

Lust & Leben

Die Cheflektüre für Gastro und Hotellerie * Ausgabe 95 * März 2023

Österreichische Post AG | MZ 02Z034490 M | Gastrowerkstatt GmbH, Mariahilfer Straße 113, 1060 Wien | € 8,50

**My Lager
is not stupid
BROOKLYN BRO'**

BUDWEISER
Budvar



UNSER SIGNATURE DRINK:
UNVERÄNDERT SEIT 1895.



Als einzige Staatsbrauerei dieser durch und durch mit Bier verbundenen Nation wissen wir, worauf es beim Brauvorgang für ein hervorragendes Lagerbier ankommt. Darum brauen wir unsere Biere seit 1895 mit gepressten Dolden des Saazer Aromahopfens, natürlich weichem Quellwasser und lagern es auch heute noch länger als das Bier der meisten anderen Brauereien. Na zdraví!



www.budweiser.at

Vorwort

AUSGABE #95 / MÄRZ 2023

Bewahren & erneuern

Neues und Altes. Altes und Neues. Wir lieben beides. Schließlich baut Neues ja fast immer auf Bestehendem auf. Nur in Retortenstädten, die auf der grünen Wiese (in der Wüste, im Dschungel, etc.) entstanden sind, ist wirklich alles neu. Entsprechend wenig Charme und Esprit versprühen solche Orte. Reizvoller sind Orte, in denen die Abläufe „These-Antithese-Synthese“ Jahrhunderte oder gar Jahrtausende lang viele Male durchgespielt wurden. So entsteht Tiefe, so entsteht Kultur.

Es ist das Privileg der Jungen, das Wirken der Alten in Frage zu stellen und neue Wege zu gehen. Doch auch bei der Suche nach neuen Wegen dienen die alten Wege zwangsweise als Referenzpunkte. Das gilt in praktisch allen Lebensbereichen, aber ganz besonders in der Gastronomie. Auf das Jahrzehnt der IPA's folgt in der Craftbierszene eine Rückkehr zum allzu oft sehr nachlässig gepflegten Lagerbier. Sehr lange hat sich der Gin als Trendspirituose gehalten, jetzt trinkt man in angesagten Tränken Tequila-Cocktails (und Shots!). Der Cognac muss auf sein langersehntes Comeback noch warten.

Gestern – heute – morgen: Erfolg bedeutet stets auch Veränderung bei gleichzeitiger Bewahrung der eigenen Kernkompetenz. Dieser Spannungsverhältnis zwischen Bewahren und Erneuern zieht sich durch alle Geschichten unseres Magazins, von Brooklyn bis zur Teichalm, vom Weißensee bis Singapur, vom Midtown Manhattan bis Wien-Neubau.

Viel Spaß beim Lesen!
Ihr Lust&Leben-Team



EVA BIRINGER
AUTORIN

WOLFGANG
SCHEDELBERGER
CHEFREDAKTEUR

GÜNTHER GAPP
HERAUSGEBER

RAINER
FEHRINGER
FOTOGRAF

MICHAEL OTTO
GRAFIK

JÜRGEN
SCHMÜCKING
AUTOR



Unser Cover:
Garrett Oliver by Matt Furman Photography

Impressum

Erscheinungsweise:
5 x jährlich

**Herausgeber, Verleger
& Medieninhaber:**
Gastrowerkstatt GmbH 1060 Wien,
Joanellgasse 10/11
E-Mail: willkommen@lustundleben.at,
www.lustundleben.at

Chefredaktion:
Mag. Wolfgang Schedelberger,
ws@lustundleben.at

Autoren dieser Ausgabe:
Eva Biringer, Martina Bucher, Lorenzo al Dino,
Günther Gapp, Jürgen Schmücking

Anzeigen: Günther Gapp
g.gapp@gastrowerkstatt.cc

Lektorat: Martin Betz

Art Direktion, Grafik: Michael Otto
Advertorials sind bezahlte Beiträge
und müssen sich nicht mit der Meinung
des Herausgebers decken.

Anzeigentarif: gültig ab 01 01 23
Herstellung: Druckerei Berger, Horn.

Einzelpreis (Inland): € 8,50
Jahresbezugspreis (Inland): € 51,-

Ausland: Preise zzgl. Portospesen,
Nachdruck nur mit Genehmigung des
Medieninhabers.
Auflage: 26.500 Stück

Ein Produkt der

**GASTRO
WERKSTATT**
DAS BESTE AGENTURNETZWERK



04

Timetable Wo was los ist

Die wichtigsten Termine im April und Mai.

06

Inside Branchennews

Wer kommt, wer geht und wer in der Branche viel bewegt.



08

Städtetrip Lorenzo Al Dino on Tour

24 Stunden München: Fast wie daheim und doch ganz anders. Die bayerische Hauptstadt ist zu jeder Uhrzeit lebendig und spannend.

10

Musiktipps Take it or leave it

Die interessantesten Neuerscheinungen auf Vinyl. Lasst die Gäste tanzen!

12

Shop 'til you drop Stilvoll aufwachen

Es gibt sie noch, die Alternativen zum Handy, die uns den Start in den Tag erleichtern.



© RAINER FEHRINGER

14

Im Fokus Bier mit Farbe

Zu Besuch bei Garrett Oliver, den legendären Braumeister der Brooklyn Brewery.



22

Durchstarter Das eigene Ding

Markus Glocker hat mit dem Koloman in Manhattan sein erstes eigenes Restaurant eröffnet.

28

Bar & Bier Ein Pfiff im Kleinod

In einer guten Cocktailbar gibt es auch perfekt gezapfte Bier vom Fass.



© RAINER FEHRINGER



© JÜRGEN SCHMÜCKING

32

Tischkultur Teller nach Maß

Köche präsentieren ihre liebsten Gerichte gerne auf individuell gefertigtem Porzellan.

42

Portrait Flower Power

Parvin Razavi führt ihr Team im Wiener #flora mit zarter, harter Hand.

© OTTO MICHAEL



48

Dunkelroter Tausendsassa Die Welt der roten Rübe

Der Weg vom billigen Dosengemüse zum gefeierten Superstar der Gourmetwelt war erstaunlich kurz.



54

Kaffee mit Herkunft Mama Africa

Direct Trade hilft armen Kaffeebauern in Burundi dabei, eine bessere Zukunft zu gestalten.



58

Süß & Sauer Trinkkultur in Graz

Das Cafe Promenade ist seit Jahren ein Publikumsmagnet – auch wegen seiner Trinkkultur.



© RAINER FEHRINGER



© RAINER FEHRINGER

60

Kitchen Impossible Pierers neue Küche

Im Almwelnesshotel auf der Teichalm steht eine neue Küche, die (fast) alles kann.



66

Mit Ausblick Auf ein Bier in Singapur

Im 33. Stock führt der Österreicher Martin Bém eine „Gasthausbrauerei“ der Extraklasse.

72

Lust&Liebe Nachhilfe oder Natur pur?

Die Grenzen zwischen Kosmetik und Chirurgie verschwimmen zusehends.



Besser geht's sicher nicht

Am 1. April laden Lisl Wagner-Bacher & Thomas Dorfer zu einem großen Abend der Landhaus-Geschichte ein. Lisl feiert ihre Auszeichnung „40 Jahre Köchin des Jahres“ und Thomas 20 Jahre Küche, die bei vier Hauben und 18,5 Punkten steht. Champagner Apero, sieben Gänge von Signature-Dishes, gespickt mit großartigen Champagnern und Weinen aus 40 Jahren und kreativen Interpretationen. Ein Abend der Superlative, gepaart mit Emotionen, Geschichte und Genuss! Tickets sichern. www.landhaus-bacher.at

Tavolata Genussfestival

„Alles außer gewöhnlich“ ist wieder die Devise des Kulinarikfestivals, das Genießer von 7. bis 18. Juni in die Region zwischen dem Romantikstädtchen Steyr, Stift Schlierbach und Nationalpark Kalkalpen lädt. In Form von Pop-up-Restaurants verwandeln Lukas Kapeller, Klemens Schraml und Max Rahofer magische Orte der Kulturlandschaft zur kulinarischen Bühne. www.tavolata.at



© DREHWERK



V. l. n. r.: Lukas Kapeller, Max Rahofer und Klemens Schraml. Rechts: Geschmack der Wildnis“ von Klemens Schraml.



Bieriges Frühlingserwachen

Der traditionelle „Innviertler Biermärz“ umfasst mehr als 100 Veranstaltungen und reicht von privaten Brauseminaren über nächtliche Gärkellerführungen bis hin zu exklusiven Verkostungen und speziellen Biermenüs in barocken Klöstern und zünftigen Wirtshäusern. „Unsere Traubn hoäßt Hopfen“ hat schon der bekannte Heimatdichter Franz Stelzhamer bereits 1841 zu Papier gebracht. Gilt noch heute. www.innviertel-tourismus.at



© WOLFGANG GRILZ, © INNVIERTLER TOURISMUS



Qualität schafft Freundschaft

Hans Reisetbauer
Reisetbauer Qualitätsbrand
Axberg Oberösterreich



Die neue M-iClean U

Schnellere Spülabläufe, dampf-reduziertes Arbeiten, schnelleres Trocknen, kein Nachpolieren von Gläsern, niedrigere Betriebs- und Wartungskosten und mehr Hygiene. www.meiko.at

Disco-Tech und Italo

Von 12.00 bis 16.00 Uhr lädt Select Aperitivo noch am 2. April (Panorama Alm, Sölden) und 9. April (Kristallhütte (Hochzillertal) mit Julio Pereira zu Aperitivo, Prosecco, Soda und Eis, garniert mit der großen grünen Olive. Das DJ-Kollektiv „Schibiza“, bestehend aus Eric Buvier, Kristalski und Tekwantony, an den Plattentellern serviert dazu feinsten Disco-Tech und Italo-Sounds. Dolce Vita im letzten Schnee halt. www.kattus-borco.at



Wirtshausfestival Felix

Eine Knödel-Schiffahrt am Traunsee, typische Wirtshausküche mit dem Märchenerzähler, Kinderkochkurse, Gourmet-Abende der besten Köche des Landes und viele weitere kulinarische Überraschungen stehen auf dem Programm 2023. Bereits zum vierten Mal verwandelt das Kulinarikfestival die Region Traunsee-Almtal von 24. März bis 1. Mai in eine Bühne für Genussevents aller Art. www.wirtshausfestival.at



Konfiertes Saiblingsfilet auf grünem Spargel, knusprigen Erdäpfelwürferln und Kerbelschaum von den Almwirtinnen.

© TVB TRAUNSEE-ALMTAL, MONIKA LÖFF

Anjo Pegel hat viel vor

© HOTEL BERGBLICK

Für das Bergblick Hotel & Spa entwickelt er eine „Cuisine Alpine“ mit Bezug zur Regionalität des Tannheimer Tals. Am Teller finden sich so Kohlrabi-Tascherln mit geröstetem Karfiol, Gerstensalat mit Petersilienöl. Oder zweierlei vom Rind, Sellerie und Röstzwiebel wie Powidltascherl mit Kernöleis zum Abschluss. ● www.hotelbergblick.at



Sinneseindrücke, die den Urlaub in den Bergen bereichern.



's Paul Restaurant

Ein neues Dreamteam will im Traunkirchener Ortsteil Mitterndorf in Oberösterreich durchstarten. Der 28-jährige Gmundner Paul Wiedner, seine Sous-Chefs Siegfried Binder und Moritz Jaronek sowie Restaurantleiterin Dipl.-Sommelière Erika Holzinger präsentieren sich im auf 50 Gäste ausgelegten Restaurant mit Gourmetdinner als feinsinniger Aromenbogen mit spannenden Texturen. Frühstück und eine Mittagskarte dazu bieten ein breites Spektrum für die kulinarische Beweisführung. ● www.spaul-restaurant.at



© MONIKA LOFF

's Paul by Paul Wieder – die (noch) unbekannteste Gourmetadresse Oberösterreichs.

Putz und Stingl

Mit ihrem neu eröffneten Wirtshaus in Steyr bringen die drei Spitzenköche Lukas Kapeller, Michael Schlöglhofer und Andreas Priestner frischen Wind in die oberösterreichische Gastroszene. Echte Gasthausküche mit dem gewissen Etwas, aber zu moderaten Preisen. Unser Tipp: Jeden ersten Sonntag im Monat ab 10 Uhr der Frühschoppen mit musikalischer Unterhaltung von Blasmusik bis Elektro. ● www.putzundstingl.at



© JESSIKA GRABNER

Die Gastgeber v. l.: Andreas Priester, Michael Schlöglhofer und Lukas Kapeller.

Gourmetprojekt in Graz

Parkhotel-Eigentümer Philipp Florian wird unter der Führung von Alexander Posch ein neues Gourmetrestaurant unter dem Dach seines Vier-Sterne-Superior Hotels in Graz eröffnen. Die Eröffnung soll noch im Mai sein. Kurt Mörth verwöhnt mit seinem Team weiterhin im Restaurant Florian mit Klassikern der österreichischen Küche. ● www.parkhotel-graz.at

V. l. n. r.: Florian-Küchenchef Kurt Mörth, Parkhotel-Eigentümer Philipp Florian, Alexander Posch

Neben der Küche Frankreichs und der TCM-Küche zählen innovative vegetarische Gerichte zur Leidenschaft von Maurice Mehling.



© JENNI ROLLER

Neuer Küchenchef

Maurice Mehling übernimmt ab sofort die Leitung der Küche im Posthotel Achenkirch am Achensee, wo er seit fünf Jahren im Küchenteam ist und an dem kulinarischen Konzept des Hauses, mit einem täglich wechselnden TCM-Menü, stark mitgewirkt hat. Der 30-Jährige serviert Feines aus der regionalen Alpenküche und sein Signature-Menü wahlweise aus vier oder sechs Gängen in der Gaststube. ● www.posthotel.at



Führungswechsel im Sans Souci Wien

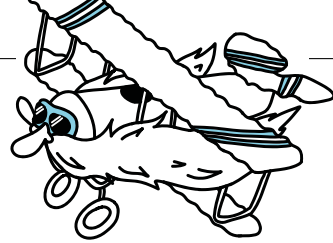
Vesna Prokic übernimmt als General Managerin die Leitung des Hauses mit 84 Mitarbeitern. Norbert Winkelmayr, CEO und Gründer der Sans Souci Sphere, freut sich, eine passionierte Hoteldirektorin gefunden zu haben, die das Hotel in die nächste Dekade begleiten wird. Andrea Fuchs wird Head of Hospitality. In ihrer neuen Rolle ist sie für alle bestehenden und zukünftigen Hotelprojekte verantwortlich wie dem luxuriösen „Seascape“ mit 30 Zimmern direkt am Meer von Grado. ● www.sanssouci-wien.com



Zeit für Frische

Zeit für die frischesten Lebensmittel. Direkt vom Produzenten in Ihre Küche. 07248 685 94, kroeswang.at

Frische bringt's.



24 h München

Von der coolsten Rooftop-Bar zum absoluten Club-Erlebnis.
Meine hipsten Plätze bei den Münchner „SpatzIn“ und „Spezis“.
Pack ma's! ● **TEXT & FOTOS: LORENZO AL DINO**

1 25hours Hotel The Royal Bavarian

Es bietet alle Annehmlichkeiten, die man sich wünscht. Stylishes Zimmer, Neni-Kulinarik von Haya Molcho und unaufgeregte Drinks als Absacker an der Boiler-Bar von Jörg Meyer. Kein Schnickschnack.
www.25hours-hotels.com

2 Nora's Café Zimtziecke

Frühstück mit feinem Kaffee und Soulfood wie bei Oma inmitten einer gemütlichen Ausstattung und dem Duft des selbst gebackenen Kuchens. Leider nur Mo-Fr geöffnet. www.cafe-zimtziecke.de

3 Stereo/Muc

Rage & Bone, Edwin, Bowery – wem diese Labels etwas sagen, der ist hier bestens aufgehoben. Danach noch auf die schönste Terrasse und einen hausgerösteten Kaffee ins Café Stereo. www.stereo-muc.de

4 Das Zwickl

Schnitzel, Knödel, Frikadellen und Bier aus München in einem rustikalen Wirtshaus am Viktualienmarkt ist mein Tipp für den Abschluss der Runde über den Markt. www.zwickl-muenchen.de

5 Flohmarkt Daglfing

Für Vintage-Jäger die nach Raritäten, Schätzen und Antikem Ausschau halten, gilt es wie immer früh aufstehen. Freitags um 6.00 Uhr und samstags um 7.00 Uhr startet hier das Abenteuer. www.flohmarkt-daglfing.de

6 M'uniqo Rooftop Bar

Mit Blick bis zu den Alpen seinen Vermouth und Interpretationen von Cicchetti oder Bruschetta genießen. Die venezianisch inspirierte Kulisse zum Unterhalten und Unterhaltenwerden am Schwabinger Tor. www.hyatt.com

7 Blitz Club

Auf der Museumsinsel und ziemlich einmalig in der Stadt. Nicht nur die Anlage ist Wahnsinn, auch das Programm lässt sich hervorragend abfeiern. Mit langen Wartezeiten am Einlass und Aufklebern für die Handykamera macht sich das Blitz nicht gerade beliebt, aber genau das ist mein Ding. www.blitz.club



1



4



3



5



2



6

Natürlich erfrischend.



Bio-Erfrischungsgetränke.
Keine Energy Drinks.



Take it or leave it

Lust auf Musik



Heute stelle ich neue Projekte, Komponisten, Remixer und Stilrichtungen vor, die den richtigen Ton vermitteln und mediale Aufmerksamkeit in der Clubszene erreichen. ►

Bar 25 Musik Dancing Naked On Mars

Die neueste Kompilation-Serie mit elf sorgfältig kuratierten Überarbeitungen beliebter Tracks des Labels. Jeder der Produzenten hat einen kreativen Ansatz für die Songs gewählt und ihnen neues Leben eingehaucht. Eine Reise durch das Musikuniversum der Bar 25. **Anspieltipps: Moontime (Yulia Niko Remix), Electric Avenue (SIS Remix)**

Sol Selectas Global Entry Vol. 4

Dies ist bereits die vierte Ausgabe von „Sol Selectas Global Entry“-Kompilation mit elf organischen Afro-, Deep- und Indie-House-Tracks. Diese spektakuläre Auswahl wurde von Label-Inhaber Sabo handverlesen und kuratiert. **Anspieltipps: HOVR, Hamza Rahimtula, Toumani, Brett Leve**

Roland Lessker 20x Get Physical

Diese hervorragende Auswahl enthält sechs komplett neue und exklusive Versionen der 20 Titel, die zusammen alle 20 Jahre dieses wichtigen Katalogs repräsentieren. Ein bedeutender Meilenstein der Definition des globalen House-Musik-Undergrounds. **Anspieltipps: Ausnahmslos alle Tracks haben Geschichte geschrieben**

Niconé & Dirty Doering Last Exit Space

Die Berliner DJs und Produzenten hatten eine Vision. 111 BPM – 11 Tracks – 1 Story. Das atmosphärische, elektronische Album ist die einzigartige Mischung des Sounds des Duos, die treibende Beats mit komplizierten Melodien und verträumten Atmosphären mischt. Romantik, Baby! Und ein bisschen galaktische Verrücktheit! **Anspieltipps: No Taxi On Mars, I Luv The Music, Surfing Jupiter**

Gecko Turner Somebody From Badajoz

Dies ist das fünfte Studioalbum einer vielgepriesenen Diskographie. Seine afro-maduranische Seele basiert auf afroamerikanischer Musik und ist von brasilianischen und afrikanischen Klängen durchdrungen. Einzigartiger Klang – würzig, saftig, voller Nuancen. **Anspieltipps: Am I Sad, Ain't No Fun Preachin' to the Choir, De balde**

Lemongrassmusic Episode 400

Die Jubiläums-Schmuckschachtel, gefüllt mit einer erstklassigen Auswahl von 50 Tracks. Feinste Lounge- bis Downtempo-Musik mit erhebenden Grooves und beruhigender mediterraner Gelassenheit. **Anspieltipps: Dub Mars, Michael E & Tim Gelo, Velvet Dreamer**



wer&was

Seine DJ-Sets auf unseren Partys und Events sind legendär. Seine Karriere als Produzent und DJ begann in den 80er-Jahren und hat in den folgenden Jahrzehnten einen soliden Lauf hingelegt, in denen er auch zahlreiche Preise abgeräumt hat: ein Platin- und drei Goldalben. Tracks wie „On the Beach“, „Wicked Game“, „Good Times“, „Hypnotized“ oder „Lullaby“ haben es bis in die wichtigsten Charts geschafft. ●

LORENZO AL DINO

Resident-DJ at Tiburon Formentera and Radio One Ibiza.
www.lorenzoaldino.com

Das Bekenntnis eines DJs als Video:



7. MAI 2023

WIR LAUFEN FÜR ALLE, DIE ES NICHT KÖNNEN

LAUF MIT UNS

WINGSFORLIFEWORLDRUN.COM



100% DER STARTGELDER FLIESSEN IN DIE RÜCKENMARKSFORSCHUNG



Wake up, Baby!



VINTAGE
AND OTHER THINGS

Den Alarm des Telefons zu aktivieren ist relativ neu. **Erinnert ihr euch, als ein Wecker auf eurem Nachttisch nicht fehlen durfte? Analog, digital, mit Funk. Kompakt oder so groß wie ein Raumschiff. Sie haben euch für wichtige Termine geweckt, aber ihr habt sie ohne Bedauern vergessen. Vielleicht ist es an der Zeit, ihnen ihren Platz zurückzugeben, indem sie Erinnerungen wecken, oder sogar zu einem Sammlerstück zu werden. Lust, wieder mit alternativen Geräuschen oder sogar mit Lichtzeichen aufzuwachen?** ● **TEXT & FOTOS: ARANTXA BELMAR**

1 Elac RD 100 Klappradiowecker

Legendäre ELAC Uhr/Wecker/Radio, Modell RD 100, hergestellt in Kiel zwischen 1973 und 1978. Typische Farbe der Zeit, dunkelgelb (es gab sie auch in Weiß, Rot und Schwarz). Er verfügt über eine Radiofunktion mit Mittelwelle und FM, Weckfunktion und Uhrfunktion, zusätzlich einen Kopfhöreranschluss und ein Antennenkabel.

