



EDITORIAL

LIEBE MITGLIEDER UND FREUNDE DES KITZBÜHEL COUNTRY CLUB

Das erste Jahr des Clubbetriebes und einige Monate des zweiten Jahres sind bereits Teil unserer Entstehungsgeschichte geworden. Dies ist ein Anlass, mit diesem ersten Clubmagazin des laufenden Betriebes Rückschau und Ausschau zu halten. Die Idee im Kitzbüheler Raum eine völlig neue Art des „zu Hause“ in Form des ersten Privat Member Clubs dieser Art im Alpenraum zu schaffen, wurde Realität. Dies ist unser gemeinsamer Erfolg! Alle Aspekte des Kitzbühel Country Club weiter zu entwickeln und immer mehr Freude und Nutzen für jedes Mitglied zu schaffen, ist eine schöne Aufgabe.

Die wichtigsten Meilensteine waren - neben der Verbindung zu Ihnen - natürlich die Richtung des Gebäudes, aber vor allem die Kreation eines Gebäudes mit Atmosphäre, mit Funktion für Fitness, Wellness, Gesundheit, Kulinarik, Gesellschaft, Wohnen, Service oder Mobilität und die Verbindung mit über 250 Clubs in 40 Staaten, die Ihnen auch auf Ihren Reisen immer einen Ort wie „zu Hause“, einen Ihrer Clubs, bereitstellen soll. In diesem Magazin sehen Sie einige der vergangenen Highlights und Ideen sowie schöne Ereignisse in unserem Clubleben, die wir miteinander erleben durften.

Die Entwicklung ist großartig und wir sprühen vor Freude mit Ihnen gemeinsam viele neue Möglichkeiten zu schaffen, die unser Leben auf vielfältige Weise bereichern sollen. Konkret laden wir Sie ein, in welcher Form auch immer, es Ihnen ein Anliegen ist, Ihre Ideen dem Clubsekretariat mitzuteilen. Besonders schön ist die Entwicklung, dass gerade bei Stubengesprächen und sonstigen Ereignissen, auch die Vortragenden und Ideengeber aus dem Kreis der Clubmitglieder kommen. Das stellt die Verbindung der Mitglieder untereinander in einer freundschaftlich, familiären Form her.

Diese Erlebnisse miteinander und der Gedankenaustausch sollen alle gleichermaßen erfreuen und das Leben bereichern. Ich lade Sie ein, mit der Lektüre dieses Heftes und im ständigen Austausch den Geist des Kitzbühel Country Club zu genießen.

Ein besonderer Dank gilt in erster Linie unseren Mitgliedern aber auch dem Team des Kitzbühel Country Club, allen voran unsere Clubdirektorin, Frau Sandra Zanetti und Herrn Reinhard Brandner, der in großartiger Weise die Kulinarik und die gesamte Gastronomie des Kitzbühel Country Club auf hohem Niveau gewährleistet. Ein Dank aber auch an Herrn Herbert Lukele, der dieses Magazin für uns erstellt.

In herzlicher Verbundenheit,

Ihr Richard Hauser
Gründer & Eigentümer Kitzbühel Country Club

DEAR MEMBERS & FRIENDS OF THE KITZBÜHEL COUNTRY CLUB

The first year since our Club opened its doors and some months of the second year are already part of our history. This is a good reason, with this first Club magazine of the running operation, to look back and ahead. The idea to create, in the Kitzbühel region, a totally new kind of "home" was realized in the first Private Members Club of its kind in the Alps. This is the success of us all! To further develop all aspects of the Kitzbühel Country Club and to create more joy and usability for each member is a wonderful task.

The most important milestones were – next to the connectedness with you – certainly the building's direction; but most of all to establish a space full of atmosphere with the functions fitness, well-being, health, culinary high lights, society and company, living, service or mobility and the contact with more than 250 Clubs in 40 countries. This is supposed to present you with your "home away from home", namely one of your Clubs, on your journeys. In our magazine we recall some of the past high lights and ideas as well as beautiful moments in our Club life which we were able to share.

The development is wonderful; we sparkle with joy to create, together with you, many new opportunities to enrich our lives in many ways. We invite you, in all concreteness, to please inform the Club secretariat on any ideas, requests or matters of concern you may have. Very pleasing is the fact that particularly in our "Stuben" parlor talks, as well as with other events, the lecturers and those who provide ideas derive from the circle of our Club Members. This helps to create friendly and informal relations between our Club Members.

All these shared experiences and the exchange of ideas are meant to please everybody and enhance life. May I invite you, by reading this magazine, and in constant active dialogue, to take pleasure in the spirit of the Kitzbühel Country Club.

Our special thanks, first and foremost, goes to our Members, but also to the Kitzbühel Country Club team, notably to our Club Director Sandra Zanetti and chef Reinhard Brandner, who guarantees culinary delights and an overall gastronomy on highest level. Many thanks also to Herbert Lukele, who realizes this magazine for us.

Very cordially yours,

Richard Hauser
Founder & Owner of the Kitzbühel Country Club



Richard Hauser
Gründer & Eigentümer
Kitzbühel Country Club

MITGLIEDERMAGAZIN

INHALTSVERZEICHNIS

S. 1
S. 4-6
S. 8
S. 10

EDITORIAL
SANDRA ZANETTI: Vollblut-Managerin mit Leib und Seele
HERBERT LUKELE: Eine Vision die begeistert
DER KCC: Gästehaus für Europas Top Unternehmen



Seite 32-33
Die KCC-Vollmondparty
Und hier ein Teaser. Equae volori si te pe vendam ut
doluptature pro erchit, to blatureium volupta doloris.



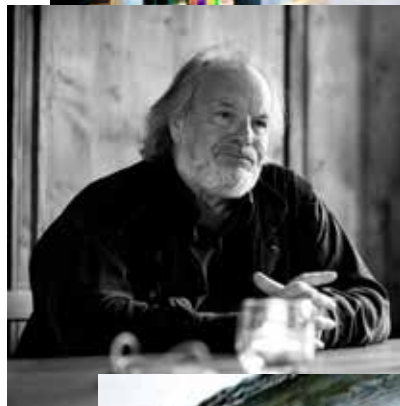
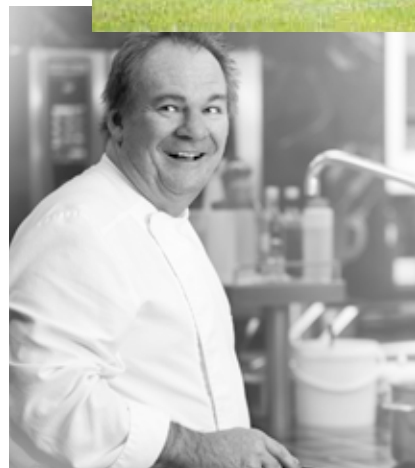
Seite 56-57
STUBENGESPRÄCHE: Siegen ohne zu kämpfen
Und hier ein Teaser. Equae volori si te pe vendam ut
doluptature pro erchit, to blatureium volupta doloris.



Seite 68-70
Maximilian Josef Riedel
Und hier ein Teaser. Equae volori si te pe vendam ut
doluptature pro erchit, to blatureium volupta doloris.

IMPRESSUM:

Herausgeber & Medieninhaber: Kitzbühel Country Club GmbH, Franz Reichs-Straße 21, 6370 Kitzbühel **Idee, Durchführung & Konzeption:** Herbert M. Lukele (hotelmedia Werner Zemanek) **Redaktion:** Herbert M. Lukele **Anzeigenverkauf:** Herbert M. Lukele **Anzeigenverkauf Deutschland:** Vessela Mornbauer **Lektorat:** Werner Zemanek, Evelyn de Stefani **Grafische Konzeption & Reinzeichnung:** Astrid Helmer **Übersetzung:** Anne Lösch **Fotos:** Michelle Hirnsberger, KCC, Herbert Lukele, Weinart, Ibizastyle, Architektur Spitzner, Riedl Glas, Friendsfactory AG, diverse Fotos wurden von Mitgliedern dem Magazin zur Verfügung gestellt.



EVENTS

S. 14-15
S. 16-17
S. 18-19
S. 20-21
S. 22-23
S. 24
S. 26-27
S. 28-29
S. 30-31
S. 34-35

Ein Fest für Wein & gutes Essen
40 Jahre Frauenschuh
KCC Cigar Lounge Event
Das Fest vor dem Hahnenkammrennen
Gans & Ente - Kochkurs mit Reinhard Brandner
Wir erfüllen jeden Wunsch - Reinhard Brandner im Interview
Der Nikolaus kam in den Club
Heiliger Abend im KCC
Silvester im Club
Ein Abend des Genusses

S. 62-65

DIVERSE EVENTS

EVENTS *Kunst*

S. 38-39
S. 40-41
S. 42-43
S. 44-45
S. 46-47
S. 48-49
S. 50-55

Voller Erfolg mit dem Eggner Trio
Alexandra Reinprecht - Ein Star im Club
Ein Klavierabend mit Maria Mazo
Clemens Rhomberg
Manfred Schluderbacher
David LaChapelle
Festspiele-Soirees als neue Veranstaltungsreihe

S. 58

EVENTVORSCHAU

INTERVIEWS & REPORTAGEN

S. 66-67
S. 72-73
S. 74-75
S. 76
S. 78-79
S. 80
S. 82-83
S. 84-85
S. 86-87
88

Spitzner Architektur
Das Beste oder Nichts
Ein starker Partner
Professor Dr. Liegl
Herausforderung Markt
„Heit scho a Hupferl g'mocht?“
Fallen lassen und genießen
Arbeiten unter Freunden
Emotionale Erfolgsfaktoren für Immobilien
Stärkung der ganzheitlichen Bewusstheit



VOLLBLUT-GASTGEBERIN *MIT LEIB UND SEELE*

IM GESPRÄCH MIT SANDRA ZANETTI,
DER DIREKTORIN DES KITZBÜHEL COUNTRY CLUB!

FULL-BLOODED MANAGER WITH HEART AND SOUL

TALKING WITH SANDRA ZANETTI, THE DIRECTOR
OF THE KITZBÜHEL COUNTRY CLUB.

Ankommen in einer schönen Umgebung und sich gleich wie zu Hause fühlen. Eine persönliche Begegnung - ein herzliches Willkommen. Ein ganz besonderer Augenblick! So wird man empfangen im KITZBÜHEL COUNTRY CLUB. Und dafür sorgt Sandra Zanetti.

Top gestylt, immer mit einem strahlenden Lächeln auf den Lippen, begrüßt sie jedes Mitglied persönlich. Scheinbar omnipräsent hält sie die Dinge am Laufen, kümmert sich liebevoll um die Menschen, mit all ihren Wünschen und Anregungen. Wir möchten ihr, auch im Namen unserer Mitglieder, ein Dankeschön aussprechen für ihr unglaubliches Engagement, die vielen schönen Stunden und Gespräche. Man merkt, dass ihr die Mitglieder wirklich am Herzen liegen!

To arrive in beautiful surroundings and feel at home right away. To be greeted with a warm welcome. This is a very special moment. And that is exactly what it's like at the KITZBÜHEL COUNTRY CLUB.

At the heart and core of it all is Sandra Zanetti. Perfectly styled, radiant, she greets every Club Member in person. Seemingly omnipresent, she keeps things going, caring for everybody with all their wishes and suggestions. We would like – and this includes our Members – to express our thanks to her for her incredible and committed involvement, for many beautiful hours and conversations. It is so very obvious how much she cares about all Members of the Club.



FRAU ZANETTI, WAS BEDEUTET DER KITZBÜHEL COUNTRY CLUB FÜR SIE GANZ PERSÖNLICH?

Ich interessiere mich für Menschen, für deren Bedürfnisse, was Ihnen gut tut, was sie sich wünschen, wonach sie suchen. Ich höre ihnen zu, denke quer, und versuche sie miteinander zu verbinden. Bei mir laufen ja alle Fäden zusammen und ich überlege: Welche Themen ergänzen sich, wer könnte wem Impulse geben oder was könnte zu einem fruchtbaren Austausch führen?

Außerdem genieße ich es jeden Tag mit so vielen verschiedenen Persönlichkeiten in Kontakt zu kommen und möchte, dass sich hier alle wohlfühlen. Sie sollen eine Umgebung finden, in der sowohl Rückzug als auch Gemeinschaft seinen Raum findet. Unsere Gäste sollen hier Ruhe finden und Kraft tanken, sich Inspiration holen oder einen spannenden Austausch mit anderen Gästen pflegen können. Letztendlich sollen sie sich wie zu Hause fühlen.

ERZÄHLEN SIE UNS WIE SIE ZUM KITZBÜHEL COUNTRY CLUB KAMEN?

Gerne! Das war ganz überraschend. Zunächst dachte ich, der Gründer des KITZBÜHEL COUNTRY CLUB Richard Hauser lädt mit mich in meiner damaligen Funktion als XYX im A-ROSA Resort Kitzbühel zu einem Abendessen ein, weil er mir den Club vorstellen möchte. Wir haben uns wunderbar unterhalten und ich habe an diesem Abend viel über den Club erfahren, gespürt worum es ihm dabei geht. Herr Hauser war dann in seiner Art und Weise so spontan, dass er am Ende des Abends gemeint hat: „Das passt jetzt ganz gut – das habe er so im Gefühl. Ich sollte da nicht lange überlegen – zwei Tage Bedenkzeit müssten genug sein und dann soll ich doch als Direktorin des KITZBÜHEL COUNTRY CLUB arbeiten.“ Das war schon eine neue Herausforderung für mich. Ich war neun lange und erfolgreiche Jahre in meiner damaligen Arbeit und habe mich dort grundsätzlich sehr wohl gefühlt. Andererseits hat es mich natürlich gereizt und ich war bereit etwas Neues auszuprobieren, meine Erfahrung für ein neues Projekt einzubringen, etwas mitzugestalten, eigene Akzente zu setzen.

DER CLUB HATTE EINE ENORME ENTWICKLUNG, DAZU HABEN SIE AUCH VIEL BEIGETRAGEN. WO SEHEN SIE DEN KITZBÜHEL COUNTRY CLUB IN 3 JAHREN? Danke für dieses Kompliment! Ich bin stolz darauf, dass wir stetig wachsen und freue mich über das persönliche und wertschätzende Feedback von den wichtigsten Menschen überhaupt: unseren Mitgliedern.

In den nächsten Jahren soll der Der KITZBÜHEL COUNTRY CLUB weiter wachsen, als bisher einziger Private Member Club eine feste Größe in Österreich werden und für ein großes, attraktives Netzwerk stehen - vielleicht sogar über die Landesgrenzen hinaus. Unsere Mitglieder treffen hier Sparringspartner auf Augenhöhe. Wir schaffen für sie eine Plattform mit dem Ziel der bestmöglichen Vernetzung – egal ob für Business-Themen oder persönliche Interessen. Das verlangt viel Fingerspitzengefühl, gut ausgewählte Programmpunkte und exquisite Veranstaltungen. Ich sehe zudem ein großes Potenzial weltweit mit neuen Private Members Clubs

zu kooperieren. Da sind wir bereits dran. Wir werden uns als Team weiterhin darauf konzentrieren, Menschen zusammenzubringen, Ihnen ein Gefühl der Herzlichkeit, Wärme und Wohlfühlen zu vermitteln. In Kombination mit dem wunderschönen Ambiente und unseren wertvollen Mitgliedern, die das Ganze ja mit Leben füllen, entsteht pure Lebenszeit. Das ist ein echtes Geschenk.

WO SEHEN SIE NOCH OPTIMIERUNGSBEDARF IM CLUB?

Ich bin Dienstleisterin durch und durch. Natürlich gibt es immer etwas zu verbessern. Aber wir werden es Schritt für Schritt angehen. Jede Entwicklung braucht seine Zeit. Wir wollen ja schließlich zu jedem Zeitpunkt Premiumqualität garantieren und ein Top Gastgeber sein für unsere Mitglieder. Deswegen sind die Anregungen unserer Gäste noch viel wichtiger als unsere eigenen Impulse. Ich sehe mich als Bindeglied zwischen Gästen und Club. Ich nehme ihre Bedürfnisse ernst und versuche sie in qualitativ hochwertige Lösungen zu verwandeln.

FRAU ZANETTI, MAN HAT DEN EINDRUCK SIE SIND STÄNDIG UND ÜBERALL IM KITZBÜHEL COUNTRY CLUB PRÄSENT. WIE TANKEN SIE ENERGIE FÜR IHREN JOB?

Ich liebe was ich tue und das ist eine wichtige Voraussetzung für so ein großes Engagement. Es ist eine Herzensangelegenheit für mich mit Menschen zu arbeiten, die ich mag, mit denen ich mich wohlfühle – und das betrifft sowohl mein Team als auch unsere Gäste. Ich bin tagtäglich unendlich dankbar dafür und schätze zudem die wunderschöne Umgebung hier in Kitzbühel. Wer kann schon bei der Arbeit durch das Fenster auf den Wilden Kaiser schauen? Das ist einfach wunderbar, für jemanden, der die Natur und die Berge so liebt wie ich!

Außerdem denke ich positiv und lösungsorientiert und ziehe daraus ein hohes Maß an Motivation. Das lässt produktive und effiziente Lebenszeit entstehen. Zudem kann ich in meinem Job meine Stärken einsetzen, kann etwas aufbauen bzw. bewegen und vor allen Dingen finde ich echte Erfüllung darin. Dann kann ich über mich hinauswachsen und viel erreichen.

Und wenn ich wirklich keine Energiereserven mehr habe, dann gehe ich in die Natur, wandere die Berge hinauf oder fahre Ski, sitze an einem See und genieße die Ruhe und Stille. Das stärkt meinen Körper und meine Seele und gibt mir ganz viel Energie.

WELCHEN STELLENWERT HAT FÜR SIE DAS KITZBÜHEL COUNTRY CLUB MAGAZIN?

Das Magazin ist ein wichtiges Medium für mich und auch für unsere Mitglieder! Hier geht es ja nicht nur um unser Clubleben und die vielen schönen Erinnerungen. Unsere Gäste haben auch die Möglichkeit sich hier zu präsentieren, von ihren Ideen zu erzählen und andere davon zu begeistern. Wenn sie die Bilder anschauen, wird das Erlebnis an den schönen Moment lebendig – man spürt dann einfach, welchen Mehrwert wir im KITZBÜHEL COUNTRY CLUB bieten. Das Magazin dokumentiert, was wir leben. Danke für das schöne Gespräch!



Sandra Zanetti
Direktorin

JUST JEWELS

DIE RÜSCHENBECK KOLLEKTION

NEUHEIT
2015

DAS ORIGINAL
mit dem „*OR*“



JUWELIER

Rüschbeck

DORTMUND · DUISBURG · DÜSSELDORF · FRANKFURT · KITZBÜHEL · KÖLN · MÜNSTER · OBERHAUSEN (CENTRO.)

A-6370 KITZBÜHEL · HINTERSTADT 9 · TEL. +43 (0) 53 56 / 66 34 50
WWW.RUESCHENBECK.AT

Rüschbeck
JUST JEWELS

AUDEMARS PIGUET
Le Brassus

BREITLING
1884

CHANEL



GUCCI

HUBLOT

IWC
SCHAFFHAUSEN

JOCHEN POHL

JUNGHANS
GERMANY, SINCE 1861

NOMOS
GLASHÜTTE

PARMIGIANI
FLEURIER

PESAVENTO
the experience

Powellato

TAGHeuer
SWISS AVANT-GARDE SINCE 1860

TAMARA COMOLLI

UND VIELE MEHR



Herbert M. Lukele
hotelmedia

EINE VISION *DIE BEGEISTERT*

ALS MIR FRAU ZANETTI WÄHREND DER PRÄSENTATION DES KITZBÜHEL COUNTRY CLUBS MITTE LETZTEN JAHRES MITTEILTE, DASS MAN GERNE EIN CLUBMAGAZIN FÜR DEN KCC MACHEN MÖCHTE, WAR IN MIR KLAR – DAS MÖCHTE ICH MACHEN!

AN ENTHRALLING VISION

WHEN IN THE MIDDLE OF THE PAST YEAR, DURING THE KITZBÜHEL COUNTRY CLUB PRESENTATION, I WAS TOLD THAT THE INTENTION WAS TO PUBLISH A CLUB MAGAZINE FOR THE KCC IT WAS CLEAR TO ME – THIS IS WHAT I WOULD LIKE TO PRODUCE!

Schon immer haben mich Menschen mitgerissen, die ihre Ideen und Visionen verwirklicht haben und sich nicht von „Negativmenschen“ haben abhalten lassen. Die Idee einen Privatclub nach angelsächsischem Vorbild in Kitzbühel zu bauen, fand ich nicht nur mutig, da es ja keinerlei Clubkultur in Österreich bis dato gab, sondern auch unglaublich ausbaufähig. Was Richard Hauser hier erschaffen hat ist einzigartig in der alpinen Welt. Mit über 800 Mitgliedern in nur eineinhalb Jahren hat er sicherlich alle Rekorde gebrochen. Der Erfolg gibt ihm Recht. Die Aufgabe das KCC Magazin zu gestalten war für mich neu, da ich noch nie zuvor ein Clubmagazin gemacht hatte. Das Konzept war aber bald klar: Es muss wertig und umweltfreundlich zugleich sein und das Leben im Club zeigen. Seine Events und Feste, das Leben im Club sowie Interviews und Kooperationen – „Außen der Club und innen das Leben!“

Das Mitgliedermagazin welches sie jetzt in ihren Händen halten und durchblättern, soll ein wenig zur Kommunikation innerhalb der Clubmitglieder beitragen und dazu anregen, vielleicht die eine oder andere Persönlichkeit im Magazin auch einmal direkt anzusprechen. Der Club ist eine ideale Basis für Kommunikation und er bietet ihnen eine Reihe von Möglichkeiten. Man kann diese nutzen oder nicht. Aber eines ist sicher, das Leben im Club sind Sie lieber Leser!

Viel Freude beim Lesen!

All my life I have been inspired by people who realize their ideas and visions and don't become discouraged by critics. I found the idea to establish a Private Members Club following the Anglo-Saxon model in Kitzbühel not only courageous - With the total lack of any Club culture in Austria – but also very expandable. What Richard Hauser has established here is unique in the entire Alpine world. With more than 800 Members the Club already wrote its success story. It was a special task for me to structure the KCC Magazine. But soon the concept became clear: It must be valuable and eco-friendly at the same time and represent the Club's entity. Its events and festivities, the life at the Club, have interviews and talk about cooperation: The Club on the Outside and Life on the Inside.

The Club Magazine you are holding in your hands now and which you are leafing through is also aimed at enhancing communication among Club members. Maybe it could stimulate to directly address the one or other personality at the Club and to get to know them in person. The Club is the ideal basis for communicating and it offers its Members a large number of opportunities to do this. But one thing is for sure: Life at the Club - that is you, dear reader and Club Member!

Have fun with your Club Magazine!

HUNDESALON & MORE



MALINGGASSE 6 | 6370 KITZBÜHEL | TEL: +43 5356 67354

ÖFFNUNGSZEITEN:
DIENSTAG – SAMSTAG 10 UHR – 18 UHR DURCHGEHEND

WWW.DOGSANDSTYLE.AT | OFFICE@DOGSANDSTYLE.AT

Weil man Vertrauen nicht kaufen kann.

ewrogast
Sinnesberger

Angeln Sie sich das Beste:
unseren frischen Fisch!

Genuss
Markt

- Fangfrische Angebote
- Große Auswahl an Salz- & Süßwasserfischen
- Schalen- & Krustentiere in bester Qualität
- Viele Räucherspezialitäten
- Fachberatung inklusive

Öffnungszeiten:
Mo-Fr 7.30 - 17.30 Uhr | Sa 7.30 - 12 Uhr
Einkauf auch ohne Kundenkarte möglich.

Eurogast Sinnesberger
6382 Kirchdorf | Tirol
Innsbrucker Str. 66 - direkt an der B178
+43 | (0)5352 | 65000
fisch@sinnesberger.at
www.sinnesberger.at

DER KITZBÜHEL COUNTRY CLUB

Gästehaus für Europas top Unternehmen

THE KITZBÜHEL COUNTRY CLUB

GUEST HOUSE FOR EUROPE'S TOP ENTERPRISES



Neben den allgemeinen Clubräumlichkeiten (Sekretariat, Bar, Vinothek, Stuben, Restaurant, Gastronomie, Küche, Steinway Salon, Kino, Kinderbereich, Medical SPA und Arztbereich, Sauna, Dampfbad, Infrarot, Ruheräume, Fitness sowie 25 Meter Natursteinpool und Zigarrenlounge sowie Sonnenterrasse und Gartenanlage) stehen Suiten in der Wohnungsgröße zwischen 80 - 160 qm als Wohnungseigentum zur Verfügung. Die Wohneinheiten werden an ausgesuchte europäische Unternehmen verkauft. Der Betrieb der Einheiten erfolgt über den Kitzbühel Country Club.

