

Christian Fischbachers Frühjahrskollektion 2020:

Eine Reise durch Lateinamerika



Mit der Frühjahrskollektion 2020 begibt sich der Textil Editeur Christian Fischbacher auf einen Streifzug durch Lateinamerika. Inspiriert vom Werk der Malerin Frida Kahlo und der naiven Formensprache der mexikanischen Handwerkskunst entfalten sich reichhaltige Dessins und Farbkompositionen. Die Motive der Dekorations- und Bezugsstoffe zeigen sich extrovertiert. So übersetzt das Designatelier die üppige Flora des Regenwalds in abstrakte Blumen und Blätter, kombiniert mit einer lebhaften Farbigekeit. Eine poetische Stimmung entsteht durch die geschickte Anordnung und Überlagerung der von Hand aquarellierten Motive. Stoffe mit fein nuancierten Oberflächen und Strukturen berühren durch ihren handwerklichen und dabei edlen

Charakter. Sie erzählen von Wüsten, Landschaftsformationen und den warmen Schattierungen gebrannter Erde. Ungebleichtes Leinen liegt rau in der Hand. Christian Fischbacher zelebriert seinen Charakter, indem es das Material unvermischt einsetzt. Aus der Schönheit der Naturmaterialien leitet sich auch die Farbigekeit ab: rote Erde, Lehm- und Wüstenfarben sowie sanfte Naturtöne. Typisch für Christian Fischbacher ist die große Bandbreite an innovativen Garnmischungen und Bindungstechniken. Sie lassen Muster mit großer Ausdruckskraft entstehen, die gleichzeitig durch Funktionalität wie Schwerentflammbarkeit und biologische Abbaubarkeit überzeugen.

www.fischbacher.com



Royale KADI Frites tauchen in Musikvideo auf

In einer Nacht-und-Nebel-Aktion fuhr eine junge KADI-Mitarbeiterin von Langenthal (BE) ins über 500 Kilometer entfernte Pommersfelden (D). Im Gepäck hatte sie sechs Kartons gekühlte Pommes Frites, die es rechtzeitig ins prunkvolle Schloss Weissenstein schaffen mussten. Der Grund für die spontane Lieferung? In Pomme(r)sfelden fanden die Dreharbeiten für das neueste Musikvideo von Künstlerin ILIRA statt, in welchem nun auch die Pommes Frites von KADI prominent in Erscheinung treten. Aufmerksam geworden auf ILIRA waren die Mitarbeitenden von

KADI erstmals im Sommer 2019, als ihr Song EXTRA FRIES im Radio zu hören war und ILIRA auch online zunehmend auf sich aufmerksam machen konnte. «Wer einen Song mit diesem Titel herausgibt, erobert unsere Herzen im Sturm», erklärt Yvonne Richard, Leiterin Marketing & Verkauf bei KADI. Relativ rasch sei KADI-intern die Überzeugung gewachsen, man müsse beim nächsten Musikvideodreh von ILIRA unbedingt für einen ganzvollen Auftritt der Langenthaler Pommes Frites sorgen.

www.kadi.ch



Tischwäsche Skagen und Breda



Textile Akzente für den besonderen Look

Profi-Textilien mit höchstem Qualitätsanspruch – dafür steht Hotelwäsche Erwin Müller seit mehr als 30 Jahren. Auch in Zukunft wird dieses Versprechen in jeder Faser zu spüren sein – aber unter dem neuen Namen ERWIN M.

Mit der Kollektion 2020 setzen Gastronomen und Hoteliers besondere textile Akzente und schaffen so eine unvergleichliche

Wohlfühl-Atmosphäre für ihre Gäste.

Unbedingt Platz nehmen! Die Tischwäsche Breda von ERWIN M. ist der Eyecatcher im neuen Gastjahr. Vor allem der attraktive Overlock-Saum setzt Trends und zaubert ein stilvolles Ambiente auf dem Tisch. In sechs verschiedenen Farbkombinationen zu haben, begeistert die Tischwäsche auf ganzer Linie: Das strapazier-

fähige Baumwoll-Leinen-Mischgewebe muss dazu nicht gebügelt werden und erhält so seinen ganz besonderen Charme. Passende Servietten und Massanfertigungen nach Wunsch tragen zu einem gelungenen Auftritt bei. Nordische Frische und Leichtigkeit ziehen mit der Tischwäsche Skagen ins Haus. Ob als Streifenmuster oder Unifarben – die Tischwäsche aus dem Hause ER-

WIN M. gehört mit zu den Trendsettern des Jahres. Vor allem ihre tolle Chambray-Webung begeistert und sorgt für einen unverwechselbaren skandinavischen Look. Die pflegeleichte, kochfeste Baumwolltischwäsche in Leinen-Optik ist gargefärbt und bietet somit eine intensive Farbwirkung.

www.erwin-m.com

Im Job passt alles!