2 Seville JP 1126 Elektronischer Radiowecker

Er wurde in den 1970er-Jahren in Hongkong produziert und verfügt über einen Wiederholungssensor, ein AM/FM-Radio und eine eingebaute Lampe mit Dimmer-Steuerung. Die Teleskop-Lampe ist ausziehbar und kann komplett zusammengeklappt werden, so wird der Wecker zu einem Würfel, indem die Lampe verschwindet.



3 Grundig Sonoclock Radiowecker

Grundigs sprechender Radiowecker wurde in Portugal in den 80er-Jahren hergestellt. Er verfügt über einen deutschen Sprachsynthesizer, der auf Knopfdruck die Uhrzeit spricht. Man wacht mit der Nachricht „Guten Morgen! Es ist 7:15 Uhr“ auf. Zwei Weckmöglichkeiten, automatische Wiederholungsfunktion, Timer, Pufferbatterie bei Stromausfall und 5 UKW-Programmspeicher sind weitere Highlights.

4 Maximal 230 Wecker mit Kassettenspieler

Möchtest du morgens von Marianne Rosenberg auf Kassette aufgeweckt werden? Jetzt hast du die Chance! Mit Sensor-Schlummertaste, 24-Stunden-Intervallalarm, Stromausfallsanzeige, 9-V-Backup-Batterieanschluss und Radio-/Buzzer-/Kassettenalarm. Pures deutsches Design von 1983.



5 Braun Voice Control Alarm Clock

Brauns sprachgesteuerter Wecker mit Crescendo-Alarm, hergestellt in Deutschland im Jahr 1984. Die Weckfunktion kann unterbrochen werden, indem du z. B. „Stopp“ sagst. Diese akustische Unterbrechung aktiviert den Snooze-Mechanismus und der Weckzyklus beginnt nach etwas mehr als vier Minuten erneut. Dieser Vorgang kann bis zu 40 Minuten lang wiederholt werden. Der Vorgänger des Smartphone-Snooze-Systems?



**2023
8. bis 10.
September**

**vienna
coffee
festival**

cafe+co
cafeplusco.com

**Location:
Marx Halle
1030 Wien**

COFFEE • FOOD • DRINKS • MUSIC

Buntes Brauen in Brooklyn

Garrett Oliver ist eine lebende Braulegende. Seit knapp 30 Jahren ist er für die Biervielfalt der Brooklyn Brewery verantwortlich. Wir haben mit ihm in Brooklyn ein paar Biere getrunken und ein exklusives Interview geführt. ◀

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Lust & Leben: Als ich 1993 in New York das erste Mal ein Brooklyn Lager getrunken habe, war ich positiv überrascht: endlich ein amerikanisches Bier mit Geschmack. Den Begriff Craft Beer gab es damals noch nicht. Dennoch wurde mit diesem Bier die Craft-Beer-Revolution angestoßen. Wie kam es damals dazu?

Garrett Oliver: Steve Hindy und Tom Potter hatten die Brooklyn Brewery 1988 als Quereinsteiger gegründet, weil es damals in New York – abgesehen von ein paar europäischen Importmarken – nur langweilige US-Biere zu trinken gab. Ich bin dann fünf Jahre später dazugestoßen, als die beiden beschlossen hatten, in Brooklyn eine eigene Brauerei zu eröffnen. Das Brooklyn Lager wurde damals wie heute in der Matt Brauerei in Utica in Upstate New York gebraut. Wir waren zwar die ersten „neuen“ Brauer New Yorks, aber nicht der USA. Vor uns hat schon Samuel Adams mit seinem Boston Lager ein richtig gutes Bier gebraut, das so wie unser Lager heute relativ „normal“ schmeckt. In San Francisco hat die Anchor Brewery die harten Jahre seit dem Ende der Prohibition überlebt. Ihr Steam-Beer ist in gewisser Weise das älteste „Craft Beer“ der USA, aber bis zur Jahrtausendwende hat es nur eine lokale Bedeutung gehabt. Parallel mit uns hat sich in Kalifornien auch Sierra Nevada von einer unbedeutenden Microbrewery zu einem ernstzunehmenden Produzenten entwickelt.

Wieso ist es erst in den 1990er-Jahren zu einem Revival der amerikanischen Braukultur gekommen und nicht schon wesentlich früher? Bier wurde ja immer getrunken.

Amerikaner waren leichte, neutrale

Biere gewöhnt und kannten nichts anderes. Bier gehört in Amerika zur Alltagskultur und wird fast ausschließlich im Supermarkt gekauft. Der Preis spielt dort eine entscheidende Rolle. Außerdem haben die großen Produzenten im Laufe der Jahrzehnte viel ins Marketing investiert. Budweiser, Coors und Miller's waren zwar schwache Biere, aber starke Marken. In so einem Marktumfeld hatten kleine Brauer lange keine Chance. In den 1980er-Jahren wurden Fernreisen deutlich billiger und viele Amerikaner haben in Europa erstmals andere Bierstile kennen und lieben gelernt. Das führte zunächst zu einem Boom bei Import-Bieren, die deutlich teurer als die gängigen US-Biere waren. Erst danach war es möglich, in kleinem Rahmen auch qualitativ hochwertige US-Biere zu verkaufen. Das war zu-

Als ich begonnen habe, waren Braumeister Handwerker und keine Rockstars.

GARRETT OLIVER

nächst sehr mühsam. Steve Hindy und Tom Potter haben die ersten zwei Jahre das Bier zum Teil mit ihren Privatautos selbst geliefert. Erst als sie eine kleine Vertriebsgesellschaft gegründet hatten, die ein paar exklusive europäische Biere im Sortiment hatte, ist die Gastronomie langsam aufgesprungen. Es waren schwierige Zeiten.

Anchor Steam sowie Brooklyn und Boston Lager schmecken heute für junge Leute relativ konventionell. Wann sind die ersten „richtigen“ Craft-Biere – sprich stark gehopfte IPAs – angekommen?

Das war zunächst ein kalifornisches Phänomen. Als Ken Grossman und Paul Camusi 1981 die Sierra Nevada Brewing Company gründeten, hatten sie – so wie die meisten Quereinsteiger – kein Geld. Ale ist wesentlich rascher und günstiger zu brauen als Lagerbier. Mit dem damals erhältlichen US-Malz konnte man allerdings nur relativ ausdruckschwache Ales brauen. Also entschlossen sie sich, ihr Bier stark zu hopfen. Damals kam gerade der extrem aromatische Cascade-Hopfen, der ebenfalls in Kalifornien gezüchtet wur-





◆ „Frucht-Cocktail“ als Sour Beer



◆ Ab 17 Uhr sitzt man in der Brooklyn Brewery dicht gedrängt

de, auf den Markt. So ist ein komplett neuer Bierstil entstanden, der auch deshalb so populär wurde, weil man im Südwesten der USA immer öfter scharfe mexikanische Gerichte gegessen hat und diese Biere sehr gut dazu passen. Im Windschatten von Sierra Nevada haben sich an der Westküste zahlreiche Microbreweries etabliert, die ähnliche Biere gebraut haben. Jeder hat versucht, ein noch intensiver schmeckendes IPA zu brauen. Eine Zeit lang war das durchaus ein Erfolgsmodell.

Sie sprechen von Microbreweries, aber nicht von Craft Beer. Wo ist eigentlich der Unterschied?

In relativ kurzer Zeit sind Brauereien wie Samuel Adams, Anchor, Sierra Nevada und auch wir dramatisch gewachsen, sodass der Begriff „Microbrewery“, den man für Brauereien, die weniger als 15.000 Fässer pro Jahr machen, verwendet hatte, nicht mehr gepasst hat. Irgendjemand hat dann für die geschmacksintensiven Biere dieser Brauereien den Begriff Craft Beer ins Leben gerufen und der ist bis heute geblieben. Für mich hat Craft Beer nichts mit extra starker Hopfung zu tun, sondern stellt eine Rückkehr zur Normali-

Coors, Miller & Co waren schwache Biere, aber starke Marken.

GARRETT OLIVER

tät dar: handwerklich gebaute Biere in unterschiedlichen stilistischen Ausprägungen. Die frühen 1990er-Jahre waren eine aufregende Zeit. Es herrschte Aufbruchsstimmung. Wir haben uns alle gekannt und waren Brüder im Geiste. Es wurde viel experimentiert. Nicht alle Biere dieser Zeit waren wirklich gut, aber das hat nichts gemacht, weil sie eine Bereicherung der Landschaft darstellten. Ich war nie ein ausgesprochener IPA-Fan, mein Herz hat eher für Weißbier geschlagen. So habe ich 2006 mit Hans-Peter Drechsler in Bayern die erste „Hopfenweiße“ gebraut. Auch das erste Bier, das ich für die Brooklyn Brewery gemacht habe, war ein Weißbier.

Wie kam es dazu?

Die beiden Gründer haben sich entschlossen, in Brooklyn eine eigene Brauerei aufzusperren und haben mich geholt, um dort als Braumeister zu arbeiten. Die Idee war von Anfang an,

auch ein Pub zu betreiben, wo man die frisch gebrauten Biere vor Ort genießen kann. Ich hatte zuvor in Manhattan ja ebenfalls in einem Brewpub als Braumeister gearbeitet. Mit dem Brooklyn Lager selbst habe ich persönlich nichts zu tun. Ich habe es weder erfunden noch braue ich es hier in Brooklyn.

Ist das Brooklyn Lager dann nicht irgendwie eine Mogelpackung, wenn es gar nicht aus Brooklyn stammt?

Das kann man so nicht sagen, weil wir immer absolut transparent agiert haben. Die F. X. Matt Brauerei in Utica liegt im Staat New York. Es war also von Anfang an ein New Yorker Bier. Das Lager ist im Stil der berühmten Brooklyn Lager Biere aus der Zeit vor der Prohibition gehalten. Bei unserem Brooklyn Lager handelt sich also nicht um eine Herkunftsbezeichnung im engeren Sinn, sondern um eine Marke. Unser Brooklyn Lager ist im Laufe der Jahre derart populär geworden, dass wir es heute in Lizenz auch in Japan, Schweden und Brasilien brauen – nicht zuletzt auch aufgrund ökologischer Überlegungen. Aber auch ökonomisch und sensorisch macht es Sinn, Biere dort zu brauen, wo sie auch getrunken werden. Wir

Bier in bunten Dosen hat uns während der Pandemie sehr geholfen.

GARRETT OLIVER

bekommen von jedem Patch eine Probe zugesandt, um sicherzugehen, dass es stets gleich schmeckt. Unsere Brauerei hier in Brooklyn ist noch eine Art Microbrewery, aber für das Brooklyn Lager gilt das schon lange nicht mehr. Wir exportieren seit Jahren mehr Bier, als wir in den USA verkaufen.

Auch in Österreich gibt es das Brooklyn Lager. Welche Biere bekommt man nur in Brooklyn?

Es gibt wohl keinen Bierstil, den wir während der letzten 25 Jahre nicht gebraut haben. Ein Besuch lohnt sich auf jeden Fall, weil es hier in Williamsburg immer ein paar Spezialitäten vom Fass gibt, die man nirgendwo sonst kosten kann. Im Laufe der Jahre hat sich ein saisonales Programm entwickelt wie unser Summer Ale und das Oktoberfestbier, um nur die zwei beliebtesten zu nennen. Wir sind laufend am Experimentieren – von einem Yuzu Sour bis zu einem Chocolate Stout mit getoasteten Kokosnüssen gibt es eigentlich nichts, was wir noch nicht probiert ha-



ben. Manches bleibt einmalig, andere Spezialitäten wie das Black Ops, das in Four-Roses-Bourbon-Fässern reift, machen wir jedes Jahr.

In Brooklyn gibt seit ein paar Jahren mehrere kleinere Brauereien. Ist eine Rückkehr an die glorreichen Zeiten um 1900 denkbar, als man Brooklyn mit Fug und Recht als Bierhauptstadt Amerikas bezeichnen konnte?

Dass es ein paar jüngere Kollegen gibt, die in unserem Borough ebenfalls zu brauen begonnen haben, freut mich ungemein. Ich pflege einen freundschaftlich-kollegialen Umgang mit ihnen und helfe auch gerne aus, wenn sie einmal ein technisches Problem

haben. Aber eine Rückkehr zu vergangenen Zeiten ist unmöglich. Brooklyn – und im Besonderen Williamsburg, wo sich unsere Brauerei befindet – ist eine sehr teure Wohngegend geworden. Die Produktion wie auch die dazugehörige Logistik sind in größerem Stil einfach nicht mehr machbar.

Ich habe mir gestern das Bier-Angebot in einem kleinen Supermarkt angeschaut und keine einzige Marke gekannt. Statt Flaschen gibt es fast nur noch Dosen, die mit farbenfrohen, schrägen Motiven bedruckt sind. Was halten Sie von dieser neuen, bunten Bierszene?

Verglichen mit dem, wie es früher

wedl.com

HANDELSHAUS WEDL

Unsere Expertise reift mit.

Mit unseren exzellent ausgebildeten hauseigenen Sommeliers haben wir österreichweit die nötige Finesse für die besten Jahrgänge. WEDL bietet mit rund 1.500 heimischen und internationalen Weinen ein einzigartiges Sortiment, das erlesene Sorten und Jahrgänge von sorgfältig ausgewählten Winzern umfasst. Zusätzlich helfen wir auch gerne bei der Erstellung einer Getränke- oder Weinkarte, die Dich vom Wettbewerb differenziert. Deine persönliche WEDL-Auslese garantiert edle Tropfen für jeden Geschmack und besondere Genussmomente.

WEDL. DEIN GENUSSHÄNDLER.



war, ist das natürlich eine wunderbare Entwicklung. Jede dieser Marken hat ihre Nische, sonst würden sie im Supermarkt ja nicht gelistet sein. Leider hält die Vielfalt der Bierstile nicht ganz mit der Vielfalt der Etiketten mit – aber so ist das halt einmal mit dem Marketing. Dass Bier heute in Dosen statt in Flaschen verkauft wird, macht es für die Konsumenten einfacher und qualitativ keinen Unterschied. Weil hier in New York auch die Dosen recycelt werden, ist das auch ökologisch betrachtet kein Problem. Attraktive Dosen waren während der Pandemie auch für uns überlebenswichtig, weil die Gastronomie – die in New York nach wie vor unser wichtigster Vertriebskanal ist – während der Corona-Zeit monatelang geschlossen hatte. Es wird wohl noch zwei bis drei Jahre dauern, bis wir wieder an die Zahlen vor Covid herankommen werden. Die bunten Dosen werden wohl dauerhaft bleiben.

Vor zwei Jahren haben Sie ein Scholarship ins Leben gerufen, mit dem jungen Angehörigen von ethnischen Minderheiten die Ausbildung zum Braumeister ermöglicht werden soll. Wieso eigentlich? Schließlich sind Sie selbst ja das beste Beispiel dafür, dass die Hautfarbe in Amerika keine Rolle mehr spielt.

Das wäre schön, ist aber nicht so.

Gutes Bier zu brauen sollte kein Privileg der weißen Mehrheit sein.

GARRETT OLIVER

Privat gehe ich am liebsten „farbenblind“ durchs Leben, aber es gibt in den USA gesellschaftliche Probleme, vor denen wir nicht die Augen verschließen können. Im Zuge der „Black Life Matters“-Proteste nach der Ermordung von George Floyd durch weiße Polizisten habe ich begonnen, mehr über das Thema Rassenbeziehungen in den USA nachzudenken. Da ist mir bewusst geworden, dass ich eigentlich nur weiße Brauer kenne, obwohl Schwarze genauso gerne Bier trinken wie alle anderen. Ich kenne keinen Brauer, der rassistische Vorurteile hat, wenn es um die Einstellung von neuen Mitarbeitern geht. Trotzdem gibt es in der Brauszene fast ausschließlich Leute, deren Vorfahren aus Europa stammen. Damit sich das schrittweise ändert und die Bierszene bunter wird, haben wir dieses Scholarship ins Leben gerufen, das übrigens allen Minderheiten offensteht. Zuallererst wollen wir natürlich gutes Bier brauen, aber wir stehen auch zu unserer gesellschaftlichen Verantwortung. Deshalb unterstützen wir auch die LGTB-Community mit unserem Stonewall Inn Session IPA. ●



wer&was

GARRETT OLIVER

Garrett Oliver kam 1962 in New York zur Welt und studierte in Boston Film. Danach verbrachte er ein Jahr in Europa, wo er in Belgien, Deutschland und der Tschechoslowakei seine Liebe zum Bier entdeckte.

Zurück in New York, arbeitete er bei HBO und in einer Anwaltskanzlei, in seiner Freizeit braute er mit Freunden Bier, weil er mit dem damaligen Angebot in New York nicht glücklich wurde. 1989 startete er eine Lehre in der Manhattan Brewing Company in SoHo, eine der ersten Gasthausbrauereien der Stadt. 1993 heuerte er dort als Braumeister an. Als die Manhattan Brewery wieder schließen musste, nahm er 1996 das Angebot von Steve Hindy und Tom Potter an, in deren neu eröffneten Brooklyn Brewery in Williamsburg/Brooklyn als Braumeister zu beginnen.

Im Jahr 2003 erschien sein Buch „Brewmaster’s Table“, das bis heute lesenswert ist und einen Überblick über die Entwicklung der internationalen Bierszene bietet.

Es war einmal in Amerika

Der letzte Film von Sergio Leone („Once upon a Time in America“) spielt in New York während der Prohibition. Damals ging die große Zeit des Bierbrauens in Brooklyn zu Ende. Erst 1996 hat sie wieder begonnen. ●

In Leones Film stellt Robert De Niro einen dubiosen Helden dar. Im echten Leben spielt Braumeister Garrett Oliver eine heroische Hauptrolle.

Im späten 19. Jahrhundert war Brooklyn die unumstrittene Bierhauptstadt der Welt. Es gab knapp 50 Brauereien, in denen ganz unterschiedliche Bierstile gebraut wurden. Brooklyn war bis zur Vereinigung mit New York im Jahr 1898 eine eigenständige Millionenstadt.

Die Umgangssprache in den Brauereien war sehr oft Deutsch, aber auch englische und tschechische Braumeister brauten Biere im Stil ihrer jeweiligen alten Heimat. Stouts und Porters hatten die Engländer bereits Jahrhunderte zuvor mitgebracht. Den deutschen Immigranten verdankt man neben Pils und Weizenbier vor allem das Lager, das sich als populärster Bierstil Amerikas durchsetzen sollte. Besonders populär war das Rheingold von Samuel Liebmann, aber auch Otto Huber (Edelbrew), Johann Trommel (Trommel’s) und Georg Ehret (Hellgate) waren überaus erfolgreiche Brauer mit deutscher Herkunft. Nicht nur die rund eine Million Einwohner von Brooklyn erfreuten sich an der riesigen Biervielfalt, auch in der benachbarten Metropole New York wurde Beer made in Brooklyn geschätzt.

Mit dem Kriegseintritt der USA im Jahr 1917 kam es vermehrt zur Anfeindung deutscher Immigranten als „Hunnen“, dem deutschstämmige Brauer mit der Umbenennung einzelner Marken zu entgehen versuchten. Der Todes-



stoß für die Brauereien kam zwei Jahre nach Kriegsende. Mit der Prohibition wurde die Herstellung und der Konsum von Alkohol in den USA verboten. Davon profitierten Gangster wie David „Noodles“ Aaronson (Robert De Niro) in „Once upon a Time in America“ auf Kosten aufrechter Brauer in ganz Amerika.

Das Ende der Prohibition im Jahr 1933 führte nicht zu einem Revival der bunten Bierszene Brooklyns. Das Land befand sich in einer großen Rezession. Geld war knapp. Bier musste billig sein. So konnten vor allem im verkehrsgünstig gelegenen Mittleren Westen Brauereien wie Anheuser-Busch, Pabst und Miller zu riesigen Biergiganten heranwachsen, die den gesamten amerikanischen Markt mit ihren Leichtbieren überschwemmten. So wie in anderen Industrien auch, konnten immer größer werdende Brauereien immer effizienter produzieren und billigere Biere anbieten als regionale Kleinbrauer. Eine ähnliche Entwicklung gab es auch

bei fast allen anderen Lebensmitteln. Dank verbesserter Infrastruktur und der Entstehung von bundesweiten TV-Netzwerken entstanden nationale Biermarken wie Budweiser, Miller’s und Coors.

