

Lust & Leben

Die Cheflektüre für Gastro und Hotellerie * Ausgabe 97 * September 2023

Österreichische Post AG | MZ 022034490 M | Gastrowerkstatt GmbH, Joannellgasse 10/11, 1060 Wien | € 8,50

A close-up photograph of a woman with dark hair, wearing a white ruffled blouse, kissing a man on the cheek. The man has light-colored hair and is smiling broadly. They are in a restaurant or cafe setting, with a large, dark, curved metal structure visible in the background.

**Bohohoho
HÖRST DU DEN
JUFEN RUFEN?**

BUDWEISER
Budvar

DER BEGLEITER FÜR IMPOSANTE
GESCHMACKSERLEBNISSE!



Dank des vollmundigen Körpers und der Balance zwischen Hopfenbittere und Malzaromatik, steht das Budweiser Budvar Original Lager für Pairings „auf Augenhöhe“, anstatt den Geschmackseindruck der Speisen zu verwässern oder zu überlagern. Na zdraví!



www.budweiser.at

Vorwort

AUSGABE #97 / SEPTEMBER 2023

Schwarz auf weiß

Der Griff zum Handy ist intuitiv. Auch ohne Klingeln oder Vibrieren. Die Telefonfunktion ist für viele User nur eine von vielen Funktionen.

Wieso sprechen, wenn man auch texten kann? Spielen und Video Schauen sind auch beliebte Anwendungen. Im vergangenen Jahrtausend haben sich die Gesichter der Fahrgäste in öffentlichen Verkehrsmitteln hinter Zeitungen, Magazinen und vereinzelt sogar Büchern verborgen. Heute beschäftigen sich fast alle mit ihrem Handy.

Dies ist kein Abgesang auf die gute alte Zeit. Und auch kein Jammern über die Gegenwart. Es ist eine Bestandsaufnahme, die uns als Journalisten zu denken gibt. Wir wollen unsere Leser auf hohem Niveau unterhalten und informieren. Auf welchem Vertriebskanal sie sich unsere Inhalte zu Gemüte führen, ist eigentlich zweitrangig. Seit Jahren gibt es Lust & Leben deshalb auch vollinhaltlich im Web, wo wir sogar ein bisschen mehr bieten als im Print: in unserem Podcasts kommen Branchengrößen in einer Länge zu Wort, die den Rahmen der Printausgabe sprengen würde.

Wieso also weiter Printausgaben machen, deren Produktion und Vertrieb mit immer höheren Kosten verbunden ist? Dass wir das schon immer so gemacht haben, ist kein ausreichender Grund. Wir sind davon überzeugt, dass das Lesevergnügen auf Papier anders und *besser* ist, als auf einem digitalen Endgerät. Vor allem, wenn es sich um längere Stories handelt, scheint uns ein gut gelayoutetes Magazin immer noch das Maß der Dinge zu sein.

Wir hoffen, dass Sie, werter Leser, das ähnlich sehen. Ein gut gemachtes Magazin zu lesen, informiert, unterhält und macht unsere Leser schöner. Wirklich. Darauf können Sie sich verlassen. Es steht hier schwarz auf weiß!

Viel Spaß beim Lesen!
Ihr Lust&Leben-Team



EVA BIRINGER
AUTORIN

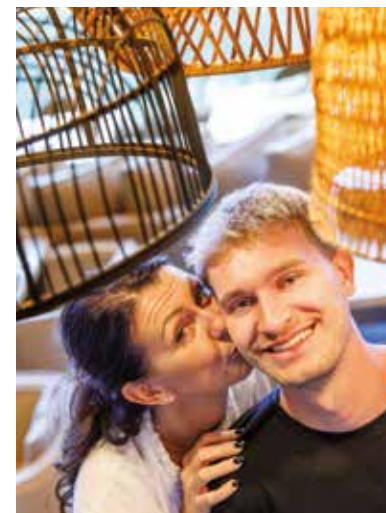
WOLFGANG
SCHEDELBERGER
CHEFREDAKTEUR

GÜNTHER GAPP
HERAUSGEBER

RAINER
FEHRINGER
FOTOGRAF

MICHAEL OTTO
GRAFIK

JÜRGEN
SCHMÜCKING
AUTOR



Unser Cover: Stefanie Rohrmoser und Sohn Benjamin / Jufenalm
Foto © Rainer Fehringer

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:
Martina Bucher, Lorenzo al Dino,
Günther Gapp, Jürgen Schmücking

Anzeigen: Günther Gapp
g.gapp@gastrowerkstatt.cc

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 Inside Branchennews

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

06 Musiktipps Take it or leave it

Die interessantesten Neuerscheinungen auf Vinyl. Lasst die Gäste tanzen!



08 Shop 'til you drop Radioheads

Analoge Empfangsgeräte erleben ein Revival. Es lebe der Rundfunk!

10 Im Fokus Investoren

Außer Spesen nichts gewesen. Nicht alle Gastroinvestitionen rechnen sich.



© RAINER FEHRINGER

18 Im Portrait Die Tankwarte

Franz und Hans Eitljörg zapfen in der Panoramaschenke um die Wette.

22 Service Bier aus Übersee

Der Importbiermarkt ist in Bewegung geraten. Alte und neue Marken beleben das Geschäft.



30 Portrait Toms Almhütte

Modernes Design und trendige Gerichte gehen gut zusammen.



38 Portrait Genialer Solist

Harald Irka kocht am Pfarrhof besser denn je.



42 Vanille Der Duft von Vanille

Sie ist das beliebteste Aroma bei Süßspeisen. Aber wo kommt sie eigentlich her?

50 Portrait Family Business

Das Hotel Jufenalp lockt mit Urban Chic und alpiner Traumkulisse.



© RAINER FEHRINGER



© JÜRGEN SCHMÜCKING

56 Reise Japaner in Paris

Die besten Japaner gibt es in Paris. Wir wissen, wieso.



© JÜRGEN SCHMÜCKING

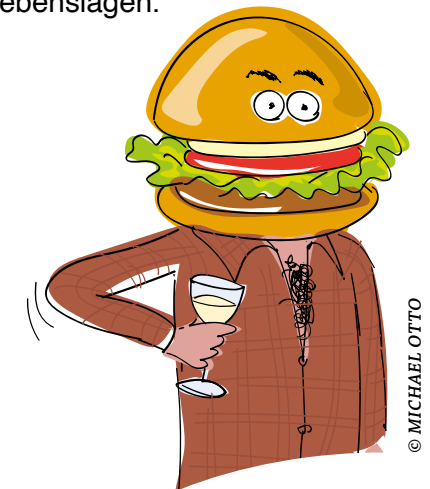
62 Reise Neue Heimat Singapur

Klaus Leopold bietet in Singapur das Beste an Österreichischer Gastlichkeit.



72 Lust&Liebe One Meal Stand

Mit einem Lächeln im Gesicht geht's einfach besser in allen Lebenslagen.



© MICHAEL OTTO

62 Workshop Sushi Academy

Joji Hattori ist Patron des Shiki und eröffnet jetzt eine Sushi-Akademie.

Sascha & Friends

Nah am Gast zu sein, ist für Hansjörg Frick und Sternekoch Sascha Kemmerer (re.), den kulinarischen Leiter im Travel Charme Iphen Hotel Kleinwalsertal, eine Herzensangelegenheit. Beim herbstlichen Walking-Dinner-Event „Sascha & Friends“ am 21. Oktober 2023 können die Gäste dem Sternekoch im Gourmetrestaurant Kilian Stuba nun noch tiefer ins Handwerk schauen und seine Gastköche begrüßen: Michael Gahleitner (Hotel Sacher, Salzburg) und Norman Beitz (Straubinger Grand Hotel, Bad Gastein). ●

www.travelcharme.com



© ELA ANGERER, © MARCEL DRABITS

Fine Dining Ende

Für das ganze Team Kelsen sei es wichtig, das Hohe Haus und die Besucher optimal zu betreuen. Daher sei schon im Sommer beschlossen, den Fokus auf den parlamentarischen Tagesbetrieb und Veranstaltungen zu legen. Das Restaurant wendet sich nun den Mittagsmenüs zu und interpretiert Klassiker der Wiener Wirtshausküche neu dazu. Abends können Gruppen ab 20 Personen das Restaurant buchen, teilt GF Thomas Hahn mit. So schaut's kulinarisch nun aus im Parlament. ● www.kelsen.at



Willkommen, Sebastian

Nach vier Jahren intensiver Arbeit mit Wein und der gehobenen französischen Fusionsküche ist Sommelier Sebastian Pfitzner zurück im **Shiki** und bereit, die Geschmacksknospen zu verzaubern. Als Restaurantfachmann 2009 gestartet und Stationen im Hotel Central in Sölden und bei La Pura in Gars am Kamp, war er bereits 2017 als Chef de Rang tätig. Ab 2018 arbeitete er im Restaurant Herzig, wo er die Ausbildung zum Diplom Sommelier absolvierte. Sebastians Motto lautet: „Wer die Wahrheit im Wein finden will, darf nicht nach dem ersten Glas aufgeben!“ ● www.shiki.at



© IRINA THALHAMMER

Café Azzurro vor dem Start

Das zweite Restaurant von Stephan Stahl gemeinsam mit Mara Feißt, die im Restaurant Kommod seit letztem Jahr Service und Weinkeller inne hat, geht im Oktober an den Start. Am Rand des Urban Loritz Platz entsteht ein neuer Raum der gastronomischen Gemütlichkeit mit Mittagstisch, Aperitivo und à la Carte Dinner. Die Küche wird die Produkte und Produzenten in den Mittelpunkt zu stellen. Die Weinkarte soll alles hergeben, was Spaß macht, bekannt oder unbekannt ist. ●

www.cafe-azzurro.at

Erste gute Schritte

Ein neues Gourmet-Trio macht in Wien die ersten Schritte. Chefkoch Alexandru Simon, Restaurantchef Andreas Rehrmbacher und Sommelier Max Populorum wollen noch viel öfter im prächtigen Stadtpalais besucht werden. Gemeinsam begeistern sie im Gourmetrestaurant Glasswing des Boutique-Hotels **The Amauris Vienna** mit ihrer exzellenten Kulinarik und dem perfekten Service. Bartender Max Wölle sorgt für den Spaß zwischendurch. Gelebte Gastfreundschaft, gehobene Kulinarik und Nachhaltigkeit werden hier großgeschrieben. ● www.theauris.com



Bleibt alles anders

Das **Lukas Izakaya** entwickelt sich künftig zu einer Event-Location mit individuellen Möglichkeiten für Feierlichkeiten aller Art. Das japanisch inspirierte Konzept und die einzigartige Atmosphäre des Lokals bleiben. „Wir wollen keine Revolution, sondern eine Evolution“, sagt Kienbauer. So bleiben erfolgreiche Formate wie Workshops und Kochkurse bestehen und werden mit individuell auf die Wünsche der Gäste zugeschnitten Events erweitert, egal ob unter der Woche oder am Wochenende. ●

www.lukas-izakaya.at



© MANFRED FESL

Das Hotelier-Gen

Ja, das ist eine bewusste Entscheidung aus Überzeugung“, lacht Gastgeberin Elisabeth Gürtler mit Blick auf das Geburtsjahr des stellvertretenden Hoteldirektors im **Alpin Resort Sacher**. David Oberlindober ist mit 25 Jahren Dank seinem Talent und seiner Leistung im Zuge eines Pflichtpraktikums seines Masterstudiums an der Luxury Hotel School Paris auch zur Freude von GM Anton Gustav Birnbaum in Seefeld angekommen. Mal sehen, wie weit es der Page auf der Wiese noch bringt. Chapeau! ●

www.seefeld.sacher.com



© PIA SCHORNER



© DAVID JOHANSSON



LUST & LEBEN ZUM HÖREN

Wir sprechen mit Menschen hinter den Magic Moments der Gastronomie und erzählen Geschichten. Unterhaltsam und unaufgeregt.

ZU GAST BEI LUST & LEBEN.

podcast.lustundleben.at

REIN HÖREN



Take it or leave it

Lust auf Musik



Von entspannenden Klängen bis hin zu energiegeladenen Beats ist diesmal in meiner Kolumne alles dabei, um eure musikalischen Vorlieben zu bedienen. Egal, ob ihr nach ruhiger Hintergrundmusik oder Songs für eine aufregenden Tanzparty sucht – hört euch die Alben an. ●

OPENZONE BAR Ocean 6AM

Der rumänische Produzent Openzone Bar präsentiert sein drittes Album „Ocean 6AM“. Dieses Album wurde im Sinne warmer und nostalgischen Wasserklangwelten geschaffen, inspiriert von den Geräuschen des Meeres und der Ozeane in den Morgenstunden. Es bewahrt die entspannten Beats und die Gelassenheit seiner früheren Alben, fügt jedoch gleichzeitig elektronische Vibes hinzu, insbesondere im Track „Aqua Velva“. Perfekt für entspannte Herbsttage. **Anspieltipps: Sunshine Lemon Drop, Closer To The Sand**

Izo Fitzroy A Good Woman

Izo FitzRoys drittes Album „A Good Woman“ erkundet das Leben als alleinstehende Frau, kämpft gegen Konventionen, ringt mit Depressionen und bietet eine vielseitige Mischung aus Soul, Gospel, Folk und Rock. Produziert von Oscar de Jong von Kraak & Smaak, ist es ein lebendiges und mitreißendes musikalisches Werk mit inspirierenden Texten. **Anspieltipps: Love And Affection, Chasing Days, Scra**

Lemongrass Mosaic

Ein Mosaik aus Klängen und kreativen Ideen formt das neue Lemongrass-Album „Mosaic“, bei dem Roland Voss seine musikalischen Tagebücher öffnete. Das Album bietet eine breite Palette von Instrumenten und Stilen, inspiriert von Erinnerungen, Büchern und Momenten der Meditation. Die Ergebnisse sind eine elegante Suite von Kompositionen, die den reifen, lebensbejahenden Stil von Lemongrass widerspiegeln. **Anspieltipps: Meet You In Budapest, Film Noir, Moulin Rouge**

Alex Cortiz Pensées Melodiques Vol.2

Zeitgenössische Klassik, elektronische Elemente, Neo-Jazz und auf dem Klavier basierter Downtempo, garniert mit klassischen Kaffeehaus-Beats. Entspannung pur! **Anspieltipps: Do Birds Smoke Pot, Nebulae Progressions, Silk Jamming**

Macgray Collapse

Der in Brüssel ansässige Produzent Macgray erzählt mit seinem Album „Collapse“ die Geschichte von lebenden Arten, Zivilisationen, Planeten und dem Universum – den Weg von der Schöpfung bis zur Nichtexistenz. „Collapse“ ist Macgrays bislang umfassendstes Werk, das eine fesselnde Mischung aus akustischen Instrumenten und Synthesizern mit symphonischer Dimension präsentiert. **Anspieltipps: Origins, Forest, Neon**

Various Artists Expression A9

Die Vielfalt der Künstler auf diesem Album sorgt dafür, dass jeder Track eine einzigartige Reise für sich ist. Von treibenden Rhythmen bis hin zu melancholischen Klängen bietet „Expression A9“ alles, was das Herz eines Techno-Liebhabers begehrt. Dieses Album ist ein Manifest für die Kraft der elektronischen Musik, die sie alle verbindet und bewegt. **Anspieltipps: Timelapse, Step, Episode**



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 Beach Club Formentera and Pure Ibiza Radio 97.2 FM.
www.lorenzoaldino.com

Das Bekenntnis eines DJs als Video:



Natürlich erfrischend.



Bio-Erfrischungsgetränke.
Keine Energy Drinks.



Schalt dein Radio ein



VINTAGE
AND OTHER THINGS
We rescue essential vintage pieces for a modern life.

Jahrzehntlang gab es in den Haushalten auf der ganzen Welt einen Schatz, der Familien in ihrem Alltag verband. Dieses kleine Gerät war mehr als eine einfache Maschine, die Geräusche übertrug. Durch seine Wellen transportierte es die Menschen in unbekannte Welten und tauchte sie in Melodien ein, die für immer in Erinnerung bleiben werden.

Erinnerst du dich an dein erstes Radio? Bis vor nur 20 Jahren war es ein gemeinsamer Übergangsrhythmus in der Jugend eines Jeden. Heute, in einer Welt, die von digitalen Plattformen dominiert wird, ist dieses Elektrogerät in Vergessenheit geraten. Doch sein Erbe lebt weiter, und seine Verwendung ist zu einer nostalgischen Geste geworden, die uns verbindet, ganz gleich zu welcher Generation wir gehören. ●

TEXT & FOTOS: ARANTXA BELMAR

1 Sanyo Pocket Radio

Dieses außergewöhnlich seltene Taschenradio ist heute fast ausschließlich in Radiomuseen zu finden und ein wahres Juwel aus der Space Age Ära. Das Modell 10F-803 wurde von Sanyo Electric Co. Ltd. hergestellt und stammt aus Japan aus dem Jahr 1968.

2 Philips Twist

Modell 90RL150/22R. Für Mittelwelle und UKW (FM) mit Tragegurt und Kopfhöreranschluss. Hergestellt von Philips in Hongkong zwischen 1975 und 1976. Wir wissen, dass der erste Besitzer dieses Radios es am 12. September 1978 in Hollabrunn für 440 Schilling gekauft hat. Und warum wissen wir das? Nun, weil die Kaufrechnung immer noch unversehrt in der Schachtel lag.

3 ITT Schaub-Lorenz Junior

Wunderschönes tragbares Radio. Entworfen und hergestellt in Deutschland für ITTs Junior-Linie. Es erschien erstmals im Katalog von 1975/1976. Leicht und handlich, die Antenne kann in das Gerät selbst eingeschoben werden, genauso wie der Tragegriff. Batterien oder ein Netzstecker konnten auch verwendet werden.

4 Mini Radio Emperor

Ein kleines Reisegerät oder ‚Taschengert‘ aus den 70er Jahren, hergestellt in Hongkong. Sein kompaktes Design, etwa in der Größe einer Zigarettschachtel, ist keineswegs zufällig. Da Männer damals keine Handtaschen trugen, war es unerlässlich, dass solche Geräte in ihre Hosentaschen passten.

5 Grundig Music Boy 60

Hergestellt in Deutschland zwischen 1983 und 1985. Mit Kurz-, Mittel- und UKW-Band. In einem eleganten Grauton gestaltet, erinnert sein Design an die Filme über New Yorker Yuppies. Ein ausgesprochen maskulines Design, das verdeutlicht, dass die Büros der 80er Jahre von Testosteron geprägt waren. Erinnerst du dich an ‚Wall Street‘ von Oliver Stone? Schulterpolster, Haargel, Zigarrenrauch und viele Ambitionen.

3



4



5



1



11.–15. NOV

MESSEZENTRUM SALZBURG

2023

@gastmesse

@Alles für den Gast

GASTMESSE.AT



53. INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR GASTRONOMIE UND HOTELIERIE

ALLES FÜR DEN

GAST

Built by **RX** In the business of building businesses

Ein ganz normales Geschäft?

Die einen verdienen sich eine goldene Nase, die anderen schlittern in die Pleite. In keiner anderen Branche liegen Erfolg und Misserfolg von Investitionen so nahe beieinander, wie in der Gastronomie. Worauf kommt es an, damit sich Gastro-Investments tatsächlich rechnen? ●

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



● So macht man's: Das Wiener Fabios brummt seit über 20 Jahren erfolgreich.

● So macht man's nicht: Trotz bester Lage und Millioneninvestitionen scheiterte das Graben 30 nach kurzer Zeit.

So ist das mit dem lieben Geld: Die Einen haben es und jammern. Die Anderen brauchen es und jammern. Die Jungen und Tatkräftigen benötigen es dringend, um ihren unternehmerischen Traum umzusetzen. Die Anderen – zu meist schon etwas älter und in anderen Branchen erfolgreich – klagen darüber, dass sie auf der Bank keine Zinsen bekommen und das Geschäft mit Aktien sehr unsicher geworden ist. Sie wollen ihr Geld alternativ investieren. Weil die Banken bei neuen Gastronomie-Projekten sehr zurückhaltend sind, scheinen Partnerschaften zwischen Gastronomen und privaten Investoren für beide Seite sehr attraktiv. Manchmal gehen solche Deals gut, oft aber auch nicht. Wir fragen uns: Wieso?

Ein Kenner der Szene, der namentlich nicht genannt werden will, hat derartige Investments immer wieder begleitet und erklärt das grundlegende Problem von branchenfremden Investoren wie folgt: „Die Gastronomie ist ein ‚Peoples-Business‘. Fast alle

Es geht um Menschen, nicht um Konzepte.

Restaurants, die dauerhaft erfolgreich sind, haben zufriedene Mitarbeiter, die lange im Team bleiben. Bei praktisch allen gescheiterten Unternehmen, wird sehr viel Geld in die Einrichtung investiert. Die Mitarbeiter werden lediglich als Kostenfaktor betrachtet. Da ist ein Scheitern schon vorprogrammiert.“

Spektakuläre Pleiten in Top-Lagen

Am Standort wird es nicht gelegen haben. Seit 2014 betreiben die Brüder Hans und Thomas Figlmüller am Luggeck ihr gleichnamiges Restaurant. Sie kennen die Stadt und haben von Kindheit an gelernt, wie Gastronomie geht. Zuvor haben dort Investoren aus dem Nahen Osten ein Franchise-Konzept der legendären Buddha Bar aus Paris probiert. Das im Frühjahr 2008 eröffnete „Little Buddha“ war spektakulär: ein fünf Meter hoher Buddha beim

Empfang, eine protzige Sushi-Bar im ersten Stock, ein überteuertes ebenerdiges Restaurant und ein cooler Club im Keller. Nach einem Monat der Neugierde, wo jeder das in allen Medien gehypte Lokal besucht hatte, ließ der Zuspruch nach. Dann war es fast leer. Dann zu. Das Wiener Millionengrab wird die offensichtlich steinreichen arabischen Investoren wohl nicht in den Ruin getrieben haben. Für Mitarbeiter und Lieferanten, die auf offenen Forderungen sitzen bleiben, sind solche gastronomischen Sternschnuppen wesentlich schmerzhafter.

Ähnlich spektakulär war 2016 die Eröffnung des Graben 30 an eben dieser Adresse. Ein Luxusrestaurant samt schicker Bar im ersten Stock, dazu ein trendiges Café mit Gastgarten. Als Eigentümer fungierte eine nicht näher genannte kroatische Investorengruppe. Das Café funktionierte passabel, die Bar und das Restaurant eher mittelprechtig. Schon nach ein paar Monaten kam es zu einem Wechsel in der Geschäftsführung, dann zu Streitigkeiten vor Ge-



Beste Lage und internationale Luxusküche – so lautete das Konzept im Tuya. Jetzt hat es wieder geschlossen. ●

● Maki mit Blattgold sollte Luxus vermitteln. Die Wiener wollten das nicht. Also sperrte das Aï bald wieder zu.



richt. Binnen Jahresfrist war das Graben 30 Geschichte, 2018 eröffnete ein neues Lokal mit gleichem Konzept und anderem Namen: LAV. Auf die pompöse Eröffnung mit viel Prominenz folgte rasch der neuerliche Absturz. Nach weniger als einem Jahr war das LAV ebenfalls Geschichte. Heute werden an der Adresse Graben 30 teure Fleischladerln der US-Burgerkette Five Guys gebraten. Von Luxus keine Spur mehr, aber bis jetzt scheint das Upscale-Fastfood-Konzept zu funktionieren.

