

Lust & Leben

Die Cheflektüre für Gastro und Hotellerie * Ausgabe 99 * April 2024

Osterreichische Post AG | MZ 022034450000 | Gastrowerkstatt GmbH, Joanneumgasse 10/11, 1060 Wien | € 8,50

**New Drinks
on the Block**
MIX IS FIX

VORTEILE

QimiQ TIRAMISU



QimiQ Tiramisu

herkömmliches Tiramisu

Portionen à 100 ml

17

Aufschlagvolumen

1:1,7

Aufschlagvolumen, dadurch

besserer Portionspreis

Geschmacksvariationen und verbesserte Ergiebigkeit

Zugabe von Fruchtpüree usw. möglich

17
Portionen



Portionen à 100 ml

10

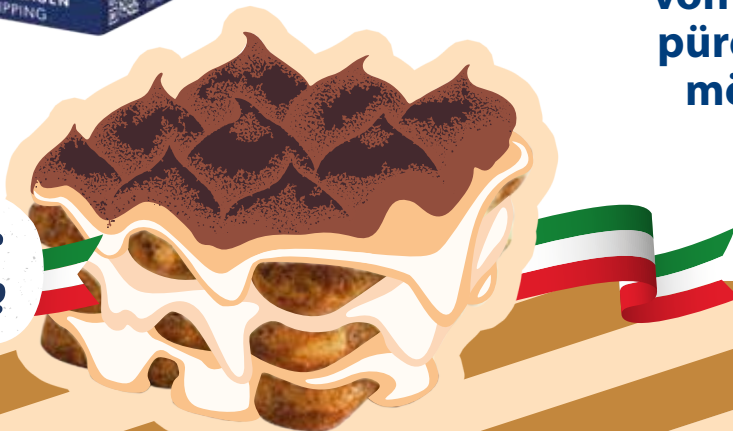
Aufschlagvolumen

1:1

kein Aufschlagvolumen, dadurch **weniger Portionen pro Liter**

Keine Geschmacksvariationen und Ergiebigkeit **keine Zugabe von Fruchtpüree usw. möglich**

italienischer Mascarpone





Unser Cover: Dominik Oswald / Soulmate Bar
Foto © Rainer Fehringner

Planet zum Essen

Die Globalisierung ist kein aktuelles Phänomen, sie hat bereits vor Jahrhunderten begonnen. Und sie zeigt gerade in der Gastronomie besonders deutliche Auswirkungen. Ein Blick zurück hilft oft dabei, die Gegenwart besser zu verstehen.

Dass österreichische Köche in den USA so hochgeschätzt werden, ist vor allem zwei Pionieren zu verdanken, die in den 1970ern auszogen, um im Land der unbegrenzten Möglichkeiten ihr Glück zu suchen. Peter Grünauer hat es in New York gefunden. Einen kurzen Rückblick auf seine Bilderbuch-Karriere finden Sie auf Seite 62, die Langversion gibt es auf unserer Website. Wolfgang Puck hat es auf der Westküste versucht und von Los Angeles aus die Welt erobert.

Heute gibt es rund um den Erdball Dutzende Luxus-Restaurants, die seinen Namen tragen. Wie es dazu gekommen ist, lesen Sie in unserer Fokus-Story ab Seite 10.

Globalisierung bedeutet auch, dass wir heute ohne allzu große Strapazen rund um die Welt reisen können. Auf den Philippinen haben wir gelernt, wie präsent Ereignisse, die 500 Jahre zurück liegen, heute noch sind. Dass wir dann im Luxushotel in Manila einen „Culinary Vice President“ aus Deutschland treffen, passt ganz gut in das Bild einer grenzenlosen Welt. Alles dazu ab Seite 64.

Wie gewohnt behalten wir auch in unserer 99. Ausgabe Bodenhaftung. Etwa, wenn unserer Autor Jürgen Schmücking mit auf Hasenjagd geht (ab Seite 50). Wir wünschen Ihnen wieder viel Spaß bei der Lektüre des aktuellen Magazins. Und wenn Ihnen das Warten auf unser 100er-Jubiläumsheft zu lange wird, schauen Sie doch einfach auf unserer Website vorbei. Dort gibt es jede Woche spannende Neuigkeiten aus unserer Branche!

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

Impressum

Erscheinungsweise:
4 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, Roland Graf, 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 24
Herstellung: Druckerei Berger, Horn.