Mein Job – mein Style – mein JOBELINE – dafür steht die neue JOBELINE-Kollektion 2020. Die Produkte von JOBELINE vereinen hohe Qualität und Funktionalität und sorgen so für einen gelungenen Auftritt im Job. Von Trends bis Klassiker bietet die Kollektion Gastronomen und Hoteliers jede Menge Inspirationen, für den ganz individuellen, authentischen Style ihres Personals. Denn nur wer sich wohlfühlt, hat Power für Küche und Gast! Die weisse Damenbluse Cara von JOBELINE besticht durch schlichte Eleganz und sorgt für einen tollen Auftritt. Cara glänzt mit modischen Details wie ein gerader Schnitt sowie zwei auffälligen Brusttaschen. Ob klassisch oder zum Denim-Style – die Damenbluse lässt sich perfekt kombinieren und mit extra langer Rückenlänge und Roll-up-Armel erfüllt sie darüber hinaus alle Ansprüche eines gehobenen Service.



Fashion goes kitchen heisst es mit der trendigen Kochjacke Levi von JOBELINE. Die Kochjacke aus leichtem Denim-Stoff und mit verdecktem Reissverschluss sorgt für einen coolen Auftritt des Küchenpersonals. Als Kurz- und Langarmvariante zu haben, stylt die Kochjacke mit Stehkragen Köchinnen wie Köche. Extras wie eine zweigeteilte Oberarmtasche, eine Latzschürzenschlaufe im Nacken sowie Roll-up-Funktion erleichtern den Küchenalltag. So macht kochen einfach Spass!

www.jobeline.ch



Professionelles Hotelmarketing – von der Beratung bis zur Umsetzung

Heim Hotelmarketing ist eine inhabergeführte und unabhängige Schweizer Fullservice-Marketingagentur, die sich ausschliesslich auf die professionelle Entwicklung und Vermarktung von Hotels konzentriert, immer auch mit Blick auf touristische Themen und Trends.

Die Hotelmarketing-Agentur steht den Kunden nicht nur als Berater zur Seite. Sie hat zwei Zusammenarbeitsmodelle: Im Full-Service oder mit Einzel-Marketingmassnahmen. Die Strategien und Massnahmenpläne, welche die Agentur entwickelt hat, setzt sie als externe Marketing-Werkstatt auch um. Somit wird ein Hotel, welches keine eigenen Marketingressourcen hat, durch die ganze oder teilweise Auslagerung des Marketings entlastet.

Wenn es nach einem unverbindlichen und kostenlosen Kennenlerngespräch zu einer Zusammenarbeit kommt, begleitet die Agentur das Hotel mit einer Vierphasen-Konzeptmethodik: Marketinganalyse, Marketingkonzept und Strategie, Planung Massnahmen und Budget, Umsetzung und laufende Erfolgskontrolle.

Heim Hotelmarketing arbeitet im Team mit einem grossen Netzwerk von externen Dienstleistern, die situativ in die Projektorganisationen eingebunden werden. Dazu gehören unter anderem Fotografen, Grafik- und Webdesigner, Programmierer oder Suchmaschinen-Spezialisten.

Mehr dazu: www.heim-hotelmarketing.ch

Neu bei Illycaffé AG: Der edle Illy-Single Origin Desita

Neu im Kaffeesortiment des Schweizer Traditionsröstlers aus Thalwil ist der edle Illy-Single Origin Desita. Schon der Name alleine ist vielversprechend: Desita heisst auf Amharisch Freude. Der besondere Geschmack dieser ausserlesenen Einzelsorte überzeugt durch die einzigartige Aromavielfalt. Die liebliche Süsse, das leichte Zitronenaroma und die feine Note von Schokolade schmeicheln dem Gaumen.

Für den Illy-Single Origin Desita werden ausschliesslich die besten Bohnen einer Ernte ausgewählt. Diese stammen aus Jima, einer kühlen Hochlandregion im Südwesten Äthiopiens. Dort herrschen Wachstumsbedingungen, welche die Kaffeekirschen langsam heranreifen lassen. Dies beeinflusst den unverkennbaren Limu Geschmack auf äusserst positive Weise. Der Kaffee wird handgepflückt und an der Sonne getrocknet. Die Handpflückung erlaubt, dass nur reife Bohnen erntet werden. Beide Eigenschaften unterstreichen die hervorragende Qualität des Kaffees. Der UTZ-zertifizierte, aus 100% Arabica-Bohnen hergestellte Kaffee ist in Beuteln zu 500 Gramm erhältlich.

www.illycafe.ch