Prunk und Sushi samt einer panasiatischen Kulinarik-Linie war das Konzept, mit dem das libanesische Unternehmen Kamp Catering ihr Glück in der Seitzergasse im Goldenen Quartier versuchte. In Beirut sei man höchst erfolgreich hieß es, auch am Persischen Golf und in Saudi Arabien wäre man ein Top-Player. Jetzt wolle man mit „Aï“ erstmals in Mitteleuropa Fuß fassen, erklärte Mark Khalifé bei der Eröffnung im Sommer 2017. Als zweiten Küchenchef hatte man neben dem Neuseelän-

Nicht jeder Investor will Geld verdienen. Manche wollen Gutes tun.

der Samuel Wilkes mit Sören Herzigen langjährigen Sous-Chef von Juan Amador engagiert. Sehr teuer, sehr exklusiv und einzigartig in Wien, so lautete die Botschaft. Wo sonst bekäme man Kaviar-Maki mit Blattgold? Sinnentleerte Dekadenz? Ganz offensichtlich, denn nach einem halben Jahr war auch hier Schluss. Der italienische Stararchitekt Matteo Thun hat den schwülstigen Prunk aus dem Nahen Osten entfernt und mit eleganter Leichtigkeit eine Bar Campari geschaffen, die Peter Frieese seit 2019 an diesem Standort erfolgreich managt.

Erstaunlich lang hat sich das Tuya in der Jasomirgottstraße gleich neben dem Stephansdom gehalten – vom Sommer 2019 bis Sommer 2023. Viel Prunk, internationale Luxusprodukte

und ausländische Investoren waren der gleiche Mix, wie bei Little Buddha, Graben 30 und Aï. Beim KSV ist bis dato keine Insolvenz gemeldet, das Unternehmen ist also nicht im landläufigen Sinn des Wortes „pleite“. Der Betrieb ist zu Redaktionsschluss allerdings geschlossen – angeblich nur vorübergehend. Wann, beziehungsweise wie es dort weiter geht, steht in den Sternen.

Geld verdienen ist nicht alles

Es gibt auch Investments, die sich gar nicht rechnen müssen. Mitunter fällt da das böse Wort „Geldwäsche“, aber dubiose internationale Investments sind nicht zwingend illegal. Gerade am Golf gibt es einige sehr reiche Menschen, die ein geschäftliches Standbein in Österreich suchen. Ein nobles Restaurant in bester Citylage scheint da oft attraktiv. Ob sie damit auch Geld verdienen, ist dann zweitrangig. Manchmal geht es einfach darum, eine Immobilie aufzuwerten. Wenn der Gesamtwert einer Liegenschaft innerhalb von ein paar Jahren um ein paar Millionen steigt, ha-



● Hans Kilger ist einer der größten Gastro-Investoren des Landes. Hier genießt er den Steirischen Herbst am Jaglhof.

ben die wenigsten Investoren ein Problem damit, zuvor ein prestigeträchtiges Restaurant finanziert zu haben. Eine ähnliche Strategie verfolgen auch manche Luxushotels. Wenn das kleine, hoch bewertete Gourmet-Restaurant Verlust macht, stört das die Betreiber nicht, solange er dadurch zusätzlich Geld mit den Zimmern verdient.

Es gibt auch altruistische Investoren, die mit ihrem Geld etwas „Gutes“ tun wollen. Christian Halper hatte in den 2000er-Jahren als legendärer Mitbegründer von Superfund sehr viel Geld verdient. Nach der Devise „Irgendwann ist es genug“ verkaufte er 2011 seine Anteile an den Co-Gründer Christian Baha und wurde Privatier. Mit einem (kleinen) Teil seines Vermögens wollte Halper das erste wirklich gute vegetarische Restaurant der Stadt auf den Weg bringen. So eröffnete er 2011 zunächst das Tian und ein paar Jahre später das Tian Bistro am Spittelberg.

Auch der „Werbe- und Kaufhauskönig“ Hans Schmid dürfte bei der Über-

nahme des Pfarrwirts in Wien Döbling nicht primär von der Idee getrieben worden sein, mit diesem Investment möglichst rasch möglichst viel Geld zu verdienen. Der Münchner Hans Kilger investierte nicht nur in Weingüter und Hotels (Ratschen) sondern auch in Restaurants (Jaglhof, Schloss Gamlitz, Loarmoar). Auch wenn er beim Betrieb seines Mini-Lokals Krawall-Bar am Wiener Naschmarkt keine glückliche Hand bewies – dort eröffnete vor wenigen Tagen Mino Zaccharia das Pizza-Lokal „A Bacio“ – zeigt sich Kilger mit der Entwicklung seiner Genusswelten sehr zufrieden.

Österreichs größter Gastro-Investor war zweifellos Red Bull Gründer Dietrich Mateschitz, der 2003 das spektakuläre Ikarus im Salzburger Hangar-7 ins Leben rief, sondern in den Folgejahren auch zahlreiche „Bilderbuchbetriebe“ in Salzburg-Land und der Steiermark



Zeit für Frische

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

Frische bringt's.



Die spektakulärste Gastronomie-Location des Landes steht in Salzburg: Hangar 7 mit Restaurant Ikarus.

aufwändig sanierte und mit Top-Leuten besetzte. Ein „Red Bull“-Lokal ist schöner als das andere.

Die zuletzt genannten Investoren sind (beziehungsweise waren) mit ihren Engagements durchaus zufrieden, auch wenn sie mit ihnen nicht das große Geld verdienten. Strenge Rechner sind sie nur insofern, als dass der operative Betrieb profitabel sein soll, damit sie auch über ihr Engagement hinaus bestehen bleiben.

Spannungsverhältnis Gastronom vs. Investor

Als Paradebeispiel für ein gelungenes Gastro-Investment wird immer wieder das Fabios genannt. Fabio Giacobello hatte sich zuvor in der Cantinetta Antinori, dem A Tavola und dem Novelli einen Namen gemacht, bevor er 2002 daran ging, sein eigenes Restaurant zu eröffnen. Das Ersparte reichte dafür nicht aus, also sprach er mit einigen seiner Stammgäste, unter denen sich wohlhabende Wirtschaftskapitäne und Banker befanden. So konnte er

Ein gutes Verhältnis zum Investor ist Goldes Wert.

MAX STIEGL

mit einer relativ hohen Eigenkapitalquote starten und hatte auch potente Mitstreiter im Boot, denen sein Erfolg am Herzen lag. Der große Unterschied zu vielen gescheiterten Gastro-Investments war, dass Giacobellos Geldgeber nicht in ein Projekt, sondern in einen Menschen und seine Idee investiert hatten. Das hat sich für alle Beteiligten rentiert.

Nicht ganz so gut lief es zwischen dem Bautycoon Hans-Peter Haselsteiner und Spitzenkoch Mario Bernatovic mit dem Kussmaul am Wiener Spittelberg. Wie viel genau, werden wir wohl nie erfahren, aber es war doch eine substantielle Summe, die zunächst in die Renovierung und dann in die Einrichtung flossen. Es schien sich zu lohnen, denn es entstand wohl eines der



Christian Halper ist überzeugter Vegetarier. Also investierte er einen Teil seines Vermögens in vegetarische Restaurants.

schönsten Lokale der Stadt. Bernatovic entwickelte das kulinarische Konzept und agierte von der Eröffnung im Sommer 2014 bis 2016 als Küchenchef und Restaurantleiter in Personalunion.

Dann kam es zu Auffassungsunterschieden und Bernatovic verließ das Unternehmen. Den Namen Kussmaul, den er eingebracht hatte, nahm er gleich mit, um in der Bäckerstraße neu aufzusperren. Kein Problem, dachten sich Hans-Peter Haselsteiner und seine Frau Helena Ramsbacher: Nennen wir es einfach „Das Spittelberg“. Mit Harry Brunner war auch bald ein gestandener 3-Haubenkoch gefunden, alles schien doch noch gut zu werden. Aus heiterem Himmel (zumindest für Außenstehende) platzte im Frühling 2022 die Bombe: Brunner muss gehen, Max Stiegl vom burgenländischen Gut Purbach übernimmt das Spittelberg mit einem trendigen Balkan-Konzept namens Stanko und Tito. Eröffnung war im Oktober 2022, zugesperrt wurde im April 2023. Wie es dort weiter geht, steht momentan in den Sternen. Schlaflose Nächte dürften die Haselsteiners des-

halb dennoch nicht haben. Sie sind bei anderen und größeren Gastronomie- und Hotelprojekten (Knappenhof auf der Rax, Lemongarden auf Brač, Schloss Seefels am Wörther See) engagiert, die dem Vernehmen nach, sehr gut laufen.

Und Max Stiegl? Er blickt ohne Groll auf sein Wirken am Knappenhof und am Spittelberg zurück: „Ich wollte mir und anderen etwas beweisen. Außerdem haben mich die kulinarischen Konzepte wirklich gereizt. Doch dann musste ich erkennen, wie schwierig es ist, an drei verschiedenen Orten gleichzeitig zu sein. Bei uns im Burgenland sagt man: Wenn du mehrere Hasen gleichzeitig jagst, fängst du keinen.“



Bei uns im Burgenland sagt man: Wenn du zwei Hasen gleichzeitig jagst, fängst du keinen.

MAX STIEGL, GUT PURBACH

Stiegl kann allerdings auch über eine viele Jahre lang andauernde, sehr erfolgreiche Beziehung mit einem Investor berichten: „Mir hat Dr. Hans Bichler vor 17 Jahren den Schritt in die Selbstständigkeit ermöglicht, in dem er mir das Gut Purbach günstig verpachtet hat. Er war nicht nur Eigentümer, sondern auch eine Art Mentor für mich. Wir haben viel miteinander erlebt und sind trotz aller persönlichen Sympathien per Sie geblieben“, erinnert sich Stiegl. Nachdem Hans Bichler Anfang 2021 verstorben ist, konnte Stiegl das Gut Purbach (samt dem dazugehörigen Weingut) aus der Erbmasse erstehen. Die Hausbank war dabei. Klar, auch Banken tun sich leichter, ein Unterneh-

men zu finanzieren, das sie 17 Jahren kennen, als Geld für den Traum eines noch unerprobten, jungen Gastronomen bereit zu stellen.

Fazit

Wer in ein Lokal investiert und meint, Koch oder Patron wären austauschbar, scheitert fast immer. Das Gleiche gilt für Investoren, die sich laufend ins operative Geschäft einmischen und das Wirken des Gastronomen permanent in Frage stellen. Gibt es keinen „Patron“, der nach außen wie nach innen die unumstrittene Führung überhat, wird es schwierig. ●



Alles neu bei Wedl

Wir schreiben die Erfolgsgeschichte weiter.

Wir haben unseren Markenauftritt komplett neugestaltet – für eine erfolgreiche gemeinsame Zukunft. Entdecken Sie unseren erfrischenden neuen Look: vom Logo über das gesamte Design bis hin zum Flugblatt.



Gastronomie

Aus der Wechselzone

Zusätzlich zu Jack Daniel's landen mit 1. Jänner 2024 folgende Brands bei Liquid Spirits: Diplomático Rum, Gin Mare, Woodford Reserve, Benriach, The GlenDronach, Glenglassaugh, Herradura, El Jimador, Fords Gin und Chambord. Seit 2021 setzt Jägermeister auf die Expertise des Teams rund um Oliver Dombrowski. ●



Frische beflügelt

Von 180 auf 288 Millionen Euro ist der Umsatz 2022 gewachsen. Diese Dynamik hat sich auch im 1. Quartal 2023 mit einem Umsatzplus von 31 Prozent fortgesetzt. Nun wird kräftig investiert und 100 neue Mitarbeiter aufgenommen. Ein Erfolgsbericht von Kröswang, nachzulesen bei uns. ●



Nummer 6

2022 machte Bacardi mit seinen innovativen Tails Cocktails auf sich aufmerksam. Nun folgt dem fünfteiligen Cocktail-Portfolio eine fruchtige Neuheit: Raspberry Cosmopolitan. Für alle Bars, die ohne Profis auskommen müssen, aber ihren Gästen saubere Cocktails anbieten wollen. ●



100.000 Euro liegen im Topf

Der #savethenight Fund von Jägermeister und dem legendären Londoner Club fabric startet wieder durch! Bis 30. November können geniale Party-Ideen eingeschickt werden. Mit dem Ziel, das Nachtleben in den Bereichen Nachhaltigkeit, Diversität und Sicherheit zu verbessern, wird nach innovativen Ideen aus aller Welt gesucht. Ob verrückter Tanzfloor oder wilde Nachtaktionen – hier wird kräftig in Partyträume investiert, um gemeinsam die Nacht zu rocken. Also reicht eure Ideen ein, meldet euch! ●



Blaubrause



Es ist der Startschuss für eine prickelnde Premiere, mit denen die Kamptaler Winzerin Christina Hugl und Bernhard Ernst, Weinbauer aus dem Mittelburgenland, aufhorchen lassen: „Blaubrause“ – Blaufränkisch Pet Nat. Wer für die ersten Abfüllung leider keine Bestellung gemacht hat, sollte sich beim Schaumweinkontor, Sommelier Oliver Fischer für die neue Abfüllung anmelden. Echt! Weil großer Trinkspaß mit feiner Frucht und Mineralität immer Saison hat, wenn man die richtigen Gäste hat. Derzeit reift im Keller ein Blaufränkisch Sekt Große Reserve mit 36 Monate langer Hefelagerung heran. Ein Schaumwein mit Rosé-Champagner-Stilistik und mit großem Lagerpotential. ●



Super Natural Kitchen

Als aktives Mitglied der „Biohacking“ Bewegung geht Heiner Raschhofer mit seiner Gastronomie-Marke „my Indigo“ in die nächste Vorreiter-Rolle beim Essen & Trinken. Er ist der Überzeugung, dass die richtige Ernährung einen positiven Effekt für Körper und Geist hat und damit der nötige „Natural Boost“ für ein aktives, gesundes und bewusstes Leben erzeugt werden kann. Daher stehen noch konsequenter wie bisher die individuellen Ernährungsweisen, wie eine ketogene, paleo, basische, low carb, high protein, glutenfreie, laktosefreie, vegetarische oder vegane Ernährung auf der Speisekarte. Gesunde Ernährung kann so einfach sein ... my Indigo! Boho-Lifestyle, Dave Asprey und Human Enhancement. Gut so. ●



Bio & Fairtrade



Die Sorten „Belvedere Blend“, „Gloriette Gold“ und „Danube Delight“ aus der Linie „The Originals“ sind nun doppelt zertifiziert: Bio und Fairtrade. Die Bio-Zertifizierung garantiert, dass jede Kaffeebohne einen verantwortungsvollen, biologischen Anbau- und Produktionsprozess durchläuft. Die Fairtrade-Zertifizierung steht für Mindestpreise und zusätzliche Prämien, die an die Kaffee-Kooperativen in den Ursprungsländern ausbezahlt werden. Christina Meinel führt das Unternehmen in eine sichere transparente und nachhaltige Zukunft. Eine gute Kaffeegeschichte für ihre Gäste. ●



Ein Ausflug in der Stadt

Wien hat viele Gesichter. Ein besonders sympathisches Antlitz zeigt die Stadt gleich neben dem Filmteich im Kurpark Oberlaa. Die Familie Eitljörg betreibt hier mit der Panoramaschenke ein kleines Gastro-Universum, das mit inneren Werten überzeugt. ♦

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER



Die Stadt ist doch größer als man auch als gebürtiger Wiener gemeinhin glaubt. So habe ich vom malerischen Filmteich im Kurpark Oberlaa ich bis jetzt noch nie gehört. Dabei wurde sogar eine eigene Straße nach ihm benannt. Fährt man diese bis zum Ende, landet man direkt bei der Panoramaschenke. Der ursprüngliche Ausblick bis Rax und Schneeberg, der 1974 zur Eröffnung der Wiener Internationalen Gartenschau wohl spektakulär gewesen sein muss, ist mittlerweile zugewachsen. Der Name ist jedoch geblieben. Seit 1986 trägt die Panoramaschenke stolz den Beinamen Eitljörg.

Damals haben Alfred und Renate Eitljörg den Betrieb übernommen. Ein Jahr später folgte mit Hans der erste Sohn, 1991 mit Franz der zweite. Heute arbeiten alle vier gemeinsam in ihrem Familienbetrieb. Meine Frage nach der Rollenaufteilung stößt zunächst auf Erstaunen. „Wir sind eine Familie. Alle machen alles“, ist die erste Reaktion von Hans. Bruder Franz beginnt zu erläutern: „Wir haben sieben Tage in der Woche durchgehend geöffnet. Das Fleisch zerlegen und verarbeiten wir im Haus. Schließlich ist der Papa gelernter Fleischer. Außerdem gibt es noch die Bäckerei, in der wir Brot und Mehlspeisen selbst produzieren. In der Küche ist also immer etwas los. Und dann haben wir ja noch das Hotel.“

♦ Jetzt wird vom Tank gezapft: Hans und Franz lassen es sich schmecken



♦ Alfred und Renate Eitljörg mit ihren Söhnen

Nicht zu vergessen: Es gibt auch das Ristorante Don Alfredo, das am Schwannensee liegt. Der ist als Nachbargewässer des Filmteichs nur unwesentlich größer, auch wenn er stolz die Bezeichnung See trägt. Kurzum: Es gibt viele Verantwortungsbereiche, die es gemeinsam zu managen gilt. Weil alle am gleichen Strick ziehen und alle Interna bestens kennen, greift innerfamiliär ein Rad ins andere. Nur wenn größere Investitionen anstehen, tagt der Familienrat formell. Hier gilt mittlerweile das Einstimmigkeitsprinzip, weil solche Entscheidungen in die Zukunft vor allem die nächste Generation betreffen. Die neue Bar mit Biertanks von Budweiser war so eine Entscheidung.

Innere Werte statt schicker Oberflächlichkeit

Wenn heute ein Gastronomie-Betrieb aufsperrt, wird viel über Konzepte und Zielgruppen gesprochen. Auch die Architektur und das Interieur Design ist wichtig. Mit schicker Optik und trendigen Gerichten – Pizza, Burger, Pulled Pork, Poke Bowls – will man ein junges Publikum ansprechen. Ganz wichtig ist natürlich auch der Online-Auftritt und eine hyperaktive Social Media Präsenz. Manchmal funktionieren derartige Trendlokale eine Zeit lang, manchmal auch nicht.

Ristorante Don Alfredo

Gleichzeitig mit der Panormaschenke wurde 1974 im Kurpark Oberlaa ein Wienerwald-Restaurant eröffnet. Was heute kaum noch jemand weiß: Wienerwald war die erste große Restaurant-Kette Europas und daher extrem angesagt. Der Oberösterreicher Friedrich Jahn hatte sich in den 1950er Jahren vom einfachen Kellner zum erfolgreichsten Gastronomen Europas hochgearbeitet. 1978 gab es allein im deutschsprachigen Raum 700 Wienerwald Restaurants, weltweit waren es damals über 1.600! Auf den sensationellen Höhenflug folgte allerdings ein spektakulärer Fall. 1982 erfolgte der Konkurs in Deutschland, zu dem auch Branchenfremde Engagements (Reisebüros, Immobiliengesellschaften, etc.) beigetragen hatten. 2002 schlitterte auch die österreichische Tochter in die Insolvenz. Bei der Suche nach einer Nachfolge für die Niederlassung im Kurpark Oberlaa haben sich die Eitljörgs beworben und nach einem Umbau ein italienisches Ristorante eröffnet. „Wir haben mit der Panoramaschenke mehr als genug zu tun gehabt. Aber wir wollten nicht, dass sich hier ein ähnlich positioniertes Lokal niederlässt. Wir haben dort deshalb ein italienisches Restaurant eröffnet. Im Don Alfredo wird die gesamte Bandbreite der italienischen Genussskultur geboten – von Pasta und Pizza bis zu klassischen Fisch- und Fleischgerichten“, berichtet Alfred Eitljörg.

Zapfenstreich



Die neu gestaltete Bar mit Infos zur aktuellen „Tanklage“



Von Anfang an das Maß aller Dinge: Budweiser vom Fass.



Schlafen in grüner Ruhelage

Oberhalb der Panoramaschenke befinden sich die 26 Zimmer des 4-Sterne Hotels Eitljörg. Gleich daneben bietet man mit der Pension am Kurpark weitere elf Zimmer an. Es gilt also Nacht für Nacht insgesamt 37 Zimmer zu vermieten. Wie geht das an einer derart abgelegenen Lage?

Die Antwort ist recht simpel. Nicht jeder Geschäftstermin findet in der Innenstadt statt. So liegt etwa die Zentrale des Bauriesens Porr keine zwei Kilometer von der Panoramaschenke entfernt. Auch zahlreiche andere Unternehmen befinden sich weniger als zehn Autominuten entfernt. Es sind vor allem Stammgäste, die geschäftlich in diesem Teil Wiens zu tun haben. Sie schätzen die absolute Ruhe, die hier nachts herrscht genauso wie die hervorragende Küche des Hauses. An den Wochenenden ist die Buchungslage etwas niedriger, aber über Booking.com finden auch regelmäßig internationale Touristen den Weg auf den Laaerberg. Schließlich will nicht jeder Wien-Besucher mitten in der Stadt wohnen. Der Kurpark Oberlaa ist ein traumhaftes Naherholungsgebiet, das unmittelbar vor der Haustür liegt. Bis zum Verteilerkreis Favoriten braucht man mit dem Auto fünf Minuten und auch öffentlich ist das Hotel leichter zu erreichen, als man zunächst glaubt. Die Bushaltestelle des 68A, der zur U1-Station Reumannplatz fährt, liegt vor der Haustür.

Betritt man die Panoramaschenke, umweht einen hingegen ein gewisser Retrocharme. Die Einrichtung ist durchaus gepflegt, stammt aber ganz offensichtlich aus einer anderen Zeit. Auch das Speiseangebot ist sehr traditionell gehalten. Gerade einmal vier vegetarische (aber nicht vegane) Gerichte findet man auf der Speisekarte. Dafür aber viel Gebackenes und Gegrilltes. Hausgemachte Würste, Schweinsbraten und Wiener Schnitzel sind die Renner. Und wenn es, wie bei unserem Besuch, Reisfleisch mit Salat als Mittagmenü gibt, sind alle Gäste glücklich. Der Köder muss eben dem Fisch schmecken, nicht irgendwelchen Influencern, die uns virtuell die Welt der Gastronomie erklären wollen. Dennoch stellt sich die Frage: Wie füllt man

Am Nachmittag beginnt auch das Bier so richtig zu fließen.