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

Ausland: Preise zzgl. Portospesen,
Nachdruck nur mit Genehmigung des
Medieninhabers.
Auflage: 23.800 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!



© ARANTXA BELMAR

08

Shop 'til you drop Zeitlos arbeiten

Viele analoge Geräte sind zu zeitlosen Klassikern geworden und bringen Retro-Chic ins Office.



10

Im Fokus Die Sternemultiplikatoren

Immer öfter eröffnen berühmte Köche rund um den Globus Restaurants. Wir berichten, wie es dazu kam.

15

Kolumne Kreislaufwirtschaft

Am Thema Nachhaltigkeit führt kein Weg mehr vorbei. Das Team von COHO weiß, wie man ihn findet.

16

Cheftalk Ein Leben für die Bierkultur

Zwischen Tradition und Moderne: Stiegl-Chef Dr. Heinrich Dieter Kiener über den Wandel des Braugeschäfts.



© RAINER FEHRINGER

24

Unternehmer Drehen an vielen Schrauben

Mit seiner Marke Le Burger ist Dr. Thomas Tauber drauf und dran, ganz Österreich zu erobern. Jetzt folgt Deutschland.



© ROBIN CONSULT / TREMMEL

28

Markenpflege Gar nicht sauer

Das neue Restaurant Limón im Wiener Hotel Grand Ferdinand bietet außergewöhnliche Getränkebegleitungen.



© RAINER FEHRINGER



© RAINER FEHRINGER

30

Barszene Wien Geschüttelt und gerührt

Von Krise keine Spur. Großartige neue Bars beleben das Nachtleben Wiens und begeistern mit außergewöhnlichen Cocktails.

46

Portrait Weniger ist mehr

Im beschaulichen Klösterle eröffnete Tobias Schöpf die ebenso beschauliche Wirtschaft Traube. Einfach, aber großartig.



© JÜRGEN SCHMÜCKING

50

Niederwild Wo bleibt Meister Lampe?

Eine bemerkenswerte Initiative in Niederösterreich will uns den Hasen wieder schmackhaft machen.

© JÜRGEN SCHMÜCKING



58

Comeback Cabernet Sauvignon & Konsorten

In angesagten Weinbars haben klassische Bordeaux-Cuvées einen schweren Stand. Das wird sich bald ändern.

60

Nachrufe Austria in NYC

Peter Grünauer und David Bouley haben den Geschmack Österreichs nach New York gebracht.



64

Reiseproviant Zwischen Ost und West

Die Philippinen sind keine Fine-Dining Destination. Spannend ist die lokale Kulinarik dennoch.



72

Lust & Liebe Volle & leere Nester

Der Frühling bringt unsere Hormone in Schwingung. Und das ist gut so.

Inside

Guter Geschmack ist für Gerhard Fuchs und Christian Zach kein Statussymbol, sondern hat die absolute Kraft, ein Attribut der Freiheit zu sein.



© DIE WEINBANK

Endlich erwachsen oder so

Seine Kollegen von der Healthy Boy Band – Philipp Rachinger betreibt den Mühltalhof und Lukas Mraz kocht im Mraz und Sohn – freuen sich, das letzte Mitglied der Band im Club der Küchenchefs begrüßen zu dürfen. Felix Schellhorn ist unaufgeregt zu Hause eingekehrt und hat von seinen Eltern Susi und Sepp nicht nur das Restaurant im Seehof, sondern auch die Hotelleitung übernommen.

Ready to take off! ♦

www.derseehof.at



Felix Schellhorn serviert nun auch Zimmer mit Ausblick.

Thomas Hahn will das Café Prückel als eines der letzten verbliebenen Ringstraßencafés bewahren und sorgsam in die Zukunft führen.



© ROLAND UNGER

Zehn Jahre – Die Weinbank

Pünktlich zu Jahresbeginn präsentierte Christian Zach die neue Weinkarte der Weinbank. Sie zeigt Europa, also keinen Wein aus Übersee, aber nicht, weil diese nicht gut sind. Man wollte sich beim Weineinkauf einfach Grenzen setzen. Was ja auch eine Spur nachhaltiger ist. Dafür steht eine ordentliche Jahrgangstiefe zur Auswahl UND 3.400 Weißweine sowie 1.230 Rotwein-Positionen. Aktuell schickt Ewald Tscheppa vom Weingut Werlitsch erstmals einen reinsortigen Morillon zum Signature-Dish von Gerhard Fuchs ins Rennen. Aber das ist eine andere Geschichte, die jeder vor Ort erfragen und verkosten sollte. **Na, dann Prost!** ♦

