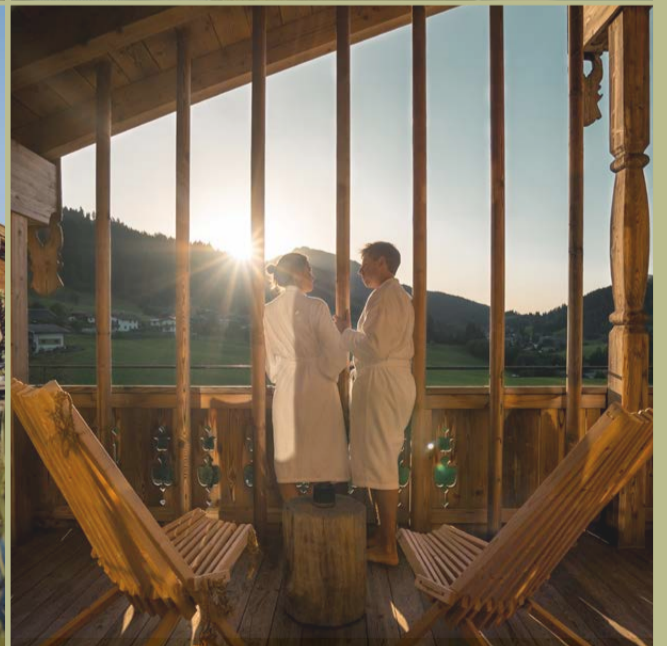
Wenn man weiß, wer hinter den Produkten steht, ist die Wertschätzung dafür um ein Vielfaches größer.“ Zum Glück nennt das Puradies einen großen Bio-Bauernhof sein Eigen.

„Wir leben bei uns im Naturresort eine naturnahe Philosophie vor, damit schließen sich viele Dinge automatisch aus.“ Wichtig war Familie Madreiter, dass das neue Restaurant zwar hochwertigste Küche anbietet, aber trotzdem leger bleibt: „Wir bekommen eine größere Küche und können damit unseren Haus- wie auch externen Gästen mehr Auswahlmöglichkeiten auf der Karte bieten. Trotzdem bleiben wir dem Konzept der Erlebnisküche treu und wollen einen Ort der Begegnung schaffen. Die Gäste sollen sich wohlfühlen, da engt ein Anzug doch nur ein.“

Ein ganz besonderer Leckerbissen ist übrigens die Lage des neuen „Bistro“. Es sitzt oberhalb des neuen Poolbereichs, inmitten des großen Gartens, mit großen Glasflächen sowohl auf der Süd- als auch auf der Nordseite. Lichtdurchflutet, freundlich, hell und mit unvergleichlichen Ausblicken auf die Berge: Zum Hauptgang serviert der Himmel den schönsten Sonnenuntergang. Der kann übrigens auch auf der neuen Terrasse oberhalb des „Heaven Spa“ genossen werden. Hier fühlt man sich dann endgültig wie im siebten Himmel.



zum Erleben



#puradies_moments

puradies.com