HANS EITLJÖRG

schon zu Mittag ein derart großes Lokal an so einem abgelegenen Ort? „Unter der Woche sind es vor allem Firmenkunden, die ihre Mittagspause nutzen, um bei uns ein ordentliches Menü zu essen – also frisch gekocht statt TK-Convenience oder Dosenware. Außerdem leben viele Pensionisten in der Gegend, für die das Mittagessen die wichtigste Mahlzeit des Tages ist. Im Gegensatz zu den Berufstätigen haben sie deutlich mehr Zeit und bleiben zumeist noch auf einen Kaffee. Andere kommen später zu Kaffee und Kuchen. Jünger wird das Publikum ab dem späteren Nachmittag. Da beginnt dann auch das Bier so richtig zu fließen, erklärt Hans. Jahrzehnte lang war dies ein Budweiser vom Fass, seit 5. September kommt es direkt aus dem Tank.

Schenke wird zur Tankstelle

Trotz eines attraktiven Weinangebots ist und bleibt Bier das wichtigste Getränk der Panoramaschenke. Von Anfang an ist das ein Budweiser vom Fass. Besonders gut schmeckt es den Gästen zur warmen Jahreszeit im riesigen Gastgarten, aber Durst haben die Gäste natürlich das ganze Jahr. An den Werktagen geht es noch vergleichsweise ruhig zur Sache. Doch am Wochenende platzt das riesige Gasthaus aus allen Nähten. „Wir sind eben ein Ausflugslokal, wo Familien nach einem Spaziergang durch den Kurpark einkehren. Auch Familienfeste und andere Feierlichkeiten finden in der Regel am Wochenende statt. Da sollte man schon reservieren, aber das wissen unsere Stammgäste natürlich“, erklärt Franz.

Über den Sommer wurde die zentrale Bar neugestaltet und direkt dahinter ein Lager für Biertanks installiert.

Nach dem Praterwirt im zweiten Bezirk ist dies erst die zweite Tankanlage von Budweiser in Österreich. Weil das Bier immer frisch ist – wöchentlich bringt ein Tankwagen Nachschub aus Budweis – kann es unpasteurisiert und ohne Kohlensäurezusatz ausgeschenkt werden. Kurzum: es schmeckt einfach noch besser!

„Wir waren schon immer für unsere hohe Bierkultur bekannt. Diese Kompetenz wollten wir Zuge des Umbaus der Bar weiter ausbauen. Die Tanks hinter der Glasfront sind zwar einsehbar, aber wir verzichten darauf, das bei Tisch groß zu bewerben. Lediglich ein kleine Schiefertafel zeigt an, wann der aktuelle Tank angezapft wurde“, erklärt Hans. Vom Fass wird allerdings weiterhin gezapft. Das dunkle Grieskirchner, das gemeinsam mit dem Budweiser das allseits beliebte Mischbier ergibt, wird weiterhin im Fass geliefert. Sportler lieben den Panoramaschenke-Radler,

der aus Budweiser und Almdudler gemacht wird. „Wir haben viel probiert – es gibt keinen besseren Radler“, weiß Hans. Gemeinsam beim Zapfen sieht man die Brüder außer auf unserem Foto natürlich selten. Dafür ist im Normalbetrieb einfach zu vieles andere zu erledigen. Spaß machen tut es ihnen aber ganz offensichtlich. „Es macht einfach Freude, wenn man sieht, wie gut unseren Gästen das Bier bei uns schmeckt. So bringen wir auch an trüben Wintertagen ein bisschen Sonnenschein nach Wien Favoriten“, fasst die stets gut gelaunte Mutter Renate die Grundstimmung in der Panoramaschenke mit einem Bonmot zusammen. ●

wer&wo

PANORAMASCHENKE

Filmteichstraße 5, 1100 Wien
www.hotel-eitljorg.at



Seit Kurzem gibt es Corona nur noch als Mehrweg-Pfandflasche

Fernweh im Glas

Bei uns haben viele regionale Brauereien trotz schwieriger Rahmenbedingungen und wachsender internationaler Konkurrenz überlebt. Das ist gut so. Doch auch wir Österreicher wollen hin und wieder eine internationale Bierspezialität im Glas. Auch das ist gut so. ♦

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER

Ein vollmundiges bayerisches Weizenbier, ein fruchtiges belgisches Kriek, ein dunkles Guinness, ein extraherbes norddeutsches Pils – all diese Stile will man als begeisterter Biertrinker bei aller Treue zu seinem regionalen Lieblingsbier ab und zu einmal trinken.

Das erklärt das breite Angebot internationaler Biermarken am heimischen Markt aber nur teilweise. Schließlich werden auch Biere importiert, bei denen es ganz offensichtlich nicht primär um sensorische Erlebnisse geht. Eine Marke transportiert immer auch ein Stück Lebensgefühl. Es geht um Zielgruppen, Vertriebskanäle und Preissegmente.

Authentizität im Ethno-Eck

Wenn es im Thai-Restaurant Singha oder Chang gibt, fühlt man sich gleich zurück in den letzten Urlaub versetzt. Beim Chinesen gibt es Tsingtao, beim Japaner Kirin oder Asahi und beim Türken Efes. In der Regel sind diese Import-Biere stets etwas teurer als das ebenfalls angebotene Schankbier einer österreichischen Brauerei und schmecken nicht zwingend besser. Bestellt

werden sie trotzdem. Für die Betreiber sind sie ein Stück Heimat, für die Gäste eine kurze Fernreise.

Auch in Bars und Nachtlokalen, wo man oft auf Fassbier verzichtet, sind internationale Marken sehr beliebt. Becks, Corona oder Heineken signalisieren dort Weltoffenheit. Die 0,33 Liter Flasche ist das passende Format und man unterscheidet sich vom Wirt nebenan, was das Verständnis für die Kalkulation etwas einfacher macht. Die internationale Stilistik eines klassischen Lagerbiers hat auch den Vorteil, dass sie mehrheitsfähig ist. Es ist wie beim Vanille-Eis: Kaum jemand hat Vanille als Lieblingssorte, aber es gibt auch fast niemanden, der es gar nicht mag.

Biere aus den Nachbarländern (Tschechien im Osten, Bayerisches im Westen) haben bei uns eine lange Tradition und werden oft auch vom Fass angeboten. Sie werden von vielen Österreichern als Teil ihrer eigenen Bierkultur gesehen, was ja auch stimmt. In den 1990er Jahren eröffneten hierzulande die ersten Irish Pubs, deren Popularität bis heute ungebrochen ist,

Internationale Marken bringen Abwechslung und beleben das Geschäft.

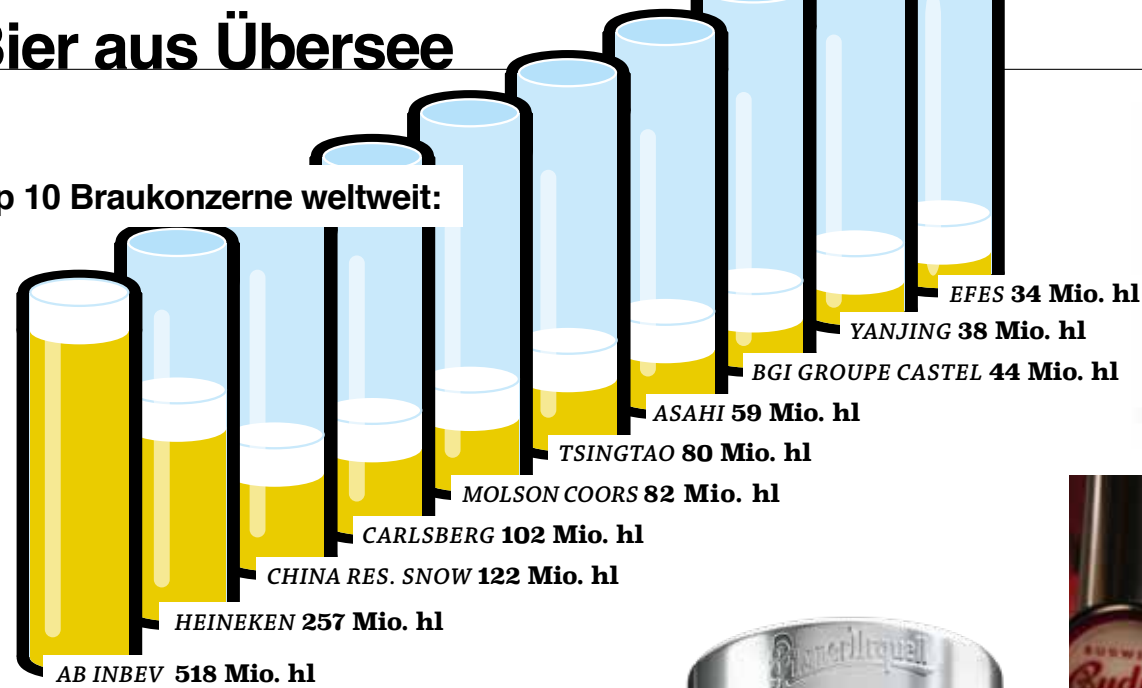
wenngleich sich viele Österreicher immer noch schwer mit Stouts wie Guinness tun. In der Regel bekommt man in einem Pub ja auch ein Helles vom Fass.

Mehr Geschmack aus Übersee

Seit ein paar Jahren hat uns die Craft Beer Welle Interessantes aus aller Welt beschert. Heute gibt es in Österreich Pale Ales aus Schottland und den USA, sowie Hocharomatisches aus Dänemark und Italien – also Ländern, die bis vor kurzem nicht als qualitative Bierproduzenten bekannt waren. Auch traditionelle Spezialbiere wie etwa das belgische Leffe Blonde profitieren vom neu entfachten Durst auf internationale Spezialitäten. Im beliebten Wiener Bierlokal Café Anzengruber schenkt Patron Tomi Saric neben Trumer Pils und Puntigamer auch Leffe Blonde vom Fass aus: „Märzentrinker lieben das Puntigamer, Pilsfreunde das Trumer

Bier aus Übersee

Top 10 Braukonzerne weltweit:



vom Fass. Wir haben aber auch einige Stammgäste, die extra wegen des Leffe Blonde kommen, weil es das in Wien nur selten vom Fass gibt. Als Lokal für Bierliebhaber wollen wir mehr als nur Pils und Märzen vom Fass anbieten“, meint Saric.

Exoten als Bereicherung

In den 1980er Jahren habe ich im damals eben erst eröffneten Krah Krah meine ersten Erfahrungen mit Bieren aus Übersee gemacht. Red Stripe – wow es gibt auch Bier aus Jamaica. Verwenden die dort nur Hopfen oder vielleicht auch ...? Estrella Dam – das kannte ich ja von meinem ersten Barcelona Besuch. Was? San Miguel gibt es auch aus den Philippinen? Zumindest optisch beeindruckend war die Riesendose Foster's Lager aus Australien. Und wie schmeckt eigentlich ein japanisches Bier, das mit Reis statt mit Gerste gebraut wird? Mehr als zwei oder drei Mal haben wir solche Exoten dann aber doch nicht ge-

Globale Marken wachsen weiter kräftig.

trunken. Nachdem der Reiz des Neuen verflogen war, sind wir wieder zu frisch Gezapften zurückgekehrt. Der Import von exotischen Bieren aus Übersee war sehr teuer und aufwändig. Oft dauerte es viele Monate, bis diese Biere bei uns waren. Das hat man auch geschmeckt. Sie waren eine Nische in der Nische.

Regional – National – Global

In den letzten 20 Jahren hat sich die internationale Bierwelt dramatisch verändert. Im Zuge der Globalisierung etablierten sich einige Bier-Riesen, die weltweit agieren und auf allen Kontinenten Brauereien betreiben. Die zwei größten – AB InBev aus Belgien und Heineken aus Holland – sind auch in Österreich sehr aktiv. Heineken hat vor

20 Jahren die heimische Brau Union übernommen, zu der Brauereien wie Föhrenburger, Gösner, Puntigamer, Schwechater, Villacher, Wieselburger und Zipfer gehören.

Im Gegensatz zu anderen Ländern hat Heineken in Österreich keine Brauereien geschlossen, sondern die regionalen Biervielfalt erhalten. Die Präsenz der eigenen Marke Heineken wird in der Gastronomie nur behutsam ausgebaut. Auch bei den anderen Marken des Heineken-Konzerns halten sich die Import-Zahlen in überschaubaren Grenzen. Die Marken Birra Moretti, Desparados und Sol werden in der modernen Brauerei Wieselburg hergestellt und sind somit streng genommen österreichische Biere.

Jung und trendig

Mit Desparados und Sol will Heineken bei jener jungen und markenbewussten Zielgruppe punkten, die sich

auf das mexikanische Corona eingeschworen hat. Die gleichnamige Pandemie hat zwar aufgrund der Absagen von Festivals und der Schließungen in der Nachtgastronomie für Einbußen in der Gastronomie gesorgt. Die Marke an sich hat laut Maarten Schürmann aber keineswegs gelitten. Schürmann ist als AB InBev Geschäftsführer für Österreich und die Schweiz verantwortlich und erklärt den Erfolg des mexikanischen Trendbiers wie folgt: „Corona steht für gute Laune und gutes Gewissen. Vor allem junge Konsumenten interessieren sich zunehmend dafür, für welche Werte ihre Lieblingsmarken stehen. Deshalb engagieren wir uns mit Corona bei verschiedenen Initiativen wie etwa Protect our Beaches.“

Keine Frage, die jeweilige Öko-Bilanz eines Produkts wird für junge und zunehmend kritische Konsumenten immer wichtiger. Mehrweg-Gebinde haben (zumeist) einen geringeren CO₂-

Fußabdruck als Einwegflaschen, die auf der anderen Seite der Welt gefüllt wurden. Gleichzeitig macht es wenig Sinn, leere Pfandflaschen zurück nach Mexiko zu schicken. AB InBev hat also zunächst die Produktion der in Mitteleuropa verkauften Chargen von Corona nach Deutschland verlagert und verkauft seit Jahresanfang ausschließlich Pfandflaschen. „Das war für uns ein großer Schritt mit einem enormen logistischen Aufwand. Aber wir wollen bei AB InBev spätestens 2040 CO₂-neutral sein und das lässt sich nur mit Umstellungen in allen Bereichen erzielen – von den Abläufen in jeder einzelnen Brauerei bis hin zum Vertrieb“, erzählt uns Schürmann beim Interview.

Weitere Marken von ABInbev, die in der heimischen Gastronomie eine Rolle spielen, sind Becks, Franziskaner, Spaten und Löwenbräu aus Deutschland sowie Stella Artois, Leffe und Hoegaarden aus Belgien.

FRISCH GEZAPFTE BIERVERVIELFALT

- Fassbier bereits ab 1 Glas pro Tag
- beste Qualität - 30 Tage haltbar
- benötigt kein CO₂
- keine Installation nötig
- 8 l Gebinde
- keine Reinigung bei Sortenwechsel
- passt auf jede Theke



BLADE
DAS INNOVATIVE
THEKEN-ZAPFSYSTEM



Der CO₂-Fußabdruck wird zum großen Thema.

Deutlich geringer als bei Heineken und ABInBev ist das Österreich-Engagement der anderen Global Player. Zu erwähnen sind Asahi aus Japan, deren internationales Portfolio (Grolsch aus den Niederlanden, Peroni aus Italien sowie Pilsner Urquell und Kozel aus Tschechien) zumindest im heimischen Fachhandel gelistet ist. Der Spirituosen-Profi Kattus-Borco ist gerade dabei, den Marktanteil der Marken der US-kanadische Molson Coors Beverage Company zu erhöhen. Dazu gehören neben Coors und Miller Lite aus den USA auch das tschechische Staropramen. Die anderen Global Player (Carlsberg aus Dänemark, Group Castel aus Frankreich sowie die chinesische Großbrauereien) spielen in Österreich keine nennenswerte Rolle.

Die Dose und ihr Image

Bis heute hat Dosenbier in Österreich ein schlechtes Image. Kein Wunder. Jahrelang wurden fast ausschließlich billige Diskontbiere im Supermarkt in der Dose vertrieben. Fast zwangsläufig

erscheint beim Gedanken an Dosenbier das Bild eines herunter gekommenen Gamlers vor dem inneren Auge. Von Bierkultur keine Spur. Schaut man sich heute in einem trendigen US-Getränkemarkt um, findet man ein paar Dutzend bunter Craftbiere in Dosen, aber so gut wie keine Flaschen mehr. In einigen Bundesstaaten (u.a. Kalifornien und New York) darf Dosenbier nur mit Pfand verkauft werden, wodurch eine hohe Recycling-Rate gewährleistet wird. Modern produzierte Dosen sind eigentlich eine der besten Gebindeformen, wenn es darum geht, Bier für mehr als ein paar Wochen frisch zu halten. Kleine Brauereien, die hochpreisige Spezialitäten brauen und diese auch außerhalb ihres regionalen Marktes vertreiben wollen, kommen an der Dose eigentlich nicht vorbei.

Wenn mit Jahresende 2024 in Österreich ein verpflichtendes Dosenpfand kommt, wird dies den Markt wahrscheinlich beleben und das Image der Dose nachhaltig verbessern. Wenn es mit dem Pfand gelingt, eine ähnliche hohe Recycling-Rate wie beim Glas zu erreichen, ist die Dose in den meisten Fällen die ökologisch sinnvollste Gebindeform.

Besser als vom Fass

Noch ökologischer ist es, Bier nicht in Flaschen oder Fässern zu transportieren, sondern gleich im Tankwagen. Dafür darf allerdings der Transportweg nicht allzu lange sein und der jeweilige Betrieb muss über Tanks verfügen. Das funktioniert nur, wenn der Ausstoß groß genug ist, denn direkt von der Brauerei geliefertes Tankbier wird nicht pasteurisiert und schmeckt einfach noch besser, wie man sich seit über einem Jahr in Wien beim Praterwirt mit Budweiser „vom Tank“ überzeugen kann. Seit kurzem gibt es am Laaer Berg im Restaurant Panoramaschenke

Der Obmann des Verbands der Brauereien Österreichs ist der oberste Bier-Botschafter unseres Landes. Im Juni hat Karl Schwarz (Zwettler, l.) das Zepter von Sigi Menz (Ottakringer, r.) übernommen. ●



Keine Einbahnstraße

Auch wenn wir in Österreich keine weltbekannten Biermarken haben, ist die Exportquote erstaunlich hoch. Vor allem unseren Nachbarn schmeckt Beer made in Austria ausgezeichnet. ●

der Familie Eitljörg ebenfalls eine Budweiser „Bier-Tankstelle“. Mehr dazu auf Seite 18 dieser Ausgabe.

Damit setzt Budweiser konsequent auf seine Fassbier-Kompetenz, die von der Gastronomie in der östlichen Landeshälfte hochgeschätzt wird. Das führt zu einem Gastronomieanteil von stolzen 50 Prozent. „Für viele Bierfreunde ist „ihr“ Budweiser zwar kein rot-weiß-rotes, aber doch ein heimisches Bier, was ja auch irgendwie stimmt. Seit 1926 wird es im Schweizerhaus im Wiener Prater vom Fass ausgeschenkt. Budweis liegt keine 50 Kilometer hinter der österreichischen Grenze. Es ist also kein nationales, aber doch ein regionales Bier“, erklärt Michael Kolarik-Leingartner vom heimischen Vertriebsprofi Del Fabro-Kolarik.

Seit dem EU-Beitritt 1995 hat sich die Menge an importierten Bieren auf 747.000 Hektoliter fast verdoppelt. Trotzdem ist dies für heimische Brauereien kein Grund zum Jammern, denn auch unsere Exporte sind deutlich gewachsen und haben im vergangenen Jahr 888.000 Hektoliter ausgemacht. Unterm Strich ist Österreich beim Bier also nach wie vor ein Netto-Exporteur. ●

Amerikaner und Deutsche stehen auf unsere Radler.

In den lässigsten Lokalen von San Francisco ist „unser“ Trumer Pils allgegenwärtig, sehr oft sogar vom Fass. Man fragt sich nur, wie es gelingt, ein knackiges Pils derart frisch an die Pazifikküste zu bringen? Die Antwort ist ganz einfach: in Berkeley steht eine kleine, feine Brauerei, die das Salzburger Pils in Lizenz braut und in Fässern, Dosen und Flaschen füllt. Es wird in den USA regelmäßig zum besten Craftbeer in der Kategorie Pils gewählt, was das Patriotenherz höherschlagen lässt. Für die heimische Export-Statistik spielt dies – weil made in USA – allerdings keine Rolle. Das eine oder andere Österreich-Lokal in Übersee führt Stiegl Bier, Gösser oder ein Edelweiss-Weißbier der Brau Union. Besonders beliebt sind unsere Radler – der Gösser Radler ist in Deutschland ein richtiger Renner, die Radler von Stiegl erfreuen sich vor allem in den USA höchster Beliebtheit, weil es derartige Spezialitäten dort einfach nicht gibt.

Im großen Stil lohnt sich der Export in weit entfernte Märkte für heimische Brauereien nicht. Dafür ist der logistische Aufwand einfach zu hoch und die

Konkurrenz zu groß. Anders schaut es in der näheren Nachbarschaft aus. Mit 213.000 Hektolitern ist Italien unser stärkster Exportmarkt. Vor allem in Grenznähe und in Südtirol ist Bier aus Österreich sehr beliebt – in der Gastronomie wie auch im Handel. Dass Slowenien mit 171.000 Hektoliter auf Platz 2 der Exportstatistik liegt, mag überraschend klingen, weil man bei gelegentlichen Restaurantbesuchen nur selten Bier aus Österreich sieht. Des Rätsels Lösung liegt im Supermarkt: Mehrere heimische Brauereien stellen für den slowenischen Handel Eigenmarken her, die hierzulande unbekannt sind. Erst auf Platz 3 kommt Deutschland mit 131.000 Hektolitern. Das ist in Anbetracht des patriotischen Stolzes unserer Nachbarn beim Thema Bier doch recht beachtlich und bedeutet eine Verzehnfachung der Menge gegenüber dem Jahr 1995. Auf den Plätzen Vier und Fünf folgen Kroatien (64.000 hl) und Ungarn (31.000 hl). ●

Servus Preissenkung

Transgourmet senkt Preise – 400 Artikel aus dem gesamten Sortiment sind ab 25. September günstiger. ●



© CHRISTIAN MAISLINGER

Transgourmet, Österreichs führender Gastronomiegroßhändler, startet mit einer bemerkenswerten Initiative in den Herbst: Der Großhändler senkt bei 400 Produkten des täglichen Bedarfs die Preise in der Abholung um mindestens 10 Prozent; auch in der Zustellung werden einige Produkte vergünstigt. Damit setzt der heimische Marktführer einen Beitrag im Kampf gegen die Teuerung und unterstützt seine Kunden, allen voran Gastronomie und Hotellerie, die durch gestiegene Lebensmittelpreise, Inflation und die daraus resultierende zurückhaltende Konsumstimmung vor großen Herausforderungen stehen. „Wir sehen uns als Partner unserer Kunden und möchten zeigen, dass sie sich auf uns verlassen können, auch in herausfordernden Zeiten wie diesen“, so Transgourmet-Geschäftsführer Thomas Panholzer. „Wir sehen und verstehen ihre Bedürfnisse und setzen bewusst und aktiv Maßnahmen, um sie zu unterstützen“.