www.dieweinbank.at

Ein Moment Italien

Mehr als 85 Jahre ruhte der riesige Dachboden des historischen Direktionsgebäudes der Steyrer Werke im Dornröschenschlaf. Im Winter wurde daraus eines der spektakulärsten Gourmetrestaurants Österreichs, ein stylisches Atelier für Kunst und Küche, wo Lukas Kapeller und Michael Schöglhofer in außergewöhnlichem Ambiente groß aufkochen. ♦

www.lukas-kapeller.at



© PETER MAYR

Neue Ära im Prückel

Die bisherige Besitzerin Christl Sedlar hat das Kaffeehaus an der Wiener Ringstraße an ein Betreiber team rund um JP Immobilien-Zampano Daniel Jelitzka übergeben. Sie alle vereint der Anspruch, die große Tradition des Café Prückel fortzuführen. Bei so viel geballter Wiener Gastronomiekompetenz und Erfahrung sollte die Übung gelingen: Thomas Hahn („Labstelle“, „Kelsen“) und Manfred Stallmayer („The Guesthouse“, Hotel Josefine) teilen sich die Geschäftsführung. Zusätzlich bringen Michaela Klein und Helmuth Unger („Wein Kaffee im Hochhaus“, „Unger und Klein“) ihre Expertise in die Gruppe ein. ♦ www.prueckel.at



Zwei Sommeliers mit Freude und viel Expertise zu Sondereditionen, Raritäten und Jahrgangstiefen.

In der Wechselzone

Wechsel in einem der spannendsten Weinkeller Österreichs: Diplom-Sommelier Christoph Gusenleitner, schon bislang Restaurantleiter bei Hubert Wallner, übernimmt zum Frühlingsstart 2024 im April auch den Part des Head-Sommeliers. Der bisherige Chef-Sommelier Andreas Katona macht sich am Längsee selbstständig, wo er die Kulinarik am Weingut Georgium übernimmt – als Restaurant „Der Mundschenk“. Eröffnung zu Ostern. ● www.hubertwallner.com // www.georgium.at

Die zentrale Lage ist ideal. Für Reisende stehen 15 Zimmer bereit.



Neuübernahme

Natalie und Neven Krizman haben ihr Restaurant „Nevo“ nun im Lauteracher „Johann am Alten Markt“ eröffnet und auch den Hotelbetrieb übernommen. Nach drei Jahren in Damüls zieht es das Wirte-Ehepaar mit ihrer Liebe zur gehobenen Wirtshausküche ins Rheintal zu Businesslunch und Dinner. ● www.johann-lauterach.at

Social Dining im Lenz

Saisonale Austro-Tapas am Abend und neuer Sonntags-Brunch von Chefkoch Alexander Hofer – unter dem Motto Social Dining vereint das neue Food-Konzept im Lenz kreative Küche und soziales Engagement. So werden

durch soziale Projekte und Initiativen, wie zum Beispiel die Wiener Tafel und das Projekt „Suppe mit Sinn“ und zuletzt Elisabethbrot, Menschen in Not unterstützt. Zudem soll auch das gemeinschaftliche Essen wieder gefördert werden.

Und das ist gut so. ●

www.lenz-socialdining.at



KRÖSWANG
DER FRISCHE-LIEFERANT



Zeit
für
Frische

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

Frische bringt's.

Take it or leave it

Lust auf Musik



Für manche ist Musik eine Bereicherung, während sie für andere der Mittelpunkt der Entspannung ist. Wie auch immer du deinen Lieblings-sound genießt, hier ist meine Auswahl – von relaxed bis druckvoll. ►

Where The Shadow Ends The great Gig in The Sky

Diese Organic-House-Kompilation ist ein Beweis wie die Kraft der Musik, den Geist der Zeit einfängt. Sorgfältig ausgewählte Tracks mit emotionaler Resonanz und einem zukunftsweisenden Ansatz machen sie zum „Leuchtturm“ im stetig wachsenden Universum der Clubmusik. Jeder Ton erzählt eine sehr gute Geschichte! **Anspieltipps: Ascension, Leo, To Be Loved, Move Apart**