Dies ist eine einzigartige Möglichkeit für Firmen, Wohnungseigentum zu erwerben, das im Rahmen eines Beherbergungsbetriebes bewirtschaftet wird und somit Rendite und grundbücherliches Eigentum, sowie unternehmerische Investition im Liegenschaftsbereich mit entsprechender steuerlicher Aspekte beinhaltet. Das Angebot richtet sich an Kapitalgesellschaften, die grundbücherliches Eigentum erwerben wollen und Bedarf an gewerblicher Beherbergung von Gästen haben. Für Detailinformation wenden Sie sich an das Clubsekretariat.

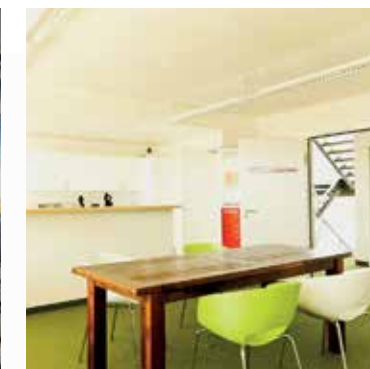
CLUBSEKRETARIAT:

Telefon: +43 (0)5356 64 664

Mail: invest@kitzbuehel.cc

In addition to the Club's general facilities (secretariat, bar, Vinothèque, stuben parlors, restaurant, gastronomy, kitchen, Steinway salon, movie theater, children's area, medical SPA and physicians' area, sauna, steam bath, infrared cabin, relaxation rooms, fitness area with 25 m natural stone swimming pool, cigar lounge as well as sun terrace and gardens), suites of the size from 80² - 160 m² are being sold to choice European enterprises. Management and servicing of these units is assumed by the Kitzbühel Country Club.

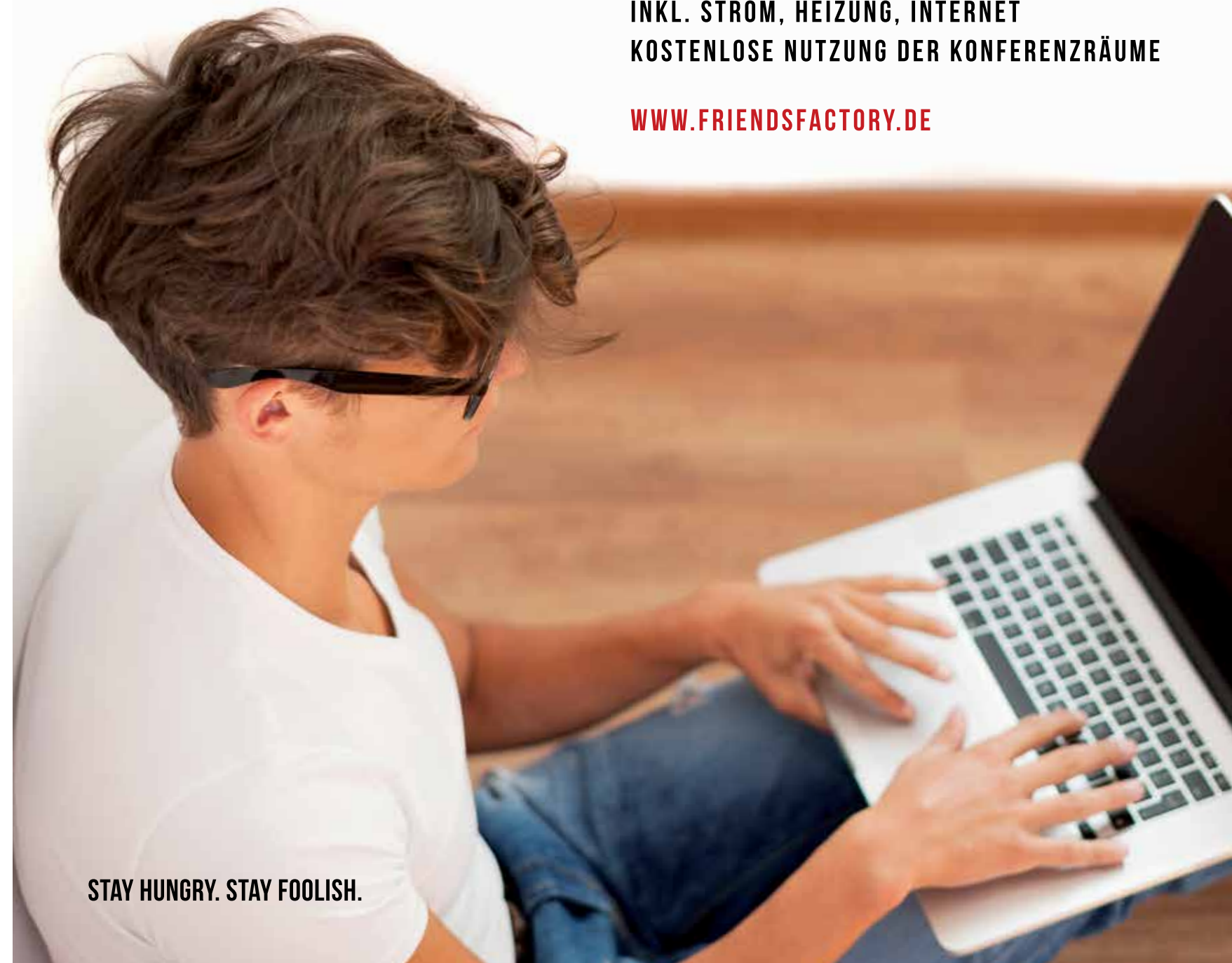
This is the unique opportunity for companies to purchase residential units being managed as part of a lodging establishment, comprising revenue, registration in the land register and the entrepreneurial investment in real estate with fiscal aspects to be considered. This offer applies to incorporated firms who wish to purchase land registered property and have a need for business lodgings of guests. For details, please contact the club secretary.



FRIENDSFACTORY
ARBEITEN UNTER FREUNDEN

DEUTSCHLANDS GRÖSSTE BÜROGEMEINSCHAFT
MÜNCHEN • STARNBERG • FRANKFURT
BERLIN • MALLORCA • NEW YORK
BÜROS AB 10 QM BIS 1.000 QM
INKL. STROM, HEIZUNG, INTERNET
KOSTENLOSE NUTZUNG DER KONFERENZRÄUME

WWW.FRIENDSFACTORY.DE



STAY HUNGRY. STAY FOOLISH.



IBIZASTYLE®

ARCHITEKTUR – DESIGN – LIFESTYLE

COSTA BLANCA · MALLORCA · IBIZA



IBIZASTYLE®
KLASSISCH · MODERN · ZEITLOS



Auf den schönsten Grundstücken der Costa Blanca, auf Mallorca oder Ibiza, designen, planen und realisieren wir ihr IbizaStyle® Haus zum Festpreis- Termin. Es sind alle Vorstellungen in jeglicher Größe möglich!

We build your IbizaStyle home with a customised design on plots with inimitable views of the Mediterranean sea, from the Costa Blanca and the marvellous island of Mallorca, as well as the Balearic Islands.

KONTAKT:

Adresse:

Klaus May
Ibizastyle Spanien SL
C/Las Marinas 139
03700 Denia

Mail:

spanien@ibizastyle.net

Web:

www.ibizastyle.net

Tel:

(+34) 622 25 45 42
(+34) 965 78 53 32



EIN FEST FÜR WEIN & GUTES ESSEN



DAS HERBSTLICHE WINZERFEST IM CLUB MIT WUNDERBAREN KULINARISCHEN SPEZIALITÄTEN UND PASSENDER WEINBEGLEITUNG.

Der sehr gut besuchte Winzerabend hat das gehalten, was wir uns gewünscht haben. Eine Weinverkostung auf aller höchstem Niveau und die „Geschmacks – Explosionen“ von Reinhard Brandner dem KCC Küchenchef auf unseren Gaumen.

Natürlich dabei unser wichtigster Weinlieferant und Clubmitglied Christoph Morandell, mit seiner internationalen Auswahl an Weinen. Das Weingut Gobelsburg, welches Morandell repräsentiert war ebenfalls persönlich anwesend. Neu im Club und mit einer tollen Auswahl an hervorragenden Weinen aus Gumpoldskirchen (Thermenregion südlich von Wien) das bekannte Weingut Krug.

Je länger der Abend um so besser wurde die Stimmung, was nicht ausschließlich am Wein lag, sondern an den kulinarischen Künsten von Reinhard Brandner, der mit einem himmlischen Gänseleber- Apfeltörtchen, einem perfekt gebratenen Seeteufel und Paillard vom Rehrücken alle Geschmacksgrenzen sprengte. Dazu die von den Weinexperten ausgewählte Weinbegleitung mit je drei Weinen pro Gang. Ob Chardonnay Löwengang 2011 vom Weingut Lageder, Rosenmuskateller 2012 vom Weingut Gobelsburg oder „Die Versuchung“ vom Weingut Krug, sie alle passten optimal zum guten Essen.

Ein Winzerfest mit Stil, Emotionen und vielen guten Gesprächen!



A FEAST FOR WINING & DINING

THAT IS WHAT IT WAS, AUTUMN'S WINE GROWERS' CELEBRATION AT THE CLUB WITH WONDERFUL CULINARY DELIGHTS PERFECTED WITH THEIR MATCHING WINES.

This highly frequented wine growers' evening kept its promise: Wine tastings on the highest level and KCC chef Reinhard Brandner's spoiling of our pallets and taste buds.

Present, of course, was our most important wine supplier and Club Member Christoph Morandell with his international choice of wines. Representatives from vineyard estate Gobelsburg, representing Morandell, were also welcomed in person. New at the Club and with a great choice of wines from Gumpoldskirchen – a Spa region south of Vienna – the renowned wine-growing estate Krug.

Spirits rose with the ongoing evening, which was not only owed to the wine but also to the culinary artistry of Reinhard Brandner, who surpassed everything with his heavenly goose liver apple tart, perfectly fried monkfish and saddle of venison paillard. And with all this the perfectly chosen wines with three different tastings per course. Be it Chardonnay Löwengang 2011 from the Lageder vineyard estates, the Rosenmuskateller from Gobelsburg or „die Versuchung“ – the temptation – from Krug, they all proved to be an excellent choice.

A wine growers' celebration with style, emotion and many good talks.



40 JAHRE FRAUENSCHUH DIE JUBILÄUMSPARTY

WER KENNT FRAUENSCHUH NICHT? DAS FÜHRENDE SPORTSWEAR LABEL IN KITZBÜHEL FEIERTE IM KCC DAS 40 JÄHRIGE JUBILÄUM. SEINE DESIGNERMODE AUS EDELSTEN MATERIALIEN IST MITTLERWEILE EIN BEGRIFF IN DER MODEWELT.

Frauenschuh ist ein Familienunternehmen. Auch heute wird vieles noch in Handarbeit gefertigt. Qualität ist wie eh und je ein Gebot. Mit tausend Gästen wurde so richtig gefeiert, gelacht und viel gratuliert. Die Stimmung war ausgelassen und der Club bot dafür den idealen Rahmen. Wir haben einige Momente für sie fotografisch festgehalten.



40 YEARS OF FRAUENSCHUH HAPPY ANNIVERSARY IN THE KCC

WHO DOES NOT KNOW FRAUENSCHUH? KITZBÜHEL'S LEADING SPORTSWEAR LABEL CELEBRATED ITS 40TH ANNIVERSARY AT THE KCC. IN DESIGNER FASHION, ITS CREATIONS MADE FROM PRECIOUS MATERIALS HAVE BECOME A NOUN IN THE FASHION WORLD.

From its beginnings until today, Frauenschuh was and remains a family enterprise where many pieces are still handmade and where quality is an imperative. A thousand were invited and came to celebrate, to have great fun and to take the opportunity to felicitate. For everybody in high spirits the Club offered the perfect frame and surroundings. Some of this is captured in the photographs.

ZIGARRENGURU *DANIEL MARSHALL* IM CLUB JÄNNER 2015

AM HAHNENKAMMWOCHENENDE
LUD DANIEL MARSHALL, DER
„ZIGARRENGURU“, ZUM EVENT IN
DIE CIGAR LOUNGE DES KCC.

Der absolute Zigarrenspezialist aus den USA, der Arnold Schwarzenegger und andere bekannte Schauspieler beliefert, stellte wieder einige Neuheiten vor. Schwarzenegger wollte kommen, musste aber leider kurz davor absagen. Ungeachtet dessen, war der Abend ein Ereignis und sehr gut besucht. Die Stimmung war großartig und Daniel Marshall präsentierte seine „goldene Zigarre“.

Das absolute Highlight im Sortiment des Zigarren-Gurus ist die 24kt GOLDEN CIGAR – für besondere Momente im Leben eines Zigarrenrauchers, umhüllt von reinstem florentinischen Blattgold, hergestellt von Gusto Manetti Battiloro, einer der ältesten Blattgold-Manufakturen. Der Event war wieder ein gutes Beispiel für einen hochwertigen und unterhaltsamen Abend, abseits vom üblichen Trubel.



KCC CIGAR LOUNGE EVENT ON 25TH JANUARY

IN JANUARY, OR, TO BE PRECISE, DURING THE WEEK-END OF THE HAHNENKAMM SKI RACES, "CIGAR GURU" DANIEL MARSHALL INVITED TO JOIN HIM FOR THE EVENT IN THE CIGAR LOUNGE AT THE KCC.

The famous cigar specialist from the United States, who supplies Governor Arnold Schwarzenegger and Hollywood stars, presented some new creations. Governor Schwarzenegger had planned to join, but was unfortunately unable to come on short notice. Irregardless, the evening was a true event with many cigar friends participating. Excellent spirits prevailed and Daniel Marshall opresented his "golden cigar".

Absolute high light in his range of cigars is the 24 carat GOLDEN CIGAR for those special moments in the life of a cigar lover, embedded in pure Florentine leaf gold from Gusto Manetti Battiloro, one of the oldest manufacturers of leaf gold. This event was another example of an interesting and exclusive evening at the Club, away from the hustle and bustle.



DAS FEST VOR DEM *HAHNENKAMMRENNEN*

DIE WARM UP PARTY



Einstimmen auf die 75. Auflage des jährlichen Party-Highlights. Eine ausgelassene Küchenparty mit Live-Musik und vielen Überraschungsspecials, stieg wieder einmal am 22. Jänner. Das Fest, unmittelbar vor dem legendären Skirennen. Viele Clubmitglieder sind gekommen und die Stimmung war wie immer hervorragend.



CELEBRATING THE HAHNENKAMM SKI RACES IN JANUARY

WARM UP PARTY AT THE KCC

Getting into the mood for the 75th edition of the annual party highlight. A frolicsome kitchen party with live music and many surprise specials on 22 January. The event right before the big race. Many Club Members came to celebrate and, as always, the spirits were high.

GANS & ENTE

KOCHKURS MIT
REINHARD BRANDNER



GOOSE & DUCK
COOKING WITH
REINHARD BRANDNER

Ein einmaliges Erlebnis, wenn es in Brandners Küche so richtig zur Sache geht. Wenn duftende Aromen den Kochkursteilnehmern in die Nase steigen und sich Träume in der Pfanne zur Realität entwickeln. Erstaunlich, wie viele der Clubmitglieder eine gewisse Professionalität mitgebracht haben. So wurde der Risottoreis im richtigen Tempo und mit der korrekten Menge Brühe aufgegossen, das Safraneis meditativ gerührt, sodass die Energie des Rührers in das Eis eindrang und ihm den letzten Schliff gab. Die Ente, der Glatbutt mit Blutwurstkruste und die Ravioli erweckten hohe Aufmerksamkeit. Hier kam das Vacuumieren zum Einsatz, dessen sich die Kursteilnehmer besonders annahmen. Einzigartiges entstand und wurde bereits während des Entstehungsprozesses gekostet, für himmlisch befunden und so manch einer tauschte den kleinen Löffel gegen den großen, um mehr vom Guten zu erhaschen.

Die Stimmung war großartig und der Chefkoch beantwortete geduldig alle Fragen. Krönender Abschluss war das gemeinsame Abendessen. Hervorragende Weine begleiteten die Gerichte und gaben dem Menü den geeigneten Rahmen. Selbst diejenigen, die sonst auf Kuchen und Schokolade verzichten, konnten dem Dessert nicht widerstehen und vertieften sich in den Genuss.

What an experience when things boil to the point in Reinhard Brandner's kitchen. When people joining the cookery course enjoy aromatic smells and dreams come true in pots and pans. It is amazing how many Club Members bring along certain professionalism. The right amount of broth was added to the risotto rice in the exact time due; saffron ice cream was stirred with meditatively, transferring the stirrer's energy into the ice cream, adding to its refinement. The duck, the brill encrusted in blood sausage, and the ravioli merited all the attention in the kitchen. Here, vacuuming was practiced which demanded full attention from the participants. Unique creations were developed and tasted in the process of it – too good to be left to a small spoon only for many – they switched to a larger one.

Excellent spirits prevailed and the chef answered all questions with an abundance of patience. It all culminated in the shared evening feast. Perfect wines accompanied the courses, giving the menu its proper setting. Even those who prefer to refrain from cakes and chocolates could not resist the chocolate cake and saffron ice cream and thoroughly enjoyed both.

DAS MENÜ:

Gänseleber Creme Brulee
mit Kürbismarmelade und Brioche

Entenconsomme „asiatisch“
mit Ravioli

Glatbutt Filet
in der Blutwurstkruste auf Apfelrisotto

Sous vide gegarte Barbarieentenbrust
mit Chicoree und Orange

Flüssiger Schokoladenkuchen
mit Mandarinenragout und Safran- Vanilleeis



THE MENU:

Goose liver Crème Brulée
with Pumpkin Marmalade and Brioche

Duck Consommé „Asiatic“
with Ravioli

Filet of Brill
encrusted in Blood Sausage on Apple Risotto

Sous Vide cooked Barbarie Duck Breast
with Chicory and Orange

Liquid Chocolate Cake
with Mandarin Ragout and Saffron Vanilla Ice Cream

„WIR ERFÜLLEN JEDEN WUNSCH!“

Reinhard Brandner, Küchenchef des Kitzbühel Country Club, verzaubert Abend für Abend seine Gäste mit einzigartigen kulinarischen Kreationen.

Sein geschickter Umgang mit Gewürzen und die professionelle Handhabung der verschiedensten Zutaten, erstauen so manch erfahrenen Gourmet. In seinen Kochkursen kann man viel an Know How mitnehmen und stets ist er bemüht, all sein Wissen auch den Kursteilnehmern zu vermitteln. Zusammen mit seinem Team, managt er die größten Events und die privatesten Feiern. Ein Hoch auf diesen einzigartigen Künstler und sympathischen Menschen! Für das Klubmagazin hat er sich Zeit für ein kurzes Gespräch genommen:

HERR BRANDNER, WORIN LIEGT DER UNTERSCHIED, IN EINEM GASTHOF ZU KOCHEN ODER HIER IM KCC?
Das ist schon ein großer Unterschied, zuerst von den Gästen, ein Gasthof ist für jeden offen bei uns haben nur MG und deren Gästen Zugang, und ich habe das Gefühl sie haben eine noch größere Erwartungshaltung bzw. höheren Anspruch.

INWIEWEIT WERDEN KULINARISCHE WÜNSCHE SEITENS DER CLUBMITGLIEDER AN SIE HERANGETRAGEN BZW. UMGESETZT?
Wir versuchen natürlich alles umzusetzen was gewünscht wird. Die Mitglieder sind gleichzeitig auch unsere Stammgäste und daher kenne ich natürlich die Wünsche und Vorliegen der meisten Mitglieder. Sollte etwas gerade nicht verfügbar sein, so ist das in spätestens zwei Tagen hier, somit können wir auf jeden Wunsch eingehen.

WELCHE VORAUSSETZUNGEN SOLLTE MAN MITBRINGEN, UM IHRE KOCHKURSE ZU BESUCHEN?
Gute Laune und die Lust auf gutes Essen sind die besten Voraussetzungen für einen Kochkurs. Hier bereiten wir im-

mer ein der Jahreszeit entsprechendes 5-Gänge-Menü zu.

WELCHE NO GOES GIBT ES IN IHRER KÜCHE?
Das gibt es bei uns nicht. Der Gast ist König und so sollte das überall sein. Ich kenne Kollegen die Pommes Frites aus ihrer Küche verbannen. Das gibt es bei uns nicht. Wir haben auch Kinder im Club und manche Erwachsene essen sie auch gerne.

WO HOLEN SIE SICH DIE IDEEN ZU NEUEN GERICHTEN? WER ODER WAS INSPIRIERT SIE?
Zum Glück habe ich zwei außergewöhnliche gute Sous-Chefs die auch schon viel Erfahrung mitbringen. Da gibt es oftmals Ideen und Inputs. Auch ich besitze über 150 Kochbücher von denen ich mir meine Inspiration hole. Dabei will ich diese Gerichte nicht kopieren, sondern sie viel mehr an meinen Küchenstil anpassen.

HÄTTE MAN IHNEN DEN KOCHLÖFFEL VERWEHRT, WELCHEN BERUF HÄTTE SIE DANN GEWÄHLT?
Das werde ich oft gefragt. Für mich war das klar und schon mit in die Wiege gelegt worden. Schon meine Mutter war Köchin. Ich hatte nie einen anderen Berufswunsch.

WAS IST IHRE MEINUNG ZU CONVENIENCE FOOD?
Es gibt heute schon teilweise sehr gutes Convenience Food, welches von Köchen handwerklich hergestellt wird wie zum Beispiel Terrinen, Marmeladen oder Chutneys.

WELCHES IST IHR PERSÖNLICHES LEIBGERICHT?
Ich esse alles gerne was schmeckt, besonders aber Fisch und Hausmannskost.



„EVERY WISH IS OUR COMMAND TO BE FULFILLED!“

REINHARD BRANDNER, CHEF DE CUISINE AT THE KITZBÜHEL COUNTRY CLUB, PRESENTS HIS CUSTOMERS WITH MAGIC MEALS OF EXQUISITE CULINARY CREATIONS.

His skillful professional handling of spices and the wonderful variety of ingredients surprise many a gourmet. In his cooking courses, he shares his knowledge generously with the participants. Together with his kitchen team, Reinhard Brandner manages largest events and most intimate festivities. Three cheers for this singular artist and fine person. For the KCC Magazine he allotted a bit of his time to talk to us.

Fotografie: © Andreas Wimmer, Robert Staudinger



SO SCHÖN DIESES MAGAZIN AUCH IST...

Allen Ernstes: Es gibt nur ein Kitzbüheler Horn und einen Wilden Kaiser. Und die sind hier bei uns. Sie ziehen Menschen an aus aller Welt. Manche von Ihnen bleiben sogar hier - für immer. Weil es hier anders ist als im Ruhrpott, in Flandern oder in Shanghai. Kaprizierte Touristiker sprechen vom Kontrastprogramm oder vom Alltagslebensgegenentwurf. Wie auch immer. In jedem Fall ist es wichtig, dass das was hier ist, einmalig ist und so bleibt. Daran arbeiten auch wir. Tag für Tag. Seit 1727. Hier im Bezirk. In unserer kleinen Brauerei – mit dem Bier von hier, kurzen Lieferwegen und einer exklusiven Produktion von nur 17.000 hl. Vielleicht sollten wir uns auch Craftbeer nennen, unsere Flaschen stylen, aerodynamische Gläser entwerfen und dann an dieser Stelle als letzten Schrei präsentieren? Nein, so schön dieses Magazin auch ist, wir bleiben bei der ungeschminkten Wahrheit, bei Jahrhunderte alter Brautradition, beim Gegenentwurf zum Schnelllebigem und bei hochqualitativen Partnern wie zum Beispiel dem Kitzbüheler Countryclub. Wohlsein, Ihr Günther Huber!

AS BEAUTIFUL AS THIS MAGAZINE MAY BE ...

In all seriousness: There is only one Kitzbüheler Horn peak and only one Wilder Kaiser mountain range. And they are both here. With us. They attract people from all over the world. Some of them even stay – forever. Because here, life is different from industrial “Ruhrpott”, Flanders or Shanghai. Tourism experts insist on calling it a contrasting program or counter model to everyday life. Whatever. Important in any case: What is here is unique. And that’s the way it will remain. That is what we are working for. Day by day. Since 1727. Here in our district. In our small brewery – with local beer, short delivery distances and an exclusive production of only 17.000 hl. Maybe we should christen ourselves “Craftbeer”, style our bottles, create aerodynamic glasses and present all this right here as dernier cri? No, as beautiful as this magazine may be, we stick to the unvarnished truth, to centuries of brewery tradition, remain faithful to our very own alternative to the hectic pace – and to top partners such as the Kitzbühel Country Club. Cheers! Very truly yours, Günther Huber



Das Bier von hier.

DER NIKOLAUS KAM IN DEN CLUB!