● Thomas Panholzer, Geschäftsführer Transgourmet Österreich: „Von der Beratung bis zur Preisgestaltung: Ein Besuch im Transgourmet Markt zahlt sich zu 100 % aus.“

Von A wie Apfelsaft bis Z wie Zwiebel

Umgesetzt wird die weitreichende Preissenkung ab 25. September in den Transgourmet Standorten im ganzen Land – mit Transgourmet Krems, der im Oktober eröffnet wird, sind es dann

© DOMINIQUE GRABLER



● Mindestens 10 Prozent Preissenkung auf 400 Artikel

schon 15 Abholmärkte. Die 400 Produkte, die dauerhaft um mindestens 10 Prozent bei der Abholung gesenkt werden, entsprechen einem „täglichen Gastro-Warenkorb“ und stammen aus allen Sortiments- und Food- sowie Non Food-Bereichen. In der Liste finden sich u.a. eine große Bandbreite an Frischfleisch und Fisch, Obst und Gemüse, Reis und Nudelprodukte, aber auch Convenience-Angebote, Schinken und Käse. Auch Weingläser, Servietten, Waschmittel sind in dem Warenkorb enthalten, genauso wie diverse alkoholische und nicht-alkoholische Getränke unterschiedlicher Markenartikelhersteller, Knabberzeug, Kaffee, Wein, Bier und Prosecco.

Preissenkung kommt „oben drauf“

Die aktuelle Initiative „Servus Preissenkung“ ersetzt dabei nicht laufende Reduktionen bei den Einkaufspreisen, „die wir immer sofort an unsere Kunden weitergeben“, wie Thomas Panholzer betont: „Seit Jahresbeginn konnten wir bereits bei über 1.400 Artikel die Preise senken. Jetzt setzen wir noch eins drauf: Unsere Intention ist es, Produkte des täglichen Bedarfs zu vergünstigen,“ so der Geschäftsführer. „Transgourmet konnte in den vergangenen Monaten zahlreiche neue Kunden gewinnen und bestehende Beziehungen ausbauen. Es geht uns gut,“ erklärt Panholzer. Aus dieser Situation heraus wurden Maßnahmen entwickelt, um die Gastronomie mit Preissenkungen zu unterstützen. ●

preissenkung.transgourmet.at



● Hier geht's zu den preisgesenkten Produkten

SERVUS PREISSENKUNG

400 Produkte dauerhaft preisgesenkt bei Abholung im Markt!

preissenkung.transgourmet.at

Gültig bei Abholung in Ihrem Transgourmet Markt in ganz Österreich.

SERVUS PREIS



Hüttencharme trifft auf Hightech

Im Sommer begeistert das überwältigende Bergpanorama des Steinernen Meeres und saftige Almwiesen. Im Winter locken die malerischen Skipisten. Die Almhütten sind ein Genussfaktor. ●

TEXT: GÜNTHER GAPP FOTOS: MEIKO / TOMS ALMHÜTTE



Wer glaubt, es genüge, eine Almhütte zu sehen, um alle zu kennen, der irrt. Die Tom Almhütte – die mit dem Mops – ist dann doch ganz viel anders.

Mit der Natrunbahn zum Mops

Selbst die Besitzer anderer Almhütten zieht es auf 1.166 Meter, oberhalb von Maria Alm. Auch sie wollen diese eine Hütte sehen – schon wegen der stylischen Architektur. Hinauf geht es nur mit der Gondel, zu Fuß oder auf dem Mountainbike – Autos sind chancenlos. Kurzum: ein Erlebnis von Anfang an. Wer an Liebe auf den ersten Blick glaubt, fühlt sich hier wohl. Das Gebäude mit Wow-Faktor und markanter Glasfront thront vor einer spektakulären Alpenkulisse. Hinein geht es vorbei an der hölzernen Statue von Choupette: Hausmops der Besitzer Tom Schwaiger und Mario Lanner, Schutzpatron und Everybody's Darling.

Innen angekommen, fallen die stilvolle Architektur, die Weite und das Licht ins Auge. Zehn Sonnenstunden strömen jeden Tag durch zahllose Fenster und das Glasdach. Letzteres lässt sich sogar öffnen und man sitzt unter frei-

● Choupette statt Bernhardiner – ein schöner Hund muss nicht groß sein



● Holz und Glas dominieren die Fassade – drinnen gibt es viel Licht (r.).



em Himmel. Modern trifft auf authentisch, Altholz auf Beton, Almhütte auf Loft. Und das alles auf zwei Etagen inklusive großer Außenterrasse. Tom und Mario ist es gelungen, Formen, Farben und Materialien in einem Guss aus Tradition und Moderne zu vereinen. Nichts wirkt gewollt, nichts kitschig und genau damit sorgen sie für staunende Blicke.

Von Wanderlust bis Deep House

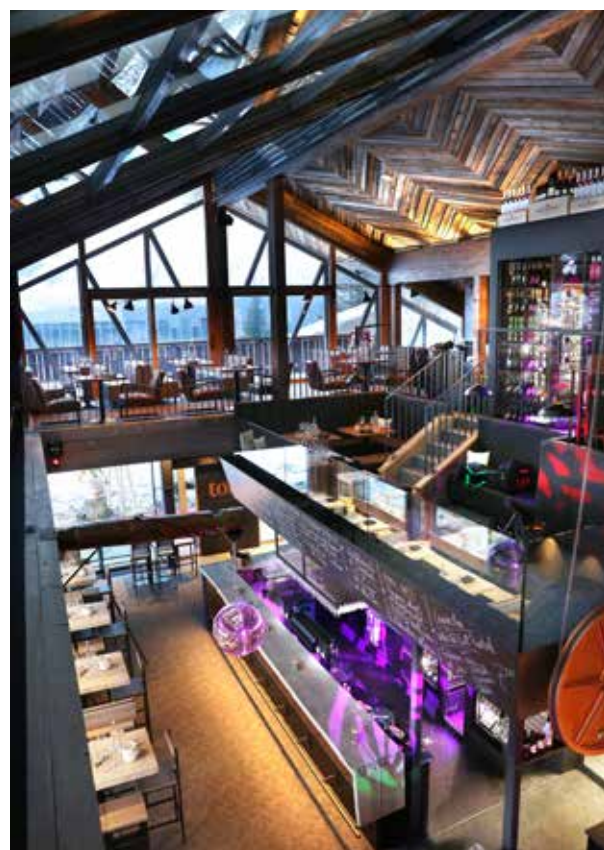
Die Zielgruppe ist jung, doch am Ende kommen sie alle, ob Wanderer, Feierwütige oder Gäste der Events, für die man die Hütte als All-in-one-Paket mieten kann, inklusive Bergbahn. Deep House, Kräuterwanderung oder gemütliches Mittagessen mit fantastischer Aussicht – alles funktioniert. Auch in der Küche, wo erneut Weltenbummlerei und Tradition verschmelzen. Immer im Fokus: eine Philosophie der radikalen Regionalität. Nachhaltig soll es sein, echt und authentisch, ohne Chi-Chi und Schablonen. Kein Wunder, dass diese Almhütte für Gesprächsstoff sorgt.

Unser Konzept geht auf, weil es uns und unserem Team Spaß macht.

TOM SCHWAIGER

Seit 2018 sind Tom Schwaiger und sein Partner Mario Lanner dafür mit Herzblut und Liebe zum Detail bei der Sache. Angefangen hat alles beinahe zufällig. „Wir hatten ein anderes Projekt im Sinn, aber dann kam diese Gelegenheit. Der Grundbesitzer hatte die Idee einer Almhütte, wollte aber nicht selbst bauen. Also haben wir uns beworben und den Zuschlag bekommen“, erinnert sich Tom Schwaiger. Gesagt, getan: Die beiden packten an, bauten und investierten bis heute stolze 7,5 Millionen Euro. Das sieht und das spürt man in jedem Winkel. Auch wenn die Familie bereits Hotels im Tal betreibt, eine Almhütte war für den gelernten Hotelfachmann und Diplom-Sommelier neu.

Seine Erfahrungen aus zehn Jahren Spitzen- und Sternegastronomie waren eine große Hilfe. Außerdem leitet er den gesamten Gastronomiebereich. Das gilt auch für den „Kräuterbua“ Mario Lanner. Als Pädagoge und Fachmann für Traditionelle Europäische Heilkunde ist er der Herr über die Kräuter, die er selbst anbaut und deren Nutzen er bei Kursen in den Beeten am Gelände an Wissbegierige weitergibt. „Unser Konzept geht auf, weil es uns und unserem Team Spaß macht. Wer ins Tom kommt, soll sich einfach wohlfühlen“, erklärt Schwaiger. Und das Team ist kreativ. Nachdem die Gäste beim Personal nach Sonnencreme fragten, gab es schnell eine eigene zu kaufen. Für das Baden im nahen See kamen Badehosen und Bikinis dazu, während ein umgebauter Getränkeautomat modische T-Shirts verteilt. Das Motiv: Natürlich Choupette, der Mops, der Besuchern auch auf stillvollen Bildern entgegenlächelt. Nicht nur während der Pandemie gingen diese T-Shirts auch online an Kunden in aller Welt, denn die Hütte und ihr heimlicher



● Bioabfälle und Speisereste treffen auf den Biomaster von Meiko Green.



● Die Almhütte der anderen Art: auf den Hund gekommen – im besten Sinne.

Held sind längst eine Marke für sich. Übernachten kann hier zwar nur das Personal, doch Tom Schwaigers Bruder Sepp führt mit der Familie die Hotels Eder, Boutique Hotel Sepp und das etwas verrückte Familienhotel TaNte FriDa im Tal, direkt neben der Natrubahn, die zum tom führt.

Eine besondere Küche mit einem besonderen Problem

Auf der Speisekarte mischt sich die traditionelle Hüttenküche mit internationalen Gerichten, hochwertig und streng regional: die meisten Zutaten kommen direkt von umliegenden Bauern und Familienbetrieben. Obst, Gemüse, Fleisch, Schokolade, Milchprodukte, Schnäpse, Eis und vieles mehr – die Liste ist lang und sie ist es aus Überzeugung. Mit Brief und Siegel quasi, denn dass über 80 % der Produk-

Wer ins Tom kommt, soll sich einfach wohlfühlen.

TOM SCHWAIGER

te aus dem Salzburger Land oder Österreich stammen, ist sogar zertifiziert. Neben klassischen Gerichten kann man beim Alm-Brunch auch mit israelischem Shakshuka in den Tag starten, zu Mittag Hirschragout oder eine vegane Crazy Bowl genießen und sich danach ein Lebkuchen-Eis aus Schafsmilch gönnen. So gehen an Wintertagen bis zu 2.000 Essen raus, dazu kommen jede Woche noch zwei Abendevents. Pro Saison sind das rund 75.000 Essen, für die bis zu zwölf Köche und zwei Küchenchefs richtig Gas geben. Aber eine Herausforderung bleibt. Wohin mit all den Resten

hier oben? Auch hier bleiben sich Tom Schwaiger und Mario Lanner treu.

Ohne das Ding könnte ich's mir gar nicht vorstellen!

„Nassmüll war für uns von Anfang an ein großes Thema, weil der Abtransport von einer Skihütte sehr aufwendig ist“, betont Tom. „Wir müssen große Mengen hygienisch lagern und Gerüche sind schon wegen der Tiere im Wald ein No-Go. Aber für ein Kühlhaus wollten wir keinen Platz opfern, von den Kosten ganz zu schweigen. Bei 18 % Grad Steigung braucht es im Winter auch Allrad-LKWs für Tonnen“. Im Hotel Eder war schon damals eine Anlage für das Res-te-Management von Meiko Green in Betrieb. „Mein Bruder war begeistert und ich war es auch schnell.“ Deshalb wurde die Almhütte direkt mit einer solchen Anlage geplant und trotz des straffen

Zeitplans von weniger als sechs Monaten lief alles reibungslos. Heute steht die Eingabestation Biomaster zwischen Spülbereich, Salatplatz und Schnippelküche, also zwischen Bioabfällen und Speiseresten. Die Leitungen verlaufen durch die Bodenplatte ins Untergeschoss und münden in einen Erdtank mit Kanaldeckel unter dem Personalparkplatz. Ob Küchenabfälle oder Speisereste der Gäste, alles kommt in den Biomaster, wird per Knopfdruck zu einer homogenen Biomasse und in den 16 m³ großen PE-Tank gepumpt. „Eine kurze Einweisung genügt, dann läuft das idiotensicher“, schmunzelt Tom. Der Clou: Der Tank wird nur zweimal im Jahr geleert. Die Abholung erfolgt automatisch draußen am Kanaldeckel und weil der LKW so immer voll ist, stimmt auch der Preis für den Entsorger. Die Biomasse geht dann als wertvoller Energieträger

Nassmüll war für uns von Anfang an ein großes Thema, weil der Abtransport von einer Skihütte sehr aufwendig ist.

TOM SCHWAIGER

in eine Biogasanlage in Tirol. Seit 2018 funktioniert das bereits reibungslos, abgesichert durch einen Wartungsvertrag des Herstellers Meiko Green. Das Fazit fällt deshalb klar aus: „Das entspricht absolut unserer Philosophie von Nachhaltigkeit, Regionalität und Hightech. Heute kommen sogar viele Kolleginnen und Kollegen genau deshalb zu uns, um sich diese Lösung anzuschauen. Ich zeige es immer gerne und kann nur sagen:

Ganz ehrlich, ohne das Ding könnt ich es mir gar nicht vorstellen. Bau's ein.“

Von diesen logistischen Herausforderungen einer Almhütte ahnen die Gäste nichts. Sie genießen den Ausblick, tanzen oder stärken sich für die nächste Etappe in einer Location, von der sie ihren Freunden und Verwandten definitiv erzählen werden. Nicht zuletzt wegen des bezaubernden Blicks von Choupette. ●

wer&wo

TOM ALMHÜTTE

Natron 50
5761 Maria Alm
0676 3535045

www.edertom.com

Frisch gezapft ist halb gewonnen

Grapos revolutioniert den Getränkeausschank in der Gastronomie. ●



Alkoholfreie Getränke bleiben in der Gastronomie ein wesentlicher Faktor: Sie sind bei den Gästen beliebt und bringen viel Umsatz. Der Getränkeausschank ist jedoch oft mit großem Aufwand verbunden, denn die Logistik rund um Transport, Lagerung und gutes Zeitmanagement beim Ausschank sind eine Herausforderung – und personalintensiv. Geschäftsführer Wolfgang Zmugg von Grapos, einem Vorreiter im Bereich professioneller Getränkesysteme, teilt seine Vision: „Als Gastronom musste man schon immer flexibel und extrem anpassungsfähig sein. Daher werden die meisten Unternehmen auch mit der Kostenexplosion, dem Personalmangel und anderen Aufwänden,

wie z.B. dem Flaschenpfand klarkommen. Mit unserem ausgetüftelten Postmix-Getränkemotivkonzept kann man hier einige Fliegen mit einer Klappe schlagen.“

Die Technische Universität Graz hat bereits vor Jahren nachgewiesen, dass ein gut eingestelltes Postmix-Getränkemotivkonzept von Grapos bis zu 40% an Kühlenergie einspart. Diese Einsparung ist in Zeiten des steigenden Umweltbewusstseins wichtiger denn je. Zudem bietet Grapos eine unerreichte Vielfalt von Konzentraten und Sirupaufbereitungen in zahlreichen Geschmacksrichtungen, darunter auch Sorten in Bio-Qualität. Wolfgang Zmugg erklärt: „Egal ob Nektar, Fruchtsaftgetränk oder Limo – im Endeffekt ist die Basis immer ein Konzentrat, bei allen Herstellern. Unser Postmix-Prinzip ist einfach nachhaltiger, weil wir kein Wasser hinzufügen und dann in Flaschen abfüllen, die quer durchs Land transportiert werden. Die „Produktion“ erfolgt direkt im Gastronomiebetrieb – also quasi alles hausgemacht und nachhaltig.“

Die Schankanlagen der hauseigenen Marke Schankomat sind stets State of the Art, modern und formschön. So wird ein reibungsloser Ausschank ermöglicht, und Grapos bietet darüber hinaus einen 24/7 Service für den Aufbau und die Wartung der Systeme an.

● Die Schankanlagen der hauseigenen Marke Schankomat sind stets State of the Art, modern und formschön.

Maßgeschneiderte Konzepte für jeden Bedarf

„Nicht jedes Unternehmen ist gleich, deshalb haben wir uns für jeden Bereich etwas überlegt. Dabei sind Konzepte für Gastronomie, Hotellerie, Gemeinschaftsverpflegung sowie Streetfood- und Eventgastronomie entstanden“, sagt Wolfgang Zmugg. Im Mittelpunkt steht immer ansprechender Offenausschank, der für den Gastronom praktikabel ist und den Gästen eine geschmackvolle Erfrischung bietet. Dabei werden unterschiedliche Bedürfnisse bedacht und die Funktionen angepasst: In das Schanksystem integrierte Kühlgeräte, vorprogrammierbare Portionierungen und vorabfüllbare Frischeflaschen zum Mitnehmen. Für das Buffet gibt es exklusives Design und erstklassige BIO-Qualität oder zuckerreduzierte Frühstücksgetränke. Die Gemeinschaftsverpflegung profitiert von Schankanlagen, die mit dem Abrechnungssystem kombinierbar sind und von der integrierten Reinigungsfunktion der Schankgeräte.

Nachhaltigkeit und Effizienz im Fokus

Das Thema Nachhaltigkeit ist für Wolfgang Zmugg seit vielen Jahren ein Herzensprojekt: „Bei Nachhaltigkeit geht es für mich unter anderem darum, Zutaten dort regional zu beziehen, wo es Sinn macht und im Herstellungsprozess auf energieeffiziente Systeme zu achten. Auch Verpackung, Transport sowie Lagerung spielen eine große Rolle. Damit können auch unsere Kunden einen Beitrag zum Klima leisten und dabei ihren Getränkeausschank professionalisieren – was im Endeffekt auch Kosten spart.“

Die Postmix-Sirupe werden in Bag-in-Boxen geliefert. Diese haben die Anschlussvorrichtung für die Schankanlage direkt integriert, dadurch ist das Wechseln der Sirupe unkompliziert. Bei der Lagerung werden sie einfach platzsparend übereinandergestapelt. Zum Vergleich: Anstelle von ungefähr 12 Getränkekisten mit 0,2 Liter Flaschen, benötigt man nur eine einzige 10 Kilogramm Bag-in-Box. Zudem müssen sie nicht gekühlt gelagert werden. Das ist einer der Gründe für die Einsparung von 40% Kühlenergie.

Grapos setzt schon von Beginn an auf nachhaltige Systeme: So sind zum Beispiel die Bag-in-Boxen zu 100% recyclebar und auch die Produktionsmethoden und modernste Abfüllanlagen führen dazu, dass im Vergleich zu konventionellen Portionsflaschen die CO₂-Belastung sowie der ökologische Fußabdruck um 90% kleiner ist. Dies wurde ebenfalls von der Studie der TU Graz bestätigt. ●

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

REDUCE BOTTLE TRANSPORT

NO BOTTLES

JETZT! UMSTEIGEN

PERFEKTION IM OFFENAUSCHANK

DIE ZEITGEMÄSSE ART GETRÄNKE AUSZUSCHENKEN

TRENNEN SIE SICH VON PET & MEHRWEG!

• FLASCHEN VERMEIDEN! BESSER ALS DAS BESTE RECYCLING!

90% ALUMINIUM
90% RECYCLABLE
90% PLASTIC
REDUCE PLASTIC



EIN MIT DEM ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN

VERTRAUEN SIE UNS! WIR SIND DIE PROFIS IM OFFENAUSCHANK. SEIT 1963

www.grapos.com



Konzeptfolder

Carte D'Or bringt Dessertinspirationen für zusätzlichen Umsatz und gemeinsame Genussmomente bei den Gästen. Äpfel, Birnen und Zwetschken spielen dabei die Hauptrolle. ●



Trilogie

Herbstzeit ist Knödelzeit – und Zeit für schmackhafte Abwechslung auf den Tellern. Flaumigen Knödel mit Steinpilzen, Käse, Erdäpfel oder Preiselbeere gefüllt. Das kann Bauernland. ●

Alpine Küche

Kulinarik will nicht nur besprochen, sondern vor allem erschmeckt werden: Diesem Prinzip folgt auch die Veranstaltung „Festspiele der Alpenen Küche“ in Zell am See-Kaprun. ●



Für Fans und Einsteiger

Den Auftakt der „Sake Week Vienna“ bildet der 1. Oktober – der „Tag des Sake“. Dieser wird mit einem spannenden Online-Event eröffnet, bei dem Elliot Faber, der renommierte Sake Samurai aus Hongkong, in die Welt des Sake entführt. Ebenfalls an diesem Tag findet ein aufregender Asiatischer Kochkurs mit Sake-Begleitung von Confusion Food statt. Das diesjährige Festival bietet eine Vielzahl von Veranstaltungen: von Verkostungen und Food Pairings bis hin zu interaktiven Workshops und exklusiven Masterclasses. ●



Vitikultur Moser

Der Name Moser ist nicht gerade selten, was die Familie Moser in Sachen Wein tut, hingegen schon. Ab sofort ist dies nicht nur die Geschichte von Kathi, Lenz, Niki, Sepp, Anton und wer auch immer folgen möge, sondern von Vitikultur Moser. Weil da alles drin steckt, was ihnen wichtig ist und weil es die Vergangenheit genau so ehrt wie die Zukunft. Damit stellen sich auch die Etiketten der biodynamischen Weine um und das sollten in der Gastronomie und Hotellerie alle wissen, meinen wir. ●



Koch-Duo am See

Vorhang auf für einen kulinarischen Showdown der Extraklasse! Im Gourmet-Restaurant **Hubert Wallner** zaubern Peter Springer und der Hausherr einen gemeinsamen und genussvollen Abend herbei. Weltmeister, 4-Hauben-Koch und kulinarische Legende, an diesem Abend wird jeder Bissen zur Geschmacksexplosion. Am 25. Oktober heißt es: Wallners Adria-Kunst trifft auf Springers legendäre Meisterwerke, begleitet von Kärntner Weingenuß. Ein Abend, der am Wörthersee für Gourmet-Funken sorgt. Ohne Hokuspokus! ●

Bauer und Koch

„Bauer & Koch“ klingt schon etwas nach Understatement, wenn Hannes Müller unter diesem Motto zum Erntedankfest am 7. Oktober ins Genießerhotel Die Forelle am Kärntner Weißensee lädt: Denn bei Namen wie Andreas Döllerer, Lukas Nagl, Philip Rachinger oder Vitus Winkler weiß jeder Genießer, dass hier die Crème de la Crème der österreichischen Top-Köche aufspielt! Die beiden Winzerinnen Kathi Moser (Vitikultur Moser) und Julia Wachter-Wiesler (Weingut Wachter-Wiesler) sowie Klaus Feistritzer von der Loncieus Brauerei sind da, wie auch das Hillibilli Trio & Clemens Markt. Besser geht's dann echt nicht mehr. ●



Gekommen, um zu bleiben

Harald Irka und Lisa Gasser sind angekommen. Auch ohne dem typischen Dialekt ist der gebürtige Linzer mittlerweile zu einem lebensfrohen Steirer mutiert. Ähnliches gilt für seine Lebensgefährtin Lisa Gasser, deren Kärntner Mundart stets für gute Laune sorgt. ►

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Der Pfarrhof ist eines der schönsten Restaurants unseres Landes. Direkt neben der Kirche des kleinen Ortes St. Andrä im Sausal liegt ein barockes Schmuckstück, das in vergangenen Jahrhunderten den Pfarrern als standesgemäßes Zuhause gedient hatte. Bei der aufwändigen Renovierung zeigte sich der heimische Denkmalschutz überraschend großzügig. Ein mächtiger, unbehandelter Eisenkubus, der gemächlich vor sich hinrosten darf, wurde an der Querseite angebracht und dient seither als Küche. Das schlichere Nachbargebäude war einst der Pferdestall. Heute sind hier sechs außergewöhnliche Zimmer, die man eigentlich als Suiten bezeichnen muss, untergebracht. Daneben liegt ein zweistöckiger „Pavillon“ aus Holz, wo man sich in der warmen Jahreszeit am liebsten aufhält.