Alex Cortiz ElectricSecrets

Ein Album voller grooviger Designer-Melodien mit Biss. Eine musikalische Reise durch Raum, Chillhop, Post-Jazz und Kopfnick-Beats. Alex Cortiz' Alben treffen wirklich sehr selten nicht den Geschmack von Musikliebhabern. Hört einfach rein. **Anspieltipps: Cosmic Cowboy Returns, Mango Jazz**

Lemongrass Mirror of Life

Das Leben ist wie ein Spiegel. Das beste Ergebnis erzielen wir, wenn wir lächeln. Roland Voss hat dieser launige Spruch für sein neues Album inspiriert. Er ist ein wahrer Meister darin, die Schönheit des Alltags, mit einem eklektischen Mix aus modernen elektronischem Sound und natürlichen Elementen, einzufangen. **Anspieltipps: The Water, Raindrops**

Dsum Water In The Moon

Das lange erwartete Album-Release enthält ein 12-Track-Opus, das sorgfältig gestaltet wurde, um die Grenzen elektronischer Klänge auszuloten und zwischen experimentellem Ambient und Detroit Electro zu pendeln. Vielleicht repräsentiert es auch sein bisher musikalisch reichhaltigstes Unterfangen. **Anspieltipps: Silent spreaders, Empty Place, Space Games**

Demmo Sooner or later

Das erste Album des australischen DJs und Produzenten Dave Emmerson vereint pulsierende Beats und emotionale Untertöne im progressiven House-Genre. Durch vielfältige Gesangskollaborationen und dem eigenen Schlagzeuger-Hintergrund bietet das Album eine einzigartige und immersive Hörerfahrung, die zu einer klanglichen Flucht in die Welt des progressiven House einlädt. **Anspieltipps: Water This Flame, This Is Paradise, Long Way Home**



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:



BEFLÜÜÜGELT DURCH DEN FRÜHLING.



NEU
OHNE ZUCKER

Waldbeere



Red Bull

BELEBT GEIST UND KÖRPER®.



Zeitlos arbeiten

Im heutigen Büroumfeld, geprägt von Effizienzstreben, zeichnet sich ein Trend zur Personalisierung des Arbeitsplatzes mit einem Hauch von Vintage ab. Statt einer vollständigen Rückkehr in die Vergangenheit werden gezielt Elemente mit Charakter integriert, die die moderne Technologie ergänzen. Diese Stücke werden nicht nur wegen ihrer Ästhetik ausgewählt, sondern weil sie unserem Alltag eine besondere Wärme verleihen. Mach dich bereit, dass das „Alte“ zum unverzichtbaren Stilmerkmal deines Büros wird! **TEXT & FOTOS: ARANTXA BELMAR**

1 Industrielle Scherenwandlampe **Österreich 1930er/1940er**

Schütze deine Augen, indem du deinen Arbeitsplatz angemessen beleuchtest. Die Industrial-Vintage-Scherenwandlampe, ein Schmuckstück aus den 1930er-/1940er-Jahren in Österreich, wurde ursprünglich entworfen, um Arbeitsbereiche in Fabriken zu erleuchten. Heute ist sie in jedem stilbewussten Büro ein unverzichtbares Element, das Stil und Funktion perfekt vereint.

2 Space Age Intercord Quartz Electronic QE11 Uhr-Radio **Deutschland 1970er**

Dass beim Arbeiten ein Radio im Hintergrund läuft, ist kein unwichtiges Detail. Leg deine gewohnte Spotify-Playlist für eine Weile beiseite und lass dich vom traditionellen Radio überraschen. Und als zusätzlichen Bonus: Das Gerät kann nicht nur auf einer Fläche platziert oder an der Wand aufgehängt werden, sondern verfügt auch über eine integrierte Uhr!

3 Ring-A-Date Kalender **Space Age 1970er**

Was für ein Tag ist heute? Das ständige Nachschauen auf dem Handy gehört mit diesem Kalender der Vergangenheit an. Ein Must-have aus den 70ern, das seine zweite Jugend erlebt. Achte auf Fälschungen, wenn du nach einem echten Vintage-Original suchst.

4 Sanyo M1010 Mini-Kassettenrekorder **Japan 1970er**

Das Festhalten von Ideen, Aufgaben oder Gedanken kann deine Kreativität steigern. Keith Richards nahm die Anfangssequenz von (I Can't Get No) Satisfaction auf, als er mitten in der Nacht aufwachte. Danach fiel er wieder in tiefen Schlaf, ganz ohne zu ahnen, welche Ikone der Musikgeschichte er gerade festgehalten hatte. Nutze auch du die Macht des Moments – wer weiß, welche Geniestreiche du einfangen kannst.