In Brooklyn selbst sperrten 1933 zwar neun kleine Brauereien wieder auf, doch das Geschäft lief mehr schlecht als recht. 1976 musste die letzte verbliebene Brauerei Schaefer endgültig schließen. Bis zur Eröffnung der Brooklyn Brewery im Stadtteil Williamsburg im Jahr 1996 war Brooklyn zwanzig Jahre lang „trocken“. Mit Braumeister Garrett Oliver hat dann ein neuer Hauptdarsteller die Bühne betreten. Bis heute sitzt der zumeist Cowboy-Hut tragende farbige Braumeister fest im Sattel und freut sich, dass in seinem Windschatten ein paar weitere Brauer dazugekommen sind. Anders als die Mafia-Gangster während der Prohibition, pflegt Oliver einen freundschaftlichen Umgang mit der Konkurrenz. Er meint: Es ist genug für alle da! ●

Gastronomie



Weiter im Aufwind

Philipp Gattermayer freut sich über den Erfolg von Henkell Freixenet und den Platz an der Spitze, der Marktführerschaft. Mit Mionetto Prosecco und alkoholfrei sowie Rosé ist der Trend auch 2023 nach wie vor am Laufen. ●

www.henkell-freixenet.at



Tschin Sirup

Summer Vibes und erfrischende Cocktails. Aber lieber ohne Hochprozentiges. Diesen Sirup aus Wacholderbeeren und Apfeldicksaft mit prickelndem Wasser aufgießen – und fertig gemischt ist der alkoholfreie Gin Tonic. ● www.sonnentor.at

Speisenbegleiter

In einer Geschichte von 20 Jahrgängen mit frühen Ernten sticht der Dom Pérignon Vintage 2013 hervor und knüpft an das glorreiche Erbe später Weinlesen an. Ganz Dom! ●



Jefferson Amaro Importante

Dieser Bitterlikör hat seine Wurzeln in Kalabrien. Erlesene regionale Zutaten werden in einem hydroalkoholischen Aufgussverfahren verarbeitet. Die Assemblage dauert mehr als elf Monate und zum Filtern wird ganz nach alter Tradition lediglich ein Leinentuch verwendet. Ein kräftiges Aroma mit Zitrusnoten und einem angenehmen bitteren, krautigen Teil zeichnen den Likör aus. Mit Bitter oder unterstützenden Wermuts am besten kalt oder auf Eis servieren. ● www.compagniadecaraibi.com



Nachhaltigkeit beschleunigen

Bereits 2003 hat Nespresso das „AAA Sustainable Quality Program“ ins Leben gerufen. Der neue Nachhaltigkeitsbericht „The Positive Cup“ gibt nun transparente Einblicke, was Nespresso bisher erreicht hat – und skizziert, wie Nespresso das grosse Ziel Net Zero bis frühestens 2035 erreichen will. Seit 2009 hat Nespresso die CO₂-Emissionen entlang der Lieferkette sowie des Produktlebenszyklus um 24 % pro Tasse Kaffee reduziert. Durch die Einführung des eigenen Recycling-Systems mit über 2.000 Sammelstellen wird in Österreich bereits 38 % der gebrauchten Kapseln gesammelt und kommt so zurück in den Kreislauf. ●

Weiterlesen:



SCAN ME

Perfektion in jedem Detail

Außen mit beeindruckendem italienischem Design und innen mit Schweizer Qualität, Franke Mytico überzeugte auf der Internorga in Hamburg das Publikum. Die perfekte Antwort, um hochwertigen Kaffeeerlebnissen jeden Tag aufs Neue gerecht zu werden. Und schick ist sie auch noch. Ab Mai ist das Modell Mytico Du in Wien im neuen Franke-Showroom zu sehen und ab September lieferbar. ● www.franke.com



Zesty & Natural

Akzente von Zitrone und Limette ergeben den erfrischenden außergewöhnlich neuen Geschmack mit angenehm säuerlicher Note. Pure Erfrischung für die Gäste und neue Akzente auf der Getränkekarte verspricht Easy Lemon, die neue Sorte in der Bio-Familie der Organics by Red Bull. Kaum getrunken, will man schon wieder trinken. Ob beim Barbecue an einem Sommernachmittag, beim Sonnenuntergang auf der Dachterrasse einer Bar oder beim Abendessen mit Freunden – wenn der Moment nach Genuss, Spaß und Freude ruft, ist es die Erfrischung der Wahl. ●

www.theorganicsbyredbull.com

Kaffeehausfeeling im Hotelzimmer

All das bringt die neue Siebträgermaschine Lapressa von Tchibo mit: Ihre 15 bar haben genau den richtigen Brühdruck und zusätzlich die Pre-Infusion-Technologie. Beides sorgt dafür, dass der Espresso seinen unvergleichlichen Geschmack und seine samtige Crema bekommt. Ob elektrische Mühle mit integrierter Waage, Milchaufschäumkännchen aus Edelstahl, Tamper zum Andrücken des Kaffeepulvers, Tampermatte und Knock-Box zum Ausschlagen des Kaffeemehls. Und natürlich stilechte Esspressogläser. Alles da. Auch die Kaffees. ●

www.tchibo.at/kaffee



Beğnadeter Gesamtkunstwerker

Koloman statt Bâtard: Markus Glocker startet mit seinem neuen Restaurant in New York voll durch.

Seinem kulinarischen Erfolgsrezept – modern österreichisch mit französischem Touch – ist der Spitzenkoch aus Oberösterreich treu geblieben. ►

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



und der großzügig dimensionierten Bar ein anderes Publikum anspricht, als es das kuschelige Bâtard in TribeCa zuvor getan hat. Und doch ist Glocker seiner mehrfach ausgezeichneten Küchenlinie weitgehend treu geblieben. Anspielungen auf österreichische Gerichte gibt es einige. Auch „unser“ Schnitzel darf dabei nicht fehlen. Doch trotz Stiegl Bier vom Fass, mehreren Weinen made in Austria und einem umfassenden Angebot an Schnäpsen von Reisetbauer und Rochelt handelt es sich beim Koloman nicht um ein typisch österreichisches Lokal.

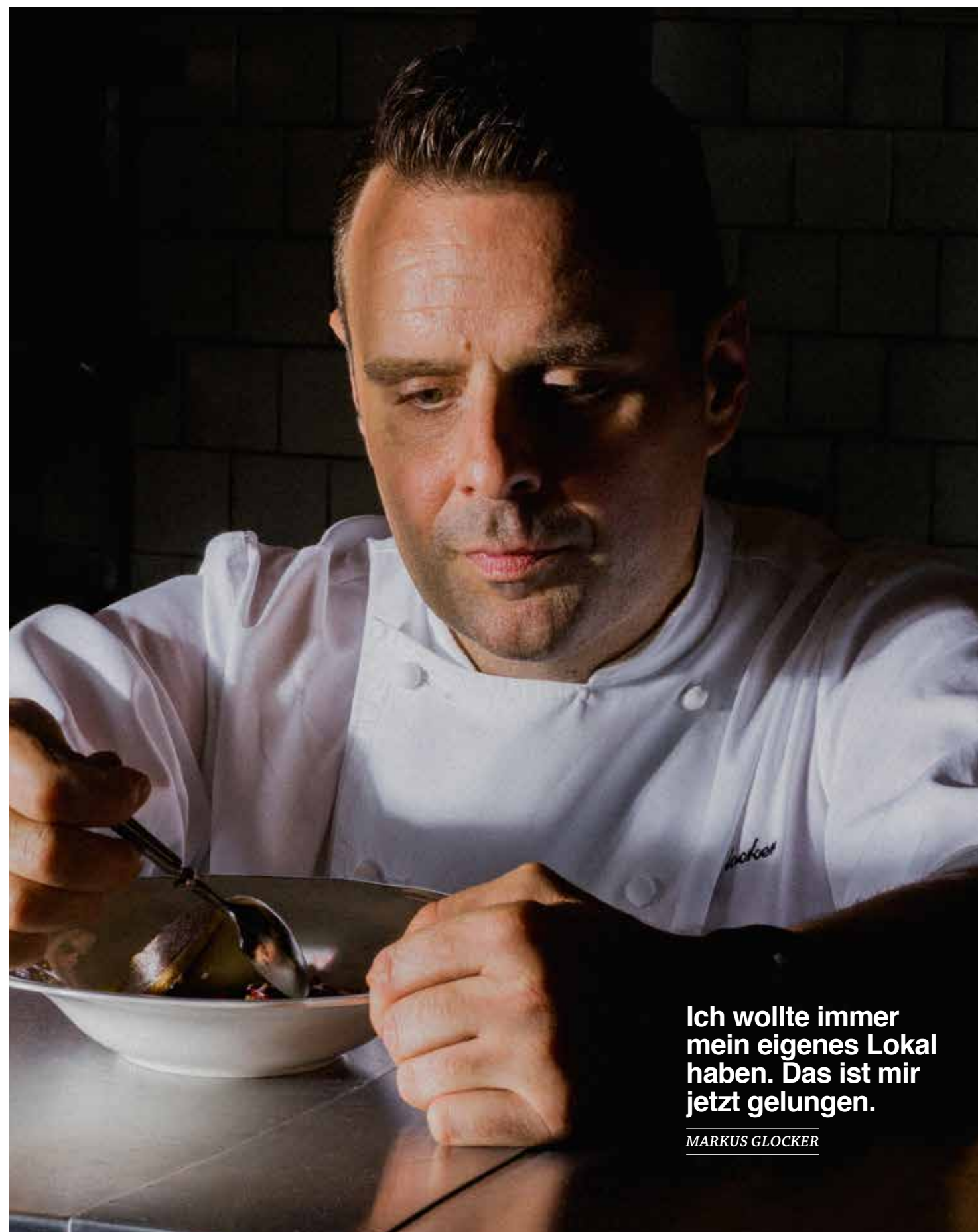
Das letzte Mal haben wir uns vor vier Jahren im Bâtard getroffen. Du hast damals gerade das Konzept für das Augustine entwickelt. Augustine und Bâtard sind Geschichte, dafür hast du mit dem Koloman jetzt einen richtig großen Laden. Wie kam es dazu?

Nach sieben Jahren Partnerschaft mit Drew Nieporent wollte ich mein eigenes Ding machen. Leider war das mit dem Bâtard nicht möglich, weil Drew unbedingt Mehrheitseigentümer bleiben wollte. Das Augustine ist vielversprechend angelaufen, aber auch

dort hatte mit Keith McNally ein Gastronom die Leitung über und ich spielte – unternehmerisch betrachtet – eine untergeordnete Rolle, weil ich eigentlich „nur“ für die Rezeptentwicklung verantwortlich war. Mit der Pandemie musste das Augustine zusperren. Ich habe mir schon während der letzten Jahre immer wieder überlegt, wie ein großes Restaurant mit meiner Handschrift aussehen könnte. Mit der EHV International habe ich schlussendlich einen finanzstarken Partner gefunden, mit dem ich dieses Projekt angehen konnte.

Wie viel Nervenflattern war dabei? Zum einen spielst du jetzt ja in einer ganz anderen Größenordnung, zum anderen hast du in dieser neuen Nachbarschaft ein anderes Publikum als zuvor in TribeCa. Wie gespannt warst du, ob das Publikum das Koloman annehmen würde?

Eigentlich habe ich gar keine Zeit gehabt, lange darüber nachzudenken, wie es werden würde, weil ich rund um die Uhr beschäftigt war. Es gibt Dinge, die kannst du beeinflussen, und da habe ich meine ganze Energie hineinge-



Ich wollte immer mein eigenes Lokal haben. Das ist mir jetzt gelungen.

MARKUS GLOCKER



Mehr als nur Desserts:
Die Mehlspeisenküche wirkt
traditionell und ist doch
absolut zeitgemäß. ●

● Viele kleine Details machen aus dem Koloman ein gelingendes Gesamtkunstwerk

steckt. Und dann gibt es Dinge, wie zum Beispiel die Pandemie, die man akzeptieren muss. Momentan brummt New York, alle Hotels sind voll, und auch die Einheimischen haben große Lust, wieder auszugehen. Es ist also ein guter Zeitpunkt, um ein neues Lokal aufzumachen. Aber natürlich wollen wir mit dem Koloman viele Jahre lang erfolgreich sein. Ein guter Start macht vieles leichter, aber wie gut wir wirklich sind, wird man erst in ein paar Jahren sehen.

Auch in New York gilt: Location, Location, Location. Die Gegend rund um die 29. Straße erscheint irgendwie langweilig. Wieso bist du trotzdem hierher gegangen?

Du warst wohl schon länger nicht hier. Die Gegend nennt sich NoMad, was für North of Madison Park steht und ist total im Kommen. Das Eleven Madison Park ist keine fünf Minuten entfernt, vor ein paar Monaten hat um die Ecke das neue Ritz-Carlton aufgesperrt. Zahlreiche weitere Hotelprojekte in der unmittelbaren Umge-

Wie gut wir wirklich sind, wird sich erst in ein paar Jahren zeigen.

MARKUS GLOCKER

bung werden demnächst fertig gestellt. Wir liegen sehr zentral und sind leicht erreichbar, egal ob für Gäste aus Midtown oder Downtown. Auch die finanziellen Rahmenbedingungen haben gepasst – wir sind hier sehr, sehr glücklich.

Ein paar Gerichte erinnern an das Bâtard, wo du von Anfang an einen Michelin-Stern hattest. Überhaupt fällt auf, dass die Präsentationen am Teller für ein Lokal dieser Größenordnung sehr akkurat sind. Ist das Koloman nun ein Fine-Dining-Restaurant oder fällt es eher in die Kategorie Casual Dining?

Die tolle Bewertung in der „New York Times“ bringt es auf den Punkt. Drei

Sterne bekommen eigentlich nur Fine-Dining-Restaurants, trotzdem wird unsere entspannte Atmosphäre gelobt. Wir haben einen hohen kulinarischen Anspruch, gleichzeitig wollen wir aber ein niederschwelliges, lässiges Lokal bleiben, wo man auch ohne Reservierung einfach nur auf einen Drink an der Bar oder ein schnelles Gericht vorbeischaut. Ganz bewusst haben wir deshalb auch auf ein Tasting-Menü verzichtet. Die meisten Gäste essen ganz klassisch drei Gänge, es dürfen aber auch vier oder fünf Gerichte sein – je nach Lust und Laune.

Die Positionierung eines Restaurants hängt nicht zuletzt von der Preisgestaltung ab. Wie hast du das Koloman diesbezüglich positioniert?

Ziemlich genau in der Mitte, was hier in New York ganz ausgezeichnet funktioniert. Die Vorspeisen kosten zwischen 20 und 30 Dollar, die Hauptspeisen zwischen 30 und 50 Dollar. Auch bei den Weinen haben wir ganz bewusst preiswerte Flaschen auf der Karte, weil wir kein Restaurant für

spezielle Anlässe sein wollen, sondern Stammgäste gewinnen wollen. Glasweise geht es bei uns schon unter 20 Dollar los.

Die sogenannte „Mitte“ bedeutet dann aber doch Durchschnittsbons von knapp 200 Dollar pro Person – da kommen dann noch Tax und Tip dazu. 250 Dollar pro Person ist dann doch ein recht stolzer Preis, oder?

Man darf New York nicht mit Österreich vergleichen, weil hier einfach alles teurer ist – von der Miete über den Wareneinkauf bis hin zu den Mitarbeitern. Wenn die Qualität passt, hat hier niemand ein Problem, 250 Dollar für ein Abendessen auszugeben. Du hast ja das aktuelle Preisniveau in den anderen Restaurants in New York gesehen. Wir sind durchaus preiswert und werden auch so wahrgenommen.

Du hast Weine aus Österreich im Programm, führst auf der Karte an, dass du mit Gölles-Essig würzt und bietest auch das unverzichtbare Wiener Schnitzel an, dazu gibt es Stiegl vom

Ich bin ein hoffnungsloser Romantiker. Ich liebe die Küche.

MARKUS GLOCKER

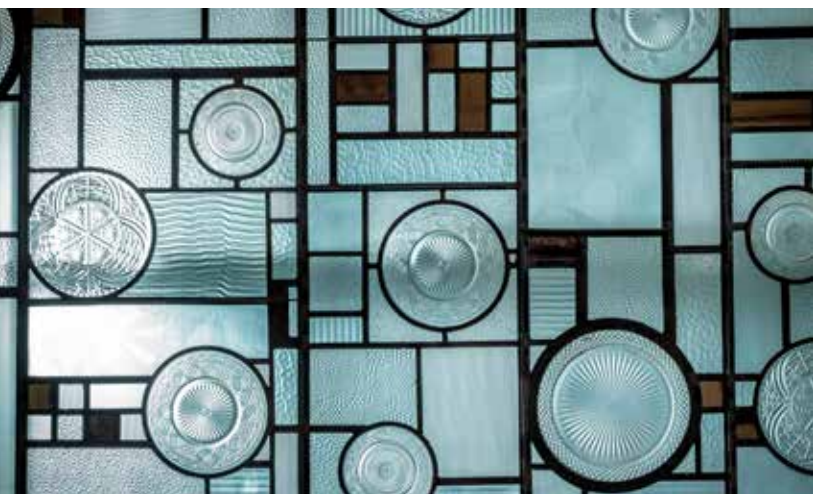
Fass. Der Name Koloman ist ebenfalls eine Anspielung auf deine alte Heimat. Und doch ist das Koloman kein dezidiertes Österreich-Lokal. Wieso eigentlich?

Österreich hat hier ganz allgemein ein sehr gutes Image. Die Leute kennen die Weine, sie lieben auch unsere Küche. Gleichzeitig wird die typisch österreichische Küche aber als deftig und rustikal gesehen – viele denken zunächst an Knödel, Schnitzel und Mehlspeisen. Außerdem wollen wir nicht altbacken oder konservativ erscheinen. Bei uns läuft nicht Strauß-Musik sondern zeitgemäße Lounge-Musik mit Beat. Auch die Einrichtung ist bei allem Bezug zu Wien der Jahrhundertwende elegant und beschwingt. Meine Küchenlinie

spiegelt meinen bisherigen Lebensweg wider. Man entwickelt eine eigene Handschrift ja nicht aus dem Nichts. Das Schnitzel ist eine Kindheitserinnerung, aber danach haben mich das Steirerereck, aber auch Eckart Witzigmann und Hans Haas beeinflusst. Und dann war ich sieben Jahre bei Gordon Ramsay. Auch das hinterlässt Spuren. (lacht)

Du bist bei Gordon Ramsay relativ schnell vom Koch zum F&B-Manager aufgestiegen. Dann hast du im Bâtard in einem wesentlich kleineren Rahmen wieder den Koch gegeben. Wie siehst du deine Rolle jetzt hier im Koloman?

Ich bin ein hoffnungsloser Gastro-Romantiker. Ich liebe die Küche und meine Mitarbeiter. Ich trage im Restaurant am liebsten meine Kochjacke und stehe am Pass. Deshalb war es mir so wichtig, eine offene Küche zu haben, sodass ich den Gastraum überblicke und gegebenenfalls auch kurz rauskommen kann. Trotzdem ist während des Service mein Platz in der Küche. Mir ist ganz wichtig, dass in der Küche immer eine positive Energie herrscht. Die Art und



Das Energielevel der Köche spiegelt sich in den Gerichten.

MARKUS GLOCKER

Weise, wie man miteinander spricht und agiert, bestimmt schlussendlich das Energielevel in der Küche und das entscheidet, ob das Ergebnis am Teller großartig oder eben nur ganz okay ist. Mit Katja Scharnagl, die bei Aldo Sohm als Sommelière im Le Bernardin und dann in Aldos Winebar gearbeitet hat, haben wir eine großartige Restaurantleiterin gefunden, die perfekt als Gastgeberin agiert und das Österreichische auf eine sehr charmante Art und Weise überbringt.

Das Team während des Service zu führen ist zweifellos wichtig. Aber als Gastronom bist du ja auch für Einkauf und Mitarbeiter verantwortlich. Bei uns jammern viele, dass alles teurer wird und man keine Mitarbeiter findet. Ist das in New York einfacher als bei uns?

Inflation gibt es hier auch, aber das muss man einfach in die Kalkulation einfließen lassen und dann auch die Preise anheben. Bei der Qualität der Produkte spare ich jedenfalls nicht, weil das ja die Basis dafür ist, dass es gut schmeckt. Vieles kaufen wir zweimal die Woche am Union Square Green Market. Dann haben wir ein Netzwerk von kleineren Farmern im Norden. Außerdem ist mein Freund Markus Draxler mit seiner Firma Solex ein verlässlicher Lieferant für Fisch und Spezialitäten.

Die Mitarbeitersuche ist die größere Herausforderung, aber da kommt mir halt zugute, dass ich seit 15 Jahren in der Stadt tätig bin. Da entwickelt man ein verlässliches Netzwerk und kennt die guten Leute. Auch wenn wir vom ersten Tag weg Vollgas gegeben haben, beschränken wir uns zunächst aufs Abendservice und haben am Montag geschlossen. Wenn sich alles gut eingespielt hat, will ich auch zu Mittag aufsperrn, aber wir machen einen Schritt nach dem anderen.

Die Pandemie scheint endgültig hinter uns zu liegen, aber sie hat Spuren hinterlassen. Wie hast du die Corona-Zeit in New York erlebt und wie hat sich das bei dir wirtschaftlich ausgewirkt?

Ich war schlau und habe mir rechtzei-



☛ Mit Katja Scharnagl hat Markus Glocker eine Top-Sommelière als Restaurantleiterin gewinnen können.



☛ Verfeinert wird mit Essig von Gölles (l.) die Fruchtbrände kommen von Reisetbauer und Rochelt

Das war ein paar Jahre lang richtig toll, aber irgendwann wollte Glocker wieder mehr kochen und nicht nur von einem Meeting zum nächsten eilen.

Gemeinsam mit der Gastro-Legende Drew Nieporent (Nobu, Tribeca Grill, ...) eröffnete Glocker im Jahr 2014 das Bâtard in TribeCa. Auf Anhieb gab es drei Sterne von der „New York Times“ und einen Michelin-Stern. Das Restaurant brummte, alle waren happy. Nach fünf Jahren Bâtard machte Glocker gemeinsam mit einem weiteren prominenten New Yorker Gastronomen (Keith McNally, Besitzer von Balthazar und Minetta Tavern, ...) zusätzlich das Augustine im Bleekman Hotel im Financial District auf, das ebenfalls auf Anhieb hervorragend lief.

Mit Ausbruch der Pandemie musste das Augustine im Sommer 2020 dauerhaft schließen. Das Bâtard lief zunächst mit zahlreichen Einschränkungen weiter. Glocker wollte die Anteile seines Partners Nieporent übernehmen, um sich in „seinem“ Restaurant endlich auch als Gastronom und nicht „nur“ als Küchenchef zu beweisen. Trotz mehrerer Anläufe scheiterte dieser Versuch. Schlussendlich stieg Glocker im Sommer 2021 aus dem Bâtard aus und entwickelte mit der EHV International ein Konzept für ein großes Restaurant, das seine Handschrift tragen sollte. Im September 2021 fand man mit den ACE-Hotel in der 29th Street die richtige Location und den passenden Rahmen. Während der einjährigen Umbauphase arbeitete Glocker als Konsulent für mehrere Hotels in Florida, bevor am 15. September 2022 die Eröffnung des Koloman erfolgte. ●

wer&was

MARKUS GLOCKER

Markus Glocker ist 1981 in Gallneukirchen bei Linz zur Welt gekommen. Seine Liebe zum Kochen hat er schon früh entdeckt. Nach seinen Lehrjahren ist Glocker für zwei Jahre ins Steirereck gegangen. Dort hat er gesehen, wie herausfordernd, aber auch reizvoll die Welt der Top-Gastronomie sein kann. Glocker wollte mehr und ist konsequenterweise in die wohl härteste Schule der Welt gewechselt – zu Gordon Ramsay nach London. Der raue Ton und die anfangs miserable Bezahlung haben ihn nicht abgeschreckt, sondern motiviert, sich auch in diesem Umfeld zu beweisen. In relativ kurzer Zeit hat sich Glocker den Respekt Ramsays erarbeitet und immer verantwortungsvollere Aufgaben übertragen bekommen. Als Ramsay 2005 sein erstes Restaurant in New York eröffnete, schickte er Glocker als Sous-Chef über den Großen Teich.