Renoviert wurde das alles noch unter den Vorgängern Tom und Katharina Riederer, die nach einer kurzen gemeinsamen Übergangsphase mit Harald Irka und Lisa Gasser ins istrische Momjan weitergezogen sind. Seit drei Jahren führen Harald und Lisa den Betrieb in Eigenregie. Ein erstes unternehmerisches Fazit kann man schon ziehen: der lange angestrebte Schritt in die Selbständigkeit ist dem immer noch jugendlich wirkenden Powerpaar gelungen.

Dass du echt gut kochen kannst, hast du zehn Jahre lang in der Saziani Stub'n eindrucksvoll gezeigt. Sich als Gastronom unternehmerisch zu beweisen, ist aber etwas ganz anderes. Wie schwierig war dieser Schritt?

Das war kein Schritt, sondern sehr viele Schritte. Dass ich mich irgendwann einmal selbständig machen will, ist mir schon nach ein paar Jahren als Küchenchef in der Saziani Stub'n bewusst geworden. Eine Zeit lang stand im Raum, dass ich nach dem Pensionsantritt von Albert Neumeister das Restaurant am Weingut als Pächter übernehmen könnte. Daraus ist dann leider



Es macht Spaß, den eigenen Betrieb zu führen.

HARALD IRKA

nichts geworden. Mit Jahresende 2019 habe ich mich mit Tom Riederer darauf geeinigt, seinen Pfarrhof gemeinsam zu bespielen, weil er ein paar Jahre später zur Gänze nach Istrien gehen wollte. Er war dem Verpächter im Wort, den Betrieb weiter zu führen. Die Idee, ein Restaurant mit zwei eigenständigen Küchenchefs zu bespielen, war zwar originell, hat auf Dauer aber nicht funktionieren können.

Also hast du dann alleine weiter gemacht. Gleichzeitig brach die Pandemie aus. Wie habt ihr das gemeistert?

So wie für fast alle Kollegen war das extrem schwierig. Doch der Verpächter war verständnisvoll und ist uns damals sehr entgegen gekommen – sonst würde es uns heute nicht mehr geben.

Bleiben wir noch kurz bei deiner neuen Rolle als Gastronom und Hotelier. Neben dem Restaurant bietet er ja

auch sechs Zimmer an. Zusätzlich zum Abendessen gibt es also auch ein Frühstücksservice. Wie groß ist das Team?

Die Küchen machen wir zu zweit, dazu haben wir noch einen Abwäscher. Seit vier Monaten habe ich mit Jan Gollinger einen neuen Souschef, der auch ein großartiger Pâtissier ist. Den Service schupfen meine Freundin Lisa und unser Sommelier Peter Hlinak. Und dann haben wir noch einen guten Geist, der sich um die Zimmer kümmert. That's it. Von Sonntagabend bis Mittwochnachmittag haben wir geschlossen, damit wir uns um alles andere kümmern können. Da laden wir auch unsere Batterien wieder auf. An den vier Öffnungstagen sind wir voll gefordert, aber das gehört dazu, wenn man seinen eigenen Betrieb haben will.

Fine Dining – sprich das große Menü – gibt es aber nur mehr von Freitag bis Sonntag. Am Mittwoch und Donnerstag bittest du die Gäste zum „Essen im Ostrea“. Was hat es damit auf sich und wie ist es dazu gekommen?

Das hat mehrere Gründe. Wir haben sehr viele Gäste, die gerne öfter zu uns kommen, aber nicht immer ein großes Menü essen wollen. Denen wollen wir mit unserem À la Carte Angebot am



Am Wochenende gibt's Fine Dining (l.), am Donnerstag und Freitag einfacher angerichtete Meeresfrüchte (r.). ●



gepasst. Die Gerichte entstehen nicht, weil ich irgendwelche Konzepte umsetzen oder eine tolle Geschichte erzählen will. Sie müssen einfach gut schmecken. Ein tolles Menü muss auch ohne Gebrauchsanleitung oder endlos langen Erklärungen bei Tisch funktionieren.

Ganz offensichtlich habt Ihr Euer Publikum gefunden. Außer bei der 47° Gruppe bist Du bei keiner nationalen oder internationalen Marketing-Plattform dabei. Wird das überschätzt?

Das muss jeder Betrieb individuell entscheiden. Für uns ist das nicht so wichtig. Unsere 47 Gruppe betrachte ich nicht primär als Marketing-Plattform, sondern als Zusammenschluss von sechs gleichgesinnten Köchen aus der Region. Der interne Austausch ist mir mindestens genauso wichtig, wie die Wirkung nach außen. Wir haben vielfach die gleichen Themen, die uns beschäftigen. Wenn man in vertrautem Rahmen diskutieren kann, hilft das einfach. Und manches macht einfach Spaß, wie unser alljährliches, gemeinsame Sommerfest. Internationale Plattformen wie Relais & Chateaux und andere sind für uns einfach zu teuer. Erfreulicherweise habe ich mir in den 13 Jahren, in denen ich jetzt in der Südsteiermark arbeite, einen Namen machen können, der dafür sorgt, dass wir sehr viele Stammgäste haben.

Wagen wir zum Schluss noch einen Blick in die Zukunft. Du bist gerade erst 30 geworden und hast mit dem Schritt in die Selbständigkeit ein großes persönliches Ziel erreicht. Was kommt noch?

Der 30. Geburtstag hat ein bisschen weh getan. Ich fühle mich schon richtig alt. Eigentlich passt alles, auch privat. Gemeinsam mit der Lisa haben wir uns einen funktionierenden Betrieb an einem wirklich schönen Ort aufgebaut. Was ich in meinem Leben noch machen will, wäre ein echt gutes Wirtshaus aufzusperren. Das würde mir total taugen. ●

wer&wo

AM PFARRHOF

Sankt Andrä im Sausal 1
www.ampfarrhof.com

Mittwoch und Donnerstag die Möglichkeit geben, uns ganz ungezwungen zu besuchen und vielleicht nur eineinhalb oder zwei Stunden zu bleiben und zwei oder drei Gänge zu essen. Das war zumindest der Plan, der nicht ganz aufgegangen ist, weil es oft Runden gibt, die viele Gänge essen und reichlich Wein bestellen. In der Küche und vor allem im Service sind die Ostrea-Tage mitunter sogar fordernder, als die Wochenenden, wo es im Großen und Ganzen ja nur ein Menü gibt.

Und was für Gerichte kochst du à la Carte?

Ostrea ist das lateinische Wort für Auster. Das heißt, dass wir uns auf Fisch und Meeresfrüchte konzentrieren – auch aus der Adria, aber nicht nur. Weil wir entsprechende Mengen brauchen, können wir uns auch Spezialitäten wie Thunfisch aus Spanien und getauchte Jakobsmuscheln aus Norwegen in absoluter Frische liefern lassen. Das kommt bei den Gästen total gut an und ich liebe es, mit Meerestieren zu arbeiten, wenn die Qualität passt. Auch im Fine Dining am Wochenende sind ein paar Gänge mit Fisch und Meeresfrüchten dabei.

Damit liegst du aber nicht im aktuellen Trend, der eine Beschränkung auf

Kreativität entsteht durch Spontaneität.

HARALD IRKA

regionale und saisonale Produkte am besten in Bio-Qualität fordert ...

Wenn du dir meine Lieferanten anschaust, wirst du sehen, dass wir fast ausschließlich mit lokalen Produzenten arbeiten. Viel regionaler und saisonaler als wir einkaufen, kann man es gar nicht machen. Aber ich halte wenig von Dogmen und Schranken im Kopf. Einen Teil unseres Gemüses bekommen wir von einer Bäuerin, die ich schon seit vielen Jahren kenne und schätze. Bei ihrer Betriebsgröße macht eine Bio-Zertifizierung keinen Sinn. Soll ich jetzt Bio-Gemüse im Großmarkt bestellen, nur damit ich auch offiziell „Bio“ drauf schreiben kann? Nein, so ticken wir nicht!

Und der urbane Veganer-Trend spielt bei Euch auch keine Rolle?

Nicht wirklich. Wir leben am Land. Wobei ich überhaupt kein Problem damit habe, ein vegetarisches Menü zu kochen, wenn man uns das bei der Reservierung sagt. Gemüse spielt bei mir

ohnehin eine tragende Rolle. Gleichzeitig haben wir eine sehr kleine Küche, in der wir zu zweit arbeiten. Auf Sonderwünsche können wir also nur bedingt eingehen.

Und doch sind Deine Gerichte sehr aufwändig zubereitet und auch optisch beeindruckend. Immer wieder überraschen einzelne Gänge mit unerwarteten Kombinationen. Beim aktuellen Menü war beim Taschenkrebs-Gang Saiblingscaviar dabei. Den dazu gereichten Fonds aus den Karkassen hast Du mit Walderdbeeren aromatisiert. Wie kommst du auf so etwas? Studierst du Kochbücher? Schaust du Kurzvideos auf Tiktok und Instagram?

Gar nicht. Die Erklärung ist eigentlich ganz simpel. Wir haben zu Wochenanfang einige Kilo frische Walderdbeeren bekommen. Da habe ich mir überlegt, was ich damit – außer zum Dessert – machen kann. Dann probiere ich ein bisschen und wenn es funktioniert, gibt es das dann am Abend. Nächste Woche wird es anders sein. Generell soll man beim Kochen nicht allzu schematisch vorgehen, sondern sich vom Angebot inspirieren lassen. Wieso Saiblingskaviar zum Taschenkrebs? Mir war die Textur des Gerichts am Gaumen noch ein bisschen zu langweilig. Vom Geschmack her hat es auch



KAUFEN
WAR
GESTERN.
**ALL INCLUSIVE
IST HEUTE.**

Die neuen MEIKO ALL INCLUSIVE „Sorglos-Pakete“: Gerät, Service und Spülchemie ab sofort zum monatlichen Fixpreis – ohne Anzahlung!

Durch dieses Full-Service-System wird der laufende Betrieb mit MEIKO Spülmaschinen noch einfacher und komfortabler.

MEIKO Clean Solutions Austria GmbH
www.meiko.at



Der Duft von Vanille

Er ist überall. Der Duft der Vanille verfolgt uns Joghurts ebenso wie in Feuchtigkeitscremes, in unzähligen Parfums und Eaux de toilettes. In Raumsprays und in aromatisierten Zigarren oder Zigaretten. In Vanillekrapfen und -kipferl sowieso. Aber sind das natürliche Aromen? Gibt es überhaupt so viel Vanille, wie die Industrie verwendet? Wo wächst die beste Vanille und was hat das Ganze mit einem Wiener in der Karibik und mit Kuhdung zu tun? Hier ein paar Antworten. Ein Stakkato aus der Geschichte einer Orchidee, die an Aroma ebenso reich ist, wie an Mythen. ◀

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING



5 Uhr morgens. Über die Hügel rund um Tenares, einen kleinen Ort im Landesinneren der Dominikanischen Republik, zieht sanfter Nebel. Es regnet ein wenig. Randall Quirk ist bereits auf den Beinen und marschiert auf schmalen Pfaden durch den Regenwald. Er kontrolliert seine Schützlinge, die Vanillepflanzen. Seine Aufgabe ist an diesem Morgen aber eine andere. Randall sammelt Frauenhaarfarn. Dieser Zierfarn wächst auf der Farm genauso üppig wie die Vanille selbst. Er hat beim Anbau der Vanille eine besondere Aufgabe. Die Herausforderung bei landwirtschaftlicher Nutzung ist, dass die Bestäubung händisch durchgeführt werden muss. Jedenfalls ist die Bestäubung für die Entwicklung der Bohnen, die wir später als Vanilleschoten bezeichnen werden, von essenzieller Bedeutung. Genau hier kommt der Frauenhaarfarn ins Spiel. Nahe seiner Wurzel ist der Stängel des Farns dünn und rau genug, um die feinen Pollen aufzunehmen und trotzdem stark und fest genug, um genau den Teil im Inneren der Orchideenblüte zu treffen, wo die Bestäubung stattfinden soll. Geübte Arbeiter bestäuben etwa 1.500

Mit unserer Farm in der Dominikanischen Republik bringen wir die Vanille an ihren Ursprungsort zurück.

ANDREAS HARB, GRÜNDER
UND CEO VON PURONILLA

Blüten am Tag. Irgendwann werden vielleicht Drohnen diesen Job übernehmen. Sehr wahrscheinlich sogar. Im dichten Urwald im Norden der Dominikanischen Republik will man davon aber nichts wissen. „Die beste Zeit für die künstliche Bestäubung ist zwischen 7 Uhr morgens und 11 Uhr.“ sagt Randall Quirk und sammelt die letzten Farne ein, bevor die Mannschaft auf die Farm kommt.

Es dauert ungefähr 9 Monate, bis die Bohnen entwickelt sind und geerntet werden können. In dieser Zeit braucht die Pflanze Zeit, eine stattliche Menge Wasser, aber auch eine gute Drainage, damit das Wasser auch wieder abfließen kann. Das ist einer der Gründe, weshalb der hügelige Regenwald im Zentrum

der Insel so gut für den Anbau geeignet ist. Nach der Ernte werden die Schoten ein paar Minuten lang gekocht und danach für einige Tage an der Sonne getrocknet. Dadurch erhalten sie ihre charakteristische bräunliche Färbung. Und weil die Bedingungen für die Pflanzen dermaßen optimal sind, sind die Vanilleschoten von der Puronilla-Farm deutlich größer als die durchschnittliche Schote am Markt. Außerdem haben einige Institute, die sich mit der Vanille wissenschaftlich auseinandersetzen, der Vanille aus Tenarez eine besonders hohe Konzentration an Aromastoffen attestiert.

Botanik und Sensorik

Vainilla ist der spanische Begriff für kleine Schote. Wobei sie so klein gar nicht sind. Manche Sorten können bis zu 35 cm lang werden. Nicht jede Orchidee ist essbar. Im Gegenteil. Im Grunde sind es drei Sorten, die den Weltmarkt beherrschen. Vanilla planifolia (früher hieß sie Vanilla fragrans), die es von ihrem Ursprung in Mexiko nach Madagaskar schaffte und jetzt die dominierende Sorte ist. Dann gibt es noch Vanilla pompona und Vanilla



🔥 **Vainilla ist der spanische Begriff für kleine Schote. Wobei sie so klein gar nicht sind. Manche Sorten können bis zu 35 cm lang werden.**

tahitensis. Die drei gehören wie gesagt zu den Orchideen, sind Kletterpflanzen und brauchen zum Wachsen symbiotische Partnerbäume. Das können Orangenbäume, Palmen. Oder eben auch Urwald, wie im Fall der Dom Rep. Sie brauchen Wärme und eine gewisse Luftfeuchtigkeit. Vor allem aber müssen die Blüten bestäubt werden, damit die Pflanze die begehrten Schoten bildet. Das war lange das zentrale Problem der gewerblichen Vanilleproduktion, da die natürliche Bestäubung von bestimmten Bienenarten und einigen Kolibris erledigt wurde, die es wiederum nicht überall in Lateinamerika gab. Dass heute in einer vanillegetränkten Welt leben, in der das Aroma omnipräsent ist, verdanken wir Edmond Albius, einem zwölfjährigen Sklavenjungen von der Insel La Réunion. Er entdeckte, vermutlich in einer Kombination aus Ehrgeiz, Neugier und Spieltrieb, dass man die Arbeit der Bienen auch selbst und mit dem Stängel eines Blattes erledigen kann. Die Insel La Réunion (das koloniale Frankreich trug entscheidend zur Verbreitung der Vanille, sowohl auf Verbraucher- wie auch auf Produktionsseite bei) hieß früher Île Bourbon und war damit Namensgeber für die Bour-

Wir wollen hier die beste Vanille der Welt produzieren. Und es sieht gut aus.

MARK LINEWEAVER, FARMLEITER IN DEN BLUE MOUNTAINS

bon-Vanille, während andere Inseln mit französischer Kolonialgeschichte, die karibischen Inseln Guadeloupe und Martinique als Ursprung der westindischen Vanille gelten.

Von der Orchidee zum Plastikmüll

Es gibt deutlich mehr Vanillejoghurt oder Vanille-Eis, als es natürliche Vanille gibt. Das wirft Fragen auf. Eine Möglichkeit, den maßlosen globalen Vanillinbedarf zu decken ist die Suche nach Alternativen, und hier hat die Industrie bereits einiges an Kreativität geboten. Sie hat sich längst von der Idee verabschiedet, Vanille aus einer exotischen Orchideenart zu erzeugen und überlegt, wie 4-Hydroxy-3-methoxybenzaldehyd (so der wissenschaftliche Name von Vanillin) im Labor herzustellen ist. In der Fichte schlummert ein Stoff mit

dem Namen Lignin. Wenn man diesen Stoff mit Hilfe eines Katalysators aus Kupfer oxidiert, entsteht Vanillin. Aus ungefähr 30 Kilo Fichtenholz kann 1 Kilo Vanillin erzeugt werden. Und nachdem die Fichte ein Baum und ein Baum eine natürliche Sache ist, wird das Fichtenvanillin auch als „natürliches Aroma“ vermarktet.

Ebenfalls als natürliches Aroma gilt das Vanillin aus einem deutschen Labor, bei dem der Farbstoff Curcumin mit Hilfe von drei Enzymen in Vanillin verwandelt wird. Die Enzyme kommen jeweils aus einem Pilz, der als Speisepilz untauglich ist (die Blasse Borstentramete), einem Speisepilz (dem Kräuterseitling) und der Candida-Hefe. Dann gibt es noch eine dänische Crew, denen das nicht weit genug ging. Sie veränderten das Genom der Bäckerhefe und fügten hinzu: eine der Gen-Sequenzen eines dungfressenden Pilzes, eine der Gänserauke und eine Sequenz aus dem menschlichen Genom. Wie gesagt. In der Not entwickelt die Lebensmittelindustrie eine erstaunliche Kreativität.

Definitiv verlassen wird der Pfad des natürlichen Aromas, wenn es um Recy-

cling im wahren Wortsinn und um die Verwendung von Darmbakterien und Verdauungsrückständen geht. So wird zum Beispiel der Umstand genutzt, dass Rinder den bereits erwähnten Stoff Lignin nicht verarbeiten können und daher wieder ausscheiden. Das Lignin ist aus Kuhfladen mit wesentlich weniger Energieaufwand zu extrahieren als aus frischem Fichtenholz. Weiterverarbeitet wird es dann auf die gleiche Art und Weise, und im Endprodukt ist die Herkunft – sensorisch – nicht zu unterscheiden. In Frankreich wurde vor ein paar Jahren ein Verfahren entwickelt, bei dem Vanillin aus Altpapier und modifizierten Darmbakterien her-

gestellt wird, und Forscher der University of Edinburgh haben erst kürzlich eine Methode vorgestellt, mit der sie nicht nur das Vanilleproblem, sondern auch den Plastikmüll reduzieren wollen. Dabei wird aus dem in Plastikflaschen verwendeten Polyethylenterephthalat (PET) der Bestandteil Terephthalsäure extrahiert, der dann mit Hilfe von (im Darm vorkommenden) E. coli-Bakterien in Vanillin umgewandelt. Abgesehen davon, dass man das als Vanilleeis-Fan erst einmal verdauen muss.

Am Sprung nach Kuba

Der Mann, der hinter dem Vanille-Projekt in der „Dom Rep“ steckt, ist der Wiener Andreas Harb. Er ist der Master Mind und Gründer von Puronilla, dem Schweizer Unternehmen, das den institutionellen Rahmen für die Abwicklung der „Karibikgeschäfte“ bildet. Andreas Harb ist Zeit seines Lebens Unterneh-

Advertorial

Fruchtig-süßes Erlebnis

„Jack Honey Sprizz“: Der neue Easy-to-Drink Premium Aperitif. 🍷

Der Jack Honey Sprizz ist perfekt für alle, die nach neuen Geschmackserlebnissen suchen. Der erfrischende Aperitif punktet durch seinen modernen Twist sowie seine frischen Zutaten. Passend zum steigenden Trend nach Drinks mit weniger Alkohol ist die neue Kreation besonders leicht. Die Basis bilden lediglich 3cl der harmonischen Kombination aus smoothem Jack Daniel's Tennessee Honey (Honiglikör auf Tennessee Whiskey Basis) und fruchtiger Beerenlimonade. Verfeinert, wird er mit einem Schuss frisch gepresstem Zitronensaft. Auf Eis serviert und mit einer Zitronenscheibe sowie Beeren garniert, ist er ein erfrischendes und unwiderstehliches Erlebnis, das alle Genießer auf Anhieb überzeugt.

Jack Honey Sprizz ist ein Easy-to-Drink Premium Aperitif, der sich im lower ABV-Segment bewegt und die Vielseitigkeit von Jack Daniel's demonstriert. Der Sprizz bietet ein äußerst ausbalanciertes und erfrischendes Geschmackserlebnis. Der ideale Drink für alle jene, die Wert auf Inklusivität und Diversität legen. Ob früher Abend, Daydrinking oder gemütliches Zusammensitzen mit Freunden: Mit Jack Honey Sprizz kann man jeden Moment in vollen Zügen gemeinsam genießen. 🍷 www.liquidspirits.at



Jack Honey Sprizz

3cl Jack Daniel's Tennessee Honey
15cl Beerenlimonade
(z.B.: Schweppes Original Wild Berry oder Organics Purple Berry)
1cl frisch gepresster Zitronensaft
Garnitur: Himbeeren, Heidelbeeren, Zitronenspalte



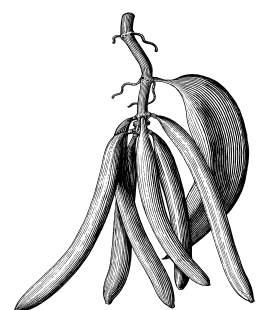


mer. Zuletzt in der IT-Branche und stets mit Hang zu guten Lebensmitteln und zur Biolandwirtschaft.