5 Olivetti Lettera 82 **Italien 1980er**

Es mag anachronistisch erscheinen, doch das Schreiben auf einer Schreibmaschine kann dir helfen, die Prokrastination am Computerbildschirm zu überwinden. Stell dir einen Morgen ohne Internet vor. Keine neuen E-Mail-Benachrichtigungen, keine Versuchung, das Fenster zu wechseln und dich von den viralen Videos im Netz ablenken zu lassen. Stell es dir nur vor.





2024
6. bis 8.
September

**vienna
coffee
festival**

10
YEARS

www.viennacoffeefestival.cc

Location:
Marx Halle
1030 Wien

Die Welt als Bühne

In den 1980er Jahren haben französische Köche damit begonnen, rund um den Globus Luxusrestaurants zu eröffnen. Heute ist das Geschäft der „Sterne-Multiplikatoren“ zu einer lukrativen Spielwiese für verschiedene Konzepte geworden. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Die Globalisierung hat vielerlei Ausprägungen. Eine davon ist die Entstehung von internationalen Marken, die man auf der ganzen Welt kennt. Das gilt auch für die Gastronomie. Digitale Medien kennen weder Grenzen noch Vertriebskosten. Was jemand in einer Ecke der Welt auf Instagram stellt, wird schon ein paar Minuten später auf der anderen Seite des Globus kommentiert und diskutiert. Gourmets fliegen rund um die Welt und orientieren sich bei der Restaurant-Wahl an Namen, die sie kennen. Der Guide Michelin, der bis zur Jahrtausendwende nur in Europa präsent war, ist zu einem globalen Gourmet-Führer geworden. Die von ihm verliehenen Sterne haben sich zu einer internationalen Währung entwickelt, die jeder respektiert.

Auch die Präsentation der „50-Best-Liste“, ist in den letzten Jahren zu einem globalen Event geworden. Köche, die dort regelmäßig aufscheinen, sind auf dem besten Weg, sich als internationale Marken zu etablieren. Was vor 20 Jahren als informelles Branchentreffen in London begann, hat sich längst zu einer glamourösen Gala mit Show-Charakter entwickelt. Vorläufiger Höhepunkt ist die diesjährige Präsentation der „besten Restaurants der Welt“ am 5. Juni in Las Vegas. Ein durchaus passender Ort, um das Phänomen der Filialisierung der Luxusgastronomie zu beleuchten.

The French Connection

Zuerst kamen die Franzosen. Das Image des eigenen Landes hat ihnen beim Sprung ins internationale Geschäft geholfen. 1989 eröffnete Joël Robuchon sein erstes Restaurant in Japan, das auf Anhieb ein Erfolg war. Sein Name war zunächst nur in Fachkreisen bekannt. Frankreich als Inbegriff von Luxus und gutem Geschmack kannte man hingegen sehr wohl. In seinem Windschatten folgten weitere französische 3-Sterne Köche wie Alain Ducasse und Pierre Gagnaire. Im Jahr 2007 eröffnete schlussendlich auch Paul Bocuse sein erstes Restaurant in Japan. Zunächst wurden diese Restaurants als Inbegriff des französischen Savoir Vivre gefeiert. Im Laufe der Zeit wurden diese Köche selbst zu Stars.



Der Pionier der Sternemultiplikatoren hält aktuell bei 34 Restaurants weltweit.

ALAIN DUCASSE

Alain Ducasse hat es bei der Multiplikation von Luxusrestaurants schon früh zur Meisterschaft gebracht. Ducasse war der erste Koch – oder sagen wir lieber Gastronomie-Unternehmer – der 2005 drei Restaurants mit jeweils drei Michelin Sternen in drei Städten (New York, Paris, Monte Carlo) führte. Sein Engagement im New Yorker Essex House ging kurz darauf zu Ende, zahlreiche neue folgten. Aktuell ist Ducasse weltweit an 34 Restaurants beteiligt, die allerdings nicht alle im Luxus-Segment angesiedelt sind.