Für die Jüngsten unter den Clubmitgliedern machte der Nikolaus einen Stopp im Country Club, um Geschenke zu verteilen. Die strahlenden Gesichter der Kinder und die Stimmung waren einzigartig. Es zeigte sich wieder einmal, dass der KCC für viele Mitglieder eine Art zweite Heimat ist, wo man gerne feiert, entspannt und sich mit Freunden trifft. Wir haben einige wunderbare, emotionale Momente für sie eingefangen.

ST. NICHOLAS CAME TO VISIT THE CLUB!

For the youngest Club Members, St. Nicholas made a special stop at the Country Club to give out presents. The children's glowing faces gave the basis for the exceptional atmosphere on this day. Once again, the KCC proved itself as home away from home for many Members: To celebrate, to relax and meet friends. We have captured some wonderful and emotional moments for you.



HEILIGER ABEND

Romantisch und festlich wurde der Heilige Abend im Club gefeiert. Eingeläutet mit einem Aperitif und anschließend dem 4-Gänge Menü mit schöner musikalischer Begleitung, war das Fest ein gemütliches Zusammensein mit den Liebsten. Der Club präsentierte sich als idealer Rahmen für ein besinnliches und fröhliches Weihnachtsfest.



CHRISTMAS EVE

A festive, romantic and splendid Christmas Eve at the Club. Starting with cocktails, the evening carried on to a four course meal accompanied by wonderful music. Everybody enjoyed a thrilling and happy gathering with their loved ones. The Club turns out as the ideal surrounding for a warm and merry Christmas.



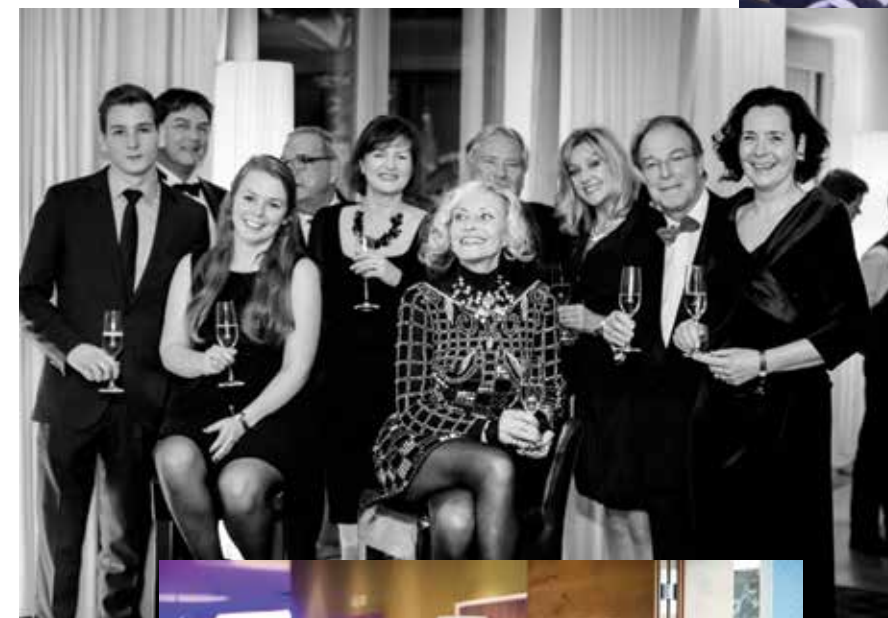


DIE STIMMUNG KONNTE KAUM BESSER SEIN UND KULINARISCHE SPEZIALITÄTEN UND HERRLICHE COCKTAILS BEGLEITETEN DIE MITGLIEDER DURCH DIE NACHT.

Zum Jahreswechsel wurde auf der Dachterrasse der Zigarren Lounge getanzt und mit Champagner das neue Jahr begrüßt. Ein äußerst gelungenes Fest zum Jahresausklang. Der Club war sehr gut besucht und viele Mitglieder nutzten den Abend, um neue Kontakte zu schließen und gemeinsam ins Neue Jahr zu rutschen. Zur Begrüßung von 2015 ließ es sich die Clubleitung nicht nehmen, ein fulminantes Feuerwerk zu präsentieren und dafür gab es von allen Gästen großen Applaus!



SILVESTER



NEW YEAR'S EVE AT THE CLUB

IN THE HIGHEST OF SPIRITS, FEASTING ON CULINARY SPECIALTIES AND FABULOUS COCKTAILS, THE CLUB MEMBERS' GREAT PARTY LASTED UNTIL THE WEE HOURS OF THE MORNING.

After midnight, people were dancing on the roof terrace of the Cigar Lounge, welcoming the New Year with Champagne. What a wonderful way to say good-bye to the old and hello to the new year. Many followed the call to celebrate. Members networked through the evening, establishing new contacts, enjoying the slide from 2014 to 2015. To properly greet 2015, the Club's management organized fulminant fireworks which were cheered by everybody.

DIE CLUB VOLLMOND- PARTY



EIN RAUSCHENDES FEST ZUM FRÜHLINGS- BEGINN

DIE BERGE GLÄNZTEN IN DER ABENDLICHEN SONNE MIT EINER NOCH IMMER DICKEN SCHNEEDECKE ABER DIE FRÜHLINGSBOTEN DER NATUR WAREN NICHT MEHR ZU ÜBERSEHEN. UM DEN WINTER ADE UND DEM FRÜHJAHR EIN DEUTLICHES „GRÜSS GOTT“, ZU SAGEN, ORGANISIERTE DER KCC EIN GROSSES FEST – DIE MONDSCHNEIPARTY!

Weit über 200 Gäste waren gekommen um sich dem reichhaltigen und unvergesslich guten Buffet von Küchenchef Brandner und seinem tollen Team hinzugeben und seine feinen Speisen zu genießen. Asiatisches und mediterrane Köstlichkeiten, sowie seine göttlichen „Fleischpflanzerln“ verführten die Mitglieder kulinarisch in das kommende Frühjahr. Musik vom Feinsten und als Highlight Zauberei von Magier Ben Hyven, gaben diesem wunderbaren Fest den passenden Rahmen. Der Brunch mit Ostereiersuche am folgenden Sonntag war nicht nur für die Großen, sondern auch für unsere jüngsten Mitglieder ein unvergessliches Fest.



FULL MOON PARTY

SPARKLING SPRING FESTIVAL

THE MOUNTAINS' BLANKET OF SNOW STILL SHONE IN THE EVENING SUN, BUT NATURE'S SIGNS OF SPRING COULD NO LONGER BE OVERLOOKED. TO SAY FAREWELL TO WINTER AND GIVE A HEARTY WELCOME TO SPRING, THE KCC ORGANIZED A BIG CELEBRATION PARTY – ON THE NIGHT OF THE FULL MOON.

Far more than two hundred followed the call to party and the temptations of the rich and unforgettable buffet with the heavenly dishes created by chef Reinhard Brandner and his wonderful team. The Club Members enjoyed Asian and Mediterranean foods as well as his fantastic "hamburgers", getting into the mood for spring to come. Sweet music and as highlight the magic moments with magician Ben Haven made up the perfect setting for this great party. Easter Brunch on the following Sunday with Easter eggs search did not only please the adults but especially the little ones.



EIN ABEND *DES GESCHMACKS* GENUSS-SAFARI MIT KÜCHENPARTY



WIEDER EINMAL HAT SICH DER KCC ETWAS FÜR GENIESSER EINFALLEN LASSEN UND EINIGE SPEZIALITÄTENPRODUZENTEN IN DEN CLUB GELADEN, UM IHR SORTIMENT DEN MITGLIEDERN VORZUSTELLEN.

Ob Neuschwansteiner Bier, Huber Schinkenspezialitäten, hervorragende Weine, speziell gepresste Obstsäfte von „Bergblut“, Käse oder Alkoholika - alles in bester Qualität produziert. Die Idee kleineren Herstellern von Qualitätsprodukten im Club eine Plattform für die Präsentation ihrer Produkte zu ermöglichen, ist mit ein Beitrag diese zu unterstützen und eine Bereicherung für die Mitglieder des KCC, die dieses Angebot mit viel Interesse annehmen. Küchenchef Brandner verwöhnte die Gäste mit kulinarischen Besonderheiten. Es wurde getestet, geplaudert, geschmaust und die Stimmung konnte nicht besser sein. Ein gelungener Abend.

AN EVENING OF GREAT FLAVORS

KCC PLEASURE SAFARI
WITH KITCHEN PARTY.

ONCE AGAIN, THE KCC CAME UP WITH SOMETHING SPECIAL FOR GOURMETS AND INVITED HIGH CLASS PRODUCERS TO THE CLUB FOR MEMBERS TO GET TO KNOW AND ENJOY THEIR PRODUCTS.

Neuschwanstein Beer, Huber ham and gammon specialties, exquisite wines, fruit juices specially pressed by "Bergblut", cheeses and drinks – all of the finest quality. The idea behind it is to give a platform to smaller producers to present their products, to support this kind of production and to enrich Club life for Members, who very much appreciate this offer. Chef Brandner spoils the customers with culinary highlights. Food and drink were tested, a feast in gay chattering and excellent spirits. A great evening.



GOLFTUNIER MIT APERETIF & SIEGEREHRUNG

MAI 2014



OLDTIMER FRÜHSHOPPEN

MAI 2014



JUBILÄUMSFEST

AUGUST 2014



STUBENGESPRÄCH PROF. DDR. HUBER

DEZEMBER 2014



POLOPARTY JÄNNER 2015



OSTERBRUNCH APRIL 2015



MUTTERTAG MAI 2015



TANZ IN DEN MAI MAI 2015



SCHNAPPSCHÜSSE? ODER ARTIKEL?

VOLLER ERFOLG MIT DEM EGGNER TRIO

Das österreichische Eggner Trio gehört zu den renommiertesten Klaviertrios der Gegenwart. 1997 von den drei Brüdern Georg (Violine), Florian (Cello) und Christoph Eggner (Klavier) gegründet, ist das Ensemble regelmäßig zu Gast in bedeutenden Konzertsälen, wie etwa der Wigmore Hall London und dem Concertgebouw Amsterdam. Im Oktober 2014 war es gelungen, das Trio in den KCC einzuladen. Es war ein großer Erfolg und die geschätzte Anzahl der Gäste wurde bei weitem übertroffen.



Für das KCC Mitglieder magazin haben sich die drei Egner Brüder Zeit für ein Interview genommen.

WIE HAT ALLES ANGEFANGEN? WAR DAS SCHON BEI IHNEN ALS KINDER KLAR, MUSIKER ZU WERDEN?

Florian: Eigentlich hat bei mir alles schon mit sechs Jahren begonnen. Es ist zufällig entstanden. Christoph hat angefangen Klavier zu spielen, Georg hat im Fernsehen einen Geiger gesehen, wurde von ihm inspiriert und hat aufgrund dessen begonnen, Geige zu lernen. Meine Mutter und ich, ich bin der Jüngste, haben meinen Bruder vom Geigenunterricht abgeholt und da musste man durch den Cello-Unterricht gehen. Das hat mich als Fünfjähriger interessiert - ich durfte es angreifen und damit hatte ich mein Instrument gefunden. So hat sich später unser Trio gebildet und wir haben viel miteinander gespielt. 1997 sind wir dann von Stift St. Florian nach Wien gezogen, wo wir professionell zu arbeiten begannen.

MUSIK IST HEUTE NICHT MEHR NUR LIVEKONZERTE UND TONTRÄGER, SONDERN AUCH INTERNET. WIE GEHEN SIE DAMIT UM?

Christoph: Wir versuchen natürlich, im Internet so präsent zu sein, wie es sinnvoll möglich ist. Damit kann man Menschen motivieren, in ein Live-Konzert zu gehen. Die Stimmung bei einem Konzert kann man aber nicht auf CD oder im Internet einfangen.

CHINA HAT SICH GEÖFFNET UND KLASSIK IST DORT SEHR BELIEBT. HAT SICH NACH DIESER ÖFFNUNG DES LANDES FÜR SIE DIE MITBEWERBERSITUATION STARK VERÄNDERT?

Florian: Unsere Karriere hat sich ja Gott sei Dank schon etwas gefestigt. Man merkt aber, dass viele asiatische Musiker berühmt werden. Dort ist natürlich viel Potenzial. Vor zehn Jahren war in China das Publikum komplett anders als jetzt.

Georg: Ich möchte noch ergänzen, dass es gar nicht genug Mitbewerber geben kann, weil je mehr es gibt, umso größer wird der Markt und deshalb entstehen mehr Möglichkeiten. Das ist eine Bereicherung für den Markt. Bei wenig Konkurrenz, sinkt interessanterweise auch das Interesse am Markt.

INSTRUMENTE SO ZU BEHERRSCHEN WIE SIE, BEDEUTET VERMUTLICH, LAUFEND ZU ÜBEN. WIE OFT ÜBEN SIE?

Florian: Man will mehr üben, als man kann. Während dem Studium hat man am meisten Zeit dafür. Jetzt gibt es eine Menge an Konzerten und so viele Dinge zu erledigen, dass fürs Üben nicht mehr viel Zeit bleibt.

Georg: Als wir das Trio aufgebaut haben, haben wir schon jeden Tag geübt. Vor jedem Konzert gibt es ja auch noch eine Saalprobe.

Christoph: Stücke, die wir neu in unser Programm nehmen, müssen wir natürlich intensiver üben.

WENN ICH MIR ANSEHE, WO SIE SCHON ÜBERALL GESPIELT HABEN, SO IST DIES DOCH WIRKLICH BEACHTLICH. WELCHE ZIELE HABEN SIE SICH FÜR IHRE KÜNSTLERISCHE LAUFBAHN GESETZT?

Christoph: Mich reizt noch der südamerikanische Raum. Dort gibt es große und seriöse Festivals.

Georg: Ich würde gerne in einem Konzerthaus einen Zyklus aufbauen.

WELCHES INSTRUMENT WOLLTEN SIE SPIELEN, WÜRDEN MAN IHNEN DAS JETZIGE INSTRUMENT WEGNEHMEN?

Georg: Die Bratsche wäre mir am liebsten. Im Orchesterbetrieb das Horn.

Florian: Vermutlich E-Bass. Ich würde auch in den Jazz Bereich abwandern. Ich tu das ja auch bereits.

Christoph: Ich würde dirigieren wollen.

HIGH SUCCESS WITH THE EGGNER TRIO

The Austrian Eggner Trio counts among the most renowned contemporary piano trios. Founded in 1997 by the three brothers Georg (violin), Florian (cello) and Christoph Eggner (piano), the ensemble give guest performances in such important places as Wigmore Hall in London or the Concertgebouw in Amsterdam. In October 2014, KCC succeeded in inviting the famous trio for a concert. A high light for everybody, with listeners surmounting the expected number by far.





ALEXANDRA *REINPRECHT* EIN STAR IM CLUB

ALEXANDRA REINPRECHT

A STAR AT THE CLUB

The soprano Alexandra Reinprecht is not only one of the best singers at the Vienna State Opera but also a celebrated star in the most famous opera houses of the world. As an artist, she does not go with the tide but has chosen her own path with strong perseverance, which was not easy all the time. Her success did not change her being. Alexandra Reinprecht inspires many people with her naturalness and joyfulness.

Die Sopranistin Alexandra Reinprecht ist nicht nur eine der besten Sängerinnen an der Wiener Staatsoper, sondern auch ein gefeierter Star in den bekanntesten Opernhäusern dieser Welt. Sie ist eine Künstlerin, die nicht mit dem Strom schwimmt, sondern mit Kraft und Ausdauer ihren eigenen Weg geht, auch wenn dies nicht immer leicht ist. Ihr Erfolg hat sie jedoch als Mensch nicht verändert. Mit ihrer Natürlichkeit und Fröhlichkeit begeistert sie viele Zuhörer.

Nach dem wunderbaren Liederabend im KCC im letzten Dezember, baten wir Frau Reinprecht zu einem Gespräch.

FRAU REINPRECHT: IHRE ERSTE AUFFÜHRUNG WAR, SOWEIT ICH DAS ERFAHREN KONNTE, IN DER MUSIKSCHULE IN PERCHTOLDSDORF „HÄNSEL & GRETEL“. DAMALS WAREN SIE 14 JAHRE ALT. KÖNNEN SIE SICH NOCH AN IHRE ERSTEN GEDANKEN NACH DER AUFFÜHRUNG ERINNERN?

Ich hatte eine Darmkrippe und musste dringend auf die Toilette. Ich habe auch das erste Mal gespürt, was das Adrenalin mit dem Körper macht und ich habe nur gedacht – hoffentlich ist die Toilette frei!

SIE GELTEN JA ALS EIN MENSCH, DER SICH NICHT GERNE VERBIEGEN, NORMEN UND „VERMAINSTREAMEN“ LÄSST. SIE SCHWIMMEN GERNE GEGEN DEN STROM - WIE VIEL KRAFT KOSTET DAS UND WIE GEHEN SIE DANN MIT DEN MENSCHEN UM, DIE SIE IN DIE REIHE DER ANDEREN FUNKTIONIERENDEN, SOZUSAGEN SYSTEMTREUEN KÜNSTLER PRESSEN WOLLEN?

Ich bin der Auffassung, gute Kunst und gute Musik kommt nur durch Reibung zustande. In dem Moment, wo ich mich dem Mainstream anpasse, habe ich ja keine eigene Meinung mehr. Wenn mein Gegenüber damit ein Problem hat, muss man sich aneinander reiben und am Optimum arbeiten. Das gegen Betonmauern laufen, kostet dann sehr viel Kraft, nicht der kreative Teil, der macht Freude.

VIELE ERFOLGREICHE MANAGER IM MUSIKGESCHÄFT SIND DER MEINUNG, DASS DIE QUALITÄT HEUTE NICHT MEHR SO SEHR IM MITTELPUNKT STEHT, SONDERN VIELMEHR DIE VERMARKTBARKEIT EINES KÜNSTLERS. SIE FALLEN AUF, SIND ANDERS - SIND SIE DAHER BESSER VERMARKTBAR?

Für die Leute die mich jetzt vermarkten wollen, ist es glaube ich eher schwierig, weil ich so sehr auffalle. Aber vielleicht ist das ruppige und kratzbürstige meines Wesens dann doch auch ein Vorteil. Ich weiß es nicht.

WOHER NEHMEN SIE IHRE KRAFT, IHRE AUTHENTIZITÄT AUFRICHT ZU HALTEN? Der tägliche Blick in den Spiegel. Jede Falte, jedes graue Haar habe ich ehrlich erworben und trage es mit Stolz. I did it my way!

WAS BEDEUTET FÜR SIE DER ASIATISCHE MARKT - JAPAN, CHINA?

Ich finde das Publikum sehr warmherzig und sehr interessiert. Es ist mir mehr als einmal passiert, dass Leute mit Fotos gekommen sind und ich überrascht war, woher die stammten. Die Chinesen sind da schon kritisch beobachtend, aber als Publikum fantastisch. Es ist ein Markt, der noch bezahlen kann.

ALS GEFRAGTE KÜNSTLERIN, DIE VIELE VERSCHIEDENE ROLLEN SPIELT, IST IHRE ZEIT VERMUTLICH SEHR MIT TERMINEN GEFÜLLT. WIE VIEL DAVON RESERVIEREN SIE FÜR PRIVATES?

Im Moment bin ich glücklicherweise freiberuflich tätig. Somit ist meine Zeit sehr wellenförmig. Das heißt, bis jetzt war es schwer, meine Freizeit einzuteilen. Nun ist es besser.

WENN SIE AUF DER BÜHNE STEHEN UND EINE GROSSE ARIE GESUNGEN HABEN, DAS PUBLIKUM LIEGT IHNEN ZU FÜSSEN UND ALLES WAR PERFEKT. WIE FÜHLEN SIE SICH DABEI?

Mein Job endet erst, wenn ich in das Auto steige und nach Hause fahre. Ich bin für mein Publikum bis zum letzten Applaus da. Ich genieße diesen Moment und bedanke mich dafür, dass ich das alles machen darf. Ich singe, weil ich berühren möchte. Wenn die Leute applaudieren, dann bin ich glücklich und weiß, dass ich meinen Job gut gemacht habe.

WÜRDEN SIE, WENN MAN SIE FRAGT, AUCH KOSTENLOS IN EINEM OBDACHLOSENHEIM SINGEN?

Ja, selbstverständlich!

WAS WAR BIS DATO IHR SCHWIERIGSTER AUFTRITT?

Als mich eine Bekannte gebeten hat, für ihren verstorbenen Mann zu seinem Begräbnis zu singen. Ich will ja den Trauergästen den Moment schenken, aber es war sehr schwierig, hier die Gefühle auszublenden.





EIN KLAVIERABEND *MIT MARIA MAZO* IM MÄRZ 2015

Sie ist eine der besten Pianistinnen und eine international beehrte Künstlerin. 2013 hat sie den Wiener Beethoven Wettbewerb gewonnen und seit kurzer Zeit ist sie auch Preisträgerin des internationalen Rubinstein Wettbewerbes in Tel Aviv.

Für den KCC hatte sie sich Zeit für ein exklusives Konzert genommen und gruppierte an ihrem Abend ein spannendes Chopin & Brahms Programm um die Waldstein – Sonate von Beethoven. Viele Mitglieder und Gäste des KCC waren gekommen um diesen seltenen Moment zu genießen, was wieder ein Beweis für die hochwertigen Veranstaltungen des KCC ist.

FRAU MAZO, SIE HABEN ZWEI DER BEGEHRTESTEN PREISE ERHALTEN. WIE HAT DAS IHR LEBEN VERÄNDERT? Wettbewerbsgewinn ist eher ein Anfang als ein Ende. Natürlich habe ich mich über ein erreichtes Zwischenziel gefreut. Danach kommen viele neue Möglichkeiten auf einen zu. Ich habe deutlich mehr Konzerte seit 2013.

ALS SIE GEHÖRT HABEN, DASS SIE IN EINEM PRIVATCLUB SPIELN KÖNNEN, WAS HABEN SIE IM ERSTEN MOMENT GEDACHT? Ich habe mich darüber gefreut. Denn es bedeutete eine Art Salon-Konzert und solche Klavierabende sind sehr schön. Man spielt im kleineren Kreis und hat einen direkteren Kontakt zu den Zuhörern.

WIE GEFÄLLT IHNEN PERSÖNLICH DIE IDEE DES KCC?

Ich finde die Mischung zwischen öffentlichem Auftritt und einer Clubatmosphäre sehr inspirierend.

ABGESEHEN VON KLASSIK, FÜR WELCHE ART VON MUSIK INTERESSIEREN SIE SICH SONST NOCH UND SPIELEN SIE DIESE AUCH?

Ich habe mir es beigebracht, eine Art Jazz zu improvisieren, würde es aber öffentlich nicht spielen.

WELCHE ZIELE GIBT ES IN IHREM LEBEN, DIE SIE NOCH ERREICHEN MÖCHTEN?

Ich versuche immer eine Balance zwischen den verschiedenen Lebensaspekten zu schaffen.

WAS MACHEN SIE IN IHRER VERMUTLICH KNAPPEN FREIZEIT?

Ich liebe Ruhe in der Natur.

PIANO EVENING WITH MARIA MAZO

IN MARCH 2014

SHE IS ONE OF THE BEST PIANISTS AND AN ARTIST WHO IS INTERNATIONALLY IN DEMAND. IN 2013, SHE WON THE VIENNA BEETHOVEN AWARD AND SINCE RECENTLY SHE IS THE AWARD WINNER OF THE INTERNATIONAL RUBINSTEIN COMPETITION IN TEL AVIV.

For the KCC she found the time for an exclusive concert and on that evening presented an exciting Chopin & Brahms program grouped around Beethoven's "Waldstein" sonata. Many Club Members and guests arrived to enjoy this rare moment. After the concert, there was no empty seat to be found in the restaurant, once again the evidence for how popular high quality events such as this are.



„MIT GUTER BERATUNG KANN MAN EINE SAMMLUNG AUFBAUEN!“

CLEMENS RHOMBERG

Als Kurator für den Kitzbühel Country Club, konnte Clemens Rhomberg bereits etliche wunderbare Künstler für das Ausstellungsprogramm gewinnen. Mit seinen Kontakten und dem großen Wissen über Kunst, ist Herr Rhomberg auch Garant für künftige interessante und spannende Momente im Kunstleben des KCC.

Clemens Rhomberg ist außerdem gerichtlich beideter und zertifizierter Sachverständiger für Kunst - Spezialgebiet ‚Kunst nach 1945‘ - und seit vielen Jahren in der Liste des Landesgerichtes Innsbruck eingetragen. Das vielfältige Aufgabengebiet umfasst Echtheitszertifikate, Schätzung von Objekten und Sammlungen und vieles mehr.



HERR RHOMBERG, WIE KAMEN SIE ZUR KUNST?