In der Dominikanischen Republik ist es Andreas Harb nicht nur gelungen, zusätzliche Anbaufläche für 37.000 Vanillepflanzen zu akquirieren, sondern zugleich auch 30 Jahre an Erfahrung beim Vanilleanbau hinzuzugewinnen. Genauso lange leitete der Vanille-Experte Mark Lineweaver die von Harb erworbene Plantage auf der Insel. Lineweaver hat den Anbau nicht gen-veränderter Vanille entwickelt und zum Erfolg geführt. Neben den ökologischen Aspekten beim Vanilleanbau zählen für ihn auch der Schutz der Natur und menschenwürdige Arbeitsbedingungen zu den herausragenden Leitmotiven für unternehmerisches Handeln bei Puronilla. Für die Vanille bedeutet das konkret: Bio & Fair Trade sind Pflicht, herausragende Qualität die Kür. Das Projekt, von dem eingangs erzählt wurde, zog auch die Aufmerksamkeit der Behörden und der Regierung auf sich. In den letzten Jahren hat sich die Domi-

nikanische Republik landwirtschaftlich stark verändert. Im Land entstanden Musterbeispiele biologischer Landwirtschaft. Mittlerweile gibt es einen Vertrag zwischen Andreas Harb und dem Ministerium für Landwirtschaft der Dominikanischen Republik.

Die Vanille-Plantage befindet sich in einer Bergregion auf 1.000 Meter Höhe und bietet einen wunderbaren Weitblick. Bei klarer Luft und schönem Wetter kann man vom Hügel der Farm sogar das Meer im Norden sehen. Im Moment läuft es für Andreas Harb und sein Team in der Dominikanischen Republik recht gut. Aber dabei will er es nicht belassen. Wendet man den Blick vom Norden nach Westen, sieht man zwar das Meer nicht, aber es sind nur 500 Kilometer Luftlinie nach Kuba. Und dort könnte schon bald die nächste Vanilleplantage stehen. In einem Land, das wir mit der Produktion von Vanille (noch) nicht in Verbindung bringen. Aber das Klima passt. Und was Kuba sonst an verführerischen Noten zu bieten hat, passt ebenso zum Aromaprofil der Vanille: Rum und Tabak. ●



Der Duft der Herkunft

Tahiti:
ausgesprochen würzig, fast ein wenig ätherisch. Duftet nach Anis und Fenchel

Indien:
leicht säuerlich und mit dezenter Süße

Java, Indonesien:
markant, rauchig. Wie Rum, der in Sherryfässern reift.

Bourbon-Vanille aus Madagaskar, La Réunion, Komoren:
kraftvoll, karamellig, intensiv nach gedörrten Pflaumen.

Die Teekanne macht den Tee

Teekanne sorgt mit feinen Teemischungen aus biologischen Zutaten für einzigartige Verwöhn-Momente der Gäste. ●



● In der TV-Werbung setzt Österreichs Teemarke Nummer 1 seit Jahren auf den TEEKANNE-Mann, im Bild mit Geschäftsführer Thomas Göbel.

Tee als Ganzjahresgetränk

Bis vor einigen Jahren war die klassische Teesaison mit dem Aufblühen der ersten Frühlingsblumen mehr oder weniger vorbei. Das hat sich längst geändert. Tee ist zu einem beliebten Ganzjahresgetränk geworden. Tees für den Kaltaufguss sind immer stärker nachgefragt. Darüber hinaus greifen Barkeeper gerne zu Tee und kreieren daraus Cocktails. Und auch Köche wissen mittlerweile um die Besonderheit und Vielfalt von Tee und diesen kreativ einzusetzen. ●

Ob am Frühstücksbuffet, im Wellness-Bereich oder der Haus-Bibliothek – eine Tee-Bar darf heutzutage in keinem guten Hotel mehr fehlen. Dafür, dass diese gut sortiert ist, sorgt Teekanne. Das Unternehmen hat für Gastronomie und Hotellerie ein eigenes Sortiment mit über 100 verschiedenen Teespezialitäten im Angebot. Und damit der Tee Genuss auch stilecht zelebriert werden kann, bietet Teekanne auch das passende Equipment. Vom trendigen Teegeschirr über stylische Samoware bis zu hochwertigen Displays bekommen Gastronominnen, Gastronomen und Hoteliers alles aus einer Hand.

Nachhaltiger Trinkgenuss

„Als Familienbetrieb in vierter Generation haben verantwortungsvolles Handeln und langfristiges Denken für uns oberste Priorität“, betont Geschäftsführer Thomas Göbel. Nach dem Motto „Think global, act local“ wird daher ein Großteil der in Österreich verkauften Teeprodukte am Produktionsstandort Salzburg hergestellt. Insbesondere die zu 100% auf Bio-Qualität und nachhaltigen Verpackungen basierende Gastromarke Teekanne „Selected“ macht vor, wie nachhaltiger, zeitgemäßer Tee Genuss gelebt wird.



● Für gehobene Tee-Ansprüche: Die Selected-Linie von Teekanne.



Bauernherbst

Seit mittlerweile 28 Jahren, präsentiert die Stieglbrauerei als Partner dieses traditionellen Veranstaltungsreignis mit „Stiegl-Herbstgold“ das offizielle „Bauernherbst-Bier“. Weiter so. ●



Neon Meister

Jägermeister ist überzeugt, dass in jedem ein Meister steckt. Denn alles was gerne und mit Leidenschaft gemacht wird, wir herausragend. Mit der limitierten Neon-Sonderedition ist gemeinsames Anstoßen Pflicht. ●

Let's crunch!

In Japan knuspert und knackt es an jeder Ecke. In „Crispy & Crunchy“ ist der Name Programm, wo Karaage, Tempura, Kushikatsu und Korokke miteinander um die Wette krachen. Cool! ●

Weniger Tempo, bitte

Schlichtweg die Eröffnung des Jahres – das feierliche Grand Opening von „Atmosphäre“ by Krallerhof. Die Führung durch das präsen- und doch schlichte Spa mit Hadi Teherani selbst ist für Krallerhof-Gäste mit einer malerischen Audio-Tour weiterhin zugänglich. Sylvie Meis und der Star-Architekt kommen auch wieder privat. „Das Raumgefühl, die Großzügigkeit und die organische Formensprache der Architektur lassen die Energien fließen und kommen somit der Erholung und Regeneration zugute“, so Gerhard Altenberger über seine Idee. Mehr Bilder in den Gastroblicken ab Seite 68. ●



120 Jahre Sporer

Seit 1903 ist die Likör- und Punschmanufaktur von Michael und Susanne Sporer ein Kult in Salzburg. Zum Jubiläum präsentierten sie „Elixir“, einen eigens kreierten Kräutergeist, inspiriert vom historischen Zunftzeichen. Die Flasche wurde zum Sammlerstück - nur 999 Stück erhältlich und ist ein Meisterwerk aus Kräutern, Blumen und Beeren mit einem sommerlichen Touch von Zitronen, Melisse und Minze. 2015 eröffnete Familie Sporer zudem eine neue, stylische Manufaktur in der Michael Walz Gasse im Stadtteil Maxglan, in der auf 110 Quadratmetern alle altbewährten Sporer Spezialitäten zu haben sind, zudem kann jeder die leeren Fläschchen hier wieder auffüllen lassen. Insgesamt umfasst die Palette mittlerweile mehr als 40 Produkte, alle nach Familienrezepten mit höchstem Qualitätsanspruch an die verwendeten Produkte hergestellt. Auf weitere 120 Jahre Magie! ●



Friends & Fools

Das neue Küchenteam rund um Julian Stieger und Patron Joschi Walch sorgt wieder für Furore am Arlberg. Abgerundet wird die kulinarische Vielfalt in Familie Walchs Genießerhotel Rote Wand in den kommenden Wochen durch das Herbstfest (28.9.–1.10.) und Fermentation mit Vadim Otto Ursus, Restaurant otto, Berlin (29.–31.10.) Bernhard Resch übernahm die Leitung des Rote Wand Gourmet Hotels und der Rote Wand Stuben. Die neue „Friends & Fools“-Lounge wartet mit einem ungemein innovativen Konzept auf – von Events über Masterclasses, Four-Hands-Dinners und Workshops bis zu Wein-Tastings u.v.m. ●



Almdudler trifft Liebe

Glasklar natürlich Almliebe. Das Münchner Unternehmen ist die neue Partnerschaft. Gemeinsam gibt's nun eine Kollektion, die alpinen Flair und moderne Designs vereint. Die Enkelin des Almdudler-Erfinders, Lara Schoeller, verband die nahezu ähnlichen Philosophien der beiden Familienunternehmen. Das Ergebnis? Ein blumiges Artwork, das Tradition und Moderne verschmelzt, inspiriert von Tattoos und alpenländischer Ästhetik. Schöne alpine Vibes als T-Shirt und Hoodie! ●





Stefanie und Sohn Benjamin leben selbst die Freiheit, Leichtigkeit und Weltoffenheit der Jufenalm.

Boho-Spirit in den Alpen

Es kommt oft anders, als man denkt. Schlussendlich ist das Boutiquehotel Jufenalm dann aber doch genau das geworden, was sich die Rohrmosers vorgestellt haben: Ein idyllischer Wohlfühlort mit Charme und Stil. ●

TEXT: GÜNTHER GAPP // FOTOS: RAINER FEHRINGER



● Jufenalm: ein Ort zum Freisein und „Ja“-Sagen – „ehrlich, lässig, cool.“



Aufgeregt ist man nur am Anfang. Es gibt so viel zu sehen. So viele Ecken und Plätze, die verzaubern. Dann schweift der Blick von der Nähe in die Ferne und wieder retour. Wow! „Man erkennt genau, wann ein Gast wirklich bei uns angekommen ist. Wenn die Bewegungen langsamer werden, der Blick zu ruhen beginnt und die Mundwinkel dauerhaft nach oben zeigen“, weiß Stefanie Rohrmoser und weiter: „Wir schauen, dass das möglichst rasch passiert.“

Die umliegende Natur ist alpin. Trotzdem herrschen hier oben – also auf 1.150 Meter über dem Meeresspiegel – Insel-Feeling und Strand-Grooves. Kein Wunder. Das Steinerner Meer reicht soweit das Auge sehen kann. In unmittelbarer Nähe sind es ein Naturbadeteich, Pampasgras-Sonnenschirme und ein verspiegelter Sauna-Kubus, die für relaxtes Urlaubsgefühl sorgen.

Geradezu magisch ist die Kraft dieses Platzes, die Stille, der Weitblick in das Steinerner Meer und das Gefühl hier – irgendwo zwischen Himmel und Erde – genau richtig zu sein, um loszulassen. Hier muss man – zumindest als Gast gar nichts machen. Es ist aber auch ein guter Ort, um zu arbeiten. Bohème-Spirit, wie in Stefanie und Bernhard Rohrmoser und ihre Kinder Benjamin und Kimberly verstehen und am Jufen mit ihren Gästen und 35 Mitarbeitern auch leben. Gemeinsam bespielen sie dieses wunderbare Haus, das urbanen Bohemian-Chic („Boho“) mit bodenständigen Elementen geschickt verbindet.

Diese gelungene Mischung spiegelt die stilistischen Vorlieben der Familie wider. Sie verkörpern das Bodenständige der Alm, das wie selbstverständlich mit schicken Elementen eines Boutique-Hotels kontrastiert.



Familiäre Evolution

Stefanie ist am Jufen geboren, bevor sie am Brimbach Hof des Vaters in Maria Alm aufwuchs. Von Kindheitstagen an hat sie alle Ferien auf der Jufenalm zwischen Gastwirtschaft und Landleben bei Onkel Louis und Patentante Rosa, den heutigen Seniorchefs verbracht. Sie lebt für die Jufenalm. Ihr Sohn Benjamin trägt die Jufenalm nach außen, bringt die Ideen, bestreitet das Marketing und schafft zielstrebig Raum für neue Wege, um Neues und Außergewöhnliches zu schaffen.

Mit dem ersten Umbau wurde vor zehn Jahren der Grundstein gelegt. 2021 wurde es dann noch ein bisschen größer und feiner. Während Bernhard so ziemlich in allen Bereichen Hand anlegte, um Ideen und spontane Änderungswünsche in die Tat umzusetzen, zeigte Kimberly ihr Design-Talent in der Auswahl des Interieurs und viel Lie-

Alles fängt mit einer vagen Idee an. Aber ob es schlussendlich funktioniert, weiß man erst im Nachhinein.

BENJAMIN ROHRMOSER

be zum Detail. Was alle Vier neben dem angeborenen Gastgeber-Gen verbindet, ist ihr Bohemian Spirit und Offenheit für das Neue.

Weniger ist mehr

Namasté auf der Yogamatte, Aufguss in der verglasten Design-Sauna, die gute Nacht im Boxspringbett mit Blick auf den Sternenhimmel durch das Dachfenster und dazwischen auf der Terrasse am Naturbadeteich abhängen oder im Jacuzzi aufsprudeln und in die Landschaft rausschauen. Mehr braucht's eigentlich nicht. Das sehen viele angehende Ehepaare genauso,

die sich hier das Ja-Wort geben wollen. Praktischerweise gibt es hier auch eine schöne Hauskapelle. Auch hier gilt: weniger, dafür exklusiver!

„Alles fängt mit einer zunächst noch vagen Idee an. Dann formen wir ein Konzept. Dann schreiten wir zur Tat. Aber wie es schlussendlich wirklich aussehen wird und ob es tatsächlich funktioniert, weiß man erst im Nachhinein“, umschreibt Benjamin die spannende Phase des letzten Umbaus.

„Der Mut für die Veränderung des Bestehenden wie auch für alle Maßnahmen zur Umstrukturierung haben wir gemeinsam aufgebracht. Und dann kam Corona ums Eck“. Dies war Stefanies große psychische Herausforderung. Plötzlich gab es Lieferverzögerungen und es kam zu einer sechswöchigen Verspätung des Aufsperrrens. Die Wochenenden waren aber mit Hochzeiten ausgebucht, die sie alle absagen musste.

Auch Sohn Benjamin kann sich an diese herausfordernden Tage und Wochen erinnern: „Die psychische Anspannung der Eltern zu merken, das war belastend. Wir sind im Container gesessen, das Wasser ist reingeronnen, die Jufenalm rundum ist flach gelegen. Dann haben wir uns auch noch vom Architekten und der Marketingagentur getrennt und es selbst gemacht, es war teilweise dramatisch“.

Das ganz Besondere

„Das Original bleibt das Original. Auch wenn andere unser Boho-Konzept nachahmen sollten, bleibt unser persönlicher Stil einzigartig“, meint Benjamin. Und die Lage des Orts ist ohnehin einzigartig. „Mittlerweile verstehen die Gäste das Konzept, identifizieren sich damit, fühlen sich wohl“. Der offene Charakter des Hauses durchmischt Hausgäste und Urlauber, die nur kurz zur Stärkung einkehren. Eigentlich wollten die Rohrmosers das

Der Mut für die Veränderung des Bestehenden haben wir gemeinsam aufgebracht.

STEFANIE ROHRMOSER

konzeptionell strikt trennen. In Form einer schleichenden Anpassung wird das heute zur Zufriedenheit aller Beteiligten aber nicht mehr so streng gesehen. Spätestens am Abend in der Bar sind alle gleich. Hausgäste haben dort allerdings Heimvorteil, weil sie nicht mehr Auto fahren müssen. Wer deshalb beim Alkohol auf der Bremse steht, freut sich über selbstgemachte Limonaden und seit kurzem auch über die Organics von Red Bull. „Mir war zunächst gar nicht bewusst, dass es sich dabei um Bio-Limonaden handelt, weil die Aufmachung so modern ist. Seit kurzem sind sie Fixstarter in unserer Bar, weil

◆ Neben Snacks und Tees erfrischen die Organics by Red Bull an der Honesty Bar die Gäste des Ruheraums.

drink

Ingwer und Limette sind die Hauptdarsteller dieses alkoholfreien Drinks. Beides in das Glas geben und zerdrücken. 1 cl Limettensaft hinzugeben. Mit Organics by Red Bull Ginger Ale auffüllen und umrühren. Fertig.

der Mix aus Qualität, Geschmack und edler Erscheinung genau unserer Philosophie entspricht“, meint Bernhard.

Während wir uns verabschieden, kommt Bernhard mit einem breiten Grinsen bei der Tür herein. Er kommt gerade vom Heli fliegen mit den Praktikanten zurück, die den Flug als Dankeschön für ihren Einsatz erhalten haben. Erzählt von deren Freude und dass sie nun die Bowls verzehren, bevor sie wieder den Dienst antreten, bevor er selbst in Richtung Küche verschwindet. Ja, kochen kann er auch. ◆

wer&wo

JUFENALM

Jufen 10, 5761 Sonnberg
www.jufenalm.at

Exklusiv bei Eurogast: Genuss aus Österreich

GENUSS AUS ÖSTERREICH kennzeichnet das exklusive Fleischsortiment der Eurogast Eigenmarke. Der heimische Gastrogroßhändler listet ab sofort edles Fleisch mit 100%iger Herkunftsgarantie aus Österreich. ►



hochwertigem Fleisch aus Österreich. Die 4xAT Auszeichnung gewährleistet vollkommenen heimischen Genuss mit kurzen Transportwegen und einer optimalen Frische“, informiert Peter Krug, Geschäftsführer von Eurogast Österreich. **GENUSS AUS ÖSTERREICH** Produkte mit der 4xAT Kennzeichnung sind ein Garant für maximale Transparenz. Die Herkunft der Tiere kann vollumfänglich nachvollzogen werden. Zertifizierte heimische Lieferanten versprechen zartes, saftiges Fleisch mit einem intensiven Geschmack.



Peter Krug,
Geschäftsführer
Eurogast
Österreich ►

Den Start machten Anfang September die Huhn-Produkte. Die dazugehörige Kennzeichnung 4xAT garantiert, dass die Hühner in Österreich geboren, aufgezogen, geschlachtet und verarbeitet wurden. Eine natürliche und tierfreundliche Haltung mit gentechnikfreier Fütterung, hergestellt von österreichischen Futtermühlen, sowie höchste österreichische Güteklasse sind gesichert. Bereits diesen Herbst wird das **GENUSS AUS ÖSTERREICH** Sortiment mit Rind- und Schweinefleisch erweitert.

4xAT: Ein österreichisches Qualitätsversprechen

„Unsere Gastronomie setzt auf Qualität, Regionalität und Nachhaltigkeit. Eurogast Österreich entspricht den hohen Erwartungen und bietet mit **GENUSS AUS ÖSTERREICH** Produkten eine breite Auswahl an qualitativ

Beliebte Eigenmarken

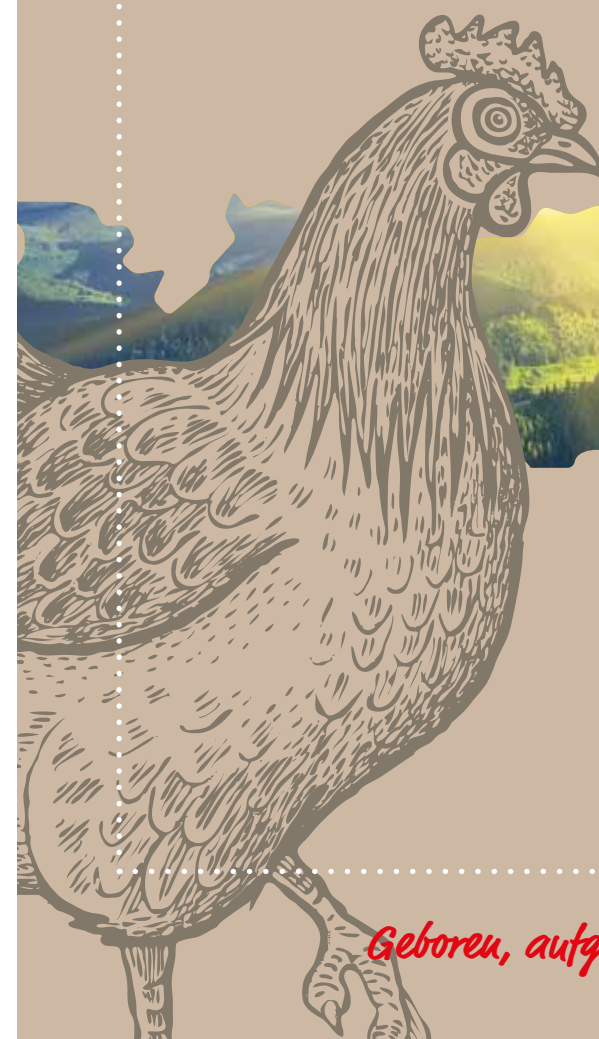
Mit der Eurogast Eigenmarke und Eurodiskont, der Preiseinstiegsmarke, führt der österreichische Gastrogroßhändler zwei beliebte hauseigene Handelsmarken mit hervorragendem Preis-Leistungs-Verhältnis. Die Eurogast Eigenmarke umfasst bereits mehr als 300 Produkte für die heimische Gastronomie, Hotellerie sowie Großküchen. „Die positive Resonanz unserer Kund:innen motiviert, das Sortiment stetig auszubauen“, erklärt Peter Krug, Geschäftsführer **EUROGAST** Österreich. Auch hier gilt der hohe Qualitätsanspruch: 100%ige Frische durch kurze Lieferwege. „Unsere Mitglieder sind in der Region stark verwurzelt. Deshalb können wir dem Kundenwunsch nach regionalen Produkten perfekt entsprechen“, informiert Krug und ergänzt: „Qualität garantieren, um Vertrauen zu genießen. Diesem Leit-spruch folgen wir konsequent.“ ◀

Genuss aus
ÖSTERREICH
eurogast

EHRlich. GUT. VON HIER.

GENUSS AUS ÖSTERREICH kennzeichnet das exklusive Fleischsortiment der Eurogast-Eigenmarke. Mit Qualitätsversprechen! Die 4 x AT-Auszeichnung garantiert höchste Gastroqualität aus Österreich.

**Jetzt
neu!**



4 x AT



Geboren, aufgezogen, geschlachtet und zerlegt in Österreich.

wer&was

Eurogast Österreich ist ein Zusammenschluss von elf privaten Gastrogroßhändlern, die an 19 Standorten mehr als 50.000 Food und Non-Food-Produkte für Gastronomie, Hotellerie und Großverbraucher bieten. Zusammen mit dem Südtiroler Frischelieferanten Gastrofresh werden aktuell über 40.000 Betriebe in Österreich und Deutschland mit Qualitätsprodukten versorgt.

www.eurogast.at

Cuisine Japari-sienne

Japanische Köche haben die Restaurant-Szene von Paris in den letzten 20 Jahren nachhaltig verändert, egal ob sie japanisch, französisch oder eine individuelle Mischung aus beiden Welten kochen. ◀

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Mehr als nur gutes Essen – das Ogata gilt als Botschaft japanischer Genusskultur



Japanese Fine Dining muss nicht teuer sein. Atsumi Tanaka bietet im AT preiswerte Lunch-Menüs.