Während Ducasse den meisten seiner Restaurants eigene Namen gibt und auf das jeweilige Marktumfeld Rücksicht nimmt, hat Joël Robuchon mit seinen Ateliers die erste Luxusmarke im Fine-Dining Segment erfunden. 2003 eröffnete er gleichzeitig in Paris und Tokio. Es folgten L'Ateliers de Joël Robuchon in Las Vegas und New York, in Hongkong und Taipeh, in Madrid und Genf, in Bangkok, Singapur und Dubai. Auch nach seinem Tod vor sechs Jahren hat die Marke „Robuchon“ nur wenig von ihrer einstigen Strahlkraft eingebüßt.

Marketing fürs Hotel

Abgesehen von einer kurzfristigen Delle während der Corona-Pandemie boomt die Luxushotellerie weiterhin. Was Ausstattung und Komfort betrifft, unterscheiden sich Ketten wie Ritz-Carlton, Mandarin-Oriental, Grand Hyatt, Four Seasons, St. Regis oder Park-Hyatt nur marginal. Um sich von ihren Mitbewerbern abzuheben, ist ein attraktives kulinarisches Angebot oft unverzichtbar. Gelingt es, einen



The clean solution

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





© HELGE KIRCHBERGER



◆ Die Rolle der Stellvertreter vor Ort ist das Um und Auf. Daniel Boulud (l.) beteiligt sie immer am Gewinn und will sie dauerhaft binden. Joël Robuchon (r.) hat in seinen Ateliers sehr oft auf japanische und nicht auf französische Küchenchefs gesetzt.

angesagten 3-Sterne-Koch zu verpflichten, sind zahlreiche Medienberichte garantiert und die Reservierungsbücher voll. Bevorzugt behandelt werden dabei natürlich die eigenen Hotelgäste.

Die Herausforderung besteht darin, möglichst dauerhafte Partnerschaften einzugehen und dafür Konzepte zu entwickeln, die für beide Seiten zufriedenstellend sind. Je nach Bekanntheitsgrad hat der Gastronom zumindest bei der Einrichtung und der Kartengestaltung ein Wörtchen mitzureden. Die Anwesenheit eines Küchenchefs und zwei, drei Mitarbeiter aus der Zentrale sind zumeist ebenfalls Teil des Deals. Manchmal ist der berühmte Koch nicht viel mehr als ein Lizenzgeber, ein anderes Mal agiert er als selbständiger Unternehmer und ist somit auch für die Profitabilität des Restaurants verantwortlich.

Die Rolle des Stellvertreters

Abgesehen von Geld und Ruhm haben Starköche mitunter noch andere Motive, ihr Imperium zu erweitern. Daniel Boulud beklagte sich einmal darüber, wie viel Zeit er auf Flughäfen verbringen müsse. Auf meine Frage, wieso er sich neue Projekte noch antue, schließlich verdiene er mit seinen zehn Lokalen in New York ohnehin mehr als

Nur wenn alles zusammenpasst, mache ich ein weiteres Restaurant auf.

DANIEL BOULUD

genug, gab er mir die überraschende Antwort, dass er dies vor allem für seine Mitarbeiter machen würde. Er bekäme laufend Anfragen, in einem Luxushotel ein Restaurant aufzusperren, die er fast immer ablehne. Nur wenn sich ein langjähriger Mitarbeiter in die Selbstständigkeit verabschieden will, beginne er, über ein neues Restaurant nachzudenken. Dabei ist sein Stellvertreter, also der Küchenchef und Geschäftsführer vor Ort immer finanziell beteiligt. Bouluds Rolle beschränkt sich nach der Eröffnungsphase auf die gelegentliche Beratung.

Briten mit wechselndem Erfolg

Die initiale Finanzierung von Restaurantprojekten ist in der Top-Hotellerie eigentlich nie ein Problem. Bei der Entwicklung neuer Häuser geht es zumeist um hunderte Millionen. Die Verpflichtung eines gefeierten Starkochs fällt da nicht ins Gewicht. Zunächst mag es reizvoll erscheinen, regelmäßig um die