Ich habe mich als Jugendlicher dafür interessiert und nun mache ich das jetzt bereits seit fünfunddreißig Jahren. Wir haben ja auch ein Einrichtungshaus, welches ich ebenfalls führe. Schon meine Mutter hat damals Ausstellungen organisiert, die ich irgendwann übernommen habe und als Student in Wien habe ich die Künstler „aufgerissen“ und in Innsbruck präsentiert. Danach trennte ich die Galerie vom Einrichtungshaus. Kunst ist eine Sache fürs Leben, mit der man sich beschäftigen muss.

BERÜHMTE UND ERFOLGREICHE KÜNSTLER IN DEN KCC EINZULADEN, STELLE ICH MIR NICHT SO EINFACH VOR. WIE IST DA IHRE HERANGEHENSWEISE?

Nachdem Herr Hauser an mich herangetreten ist und mir anbot, das Galerieprogramm hier im KCC zu gestalten, war ich anfangs ein wenig skeptisch, da ich meine Künstler nicht in Clubs oder Hotels als reine „Behübschung“ präsentieren wollte. Überzeugt hat mich das Konzept von Herrn Hauser, das wirklich ein Kulturprogramm ist und das mit den anderen Kulturveranstaltungen auch auf einem gewissen Niveau steht. Er gibt mir freie Hand, was ich sehr schätze. Es hat mich interessiert, hier eine kulturelle Galeriearbeit zu machen. Mit diesem Aufhänger ist es um einiges leichter, die Künstler zu bekommen. Es gibt bei jeder Ausstellung auch einen kompetenten Redner und Kunstdiskussionen.

ES GIBT PERSONEN, DIE KAUFEN BILDER, WEIL SIE GUT ZUR GARNITUR IM WOHNZIMMER PASSEN - IST DAS VERWERFLICH?

Eigentlich nicht. Ein Bild muss halt irgendwo auch reinpassen. Wir machen ja auch viele Probehängungen, um zu sehen wie es zum Umfeld passt. Ein Bild schaut in privaten Räumen anders aus, als in der Galerie. Das ist am KCC so schön, dass das Objekt in einem Ambiente hängt und nicht in einer Galerie - also dort, wo Kunst ja hingehört. Ich erschaffe Herrn Hauser damit jedes Mal eine neue Clubatmosphäre.

WENN MAN HEUTE EIN WERTVOLLES BILD KAUFEN MÖCHTE, WELCHE KRITERIEN SOLLTE MAN BEACHTEN, UM NICHT BETROGEN ZU WERDEN?

Das beginnt mit dem seriösen Einkauf, also in welcher Galerie. Man sollte wissen, woher das Bild stammt, die Biografie des Künstlers muss dokumentiert sein und die

Echtheit sollte vom Galeristen auch bestätigt werden. Ich bin auch gerichtlich beideter Sachverständiger und damit haftbar. Schwierig für den Laien ist natürlich die Prüfung des Preises, da er das ganze Umfeld nicht sieht. Der Kunsthandel ist ein ganz großes Vertrauensgeschäft.

AB WANN IST KUNST EIN ANLAGEOBJEKT?

Da gibt es natürlich nur eine eingeschränkte Garantie, dass ein Bild zum Anlageobjekt wird. Je teurer man kauft, desto sicherer kauft man – sage ich mal vereinfacht, obwohl nicht alles was teuer ist, auch gut ist. Man sieht anhand der Historie, wie sich der Künstler entwickelt. 2008 habe ich LaChapelle ausgestellt, jetzt haben wir 2014 und die Preissteigerung liegt bereits bei fünfzig Prozent. Man muss das auch zumindest auf zehn Jahre sehen.

WAS IST FÜR SIE AUSSCHLAGGEBEND, WENN SIE EINEN JUNGEN KÜNSTLER ENTDECKEN UND IHN IN IHRE GALERIE AUFNEHMEN WOLLEN?

Für mich ist zuerst die Person sehr wichtig. Seine Biografie und seine Gedankengänge sind ein Teil davon. Ich muss auch wissen, ob er seine künstlerische Tätigkeit zukünftig weiterführt. Ein Künstler, den ich heute verkaufe und er hört morgen auf zu malen, ist eine Katastrophe. Ich brauche auch die Entwicklung des Künstlers. Die Arbeit seiner letzten fünf Jahre lässt mich abschätzen, in welche Richtung er geht.

WIE HAT SICH DER KUNSTMARKT MIT DER ÖFFNUNG VON OSTEUROPA VERÄNDERT?

Natürlich hat sich da etwas getan. Es gibt da wirklich ein paar sehr gute Künstler. Ich würde aber sagen, dass sie den Markt nicht neu gestaltet haben.

WELCHEN STELLENWERT HAT ÖSTERREICHISCHE GEGENWARTSKUNST INTERNATIONAL?

Österreich ist ein kleines Land, da sind der Markt und das Potential halt schon klein. Es gibt aber einige interessante Künstler. Die Wiener Schule ist zum Beispiel bemerkenswert.

IST ES WICHTIG, DASS DER TYP KÜNSTLER GUT VERMARKTBAR IST, SPRICH SEIN AUSSEHEN UND SEINE ART? Absolut. Kunst hat auch mit Marketing zu tun, aber wenn keine Qualität da ist, kann man sie auch nicht vermarkten.



„WITH GOOD A DVICE A COLLECTION MAY BE BUILT!“

CLEMENS RHOMBERG

As curator for the Kitzbühel Country Club, Clemens Rhomberg has succeeded in winning a number of great artists for the Club's exhibition program. With his contacts and high competence for art, Mr. Rhomberg is the guarantor for interesting and exciting moments in the coming "art life" at the Club.

As court certified expert, Clemens Rhomberg has specialized in "Art after 1945", and has, for many years, been listed in the experts list at the Innsbruck court. His manifold area of responsibility includes certificates of authenticity, assessments of objects and collections and many more.

MANFRED *SCHLUDERBACHER*

(GALERIE RHOMBERG)

Was fühlt man, wenn man Schluderbachers Bilder betrachtet und auf sich wirken lässt? Ist es ein Flug durch die Unendlichkeit des Raumes, der Ausdruck bildgewordener Emotionen und auch Zartheit oder einfach die Interpretation von Faszination?

Jeder Betrachter hat dies selbst zu entscheiden. Schluderbacher vereint in seinen Bildern eine Menge an Gefühlen und Farben zu einem nicht enden wollenden Motiv. Er malt was er fühlt! Seine Ausstellung im KCC war eine Bereicherung für die Gäste und passte auch hervorragend in das Ambiente des Clubs. Für das Clubmagazin stellte sich Manfred Schluderbacher für ein Gespräch zur Verfügung:

HERR SCHLUDERBACHER, DER ERSTE SATZ AUF IHRER WEBSEITE LAUTET „...DER JETZT NEUE BILDER MACHT. SCHÖNE NEUE BILDER. UND WER SICH JETZT DARAN STÖSST, DASS DIE „ANDERS“ SIND ALS SEINE ALTEN, DEM WIRD IRGENDWANN EINMAL RECHT FAD WERDEN.“ WANN WIRD MAN SCHLUDERBACHER BILDER LANGWEILIG FINDEN, WEIL SIE ALT GEWORDEN SIND? Das glaube ich nicht und dies ist auch eine der Hauptzielsetzungen meiner Arbeit. Ich glaube, dass sich gute abstrakte Malerei nicht in der oberflächlichen Qualität ausdrückt, sondern mit dem Betrachter mit lebt. 2010 war ich in einem Jetztzustand, nun in einem Anderen. Gute abstrakte Malerei wird nie langweilig!

BETRACHTER VON BILDERN NEIGEN OFT DAZU, DINGE IN DIESE HINEIN ZU INTERPRETIEREN, DIE DER KÜNSTLER GAR NIE SO AUSDRÜCKEN WOLLTE. WIE STEHEN SIE ZU DIESEM THEMA? Ich lasse den Betrachter interpretieren, was er will und lerne davon. Vielleicht sieht er Dinge, die ich nicht gesehen habe. Daher tragen meine Bilder auch keine Titel, weil

ich damit schon etwas festlegen würde. Das mag ich aber nicht. Das Bild soll sich dem Betrachter öffnen und mit dem Betrachter entwickeln können.

WIE WÜRDEN SIE EINEM BLINDEN IHRE BILDER BESCHREIBEN? Man geht auf einen orientalischen Markt und bewegt sich im Bereich der Kräuter, Gewürze und getrockneten Früchte und überlegt sich, wie das bildlich aussieht. Diese hunderttausend Eindrücke kann ich nur durch mich spiegeln und ausdrücken. Ich würde vermutlich meinen Lieblingsköchen bitten, das zu kochen, was er in meinen Bildern sieht.

WIE IST IHR MAL- BZW. ZEICHENSTIL ENTSTANDEN? WAS ODER WER HAT SIE INSPIRIERT? Es gibt Zeichnungen von Titoretto. Er hat venezianische Kirchen von innen gezeichnet und Deckenansichten. Er hat das komplett abstrahiert - schwarze Striche auf weißem Hintergrund. Das war für mich der erste Abstrakte, dem ich gefolgt bin. Mit viel Arbeit und Übung entwickelt sich dann eine eigene Abstraktionsfähigkeit.

NEUES ZU SCHAFFEN IM BEREICH

MANFRED *SCHLUDERBACHER*

(GALLERY RHOMBERG)
WHAT IS IT THAT WE FEEL LOOKING AT SCHLUDERBACHER'S IMAGES, WHAT EFFECT DO THEY HAVE ON US? IS IT LIKE FLYING THROUGH THE ENDLESSNESS OF SPACE, THE EXPRESSION OF EMOTION OR TENDERNESS TURNED IMAGE, OR IS IT SIMPLY AN INTERPRETATION OF FASCINATION?

Each viewer decides for him- or herself. Schluderbacher hosts in his works emotions and colors to a never ending motif. He paints what he feels! The exhibition of his works at the KCC enriched Club Members and visitors alike and contributed to the Club's ambience.

MALEREI IST RISKANT. WAS MACHT DEN ERFOLG EINES KÜNSTLERS AUS?

Neues gibt es nicht. Ich kann nicht das Rad neu erfinden. Es gehören eine gewisse Portion Talent, harte Arbeit und viel Tränen und Schweiß dazu.

WÄREN SIE BELEIDIGT, WENN JEMANDEM IHRE BILDER NICHT GEFALLEN? Nein, ich bin dann hoch erfreut, weil es eine ehrliche Aussage ist.

GALERIEN LEBEN VON BEKANNTEN KÜNSTLERN. WIE GROSS IST DER DRUCK DER GALERIEBESITZER AUF DIE KÜNSTLER, BILDER ZU MALEN? Er ist genauso groß, wie es der Künstler zulässt. Ich lasse Druck nicht zu.

WOHIN GEHT IHRE KÜNSTLERISCHE REISE UND WO MÖCHTEN SIE GERNE ANKOMMEN? Die Reise geht immer weiter, es gibt keine Ankunft. Es gibt ein Weitergehen, eine Ungewissheit und ich hoffe, ich komme nie in der Selbstzufriedenheit an. Dann ist mit der Kreativität Schluss.



DAVID LACHAPPELLE

AUSSTELLUNG NOVEMBER 2014

David LaChapelle ist international bekannt für sein Ausnahmemental, eine einzigartige hyperrealistische Ästhetik mit profunden sozialen Botschaften zu verbinden.

LaChapelles Karriere als Fotograf geht zurück auf die 1980er Jahre, als er begann, in New Yorker Galerien seine Kunst zu zeigen. Andy Warhol wurde auf ihn aufmerksam und bot ihm seinen ersten Job als Fotograf für das Interview Magazine an. Seine Bilder berühmter Persönlichkeiten in dieser Zeitschrift wurden positiv aufgenommen, und es dauerte nicht lange, bis er für eine Reihe von Top Modezeitschriften fotografierte und einige der bedeutendsten Werbekampagnen seiner Generation schuf. LaChapelles eindrucksvolle Bilder haben die Titelseiten

und Blätter der italienischen Vogue, der französischen Vogue, von Vanity Fair, von Rolling Stone und i-D geziert, und er hat einige der meistbekannten Gesichter des Planeten fotografiert, darunter Tupac Shakur, Madonna, Eminem, Andy Warhol, Philip Johnson, Lance Armstrong, Pamela Anderson, Lil' Kim, Uma Thurman, Elizabeth Taylor, David Beckham, Jeff Koons, Leonardo DiCaprio, Hillary Clinton, Muhammad Ali, Britney Spears, Amanda Lepore, Kate Perry und Lady Gaga, um nur einige zu nennen.



DAVID LACHAPELLE

EXHIBITION IN
NOVEMBER 2014

DAVID LACHAPELLE IS KNOWN INTERNATIONALLY FOR HIS EXCEPTIONAL TALENT IN COMBINING A UNIQUE HYPER-REALISTIC AESTHETIC WITH PROFOUND SOCIAL MESSAGES.

LaChapelle's photography career began in the 1980's when he began showing his artwork in New York City galleries. His work caught the eye of Andy Warhol, who offered him his first job as a photographer at Interview Magazine. His photographs of celebrities in Interview garnered positive attention, and before long he was shooting for a variety of top editorial publications and creating some of the most memorable advertising campaigns of his generation. LaChapelle's striking images have graced the covers and pages of Italian Vogue, French Vogue, Vanity Fair, GQ, Rolling Stone and i-D, and he has photographed some of the most recognizable faces on the planet, including Tupac Shakur, Madonna, Eminem, Andy Warhol, Philip Johnson, Lance Armstrong, Pamela Anderson, Lil' Kim, Uma Thurman, Elizabeth Taylor, David Beckham, Jeff Koons, Leonardo DiCaprio, Hillary Clinton, Muhammad Ali, Britney Spears, Amanda Lepore, Katy Perry and Lady Gaga, to name a few.



FESTSPIELE-SOIREES ALS NEUE VERANSTALTUNGSREIHE

MUSIK IN BEWEGUNG

Musik in Bewegung, so steht es auf dem Audi A8, der am frühen Abend vor dem Kitzbühel Country Club vorfährt. Musik in Bewegung – das könnte auch das Motto einer neuen Zusammenarbeit zwischen den Tiroler Festspielen Erl und dem Kitzbühel Country Club sein.



FESTIVAL SOIRÉES AS NEW EVENT SERIES MUSIC IN MOVE

MUSIC IN MOVE IS WRITTEN ON THE AUDI 8 WHICH DRIVES UP TO THE KITZBÜHEL COUNTRY CLUB THIS EARLY EVENING. MUSIC IN MOVE – THAT COULD ALSO BE THE MOTTO OF A NEW COOPERATION BETWEEN THE TYROLEAN FESTIVAL ERL AND THE KITZBÜHEL COUNTRY CLUB.

From this cooperation, beginning in summer of 2015, something totally new shall evolve: A cultural series under the artistic direction of Gustav Kuhn, in cooperation with his Tyrolean Festival Erl, the undisputed light house of the Tyrol's art scene with international radiation. In first talks, the basic conditions were discussed; a local meeting shall now clarify how to conceptually conceive the five concert evenings, how they should differ from other cultural events of the region and from Erl's own artistic work. One thing is certain: Both parties are not aiming at simply moving Erl to the Kitzbühel Country Club, but to create new events series based on the ideas of the Erl Festival. It is foremost meant to please Club Members, to convey classical music and the easy approach to it.



Hier soll nämlich darauf basierend ab Sommer 2015 etwas ganz Neues entstehen: Eine Kulturreihe unter der künstlerischen Leitung von Gustav Kuhn und in Kooperation mit seinen Tiroler Festspielen Erl, dem unangefochtenen Leuchtturm der Tiroler Kulturszene mit internationaler Ausstrahlung. In ersten Gesprächen wurden die grundsätzlichen Bedingungen geklärt, in einem Vor-Ort-Termin soll nun besprochen werden, wie die fünf Konzerte abends konzeptionell gestaltet werden können, um sich von anderen Kulturveranstaltungen der Region und der eigenen künstlerischen Arbeit in Erl abzusetzen. Denn eines ist sicher: Es geht beiden Parteien nicht darum, Erl einfach nur in den Kitzbühel Country Club zu verlegen, sondern basierend auf der Erler Festspielidee eine neue Veranstaltungsreihe zu kreieren, die den Clubmitgliedern in erster Linie Spaß macht, klassische Musik vermittelt und zu dieser einen wichtigen, dabei aber stets lockeren Zugang bietet. Maestro Gustav Kuhn steigt als erster aus. Gefolgt von drei seiner engsten Mitarbeiter. Kuhn reist nicht gern allein. Und er weiß, dass man Musik nicht allein in Bewegung bringt. Aber genau darum soll es ja heute gehen. Empfangen wird der Maestro vor dem Club von Club-Chef Richard Hauser – und seinen engsten Mitarbeitern. Man begegnet sich auf Augenhöhe – nicht nur im Hinblick auf die Mannschaftsgröße, sondern vor allem auch, weil Kuhn und Hauser sich seit Jahren kennen. Der Maestro hat auch schon zuvor die Annehmlichkeiten des Clubs kennengelernt und genossen. Doch heute ist er das erste Mal bei Tageslicht und herrlichem Föhnwetter vor Ort.

Kuhn: Halleluja! Das ist ein Panorama. Kommt man denn da auch rauf zum Ski fahren?
Hauser: Na, da heroben fährt man nicht Ski. Nur mit Fellen kann man da herauf.
Kuhn: Es ist wahnsinnig schön hier. Der ganze Kaiser im Blick.
Hauser: Das in der Mitte ist der Ackerlspitz. Das ist der höchste. Und da unten, da in der Mitte, der Kessel, das ist der Regauer Kessel. Da geht immer wieder eine Lawine runter. Ganz oben. Direkt darunter ist ein wunderschönes Gebiet zum Wandern und Bergsteigen. Irrsinnig viele gehen aber auch da drüben zum Ellmauer Tor hinauf.
Kuhn: Das bin ich ja, glaube ich, vierzig Mal gegangen. Wahnsinn!
Hauser: Schau, und dort drüben kommt dann eure Festspielfahne hin.
Kuhn: Perfekt! So machen wir das. Und was ist das? Ist das das Kitzbüheler Horn...
Hauser: Das ist der Hahnenkamm.
Kuhn: Das ist der Hahnenkamm? Schau dir das an. Unglaublich, dieser Ausblick.

Nachdem das Panorama kurz gescannt und besprochen wurde, geht es also direkt weiter in den Club. Wie gesagt, man kennt sich und ist sich sehr vertraut. Die Mitarbeiter beider Seiten immer brav hinterher.

Kuhn: Ah, jetzt kommen wir hier herein, das kenn ich ja schon, und jetzt nehmen wir aber mal an, wir machen ein Konzert mit einer Gruppe von Verrückten aus Erl.
Hauser: Darf ich Dir zeigen, wie ich mir das vorstelle?
Kuhn: Jaja, sehr gern.

Durch die große Schwingtür an der Bar vorbei setzt sich der Tross weiter in Bewegung in Richtung Herzstück des Clubs, dem großen Salon, in dem auch schon ein Flügel dekorativ platziert wurde. Die beiden Herren steigen sogleich ein in die intensive Konzeption, lassen ihren Gedanken freien Lauf und entwickeln erste Ideen. Die Entourage hört intensiv zu – und schweigt...

Hauser: Schau mal, wenn wir den Vorhang wegnehmen, dann haben wir von nahezu überall uneingeschränkte Sicht. Ich denke, wir sollten uns vom Steinway Salon für diese Reihe verabschieden und die Performance gleich hier machen. Wir haben ja im Vorfeld schon mit Herrn Busche ein bisschen reflektiert und sind dann darauf gekommen, das ganze Kulturprogramm ohnehin umzubennen. Wir denken da an Festspiele-Soiree. Wir können das nicht einfach irgendwie machen, das muss schon was Gescheites sein.
Kuhn: Naja, klar!
Hauser: Wir würde dann vorschlagen, dass man zunächst die Vorstellung, das Programm macht – und danach gibt's was zu essen, danach servieren wir dann.
Kuhn: Na, logisch! Das muss ja so sein...
Hauser: ...damit die Leute dann auch dableiben und sich wohlfühlen. Und daher ist es viel gescheiter, wenn wir das aus dem Steinway Salon herausnehmen und in das Herzstück, den großen Salon des Country Clubs, verlegen.
Kuhn: Das ist tadellos hier...

Er klatscht in die Hände.

Kuhn: ...auch und vor allem von der Akustik. Das gefällt mir schon sehr, muss ich sagen.
Hauser: Und hier könnten wir bestuhlen.
Kuhn: Ich weiß gar nicht, ob wir bestuhlen sollten. Ich würde die Tische lassen. Da musst du nur ein strenges Regiment führen, das wird genau abgesprochen, wann serviert wird und wann nicht. Wenn man dann klar macht, dass es gar nicht darum geht, hier eine Konzertsaal-Atmosphäre zu schaffen, sondern vielmehr etwas ganz Exklusives, das wir in Erl so gar nicht bieten können, dann wird das wunderbar funktionieren. Natürlich wird nicht während des Programms serviert, aber die Leute sitzen gemütlich und können auch schon einmal einen Schluck aus dem Weinglas machen. Das müssen wir uns nochmal in Ruhe überlegen. Aber das hier ist eine tadellose Atmosphäre, wo Du sicher gut hundert Personen unterbringst.
Hauser: Das ist ja genau dafür konzipiert, damit man hier viele verschiedene Szenarien schaffen kann.
Kuhn: Und das Klavier, das würdest du dahin tun? Daher?

Da müssten man nur ein kleines Podium herbringen...
Hauser: ...haben wir alles da.
Kuhn: Wäre wichtig, dass der Solist, die Solistin oder der Sänger etwas erhöht ist.
Hauser: Haben wir alles da. Von der Kombination her lässt sich das fantastisch machen, dass zuerst das Konzert nur bei ein Paar Getränken stattfindet – und dann haben wir da die Küche, die danach dann zeigen kann, was sie so alles zaubern kann. Vielleicht auch wie bei anderen Veranstaltungen mit offener Küche und aufgebautem Buffet. Dann mischen sich die Leute ein bisschen mehr, das ist kommunikativer.
Kuhn: Mh, ich denke gerade, ob es nicht besser wäre, das direkt mit dem Konzert zu verbinden...
Hauser: Dass man da direkt ein Menü serviert, oder? Na, das geht natürlich auch.
Kuhn: Genau, dass zwischen den Gängen das Programm stattfindet. Aber jetzt setzen wir uns erst einmal und besprechen das in aller Ruhe. Soviel steht schonmal fest: Der Raum ist perfekt. Hier können wir das wunderbar machen.
Hauser: Na, dann gehen wir doch in die Weinstube.

Nun gibt es einen ersten, wohlverdienten Prosecco, man sortiert sich für die richtige Platzierung in der Stube. Die Fotografin inszeniert ein bisschen mit. Dann endlich kann das eigentliche Zweiergespräch beginnen.

Kuhn: Das ist schon eine sehr schöne Stube hier... die ist aus Südtirol?
Hauser: Die ist aus Südtirol.
Kuhn: Jaja, ich weiß. Die habt ihr abgetragen, richtig?
Hauser: Ich habe in Osttirol einen Freund, der ist Kirchenrestaurator. Und der weiß natürlich immer, wo es was gibt. Der hat immer wieder so Tipps. Und der hat mir die vermittelt.
Kuhn: Sehr gut. Einfach schöne Arbeit, schönes Holz, einfach sehr gut. Doch zurück zu unserer Konzertsreihe hier... Wir müssen – glaube ich – den größtmöglichen Gegensatz herstellen zu den normalen, ganz gewöhnlichen Konzerten bei uns. Sonst mach das weniger Sinn. Die Location freut mich schonmal total. Denn, wenn du das nicht machst, dann sagt sich jeder, warum wir überhaupt hier sind. Das muss etwas völlig anderes sein, ein komplett neues Erlebnis.

Nach 20 Minuten intensivsten Vorgesprächen dann die offizielle Begrüßung, man stößt mit dem bei manchen Mitarbeitern bereits zum zweiten Mal nachgefüllten Prosecco an, beteuert noch einmal die gegenseitige

Freude über die bevorstehende Zusammenarbeit und äußert erste Zweifel – nicht an der Zusammenarbeit, sondern an der Größe der mitgebrachten Entourage, die offenbar gerne Prosecco trinkt...