Ich koche skandinavisch“, antwortet mir Atsumi Tanaka auf meine Frage, ob er sein kleines Restaurant AT eher als französisch oder japanisch inspiriert bezeichnen würde. Dann lacht er kurz bevor er ernsthaft fortfährt: „Nationale Zuschreibungen machen in den meisten modernen, kreativen Restaurants keinen Sinn, egal ob sie nun in Paris oder Tokio stehen. Bei mir macht das überhaupt keinen Sinn. Ich koche mit saisonalen Produkten aus Frankreich und habe die großen Köche Japans besucht. Mein wichtigster Meister war Pierre Gagnaire, aber auch Quique Dacosta in Andalusien, Sergio Herman in Antwerpen, Björn Frantzén und Magnus Ek in Stockholm sowie Rasmus Kofoed in Kopenhagen haben mich inspiriert“, zählt Tanaka weitere Spitzenköche auf, bei denen er gearbeitet hatte, bevor er 2015 sein erstes eigenes Restaurant in Paris eröffnete.

Während der Pandemie musste er zwar zusperren, doch vergangenes Jahr eröffnete sein minimalistisch gestaltetes Mini-Restaurant AT, das auf Anhieb mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet wurde. Auf der Weinkarte findet man Naturweine aus ganz Europa, Einrichtung und Geschirr stammen von skandinavischen Designern. Die Gerichte sind kleine Kunstwerke, die

auf eine zurückhaltende Art und Weise verspielt wirken. Mit der strengen Ordnung seiner Ahnen in Japan hat seine Küche jedenfalls nur wenig zu tun.

Auch der 3-Sterne Tempel Kei von Kei Kobayashi ist kein typisch japanisches Restaurant, wenngleich hier ausschließlich große Omakase-Menüs angeboten werden. Seine Küche ist eine persönliche Liebeserklärung an Frankreich. Gelernt hat er bei Alain Ducasse und Gilles Goujon. Als gefeierter 3-Sterne Koch braucht er sich nicht an strenge Konzepte zu halten. So serviert er etwa zum Wagyu-Beef aus Kagoshima gebratene Gnocchi. Wer hier geographische Orientierung sucht, ist im falschen Film. Kobayashi ist übrigens der einzige Nichtfranzose in der elitären neunköpfigen Liga der Pariser 3-Sterne Köche.

Sushi, Udon, Robata-Grill

Wie in fast allen europäischen Großstädten haben auch in Paris seit der Jahrtausendwende zahlreiche Sushi-

Lokale eröffnet. Im Gegensatz zu den meisten anderen Städten der Welt gibt es hier jedoch wirklich großartige Sushi-Bars, die sich auch in Tokio nicht verstecken müssten. Die Gründe dafür erscheinen klar. Zum einen gibt es keine zweite europäische Stadt, in der gutes Essen eine derartig große Rolle spielt. In Paris bekommt man Fisch und Meeresfrüchte in Qualitäten, von der Köche in anderen Städten nur träumen können. Zum anderen ist Paris eine Gourmet-Metropole, in der Gäste bereit sind, für gute Qualitäten auch gutes Geld zu bezahlen. Es müssen ja nicht gleich 320 Euro wie fürs große Omakase-Menü im *L'Abysse* von Yannick Alléno sein. Einen der lediglich zwölf Plätze an der Sushi-Bar, die unterhalb von Allénos 3-Sterne Tempel im bezaubernden Pavillon Ledoyen bekommt man dennoch nicht so leicht. Für die Zubereitung ist Sushi-Meister Hachiro Mizutani verantwortlich, den Alléno dank Jahrzehnte langer Verbindung zu seiner Familie zu einer Übersiedlung nach Paris überreden konnte.



3-Sterne Koch Yannick Alleno hat den Sushi-Meister Hachiro Muzitani geholt, der eine Etage unter dem L'Abysses auf 2-Sterne-Niveau kocht



Puristisches Design, großartiger Geschmack – japanische Genussskultur im Ogata



French connection

Tokio und Paris befruchten sich wechselseitig. Die Japaner lieben die französische Küche und umgekehrt. ◀

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER

Das Verhältnis zwischen Frankreich und Japan ist nicht durch historische Geschehnisse vorbelastet. Ihre enge kulinarische Verbundenheit beruht einzig auf der Liebe zu gutem Essen. Der intensive wechselseitige Austausch trägt sowohl in Paris als auch in Tokio köstliche Früchte.

Alle Größen der französischen Küche haben hier eigene Restaurants. Alain Ducasse lässt in der japanischen Hauptstadt genauso aufkochen, wie Pierre Gagnaire oder Michel Troisgros. Joël Robuchons Erben betreiben hier neben dem gleichnamigen 3-Sterne Restaurant und zwei 2-Sterne Lokalen (*La Table* und *L'Atelier*) noch ein Café und einen Shop. Losgetreten wurde dieser Frankreich-Hype von Paul Bocuse, dessen Name immer noch gewinnbringend mit zwei Restaurants und sieben Brasserien vermarktet wird. In der Oberliga spielt mittlerweile aber keiner seiner Betriebe mehr mit.

Sushi auf Sterne-Niveau gibt es auch im *Sushi B* und im *Jin*, ebenfalls empfehlenswert sind *Sushi Shunei* und *Nodaiwa*, wo man vor allem dem Aal huldigt. Wer erstklassiges Sushi mit perfektem Sake-Pairing sucht, wird im *EnYaa* glücklich. In jedem Arrondissement gibt es ein paar Geheimtipps, wo man ordentliches Sushi bekommt. Konkurrenz belebt nicht nur das Geschäft, sie hebt auch insgesamt die Qualität.

Dass japanische Küche wesentlich mehr zu bieten hat als Sushi und Sashimi zeigt sich an der Seine-Metropole in vielerlei Hinsicht. Kleine Izakaya-Lokale, in denen man Udon-Nudeln, Ramen-Suppen, Gyoza-Teig-

Internationale Asia-Ketten haben in Paris keine Chance.

taschen oder Fleisch und Gemüse in verschiedensten Variationen vom Robata-Grill bekommt, gibt es gefühlt an jeder zweiten Ecke. Chinesen haben hier einen vergleichsweise schweren Stand. Auch elegante Lokale wie das *Maison* von Sota Atsumi (zuvor Clown Bar) sind extrem angesagt.

Die kulinarische Botschaft

Diese hohe Japan-Kompetenz erschwert es, mit internationalen Konzepten Fuß zu fassen. So gut die Zuma-Lokale mit ihrer „Modern-Ja-

panese“-Küche rund um den Erdball funktionieren – nach Frankreich hat man sich bislang nicht getraut. Lediglich Nobu Matsuhisa – weltbekannt mit seinen *Nobu*-Restaurants – hat den Schritt nach Paris gewagt. Allerdings nicht mit einem Nobu-Lokal, sondern als peruanisch-japanisches Nobelrestaurant im Luxushotel Le Royal Monceau, das den vollen Namen des weltweit erfolgreichsten japanischen Kochs trägt. Einzig im mondänen Monte Carlo versucht das Fairmont Hotel sein Glück mit einem Nobu-Restaurant.

In den meisten Metropolen der Welt zählen *Nobu* oder *Zuma* zu den jeweils besten japanischen Restaurants der Stadt und lassen sich diesen Status entsprechend gut bezahlen. In Paris ist

eine derartige Positionierung wesentlich schwieriger. Das liegt nicht zuletzt an Lokalen wie dem *Ogata*. Der Guide Michelin bezeichnet es gar als kulinarische Botschaft Japans, obwohl es dort „nur“ mit einem Stern bewertet ist. Namensgeber dieses Lokals ist der weltberühmte Designer Shinichiro Ogata, der in allen Dingen „Schönheit und Balance“ umsetzen will. Betritt man dieses elegante Stadtpalais, sieht man zunächst eine Galerie für moderne Kunst und einen eleganten Museums-Shop. Außerdem befindet sich hier der Teesalon Sabo. Im Sabo kann man unter Anleitung eines Zeremonien-Meisters auch ein saisonales Mittagmenü mit Teebegleitung genießen. 200 Euro für einen Lunch sind auch in Paris ein stol-

zer Preis. Dennoch muss man lange im Voraus reservieren. Einen Stock darüber liegt das eigentliche Restaurant, in dem es trotz offener Küche erstaunlich ruhig ist. Man fühlt sich fast wie in einem Tempel. Andächtig genießen die Gäste das obligatorische Omakasa-Menü und sprechen – so wie das Service – im Flüsterton. Zum Start gibt es ein Stück gegrillte Melanzani. Mehr nicht. Es folgen Bonito-Salat, drei Bissen Sashimi, Kalbsbries, gegrilltes Lamm und eine intensive Hühnersuppe. Dazu jeweils ein passender Sake. Viel puristischer und verführerischer geht es nicht. Noch Fragen? ▶



1958 wurde der Tokyo Tower nach Vorbild des Pariser Eiffelturms gebaut, ein paar Jahre später begann nach mehrmaligen Besuchen von Paul Bocuse der kulinarische Austausch zwischen den Hauptstädten von Japan und Frankreich.

Die japanische Küche hat die nouvelle Cuisine entscheidend beeinflusst.

PAUL BOCUSE

der Betonung des Eigengeschmacks und einer absoluten Fokussierung auf saisonale Produkte beruhen.

Japan huldigt zwar seit Jahrhunderten dem guten Essen, die Köche selbst standen im sozialen Gefüge jedoch weit unten – im Gegensatz zu Frankreich, wo man seine großen Küchenchefs als kulturelle Fahnenträger huldigte. Dass große Restaurants den Namen des Kochs tragen, war damals in Japan unvorstellbar. Trotz der boomenden Wirtschaft im eigenen Land versuchten daher zahlreiche japanische Köche ihr Glück in Frankreich, wo sie vor allem in der Top-Gastronomie reüssierten. Dort wurden ihr fanatisches Arbeitsethos und ihre exakte Technik geschätzt. Als

dann Köche wie Alain Ducasse und Joël Robuchon daran gingen, neben ihren Stammhäusern weitere Restaurants zu eröffnen, waren japanische Köche extrem gefragt. Viele dieser Köche sind in solchen Restaurants zu gut bezahlten Küchenchefs aufgestiegen. Andere haben in Frankreich eigene japanische Restaurants aufgemacht. Die Meisten sind jedoch nach Japan zurückgekehrt, um mit ihrem vor Ort erworbenen Wissen um die französische Küche die eigenen Landsleute zu begeistern.

Wie rein ist rein?

Die japanische Restaurant-Landschaft unterscheidet sich grundlegend vom Rest der Welt. Auch im Top-Segment gibt es Restaurants, die sich ausschließlich auf ein Thema wie Nudeln, Grill, Sushi, Fugu oder Kaiseki konzentrieren. Bis vor 30 Jahren gab es praktisch keine ausländischen Restaurants.

Als die ersten französischen Restaurants eröffneten, war dies eine kulinari-

sche Sensation. Auch wenn die Qualität der japanischen Lebensmittel weltweit unerreicht ist, brachten Bocuse & Co Produkte wie Butter, Käse, Gänseleber und Trüffel mit, weil sie dies für eine echte französische Luxusküche unverzichtbar hielten. Frisches, knuspriges Weißbrot kann man natürlich nicht einfliegen, also begann man es vor Ort frisch zu backen. Die Japaner liebten diese neuartigen Köstlichkeiten auf Anhieb und begannen diese – so wie übrigens den Wein – auch in ihren eigenen Restaurants zu intergrieren.

Heute gibt es in Tokio eine bunte Restaurant-Landschaft, bei der es neben original französischen und traditionell japanischen Restaurants auch viele moderne Lokale gibt, die sich nicht eindeutig zuordnen lassen.

Französisch, japanisch oder modern?

So ist das 3-Sterne Restaurant *Ryuzu* im Stadtteil Roppongi laut Michelin ein französisches Restaurant. Küchenchef



Paul Bocuse im Gespräch mit unserem Chefredakteur Wolfgang Schedelberger vor 20 Jahren in Madrid.

und Eigentümer Ryuta Iizuka hat in den 1990er Jahren bei Joël Robuchon in Paris gelernt, war in seinem berühmten Restaurant *Taillevant* bis zum Sous-Chef aufgestiegen und hat 2005 als Küchenchef das *L'Atelier de Joël Robuchon* in Tokio eröffnet.

2011 folgte mit dem *Ryuzu* schließlich der Schritt in die Selbständigkeit. Für einen europäischen Gaumen ist das *Ryuzu* ein modernes japanisches Restaurant. Das liegt nicht nur an den Grundprodukten, die allesamt aus Japan stammen, sondern auch an den Aromen und der Art der Zubereitung. Allerdings isst man dort – wie übrigens in fast allen modernen Restaurants in Tokio – mit Saucenlöffel und Gabel statt mit Stäbchen. Es gibt vorab knuspriges Baguette und Butter und die Weinbegleitung kommt komplett aus Frankreich. Japanische Gäste werden das *Ryuzu* – aus ihrer Sicht vollkommen zu Recht – als modernes französisches Restaurant bezeichnen, weil es diese

Art des Kochens in der traditionellen japanischen Küche einfach nicht gibt und gewisse stilistische Ähnlichkeiten zum Atelier de Joël Robuchon auch nicht abzustreiten sind. Stellt sich die Frage, wie viel Robuchons Atelier in Tokio (aber auch in Paris, Bangkok, Hongkong, Las Vegas, London, Singapur oder Taipeh) mit der traditionellen Küche Frankreichs zu tun hat?

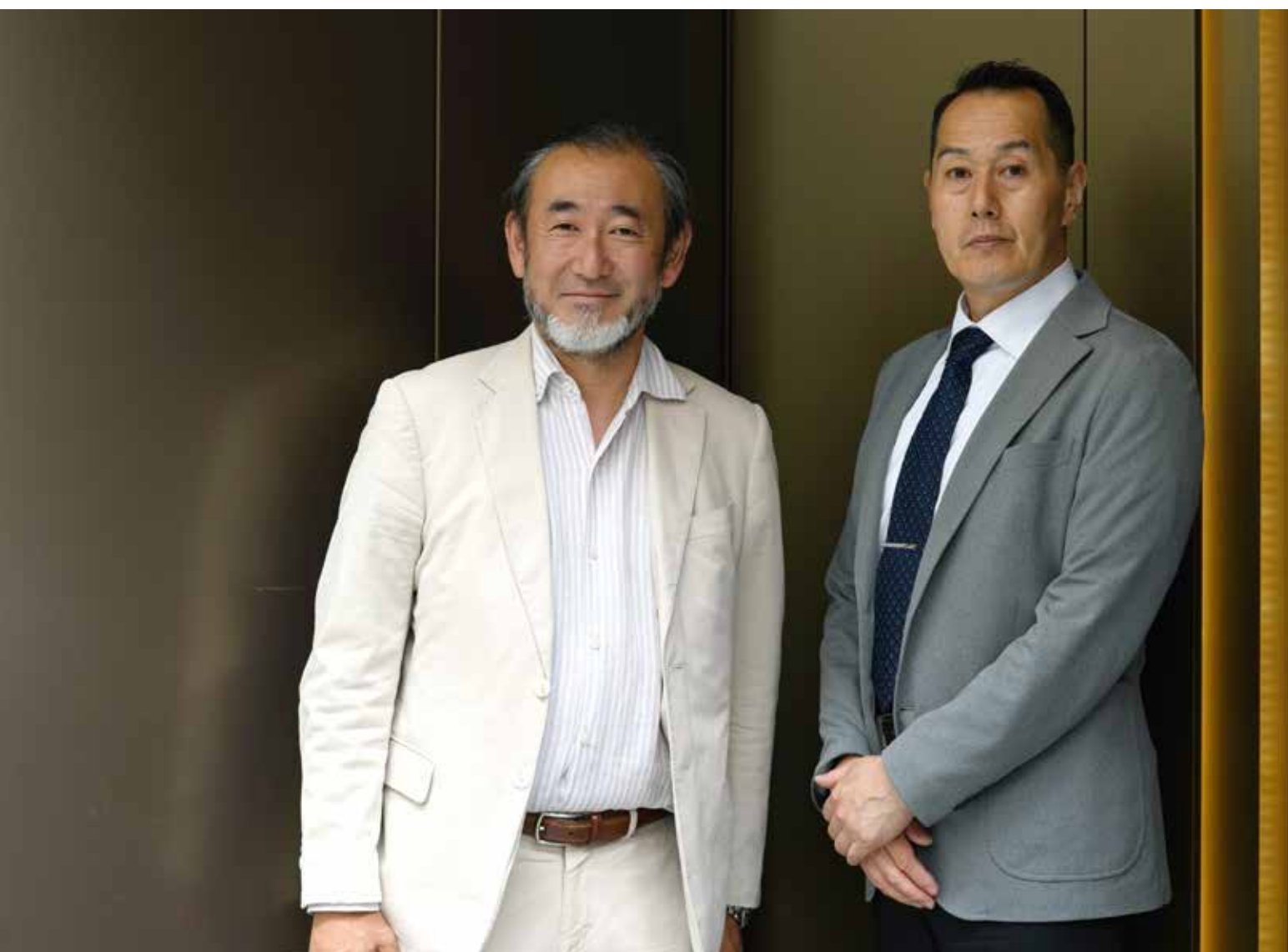
Die besten japanischen Küchenchefs orientieren sich nicht an der klassischen französischen Haute Cuisine, sondern sind von Köchen wie Alain Passard oder Pascal Barbot geprägt, deren Stil stark von der japanischen Küche beeinflusst ist.

Das kulinarische Ping-Pong-Spiel zwischen Japan und Frankreich geht also weiter – mit erfreulichen Auswirkungen in beiden Hauptstädten. ●

The Art of Sushi

Joji Hattori hat mit seinem Restaurant Shiki das Tor zur kulinarischen Welt Japans geöffnet. Sein Sendungsbewusstsein setzt er jetzt mit einer „Sushi Academy“ for. ●

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKNG



Gemeinsam mit japanischen Sushi-Meister Nobuyuki Ikarashi wurde die Shiki Art of Sushi Japanese Culinary Academy gegründet. Um die Qualität japanischer Genussskultur noch weiter zu heben. Die Ausbildung richtet sich an Küchenprofis, der erste Kurs startet im Jänner.



Die Entwicklung in Sachen Sushi ist rasant – und nicht immer erfreulich.

Eigentlich geht Sushi ganz einfach. Eine Scheibe roher Fisch auf Reis. That's it! Dass der Reis eine eigene kleine Wissenschaft ist und die Vielfalt beim Fisch, seinen Arten, Teilen oder Schnitttechniken enormes Wissen und solides Handwerk erfordern, steht auf einem anderen Blatt.

Der Sushi-Boom, der in Österreich weiter fortschreitet, birgt auch Schattenseiten. Zahlreiche Sushi-Lokale entfernen sich vom japanischen Vorbild der puristischen Eleganz. Weil sich Joji Hattori über zusätzliche Konkurrenz in Form von anspruchsvollen Sushi-Bars durchaus freuen würde, steht sein nächstes Projekt bereits in den Startlöchern: Die Shiki Art of Sushi Japanese Culinary Academy.

Im Gegensatz zum bereits bestehenden Angebot von Workshops für Hobbyköche geht es in der „Academy“ um eine Ausbildung für Profis. Geboten wird ein Querschnitt durch die japanische Küche mit Schwerpunkt roher Fisch. Die Ausbildung dauert zwei Monate (Montag bis Freitag ganztägig) und setzt eine profunde Kocherfahrung voraus.

Mit Nobuyuki Ikarashi ist es Hattori gelungen, einen ausgewiesenen Profi nach Wien zu holen. Und zwar vollumfänglich. Ikarashi kommt nicht einfach nur für ein paar Monate nach Österreich, um die Kurse zu halten. Er hat seinen Lebensmittelpunkt hierher verlegt und ist für die Konzeption und Durchführung der Ausbildung verantwortlich.

Ikarashis Lebenslauf kann sich sehen lassen. Erste kulinarische Schritte im Kappo-Restaurant Kado-Ya in der Präfektur Niigata. Danach viele Jahre Kaiseki-Koch und Sushi-Meister in Tokio und Sapporo sowie als Küchenchef im noblen Sushi Sase in Hongkong. Nobuyuki Ikarashi lizenzierter japanischer Meisterkoch. Er dürfte sogar – was in Wien derzeit allerdings nicht angedacht ist – den sensiblen, weil hochgiftigen Kugelfisch (Fugu) zubereiten.

Schnitt- und Filetiertchniken sind ebenso Teil der Ausbildung, wie das Arbeiten mit Innereien und die Pflege und das Schleifen hochwertiger Messer. Klarerweise ist auch die Zubereitung von Sushi-Reis ein wesentlicher Bestandteil der Ausbildung. Am Ende des Kurses

müssen die Teilnehmer dann noch ein umfassendes japanisches Menü (mit Schwerpunkt Sushi) eigenständig zubereiten. Quasi das „Meisterstück“ bevor sie ihr Diplom bekommen.

„Die Teilnehmer werden nach Abschluss dieser Intensivkurse sofort in einer japanischen Sushibar, oder in einem japanischen Restaurant eigenständig arbeiten können. Außer der Zubereitung von Sushi lernen sie die Basics über Sashimi, Miso- und klare Suppen, japanischen Saucen, Tempura, japanische Eierspeisen und Salate auf einem Niveau, das deutlich über dem liegt, das derzeit die meisten japanischen Restaurants in Europa bieten können.“, meint dazu Nobuyuki Ikarashi. ●

was&wann

SHIKI ART OF SUSHI JAPANESE CULINARY ACADEMY

Der erste Kurs startet am 22. Jänner 2024 in Wien. Bewerbungen unter academy@shiki.at, Infos unter <https://www.shiki.at/academy/>

Der Geschmack der alten Heimat

Klaus Leopold führt in Singapur eine angesagte Gastro-Bar, in der es sehr österreichisch schmeckt. Weil er den Geschmack der alten Heimat mit möglichst vielen Menschen teilen will, hat der Austro-Gastronom auch ein beachtliches Import-Geschäft mit Wein und Spirituosen aufgezogen. ►

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Mit 19 Jahren war es zu allererst ein großes Abenteuer. Ein Job in Singapur? Warum denn nicht! Klaus Leopold hatte gerade seine Ausbildung (Tourismuskolleg mit Matura) absolviert und in den Ferien bereits jede Menge praktische Gastronomie-Erfahrung gesammelt. Ein befreundeter Kollege hatte einen Job in Singapur in Aussicht und fragte Klaus, ob er nicht mitkommen wolle. Der Gastronom sei ein Österreicher und hätte sicher auch einen zweiten Job für einen jungen tüchtigen Kellner. Den Freund zog es bald wieder zurück nach Österreich. Klaus blieb. Zwei Jahre später hatte ihn der mittlerweile leider schon verstorbene Wolfgang Laper zum Restaurantleiter gemacht. Nach weiteren zwei Jahren wagte Klaus Leopold den Schritt in die Selbständigkeit. Wir haben ihn in seiner Gastro-Bar „Leopold“ zum Interview getroffen.