Bereits zwei Jahre später eroberte er dort – mittlerweile als Küchenchef – zwei Michelin-Sterne. Schließlich wurde dem jungen Koch – Glocker war gerade einmal 28 Jahre alt – 2010 als Executive-Chef die kulinarische Leitung des gesamten „The London“-Hotels übertragen – vom regulären Restaurant über den Zimmerservice bis zum lukrativen Bankett-Geschäft.

tig eine Angel besorgt, weil die waren dann rasch ausverkauft. Das Gleiche war mit den Fahrrädern, aber das hatte ich schon zuvor. Es war schon spooky, wie leer die Stadt war. Manchmal hast du im Central Park keinen Menschen gesehen. Ich war mit Freunden regelmäßig in Upstate New York zum Fischen, was wirklich toll war. In den 14 Jahren davor habe ich dafür praktisch nie Zeit gehabt. Für mich war es eine Zeit der Veränderungen, weil mir bewusst geworden ist, dass es an der Zeit ist, den Traum vom eigenen Restaurant ganz konkret voranzutreiben. Der Business-Plan fürs Koloman hat erste Konturen angenommen, ich habe mich um viele Kleinigkeiten wie Geschirr, Brotkörbe und so weiter gekümmert, wofür man normalerweise nie Zeit hat. Die Unterstützung der Regierung für alle jene, die von gesetzlich verordneten Schließungen betroffen waren, war eigentlich recht großzügig. Trotzdem hat die Pandemie in manchen Stadtteilen ihre Spuren hinterlassen. Insgesamt ist es etwas rougher geworden, weil die sozialen Spannungen zugenommen haben. ●

Der Start in den Abend

Irgendein Bier wird in jeder American Bar ausgeschenkt. Viel Augenmerk wird dort auf Bierkultur allerdings kaum gelegt. In der Wiener Cocktailbar „Kleinod Prunkstück“ setzen die Betreiber auf Budweiser vom Fass und unterstreichen damit ihren Qualitätsanspruch in allen Bereichen. ◀

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER



Frisch gezapft wird hier nicht an der „Front“, sondern an der Rückseite der Bar. ▶



Nulleins, nullzwei, nulldrei! So lautet die Bier-Mathematik im Kleinod Prunkstück. Eine Halbe bzw. ein „Krügerl“ gibt es dort nicht. Die Maßeinheit beim Bier ist dort das Seidel. Auf Wunsch darf es auch ein bisschen weniger sein. Der Wiener Pfiff (0,2 Liter) wird von vielen Stammgästen gerne als Zwischengetränk geordert. Noch kleiner – eigentlich nur ein frisch gezapfter Erfrischungsschluck – ist der Champagner-Pfiff (0,1 Liter).

Das Bier in der Bar

Bier spielt in einer klassischen Cocktailbar keine zentrale, aber durchaus eine wichtige Rolle. Fast niemand kommt nur zum Biertrinken in eine American Bar. Erstaunlich oft wird es dann aber doch bestellt. Bevor man die Karte studiert hat, wird Bier gerne als unkompliziertes Eröffnungsgetränk bestellt. Auch als Zwischengetränk zwischen zwei unterschiedlichen Cocktails ist es beliebt. Zahlreiche Whisky-Freunde schätzen Bier statt Wasser als geschmackvolles Beigetränk zu ihrem exklusiven Single Malt. Bei all diesen

◀ Leon Klein, Oliver Horvath und Alexander Batik

Eine gute Bar ist ein Gesamtkunstwerk, bei dem alle Details wichtig sind.

OLIVER HORVATH

Gelegenheiten gilt: Das Bier muss gut schmecken, damit es nicht zum Show-Stopper mutiert. Gut bedeutet hier, dass es eine hohe Akzeptanz besitzt und vielseitig einsetzbar ist.

Mehr noch als Champagner ist Bier der wichtigste Nebendarsteller in einer Cocktailbar. Wie auch in Hollywood glänzt der Hauptdarsteller (der Cocktail) dann am hellsten, wenn die Nebendarsteller ihre Rollen perfekt erfüllen. Für jeden Barbetreiber stellen sich beim Casting des wichtigsten Nebendarstellers daher ein paar entscheidende Fragen:

*Welche Marke passt zur eigenen Bar?
Wie präsentiere ich Bier möglichst attraktiv?
Gibt es genug Nachfrage, sodass ein frisch gezapftes Bier tatsächlich frisch ist?
Wie setze ich die Preisgestaltung an?*

„Eine gute Bar ist ein Gesamtkunstwerk, bei dem alle Details wichtig sind.“

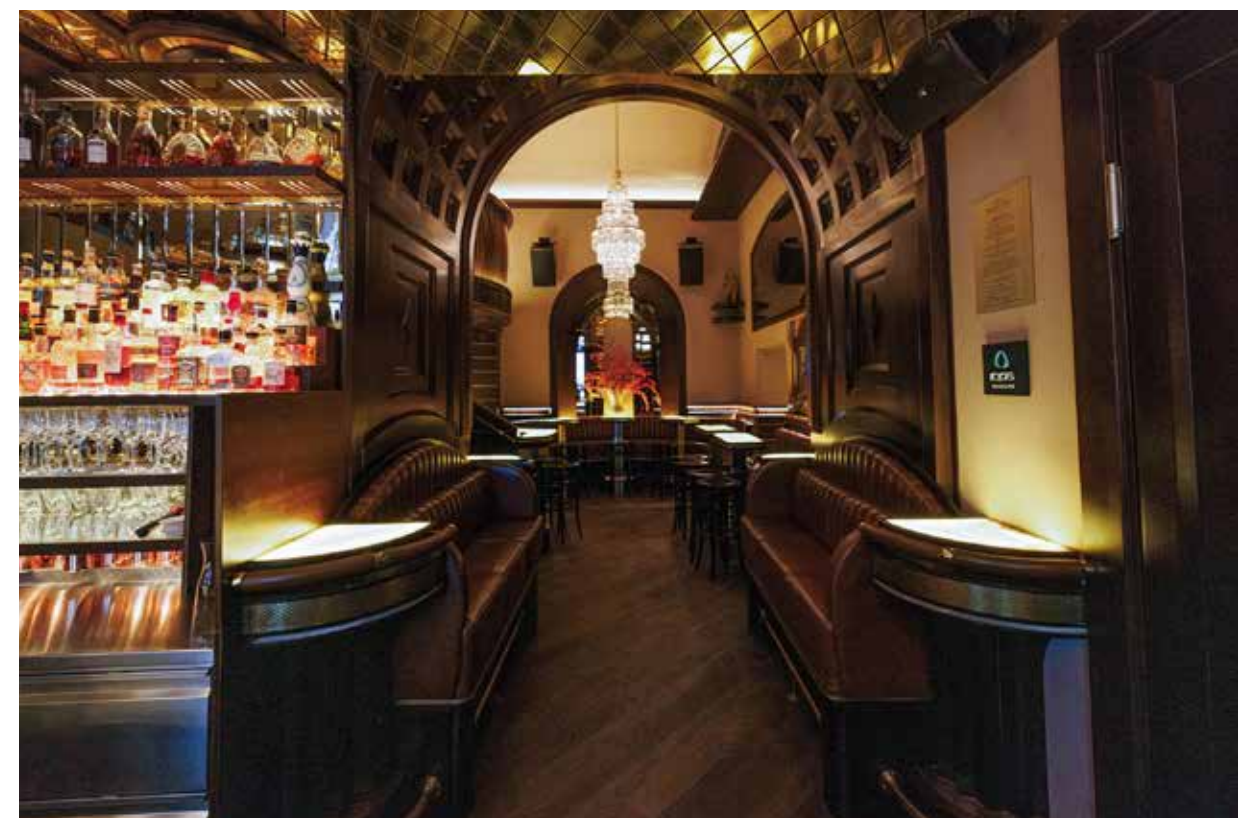
Wir haben im Prunkstück einen enormen Aufwand betrieben, um ein ansprechendes Ambiente zu schaffen. Die Einrichtung ist unsere Bühne. Als Barkeeper verwenden wir für unsere Cocktails nur Premium-Spirituosen. Wir bemühen uns jeden Tag, geschmacklich und optisch ansprechende Cocktails zu mixen – das ist unsere Kernkompetenz. In erster Linie sind wir aber Gastgeber, die unsere Gäste glücklich machen wollen, ganz egal, was sie bei uns trinken. Deshalb haben wir uns auch genau überlegt, welches Bier wir im Lokal haben wollen. Es sollte eine sympathische Premium-Marke sein, die eine hohe Akzeptanz hat, weil wir uns auf ein Bier beschränken wollten“, erklärt Oliver Horvath, wieso die Wahl auf Budweiser gefallen ist.

Frisch gezapft schmeckt es am besten

In ausgesprochenen Bierlokalen gehört eine breite Auswahl an verschiedenen Marken und Stilen einfach dazu. Selbst in Gasthäusern und Restaurants gibt es oft drei, vier verschiedene Biere vom Fass – Märzen, Pils und Weizen, dazu oft auch eine alkoholfreie Variante. Die zunehmende Nachfrage nach Craftbeer befriedigt man zumeist mit Flaschenbieren. In Cocktailbars wird das nicht erwartet.



Die Kleinod-Truppe bevorzugt es frisch gezapft (o.), auf Wunsch gibt es das Budweiser aber auch in der Flasche. ●



Das Kleinod Prunkstück ist eine der stimmungsvollsten Bars von Wien ●

Ein gut gezapftes Bier gehört ins richtige Glas.

ALEXANDER BATIK

„Am Anfang haben wir uns kurz überlegt, ob wir nicht auch mehrere Flaschenbiere anbieten sollten. Es wäre leicht gewesen, das Angebot mit ein paar nationalen und internationalen Marken zu erweitern. Im Prunkstück haben wir uns aber dazu entschieden, ein einziges Bier zu führen, das dafür aber in Top-Qualität. Es war für uns wichtig, dass es von Wienern und internationalen Gästen gleichermaßen geschätzt wird. Am besten schmeckt Bier frisch gezapft, sofern man genug Ausstoß hat und die Schankanlage laufend wartet. Ein gut gezapftes Budweiser vom Fass ist meiner Meinung nach einfach nicht zu toppen. Wer unbedingt

ein Flaschenbier will, bekommt es bei uns auch in der 0,33-Liter-Flasche, aber wir wollen mit unseren Gästen nicht über unterschiedliche Bierstile sprechen. Dafür sind wir einfach das falsche Lokal“, so Horvath.

Das Spiel mit Marken

In anspruchsvollen Bars spielen Marken eine zentrale Rolle. Gerade bei Spirituosen ist das Image einer Marke besonders wichtig. Das Angebot an unterstützenden Werbeträgern – vom Glas über Kühlschränke bis hin zu Leuchtdisplays und Projektionen – aus dem Barbetreiber wählen können, erscheint schier grenzenlos. Für welche Marken man sich entscheidet und wie viel Product-Placement man im eigenen Lokal zulässt, hängt von mehreren Faktoren ab. Aber Vorsicht! Ein Zuviel an Markenbotschaften wirkt schnell billig. Im Prunkstück hält man sich mit plakativen Markenbotschaften sehr zurück.

So gibt es auch nur zwei Gläser, auf denen eine Marke angeführt ist. Neben dem Haus-Champagner Perriet-Joët sind dies die Tulpengläser von Budweiser. „Ein gut gezapftes Bier gehört ins richtige Glas. Der Schaum hält sich länger und es schaut auch besser aus. Wir wollen unsere Premium-Marken auch nicht verbergen, aber unsere Philosophie lautet: Weniger ist mehr“, erklärt Co-Eigentümer Alexander Batik.

Im Gegensatz zu Gasthäusern und Bierlokalen, wo die Zapfanlage prominent an der Frontseite der Bar untergebracht ist, befindet sich in den beiden Bars im Prunkstück der Zapfhahn auf der Rückseite der Bar. An der Vorderseite wird gemixt.

Bier ist männlich

Das Prunkstück ist eine Bar, die bei den Damen ausgesprochen beliebt ist. Im Schnitt sind über 60 Prozent der

Gäste weiblich. Das ist nicht passiert, sondern gewollt. Mit einer Vielzahl von kleinen Maßnahmen – vom Empfang über das Getränkeangebot bis zur Ansprache durch die Mitarbeiter – wird dafür gesorgt, dass sich auch Damen ohne männliche Begleitung stets wohlfühlen. Nur beim Bier hat sich das Thema Gleichbehandlung noch nicht durchgesetzt. „Über 90 Prozent der Gäste, die bei uns ein Bier bestellen, sind männlich. Weibliche Gäste trinken bei uns in vergleichbaren Situationen eher ein Glas Champagner. Wieso das so ist, können wir uns auch nicht wirklich erklären. Schlussendlich ist es aber egal. Entscheidend ist, dass sich bei uns alle Gäste wohlfühlen“, meint Oliver Horvath.

Bleibt noch die Frage der Kalkulation. Mit 4 Euro für den Pfiff (0,2 l) und 5 Euro fürs Seidel ist das Prunkstück preislich in der Wiener Oberliga angesiedelt, doch das stört niemanden. „Preise sind relativ. Das Bier ist

auf unserer Karte eine der günstigsten Positionen und auch im internationalen Vergleich müssen wir uns nicht verstecken. Wer möglichst viel Bier für wenig Geld trinken will, ist in einer edlen Cocktailbar ohnehin am falschen Platz. Uns ist es wichtig, dass auch beim Bier unterm Strich etwas übrig bleibt“, erklärt Oliver Horvath.

Entscheidend ist, dass die Marke selbst so viel Wert vermittelt, dass sie bei den Gästen eine hohe Preistoleranz hervorruft. Deshalb ist es auch wichtig, frisch gezapftes Bier anzubieten und keine Flaschen oder gar Dosen. Bei Flaschenbieren, die in jedem Supermarkt erhältlich sind, fangen viele Gäste unweigerlich an zu rechnen. Beim Fassbier gibt es für die Gäste keine unmittelbare Vergleichsmöglichkeit bezüglich des Einkaufspreises. ●



wer&wo

KLEINOD PRUNKSTÜCK

Cocktailbar
1010 Wien, Bäckerstraße 4
Mo bis Mi 16.00 bis 3.00 Uhr
Do bis Sa 16.00 bis 4.00 Uhr
www.kleinod-prunkstueck.wien

Renaissance der Tafelkeramik

Perlmutter vom nahen See. Teller aus grauer Vorzeit. Schüsseln, die wie Skulpturen die Tafel bereichern. Individuelle, hochwertige und teilweise sehr persönliche Tischkeramik erlebt eine Renaissance wie nie zuvor. ◆

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING



◆ Muschelsucherin mit einem klaren Ziel: das Perlmutter der großen Weissenseemussheln im Porzellan abbilden.

Jedesmal wenn ich das Schimmern unserer Teller in der Sonne sehe, versetzt mich das zurück in meine Kindheit am See.

CORI KNALLER, GRALHOF

Neusach am Weissensee. Cori Knaller steht am Steg und blickt lange auf den See. Streichelweiche, glatte Oberfläche, kristallklares Wasser, strahlende Sonne. Das sind gute Voraussetzungen. Sie beginnt den Boden des Sees nach den kleinen Löchern abzusuchen, die zeigen, wo hier eine Muschel im Sand verborgen sein könnte. In der Hand hält sie einen langen Schilfgrashalm. Erste Löcher sind schnell gefunden. Jetzt heisst es volle Konzentration. Um die Muscheln aus dem Sand zu holen, führt sie den Schilfhalm behutsam in das kleine Loch im Boden. Die handtellergroßen Weissenseemussheln haben ihr Schalenhaus meistens leicht geöffnet. Geschlossen wird es nur, wenn Gefahr droht.

Die Herausforderung ist es, mit dem Halm genau ins Innere des Weichtiers zu treffen. Sobald die Muschel checkt, dass etwas nicht stimmt, schließt sie blitzartig die Schalen. Schon hängt sie

am Haken. Beziehungsweise am Halm. Der wird dann vorsichtig aus dem Wasser gezogen, und die Muschel ist aus dem See „gefischt“. Für Corinna Knaller sind das Kindheitserinnerungen. Stundenlang hat sie mit ihren Freundinnen so die Muscheln aus dem Schilf des Weissensees geholt. Ein gewisser Stolz macht sich in ihrem Gesicht auch bemerkbar, wenn sie ihre Schätze präsentiert.

Das Biohotel Gralhof ist ein Role Model in Sachen Regionalität, Bio und Nachhaltigkeit. Und Vorreiter einer Kulinarik, die diese Eckpunkte verbindet. Clara Aue, die Küchenchefin des Hauses war Aufsteigerin des Jahres bei



◆ Feine Linien, natürliche Formen, stimmige Farben. Bei Peter Fankhauser sind nur Unikate im Einsatz.



Gault&Millau und holte auf Anhieb 2 Hauben. Michael Knaller, der Mann an Corinnas Seite, ist nicht nur Hotelier, sondern auch Biolandwirt und Jäger. Nichts, was am Gralhof auf die Teller kommt, ist weitgereist, dafür aber bio und ausgesprochen gut. Dass auch beim Porzellan die regionale Wertschöpfung im Vordergrund stehen sollte, war also mehr oder weniger selbstverständlich. Dass von den Schüsseln, Tellern und Platten aber auch das Perlmutter der Weissenseemuschel schimmert, ist hingegen einzigartig. Die Tonpartnerin war schnell gefunden: Anette Reuer und ihre Werkstatt „Bergdorf Keramik“ im Kärntner Dorf Irschen. Die Töpferin hat es spät nach Kärnten verschlagen. In Irschen hat sie ihr Paradies gefunden. Und eine passende Werkstatt. Ein altes Zeughaus, das der hiesigen Feuerwehr zu klein wurde, weil die Feuer-

„Stonemade ist Handwerk, aber eines, in dem ausnahmsweise einmal nicht der Mensch die Regeln vorgibt.“

KATHARINA MÖRZ-HEISSENBERGER

wehrautos immer größer wurden. Gemeinsam mit Corinna Knaller entstand die Serie für den Gralhof. Das Ergebnis ist einzigartig, als Idee aber nicht ganz neu. In der Serie „Weissensee-Keramik“ wurde bereits das tiefe Weissenseeblau in Top(f)form gebracht. Die Teller und Schüsseln wurden von Almut Knaller, Michaels Schwester auf der Naggeralm, hoch über dem See, effektiv in Szene gesetzt. Und wie das mit großartigen Ideen und Produkten eben

ist, standen schnell die ersten Kunden auf der Matte. Hannes Müller ließ sich seine Tafelkeramik ebenfalls von Anette Reuer töpfen. Die Linie heisst „Morgentau“, die Formen sind ähnlich, der Farbton unterscheidet sich von der Gralhof-Linie aber deutlich. Er ist dunkler, matter, gesetzter. Obwohl die Formensprache die gleiche ist, erzählen diese Keramik-Serie eine andere Geschichte. Die Stücke von Anette Reuer sind erkennbar und folgen stets einer klaren Linie. Sie unterscheiden sich vor allem durch Farbe und Oberfläche und bleiben dadurch Unikate, die ihre Einzigartigkeit bewahren.

Weitere Restaurants, die ebenfalls auf die Werke der kreativen Tonkünstlerin setzen, sind das Biohotel Daberer und Michael Wankerl in seiner legendären Grazer Gerüchteküche.



◆ Die subtile Schönheit der Imperfektion. Eine Hommage an die Zeit und eine klare Botschaft gegen Uniformismus. Stein.

Stein statt Keramik

Apropos Graz. Aus dieser Stadt kommt eine weitere Künstlerin der Tafelkultur, wenngleich die Begriffe Ton, Porzellan oder Keramik hier nicht greifen, weil das Material ein anderes ist. Katharina Mörz-Heissenberger arbeitet mit Naturstein. Konsequenterweise heisst das Projekt auch ‚Stonemade‘. Die Steine werden von Hand beschliffen, bleiben danach jedoch unbehandelt – also ohne jedwede künstliche Versiegelung der Oberfläche. Das ist für Mörz-Heissenberger wichtig, denn der ökologische Aspekt ist für sie sehr wichtig. Klassische Keramik wird durch Hitze gehärtet, es muss also bei hohen Temperaturen gebrannt werden. Beim Stein hat das die Zeit erledigt. Naturstein ist vor Millionen von Jahren unter massivem Druck und unvorstellbar hohen Temperaturen entstanden. Die Energie, die jetzt noch notwendig ist, beschränkt sich aufs Schleifen und Polieren. Außerdem ist Stein zwar kein regenerativer Rohstoff, aber wir haben so viel davon, dass wir uns über Engpässe die nächsten paar Tausend Jahre keine Gedanken machen müssen.

Katharina Mörz-Heissenberger hat vier Linien im Sortiment, die sich durch die jeweils verwendeten Rohstoffe unterscheiden. Arctic White ist eine helle, edle und fein gemaserte Linie aus Marmor. Nordic Grey dagegen sehr harter Kalkstein. Die Linien Scandic Green und Tuscan Red bestehen aus Kalkstein



AUS LIEBE ZUM HANDWERK

Wir backen mit Begeisterung.