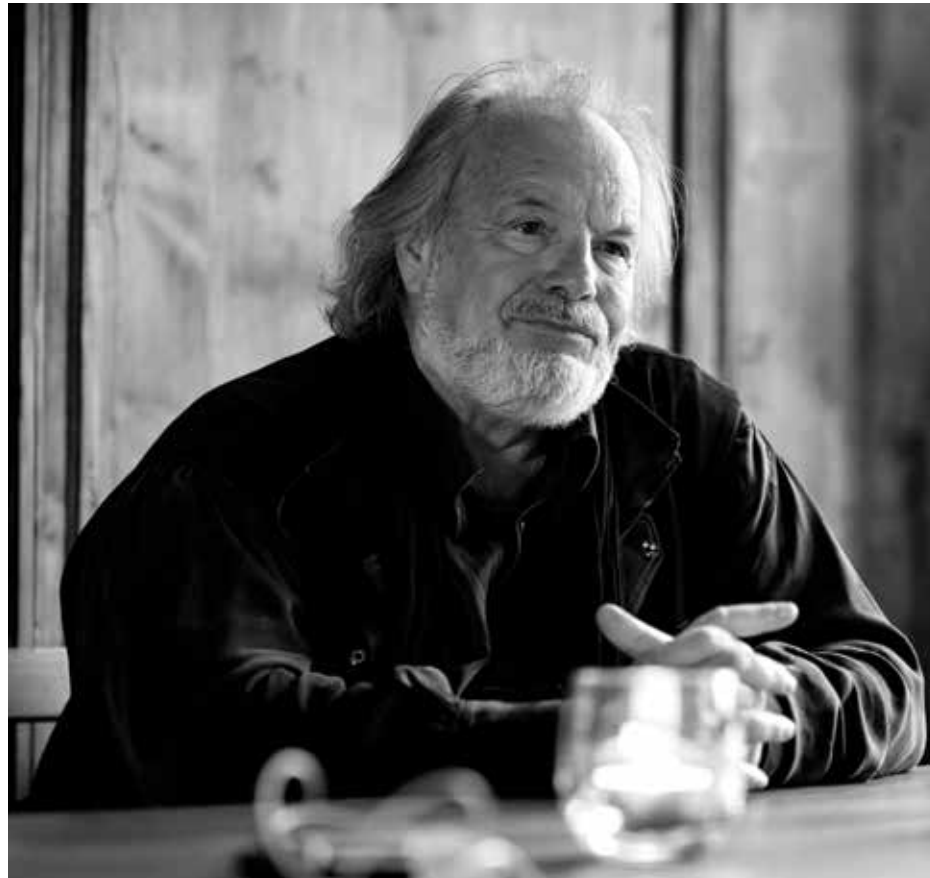
Kuhn: Ich hoffe, ich bin da jetzt nicht mit zu vielen gekommen...
Hauser: Nein - umso mehr, umso besser!
Kuhn: Aber das sind meine engsten Mitarbeiter. Die denken alle gut nach und sind dann alle irgendwie auch in die Projektrealisierung involviert.
Hauser: Und alle sicher hochgescheit.
Kuhn: Naja, nicht unbedingt... (lacht) mit der Gescheitheit allein wird das ja oftmals nichts. Aber gut sind sie. Wir müssen grundlegend schauen, ob wir nicht die Tische stehen lassen, eine Podium, das Klavier und ein exklusives Essen – genau abgestimmt mit der Musik.
Hauser: Kein Problem, dann kein Buffet, dann servieren wir halt.
Kuhn: Ja, aber das muss man genau üben.

Nun gibt es endlich einmal fundierte Tipps vom Klassikprofi für die Serviceeinheit des Kitzbühel Country Clubs und seinen Inhaber Robert Hauser – hart erarbeitet, erlernt und erprobt bei zahlreichen Akademiefesten im eigenen Kloster bei Lucca... Tipps, die noch nicht verraten werden. Wir wollen ja die Spannung halten. Also, zurück zum Programm.

Kuhn: Du kennst doch sicher Schloss Ellmau und deren Kulturprogramm?
Hauser: Na klar.
Kuhn: Siehst du, genau das dürfen wir nicht machen, so dürfen wir hier nicht werden.
Hauser: Warum nicht? Unseren Gästen gefällt es. Die Leute sprechen immer davon, dass das wirkliche tolle Veranstaltungen sind.
Kuhn: Keine Frage: Die Qualität dort ist natürlich einwandfrei. Da brauchen wir gar nicht drüber zu diskutieren. Aber mir geht es um etwas anderes: Mir stellt sich die Frage, wo wir eigentlich hinsteuern wollen? Wir brauchen eine eigene Vision. Das ist wie in der Wirtschaft. Du brauchst zuerst eine Vision, dann kannst du Geschäfte machen. Aber vor jedes Geschäft hat der liebe Gott eine Vision gesetzt. Der Mann, der mir das am eindringlichsten vorgelebt und vermittelt hat, war Rainhard Mohn, der ja immerhin Bertelsmann so groß und zu einem Weltkonzern gemacht hat. Und das alles mit einer Vision. Wir sind – bei aller Bescheidenheit – vorhin aus einer recht anstrengenden, weil langen, dabei aber höchst ef-

fektiven Sitzung mit meinem Direktionsteam hierher aufgebrochen. Und auf dem Weg zur Tür bin ich an einem Fazioli vorbei gegangen – da darf man heute ja gar nicht mehr laut sagen, was der kostet. Im hinteren Teil des Saales zwei weitere Flügel von Bösendorfer, Pauken um 60 Tausend Euro, eine Orgel... Angefangen haben wir mit einem ziemlich schäbigen Pianino aus der Erler Schule. Und jetzt, 15 Jahre später, haben wir nicht nur eine illustre Instrumentensammlung, sondern Dank unseres Präsidenten Hans Peter Haselsteiner auch ein eigenes Festspielhaus – nun gerade erweitert um eine Lagerhalle. Das ist schon toll. Und – jetzt komm ich auf den Punkt: Das alles nur, weil ich eine Vision hatte und diese ohne Rücksicht auf Verluste verfolgt habe. Wir wollten etwas eigenes schaffen, das es so nicht gab. Und genau das wollen wir hier ja auch machen.
Hauser: Genau dafür sind wir ja da.
Kuhn: Wir dürfen eben nicht Ellmau kopieren, aber wir dürfen auch nicht die Tiroler Festspiele Erl hierher auslagern, sondern wir müssen sagen: Wir haben etwas zusätzlich zu Erl, etwas, das besonders ist und so nirgendwo sonst zu finden ist.
Hauser: Nun ist aber die Kombination aus Musik oder Kunst und Kulinarik ja nicht gerade neu...
Kuhn: Nein, und daher müssen wir einen eigenen Zugang finden, einen Zusatznutzen für den Gast in Form eines ergänzenden Aspekts, der zu uns passt, unsere Arbeit widerspiegelt und reflektiert und einen Mehrwert für Deine Mitglieder bietet. Eine Nähe zum Gast, so wie es auch die Tiroler Festspiele Erl immer wieder vermitteln wollen – und auch tun.
Hauser: Die Nähe haben wir natürlich allein schon durch die räumliche Anordnung gegeben.
Kuhn: Ja, das ist klar. Und das ist auch gut so. Aber ich meine da etwas anderes. Einen vermittelnden Moment, eine Erläuterung der dargebotenen Werke durch einen fachlich versierten, aber dabei unterhaltsamen Moderator.
Kuhn: Verstehe, also quasi nicht nur Beethoven und Spaghetti...
Kuhn: ...sondern Beethoven, ein verbindendes, Beethoven erläuterndes Element...
Hauser: ...und dann Spaghetti – obwohl das an sich schon eine Besonderheit wäre, weil die nicht gerade zu unseren Standardrepertoire in unserer Küche gehören.
Kuhn: Ja, aber du verstehst, was ich meine.
Hauser: Na klar...
Kuhn: Also, dann können wir jetzt schon sagen: Es ist immer bei den Konzerten jemand von den Tiroler Festspielen Erl da, der das jeweilige Konzert vermittelt. Das ist Voraussetzung, sonst bringt das nichts, wird das





Ganze nichts Besonderes. Weil ja auch wir garantieren können, dass die Vermittlung – auf das legen wir da ja genug wert und daran arbeiten wir ja auch – dass diese Vermittlung etwas anderes ist als Ellmau. Ellmau muss Stars vermitteln. Ellmau spielten in der obersten Liga, keine Frage. Das ist aber so, als wenn du sagst: Ok, wir machen ein Hochglanzmagazin. Dann musst du gewisse Regeln verfolgen.

Wir sind da ganz anders: Wir suchen und entwickeln hochbegabte Künstler in der Accademia di Montegral und präsentieren diese auf der Bühne der Tiroler Festspiele Erl. Die haben dann meistens noch keinen Namen, aber ein unglaubliches Talent – und das weiß unser Publikum zu schätzen. Wenn wir nun mit einem der „Big Names“ aus Ellmau in Erl um die Ecke kämen und diesen in unser Programm einbauen würden, dann würde das unser Publikum herzlich wenig interessieren. Unser Publikum weiß, worauf es uns ankommt. Und weiß das ebenso zu schätzen wie das Publikum in Ellmau die sogenannten Stars der internationalen Kulturszene – wenn sie es nicht sogar mehr schätzen als den allgemeinen Klassikzirkus. Denn die Stars aus Ellmau, die sehe ich auch in Bayreuth, Salzburg oder sonstwo auf der Welt. Zu uns kommen die Leute, weil sie etwas Besonderes erleben und sehen wollen mit Künstlern, die es sonst nicht so leicht in den großen Klassikzentren der Welt zu erleben gibt. Sie wollen den Reiz des von uns entdeckten Außergewöhnlichen, das Neue, all das, was nicht im Hochglanzprospekt zu finden ist, sondern was in der verborgenen Bücherei normal in einem Regal steht und auf umweltfreundlichen Papier gedruckt wurde. Und das müssen wir nun hier übereinbringen. Wir müssen unsere Idee zu dir hier in den Club. Darum geht es uns ja gerade auch bei der Zusammenarbeit.

Hauser: Wir fühlen uns dabei übrigens sehr geehrt, weil Erl der Ort in Tirol ist, wo herausragende Kulturarbeit geleistet wird. Im Grunde liegt ja diese ganze Zusammenarbeit zwischen dem Country Club und den Tiroler Festspielen auf der Hand. Die Internationalität in ländlicher Umgebung und traumhafter Alpenkulisse, wir haben da im gewissen Sinne auch eine ähnliche DNA. Diese Vision, aus dem Passionsspielhaus so etwas zu machen, das ist ja eine Vision. Und der Kitzbühel Country Club ist eben auch eine Vision. Insofern passen wir von daher schon einmal gut zusammen. Das zweite, was eben auch ganz wichtig ist: Wir wollen ein Programm bieten, das die ganz wertvollen Dinge, die in der Region ja auch sind, hereinholt und einbindet. Wir wiederum wollen auf diesem Wege unsere Mitglieder zur Klassik, zur Musik hinführen. Es geht um diesen Austausch. Wir wollen die Festspielidee in unseren Räumen lebendig machen und auch leben.

Kuhn: Es ist eh gut, wenn beide Seiten was davon haben. Und das ist hier definitiv gegeben. Sehr hübsch der Satz mit der DNA, weil das trifft es im Kern.

Allgemeine Zustimmung bei der Entourage.

Kuhn: Doch jetzt sind wir etwas abgekommen von der grundlegenden Konzeption und Ausrichtung der Konzertabende. Die Wahl des Hauptsalons als Location, das ist schonmal genau richtig und war mir besonders wichtig. Wie aber nennen wir nun den Moderator – es



ist ja kein Moderator, sondern eher ein Kommunikator? Hauser: Der Musikvermittler während des Konzerts? Kuhn: Genau den, also Kommunikator ist ja schon ganz richtig, aber trifft es noch nicht. Dieser Vermittler... der Musikpädagoge... Das wäre doch wahnsinnig antunend: Musikpädagogisches Abendessen!

Allgemeine Belustigung bei der Entourage.

Kuhn: Das wäre doch wirklich ein Knüller! Hauser: [lacht] Das wäre auf jeden Fall mal was anderes... Kuhn: Also, dann bleiben wir erst einmal bei Kommunikator? Hauser: Ok, also, der Kommunikator.

Kuhn: Wenn ganz klar mit dem Catering abgesprochen wird, wann was serviert wird und das auch diszipliniert durchgehalten wird, dann wir das einwandfrei. Das ist übrigens ganz ähnlich wie im Moulin Rouge in Paris. Da sitzt du auch an Tischen und könntest kommunizieren während der erstklassigen Einlagen auf der Bühne, tust es aber nicht, weil dich das Bühnengeschehen so fesselt. Das ist aber bei der Form von Entertainment natürlich um einiges leichter als bei der Klassik. Bei der Verknüpfung von Klassik und Kulinarik brauchst du viel klarere Vorgaben und Absprachen, um durch das Verhalten des Servicepersonals auch die Gäste in ihrer Aufmerksamkeit auf das Bühnengeschehen zu bestärken. Das habe ich nun seit 25 Jahren erprobt und perfektioniert. Ohne

diese Form der von mir entwickelten, zur Perfektion getriebenen Verstrickung von kulinarischem Service und Leistungsschau der Akademiearbeit in Form von musikalischen Einlagen wären die Festspiele und die Accademia di Montegral heute nicht das, was sie sind. Hauser: Und das ist ja auch schon eine Form des besonderen Luxus, den wir da bieten.

Kuhn: Ganz genau. Es ist wahrer Luxus, wenn Du während des Kulturgenusses nicht in Stuhlreihen sitzen musst und frontal bespaßt wirst, sondern dabei gemütlich am Tisch sitzt bei einem Glas Wein – und trotzdem kulturelle Schmankerl genießen kannst, die Dir dann auch noch durch unterhaltsame Erklärungen näher gebracht werden. Genau das ist es!

Allgemeine Zustimmung von Seiten der Entourage....

Hauser: Ich glaube, wir sollten es wie folgt machen: Der Empfang wird etwas ausführlicher gestaltet – mit Aperitif und Flying Buffet. Somit muss keiner hungrig an den Tisch. Vor allem, wenn wir vorher kommunizieren, dass es nach dem Empfang erst einmal für eine etwas längere Zeit nichts zu essen gibt. Dann setzen sich die Leute hin. Die Getränke sind am Tisch. Dann gibt es die Aufführung, das Konzert. Danach sollten wir dann einen Hauptgang durchservieren. Möglichst wenig Unterbrechungen durch zu viel Aktion. Daher nur einen Gang. Nach dem Hauptgang die zweite Konzerthälfte und das Dessert dann doch bei geöffneter Küche und am Buffet, damit es

zu der von mir so sehr angestrebten Durchmischung der Gäste kommt. Das ist einfach kommunikativer.

Kuhn: Ich bin völlig bei Dir. Bravo! Bist eh ein Gescheiter! Das ist doch eine fantastische Form. Und wir bestücken das mit unseren besten Leuten und einem Kommunikator.

Hauser: Genau so machen wir es. Und die Gäste können beim Dessert auch noch die Künstler kennenlernen. Kuhn: Perfekt. Und jetzt nochmal kurz in der neudeutschen Zusammenfassung: Flying Buffet, Sitting, Drinking und Listening – und natürlich Couching und Communicating.

Hauser: [lacht] Besser kann man es nicht sagen. Bravo!

Somit war alles geklärt. Die Entourage folgte den beiden Herren und der Fotografin noch ein letztes Mal in den Garten des Clubs zum Fototermin, dann konnten endlich die Kochkünste der Küche dem kritischen Urteil der Erler Fachjury unterzogen werden. Immerhin stand nun ja fest, dass diese Form der Kunst auch ein elementarer Teil der angestrebten Zusammenarbeit sein würde. Nach dem Dinner stand es dann endgültig für alle fest. Hier werden sich nicht nur zwei Institutionen mit ähnlicher DNA zu einem unschlagbaren Zweierteam verbinden, sondern auch zwei Künste auf allerhöchstem Niveau: Darstellende und Kochkunst. Diese Veranstaltungsreihe wird ein Fest für die Sinne, bringt Musik in Bewegung – und die Tiroler Festspielidee in den Kitzbühel Country Club.



SIEGEN OHNE ZU KÄMPFEN

***Bernhard Möstl über die
Unterschiede und Weisheiten
Asiens und wie man vieles
daraus lernen kann, um
erfolgreich zu sein.***



Bernhard Möstl gilt als einer der bekanntesten Asienkenner Europas und hat die Kampftechniken der Shaolin Mönche studiert. Er hält seit Jahren Vorträge über die Umsetzung dieses Gedankengutes auf unseren Lebensstil und ist auch als Coach und Buchautor sehr erfolgreich. Sein Asien-Know How und die Unterschiede zur westlichen Lebensart konnte er in seinem Vortrag im November 2014 einem interessierten Publikum im KCC näherbringen. Sein Gesprächspartner war niemand anderer als Andreas Braun, ehemaliger Direktor der Tirol Werbung, Querdenker und Visionär. Dem Clubmagazin des KCC hat er ein Interview gegeben:

HERR MÖSTL, SIE MEINEN IN IHREM BUCH „DER WEG DES TIGERS“ UNTER ANDEREM, DIE ACHTSAMKEIT FÜHRE DAZU, DASS DERJENIGE AUCH GUT MIT SEINEN MITMENSCHEN UMGEHT UND IHNEN HELFEN KANN. ICH FRAGE MICH, WIE KANN MAN POLITIKER DAZU BRINGEN, IHREN RAT ZU BEFOLGEN – EINER BESSEREN WELT ZULIEBE?

Wahrscheinlich, indem man Politiker erstmal dazu bringt, sich mit sich selber zu beschäftigen. Ich glaube, dass Politiker aus der falschen Motivation heraus dieses Amt annehmen. Wenn es mir selbst gut geht und ich das nicht mache, um mich zu profilieren oder zu bereichern, dann kann das funktionieren. Dazu brauchen wir einen anderen Typ Politiker und einen anderen Job des Politikers.

Verantwortung für sein Leben zu übernehmen, wie sie es vorschlagen, heißt die richtigen Entscheidungen zu treffen. Wissenschaftler haben nachgewiesen, dass unser Gehirn Entscheidungen trifft, bevor wir diese bewusst selbst treffen. Sind wir wirklich Herr über unsere Entscheidungen? Normalerweise nicht, aber wir können es sein. Ich treffe eine Entscheidung und frage mich, wie komme ich dazu, dass es so ist. Es stimmt, die Entscheidung ist im Grunde bereits gefallen, bevor sie mir bewusst wird, aber das heißt nicht, dass ich die Entscheidung auch wieder revidieren kann. Was bringt mich dazu anzunehmen, dass das so ist und ich hinterfrage meine Entscheidung. Damit bin ich auch Herr meiner Entscheidungen. Standardmäßig ist man es aber nicht, das ist richtig.

IST DAS INTERESSE AN ASIATISCHEN LEBENSWEISHEITEN WIE BUDDHISMUS, YOGA ETC. NICHT AUCH AUSDRUCK



EINER GEWISSEN VERLORENHEIT DER WESTLICHEN GESELLSCHAFT UND AUCH ZUGLEICH EIN MODETTREND?

Es ist das sicherlich alles, wobei dieses Interesse schon sehr lange besteht. Es kommt darauf an, wer und wie jemand das macht. Für mich war Asien immer schon faszinierend. Schon als kleines Kind habe ich mich dafür interessiert. Für viele ist es genau das, was sie sagen und bloß der Versuch, eine Leere anders zu füllen. Du findest Buddha, wenn du dein Innerstes selbst findest.

SIE ARBEITEN AUCH ALS COACH. WIE KANN MAN SICH DAS VORSTELLEN?

Ich habe gelernt, dass man als Begleiter - den Ausdruck Coach mag ich nicht - Fragen stellen muss. Das ist auch das, was ich tue. Antworten zu geben, so wie auch in meinen Büchern keine Antworten stehen. Ich versuche, mit Hilfe von Fragen die Leser ihre Antworten selbst finden zu lassen. Die Lösung ist ja in einem selbst vorhanden. Ich rufe diese Lösung nur hervor. Das ist meine Aufgabe.

ES GIBT MENSCHEN, DIE SICH EINE MAUER UM SICH AUFGEBAUT HABEN, UM VOR VERLETZUNGEN GESCHÜTZT ZU SEIN. SIE BESCHÄFTIGEN SICH NIE MIT SICH SELBST. VIELE VON IHNEN SIND SEHR ERFOLGREICH. IST ES NICHT SEHR GEFÄHRLICH, WENN MAN DIESE MENSCHEN MIT SICH SELBST KONFRONTIERT UND DABEI DEREN WELTBILD UND MAUER ZUSAMMENBRICHT?

Ich versuche nicht, jemandem ein anderes Weltbild zu geben. Es geht ja auch nicht um die Frage, ob man erfolgreich ist. Im Grunde geht es darum, glücklich zu sein. Ich habe extrem reiche Menschen getroffen, aber sie waren nicht glücklich. Jeder muss das für sich selbst entscheiden. Ich versuche, dem Zuhörer Werkzeuge zu geben. Wie er diese nutzt, ist die Entscheidung jedes einzelnen.

GIBT ES IN DER „ASIATISCHEN“ DENKWEISE ÜBERHAUPT DAS WORT ERFOLG, WIE BEI UNS IM WESTEN?

Ja, das gibt es. Das beste Beispiel ist Kung Fu. Man meint immer, das hätte was mit Kampf zu tun. Kung Fu bedeutet jedoch harte Arbeit. Erfolg definiert sich als das, was danach kommt. Erfolg ist in Asien nicht das Erreichen eines Zieles. Konfuzius hat gesagt „der Weg ist das Ziel“

– und er meint, was tust du, wenn du dein Ziel nicht erreichst? Es wäre ja dann der ganze Weg umsonst. Erfolg definiert sich ununterbrochen und nicht im Erreichen eines Zieles, sondern in jedem Schritt dorthin.

IN AFRIKA GIBT ES VIELE CHINESISCHE INVESTOREN UND FIRMEN. SIE BEHADELN IHRE LOKALEN MITARBEITER SO SCHLECHT, DASS DORT MITTLERWEILE DIE FRÜHEREN BESATZUNGSMÄCHTE ALS WESENTLICH HUMANER GELTEN. WIE PASST DENN DAS ZU ALL DIESEN CHINESISCHEN WEISHEITEN?

Die Chinesen sind von dem was in den letzten Jahren passiert ist, sehr verändert worden. Sie unterscheiden sich von den anderen Asiaten darin, dass sie das Geld erfunden haben. Die Chinesen haben immer ihre Leute ausgebeutet. Das wussten auch die Engländer. Damit haben die Chinesen kein Problem.

CHINA HATTE VOR VIELEN JAHRHUNDERTEN DIE GRÖSSTE FLOTTE DER WELT MIT DEN MODERNSTEN SCHIFFEN DER DAMALIGEN ZEIT. SIE SIND ABER KEINE WELTMACHT GEWORDEN, WEIL SIE AN INNEREN UNRUHEN ZERBROCHEN SIND. GLAUBEN SIE, DASS SICH DIE GESCHICHTE JETZT WIEDERHOLT, SPRICH DER ANSPRUCH AUF WELTHERRSCHAFT ZWISCHEN USA UND CHINA?

Ich denke, weder noch. Ich glaube nicht, dass die Chinesen die Weltherrschaft anstreben. Einen Chinesen interessiert, dass es ihm gut geht. Ob Amerika chinesisch ist oder nicht, ist dem Chinesen gleichgültig. Die Asiaten generell interessieren sich für sich selbst. Sollte es wirklich diese Kämpfe geben, dann wird nicht China verschwinden, sondern die Welt. Wenn einmal eineinhalb Milliarden Menschen herumlaufen, die weder Arbeit noch Essen haben, dann wird das wirklich nicht lustig werden.

MENSCHEN IN DER WESTLICHEN WELT LASSEN SICH PRINZIPIELL GEGEN ALLE GEFAHREN VERSICHERN. IST DIE WESTLICHE WELT EINE ANGSTGESELLSCHAFT?

Natürlich, davon lebt sie ja.



WINNING WITHOUT FIGHTING

BERNHARD MÖSTL ON THE DIFFERENCES AND WISDOMS OF ASIA – AND HOW MUCH ONE CAN LEARN FROM THEM TO BE SUCCESSFUL IN LIFE.

Bernhard Möstl is considered one of Europe's most renowned specialists on Asia. He studied the martial arts of the Shaolin Monks and, for many years, has lectured on how to transfer this body of thought to our life style. He has been highly successful as coach and in publishing books on this topic. In November 2014, in a speech on Asia, Bernhard Möstl shared his knowledge of the differences to Western life style with an interested audience at the KCC.