Man fühlt sich bei Dir gleich wie zu Hause. Die Speisekarte liest sich wie in einem klassischen Landgasthaus. Auch die Weine und Schnäpse kommen aus Österreich. Nur beim Bier bist Du abtrünnig geworden und bei unseren Lieblingsnachbarn gelandet. Wieso denn das?

Du sagst es. Die Deutschen sind wirklich meine Lieblingsnachbarn und das Hofbräu Lager aus München ist ein ausgezeichnetes Bier, das alle Gäste lieben. Am Anfang hatte ich mein persönliches Lieblingsbier Raschhofer aus Salzburg, das ich selbst importiert hatte. Aber auf Dauer war die Logistik für den Import von Fassbier in vergleichsweise kleinen Mengen doch zu kostenintensiv. Das

► **Josef Farthofer (l.) produziert den Leopold Gin, Klaus Leopold (r.) hat die Rezeptur beigesteuert.**

Sloe Gin macht Stimmung: Klaus Leopold mit dem Autor im nächtlichen Singapur. ►



Hofbräu importiere ich zwar ebenfalls selbst, aber damit kann ich auch ein paar weitere Betriebe, die ein gutes deutsches Bier haben wollen, beliefern. Wenn du unbedingt ein österreichisches Bier willst, lade ich dich gerne auf ein Edelweiß aus Österreich ein. Das kommt in Flaschen, das macht das Handling einfacher.

Schön, dass du mich auf ein Bier einladen willst. Umgerechnet kostet das Edelweiß bei Dir mehr als zehn Euro – und dieser Preis gilt nur jetzt während der Happy Hour. Ist das Bier in Singapur überall so teuer?

Nicht nur das Bier. Auch bei Wein und Spirituosen fallen sehr hohe Importzölle an. Generell sind die Steuern in Singapur nicht so hoch, aber Alkohol ist überall teuer. Außerdem schwächelt der Euro momentan und der Singapur Dollar ist gleichzeitig sehr stark. Momentan ist es hier für Europäer also ziemlich teuer. Umgekehrt sind jetzt für mich Besuche in der alten Heimat recht günstig geworden, was nicht immer so war. Aber zurück zum Bier. Wenn wir

Auch Asiaten lieben die österreichische Küche.

KLAUS LEOPOLD

nur Exil-Österreicher ansprechen würden, bräuchte ich gar nicht erst aufsperrern, weil so groß ist die Austro-Community hier nicht. Wir haben auch viele Deutsche und Schweizer als Stammgäste. Der Großteil unseres Publikums – also zwischen 80 und 90 Prozent – ist aber asiatisch.

Und die kommen wirklich wegen Käsekrainer, Wiener Schnitzel und Leberkäse zu Dir?

Nicht nur, aber auch. Wir haben ja auch „feinere“ Speisen wie Räucherforelle oder Spargelgerichte auf der Karte. Natürlich besetzen wir damit eine Nische, aber wenn es gut zubereitet und ordentlich angerichtet ist, schmeckt das auch den Einheimischen, die einmal etwas Anderes probieren möchten. Die Österreicher essen mittlerweile ja auch gerne zur Abwechslung Asiatisch. Viele kommen auch wegen unserer Weinauswahl und unseren Cocktails und freuen sich, dabei einen gemischten Teller mit Wurst, Käse und Liptauer zu naschen. Dazu gibt es knackiges Vollkornbaguette.



Importierte Weine gibt es auch zum Mit-Nachhause-Nehmen.



Klaus Leopold über ...

Das Leben in Singapur

Die Stadt ist sauber, sicher und alles funktioniert so gut wie in Europa, manches sogar besser. Was einem Österreicher anfangs schwer fällt, ist zu akzeptieren, dass Regeln wirklich Regeln sind. Jeder Verstoß wird geahndet. Mit einem Inspektor oder gar einem Polizisten braucht man gar nicht anfangen, zu argumentieren. Es wird dann höchstens noch teurer. Das gilt für den Verkehr, das Einhalten der Sperrstunde und natürlich auch den Konsum von verbotenen Drogen. Da kennen sie hier keine Gnade. Aber wenn man sich an die Regeln hält, hat man keine Probleme. Singapur ist eine multikulturelle und weltoffene Metropole, die sehr viel zu bieten hat.

Gin und Sloe Gin

Ich war Jahre lang vergeblich auf der Suche nach einem feinen, nicht zu süßen Sloe Gin für die Bar. Bei einem Heimatbesuch habe ich den Josef Farthofer besucht, der quasi im Nachbarort lebt und einer der genialsten Brenner Österreichs ist. Wir haben gemeinsam einen Slow Gin entwickelt, den wir Leopold getauft haben, weil das einfach ein guter Name ist, der in jeder Sprache funktioniert. Den vertreibe ich

Gratulation! Du hast ganz offensichtlich deine Nische gefunden. Angefangen hast du vor zwölf Jahren aber als angestellter Kellner. Wie hast du den Schritt in die Selbständigkeit geschafft?

Indem ich tüchtig war und Glück hatte. Ich habe beim Wolfgang Laper in der Brasserie Wolf an der Bar angefangen, war dann rasch Barchef und innerhalb eines Jahres sogar Restaurantleiter. Zum einen habe ich wirklich viel gearbeitet und überall, wo es gefragt war, gerne Verantwortung übernommen. Die gemeinsame Sprache hat sicher auch geholfen. Am Ende waren wir richtig gute Freunde. Ich bin dann aber trotzdem gegangen, weil ich mich unbedingt selbständig machen wollte. Ich hatte ein bisschen etwas gespart gehabt. Außerdem hat mein Onkel an mich geglaubt und mir beim Start finanziell geholfen. Ich habe dann auch ein günstiges Lokal im arabischen Viertel gefunden, wo ich eine Bar mit echt guten Cocktails und tollen Weinen geführt habe. Das lief zu nächst ganz toll, aber nach einem Jahr wurde in der ganzen Gegend der Ausschank von Alkohol ab 19.30 untersagt, was für mein Konzept natürlich katastrophal war.

Wer sich an die Regeln hält, hat in Singapur keine Probleme.

KLAUS LEOPOLD

Ich wollte nicht auf ein Tagescafé umsatteln und habe das Lokal ohne große Verluste zurückgeben können. Seither sind wir hier in der Tanjong Pagar Road, die eine der Partymeilen der Stadt ist. Die Location hier ist für uns perfekt.

Eine Rückkehr nach Österreich hast du nie ins Auge gefasst?

Nicht wirklich. Ich bin jetzt schon seit sieben Jahren mit meiner Frau zusammen, die aus Singapur stammt. Ich habe hier also auch familiär Wurzeln geschlagen. Ich komme aber jedes Jahr gerne ein oder zwei Mal nach Österreich. Erstens will ich den Kontakt zu meiner Familie nicht verlieren. Zweitens habe ich mittlerweile auch zahlreiche geschäftliche Verbindungen nach Österreich. Ich importiere Weine von Gebetshuber, Pöckl, Groß, Zahel und noch ein paar anderen Winzern nach Singapur. Seit letztem Jahr haben wir auch die Fruchtsäfte von Rauch im Pro-



Am Wochenende setzt Klaus Leopold die Kapitänsmütze auf.

... damit einem nicht langweilig wird ...

Genau. Aber bei diesem Job verschwimmen Arbeit und Freizeit ein bisschen. Wir haben vor vier Jahren eine kleine Motoryacht gekauft, mit der wir tagsüber kleine Touren machen. Im Gegensatz zu allen anderen Anbietern, gibt es bei uns eine gastronomische All-Inclusive Verpflegung vom Feinsten. Ich bin da Kapitän, Smutje und Barkeeper in Personalunion und gebe auch noch den DJ, wenn das gewünscht ist. Bis zu sechs Gäste haben auf dem Boot gemütlich Platz. Obwohl ich da wirklich zum Einsatz komme, macht mir das enorm viel Spaß. Wenn wir um fünf am Nachmittag wieder zurück in der Marina sind, geht es schnurstracks ins Restaurant.

Ein Privatleben geht sich da aber nicht mehr wirklich aus, oder?

Mit dem Boot fahre ich nur ein bis zwei Mal in der Woche raus. Das Lokal hat zwar täglich geöffnet, aber der Sonntag ist uns heilig, da muss es das Team auch ohne mich schaffen. Wir sind ja noch jung und meine Frau ist auch sehr tüchtig. Wenn wir einmal Kinder haben sollten, müssten wir das ein bisschen anders organisieren. Aber wie du siehst, bin ich eigentlich ganz entspannt. Genug geredet! Magst du noch ein Weizen trinken? Die Happy Hour ist gleich vorbei. ●

wer&wo

LEOPOLD

Tanjong Pagar Road
Singapur
www.leopold.sg

gramm. Und dann gibt es noch die Kooperation mit Josef Farthofer, mit dem ich den Leopold Gin entwickelt habe – zuerst als Sloe Gin und dann auch als regulären London Dry Gin, der sich nicht nur in Singapur ganz hervorragend verkaufen.

Das klingt beachtlich und ist ganz offensichtlich mehr als nur ein kleines Nebengeschäft. Wie ist es dazu gekommen?

Es hat ganz klein angefangen. Zuerst habe ich österreichische Weine hier in Singapur bei einem Importeur gekauft. Als dieser damit aufgehört hat, dachte ich mir: das kann ich eigentlich auch. Außerdem wollte ich noch ein paar andere Spezialitäten aus Österreich haben, damit es im Lokal auch möglichst authentisch schmeckt. So ist das Eine zum Anderen gekommen. Weil meine Frau von hier stammt, haben wir auch gute Kontakte in viele einheimische Lokale ganz ohne Österreich-Connection. Heute machen wir mit dem Importgeschäft ungefähr so viel Umsatz wie mit dem Lokal. Während der Pandemie, die für die Gastronomie in Singapur massive Einschränkungen bedeutet hat, war das unsere Rettung. Operativ kümmert sich meine Frau darum, weil ich ja noch einen kleinen Zweitjob habe.

nicht nur in Singapur, sondern auch in einigen anderen asiatischen Ländern. Weil sich unser Sloe Gin so gut verkauft hatte, haben wir dann zwei Jahre später unter der Marke Leopold auch einen regulären London Dry Gin gemacht, der heute sogar noch besser läuft als der Sloe Gin.

Klimawandel und Umweltschutz

Singapur liegt am Wasser, Wenn der Meeresspiegel auch nur geringfügig ansteigen würde, hätten wir hier ein Problem. Im Gegensatz zu anderen, weniger entwickelten Ländern in Asien werden hier Umweltschutz und Klimawandel sehr, sehr ernst genommen. Es wurden zahlreiche Initiativen gestartet, damit Singapur eine grüne Stadt wird. Das ist nicht so einfach, weil praktisch alles importiert werden muss, von der Energie über Rohstoffe bis hin zu Lebensmitteln und zum Teil sogar das Trinkwasser. Ressourcen zu sparen, gehört einfach zur DNA dieser Stadt.



COVID 19

Die Regeln waren sehr streng und wurden auch eingehalten. Natürlich hat man – wie auch in allen anderen Ländern – Fehler gemacht. Vor allem das laufende Ändern der Social Distancing Regeln hat viele irritiert. Singapur hat ein hervorragendes Gesundheitssystem und mit über 90 Prozent war auch die Impfquote sehr hoch, sodass die Anzahl an COVID-Todesfällen zu den weltweit niedrigsten gehörte. Als „Essential Business“ durften wir zwar weiterhin Take-Away-Gerichte zubereiten, aber keine Gäste bewirten. Ob ich das Gastronom wirklich durchgehalten hätte, weiß ich nicht. Aber unser Importgeschäft mit Wein lief besser als je zuvor – dank vieler privater Kunden, die sich für zu Hause mit guten Weinen eingedeckt haben. Wir sind also mit einem blauen Auge davongekommen. ●

Drei Tage ungeheuer wach



So war die 9. Ausgabe des Vienna Coffee Festivals. Bei sommerlichen Temperaturen strömten rund 9.000 Besucher in die Wiener Marxhalle, um sich an drei Veranstaltungstagen über die neuesten Trends rund um die Bohne zu informieren. ●

TEXT: GÜNTHER GAPP FOTOS: CHRISTINA KARAGIANNIS

An die 100 Aussteller aus den verschiedensten Bereichen lieferten Einblicke in die unterschiedlichsten Formen des Kaffee-Genusses – vom Rösten über Latte Art bis hin zu Ausstattung und Accessoires für den Home-Barista.

Als große Klammer über dem Festival stand heuer das Thema „Environmental Social Governance“ (ESG), zu Deutsch „Umwelt, Soziales und Unternehmensführung“. Eine Premiere feierte die M200 von Cimballi, bei der „mehr als 93% der verwendeten Werkstoffe recycelbar sind und mit „Helmut Sachers Kaffee“ war die erste CO₂-neutrale Kaffeerösterei Europas (seit 2022) dabei. Auch die transparente Beschaffung von nachhaltigem Rohkaffee aus den Ursprungsländern, sprich: von frischen, saisonalen Kaffeesorten für die Röstereien, war eine eigene Disziplin.



Im Rahmen des Vienna Coffee Festival ermittelte die SCA (Specialty Coffee Association) auch den Staatsmeister im Kaffeerösten 2023. Der Sieg ging an den Niederösterreicher Lukas Stölnner (DeLuks Kaffee, Krams), Platz zwei an Dominik Bruno Pausch (Koun) vor Michael Prem (prem frischkaffe).

Weitere Infos:
www.viennacoffeefestival.cc



Gastroblicke

1 Ikonische, neue Dimension

Das organisch designte Spa fügt sich fast nahtlos und respektvoll in die Salzburger Landschaft ein – ein puristisch reduziertes Bauwerk aus Glas, Holz und Sichtbeton, das Erholungssuchenden Raum und Möglichkeiten ganzheitlicher Entspannung schenkt. ATMOSPHERE by Krallerhof hat sich die Menschen und ihre Bedürfnisse zur Bestimmung gemacht und schafft eine besondere Sphäre der Erholung, die in Europa einzigartig ist. Und das wurde von der Familie Altenberger mit vielen Gästen gebührend gefeiert. ●

www.krallerhof.com

© TUDIOKOEKART/KRALLERHOF

2 Rustikal pulsierend

So feierten Jennifer und Florian Salchenegger das 15-jähriger Bestehen der Bettel-Alm in Wien. Mit dem Flying Buffet vom Schwesterbetrieb „Krah Krah“ und Mama Salcheneggers Bierlikör ging es nahtlos über zu DJ Xandl, dem Resident DJ der „Trofana Alm“ in Ischgl und „Die wilden Kaiser“.

Da geht noch was! ●

www.bettel-alm.at

© CHRISTIAN JOBST

3 Avantgardistisch cool

Als großes Dankeschön an Wien lud Martin Ho am Freitagabend zur rauschenden Jubiläumsfeier in das Flagship-Restaurant „DOTS Establishment“. Experimentelle Sushi- und Maki-Kreationen revolutionierten vor 18 Jahren auf wenigen Quadratmetern die Wiener Gastro-Szene. Die Wiener Schickeria hält bis heute die Treue. Schon bald soll die Reise weitergehen und das erste „DOTS“-Restaurant in Dubai eröffnen. ● www.dotsgroup.eu

© DOTS GROUP

4 Viva la Mamma

Über 300 begeisterte Fans feierten das Leben während des gesamten Abends. Schon beim Betreten des Gastgartens am Dr.-Karl-Lueger-Platz 5 war die ausgelassene Stimmung zu spüren, die sich im Laufe des Abends bei Pizza und Drinks noch steigerte. Das nächste „Hauspizza“ Event wird am 3. November eingeläutet werden. Pizza, Drinks und viele Mamas. Herz was willst du mehr! ●

www.vivalamamma.at

© PHILIPP LIPIARSKI

5 Vineus Wine Award 2023

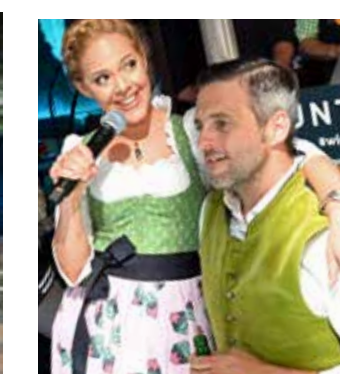
Die Sieger des Abends: Josef Umathum für sein Lebenswerk, Gabriel Grassl (Newcomer Winzer), Wolfgang & Carina Hagn für das Genuss-Erlebnis am Weingut, Maximilian Steiner (Newcomer Sommelier) wie Franz Pierer für die sehr spektakuläre Inszenierung des Weins im Almwelness Hotel Pierer. Er bekam den „Goliath“ vom Getränkefachgroßhändler Trinkwerk verliehen. Die Preisträger waren sichtlich geehrt, ob der Würde die ihnen zuteil wurde. Veranstalter des bereits zum 12. Mal verliehenen Awards war Österreichs führender Gastronomie-Großhändler Transgourmet. Das darf so bleiben. ● www.vineus.at

© ANDREAS KOLARIK

6 Masterclass & Dinner

31 Mitglieder der Paznaun – Ischgl CREW haben kürzlich an einer Wine Masterclass mit Sommelier Aldo Sohm, dem „Best Sommelier of the World“, und einem anschließendem Winzer-Dinner teilgenommen. Sommeliers, Servicekräfte und passionierte Weinliebhaber freuten sich besonders über diesen Workshop. Im Tourismus würde es viel mehr Initiativen wie der „Ischgl Crew“ bedürfen, um eine fachliche wie soziale Mitarbeiterbindung zu stärken. ●

<https://www.paznaun-ischgl.com/>

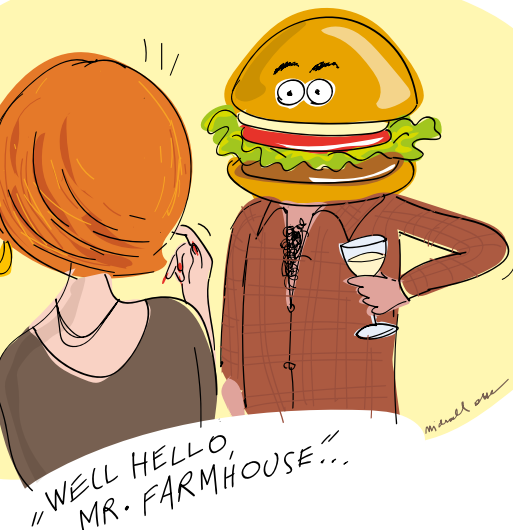


One Meal Stand

Der Farmhouse-Burger hält, was er verspricht. Das perfekt gegrillte Patty liegt wohlig eingebettet in einem Nest aus Eisbergsalat. Das Spiegelei, das in der Pfanne davor perfekt in Form gebracht wurde, ist fest genug, dass der Dotter sich nicht über das gesamte Essen ergießt. Das Patty glänzt so saftig, dass einem bereits beim Anblick das Wasser im Mund zusammenläuft. ◀

TEXT: MARTINA BUCHER // ILLUSTRATION: MICHAEL OTTO

Nach dem ersten Bissen entsteht in Ina sofort ein wohliges Farmhouse-Gefühl. Würzig und kräftig. Nach der Begeisterung bemerkt sie allerdings eine unangenehme Trockenheit im Mund. Sie vermisst das sämige Wonnegefühl. Die Suche danach dauert allerdings nicht lange. Nur einen Zentimeter weiter unter dem Patty sammelt sich ein geschmackvolles Duo aus gegrillten Champignons und cremiger Burgersauce und verleiht dem nächsten Bissen das Tüpfelchen auf dem i. Nach dem köstlichen Mahl leckt sie sich genüsslich über die Lippen, die sich genau richtig anfühlen. Keine schmierig-fette Schicht darauf, nur pure Burgerlust-Reste.



So wunderbar das Burgererlebnis auch klingen mag – Ina ist bewusst, dass das Genussempfinden durchaus auch ihrem beachtlichen Hunger zuzuschreiben sein könnte, der sie beim deutlich zu langen Warten auf Verpflegung erteilt. In einem Lokal, in dem man länger als eine Viertelstunde auf einen Kellner warten muss, nur um ein Getränk zu bestellen, läuft was falsch. Vor allem, wenn der Kellner auf die Nachfrage mit trotzigem Schulterzucken reagiert.

Dabei gäbe es ein ganz einfaches Mittel, um den aufkommenden Gästegrant

Ein Mensch, der das, was er tut, mit Liebe macht, hat doppelt so viel Energie. Das spürt man beim Service, schmeckt man beim Essen und fühlt man auch beim Sex. Damit ist natürlich nicht gemeint, dass man seine Sexpartner unbedingt lieben muss, um guten Sex zu haben. Eine gute Servicekraft muss nicht jeden einzelnen Gast lie-

ratzfatz zu entschärfen – engagierte Freundlichkeit. Wenn die Gäste sehen, dass sie gesehen werden, wenn sie spüren, dass das Personal gerne seine Arbeit tut und wenn trotz des erhöhten Arbeitsaufkommens ein Lächeln, ein Späßchen oder ein verständnisvolles „ihre Getränke werden gleich bei Ihnen sein“ rüberkommen, dann kehren rasch Ruhe und fröhliche Stimmung ein.

ben. Und einer tatsächlich verliebten Köchin sagt man ja ein zu großzügiges Händchen beim Salzen nach. Nein. Es geht um die Liebe zur Sache, die Liebe zu der Tätigkeit, die man gerade verrichtet. Wer den Job nicht mag, wird darin nicht gut sein. Das gilt selbstverständlich auch für sexuelle Aktivitäten.

Wer Sexualität liebt, und sie nicht nur benutzt, um das eigene Ego aufzupumpen oder Nähe zu erzeugen, hat nicht nur selbst mehr Lust und Freude am Bettgeschehen, sondern kann auch Andere in den Bann ziehen und begeistern.

Ina steht auf leidenschaftliche Menschen, denen Energie und Freude aus den Augen blitzen. Mehr noch als auf gutes Essen. Ein toller Burger ist die Basis, der Service rundherum ist für sie aber genauso wichtig. Die aktuelle Burger-Erfahrung wird daher wohl ein One-Meal-Stand bleiben. ◀



Martina Bucher

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

Lust&Leben



www.lustundleben.at/abonnement

Jahresabo nur € 51,-

Magazin / Newsletter / Web / Podcast / Instagram





Selected.

Nachhaltig & Bio: Genuss mit allen Sinnen

Entdecken Sie TEEKANNE SELECTED im Pyramidenbeutel für den Genuss in der Tasse, als Luxury Bag für Tee im Kännchen oder als loser Tee für die individuelle Zubereitung.



Die TEEKANNE macht den Tee. Nachhaltig.