Weit über hundert Jahre ist es her, dass in einer Backstube die ersten Brotlaibe über den Ladentisch gingen. Seitdem sind wir als Bäcker ein großes Stück weitergekommen. Gerade weil unsere Zutaten noch immer dieselben sind: regionale Rohstoffe, handwerkliches Können, die Liebe zur Tradition und die Lust an der Innovation. Aus dem niederösterreichischen Petzenkirchen bringen wir Freude ins Körperl. Von Apetlon bis Zürs. Und immer ofenfrisch.

Anton Haubenberger

Ihr Anton Haubenberger

Bei uns liegt Genuss in der Familie. Seit fünf Generationen.

www.haubis.at



Ein wenig angelehnt an die erfolgreiche cielo-Linie von Stephanie Hering und doch eigenständig und individuell.

Manchmal ist der Teller vor dem Gericht da. Dann ist es wieder umgekehrt.



mit feinen Adern aus Ton. Die Formen sind geradlinig und elegant. Die Einzigartigkeit der einzelnen Stücke schafften hier Zeit und Natur. Schliff und Politur bringen das nur besser zur Geltung. Stonemade-Teller sind prä-historische Bühnen, die Gerichte und Lebensmittel auf besondere Weise ins Bild setzen. Das Projekt ist relativ jung, aber es gibt schon einige Restaurants, die das Potential erkannt haben. Etwa die Neni-Betriebe in Wien, aber auch das SanBrite in Cortina d'Ampezzo und das Ox & Klee in Köln. Beides vom Guide Michelin mit einem (SanBrite) und zwei (Ox & Klee) Sternen ausgezeichnete Restaurants.

Individualität statt Markenbotschaft

Der Trend zu persönlichem, individuellem und handgefertigtem Geschirr und ist nicht zu übersehen. Das hat viele Gründe. Einerseits lässt sich damit

Es wäre schrecklich langweilig, wenn alle Menschen gleich wären. Die Punkte, in denen wir uns unterscheiden sind vielfältig – so auch meine Keramik.

MARIA LEDAM

die Philosophie der Regionalität manifestieren, und auch die Wertschöpfung bleibt in der Nachbarschaft. Außerdem besteht die Möglichkeit, bei Erscheinungsbild und Design mitzureden. Sprich, die Anforderungen, die sich aus der Küchenlinie ergeben, im Porzellan abzubilden und auch der Linie des Hauses eine entsprechende Plattform zu geben.

In Tirol gelingt das Peter Fankhauser durch die Zusammenarbeit mit Katja Jönk und ihrer Werkstatt „Potter Around“. Es ist keine große, gewerbliche Werkstatt. Vielmehr entstanden in enger Zusammenarbeit mit dem vegetarischen Haubenkoch Teller und Schüsseln, die genau den Anforderungen Fankhausers entsprechen. Die Form spiegelt seine Philosophie wider, die Farben und Oberflächen bringen seine Kreationen zur Geltung. Und sie sind einzigartig.

Ähnliche Kooperationen entstanden in letzter Zeit häufig. Markus Rath vom Schlosskeller Südsteiermark setzt sein gesamtes Fine Dining-Menü mit der handgemachten Keramik aus dem Atelier von Maria Ledam in Szene. Die Individualität geht in diesem Fall sogar so weit, dass das gleiche Gericht an verschiedenen Tischen in unterschiedlichen Ton-Unikaten serviert wird. Ein-

zigartigkeit in vollendeter Form sozusagen.

Kneten muss man Beides

Überhaupt scheint die Steiermark ein guter Boden für individuell gefertigtes Geschirr zu sein. Das zeigt sich auch im Genießerhotel Krainer in Langenwang, wo das Zusammenspiel zwischen Gericht und Teller mitunter noch einen Schritt weiter geht. „Manchmal ist der Teller zuerst da und ich überlege mir erst danach, welches Gericht wir dafür kreieren sollen. Für mich ist das Arbeiten mit Ton der perfekte Ausgleich zum Kochen. Das ist wie Ying & Yang“, erklärt Astrid Krainer, die gemeinsam mit ihrem Mann Andreas für stolze vier Gault Millau Hauben verantwortlich ist. In ihrem Tonstudio – der Name ist in mehrere Hinsicht Programm, denn bei der Arbeit darf die Musik schon einmal über Zimmerlautstärke schwingen – kann Astrid Krainer ihrer

Kreativität freien Lauf lassen. Auch das Dekor des Restaurants wie auch die Beleuchtung entstehen in dieser Werkstatt. Es sind zwar sehr verschiedene Welten, doch es gibt auch Parallelen zwischen Kochen und Töpfern. „Beim Backen geht es ja zunächst darum den Teig zu kneten und ihn in bereit für den Ofen zu machen. Bei der Keramik muss man den Ton ebenfalls spüren und fühlen und mit den eigenen Händen in Form bringen. Der größte Unterschied ist der Ofen. Während wir fürs Brotbacken nur rund 250 Grad benötigen, braucht es für die Keramik gut 1.000 Grad mehr“, weiß Astrid Krainer.

Vorreiter aus dem Burgenland

Zugegeben, das Thema individueller Tafelkeramik ist nicht neu. Vor über 20 Jahren hat sich Walter Eselböck vom Taubenkobel auf die Suche gemacht, um jemanden zu finden, der/die sich

um das Porzellan des Restaurants kümmert. Und wer Eselböck kennt, weiss, dass die Ansprüche stets sehr hoch sind. Weit musste er bei seiner Suche nicht gehen. Das Atelier von Eveline Lehner ist vom Taubenkobel nur einen kurzen Spaziergang entfernt. Bereits damals war am Taubenkobel klar, was jetzt viele machen. Eine enge Verbindung zum Restaurant, eine Maßanfertigung, die auf die Linie der Küche Rücksicht nimmt, eine solide Partnerschaft und eine gemeinsame Geschichte, die erzählt werden kann. Letztlich geht es immer um Geschichten. Wenn sie gut sind, passt alles. ●

www.bergdorfkeramik.com
www.stonemade.com
www.marialedam.at
www.hotelkrainer.com

(Getränke-)Systeme neu denken

Energie sparen. Es fehlt an Mitarbeitenden und die Gäste werden noch kritischer. Besser zu planen und alle Vorgänge auf Effizienz zu überprüfen ist also das Gebot der Stunde. ▶



Die Gastronomie lebt von Flexibilität und kreativen Köpfen“, so Wolfgang Zmugg, „wer in der Krise am Ball bleibt, wird langfristig profitieren.“ Der Getränkeausschank ist rund um Transport, Lagerung und gutes Zeitmanagement oft eine beachtliche Herausforderung – und personalintensiv. Mit einem gut eingestellten Postmix-Getränkeausschanksystem lassen sich aber bis zu 40 % an Kühlenergie einsparen.

Durchdachte Konzepte

„Nicht jedes Unternehmen ist gleich, deshalb haben wir vielfältige Konzepte etabliert“, sagt Wolfgang Zmugg. Wie in das Schanksystem integrierte Kühlgeräte, vorprogrammierbare Portionierungen und vorabfüllbare Frischeflaschen zum Mitnehmen. Für das Buffet ein exklusives Design, erstklassige Bio-Qualität wie auch zuckerreduzierte Frühstücksgetränke. Die Gemeinschaftsverpflegung profitiert vom kombinierbaren Abrechnungssystem und der integrierten Reinigungsfunktion der Schankgeräte. Den Aufbau unterstützt Grapos und bietet darüber hinaus eine 24/7-Service-Garantie.

Premium-Qualität

Über 150 Sirupe in zahlreichen Geschmacksrichtungen und auch in Bio-Qualität stehen für die Getränkekarte bereit. Das spezielle Extra in der Hotellerie bieten die Getränke der Brooklyn-Linie, die direkt in der Schankanlage entweder als stilles oder als prickelndes Getränk gezapft werden. Im Frühstücks- und Seminarbereich erlauben Stand-alone-Ausschankgeräte das Selberzapfen, und die Getränke sind vegan, frei von Allergenen und immer hygienisch frisch und gekühlt. Besser geht's nicht.

Nachhaltig intelligent

Zutaten dort regional zu beziehen, wo es Sinn macht und im Herstellungsprozess bei Verpackung, Transport sowie Lagerung auf energieeffiziente Systeme zu achten – das ist Grapos. Die Sirupe werden in Bag-in-Boxen inklusive Anschlussvorrichtung geliefert, so ist das Wechseln der Sirupe unkompliziert. Bei der Lagerung werden sie platzsparend übereinandergestapelt. Zwölf Getränkekisten mit 0,2-Liter-Flaschen sind nur eine einzige 10-kg-Bag-in-Box, die platzsparend übereinandergestapelt, nicht gekühlt und zu 100 Prozent recycelbar ist. Im Vergleich zu den Portionsflaschen ist die CO₂-Belastung sowie der ökologische Fußabdruck mit den Grapos-Abfüllanlagen um 90 Prozent kleiner. ◀

wer&was

Der Name Grapos steht für Qualität, Erfrischung, Kundenservice, gutes Preis-Leistungs-Verhältnis, geschulte und kundenorientierte Mitarbeiter sowie Professionalität in der Schankanlagentechnik. ▶

www.grapos.com

please
prefer
unbottled
drinks

Grapos®
SOFT DRINKS

ZERTIFIZIERTER POSTMIXSIRUP
& IHR HAUSWASSER

NACHHALTIGE, FRISCH GEZAPFTE GETRÄNKE.



Grapos®
SOFT DRINKS

Ihr Partner
FÜR NACHHALTIGEN
GETRÄNKEAUSSCHANK
UND INDIVIDUELLE
TECHNIKLÖSUNGEN

EIN MIT DEM
ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN
AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN

www.grapos.com

Genüsse



A runde G'schicht

Süße Knödel aus flaumigem Germ-, Kartoffel- oder Topfenteig, neu interpretiert von Toni Kaiser. Die Nougatknödel mit Kürbiskernbrösel – richtig bissfest und saftig. ●

www.weinbergmaier.at



Push for better

SodaStream bringt mit der E-DUO seinen bislang modernsten Wasser-sprudler raus. Drei Sprudelstärken für die 1-l-Glas- als auch 1-l-Kunststoffflasche für das Hotelzimmer. ● www.sodastream.at

Super-Premium

Heuer ist das erste Jahr, in dem Diplomático Rum die Liste der gefragtesten Rumsorten der Welt anführt. Der Reserva Exclusiva ist die meistverkaufte Rumsorte. ●

www.morandell.com



Rebels 0.0%

Die Getränke sind eine ausgezeichnete Alternative, wenn der Gin-Tonic oder Cuba Libre den vollen Geschmack, aber keine Volumenprozent haben sollen. Klassiker neu und alkoholfrei denken und kreieren ist in vielen Bars zum großen Thema geworden. Auf alle Fälle bringt es maximale Wahlfreiheit in allen Trinkmomenten für den Gast. Die Alternativen zu Rum, Gin, Amaretto und einem Spritz von bitter-süßen Orangen, komplexen Noten des Rhabarbers und frischen Citrus-Aromen gibt's neu bei Kattus-Borco. ● www.eu.rebels00.com



Lukas Nagl und sein Buch

Der Fischer und der Koch heißt das Buch, das im Servus Verlag erschienen ist. „Fische fangen, Fische verstehen, Fische zubereiten: Ich möchte nichts vorwegnehmen, nur so viel, dass es Ihnen gefallen und Ihre Inspiration befeuern wird. Lukas Nagl ist nicht nur ein großer Koch, sondern auch ein unprätentiöser Menschen-Fischer, und etwas Besseres kann man über den Chef einer Küchenbrigade eigentlich nicht sagen,“ so Karl Hohenlohe im Vorwort des Buches. Das neue Standardwerk zum heimischen Fisch. Lehrreich und zum Nachkochen. ●

www.beneventopublishing.com



Hochseefischer

Seeigel, handgetauchte Jakobsmuscheln und Meeresfisch: Harald Irka eröffnet mit „Ostrea“ seine neue Kulinarik-Linie im Pfarrhof. Bei der Qualität gibt es – typisch für Irka – keine Kompromisse, zubereitet werden ausschließlich absolute Top-Produkte, die er aus kleinen Häfen sowie von hochwertigen Fischereien von Norwegen bis nach Frankreich und Portugal bezieht. Eine durchdachte Abwechslung – jeweils Mittwoch und Donnerstag – zur Fine-Dining-Linie für Freitag und Samstag, um den Gästen noch mehr Vielfalt an Geschmäckern, Stilen und Aromen zu geben. ● www.ampfarrhof.at



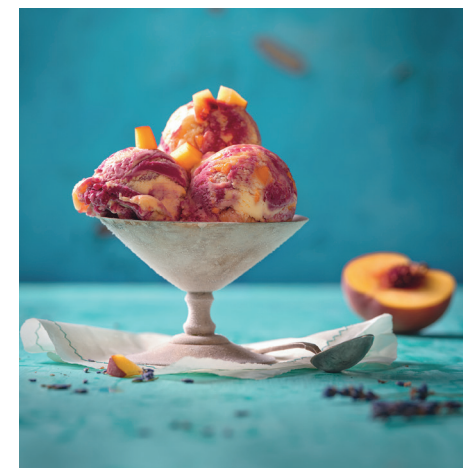
SeeSushi am Süddeck

Seit drei Jahren verarbeitet das Team von SeeSushi vom Wolfgangsee Süßwasserfische aus der Salzkammergut-Region zu Sushi und zeigt damit, wie wertvoll regionale Produkte sein können. Dabei geht es Viktoria und Dominik Edlinger nicht nur um die Zutaten, sondern vor allem darum, unsere regionalen Fischarten zu schätzen, anstatt Meeresfisch aus dem Ausland zu importieren. SeeSushi sieht sich als eine Art Lebenseinstellung, die es nun im Süddeck in Tulln am Teller zur Freude von Gastgeber Florian Schagerl gibt. ● www.seesushi.net // www.sueddeck.at

Kirsche obendrauf

Froneri setzt auf Rot. Und das ist durchaus wörtlich zu verstehen. In gleich zwei neuen Gastro-Eissorten wird die Power-Farbe 2023 starke Akzente setzen:

Mövenpick Cherry Cookie & Vanilla, ein herrlich erfrischender Swirl aus Sauerkirschorbet, Cookies und veganem Vanilleeis und Mövenpick Pfirsich-Johannisbeere, eine fruchtig-cremige Hommage an die wohl schönste Zeit des Jahres. Cherry on top für die Dessertkarte. ● www.froneri-austria.at





Überzeugungstätlerin

Das direkt hinter dem Museumsquartier gelegene Hotel Gilbert ist ein verführerischer Ort: urban, kosmopolitisch, mit Möbeln in Sorbetfarben und jeder Menge Blumen. Damit schmückt sich auch die hier tätige Köchin. ♦

INTERVIEW: EVA BIRINGER // FOTOS: OTTO MICHAEL

Auf Parvin Razavis Hals rankt ein Rosentattoo, auf ihrem rechten Ringfinger drei Blüten. „Die habe ich mir stechen lassen, als ich hier angefangen habe“, so die 44-Jährige. Passt gut zu einem Restaurant namens &Flora. Ihren linken Mittelfinger ziert ein lachendes Herz, das ihr bei jedem Blick darauf „urgute Laune“ bereitet. Noch mehr gibt es über ihre silbernen, kubistisch anmutenden Ringe zu erzählen: „Die habe ich von meinem Onkel anlässlich der Veröffentlichung meiner beiden Kochbücher bekommen.“ Einer davon stammt vom finnischen Designer Björn Weckström, der unter anderem den Schmuck für „Star Wars“-Prinzessin Leia entwarf.

Ab jetzt soll es jedoch um Essen gehen. Unten sitzen die ersten Gäste beim Mittagstisch, es gibt eine Rübenvariation auf Labneh, gebackenen Karfiol, Hummus-Flatbread und Milchreis. Razavi, Pferdeschwanz, Ringelshirt, lässig-ungeschminkt, bittet auf die Galerie des lichtdurchfluteten Restaurants. Geboren wurde sie 1978 in Teheran, gelangte als politische Geflüchtete acht

♦ **Hat gut lachen:** Parvin Razavi in der Küche des &Flora. Den Ring (rechts) hat der finnische Designer Björn Weckström entworfen.

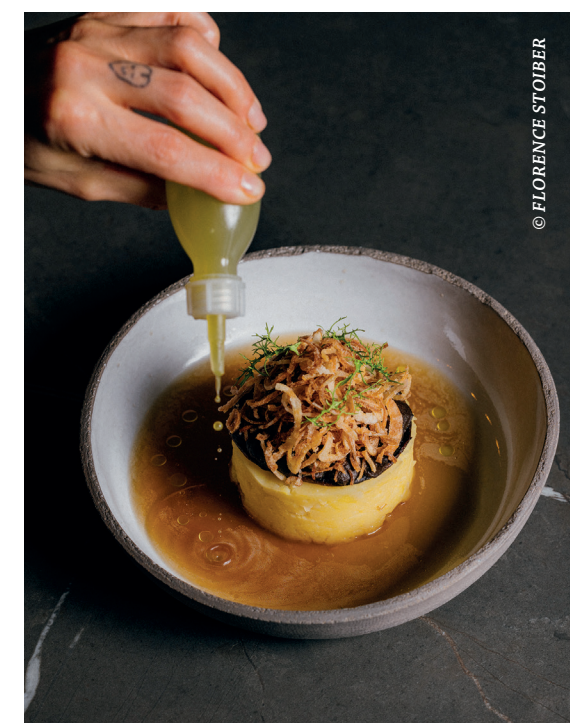
Jahre später nach Österreich. Zum Kochen kam sie auf autodidaktische Art, nicht zuletzt dank Plachuttas „Jahrhundertkochbuch“. Inzwischen hat sie selbst zwei Kochbücher veröffentlicht, eines davon mit veganen Rezepten. Es ist Anfang Februar, heute ist ihr letzter Arbeitstag, bevor es für zwei Wochen nach Thailand auf Urlaub geht.

Lust & Leben: Zwei Wochen Sonne und Wärme – wie schön! Bezahlter Urlaub ist eine von mehreren mit einer Festanstellung verbundenen Annehmlichkeiten. Träumen Sie trotzdem manchmal von der Selbstständigkeit?

Parvin Razavi: Auf jeden Fall. Momentan ist mir als alleinerziehende Mutter Sicherheit wichtiger. Dabei habe ich immer gesagt, dass ich vor meinem 45. Geburtstag meine eigene Chefin sein will. Im September ist es so weit – und ich weit von der Selbstständigkeit entfernt. Schließlich kam das &Flora dazwischen, und das ist auch gut so.

Haben Sie eine Vorstellung, wie Ihr eigenes Restaurant aussehen könnte?

Oh ja, eine sehr genaue sogar. Ein reduziertes Setting, eine Bar mit Theke, dahinter außer mir nur eine weitere Person. Eine Küche, die mediterrane und orientalische Elemente mit japanischen Einflüssen vereint. Das Land fasziniert mich, seit ich als Kind mit mei-



♦ **Portobello auf Erdäpfelstampf mit frittierten Schalotten, Pilzfond und Selleriegrünöl**

nem Vater japanische Filme geschaut habe. Wenn ich meine Karriere nochmal von vorn beginnen könnte, dann definitiv in Japan. Im nächsten Leben wäre ich gerne Kombu-Algen-Sammlerin auf Hokkaido. Mich fasziniert die Präzision dieser Küche, schon weil sie so ganz anders ist als meine, die ich eher als fluid bezeichnen würde.



So geht Gemüseküche: gebackener Karfiol mit Olivenöl



Blick in die offene Küche des &Flora



Einwecken ist für Parvin Razavi eine Lebenseinstellung. Die Haferwurzeln kommen von Krautwerk.



wer&was

**BLOGGERIN, AUTORIN,
DREI-HAUBEN-KÖCHIN**

Parvin Razavi wurde 1978 in Teheran geboren und kam mit ihren Eltern mit acht Jahren nach Wien. Die persische Küche blieb in Österreich ein wichtiges Verbindungsglied zur alten Heimat.

Zunächst kochte Parvin nur im privaten Rahmen. Ab 2010 teilte sie ihre Leidenschaft mit dem Foodblog [thx4cooking](#). Sie begann für Printmedien zu schreiben, trat regelmäßig im ORF auf und verfasste zwei Kochbücher: 2017 „Vegan Recipes from the Middle East“ und 2018 „Teheran – Die Kultrezepte“. Zusätzlich zu ihrer Mutterrolle – Razavi hat zwei Töchter – führte sie bis 2017 ein kleines Catering-Unternehmen. Dann heuerte sie beim Kultheurigen „G’schupfter Ferdl“ an.

Drei Jahre später wechselte sie zu Ludwig & Adele im Künstlerhaus und arbeitete bei der Eröffnung der Hausbar mit, die auf Anhieb drei Gault-&Millau-Hauben erhielt. Es folgte ein kurzes Gastspiel im Dogenhof, bevor sie 2021 ins Hotel Gilbert wechselte, wo sie ihr eigenes Restaurant namens #flora gestalten konnte. Im aktuellen Gault & Millau wurde sie für ihre moderne, gemüsebetonte Küche als „Newcomerin des Jahres“ ausgezeichnet.



Ich wäre gerne noch viel radikaler, im Sinne von: gar kein Fleisch.

PARVIN RAZAVI

Findet sich etwas von dieser Japanliebe auf der &Flora-Karte wieder?

Aktuell nicht wirklich, aber es gab zum Beispiel mal den Kürbis in vier Konsistenzen, in Dashi, in Sake geschmort, roh und eingelegt in Mirin.

Sie legen Ihren Fokus auf Gemüse, Fleisch und Fisch sind lediglich Nebendarsteller. Entspricht dies auch Ihren privaten Vorlieben beim Essen?

Absolut. Wobei ich gerne noch viel radikaler wäre, im Sinne von: gar kein Fleisch. Bei manchen Tischen müssen es gefühlt fünf Kilo Fleisch sein, das frustriert mich. Übrigens trifft das Klischee sehr oft zu, dass vier von fünf Frauen vegetarisch bestellen und alle Männer Fleisch, weil sie offenbar noch immer glauben, nur in Form eines Steaks ordentlich genährt zu sein. Dann rede ich mir ein, dass wir immerhin hochwertiges Fleisch und auch mal weniger bekannte Teile wie aktuell X.O. Onglet anbieten. Ohne Beef Tatar geht

es nicht, das steht seit dem ersten Tag auf der Karte. Burger oder Club Sandwich wird es bei mir hingegen nicht geben.