EVENT VORSCHAU

AUSZUG DER NÄCHSTEN
VERANSTALTUNGEN IM KCC
AUGUST BIS NOVEMBER 2015

*Hier haben wir für sie die wichtigsten
Events die bis Redaktionsschluss fixiert
wurden ausgesucht. Wir wünschen
ihnen viel Spass und gute Unterhaltung:*

Sa. 08.08.2015
um 19:00

FETE BLANCHE« MIT LIVE BAND UND
OPEN KITCHEN IM GARTEN (DRESS CODE: WEISS)

So. 20.08.2015
um 10:00

WANDERUNG HINTERSTEINERSEE ZUR WALLERALM MIT CLUBDIREKTORIN
SANDRA ZANETTI UND ANSCHLIESSENDE EINKEHR

So. 23.08.2015
um 10:00

GAMSJAGDWANDERUNG FÜR NICHTJÄGER MIT KCC EIGENTÜMER
RICHARD HAUSER ZUR GRUTTENHÜTTE MIT EINKEHR ZUR JAUSE

Fr. 11.09.2015
um 18:30

FESTIVAL SOIRÉE IM KCC IN ZUSAMMENARBEIT
MIT DEN TIROLER FESTSPIELEN ERL

Sa. 26.09.2015
um 19:00

»ITALIEN NIGHT« ITALIENISCHER ABEND MIT
OPEN KITCHEN PARTY UND DEM SÄNGER GIUSEPPE

Fr. 16.10.2015
um 19:00

VORTRAG »VISIONS ON YACHT, AIRCRAFT & LIFESTYLE« MIT DEM
INTERNATIONALEN LUXUSDESIGNER JACQUES PIERREJEAN

Sa. 24.10.2015
um 19:00

HERBST-WINZERABEND

Sa. 31.10.2015
um 19:00

HALLOWEENPARTY IM KCC« MIT OPEN KITCHEN UND LIVEMUSIK

Fr. 06.11.2015
um 19:00

FESTIVAL SOIRÉE IM KCC IN ZUSAMMENARBEIT
MIT DEN TIROLER FESTSPIELEN ERL

Mi. 11.10.2015
um 16:00

MARTINSGANSESSEN (AUF VORBESTELLUNG)



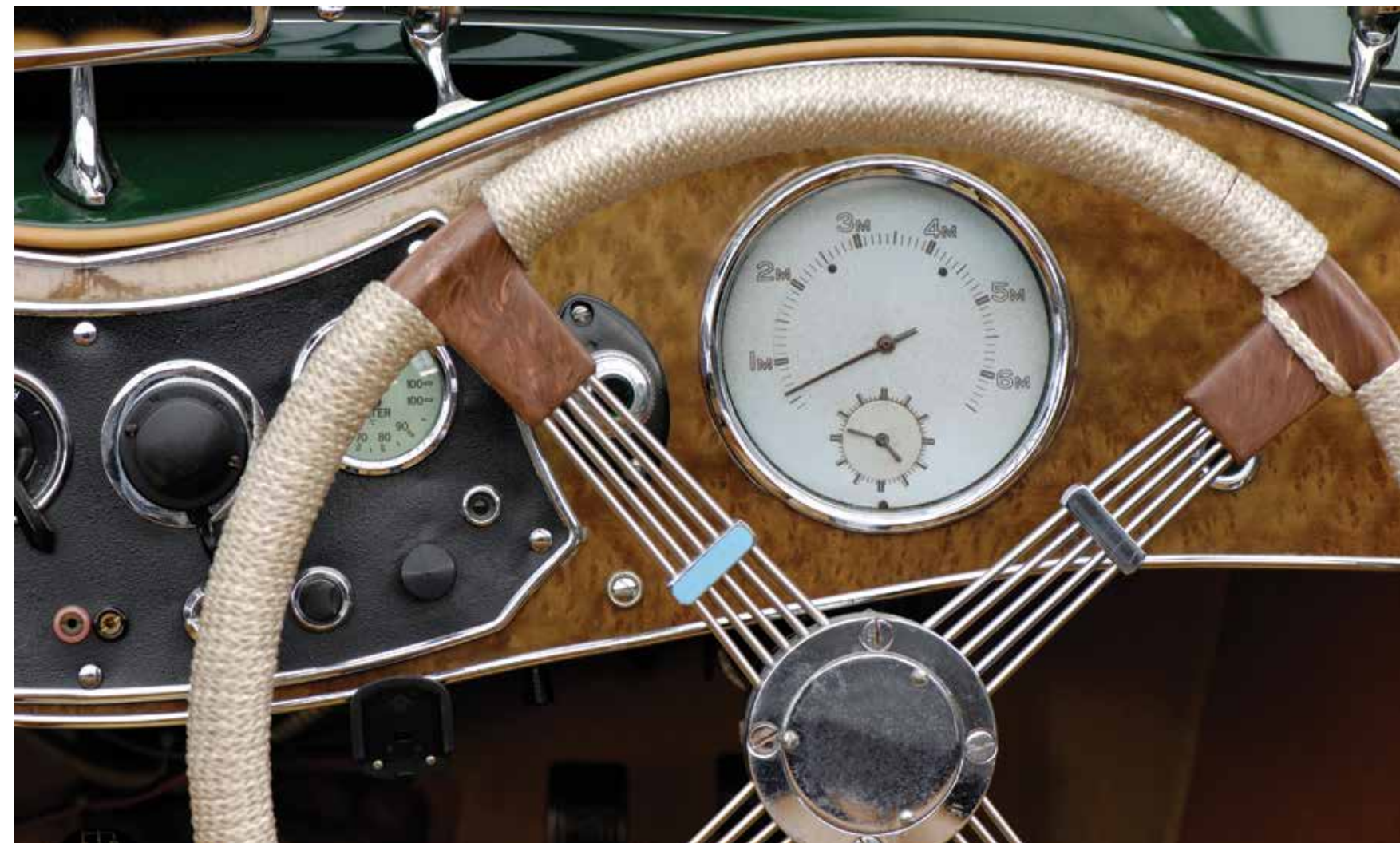
Classic Car Club Kitzbühel

DER TRAUM VON EINEM *EXKLUSIVEN OLDTIMER*

VERLEIH VON EXKLUSIVEN OLDTIMERN MIT CHAUFFEUR ODER AN
SELBSTFAHRER FÜR HOCHZEITEN, FIRMEN ODER PRIVATPERSONEN.

*Niveau, Nostalgie und Lebensgefühl - Exklusivität, Leidenschaft und Eleganz
Einkauf, Verkauf, Vermittlung von klassischen Automobilen.*

KONTAKT: Sascha Wolff **Tel.:** +43(676)7786477 **Web:** www.classiccarkitz.at **Mail:** Info@classiccarkitz.at





«I drink it when I'm happy and when I'm sad.
Sometimes I drink it when I'm alone.
When I have company I consider it obligatory.
I trifle with it if I'm not hungry and I drink it when I am.
Otherwise I never touch it, unless I'm thirsty.»

London Daily Mail, 17th of october 1961
Lilly Bollinger

LIFE CAN BE PERFECT
at the Kitzbühel Country Club



MAXIMILIAN
JOSEF RIEDEL
 DIE 11. GENERATION

Das in Kufstein ansässige, erfolgreiche Familienunternehmen wird nun in elfter Generation von Maximilian Josef Riedel geleitet. Das weltweit tätige Unternehmen ist eines der erfolgreichsten in Österreich und ist mit seinen Gläsern mittlerweile schon ein „Muss“ für jeden Gastronomen. Für jeden Wein gibt es ein spezielles Glas und die Entwicklung, wie etwa das „stiellose Glas“, ist nur ein Beispiel von Innovation. Die Produkte von Riedel wurden weltweit viele Male ausgezeichnet und erfreuen sich international großer Beliebtheit. Für den KCC stand Herr Josef Riedel zu einem Gespräch bereit.



HERR RIEDEL, SIE LEITEN DAS FAMILIENUNTERNEHMEN BEREITS IN ELFTER GENERATION. IST DER DRUCK, DER ERFOLGSGESCHICHTE GERECHT ZU WERDEN, NICHT ENORM?

Der Druck ist gegeben und den baut man sich auch selbst auf, weil man nicht der letzte sein möchte. Die zwölfte Generation soll genauso gut davon leben können. Ich bin auch froh, dass es einen gewissen Druck gibt, da er mich motiviert.

WENN MAN DIE VIELEN VERSCHIEDENEN GLÄSER IHRER FIRMA BETRACHTET, FÄLLT EINEM ALS „NICHTDESIGNER“ SOFORT DIE FRAGE EIN – WIE FINDEN SIE NOCH NEUE IDEEN UND WOHER ODER VON WEM WERDEN SIE INSPIRIERT?

Die Gläser unter der Marke Riedel sind nur ein Bruchteil der Gläser, die wir herstellen. Wir produzieren auch unter anderen Marken und für andere internationale Hersteller. Wir werden immer öfter von Dritten motiviert, Gläser zu entwickeln, wie zum Beispiel für Champagnerproduzenten, die für ihre Produkte ein besonderes Glas gestalten wollen. Für sie sind wir die erste Wahl, eigene Gläser zu produzieren.

DIE ESSGEWOHNHEITEN VIELER MENSCHEN WERDEN MIT „FAST FOOD“ IMMER EINFACHER UND UNKOMPLIZIERTER. MAN TRINKT AUS BECHERN UND PLASTIKFLASCHEN. LÄUFT DAS HOCHWERTIGE WEINGLAS HIER GEFAHR, ZUM SELTENEN GOURMET-RELIKT ZU WERDEN?

Aus Bechern hat man ja schon seit vielen hundert Jahren getrunken. Zwar nicht aus Plastik, aber aus Holz. Ich glaube, dass sich das Weinglas nicht verabschieden wird und auch unsere Absatzzahlen zeigen Zuwachs.

EIN BEKANNTER WEINKENNER HAT EINMAL GEMEINT „EIN GUTER WEIN SCHMECKT AUS JEDEM GLAS“. WAS WÜRDEN SIE IHM ANTWORTEN?

Er würde noch besser aus dem richtigen Riedelglas schmecken.

WIE ERKENNT MAN ALS LAIE, OB EIN WEINGLAS HOCHWERTIG IST ODER NICHT? An der Funktion. Der Kunde kennt sich heutzutage aus und kauft keine unpassenden Gläser. Ein Glas hat die Funktion eines Werkzeuges und das ist auch unsere Stärke und unser Erfolg.



**MAXIMILIAN
JOSEF RIEDEL**

11TH GENERATION

Riedel Wine Glass Company, the renowned family enterprise located at Kufstein in the Tyrol, is now directed, in 11th generation, by Maximilian Josef Riedel. As global player, active and busy in all parts of the world, Riedel is one of the most successful corporations in Austria and, meanwhile, Riedel glasses are a "must" in quality gastronomy. Each wine calls for its special, perfect glass and their development, such as the "stemless glass", is only one example for sustainable corporate innovation. Riedel products have been awarded many prizes worldwide and enjoy high international popularity.

WENN ICH MIR ALS ANGEHENDER GOURMET ZU MEINEM ESSGESCHIRR AUCH GLÄSER KAUFEN MÖCHTE, WELCHE GRUNDAUSSTATTUNG WÜRDEN SIE EMPFEHLEN?

Das beginnt schon damit, welcher Stil ihnen gefällt. Mit Stiel, Eierform, ohne Stiel und natürlich welche Funktion es haben soll. Bei Riedel gibt es für jeden Wein ein eigenes Glas. Das hängt also vom Kunden ab, welchen Wein er trinken möchte.

WAS AN IHRER TÄTIGKEIT IST FÜR SIE DAS SCHWIERIGSTE UND FORDERT SIE AM MEISTEN?

Meine Mitarbeiter zu führen, zu motivieren und glücklich zu halten, ist sicher eine der schwierigsten Aufgaben eines Unternehmers im 21. Jahrhundert.

WENN SIE DIE VERSCHIEDENSTEN PHASEN DER GESCHICHTE VON RIEDEL GLAS DURCHDENKEN. GIBT ES DA EINE PERIODE, IN DER SIE LIEBER DAS UNTERNEHMEN GELEITET HÄTTEN, ALS JETZT? Nein.

WÄREN SIE NICHT IM UNTERNEHMEN DER FAMILIE, WAS WÜRDEN SIE BERUFLICH MACHEN WOLLEN?

Ich wäre Rennfahrer geworden und daher schon in Pension.

CHINA IST EIN GROSSER MARKT, WO WEIN SEINE ZUKUNFT ALS NEUES PRODUKT AUFBAUT. DIE CHINESEN SIND BEKANNT DAFÜR, ALLES WAS GUT UND ERFOLGREICH IST, ZU KOPIEREN UND BILLIG AUF DEN MARKT ZU BRINGEN. WIE STELLT SICH DIESES PROBLEM FÜR SIE DAR, WO DOCH CHINA EINER IHRER SCHWERPUNKTE IST?

Das ist wirklich richtig. Auch wir leiden unter dieser Situation und erleben immer öfter Kopien. In dieser Situation ist ihr Rechtsanwalt ihr bester Vertrauter. Sie können sich sonst gegen diese Probleme nicht wehren.

WIE LAUTET IHR GRÖSSTES ZIEL FÜR DIE ZUKUNFT?

Das Unternehmen an die zwölfte Generation weiter zu geben.

drucken

war

gestern,



fair

printen

ist

heute.

Karl und Walter Grasl stehen für Europas nachhaltigste Druckerei. Höchste Qualität, die nachhaltig, ressourcenschonend und umweltfreundlich produziert wird. Das ist Grasl FairPrint. Mit vielfach ausgezeichneten Druckwerken.

GRASL



2540 Bad Vöslau, Druckhausstraße 1, k.grasl@grasl.eu, +43 2252 402-0, www.grasl.eu

„DIE FORM IST NICHT DAS ZIEL, SONDERN DAS RESULTAT.“

LUDWIG MIES VAN DER ROHE

ARCHITEKTUR MASSGESCHNEIDERT

Seit mehr als 15 Jahren steht der Name SPITZNER für anspruchsvolle, exklusive sowie außergewöhnliche Architektur. Kilian Spitzner hat es sich zur Maxime gemacht, eine Symbiose aus Funktionalität und individuellem Stil bei jedem seiner Projekte zu schaffen. Ebenso ist der persönliche Kontakt zwischen Architekt und Bauherren die Basis für ein erfolgreiches Projekt. Und der Erfolg gibt ihm Recht. Viele Kunden sind Stammkunden. Sie schätzen die Zuverlässigkeit und Loyalität, und wissen, dass sie sich darauf verlassen können, dass ihre Projekte perfekt realisiert werden. Diese Voraussetzungen haben die erfolgreiche Umsetzung des Projektes „Kitzbühel Country Club“ möglich gemacht. Das Zusammenspiel zwischen Bauherr Richard Hauser und Kilian Spitzner und seinem Team hat zu einem Edelstein geführt – eingebettet in die wunderschöne Umgebung der Kitzbüheler Alpen und mit bester Infrastruktur ausgestattet.

Im Jahr 1999 trifft der heute 3-fache Familienvater die Entscheidung, sein eigener Herr zu sein und gründet sein Büro. Seitdem wächst das Büro kontinuierlich – inzwischen auf über 40 festangestellte Mitarbeiter. Seine Mitarbeiter festanzustellen, ist für Kilian Spitzner ein Grundsatz. Auch dies keine Selbstverständlichkeit in diesem Metier. Für ihn war klar, dass nur ein Teammitglied die Verbundenheit und Loyalität dem Büro und den Kunden gegenüber entwickeln kann, dem diese Verbindlichkeit auch vonseiten des Arbeitgebers entgegen gebracht wird. Und man versteht sich bei SPITZNER als Teamplayer – ein hohes Maß an Eigenverantwortung und Arbeitsqualität gehören dazu.

Im Jahr 2005 folgt als nächster Schritt die Gründung der Niederlassung in St. Johann i. Tirol. Am Ort des Geschehens zu sein, ist für die erfolgreiche Umsetzung eines Projektes elementar. Und die wachsende Zahl der Projekte in Tirol schaffte eine gute Grundlage für diesen Schritt.

Auch das Spektrum der Projekte erweitert sich kontinuierlich. Die Expertise liegt inzwischen breitgefächert in allen Bereichen der Hochbau-Architektur. So zählen exklusive Wohnungen und Privathäuser, Gewerbe- und Industriebauten, Hotels, Industrieanlagen sowie Standorterschließungen zu den Schwerpunkten des Büros. Um den unterschiedlichen Anforderungen der Projekte gerecht zu werden, gründet SPITZNER – unter anderem für die Realisierung von Großprojekten – die SPITZNER PROJEKT GmbH & Co. KG.

ALLES IST MÖGLICH

Zu den Meilensteinen des Unternehmens SPITZNER gehören prestigeträchtige Projekte wie der Entwurf und Bau eines Bürogebäudes in Oberndorf, vor den Toren Kitzbühels, aber auch der Umbau des alten Finanzamtes in Kitzbühel in eine exklusive Wohn- und Geschäftsimmoblie. Im Bereich Industriebauten, gehören die Planung und der Bau von Pelletwerken in den USA, die mit zu den größten weltweit zählen sowie die Planung und Bau der modernsten Dünnplattenanlage der Welt, in Polen, zu den Meilensteinen.

Der Sprung über „den Teich“ – zur Realisierung von Großbauprojekten in den USA – war sicherlich eine der herausforderndsten Entscheidungen, die der leidenschaftliche Triathlet in seinem Berufsleben getroffen hat. Der Erfolg gibt ihm Recht. Der Umbau einer exklusiven Privatwohnung in London sowie Villenprojekte auf Jalta, Ukraine und Leshkovo, Russland ergänzen die umfangreiche Referenzliste des Büros. Auf der einen Seite Industriebauten und auf der anderen Seite der Bau exklusiver Wohndomizile – dies stellt für Kilian Spitzner keinen Gegensatz dar, sondern weist auf die große Bandbreite des Architekturbüros hin. Kilian Spitzner weiß, dass auch seine Mitarbeiter gerade diese Herausforderungen schätzen.



KONTAKT:

Adresse:

Spitzner Architektur
Wöhrdstraße 7
D-93059 Regensburg

Tel:

+49 (0)941 502796

Web:

www.spitzner-team.com



„FORM IS NOT THE AIM BUT THE RESULT OF OUR WORK.“

LUDWIG MIES VAN DER ROHE

For more than 15 years the name SPITZNER stands for challenging, exclusive and extraordinary architecture. It is Kilian Spitzner's maxim to create, with each of his projects, a symbiosis of functionality and individual style. In addition, the personal contact between architect and client is the basis for a successful project. And his success proves him right. Many clients are regular customers. They appreciate reliability and loyalty, and they know they can trust in the perfect realization of their project. These preconditions made possible the successful implementation of the "Kitzbühel Country Club" project. The cooperation between client Richard Hauser and Kilian Spitzner and his team led to the creation of a jewel – imbedded in the wonderful surroundings of the Kitzbühel Alps and equipped with the best of infrastructure.

UNTER EINEM GUTEN STERN

ZWEI ERFOLGREICHE
JAHRE MIT UNSEREM
PARTNER MERCEDES

Partnerschaften haben es an sich, dass beide Unternehmen gut zusammenpassen müssen. Für den KCC war es von Anfang an klar, dass Partner den höchsten Ansprüchen unserer Mitglieder entsprechen müssen.

Mit Mercedes hat der Club einen hochwertigen und zuverlässigen Partner für seinen Chauffeurservice gefunden. Seit zwei Jahren funktioniert diese Zusammenarbeit einwandfrei und problemlos. Die Kriterien des Clubs an den Partner sind: Top Image – höchste Qualität in Ausstattung und Technik sowie hohe Zuverlässigkeit und Sicherheit. Mercedes erfüllt diese Kriterien perfekt. Mit der stets modernsten Flotte von S Klasse Modellen und Mercedes Vans, ist der „Mobilitätsfaktor“ für den KCC bestens abgedeckt. So können unsere Mitglieder jederzeit Fahrten mit Chauffeur zum nächsten Skilift, nach Salzburg oder ins Zentrum von Kitzbühel sowie nach Erl zu den Festspielen buchen. Aber Mercedes ist nicht nur unser Partner für den Chauffeurservice sondern belebt das Clubleben auch mit tollen Events wie die „Offroad Experience“ oder Modellpräsentationen im Club. Events von Mercedes sind bei den Mitgliedern sehr beliebt und werden auch in Zukunft ein Bestandteil des Clublebens bleiben.



**THE BEST
OR NOTHING**
TWO YEARS OF
SUCCESSFUL PARTNERSHIP
WITH MERCEDES

IN ESSENCE, PARTNERSHIPS NEED TWO PARTNERS WHO SHOULD MATCH. FROM THE BEGINNING IT WAS CLEAR FOR THE KCC THAT OUR PARTNERS MUST MEET WITH THE DEMAND FOR HIGH STANDARDS BY OUR MEMBERS.

With Mercedes, the Club has found a high quality and reliable partner for its chauffeur service. For two years, this partnership has worked very well and without any problems. The Club's criteria are: Top image, highest quality in technical layout and fittings, high reliability and safety. Mercedes is perfect in fulfilling these criteria. With always the most recent fleet of S class models and Mercedes vans, the "mobility factor" for the KCC is perfectly covered. Our Members are free to book a chauffeur driven limousine to get to the next skiing lift, to drive to Salzburg or the center of Kitzbühel or the Tyrolean Festival Erl at any time. But Mercedes is not just our partner for the chauffeur service, it adds to our Club life with great events such as the "Offroad Experience" or model presentations. Mercedes Events are very popular with our Members and shall remain part of Club life.

WO DESIGN ZU HAUSE IST

UNBESCHWERT, IMMER FÜR EINEN SCHERZ BEREIT
UND EIN HERZ FÜR SEINE KUNDEN, SO KÖNNTE MAN
HERBERT BACKHAUSEN, CHEF VON
„VIENNA FABRICS & DESIGN“ BESCHREIBEN.

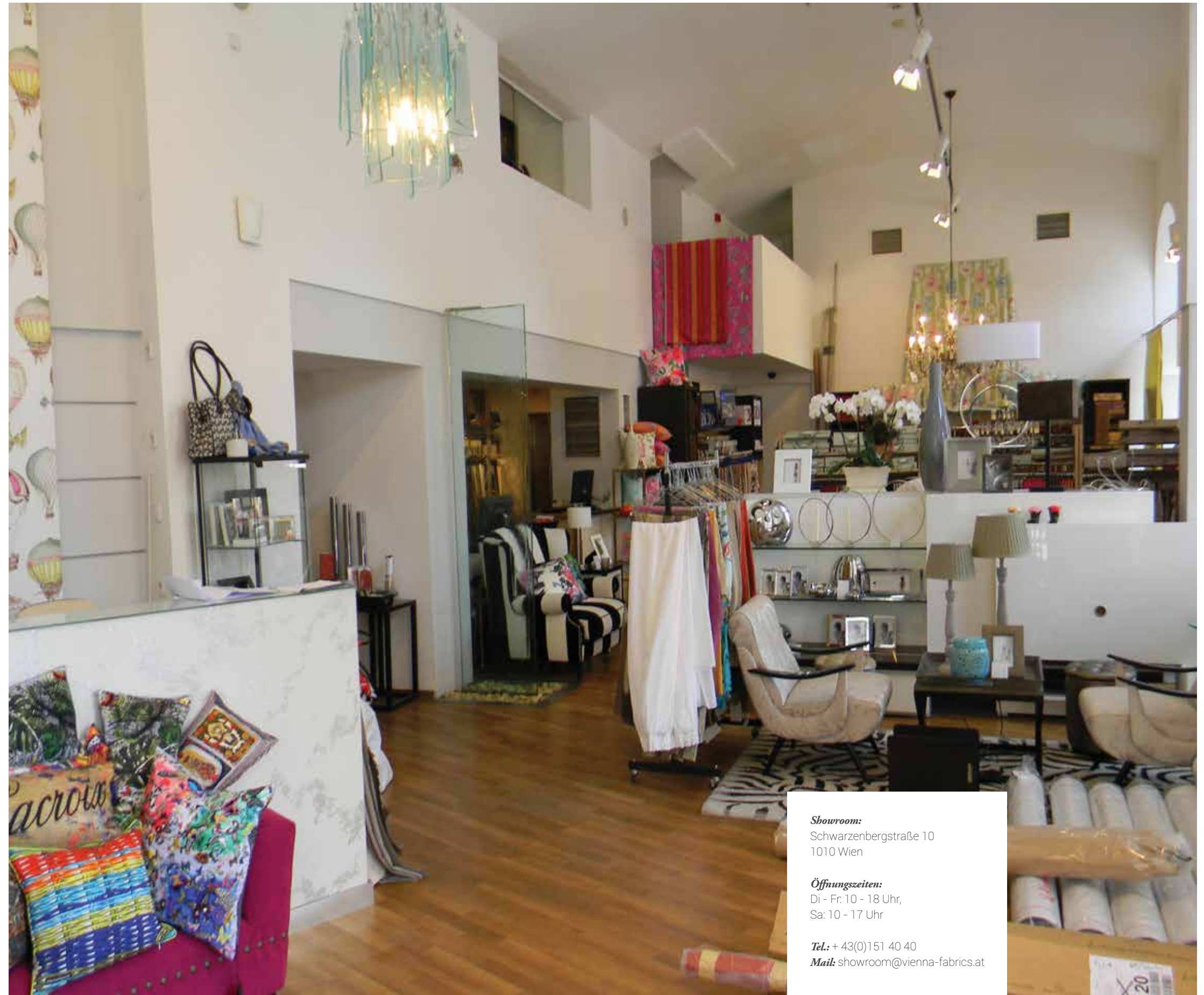


Mit seinem Unternehmen ist er mittlerweile einer der bekanntesten Stoffeinzelhändler und Objektausstatter im Osten Österreichs geworden. „Vienna Fabrics & Design“ ist aber auch in Westösterreich präsent und baut diese auch weiter aus. Der Schwerpunkt liegt im Inneneinrichtungsbereich für Hotels, Gastronomie, Botschaften, Banken und Privatkunden. Eine Besonderheit ist die detailgetreue Nachstellung von historischen, aber auch von neu designten Stoffen, die ganz genau auf die Bedürfnisse der Kunden abgestimmt werden. Vienna Fabrics & Design arbeitet mit zahlreichen hochwertigen Produzenten zusammen, um so die verschiedenen Produkthanforderungen ihrer Kunden gerecht zu werden. Die Konfektion und Montage sind selbstverständlich auch Bestandteil der Angebotspalette. Die jahrelange Erfahrung und das Wissen welches Herbert Backhausen mit sich bringt, garantiert die Qualität seiner Arbeit.