Welt zu jetten, um Restaurants unter eigenem Namen zu entwickeln. Aber für den Koch stellen sich die Herausforderungen anders dar: die wichtigste Regel ist, dass die Qualität des Stammhauses niemals leiden darf. Wenn der Chef nicht da ist und mehrere Schlüsselkräfte gleichzeitig abgezogen werden, kommt es schnell zu Problemen. Aufstieg und Fall liegen oft nahe beieinander. Im Zweifelsfall hat das Stammhaus immer Vorrang. Das zeigte sich beim Gastspiel von Gordon Ramsay in New York (2006 – 2013). Für das gehypte Opening des The London in New York wollten die Investoren unbedingt den gefeierten 3-Sterne Koch Ramsay dabei haben. Der schickte mit Markus Glocker einen seiner besten Sous-Chefs nach New York, um dort die Küchenleitung zu übernehmen. Prompt erkochte der damals erst 27jährige Österreicher wie befohlen zwei Michelin-Sterne. Doch im Hintergrund begann es zu brodeln. Das Management des Hotels verdiente vor allem mit Caterings und Veranstaltungen und wollte das Gourmet-Restaurant auf Sparflamme „mitlaufen“ lassen, Ramsay sah das naturgemäß umgekehrt. Als der zweite Stern wieder verloren ging, zog sich Ramsay mit dem Vorwurf, er habe zu wenig Einfluss auf das operative Geschäft, zurück. Glocker blieb in New York und ist



🔹 **Björn Frantzén startete von Stockholm aus seine Expansionstour, die ihn zunächst nach Asien (Bangkok und Singapur), dann nach London (Harrod's) und demnächst auch an den Golf gebracht hat.**

dort erfolgreich in die Selbständigkeit gestartet (zunächst Le Batard, aktuell Koloman). Auch die Fat Cow, die Ramsay 2012 in Los Angeles eröffnet hatte, musste er 2014 wieder schließen. 2018 hat er mit seiner Hell's Kitchen im Caesars Palace in Las Vegas den Wiedereinstieg in die USA gewagt. Mit echtem Fine Dining hat das allerdings wenig zu tun, aber schließlich ist Hell's Kitchen ja auch der Name von Ramsays aktuellem TV-Format.

Kulinarisch etwas bescheidener, zunächst aber deutlich erfolgreicher, machte sich zur gleichen Zeit ein Landsmann Ramsays auf den Weg, die Welt zu erobern. Jamie Oliver wurde in jungen Jahren fürs Fernsehen entdeckt und begeisterte mit seiner lockeren Art als „The Naked Chef“ ein Millionenpublikum. Erst danach begann er, eigene Restaurants aufzusperren – zunächst in London, dann auch international. Nach mehreren Auf und Abs betreibt er heute weltweit rund 30 „Jamie's Italian Kitchens“, darunter auch eines am Wiener Flughafen.

Einzelkämpfer auf dem Vormarsch

Martin Berasategui betreibt in Spanien aktuell über ein Dutzend Restaurants und ist mit insgesamt zwölf

Michelin Sternen unangefochtener Rekordhalter. Seine internationalen Ableger in Portugal und der Karibik haben mittlerweile aber wieder geschlossen. Beim andalusischen Spitzenkoch Daní Garcia ist die Eroberung der Welt hingegen voll im Gange. Auch er hat zunächst in Spanien expandiert, bevor er mit New York (Casa Daní in der Citizen Food Hall), Dubai (Leña im St. Regis) und Doha (Lobito de Mar im Kempinski) seine Fühler nach Übersee ausgestreckt hat. Der 3-Sterne Koch Qique Dacosta eröffnet demnächst in London, Henrique Sá Pessoa aus Lissabon ist Amsterdam, London und Macao mit eigenen Restaurants engagiert – weitere sind geplant.

Wer von nordischen Gourmetdestinationen spricht, denkt zunächst an Kopenhagen. Dabei ist Stockholm mindestens genauso spannend. Mit Björn Frantzén ist dort ein Chef zu Hause, der in den letzten Jahren still und heimlich ein globales Imperium aufgebaut hat. Sowohl das Frantzén in Stockholm als auch das Zén in Singapur sind aktuell mit drei Michelin Sternen ausgezeichnet. In Singapur eröffnet in wenigen Wochen die Brasserie Astoria. Dann gibt es noch die luxuriöse Villa Frantzén in Bangkok und das edle Studio Frantzén im Londoner Kaufhaus Har-



AUS LIEBE ZUM HANDWERK

Wir backen mit Begeisterung.