Bekannt wurden Sie mit einer verspielten Gemüseküche nach dem Prinzip *Root to Stalk*, wonach vieles verwendet wird, was sonst im Abfall landet. Was war Ihre letzte Entdeckung in Sachen Gemüse?

Eine Rote-Rübe-Sorte namens Albina, die ist komplett weiß. Die Vielfalt Roter Rüben ist unglaublich, von bitter über süß bis hin zu erdig. Ich bin dankbar für die Zusammenarbeit mit Lieferanten wie Krautwerk und Dirndl am Feld, die alte Sorten anbauen und zeigen, wie herrlich mit Zeit gewachsenes Gemüse von gesunden Böden schmeckt.

Ihre ersten Lebensjahre haben Sie im Iran verbracht, ein Land mit einer relativ fleischlastigen Küche. Sie haben

auch ein Kochbuch über Teheran geschrieben. Gibt es im &flora viele persische Gerichte?

So fleischlastig ist die persische Küche gar nicht. Es gibt große regionale Unterschiede. Im Norden, der Heimat meines Vaters, gibt es viele vegetarische Spezialitäten, oft auf Basis von Melanzani. So wie überall auf der Welt war Fleisch jahrhundertlang kostspielig und nicht Teil der täglichen Ernährung. Reis war da viel wichtiger.

Und der spielt ja auch im &flora eine große Rolle. Verraten Sie uns das Geheimnis der persischen Variante!

Essenziell ist die Sorte, da gibt es große Variationen in Sachen Stärkeanteil und Form. Zunächst wird der Reis mehrfach gewaschen und eingeweicht, dann kurz aufgekocht, abgeseiht und mit einem Tuch gegart. Das dauert mehrere Stunden, aber nur so kommt die Tahdig genannte Kruste zustande, um die sich alle am Tisch reißen.

Eine Perserin macht einen auf Heurigenköchin – das fand ich lustig.

PARVIN RAZAVI

Persischer Reis steht aktuell nicht auf Ihrer Karte, dafür ein Safran-Emmer-Risotto mit Pistazien.

Das ist ganz typisch für meinen Stil. Ich koche nicht persisch, beziehe mich aber stets auf die vier Säulen der persischen Küche: Safran, Berberitzen, Pistazien und Granatapfel. Für die authentische Küche meiner Heimat gehe ich zu meiner Mutter oder ins Pars. Dort esse ich auch gerne gegrilltes Fleisch, etwas, das ich mir zu Hause nie machen würde.

Wie sind Sie überhaupt zum Kochen gekommen? Sie haben ja keine klassische Lehre gemacht, oder?



Unsere Autorin Eva Biringer im Gespräch mit der persischen Spitzenköchin



Rübenvariation auf Salzzitronen-Labneh

© FLORENCE STOIBER

Mit achtzehn, neunzehn habe ich begonnen, für meine Freunde zu kochen. Später dann auch zu Hause für meinen damaligen Mann. Er ermunterte mich, einen Foodblog zu starten. Das habe ich getan, und zwar ohne großartige Inszenierung, ganz im Gegensatz zu dem, was heute so gepostet wird. Gezeigt habe ich dort ausschließlich vegetarische Gerichte, die maximal eine halbe Stunde in Anspruch nehmen, schließlich hatte ich zwei kleine Kinder. Parallel dazu fing ich an, für Biorama zu schreiben, und kam über einen Kollegen zu einem Küchenjob im G'schupften Ferdl. Eine Perserin macht einen auf Heurigenköchin, das fand ich lustig.

Es dürfte Ihnen aber gefallen haben, schließlich sind Sie in der Küche geblieben. Was kam als Nächstes?

Ich war drei Jahre im G'schupften Ferdl. Dann bin ich zu Ludwig & Adele ins Künstlerhaus und habe die Hausbar mit aufgebaut. Das war extrem spannend, weil wir aufgrund von Corona das ursprüngliche Konzept verändern mussten und ein richtig gutes Restau-

Sexismus und Rassismus haben in meiner Küche keinen Platz. Wer das nicht akzeptiert, muss gehen.

PARVIN RAZAVI

rant gemacht haben. Dann ging es ganz kurz als Sous-Chefin in den Dogenhof, bevor ich fürs &Flora abgeworben wurde. Gereizt hat mich daran, dass ich völlig freie Hand hatte – alles, was sie wollten, war eine weibliche Küchenleitung.

Das war ein großer Schritt. Wieso gibt es noch immer so wenig weibliche Profiköche?

Vielleicht müssen wir erst mal den Raum dafür schaffen. Zu Beginn habe ich ausschließlich mit Frauen gearbeitet, heute sind immerhin acht meiner dreizehn Angestellten Frauen. Die Männer, die bei uns arbeiten, haben selbst keinen Bock mehr auf das Alpha-gehabe, das in anderen Restaurants lei-

der normal ist. Bei uns haben auch private Themen Platz, Periodenschmerzen ebenso wie Beziehungsprobleme. Wenn es jemandem nicht gut geht, schicke ich ihn oder sie nach Hause, sofern es das Arbeitspensum zulässt.

„Transparenz durch Emotionen“, so beschreiben Sie die Stimmung bei Ihnen. Heißt das, provokant gefragt, dass ständig geweint wird?

Es wird auf jeden Fall immer mal wieder geweint, das reinigt! Wobei zuletzt eher aus Freude, anlässlich der Verleihung der drei Gault-Millau-Hauben und meiner Ernennung zur Newcomerin des Jahres. Das war eine enorme Anerkennung, auch, weil ich zum ersten Mal wirklich von meinen männlichen Kollegen als ihresgleichen wahrgenommen wurde.

Von anderen Köchen hört man immer mal wieder, es würden sich nun mal leider keine Frauen bewerben. Warum ist das bei Ihnen anders?

Weil ich Frauen einen Entfaltungsräum biete. Bei mir können sie kreativ



sein oder der Typ Arbeitsbiene, also eine, die eher ausführt. Jeder und jede fühlt sich wahrgenommen und wertgeschätzt. Sexismus und Rassismus haben in meiner Küche keinen Platz. Wer das nicht akzeptiert, muss gehen.

Wie empfinden Sie den aktuellen Fachkräftemangel?

Den spüren wir durchaus. Vor allem fällt auf, wie anspruchsvoll die junge Generation ist. Maximal dreißig Stun-

den will sie arbeiten, aber mehr Geld verdienen als mit vierzig. Ein Problem sehe ich auch im System Leiharbeit. Da sind diese Leute, die von Restaurant zu Restaurant ziehen – mancherorts geht es gar nicht mehr ohne sie – und das Vielfache eines normalen Gehalts fordern.

Sie haben zwei Töchter, vierzehn und siebzehn Jahre alt. Zieht es die auch in die Gastronomie?

Meine Ältere schon, die arbeitet unterstützungsweise im Service des &Flora. Ob ich sie unbedingt in diesem Beruf sehen will, da bin ich mir noch nicht sicher. Wobei sie sich auch für internationale Politik interessiert. Die Jüngere will Profi-Thaiboxerin werden, trainiert aktuell für die Staatsmeisterschaft. Ihr großes Ziel sind die Olympischen Spiele, die 2028 in Los Angeles stattfinden.

Zurück zu Ihrem Traum vom eigenen Restaurant. Sie sagen, Sie würden am liebsten nur mit einer weiteren Person zusammenarbeiten. Lassen Sie uns raten: wahrscheinlich einer Frau?

Ja, auf jeden Fall. ◆

wer&wo

&FLORA RESTAURANT-BAR

Im Hotel Gilbert
Breite Gasse 9, 1070 Wien
www.undflora.at

MÖVENPICK®

Trend? Bewusst!

CHERRY COOKIE & VANILLA

JETZT NEU!

Used under licence by Froneri International Ltd Société des Produits Nestlé S.A., Vevey, Switzerland, Trade Mark Owner

www.froneri-austria.at



Wer bin ich? Und wenn ja, wie viele?

Wir kennen sie unter unzähligen Namen. Sie ist uralt und trotzdem voll im Trend. Der VEN, der Verein zur Erhaltung der Nutzpflanzenvielfalt, hat für die Saison 2023/24 die Rote Rübe zum „Gemüse des Jahres“ gemacht. Ein Grund – und weit nicht der einzige – die Rübe auf die Bühne zu bitten. ◆

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING



◆ Eine elegante Schönheit. Egal, ob frisch aus der Erde gegraben oder von Lukas Nagl zur Rose geschnitzt.

Die Rote Rübe soll also hier gewürdigt werden. Das ist erstens notwendig, zweitens längst überfällig. Notwendig, weil es immer noch reichlich Leute gibt, die kein gutes Haar an diesem Gemüse lassen. Fast könnte man meinen, „Rauner“ und „raunzen“ hätten einen gemeinsamen Ursprung. Haben sie vielleicht auch: den – meistens in Gläsern verpackten – Roten-Rüben-Salat aus der Kindheit. Eine Erinnerung, die bei vielen gemischte Gefühle auslöst. Zu Unrecht. Denn die Rote Rübe ist eigentlich ein Tausendsassa. Und zwar aus gesundheitlicher, kulinarischer und ästhetischer Perspektive. Insofern ist die Würdigung auch überfällig, denn immerhin haben großartige Köchinnen und Köche das längst erkannt und ihr, der Rübe, kulinarische Denkmäler gesetzt.

Der Blick in die Vergangenheit

Als Nahrungsquelle nutzen wir, homo sapiens sapiens, die Rote Rübe schon eine ganze Weile. Der Vorgänger unserer heutigen Sorten, quasi die Urmutter aller Rauner, ist die Beta maritima. Immer noch und auch bekannt als Seemangold oder Seerübe. Die Beta (hier kann man mit Sicherheit davon ausgehen, dass „beta“ auch die sprachliche Urform von „Bete“ oder „Beete“ ist) wuchs überall, wo die maritimen Winde noch zu spüren waren. An den Küsten Europas, egal ob im Norden oder im Süden, in Nordafrika, am Kaukasus ebenso wie am Balkan, und irgendwie hat es das Gemüse auch nach Asien und Amerika geschafft. Blätter, Samen und Wurzeln, die in archäologischen Grabungen gefunden wurden, zeigen, dass wir vor – plus/minus – 10.000 Jahren begon-



● Medium rare geschmorte Rübe mit einer Scheibe Speck vom Mangalitzta in einem farm-to-table Restaurant außerhalb von Sapporo.

nen haben, die Rote Rübe zu kultivieren. Kaufleute und Seefahrer sorgten für eine entsprechende Ausbreitung, verschiedene Klimazonen für die Entstehung einer großen Sortenvielfalt. Dass beta kulinarisches Potenzial hat, zeigen bereits recht frühe Schriften und Tafeln. In Pompeji haben Indiana Jones' Nachfahren eine in die Wand geritzte Zutatenliste freigelegt, in der neben Kohl, Senf, Minze, Salz und Schwein auch die Rote Rübe steht. Über das Rezept dazu lässt sich nur mutmaßen. Der Römer Cato schreibt in seiner „de agri cultura“, dass Wurzeln und Stängel der Rübe gegen Verstopfung helfen. Der arabischen Kultur ist hingegen die Erkenntnis zu verdanken, dass beta ein kleines Wundermittel zur Stärkung der Sehkraft ist. Jedenfalls haben sich die gesundheitlichen Argumente für die Rauner bis heute gehalten.

Sorten, Namen und Geschmack

Die Namen der verschiedenen Sorten sind so kreativ wie auch andere Sortenregister: Gestreifte aus der Schweiz, Rote Kugel, Sturroman, Tonda die

Nach ein paar Versuchen ist mir glücklicherweise gelungen, es durch Roterübensaft zu ersetzen. Ist genauso wirksam und geschmacklich absolut eine Verbesserung.

MIRACULIX, DROGIST IN EINEM GALLISCHEN DORF

Chioggia, Plattrunde Rote Feinlaubige oder Bull's Blood. Jede Einzelne davon hat ihre spezifischen Eigenschaften. Sensorisch interessant ist die elegant-nussige Gestreifte aus der Schweiz oder die fruchtige Robuschka.

Bei den Namen für die Gattung ist es einfacher. Wir kennen sie unter Rote Bete, Rote Beete, Rote Rübe, Rauner, Rauna, Rohne, Rande, Rätech, Randich, Rana, Rahne oder Randig. Je nachdem, wo man sich gerade befindet. Ihr geschmackliches Potenzial kennen Aste-

rix-Leser seit Folge 26 der „Odyssee“. Darin geht es um nichts Geringeres, als um das Rezept von Miraculix' Zaubersaft. In der Geschichte vergisst ein phönizischer Händler auf das bestellte Steinöl, ohne das der Trank nicht gebraut werden kann und die Gallier den Römern schutzlos ausgeliefert sind. Am Ende ersetzt Miraculix das Steinöl durch Rote-Rüben-Saft. Die Wirkung passt, die Nebenwirkung ebenso: Der Zaubersaft schmeckt jetzt auch noch gut.

Heute lässt sich der Geschmack der Rübe als säuerlich, rustikal-erdig, leicht süßlich (immerhin ist die Rote Rübe mit der Zuckerrübe verwandt) und vor allem markant und unverwechselbar beschreiben. In der Küche entstehen rund um die Rübe zauberhafte und atemberaubende Gerichte an jeder Position eines mehrgängigen Menüs. Wobei das Potenzial noch immer nicht voll ausgeschöpft ist. Jürgen Dollase, das Mastermind der deutschsprachigen Restaurantkritik, in einem „Spiegel“-Interview (bevor er, und auch das ist so sicher wie das Amen im Gebet, auf die

bretonische Sandmöhre zu sprechen kommt): „Sie können die Kugeln (die Rote Bete) so zubereiten, dass sie viele Geschmäcker haben. Wenn Sie sie garen und mit Balsamico glasieren, wie das Alain Passard in Paris schon vor Jahren gemacht hat, im Kern aber roh lassen mit diesem wunderbar erdigen, leicht stumpfen Geschmack – dann haben Sie ein Kunstwerk an Mehrfachgeschmack. Aus Rohnen große Gerichte zaubern können auch einige Köche hierzulande. Lukas Nagl vom Bootshaus in Traunkirchen schmort sie im eigenen Saft mit etwas Szechuanpfeffer, Kardamom und Rosenwasser, macht aus den Abschnitten ein Chutney mit Apfel, Schalotten und Rosen. Dazu eine Sauce aus Schafmolke und Estragonöl. Zum Binden der Sauce verwendet Nagl Rogen vom Hecht. Aus der Rübe wird dann eine Rosenblüte geformt. Ein feingliedriger und eleganter Gang, der zeigt, dass man die rustikal-bodenständige Rohne auch zart und filigran zubereiten und anrichten kann. Oder weiter südlich, bei Norbert Niederkofler, dem Südtiroler Drei-Sterne-Koch, der für seine konsequente und radikale Regionalität

Bevor der Randig ranzig wird, machen wir einen Geist daraus.

SIMON VETTER, LANDWIRT IN VORARLBERG

bekannt wurde. In seinem Restaurant haben sich die Rote-Bete-Gnocchi in Windeseile zum Klassiker entwickelt. Dabei sieht das Gericht einfacher aus, als es letztlich ist. Die Gnocchi werden aus Erdäpfeln, Weizenmehl und einer Reduktion aus Roter Bete gemacht. Mit am Teller sind Kren-Pralinen, eine Däikon-Creme und „Biererde“, einem Pulver aus Schüttelbrot und essbarer Kohle. Das leuchtende Rot der Gnocchi und die Linien, die mit der Rüben-Reduktion auf den Teller gezeichnet werden, sind ein echter Eyecatcher. Geschmacklich bleibt die Rote Rübe in Erinnerung. Und zwar lange. Sehr lange.

Außerdem finden wir die Rote Rübe immer öfter in Desserts. Das legen sowohl der süßliche Grundton, aber auch die herbe Note nahe. In Christoph Bickels Oniriq in Innsbruck hat eine junge

Mitarbeiterin ein großartiges Dessert entwickelt. Sogar nach Japan hat es die Rübe geschafft. Dort wird im Norden, auf der von der Landwirtschaft geprägten Insel Hokkaido, im Farm-to-Table-Restaurant Agriscape das Menü mit einem Dessert abgeschlossen, das die Rote Rübe in drei (oder gar vier?) Texturen darstellt. Außergewöhnlich.

Last, not least kann man die Rübe auch brennen. Georg Hiebl aus dem Mostviertel destilliert das Gemüse zu einem wuchtigen Brand. Auch die pfälzische Brennerei Birkenhof oder – eine echte Empfehlung – Simon Vetter vom Vetterhof in Vorarlberg. Es gibt die Destillate als Edelbrände, aber auch als Geiste, bei denen die Rübe erst in Alkohol mazeriert und erst dann gebrannt wird. In beiden Fällen sind die Produkte oft viel intensiver als die Rohware selbst. Und egoistisch bis dorthinaus. Nach einem Glas Rote-Rüben-Destillat ist sensorisch erst einmal Schluss. Danach hat kein Wein, kein Käse, kein Dessert eine Chance. Der ultimative Digestif also.

Und hier der Schlusspunkt. ●

Genuss, der auch dem Klima schmeckt



Mit Transgourmet auf dem Weg zur Nachhaltigkeit. ●



● Übergabe des ersten E-LKW von Renault Trucks an Transgourmet Wien Nord (v. l. n. r.): Ing. Dragan Gajic, Verkaufsdirektor Renault Trucks; Michael Steinmair, Geschäftsführer Logistik Transgourmet Österreich; Manfred Mladosevits, Standortgeschäftsführer Transgourmet Wien Nord; Renault-Trucks-Projektleiter Elektromobilität, Silvio Ive



Jede unserer täglichen Entscheidungen hat große soziale wie ökologische Auswirkungen – und zwar nicht nur in Österreich, sondern weltweit. Bereits seit vielen Jahren ist Nachhaltigkeit ein essenzieller Teil des unternehmerischen Selbstverständnisses von Transgourmet: „Als Lebensmittelgroßhändler tragen wir eine besonders große Verantwortung für den Erhalt einer lebenswerten Umwelt. Nachhaltigkeit wird zu einem immer wichtigeren Qualitätsmerkmal und USP für Gastronomie und Hotellerie – und wird von Gästen aktiv nachgefragt. Wir sind der perfekte Partner für Profis – bauen wir doch laufend unser nachhaltiges und klimaschonendes Food- und Non-Food-Sortiment aus und sparen bei der Logistik und bei Standorten CO₂ ein. Unser Motto lautet: Taten statt Worte,“ so Thomas Panholzer, Geschäftsführer Transgourmet Österreich.

Nachhaltigkeit als Gesamtkonzept

„Das Ganze ist mehr als die Summe seiner Teile“, wusste schon Aristoteles. Transgourmet setzt daher umfassende Maßnahmen in den Bereichen Standorte, Energiekonzepte, Zustellung und Sortiment. „Gerade beim Sortiment können wir viel bewegen“, weiß Panholzer. Die Transgourmet-Eigenmarken stehen hier im Fokus: So sollen Angebot und Umsatz mit nachhaltigen Produkten deutlich wachsen, bei kritischen Rohstoffen müssen ökologische und soziale Standards berücksichtigt

werden, auch Transparenz und Rückverfolgbarkeit werden bewertet. Gefordert sind auch Nachweise seitens der Eigenmarkenproduzenten zur Erfüllung von Tierwohl-Standards; Plastik in Primärverpackungen soll um zehn Prozent reduziert werden. An den Transgourmet-Standorten werden Photovoltaik-Anlagen u. a. die haus-eigenen Elektro-LKW „mit grünem Strom versorgen“. In den nächsten Jahren wird durch eine umweltfreundliche LKW-Flotte der CO₂-Ausstoß in der boomenden Zustellung um 40 Prozent gesenkt.

„Straffste Agenda für nachhaltige Entwicklung“

„Ohne die Bedeutung der von uns bis jetzt gesetzten Maßnahmen schmälern zu wollen, ist uns bewusst, dass wir noch einen langen Weg vor uns haben. Um einen noch effizienteren, wissenschaftsbasierten und messbaren Change-Prozess einzuleiten, setzen wir uns noch ambitioniertere und die gesamte Dimension des Themas Nachhaltigkeit berücksichtigende Ziele. Wir werden die Fortschritte laufend evaluieren und kommunizieren. Denn nur 100%ige Transparenz schafft wirklich Vertrauen und bietet eine fundierte Entscheidungsgrundlage für die Zusammenarbeit mit Transgourmet Österreich: unseren Lieferanten und Herstellern ebenso wie unseren Kund*innen aus Gastronomie und Hotellerie und natürlich auch unseren Mitarbeitenden.“ ● www.transgourmet.at



TATSache: Nachhaltig das Beste.

Wir streben eine Reduktion des CO₂-Ausstoßes pro Tonne ausgelieferter Ware um 40 % im Vergleich zum Jahr 2021 an. Dafür werden 100 LKWs auf Elektroantrieb umgerüstet – geladen mit 100% Grünstrom.



Die vielen Gesichter des Kaffees

Jeder zehnte Einwohner Burundis lebt vom Kaffeeanbau. Wie Kaffee aus Burundi schmeckt, wissen die wenigsten – weder in Burundi selbst noch im Rest der Welt. Schade eigentlich. ●

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: KRISTY CARLSON

Ben und Kristy Carlson haben sich mit ihrer Handelsfirma „Long Miles Coffee Project“ auf Ostafrika konzentriert. Die vergangenen zehn Jahre hat das amerikanische Paar auch in Burundi gelebt. Sie wissen also, was sich dort tut und womit sie handeln.