A STRONG PARTNER

CAREFREE, ALWAYS READY FOR A JOKE
AND A BIG HEART FOR HIS CLIENTS,
THIS COULD BE A ROUGH DESCRIPTION
FOR HERBERT BACKHAUSEN, OWNER
OF VIENNA FABRICS & DESIGN.

His enterprise has grown into one of the most renowned retail companies for fabrics and object fashioning in the east of Austria. Meanwhile he is also present in the west of the country and extending further. He concentrates his attention on interior furnishings for hotels, gastronomic businesses, embassies, banks and private customers. Another focus lies in the precise remaking of historical fabrics, the accurate preciseness applying to newly designed fabrics just the same, meeting the demands of the individual customer. Vienna Fabrics & Design cooperates with a number of high quality producers to fulfill the different requirements of different customers. Perfect manufacturing and installation are, of course, part of the range of products and service. Many years of experience and the knowhow of Herbert Backhausen guarantee the quality of craftsmanship.



Showroom:
Schwarzenbergstraße 10
1010 Wien

Öffnungszeiten:
Di - Fr: 10 - 18 Uhr,
Sa: 10 - 17 Uhr

Tel.: +43(0)151 40 40
Mail: showroom@vienna-fabrics.at



Prof. Dr. Alexander Liegl
*Rechtsanwalt, Partner Noerr LLP,
Leiter Büro München,
Honorarkonsul des Fürstentums Monaco*

PROFESSOR DR. LIEGL FIRST HOUR MEMBER

OF THE KCC

Alexander Liegl acts as business consultant for corporations and financial investors, he is engaged in M&A transactions and a number of corporate restructurings. Dr. Liegl is involved in company take-overs and selling, in the structuring of company shares and inheritance issues. In the realm of media and sports sponsoring, Alexander Liegl counts among the most renowned legal advisors. Promoters of international sports events such as Olympic Summer Games in Peking 2008, London 2012, Rio 2016, Winter Games Vancouver 2010, Sochi 2014, Youth Olympics 2012, FIFA World Championships (2002, 2006, 2010, 2014, 2018) Formula 1, Basket Ball and Germany's National Soccer League count among his clients. Dr. Liegl is one of the founding members of the KCC and good friend of Richard Hauser.

PROF. DR. ALEXANDER LIEGL
*Attorney at-law, Partner Noerr LLP,
Manager Munich Office,
Honorary Consul Principality of Monaco*



PROFESSOR DR. ALEXANDER LIEGL

MITGLIED DER 1. STUNDE

Prof. Dr. Alexander Liegl ist beratend für Unternehmen und Finanzinvestoren, bei M&A-Transaktionen, sowie diversen Unternehmenssanierungen tätig. Des Weiteren berät Dr. Liegl Firmen beim Kauf, der Veräußerung und Strukturierung von Unternehmensbeteiligungen und bei erbrechtlichen Streitfällen. Im Bereich Medien-Sport-Sponsoring gehört Alexander Liegl zu den angesehensten Rechtsexperten. Veranstalter internationaler Sportevents, wie etwa die Olympischen Sommerspiele in Peking 2008, London 2012, Rio 2016, Olympische Winterspiele in Vancouver 2010, Sotschi 2014, Jugendolympiade 2012, die FIFA Weltmeisterschaften (2002, 2006, 2010, 2014, 2018), Formel 1, Basketball, sowie die Fußball Bundesliga, gehören zu seinen Kunden. Dr. Liegl ist Gründungsmitglied im KCC und mit Herrn Richard Hauser befreundet. Für das KCC Magazin nahm er sich trotz vieler Termin Zeit, alle Fragen zu beantworten.

HERR PROF. DR. LIEGL, WAS WAREN IHRE ERSTEN GEDANKEN UND GEFÜHLE, ALS SIE ERSTMALS DEN KCC BESUCHTEN?

Ich habe mich sehr für Richard Hauser gefreut. Er teilte mir seine Vision vom KCC bereits Jahre vor Beginn der Realisierung mit und ich habe ihn immer bestärkt, diese großartige Idee umzusetzen. Ich durfte ihn in diesen Jahren begleiten und so war es für mich eine große Freude, die einzelnen Entstehungsschritte des KCC mitzuerleben.

WARUM SIND SIE MITGLIED GEWORDEN?

Als Freund von Richard Hauser, war das für mich eine Selbstverständlichkeit.

WELCHE BEZIEHUNG HABEN SIE PERSÖNLICH ZU KITZBÜHEL?

Wir sind seit mehr als fünfzehn Jahren regelmäßig zum Skifahren in den Kitzbüheler Alpen, unsere beiden Söhne haben dort ihre Liebe zum Skisport entdeckt.

SIE HABEN VIELE INTERNATIONALE SPORTVERANSTALTER UND UNTERNEHMEN IM RAHMEN DER AUSRICHTUNG UND DES SPONSORING VON OLYMPISCHEN SPIELEN UND FUSSBALL-WELTMEISTERSCHAFTEN, SOWIE IN DER FORMEL 1 IM RECHTLICHEN BEREICH BERATEN. WAS FASZINIERT SIE AN DIESER TÄTIGKEIT?

Es ist faszinierend, wenn man etwas dazu beitragen kann, dass großartige Sportevents erfolgreich verwirklicht werden können und vor allem, dass Menschen auf der ganzen Welt

ein Ereignis wie die Fußball-Weltmeisterschaft 2014, mit dem grandiosen Endspiel, live im TV verfolgen können. Wenn im Rahmen dieser Sportevents, wie zum Beispiel bei Rennen der Formel 1, weltweit tätige Unternehmen aufgrund der verhandelten Verträge sympathisch und prominent in der Live-Übertragung sichtbar sind, freut mich das besonders.

IHRE TÄTIGKEIT UMFASST NEBEN SPORT & MEDIENSPONSORING ÜBERWIEGEND DIE BEREICHE MERGERS & ACQUISITIONS, UNTERNEHMENSSANIERUNGEN, SOWIE PRIVATE CLIENTS UND NACHFOLGEREGELUNGEN. WELCHER BEREICH IST FÜR SIE DIE GRÖSSTE HERAUSFORDERUNG?

Ich sehe einen wichtigen Teil meiner Tätigkeit in der Beratung von Konzernlenkern und Unternehmern, nicht nur im rein juristischen Bereich bei Verhandlungen und der Erstellung von Verträgen, sondern bereits auf dem Weg zu den Entscheidungen über Akquisitionen, De-Investments und Nachfolgeregelungen. Das Vertrauen dieser Entscheider zu gewinnen und zu erhalten, ist eine große Herausforderung.

MAN SAGT, UM ERFOLGREICH ZU SEIN, MUSS MAN AUCH NIEDERLAGEN EINSTECKEN KÖNNEN. WIE GEHEN SIE MIT NIEDERLAGEN UM?

Zunächst muss man die Gründe prüfen, die dazu geführt haben, dass man nicht so erfolgreich war. Daraus lernt man, wie man es künftig besser machen kann und das setze ich dann konsequent um.

WAS WÄREN DIE KRITERIEN, DIE SIE BEWEGEN WÜRDEN, EINEN VIELLEICHT LUKRATIVEN AUFTRAG ABZULEHNEN?

Wenn ich in den persönlichen Gesprächen mit dem verantwortlichen Gesprächspartner und aus dem geschilderten Sachverhalt den Eindruck gewinne, dass die erforderliche Seriosität der handelnden Personen, als auch bei den Grundlagen und den Zielen des Auftrages nicht gewährleistet ist.

WIE VIEL PLATZ NIMMT IN IHREM BERUF KREATIVITÄT EIN?

Kreativität ist ein sehr wichtiger Bestandteil meiner Tätigkeit: innerhalb der gesetzlichen Rahmenbedingungen müssen wir als Berater bei der Gestaltung von Strukturen und Strategien kreativ und innovativ sein. Darin liegen die Herausforderung und der Reiz meines Berufs.

Handcrafted by Racers.

Der neue Mercedes-AMG GT.



AMG
DRIVING PERFORMANCE



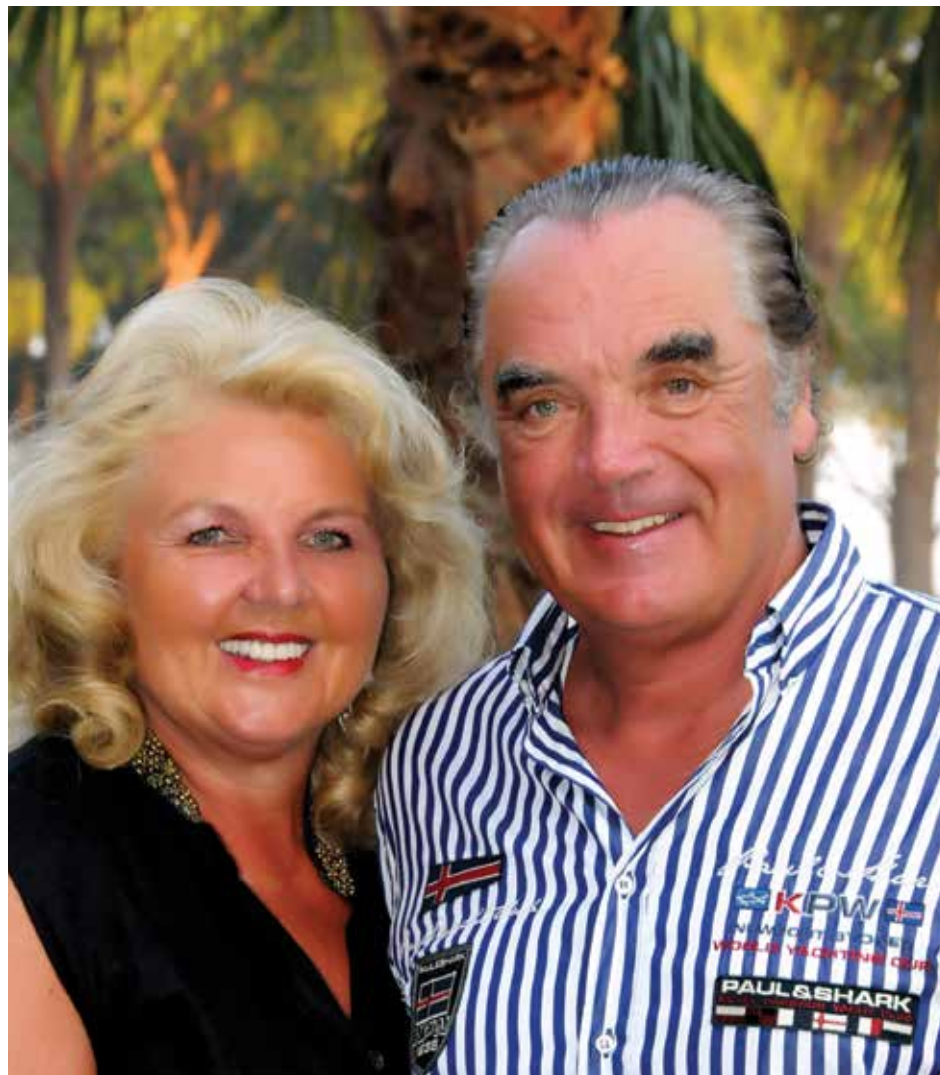
Mercedes-Benz

Kraftstoffverbrauch kombiniert: 9,6–9,3 l/100 km; CO₂-Emissionen kombiniert: 224–216 g/km.

Anbieter: Daimler AG, Mercedesstraße 137, 70327 Stuttgart

HERAUS- FORDERUNG MARKT

DR. RALPH WEYLER,
KCC MITGLIED, IM GESPRÄCH



Dr. Ralph Weyler war Vorstand bei BMW und Audi und besitzt heute ein Marketingunternehmen, in welches er sein enormes Wissen und seine Kontakte vermarktet, um Kunden den Aufbau einer Marke zu erleichtern. Heutzutage setzen sich nur die besten Konzepte durch. Dr. Weyler wirkt ruhig und überlegt - mit seinem Unternehmen LBC erarbeitet er zielgerichtet die besten Strategien, um für seine Kunden Erfolg zu generieren. Im Gespräch mit dem KCC Magazin zeigt sich rasch, dass man hier einem Menschen mit großer Weitsicht und vielschichtiger Denkweise gegenüber sitzt.

Wir baten Herrn Weyler zu einem Gespräch.

HERR DR. WEYLER, WAS WAR FÜR SIE DER GRUND, MITGLIED IM KCC ZU WERDEN?

Es gibt ein größeres Bündel von Gründen. Zunächst hat mich einmal die Idee fasziniert, da es so etwas in dieser Form hier nicht gab. Es ist aus meiner Sicht eine sehr gute Plattform für Kommunikation, mit Leuten, die in ähnliche Richtungen denken. Hier werden Dinge angeboten, die man in dieser Form sonst nicht findet, wie die sensationelle Infrastruktur, das sehr schöne und wertige Haus, die Ruhe, aber auch die Möglichkeit für Partys und Unterhaltung. Der SPA Bereich ist großartig, die Küche sensationell, also einfach viele Gründe, die einem die Frage, ob sich Mitgliedschaft hier auszahlt, mit ja beantworten lässt.

SIE SIND SPEZIALISIERT DARAUF, MARKEN AUFZUBAUEN. IN DER HEUTIGEN ZEIT, IN DER DAS INTERNET VIEL VERNETZUNG BIETET, WIE WICHTIG IST DA NOCH DER PERSÖNLICHE KONTAKT?

Aus meiner Sicht ist das noch immer das A und O. Das Internet ist eine schnelle Plattform, um an Informationen zu kommen. Es bietet Transparenz, die für eine Kaufent-



THE MARKET CHALLENGE

A TALK WITH
DR. RALPH WEYLER,
MEMBER OF THE KCC

Dr. Ralph Weyler was on the board of directors at BMW and Audi. Today he is chief of his own marketing enterprise where he markets his tremendous know how and invaluable contacts to facilitate positioning of a brand for his clients. In our days, only the best of concepts will succeed. Dr. Weyler's calmness and reflectivity are impressive. With his enterprise LBC, he develops goal-oriented best strategies to generate success for his clients. During the talks with KCC Magazine it very soon becomes obvious that we are dealing with a personality of great far-sightedness and high complexity of thinking.

scheidung für ein Hotel oder einen anderen Tourismusbetrieb unerlässlich ist. Der persönliche Kontakt ist aber durch nichts zu ersetzen. Er wird immer wichtiger, da sich die Leute auch entfremden. Wenn man sieht, dass Freundschaften nur mehr über Facebook ablaufen, dann muss ich sagen, dass man hier irgendwo verarmt. Sie wissen ja nicht einmal, wer das Gegenüber wirklich ist. Ich glaube der KCC ist da eine gute Plattform, um das kommunikative Defizit auszugleichen und das in dieser natürlichen Umgebung.

SIE HABEN DIE MARKEN BMW UND AUDI IN FÜHRENDER POSITION MIT AUFGEBAUT. MARKETINGSPEZIALISTEN MEINEN OFT, DASS MAN DAS IMAGE KAUFT UND WENIGER DAS PRODUKT. STIMMT DAS IHRER MEINUNG NACH?

Ein Image zu haben ist wichtig, aber wenn das Produkt dann dem Image nicht entspricht, hat man sehr schnell ein Problem. Man darf nie zu viel versprechen und muss Versprochenes halten. Wenn das Produkt nicht stimmig ist, kann man machen was man will, dann wird das nichts. Letztendlich ist das Produkt das Wichtigste. Aber ohne Image oder Marketing funktioniert es nicht. Es gehört beides zusammen und muss schlüssig sein.

IM VERGLEICH ZU FRÜHER WIRD HEUTE IN DER UNTERNEHMUNGSFÜHRUNG, AUF WESENTLICH MEHR INSTRUMENTEN GESPIELT, ALS NOCH VOR 40 ODER 50 JAHREN. INTERNET, SOZIALE NETZWERKE, COMPUTER, HANDY U.V.M. IST EIN MANAGER DA NICHT SCHON ÜBERFORDERT?

Das ist eine extrem philosophische und tiefgründige Frage. Man sieht, dass es heutzutage gemanagt wird. Es gibt neben neuen Unternehmen auch solche, die schon seit 100

Jahren erfolgreich sind. Sie haben diesen Fortschritt mit geprägt aber auch mit gemanagt. Es ist daher durchaus machbar. Aber natürlich ist festzustellen, dass viele überfordert sind, mit der Schnelligkeit und der Komplexität. Andere sind zwar schnell, aber sehr eindimensional.

Die Frage ist, was will ich als Mensch? Will ich diesen Fortschritt positiv mitgestalten, habe ich selbst auch entsprechend genug Ruhe, um Abstand zu gewinnen und alles einmal in Frage stellen zu können was da passiert oder mich überhaupt mal auszuklinken. Wenn ich heute 24 Stunden auf meinem Smartphone herumdrücke, mag das ja auch eine Beschäftigung sein, aber ob das das Richtige ist, muss jeder für sich selbst entscheiden. Ich denke, eine gesunde Mischung ist notwendig.

BRAUCHT MAN IN UNSERER KOMPLEXEN GESELLSCHAFT BERATUNG?

Also ein Berater hat mehrere Funktionen. Man kann vorgeben, alles zu wissen, so wie manche, die dann sagen „sie brauchen mir nicht erzählen, wie mein Geschäft funktioniert“. Auf der anderen Seite ist der Berater auch jemand, der das mit einer kritischen Distanz zur Unternehmensführung beleuchtet. Daraus kann dann sehr viel entstehen. Natürlich kann man nicht alle über einen Kamm scheren, das heißt, ein guter Berater kann kein Entscheider sein. Nur ein schwacher Unternehmer würde sich dem Rat des Beraters stets zu 100 Prozent anschließen. Es geht um Diskussion, Konfrontation, Abwägung, Kritik, um daraus selbst die Entscheidung zu treffen.

WIE WICHTIG IST DIE FAMILIE IM LEBEN EINES ERFOLGREICHEN MANAGERS?

Kann ein starker Rückhalt sein, aber auch eine Belastung. Gerade wenn man im Geschäft eine große Herausforderung hat und dann zuhause eine gewisse Ausgeglichenheit und Ruhe bekommt, dann ist das etwas extrem Wichtiges.

E-Mail: rw@lbc-premiummarketing.com



„HEIT SCHO A HUPFERL G'MOCHT?“

*Ein außergewöhnlicher Mann, mit
einem außergewöhnlichen Geschäft.*



Website: www.hupferl.de oder www.gluehweinalm.de



HOP ON THE MERRY-GO-ROUND

AN UNUSUAL MAN WITH
AN UNUSUAL BUSINESS.

Robert Scheidacher is Club Member and a great character. Likable, grounded, friendly and always in a good mood – that's how I came to know Robert Scheidacher at the Club and we got along very well from the start. He counts among those one would like to have for a friend. Unusual like himself is his profession. Come Christmas time, he runs a huge glühwein stand and starting with Easter, he goes on tour through twenty-five German cities with his "Hupferl", a different kind of carousel. He meets a lot of people, has a lot of work and responsibility and loves his business. He gladly gave an interview to the KCC magazine.

Robert Scheidacher ist Clubmitglied und ein bärer Typ. Sympathisch, erdig, freundlich, stets gut aufgelegt, so habe ich Robert Scheidacher im Club kennengelernt und wir haben uns von Anfang an gut verstanden. Er gehört zu den Menschen, die man gerne als Freund haben möchte. So ungewöhnlich wie er, ist auch sein Beruf. Er betreibt in der Vorweihnachtszeit einen riesigen Glühweinstand und ab Ostern fährt er mit seinem „Hupferl“, einem Karussell der anderen Art, auf Tournee durch fünfundzwanzig deutsche Städte. Er trifft viele Menschen, hat viel Arbeit und Verantwortung und liebt sein Geschäft. Für das KCC Magazin hat er gerne ein Interview gegeben.

HERR SCHEIDACHER IHR BERUF IST FÜR VIELE DOCH EHER UNGEWÖHNLICH. WIE SIND SIE DAZU GEKOMMEN?

Im Grunde bin ich in den Beruf hineingewachsen. Das geht bis zu meinen Urgroßeltern zurück - wie in der Landwirtschaft, übernimmt die eine Generation von der vorigen. Schon als Kind wollte ich mir ein Karussell kaufen und mit zwanzig Jahren habe ich mir diesen Traum erfüllt und damit selbständig gemacht.

WAS IST DER GRUND, DASS SIE MITGLIED IM KCC SIND?

Ich habe von Ostern bis Weihnachten nicht einen einzigen freien Tag. Nur Jänner, Februar und März lasse ich es mir gut gehen und da ist der KCC der optimale Platz für mich. Das ist der Gegensatz zu meinem aufregenden Leben auf den Volksfesten. Hier habe ich Ruhe und kann abschalten, habe Luxus und einen guten Service. Ich fühle mich hier sehr wohl.

GAB ES EIN AUSSERGEWÖHNLICHES EREIGNIS IN IHREM BERUF?

Spontan fällt mir eine Geschichte ein. In meinem Fahrgeschäft sind die Kunden etwa zehn bis achtzehn Jahre alt. Letztes Jahr kam ein Fahrgast mit neunundachtzig Jahren und ich meinte er soll mir nicht böse sein, aber ob er sicher ist, dass er sich das noch antun will? Er war aufgeregt und erklärte mir, dass er gerade vom Marathonlauf käme und bergsteigen war. Schlussendlich ist er drei Mal gefahren und zwar ohne Probleme!

WO WOHNEN SIE WÄHREND IHRER VIELEN REISEN DURCH DEUTSCHLAND?

In meinem neuen Wohnmobil mit einhundert Quadratmeter Wohnfläche.

WOW, SO ETWAS HABE ICH NOCH NIE GEHÖRT!

Da ich extrem viel unterwegs bin, möchte ich auf einen gewissen Luxus nicht verzichten.



I WEINPRÄSENTATION DER EXTRAKLASSE I

Speziell für alle Anforderungen und Bedürfnisse der Gastronomie entwickelt, lassen unsere Weinklimaschränke keine Wünsche offen. Das flexibel gestaltbare Innenleben der leistungsstarken und platzeffizienten Weinklimaschränke ermöglicht die optimale Präsentation, Temperierung und Lagerung Ihrer Weine. Über die unbegrenzten Gestaltungsmöglichkeiten, Abmessungen und Formen beraten wir Sie auf Wunsch gerne vor Ort.

- | | | |
|---|------------------------------------|-----------------------------------|
| ✗ VINOTHEK COUNTRY CLUB
REITH B. KITZBÜHEL | ✗ HOTEL SCHÖNE AUSSICHT HOCHSÖLDEN | ✗ SCHLOSSHOTEL ROMANTICA ISCHGL |
| ✗ RESTAURANT BERGKAISER ELLMAU | ✗ RESTAURANT LUCY WANG INNSBRUCK | ✗ SCHLOSSHÜTTE ISCHGL |
| ✗ HOTEL ST. PETER SEEFELD | ✗ BAR-CLUB-REST. LUCY WANG ISCHGL | ✗ RESTAURANT LICHTBLICK INNSBRUCK |
| ✗ HOTEL BERGLAND SEEFELD | ✗ CHAMPAGNERCLUB ISCHGL | ✗ BAR 360 GRAD INNSBRUCK |
| ✗ HOTEL EDEN ROCK ST. ANTON | ✗ SCHLOSSLOUNGE ISCHGL | ✗ HOTEL HIRSCHEN IMST |
| | ✗ BERGRESTAURANT ALPENHAUS ISCHGL | ✗ VILLA EDEN GARDONE |

SCHWAZ
Dr.-Körner-Straße 17 | A-6130 Schwaz
Tel. +43 (0) 5242 / 71442 Fax +20

DORNBIRN
Höchster Straße 24 | A-6850 Dornbirn
Tel. +43 (0) 5572 / 2002222 Fax +360

MÜNCHEN
Mühlweg 2a | D-82054 Sauerlach
Tel. +49 (0) 8104 / 649146-0 Fax +22

FALLEN LASSEN UND GENIEESSEN...