Burundi ist ein sehr schönes, kleines Land. Auf rund einem Drittel der Fläche Österreichs tummeln sich dort 11,5 Millionen Menschen, von denen rund eine Million vom Kaffeeanbau lebt. Das klingt nach viel und ist es auch. Mit knapp 80 % Exportanteil ist Kaffee der mit Abstand wichtigste Devisenbringer des dicht bevölkerten Agrarlandes. Der Großteil der agrarischen Erträge wird zur Ernährung der eigenen Bevölkerung verwendet. Politische Krisen haben die wirtschaftliche Entwicklung seit der Unabhängigkeit im Jahr 1962 gehindert. Burundi ist heute eines der ärmsten Länder Afrikas.

Allzu romantisch darf man sich das Leben dort also nicht vorstellen. Kris-

Wir waren zehn Jahre in Burundi und haben ein wunderschönes, faszinierendes Land kennengelernt.

KRISTY CARLSON

ty Carlson ist eine leidenschaftliche Fotografin und hat gemeinsam mit einer Freundin ein Projekt gestartet, bei der sie hunderte „ihrer“ Kaffeeproduzenten für ein paar Wochen mit einer Kamera ausgestattet hat, damit sie ihr tägliches Leben dokumentieren. Die Porträts, die am VVF 2022 zu sehen waren, hat sie selbst gemacht. Sie zeichnen kein Bild von Elend und Unterentwicklung, sondern stellt stolze, würdevolle Menschen dar.

Ihr Anliegen ist es, die konträren Lebenswelten von Kaffeeproduzenten und -konsumenten näherzubringen. „Wir waren zehn Jahre dort und haben ein wunderschönes, faszinierendes Land kennengelernt. Die Runds sind fröhliche, stets gut gelaunte Men-



schen“, berichtete uns Kristy bei ihrem Wien-Besuch. Sie glauben an eine bessere Zukunft und können mit Begriffen wie „Klimawandel“ rein gar nichts anfangen, auch wenn sie davon massiv betroffen sind. Das größte klimatische Problem, das sich in Ostafrika seit ein paar Jahren abzeichnet, betrifft den Regen. Die Dürreperioden werden extremer, die Überschwemmungen immer dramatischer.





Die meisten Kaffeebauern haben noch nie in ihrem Leben ihren eigenen Kaffee getrunken.

Aus den anfänglich 50 Kaffeebauern, von denen Ben und Kristy Kaffee beziehen, sind mittlerweile 5.500 geworden. 26 „Coffee Scouts“ beraten sie als Agronomen dabei, wie sie bessere Qualitäten erzielen können. Das ist schwieriger, als man zunächst glaubt. Der Kaffeeanbau wurde erst unter den belgischen Kolonialherren nach dem Ersten Weltkrieg begonnen. Eine loka-

le Kaffeekultur gibt es daher nicht. Die meisten Kaffeebauern haben noch nie in ihrem Leben ihren eigenen Kaffee getrunken. Dabei handelt es sich fast durchgehend um qualitativ hochwertige Arabica-Bohnen. Boden und Klima sind wie für den Kaffeeanbau gemacht.

Kaffee aus Burundi wird als grüne Bohnen an Röster in den USA und Europa verkauft. Was zunächst nach Ausbeutung klingt, ist die einzige Chance für die Rundis, an Devisen zu kommen. Dieser Weg muss keine Sackgasse sein. Ben und Kristy haben es sich zum Ziel gesetzt, zu faireren Wirtschaftsbeziehungen zwischen „ihren“ Kaffeebauern und den Konsumenten in den reicheren Ländern beizutragen. Der Ball liegt bei

uns. Dank engagierten Händlern wie dem „Long Miles Coffee Project“ von Ben und Kristy gibt es fair gehandelten Spitzenkaffee aus Burundi in Bio-Qualität auch in Amerika und Europa.

Before + Now

Kristy und Ben Carlson gaben 40 ihrer Bauern Kameras und bat sie, das tägliche Leben als Kaffeebauern und Menschen zu dokumentieren. Die Übung, die fast ein halbes Jahr dauerte, ermöglichte es Kristy Carlson ein tieferes Verständnis dafür zu gewinnen, wie es ist, in einem Land wie Burundi Kaffee anzubauen, während man mit Problemen wie dem Klimawandel und einem Bürgerkrieg konfrontiert ist.



Goreth
Coffee farmer from Heza, Burundi



Die Ausstellung „Before + Now“ am Vienna Coffee Festival vergangenen September begeisterte das Publikum.

Was es ist

Die Fotoausstellung hat es sich zur Aufgabe gemacht, die Stimmen der marginalisierten Kaffeebauern in das Blickfeld des gewöhnlichen Kaffeekonsumenten zu bringen. Sie umfasst eine Reihe von Fotos, die von Kaffeebauern in Burundi, Ostafrika, gemacht wurden, sowie ein großformatiges Porträt jedes Bauern. Diese Serie ermöglicht es nicht nur, das Leben in Ostafrika und den Kaffeeprozess zu sehen, sondern auch eine klare Verbindung zu den Träumen, Ängsten und Hoffnungen der Kaffeebauern herzustellen.

Warum es bedeutend ist

Weltweit werden jährlich mehr als 500 Milliarden Tassen Kaffee konsu-

miert. Allein in den Vereinigten Staaten werden jeden Tag 450 Millionen Tassen Kaffee getrunken. Und doch können die meisten Kaffeetrinker nicht viel darüber sagen, wie der Kaffee angebaut wird oder wer ihn anbaut. Wir sind davon überzeugt, dass die Menschen durch die Erzählung der Geschichten der Kaffeebauern eine fundiertere Entscheidung für den Kaffee treffen können, den sie trinken.

Die Schaffung eines Raums, in dem die Menschen die Gesichter hinter dem Kaffee, den sie trinken, kennen lernen können, fördert sowohl die Verbindung als auch das Verständnis. Before & Now ist eine Einladung, sich mit der Menschlichkeit des Kaffeeprozesses zu verbinden. ●



Burundi

- **Amtssprache:** Kirundi und Französisch
- **Hauptstadt:** Gitega
- **Staatsform:** Republik
- **Regierungssystem:** Präsidialsystem
- **Fläche:** 27.834 km²
- **Einwohnerzahl:** 12,55 Mio
- **Bevölkerungsdichte:** 435 Einwohner pro km²
- **Unabhängigkeit:** 1. Juli 1962 von Belgien

GESCHICHTE

Burundi ist einer der kleinsten Staaten in Afrika, jedoch sehr dicht besiedelt. Die Menschen in Burundi gehören allesamt dem Volk der Rundis an. Sie haben eine gemeinsame Kultur. Der Kaffeeanbau in Burundi begann 1960 durch die Belgier für industriellen Kaffee. Heute rückt der Kaffee aus Burundi durch den sorgfältigen Anbau und die fachmännische Weiterverarbeitung immer mehr ins Rampenlicht der Spezialitätenkaffees.

Für eines der ärmsten Länder der Welt sind Kaffeeanbau und Landwirtschaft die Haupteinnahmequellen der Bevölkerung.

Auf die Frische

Es ist fast ein wenig magisch, das Café Promenade in Graz, wo sich Atmosphäre, Gemütlichkeit und Erlebnis so klar vereinen. Eine Liebeserklärung der Aiola-Familie an Graz. Und vice versa. ●

TEXT: GÜNTHER GAPP // FOTOS: RAINER FEHRINGER



Zwischen Bergen, Hügeln und der Südsteiermark und Slowenien als „Vorgarten“ liegt Graz. Vielleicht liegen deshalb Genuss und Lebenslust hier so nahe beieinander. Das sieht, schmeckt und erfährt man bestens im Café Promenade.

Simon Possegger & sein Team beleben das Café-Restaurant als umsichtige Gastgeber mit einem klaren Fokus auf ihre Gäste und frische saisonale Belegung.

Auf den Gastgeber

Possegger hat HTL studiert, ist aber mit seinem 16. Lebensjahr in der Gastro nebenbei hängen geblieben. Der Film Cocktail mit Tom Cruise gab den Impuls und der Aushang „Barkeeper gesucht“ in der Havana Bar in Villach war dann der Start zur Karriere des Simon Possegger, der so 2007 in Graz ankam und Mitglied in der Aiola-Fa-

● Durch und durch einer, der das Leben und die Menschen liebt.



Teamwork: Stefan Glöbl, Simon Possegger, Pascal Eferl ●



● Perfekte Säurestruktur für neue Geschmacksnoten beim Trinken.



● „Grünschnabel“ am Teller mit Organics Easy Lemon Mocktail.

milie wurde, wo er mit Buddy Alexander Knoll als Mixologe an der Bar bis hin zur Geschäftsführung an vorderster Front stand und steht. Aiola-Chef Gerald Schwarz gab dann auch den Ausschlag, um 2015 selbst Verantwortung zu übernehmen. Heute ist er als kompetenter Betriebswirt & Gastgeber mit Herzblut im Café Promenade angekommen, wobei die Aiola-Gruppe noch die zentrale Büroorganisation, Reservierungen, Marketing, Personal, etc. beisteuert.

Auf das Neue

Es gibt immer Adressen, die scheinbar wie Selbstläufer funktionieren. Ein attraktives Konzept hilft zumeist dennoch. Beim kulinarischen Konzept setzt Possegger mit seinem neuen Küchenchef Stefan Glöbl nun auf gehobene frische Kulinarik. Nicht nur in der Küche, sondern weiterhin auch bei den Getränken. Und dabei spielen die The Organics by Red Bull eine wesentliche Rolle, wie Possegger betont. Die Akzeptanz der hochwertigen Bio-Limonaden im Geschmack und im Auftritt mit der Glasflasche passen sehr gut zum Frischekonzept und zur Aktivierung der Gäste über das Service. Neu eingetroffen soeben: die Sorte Organics Easy

Wenn die ersten Sonnenstrahlen auf die Terrasse blinzeln ist diese in wenigen Minuten bis auf den letzten Platz gefüllt.

SIMON POSSEGGER

Lemon, die mit ihrem Lemon Soda Charakter die Vielfalt des Genusses erweitert, wobei die Säurestruktur den Trinkfluss besonders fördert und so auch die Wiederbestellungen der Gäste.

„Wenn jetzt die ersten Sonnenstrahlen auf die Terrasse blinzeln, ist diese in wenigen Minuten bis auf den letzten Platz gefüllt. So auch im Hochsommer, wo durch die riesigen Bäume eine Naturbeschattung und Abkühlung vorherrscht. Da brauchst du eine Karte mit Getränken, die nicht nur Qualität haben, sondern die auch rasch serviert sind“, so Possegger. Deshalb punkten die puren Varianten der Organics auf Eis nicht nur als bewusste Alternative zu herkömmlichen Getränken, wie Soda-Zitrone oder Apfelsaft gespritzt. Zur heimatischen Küchenfrische, die Glöbl

jeweils in zwei Haupt- und Nebenkomponten kreiert und aktuell z.B. als „Grünschnabel“ oder „Freischwimmer“ serviert (ein Blick auf die Speisekarte lohnt sich), punktet der natürliche Zitronengeschmack perfekt. Daher serviert uns der Mixologe Possegger auch einen Mocktail im Highball Glas (Bio-Apfelsaft, Timut Pfeffer, Gurken-Salz-Lacke, Holundersirup, Dash Apfelessig und Gurke) und Cocktail (Stingin, Amouro Vermouth, Saint Germain und Limette) jeweils mit Organics Easy Lemon als Filler und deckt damit auch die Komponenten auf, die das Organics Easy Lemon sensorisch perfekt ergänzen. Neu ist auch der Empfang beim Eingang, um platziert zu werden. Die Gäste an einem sauberen Tisch zu bringen und dem Kellner seinen Serviceablauf zu ermöglichen, stellt doch Ordnung und Servicequalität sicher, so Possegger. ●

wer&wo

CAFÉ PROMENADE

Erzherzog-Johann-Allee 1, 8010 Graz
Mo – Do 9 – 1 Uhr
Fr – Sa 9 – 2 Uhr
So 9 – 0 Uhr
<https://promenade.aiola.at>



◆ Ein Ort zum Verlieben: Evelyn und Franz Pierer in ihrem neu errichteten Weintresor.

Wachstum auf höherer Ebene

Zum hundertsten Geburtstag haben Alfred und Franz Pierer die Leitung des elterlichen Betriebs übernommen. Das war vor 30 Jahren. Seither hat sich das ehemals beschauliche Ferienhotel zu einem ganzjährig bespielten Wellnesshotel entwickelt. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER



Das war zu Beginn – also vor 130 Jahren – noch nicht so wichtig. 1893 hatten Maria und Franz Pierer nämlich noch (fast) keine Mitarbeiter. Sie betrieben während der Sommermonate eine kleine Jausenstation samt (bescheidener) Übernachtungsmöglichkeit. Außerdem erfreuten sich ihre Kühe auf den saftigen Wiesen, bunt gespickt mit Almkräutern. Das aktuelle Logo mit einer stilisierten Kuh zeugt noch heute davon. Um die Landwirtschaft kümmert sich mittlerweile der Onkel. Ausflügler konnten einkehren, um sich hier zu stärken und – in einfachster Form – auch zu übernachten. Schrittweise hat sich der Betrieb ab den 1950er-Jahren parallel mit der Teichalm entwickelt. Für den Winter hat man unter tatkräftiger Initiative der Pierers ein paar Skilifte errichtet, für den Sommer wurde in den 1970er-Jahren der malerische Teich, der zuvor etwas sumpfig war, neu gestaltet. Jetzt lädt ein lauschiger Uferweg zum Wandern ein. Einkehr hält man dann in der stimmungsvollen Latschenhütte, wo im Sommer jeden Dienstag eine große Party mit Livemusik steigt. Vor sechs Jahren haben die Pierers dann noch den Almerlebnispark

Die verschneite Winterlandschaft auf der Teichalm schaut aus wie im Bilderbuch. Auch das Hotel der Familie Pierer passt sich harmonisch in die idyllische Landschaft ein. Nur der Baukran wirkt zunächst wie ein Fremdkörper. Doch es gibt einen guten Grund, wieso er auch nach der Fertigstellung des neuen Küchengebäudes immer noch dort steht: Auf der anderen Straßenseite wird gerade ein zweites Mitarbeiterhaus gebaut. Der Familie Pierer liegt neben dem Wohlbefinden der Hotelgäste vor allem jenes der Mitarbeiter sehr am Herzen.



Der imposante „Weintresor“ erstreckt sich über drei Ebenen



Alfred Pierer in der Latschenhütte, die liebevoll „LAHÜ“ genannt wird.



Ein gediegenes Entrée gehört einfach dazu.



NEUE DIREKTORIN AUS DER REGION

Als Rebecca Petz im Herbst 2021 zum Vorstellungsgespräch auf die Teichalm kam, war ihre erste Frage an die Familie: Was soll ich hier eigentlich tun, wenn alle Geschwister weiterhin im Betrieb mitarbeiten? Schließlich hat ja bis jetzt alles bestens funktioniert.

Der große Um- und Zubau, der unmittelbar bevorstand, hat die Brüder Alfred und Franz Pierer dazu bewogen, darüber nachzudenken, wie sie den Betrieb in den kommenden Jahren führen möchten. Wenn man von früh bis spät operativ im Einsatz ist, bleibt oft zu



wenig Zeit, sich mit den strategisch wichtigen Dingen auseinanderzusetzen. Ein zentraler Schritt bei der Neuaufstellung des Teams war die erstmalige Besetzung des Postens des Hoteldirektors mit einer Person von außen. Geworden ist es dann eine Direktorin.

Rebecca Petz stammt aus dem Murtal und hat neben der Ausbildung in der HLW Murtal schon während der Ferien Gastronomieluft in Service und Küche geschnuppert. Auch wenn ihr die Arbeit Spaß gemacht hatte, rieten ihr die Eltern, doch ein Jus-Studium in Graz zu machen. Der trockene Studienalltag hat ihr dann nicht so viel Spaß gemacht wie



Die Almkräuter spielen auch im Wellnessbereich eine zentrale Rolle.

EVELYN PIERER

eröffnet, in dem man gut gesicherte Abenteuer im Wald erleben kann.

Als Alfred und Franz Pierer 1993 den Betrieb von den Eltern übernommen hatten – der Vater musste sich aufgrund einer schweren Krankheit relativ früh zurückziehen –, gab es immerhin schon ein richtiges Hotel mit Restaurant und dreißig Mitarbeitern. Heute sind es 150 Mitarbeiter, die sich neben dem Hotelbetrieb mit Wellnessbereich auch um den Almerlebnispark und die Latschenhütte kümmern. „Wir beziehen so gut wie alles aus der Region, je näher, desto lieber. Das hat gar weniger mit den Transportkosten zu tun, die im letzten Jahr dramatisch gestiegen sind. Wir haben schon immer so getickt“, meint Franz Pierer. Am liebsten würde der bekennende „Weinnarr“ auf der Teichalm auch Wein anbauen, aber das geht sich klimatisch (noch?) nicht aus. Deshalb hat die Familie vor ein paar Jahren beschlossen, in der Südsteier-

mark ein eigenes Weingut zu erwerben. Die Weine von alten Rebstöcken (Morillon und Sauvignon Blanc und Weißburgunder) schmecken vorzüglich. Um den Vertrieb müssen sich die Pierers keine Sorgen machen – sie werden ihnen von den Hotelgästen förmlich aus der Hand gerissen.

Voller Stolz zeigt uns Franz Pierer den neuen „Weinkeller“ des Hotels, der sich als über drei Etagen reichender Zylinder präsentiert. Früher war hier ein Felsen, der gesprengt werden musste. Ein Umbau birgt eben immer Überraschungen. Im Weinkeller reifen auch selbst angesetzte Schnäpse ihrem Genusshöhepunkt entgegen. Heuer soll ein eigener Wermut folgen. Für das Wermutkraut ist die Teichalm zu kühl, aber am Weingut im Gamlitz sollte es funktionieren.

Das alles sind Spielereien, die davon zeugen, mit wie viel Freude die Pierers

bei der Sache sind. Sie sind aber auch kühle Rechner, denn die Investitionen des vergangenen Jahres haben Millionen gekostet. „Wir kommen von der Arbeit. Das Rechnen ist erst später gekommen“, lacht Alfred Pierer, den wir gerade beim Servieren in der Latschenhütte treffen. Ein Kellner ist krankheitsbedingt ausgefallen und das Lokal ist gut gefüllt. Da packt der Chef auch gerne selbst an. Das gilt für die ganze Familie. Schwester Theresia werkt zu meist im Verborgenen – sie kümmert sich um die Buchhaltung. Evelyn Pierer, die Gattin von Franz, hat den Wellnessbereich über – ein Schlüsselbereich des Hauses, denn als Ganzjahresbetrieb erfüllt der Spa-Bereich eine besonders wichtige Funktion. Mit „Almwellness“ hat Evelyn ein eigenes Programm entwickelt, bei dem die Almkräuter eine besondere Rolle spielen.

Dieses Thema wird auch für die Küche immer wichtiger. „Schon jetzt arbeiten

Das Rechnen ist erst später gekommen. Am Anfang hieß es buckeln.

ALFRED PIERER

wir viel mit Kräutern, die wir allerdings oft noch zukaufen müssen – wenn gleich immer in Bio-Qualität. Sobald der Schnee geschmolzen ist, fängt der Landschaftsgärtner damit an, unseren eigenen Kräutergarten anzulegen. Darauf freuen wir uns schon riesig“, erklärt der langjährige Küchenchef Georg Stüchelberger.

Womit wir beim aktuell wichtigsten Thema gelandet sind. Denn abgesehen von den beiden Mitarbeiterhäusern (das zweite wird in den kommenden Monaten fertig gestellt), hat der aktuelle Umbau vor allem die Küche betroffen. Küchenplaner Werner Redolfi hat für die Pierers eine neue Küche entwi-



ursprünglich gedacht. Außerdem war unerwartet ein kleiner Sohn auf die Welt gekommen.

Das Studium musste zunächst Pause machen, doch ganz untätig wollte beziehungsweise konnte die junge Mutter nicht sein. Also begann sie, im nahe gelegenen Schloss Gabelhofen den Frühstücksservice zu machen – ein Job, der zeitlich mit der Mutterrolle vereinbar war. Dort entdeckte sie die Lust an der Gastronomie erneut. Auch die Frage nach persönlichen Entwicklungsmöglichkeiten wurde positiv beantwortet.

Während sie als Assistentin in die neu geschaffene Abteilung Marketing & Sales wechselte, absolvierte sie parallel dazu die entsprechende Ausbildung am Wifi. Dort folgte etwas später eine Ausbildung im Hotel- & Tourismusmanagement.

Es folgten fünf Jahre beim Projekt Spielberg, wo sie von der Assistentin der Geschäftsführerin über die Rezeption schlussendlich zur stellvertretenden Geschäftsführerin Hospitality aufstieg. Als dann die Position des Hoteldirektors in Schloss Gabelhofen vakant wurde, hat sie sich sofort dafür beworben und hat das ihr bestens bekannte Haus fast fünf Jahre erfolgreich geleitet. Doch irgendetwas anderes wollte sie beruflich doch noch sehen. Da kam ihr die Ausschreibung der Position eines Hoteldirektors im Almwelness Hotel Pierer im Herbst 2021 gerade recht.

Ich liebe es, täglich zu kochen, aber meine Aufgaben reichen viel weiter.

ROBERT REICHMAYR

ckelt, die alle Stückerln spielt – Panorama-Ausblick inklusive. „Wir sind in den letzten 30 Jahren Schritt für Schritt zu einem Vier-Sterne-Superior-Hotel mit 160 Betten gewachsen. Wir haben zwar auch laufend die Küche verbessert, aber irgendwann sind wir auch räumlich an Grenzen gestoßen. Es war Zeit für ein neues Küchenkonzept“, erklärt Alfred Pierer.

Geräte, Abläufe und Strukturen

Es wurde eine „große“ Lösung. Mit anderen Worten: Es wurde ein neues

Gebäude errichtet, in dem sich Kühl- und Lagerräume befinden, ebenerdig gibt es ein eigenes Mitarbeiterrestaurant samt Sanitärbereich und Garderobe, im zweiten Stock dann die Küche sowie Kühl- und Lagerräume. Bevor der Küchenplaner am Wort war, galt es, das gastronomische Konzept zu entwickeln. „Weil wir immer zu wenig Platz hatten, mussten wir in der Vergangenheit laufend improvisieren. Damit ist jetzt Schluss. Wir wollten eine Gesamtlösung für alle Betriebe, wobei der neuen Hotelküche eine zentrale Rolle zukommt, weil sie auch als Vorbereitungsküche für die Latschenhütte und das Outlet im Erlebnispark dienen sollte“, erklärt Franz Pierer.