*...ist das Credo von einem wunderschönen
Leben, wenn man mit
Susanne-Katharina Wolf über Weine,
Genuss und das Leben spricht.*



Früh schon begann sie sich für Weine und Kulinarik zu interessieren. Da war es natürlich klar, dass sie 2005 in die Fußstapfen ihres Vaters den Firmengründer von Weinart tritt und seither das Unternehmen erfolgreich leitet. Ihr Wissen über guten Wein und die erstklassigen Beziehungen zu den vielen großen Weingütern aus Frankreich, Österreich und Deutschland, garantieren auch heute noch Weine in absoluter Top Qualität. Wein ist für sie aber nicht nur ein Genussmittel, sondern ein Produkt, welches Menschen zusammenbringt und schöne Momente erleben lässt. Mit dem Vertrieb des berühmten Champagners „Bollinger“ ist ein weiterer Meilenstein in der Geschichte des Unternehmens gesetzt worden. Auch im KCC nimmt „Bollinger“ Champagner einen wichtigen Platz im Spitzen-sortiment ein.

Frau Wolf trafen wir im KCC zu einer Verkostung ihrer wunderbaren Produkte und führten mit ihr ein Gespräch.

FRAU WOLF, IHR VATER HAT DAS UNTERNEHMEN ERFOLGREICH AUFGEBAUT UND IST STETS EIN VERFECHTER DES PERFEKTEN GRUNDPRODUKTS UND GROSSER LEIDENSCHAFT. WANN IST DIESE EINSTELLUNG AUCH AUF SIE ÜBERGESPRUNGEN?

Natürlich bekommt man in einer Familie wie meiner von klein auf gewisse Werte und Grundeinstellungen mit, die einen dann sein ganzes kulinarisches Leben begleiten. Bei mir hat sich dann allerdings im Teenageralter herauskristallisiert, dass ich wohl die „Trüffel-Gourmet-Nase“ meines Vaters geerbt habe und von da an haben mich der gute Wein und das Essen nicht mehr losgelassen.

In ihrem Weinsortiment befinden sich ja viele große Namen. Wie schwierig ist es heutzutage im Vergleich zu Früher, große Weine in den Vertrieb aufnehmen zu können. Da kann man keinen Vergleich zwischen heute und früher machen. Es war immer schwierig und es wird auch immer schwierig bleiben. Selbstverständlich hilft uns unser heutiges Portfolio extrem bei der Kontaktaufnahme mit neuen Top-Weingütern, da wir inzwischen eine doch beachtliche Auswahl an Spitzenwinzern im Sortiment haben und das natürlich gute Visitenkarten sind. Am Ende zählen der persönliche Kontakt und die Seriosität.

EIN WERBESLOGAN VON BOLLINGER CHAMPAGNER IST „LIFE CAN BE PERFECT“. WANN IST FÜR SIE DAS LEBEN PERFEKT?

Ein großer Wein im Glas zu einem perfekten Gang in einem stilvollen Hotel, da kann das Leben schon wirklich perfekt sein... Ich glaube, dass dieser Werbeslogan genau das aussagt was man spüren soll wenn man ein kühles Glas Bollinger trinkt. Fallen lassen und genießen...

WAS MACHT DEN ERFOLG VON BOLLINGER AUS?

Da wären wir wieder beim perfekten Grundprodukt. Bollinger ist in der Basis einfach unschlagbar. In das Haupt-

produkt „Special Cuvée“ wird sämtliche Energie und Knowhow gesteckt und das Resultat ist einzigartig. Wenn sich die Basis auf solch einem Niveau befindet, dann ist der Rest keine Kunst mehr sondern nur noch die Kür.

VIELE FRANZÖSISCHE WEINGÜTER SIND MITTLERWEILE VON GROSSEN KONZERNEN ÜBERNOMMEN WORDEN. GEHT HIER NICHT ETWAS VERLOREN, WAS AUCH EIN WESENTLICHER BESTANDTEIL DER LANGEN GESCHICHTE FRANZÖSISCHER WEINE AUSGEMACHT HAT?

Natürlich ist das ein großes Problem, aber es ist fast nichts dagegen zu tun. Leider sind Erben großer Weingüter häufig nur auf eines fixiert und das ist schnell gutes Geld zu verdienen. Der Gedanke an Tradition und fortführen eines großen Erbes bleibt dabei leider oft auf der Strecke. Selbstverständlich ist das keine positive Entwicklung, da die Persönlichkeit verloren geht.

IHR UNTERNEHMEN, EIGENTLICH IHR VATER IST JA MIT DER MARKE „LAND ART“ EINEN NEUEN WEG IN RICHTUNG ANDERE HOCHWERTIGE PRODUKTE ZU ERZEUGEN GEGANGEN. WIE KAM ES DAZU?

Mein Vater gründete in den späten 70er Jahren den später führenden Gourmetlieferanten „Rungis Express“ und hatte somit mit Topproduzenten und Produkten aus der ganzen Welt zu tun. Sein Traum war immer, irgendwann einmal die Zeit und das nötige Kleingeld zu haben, um Fleisch, Wurst und Gemüse in seiner persönlichen Perfektion zu produzieren ohne auf Geschmäcker anderer Rücksicht nehmen zu müssen. So entstand LandArt und auch WeinArt – Kompromisslosigkeit wenn es um Qualität geht.

EIN TEIL IHRES GESCHÄFTES IST AUCH DER BEREICH WEIN INVESTMENT. IN EINER ZEIT IN WELCHER MAN FÜR SEIN GELD KAUM NOCH ZINSEN BEKOMMT, MUSS DAS DOCH EINE INTERESSANTE ALTERNATIVE SEIN.

Ja, das ist eine besonders spannende Alternative. Man muss sich dafür nur besonders gut auskennen oder sich an den Weinhändler seines Vertrauens wenden. In diesem Fall stehen wir jederzeit gerne zur Verfügung. Das Gute am Wein Investment, neben der Tatsache, dass man mit den richtigen Weinen sehr gute Renditen erwirtschaften kann, ist auch, dass man ihn im Zweifel trinken kann und somit schlichtweg sein Leben versüßt!

WIE GESTALTET SICH IHRE ZUSAMMENARBEIT MIT DEM KCC?

Richard Hauser war von Anbeginn meiner Karriere als Weinhändlerin ein Unterstützer von WeinArt und daher arbeiten wir auch seit der Eröffnung des KCCs zusammen. Ich schätze seine unternehmerische Kreativität sehr und freue mich besonders, dass Champagne Bollinger nun auch der „Club-Champagner“ ist. Ich denke, dass wir hier von einer perfekten Partnerschaft sprechen können.

TO EASE AND TO ENJOY...

...IS THE CREDO OF A WONDERFUL LIFE WHEN TALKING TO SUSANNE-KATHARINA WOLF ABOUT WINE, PLEASURE AND LIFE.

Very early she started to be interested in wine and culinary matters. So it was no surprise that, in 2005, she followed her father's footsteps in successfully directing the WeinArt company which he had founded. Her knowledge about wine, her excellent relations with many important vineyards in France, Austria and Germany, are a guarantee for wines of absolute top quality. Yet to her, wine is more than that: It is a means to join people together and present them with happy moments. The distribution of the famous "Bollinger" champagne has added an additional milestone in the history of the enterprise. At the KCC, "Bollinger" has a top ranking among the leading products served.



Webseite: www.weinart.at

ARBEITEN UNTER FREUNDEN

EINE ERFOLGSSTORY
DER FRIENDSFACOTRY AG

E-Mail: www.friendsfactory.de

Erst kürzlich vermeldete die Friendsfactory AG die Eröffnung des bundesweit größten Business Centers in München. Das angemietete Bürogebäude im Münchner Osten verfügt jetzt insgesamt über mehr als 10.000 qm. Damit verleiht die Friendsfactory AG der Arbeitswelt neue Dimensionen, denn der Standort in der Sankt-Martin-Straße darf sich mit dem Titel „Deutschlands größtes Business Center“ schmücken.

Grund genug für das KCC Magazin, sich mit dem Vorstandsvorsitzenden der Friendsfactory AG, Gregor Gebhardt, über seine Innovation „Arbeiten unter Freunden“ zu unterhalten.

HERR GEBHARDT, SIE KÖNNEN SICH SEIT KURZER ZEIT „DEUTSCHLANDS GRÖSSTES BUSINESS CENTER“ NENNEN. SO EINE ENTWICKLUNG KOMMT JA NICHT VON HEUTE AUF MORGEN. ERZÄHLEN SIE UNS DOCH BITTE ETWAS ZUR ENTSTEHUNG UND ENTWICKLUNG DER FRIENDSFACOTRY.

Gregor Gebhardt: Ich habe grundsätzlich Spaß an guter Gesellschaft. So ist es wohl auch bezeichnend, dass mir die Idee der Friendsfactory nicht etwa einsam bei einer Tasse Tee am Schreibtisch, sondern 15 Meter unter Wasser kam. In meiner Zeit als Tauchlehrer im Robinson Club. Jeden Tag aufs Neue machte ich die Erfahrung, welchen Unterschied ein gutes Miteinander verschiedenster Charaktere ausmacht und welche Power letztendlich ein funktionierendes Team in sich bergen kann, wenn man ihm Raum dazu gibt. Erst als ich wieder in meinen Beruf als Immobilienkaufmann zurückgekehrt bin, wurde es zu meiner Passion, kreativen Ideen Raum zu geben.

Heute erkläre ich diese Passion zum eigentlichen Kern meiner Marketingaufgabe: die außergewöhnliche Welt, die eine Immobilie ausmacht und die Emotionen, die darin Raum finden. Die Idee der Friendsfactory habe ich daraufhin aus purem Egoismus realisiert. Heute, zehn Jahre nach

dem Launch der ersten Friendsfactory, weiß ich, dass ich mit meiner Sehnsucht nach einer inspirierenden Arbeitsatmosphäre nicht allein gewesen bin. Die Friendsfactory AG – mittlerweile Deutschlands größte Bürogemeinschaft und eines der innovativsten Immobilienkonzepte – beherbergt mehr als 1.400 Mieter an sieben Standorten in München, Starnberg, Berlin und Frankfurt. Jede „Friendsfactory“ verfügt neben den Basics über gemeinsame Räume – „think tanks“, Lounge, Konferenzräume. Die „Friendsfactory“ verbindet Menschen, Charaktere, Stärken, Ziele und Unternehmen. Und dies bald an noch mehr Standorten!

„ARBEITEN UNTER FREUNDEN“, SO LAUTET DER CLAIM IHRES UNTERNEHMENS. WAS GENAU KÖNNEN WIR DARUNTER VERSTEHEN?

Gregor Gebhardt: Ganz einfach, Facebook, Twitter, Xing und Co. pur, nur zum Anfassen. Bei uns werden die Leute vernetzt. Wer bei uns Mieter ist, der lebt in einem funktionierenden Netzwerk. Bei uns werden auch untereinander Geschäfte gemacht. Das ist auch der Grund, weshalb ich mich hier in Kitzbühel im KCC so zu Hause fühle, hier trifft man immer nette Menschen, die offen für tolle Ideen sind.

DER GEDANKE EINES BUSINESS CENTERS IST JA KEIN NEUER. WAS GENAU UNTERSCHIEDET SIE DENN VOM GESCHÄFTSMODELL DER „ARRIVierten“?

Gregor Gebhardt: Wir haben keine versteckten Kosten! Bei uns stehen die Preise auf der Website, und unser Mietvertrag passt gerade mal auf einen Bierdeckel. Internet: Null Euro. Konferenzraum: Null Euro. Alles Pauschalpreise. Eben Arbeiten unter Freunden. Die Mieter, die wir Friends nennen, wollen planbare Kosten.

WAS SIE MIR ERZÄHLEN UND WAS ICH HIER ERLEBE, SPRICH DIE „CHILLIGEN“ RÄUMLICHKEITEN, EINEN CHEF IM

KAROHEMD, MIT TURNSCHUHEN UND OBERARM-TATTOO. SIND SIE EHER DER BUSINESS-PUNK UNTER DEN BUSINESS-CENTER-BETREIBERN? SEHE ICH DAS RICHTIG UND SEHEN SIE IHRE KLIENDEL AUCH IN DIESEM BEREICH?

Gregor Gebhardt: Mit dem Business Punk haben Sie Recht. Aber mit den Mietern nicht. Um es ganz einfach auszudrücken, wer sind unsere Mieter? Unsere Mieter stehen auf einer Party mit dem Bier in der Hand in der Küche zusammen und haben Spaß. Bei uns ist eben jeder dabei, und gerade der Mix macht es aus. Genau wie im Kitzbühel Country Club. Hier sind auch die verschiedensten Charaktere zu Hause.

BISHER HABEN SIE DIE RÄUMLICHKEITEN FÜR IHRE BUSINESS CENTER IMMER ANGEMietet. SEHEN SIE FÜR DIE ZUKUNFT AUCH DIE MÖGLICHKEIT, OBJEKTE ANZUKAUFEN UND NACH IHREN VORSTELLUNGEN FÜR EVENTUELLE INVESTOREN ZU ENTWICKELN?

Gregor Gebhardt: Ihre Frage ist so nicht ganz richtig. Denn wir haben bereits drei Objekte angekauft und sind gerade dabei, ein weiteres in Berlin zu erwerben. Aber Sie haben insofern Recht, dass unser Fokus klar in Richtung Projektentwicklung geht. Ganz konkret arbeiten wir gerade an der Umsetzung unserer neuen Linie „Wohnen unter Freunden“. Aktuell führen wir Gespräche, um Friendsfactory weltweit zu etablieren. Wir sehen einen großen Markt in USA, Tel Aviv und Europa.

GROSSE NAMEN UND GROSSE PLÄNE. VIELEN DANK FÜR DIE OFFENEN WORTE UND WEITERHIN VIEL ERFOLG FÜR IHR SEHR EHRGEIZIGES ENGAGEMENT. BIS GANZ BALD IM KITZBÜHEL COUNTRY CLUB...



TO WORK AMONG FRIENDS

A SUCCESS STORY OF THE PEACE FACTORY AG

Just recently, the Peace Factory AG announced its Munich opening of the largest business center in all of Germany. The rented office building in the east of Munich now boasts of more than 10.000 m². With this, the Peace Factory AG bestows new dimensions on the working world, as the location in St. Martin Strasse may rightfully call itself "Germany's Largest Business Center".

EMOTIONALE ERFOLGSFAKTOREN FÜR IMMOBILIEN

Als Experte für Geomantie, Feng Shui und Geokultur gestaltet Harald Kunstowny Lebensräume auf der Basis einer ganzheitlichen Sicht von Mensch, Architektur und Umwelt. Wichtig ist ihm vor allem die Einbindung von traditionellem Bauwissen - auf zeitgemäße Weise - in heutige Gestaltungsprojekte. Sein besonderes Engagement, auch bei Umwelt- und Siedlungsfragen gilt der Region Tirol und seinem Heimatort Kitzbühel.

EMOTIONAL SUCCESS FACTORS IN REAL ESTATE

As specialist for Geomancy, Feng Shui and Geo Culture, Harald Kunstowny creates living spaces based on the holistic view of man, architecture and environment. To him, it is most important to integrate traditional knowledge about how to build and shape, adapted to modern ways, in forming projects of our days. He is very much involved and particularly interested in questions of environment and development in the Tyrol and his home town Kitzbühel.



HARALD KUNSTOWNY

Geomant und Feng-Shui-Experte. Gelernter Tischlermeister, Gründer der Meistergilde Kitzbühel, Ausbildungen an der Palladio Akademie (Siedlungsbau), Lehre beim Feng Shui Experten Dr. Yes Lim, Geokultur-Ausbildung an der axis mundi AKADEMIE bei Hans-Jörg Müller und Marko Pogacnik. Gründer der Firma Vital-House Österreich und Vital-Business. Unzählige Vorträge und über 160 Gestaltungs- und Vitalisierungsprojekte. Heute berät Harald Kunstowny ganzheitliche Projekte im Wohn- und Arbeitsbereich mit dem Schwerpunkt Unternehmen, Privathäuser und Hotellerie.

Adresse: Gundhabing 38, 6370 Kitzbühel
Tel.: +43-676-7677888
Mail: office@kunstowny.at

HERR KUNSTOWNY, SIE KOMBINIEREN ALTES BAUWISSEN UND ÖSTLICHE GESTALTUNGSLEHREN FÜR IHRE PROJEKTE. DAS ZIEL IST GANZHEITLICHES WOHLBEFINDEN IM WOHN UND ARBEITSBEREICH. WAS KANN MAN SICH DARUNTER VORSTELLEN?

Das heutige Leben besitzt hohe Anforderungen. Entsprechend verlangen die meisten Räume, Bauprojekte oder Hotellerien eine hohe Komplexität im Einrichtung und Planen. Vor allem die Faktoren Vitalität, Gesundheitswert und starke Atmosphäre treten zunehmend in den Vordergrund. Das Einbringen von Geomantie und Feng Shui sorgt genau dafür. Es hilft, Probleme zu erkennen und zu lösen, verstärkt die vorhandenen Kräfte und baut Schwächen ab. So kann ich entscheidend zu Stimmigkeit und Erfolg beitragen.

WIE ERKENNEN SIE EINEN KRAFTORT? WÄRE ES FÜR „NORMALE“ MENSCHEN WIE MICH AUCH MÖGLICH EINEN SOLCHEN WAHRZUNEHMEN?

Man erkennt sie an Phänomenen des Pflanzenwuchses, der Landschaftsform, der Umgebungseinflüsse und ihrer besonderen Erlebniskraft. Jeder Mensch kann dies mit seinen normalen Sinnen wahrnehmen, darin ungeschulte Personen vor allem durch normale Körperwahrnehmung. So, wie wir eben alle Atmosphäre spüren. Nur ist diese an jenen Orten besonders stark, berührend, erhebend oder Stille auslösend.

WIE KAMEN SIE ALS GELERNTER TISCHLERMEISTER AUF DIE IDEE ASIATISCHES UND TRADITIONELLES HEIMISCHES BAUWISSEN ZU VERBINDEN?

Bei meinem Großvater erlebte ich schon den sensiblen Umgang mit Materialien, ein tiefes Verständnis von Natur und Baum. Ich erlebte täglich die Achtsamkeit für Schönheit und Stimmigkeit - ganz anders als bei modernen Produktionsverfahren. Auch mein Vater achtete auf die besonderen Qualitäten des verwendeten Holzes und arbeitete mit traditionellen Symbolen und Maßen. Er hatte auch das Gespür für besondere Plätze und so in mir das Interesse an altem Bauwissen erweckt. Da war es nur ein kleiner Schritt zu Feng-Shui und Geomantie.

WIE DARF MAN SICH DIE IHRE VORGEHENSWEISE BEI EINEM NEUEN PROJEKT VORSTELLEN?

Zuerst analysiere ich die Gesamtheit von Ort, Umgebung und entsprechendem Objekt. Daraus ergeben sich erste Hinweise und Potenziale für die Aufgabenstellung. Anschließend konzipiere ich die stimmige Umsetzung in Zusammenarbeit mit meinem Kunden - immer mit der Zielsetzung eines optimalen, begeisternden Ergebnisses.

WIE IST DIESBEZÜGLICH DER KCC BEEINFLUSST?

Nun, das ganze Projekt samt Nebengebäude wurden von mir vitalisiert und Probleme wie Störbereiche beseitigt. Die folgende positive Entwicklung des Gesamtprojekts spiegelte dann genau diese Maßnahmen in ihrer konkreten Auswirkung wider. Viele fühlen sich heute angeregt und inspiriert durch die starke Atmosphäre im Country-Club.

GIBT ES EIN PROJEKT AUF WELCHES SIE BESONDERS STOLZ SIND?

Ja, das Medical-Wellness-Hotel Lanserhof. Weil es hier rundum gelungen ist, durch meine Arbeit den damaligen Umbau aus der einstigen Problemzone zu führen, höchste Erholungswerte und nachhaltigen Erfolg zu erreichen. Da aber jedes Projekt einzigartig ist, bin ich im Prinzip aber auf jedes bisherige Projekt stolz.

IHR WISSEN IST MITTLERWEILE INTERNATIONAL SEHR BEGEHRT. MIT ÜBER 160 VITALISIERUNGSPROJEKTEN UND DER PUBLIKATION „DIE 7 GEHEIMNISSE DES VITALEN WOHNENS“ SOWIE UNZÄHLIGEN VORTRÄGEN IM IN- UND AUSLAND HABEN SIE SICH EINEN RENOMMIERTEN NAMEN GEMACHT. BLEIBT NOCH ZEIT FÜR NEUE PROJEKTE?

Ja natürlich. Jedes Projekt verlangt immer neue Wege der Umsetzung und der individuellen Lösungsfindung. Das ist für mich eine lebendige Herausforderung, die ich genauso wenig missen mag wie die anschließende Begeisterung meiner Kunden.



Dr. Markus Kühnhardt

Adresse: Ammerseestraße 110

82131 Gauting

Tel.: +49 (0)89 – 74 44 32 24

Fax.: +49 (0)89 – 74 90 93 51

E-Mail: kuehnhardt@allegro-management.de



MARKUS KÜHNHARDT IST GRÜNDUNGSMITGLIED IM KCC UND HAT BEREITS ZU DIESEN UND ANDEREN THEMEN INTERESSANTE VORTRÄGE GEHALTEN. SEIN MOTTO LAUTET: WER WILL FINDET WEGE, WER NICHT WILL FINDET GRÜNDE!

MARKUS KÜHNHARDT IS FOUNDING MEMBER OF THE KCC AND HAS LECTURED ON THIS AND OTHER TOPICS. HIS MOTTO IS: HE WHO WANTS TO FINDS A WAY; HE WHO DOES NOT FINDS A WAY OUT.



STÄRKUNG DER GANZHEITLICHEN BEWUSSTHEIT

Berufliche Herausforderungen sind und werden in Zukunft immer umfangreicher. Das bedeutet für Unternehmer und Manager, dass ihr Aufgabenbereich an Komplexität zunimmt und auch die Sichtweisen wie man Probleme löst oder Entscheidungen trifft, laufend den aktuellen Trends und Strömungen angepasst werden müssen. Veränderung ist der Normalzustand! Dies ist nicht immer einfach und auch als Unternehmer und Manager kann man mittels Coaching neue Sichtweisen bekommen, die zu besseren Entscheidungen führen.

Dr. Markus Kühnhardt, Gründer und Mitinhaber der Firma „allegro management“, kennt diese Herausforderungen sehr genau. Als Experte für Business Empowerment hat er viel Erfahrung und bringt sehr viel Wissen mit in die Problemlösung von Unternehmen ein. Vor allem in den Bereichen, Business-Coaching von Unternehmern und Top-Führungskräften, Management- und Führungstraining, Teambildung, Vertriebstraining, Zeit- und Selbstmanagement, Moderation von Workshops sowie im Bereich, Wirtschaftsmediation, konnte er bereits vielen Kunden hilfreich beiseite stehen.

Das Konzept „allegro BUSINESS EMPOWERMENT“ ist ein strukturiertes und methodisch geleitetes Vorgehen, das für Unternehmen die zu einem Veränderungsthema führenden Zusammenhänge und Entscheidung ganz individuell sichtbar macht. Ein Thema das jeden betrifft der sich den Veränderungen der Zukunft stellen wird müssen. Markus Kühnhardt: „Wir bringen als Sparringpartner Menschen zu Ihrer Leidenschaft und Authentizität: wir bringen sie vom Wollen zum Tun!“

STRENGTHENING OUR HOLISTIC AWARENESS

Professional challenges are becoming more and more demanding. For entrepreneurs and managers this means that their areas of responsibility will gain in complexity. The ways of problem solving or decision finding must be continually adapted to current trends and streams. Change is the normal state which is not always easy to reach. Through coaching entrepreneurs and managers may gain new insights which lead to better decisions.

Dr. Markus Kühnhardt, founder and co-owner of the company „allegro management“ knows these challenges very well. As an expert for business empowerment he has a lot of experience and puts his extensive know how in entrepreneurial problem solving. Particularly in the realms of business-coaching of enterprises and top managers, in management and leadership training, team building, sales training, time management and self-management, workshop presentation and commercial mediation he has been able to support and help many a client.

The concept „allegro BUSINESS EMPOWERMENT“ is a structured, methodical procedure, which makes visible, on an individual basis, contexts and decisions leading to entrepreneurial topics of change. And this concerns everybody who has to confront the changes of the future. Markus Kühnhardt: „As sparring partner we bring people to their passion and authenticity: we bring them from wanting to doing!“