Deshalb wurde auch die neue Position eines Küchendirektors geschaffen. Mit Robert Reichmayr, der nach mehr als 20 Jahren im In- und Ausland zurück in

Reichmayrs Ziel: mit möglichst sparsamem Ressourceneinsatz das Optimum herausholen.

seine steirische Heimat wollte, konnte man diese Rolle optimal besetzen. Abgesehen von einer möglichst effizienten Bespielung der neuen Geräte ist er auch für Einkauf, Menügestaltungen, Mitarbeiterführung und alles, was dazugehört, verantwortlich. Einen besonderen Schwerpunkt stellt dabei das Thema Energie dar – nicht nur aufgrund der aktuellen Preise.

„Energieeffizienz stand schon bei der Planung im Fokus. Jetzt gilt es, das gesamte Potenzial optimal auszunutzen. Nur ein kleines Beispiel: Wir haben hier einen neuen „Druck-Kochtopf“ mit 160 Liter Fassungsvermögen. Damit kann ich also 160 Liter Gulasch in eineinhalb statt in sechs Stunden zubereiten – wir sparen also viereinhalb Stunden thermische Energie. Wir wollen dieses tolle Gerät möglichst oft benutzen, aber dafür braucht es natürlich eine genaue Planung, was wir wann in unseren ver-

schiedenen Outlets verkaufen können“, erklärt Reichmayr.

Bleibt noch die Frage, wer so viel essen soll? Doch darüber müssen sich die Pierers allerdings keine allzu großen Sorgen machen. Obwohl ganzjährig geöffnet, erreicht das Almwelness-Hotel eine Auslastung von stolzen 85 Prozent. Im Sommer kommen dann noch unzählige Ausflugsgäste dazu, die den Almerlebnis-Park und die Latschenhütte besuchen. Die meisten Tagesgäste kommen aus der Steiermark, das Hotel selbst ist in ganz Ostösterreich sehr beliebt: Am Parkplatz sieht man Autos mit niederösterreichischen, burgenländischen und Wiener Kennzeichen. Die leichte Erreichbarkeit spielt dabei eine entscheidende Rolle. In weniger als zwei Stunden kann man vom Großstadtlärm in ein idyllisches Almleben wechseln. ●

wer&wo

ALMWELNESS HOTEL
PIERER SUPERIOR

www.hotel-pierer.at

LATSCHENHÜTTE „LAHÜ“

www.latschenhuette.at

ALMERLEBNISPARK TEICHALM

(nur im Sommer geöffnet)

Vom Volkswirt zum Gastwirt

Der Blick von der Terrasse im 33. Stock auf die Marina Bay von Singapur ist atemberaubend. Auch das Bier schmeckt ausgezeichnet. Gebraut wird es vor Ort in luftigen Höhen. Das klingt verrückt. Ist es auch. Verantwortlich dafür ist der gebürtige Österreicher Martin Bém. ●

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Kurz vor Sonnenuntergang ist der Blick von der Terrasse des Level 33 besonders spektakulär. ●

Dass er einmal Gastronom in Singapur werden würde, hätte sich Martin Bém in seiner Jugend nicht träumen lassen. Nach der Matura in Perchtoldsdorf hat er Handelswissenschaften und Volkswirtschaft studiert. Als frisch gebackener Doktor heuerte er beim italienischen Wasserhersteller San Pellegrino an und wurde bald mit der Entwicklung des asiatischen Marktes betraut. Ob sich das Asien-Geschäft überhaupt rechnen würde, war damals unklar. Erst als San Pellegrino im Jahr 1997 zu Nestlé kam, wurde es von einer italienischen zu einer global positionierten Marke entwickelt. Nach drei aufregenden und sehr erfolgreichen Jahren sollte Bém zurück in die Zentrale nach Mailand wechseln. „Das hat mich trotz der vielversprechenden Karrierechancen nicht gereizt. Zum einen war ich von der wirtschaftlichen Dynamik Südostasiens begeistert und habe meine berufliche Zukunft hier gesehen. Zum anderen hatte ich mich in ein Mädchen aus Singapur verliebt gehabt. Ich habe gekündigt und bin geblieben“, erinnert sich Bém.

Frisch gezapftes Bier schmeckt in einem attraktiven Lokal noch einen Tick besser.

MARTIN BÉM

Bierboom in Asien

Mit der Gründung einer Agentur für Marketing und Vertrieb wagte Bém den Schritt in die Selbstständigkeit. Zum wichtigsten Kunden entwickelte sich die Münchner Weißbiermarke Paulaner. In den 14 Jahren (2004–2018), in denen er das Asien-Geschäft von Paulaner betreute, vervierzigfachte sich das Exportvolumen von 4.000 auf 165.000 Hektoliter. „Ich habe damals gesehen, wie viel Erfolg unser chinesischer Partner mit seinen auf Bayern getrimmten Bierlokalen hatte. Davon inspiriert, habe ich gemeinsam mit Partnern aus der Gastronomie das Lokal-Konzept ‚Brotzeit‘ für Singapur entwickelt. Mit Brez’n und Weißbier hatten wir mit unserem ersten Lokal in einer exklusiven Shopping-Mall auf Anhieb Erfolg.

Auch die nächsten beiden Lokale liefen super. Schlussendlich waren aber zu viele Partner an Bord, was die Entscheidungsfindung mühsam machte. Ich bin nach ein paar Jahren wieder ausgestiegen und habe begonnen, über ein eigenes Gastronomie-Konzept nachzudenken“, erklärt Bém.

Dass Bier dabei eine zentrale Rolle spielen würde, war von Anfang an klar. Ein klassisches Bierlokal sollte es dennoch nicht werden. „Ich wollte das Thema Bier aus der Klischee-Ecke herausholen und ein modernes, anspruchsvolles Restaurant machen, in dem es nicht nur um Bier und deftige Speisen geht. Trotz meiner Verbundenheit mit Paulaner wollte ich ein eigenes Bier brauen. Dabei haben auch ökologische Überlegungen eine Rolle gespielt. So sehr ich mich über die Export-Erfolge von Paulaner freue – wirklich ökologisch ist es auf Dauer ja nicht, Bierfässer und -flaschen rund um den Globus zu schicken“, meint Bém. Bei verschiedenen Reisen hatte er gesehen, wie gut die Wiener Brauanlagen von Salm auf der ganzen Welt funktionieren.



Der Braumeister stammt aus Argentinien, die Braukessel kommen aus Wien.



Das Level 33 ist kein typisches Bierlokal geworden.

Bei der Suche nach einer passenden Location stolperte Bém im Jahr 2008 über den gerade im Bau befindlichen Tower 1 des neuen Marina Bay Financial Centers. Dort wollte man im 33. Stock zunächst ein exklusives Fine-Dining-Restaurant platzieren.

Exklusive Weine & selbst gebrautes Bier

„Schlussendlich ist es mir gelungen, die Eigentümer davon zu überzeugen, dass man mit einem exklusiven Luxusrestaurant eine derart große Location auf Dauer nicht gewinnbringend bespielen kann. Nach anfänglichen Bedenken fanden sie die Idee, eine außergewöhnliche Microbrewery im Haus zu haben, richtig toll. Unsere exklusive Partnerschaft mit den Weinen der Familie Rothschild hat sie dann endgültig davon überzeugt, es mit uns zu versuchen. So konnten wir mit der Fertigstellung des Towers im Dezember 2010 auch das Level 33 eröffnen“, erinnert sich Bém.

Singapur wird immer grüner. Wir wollen dabei Pioniere sein.

MARTIN BÉM

Auch wenn man beim Betreten des Lokals die eindrucksvollen kupfernen Braukessel bestaunen kann, ist das Level 33 kein typisches Bierlokal geworden. Dafür ist – unter anderem – auch die Weinkarte viel zu anspruchsvoll. Im privaten Dining Room des Level 33 trifft sich die Elite der boomenden Wirtschaftsmetropole gerne hinter verschlossenen Türen, wobei nicht immer nur Wein und Champagner geordert wird. Lee Yuan Lew, der legendäre Staatsgründer und langjährige Premier des Stadtstaates, hat sich bei seinem Besuch anlässlich seines 88. Geburtstages mehrere Gläser Bier servieren lassen, wie der ansonsten sehr um Diskretion bemühte Martin Bém verrät.

Von der Grundausrichtung ist das Konzept seit der Eröffnung gleich geblieben, ein paar Dinge haben sich im Laufe der Jahre dennoch geändert. Vor allem der Aspekt der Nachhaltigkeit hat deutlich an Bedeutung gewonnen. Das gilt für die Lebensmittel genauso wie für den schonenden Umgang mit Ressourcen.

Nachhaltigkeit in allen Bereichen

Nach Ende der Corona-Schließungen, die auch in Singapur massiv waren, hat Bém jetzt sogar einen eigenen „Sustainability-Manager“ eingestellt, der sich darum kümmert, dass die beiden Betriebe – neben dem Level 33 betreibt Bém seit zehn Jahren auch die ebenerdig gelegene Kaffee-Bar Erwin – in allen Bereichen möglichst ökologisch operieren. Das Themenfeld ist sehr breit. So arbeitet man jetzt mit Bio-Farmen zusammen, die in Singapur frisches Gemüse anbauen. Außerdem kauft er jetzt „ugly vegetables“, die

sich für den Verkauf in Supermärkten nicht eignen, obwohl sie frisch und nahrhaft sind. Das spart nicht nur Transportkosten sondern schmeckt auch besser. Und dann gibt es die technischen Aspekte. Durch den nachträglichen Einbau spezieller Sensoren in alle Kühlschränke wird nun dafür gesorgt, dass sie nur dann kühlen, wenn es tatsächlich notwendig ist. Eine Kleinigkeit sollte man meinen, aber alleine diese Maßnahme hat zur Senkung des Energiebedarfs um 25 Prozent geführt. „Mir ist das ein persönliches Anliegen, das ich mit vielen jungen Gästen teile. Man ist sich in Singapur durchaus bewusst, dass man als kleiner Stadtstaat auf Meeressniveau vom Klimawandel besonders stark betroffen sein wird“, so Bém.

Prinzipiell ist Bém mit der Entwicklung seiner neuen Heimat durchaus zufrieden. „Als ich hier vor über 20 Jahren angefangen habe, musste ich bei Heimatbesuchen immer wieder erklären, wo Singapur überhaupt liegt. Nicht zuletzt dank des spektakulären Formel-1-Nacht-Grand-Prix ist Singapur heute überall ein Begriff. Der Flughafen ist einer der Besten der Welt, es gibt Rechtssicherheit und keine Korruption. Ja, wenn man Kaugummis oder Zigaretten einfach auf die Straße wirft, muss man mit hohen Strafen rechnen und die Drogengesetze erscheinen liberal gesinnten Europäern drakonisch, aber unterm Strich funktioniert der Rechtsstaat besser als irgendwo anders in der Region“, erläutert Bém die Besonderheiten der Stadt.

wer&was

MARTIN BÉM

Martin Bém kam 1999 als junger Manager nach Singapur, um für San Pellegrino den asiatischen Markt zu entwickeln. Statt wie geplant nach vier Jahren nach Mailand in die Zentrale zurückzukehren, blieb Bém in Singapur und gründete eine eigene Export-Agentur, mit der er europäische Firmen bei deren Expansion nach Asien betreute. Zum wichtigsten Kunden entwickelte sich der Münchner Weißbier-Spezialist Paulaner, dessen Exportvolumen nach Asien Bém von 4.000 Hektoliter im Jahr 2004 auf 165.000 Hektoliter (2018) vervierzigfachte!

Erste gastronomische Erfolge feierte der umtriebige Österreicher mit dem Franchise-Konzept „Brotzeit“, das er gemeinsam mit Partnern entwickelte. Im Dezember 2010 eröffnete er die spektakuläre „Gasthausbrauerei“ Level 33 im neuen Marina Bay Financial Center, die sich auf Anhieb als kulinarischer Hotspot der südostasiatischen Metropole etablierte. Anders als die meisten Brau-Lokale dieser Welt ist das Level 33 ein schickes Restaurant mit anspruchsvoller Küche und einer tollen Weinkarte. Vor zehn Jahren kam mit dem ebenerdig gelegenen Café-Restaurant Erwin ein zweites Lokal hinzu. Insgesamt beschäftigt Bém rund 120 Mitarbeiter.

www.level33.com.sg

Im Gegensatz zu Europa, wo sich viele junge Menschen vor der Zukunft fürchten, herrscht in Singapur weitgehend Optimismus. Probleme sind dazu da, gelöst zu werden. Und auch persönlich blickt Bém hoffnungsfroh in die Zukunft: „Auch ohne dass ich mich täglich operativ einbringen muss, laufen beide Lokale mittlerweile hervorragend. Vielleicht finde ich für meinen immer noch vorhandenen Tatendrang bald ein weiteres Ventil. Ideen habe ich jedenfalls genug.“

Gastroblicke

Das Beste aus Getreide

Martin Kilga interpretierte in seinem Restaurant Paradoxon in Salzburg Klassiker der Fast-Food-Küche neu: und zwar gesund, nachhaltig und wohltuend.

Das multisensorisch vegane Dinner im Rahmen des eat & meet Festivals zeigte, wie vielseitig Getreide in der Küche sein kann. „Die Qualität und der ausgezeichnete Geschmack der Trumer-Bierspezialitäten ist bis über die Landesgrenzen hinaus bekannt.

Mit der neuen pflanzlichen Milchalternative SIGL Bio Hafer & Gerste ist dem Team aus Obertrum ein ganz besonderer Coup gelungen. Das Produkt verkörpert alle wesentlichen Faktoren, die für die Ernährung zukünftig eine Rolle spielen: Es ist regional, biologisch und am wichtigsten: Es schmeckt,“ so Martin Kilga, der einer der ersten Anwender des Produkts in der Gastronomie war.

Weg von bekannten Speisekreationen und hin zu einem wertschätzenden Umgang mit den heimischen Produkten wurde an diesem Abend Getreide in vielfältigster Form prä-

sentiert. „Schon seit 1601 stellt unser Familienunternehmen das Beste aus Getreide her. Wir machen uns für den Haferdrink unser Wissen zur Verarbeitung von Getreide zunutze und setzen damit ein wichtiges Zeichen im aufstrebenden Markt der pflanzenbasierten Milchalternativen. Damit zeigen wir, dass nicht nur große internationale Konzerne eine Chance haben, sondern ein regionales Produkt durch seine hohe Qualität begeistert. Wir sind überzeugt, dass wir pflanzliche Lebensmittel noch besser machen können,“ erklärte Seppi Sigl. ●

www.sigl.bio



● Martin Kilga, Restaurant Paradoxon, und Vitus Winkler, Haubenkoch Boutique Hotel Sonnhof, bei der gemeinsamen Verkostung des SIGL Bio Hafer & Gerste.



● Seppi Sigl, Trumer Privatbrauerei, und Martin Kilga, Restaurant Paradoxon, ganz im Zeichen des Getreides.



● An diesem Abend wurde Getreide in vielfältigster Form am Teller präsentiert. Ganz im Zeichen einer zukunftsfähigen Ernährungsweise.



Sigl Bio Hafer

Seit über 400 Jahren braut Trumer die besten Getränke aus Getreide. Nun auch den Bio-Haferdrink mit Gerstenmalz. Pur trinken, mit Kaffee, mit Kakao – und vor allem mit gutem Gewissen ist die Devise. Absolut umwelt- und ressourcenschonend mit Obertrumer Solarstrom hergestellt, ist es doch der Geschmack, der Ihre Gäste zur Wiederbestellung veranlasst. Perfekt für die Frühstückskarte à la carte und am Frühstücksbuffet in der Hotellerie.



Weil sie schmeckt.



Ein Produkt der Trumer Privatbrauerei.



sigl.bio

Künstliche Erdbeeren und kunstvolle Lippen

Lisa ist 22, Kosmetikerin, und bearbeitet heute Inas Wimpern. Ina, 42, will keinen Fake, nur ein kleines Upgrade. Ihre eigenen Wimpern werden nach oben gekräuselt und sollen dann bitte auch dort bleiben. Ina möchte rund um die Uhr hübsch klimpern, ohne dass jemand die Manipulation erkennt. ◆

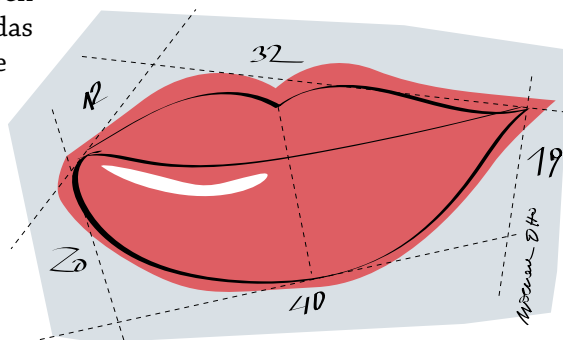
TEXT: MARTINA BUCHER // ILLUSTRATION: MICHAEL OTTO

Lisa ist da ganz anders gepolt. Sie erzählt Ina von ihrer kürzlich erfolgten Lippenunterspritzung. Für den Hyaluronschuss ist sie von Graz extra nach Wien getingelt. Alle ihre Freundinnen seien bei dieser Wiener Ärztin gewesen, die wahre Lippenkunstwerke erschaffen kann. Wären ihre Lider nicht verklebt – Ina hätte ungläubig die Augen aufgerissen: alle ihre Freundinnen?

Ja, sagt Lisa. In ihrem Umfeld haben sich alle die Lippen machen lassen, das gehöre heute einfach dazu. Zu Hause befragt Ina die 20-jährige Tochter einer Freundin. Die schüttelt lachend den Kopf und grunzt abfällig. In ihrem Freundeskreis seien dicke Lippen und falsche Nägel ein Abtörner. Auch aufgepumpte Riesenmuskeln, Haarimplantate oder kunstvoll gestylte Bärte scheinen in ihrer Gruppe nicht toll anzukommen. Ina klimpert nachdenklich mit ihren frisch gepimpten Wimpern. Was als attraktiv empfunden wird, scheint stark von Gruppe zu Gruppe und dann auch noch von Mensch zu Mensch zu variieren.

Selbstverständlich gibt es ein paar Faktoren, die im Großen und Ganzen weltweit als attraktiv betrachtet werden. Hier geht es im Allgemeinen um Proportionen, wie etwa das rechnerische Verhältnis von Taille zu Hüfte und Symmetrien. Dann gibt es noch ein paar detaillierte Erkenntnisse. Eines

aus dem Jahr 2013 besagt, dass sowohl bei homosexuellen Männern als auch bei heterosexuellen Frauen ein Dreitaigebart gut ankommt. An Frauen scheinen lange Haare ein Dauerbrenner zu sein. Humor als Attraktivitätssymbol gilt für alle. Wobei sich hierbei Männer und Frauen oft unterscheiden. Viele Frauen stehen auf Männer, die sie zum Lachen bringen, viele Männer stehen auf Frauen, die über ihre Witze lachen.



Das mit der Attraktivität ist so eine Sache, auch in kulinarischen Belangen. Alle, die in der Küche Kunst zaubern, legen Wert auf eine entsprechende Präsentation. Dazu gehören das einzigartige Geschirr, Besteck, Gläser, Deko und das Ambiente im Restaurant. Ein Rembrandt im stinkigen, schimmeli-gen Keller wirkt schließlich auch weniger beeindruckend als in perfekter Ausleuchtung im Rijksmuseum. Freunde der kunstvollen Küche wissen das auch zu schätzen. Hat man gerade Lust auf eine wilde Schlemmerei ist es andererseits auch völlig egal, wenn die Käse-

krainer neben einem Mistkübel voller Taubenschiss schnabuliert wird. Die knusprigen Käsekrümel und der verführerische Glanz sind Verlockung genug.

In Bezug auf die körperliche Attraktivität sind Plastik und Fake längst alltagstauglich. Nicht ganz wie in „Brust oder Keule“ mit Louis de Funès, aber Fake ist auch bei Lebensmitteln zu begegnen. Erdbeeryoghurts, die nie eine Beere gesehen haben, Honig und Kaffee, die mit Süßstoffen gestreckt werden (klingt nach Drogenmafia, nicht wahr!?), oder falsche Biozertifizierungen. Die Moral von der Geschichte? Gibt's keine. Moral hat nämlich nichts mit Attraktivität zu tun. Fake-Erdbeeryoghurt kann verführerisch schmecken, Lisa gefällt, was ihr gefällt, und Ina lässt ihre Lippen so, wie sie sind. Sie gibt das Geld lieber für ein paar tolle Würstelstand- und Restaurantbesuche aus und leckt sich – genussvoll mit den Wimpern klimpernd – über ihre natürlichen Lippen. Auch das kann attraktiv sein. ◆



Martina Bucher

ist Psychologin, klinische Sexologin und Kommunikationstrainerin. Mit ihren Texten verknüpft sie ihren Beruf mit ihrer Leidenschaft für Gastronomie. martina.bucher@lustundleben.at



Betrieb:

Name:

Strasse:

PLZ/Ort:

Tel:

E-Mail:

Bestellung bei: GASTROWERKSTATT, 1060 Wien, Mariahilfer Straße 113/15
 Fax: +43 (0)1 718 55 00 15 oder unter: willkommen@lustundleben.at // www.lustundleben.at/abonnements

Hausgemachte



DESSERTS

Gemütliches Zusammenkommen und die Zeit genießen.
Kaffeehausatmosphäre mit QimiQ neu interpretiert.



- ✓ Natürliches Sahneprodukt
- ✓ Bis zu 3-faches Aufschlagvolumen
- ✓ Nicht überschlagbar
- ✓ Alkohol- und säurestabil
- ✓ Emulgiert mit Öl, Butter, Fetten und anderen Flüssigkeiten
- ✓ Tiefkühlstabile Endprodukte möglich