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

Ihr Anton Haubenberger

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

www.haubis.at



Los Angeles ist ein guter Ort, um durchzustarten! Nobu Matsuhisa (r.) wurde von Stammgast Robert De Niro (M.) überredet, nach New York zu gehen, um gemeinsam mit dem Gastronomen Drew Nieporent (l.) das erste Nobu aufzusperren. Der Rest ist Geschichte. Bild rechts: Wolfgang Puck eroberte zunächst Hollywood, dann die USA mit Pizza-Lokalen und zuletzt die ganze Welt mit Luxus-Steaks in seinen CUT-Restaurants.

rods. Weitere Restaurants in Shanghai und Dubai sollen noch heuer folgen. Bemerkenswert: Von seinen bisherigen Outlets liegt keines in einem Luxushotel, sprich die Finanzierung hat er über andere Kanäle organisiert.

Modernes Sushi als Trendgericht

Der erfolgreichste Multi-Gastronom im Premium-Segment ist zweifellos Nobu Matsuhisa, der mit seiner eigenen, von alten Traditionen losgelöster Interpretation von Sushi zunächst New York und danach die ganze Welt eroberte. Robert De Niro war bei Dreharbeiten in Hollywood stets in Nobus damaligen Sushi-Restaurant zu Gast. Schließlich überredete er ihn, gemeinsam mit dem Gastronomen Drew Nieporent in New York ein Lokal aufzusperren. Das war 1994. Der Erfolg war sensationell – obwohl das Nobu im damals eher ruhigen Stadtteil Tribeca lag. Zwei Jahre später folgte ein zweites, wesentlich größeres Restaurant in Midtown Manhattan, 1997 das erste Nobu in London. Mittlerweile kommt man mit dem Zählen gar nicht mehr nach, weil alle paar Wochen irgendwo anders ein weiteres Nobu eröffnet. Heuer stehen noch Eröffnungen in Sevilla, Madrid, Rom und Toronto an, aktuell hält man bei 50 Restaurants weltweit. Preislich immer im Premium-Bereich angesiedelt, aber nicht von der

Jagd nach Michelin-Sternen getrieben, zählen Nobu-Restaurants zu den profitabelsten Outlets überhaupt. Die Marke Nobu ist mittlerweile so stark geworden, dass man sich nicht mehr von anderen Luxus-Hotels engagieren lässt. Man ist selbst zu einer geworden! Neben dem Meister selbst ist wieder Robert De Niro sowie der Filmmogul Meir Teper als Partner an Bord. Aktuell gibt es 20 Nobu-Hotels, weitere sollen folgen.

Auch ein Österreicher als Global Player

Wolfgang Puck ist nicht nur der bekannteste, sondern auch der erfolgreichste Koch unseres Landes. Zuerst revolutionierte er in seinem schicken L.A. Restaurant Spago die Welt der Pizza, dann etablierte er sich als Caterer der jährlichen Oscar-Party als Lieblingskoch der Hollywood Stars. Hierzulande kaum bekannt ist jedoch, wie groß sein weltweites Netz an Restaurants mittlerweile geworden ist. Wir wollen (beziehungsweise können) gar nicht alle Pizza-Outlets („Wolfgang Puck Express“) nennen, die es mittlerweile als Franchise-Outlets in den USA gibt. Neben seinen erfolgreich laufenden Restaurants Spago, Chinois, Ospero und Merois hat Wolfgang Puck 2006 im Four Seasons Hotel in Beverly Hills sein erstes Steak-Restaurant namens „CUT by Wolfgang Puck“ eröffnet.

Im Gegensatz zu den traditionellen Steak-Häusern der USA, die zumeist sehr maskulin und rustikal gestaltet sind, hat Wolfgang Puck das CUT deutlich eleganter, moderner und die Spur femininer eingerichtet. Die Gäste haben es auf Anhieb geliebt. Ganz Hollywood ist ins CUT gepilgert – auch weil Puck nicht nur Steaks, sondern auch alle anderen Gerichte mit größter Sorgfalt zubereitet. Jedenfalls hat der Koch aus Kärnten damit eine globale Marktlücke besetzt: viele Luxushotels wollen ihren Gästen ein Premium-Steaklokal bieten, das mit Eleganz und nicht mit Rustikalität punktet. Heute gibt es neben dem Stammhaus in Beverly Hills auch in Luxushotels in Las Vegas, New York, Washington, Bahrain und Singapur Steaklokale der Marke „CUT by Wolfgang Puck“. In Wien hat sich leider noch kein Hotel-Partner dafür gefunden. Wir müssen uns bis lang mit einem einfachen „Wolfgang Puck Kitchen + Bar“ am Flughafen begnügen.

Ein Ende des Trends zur Entwicklung von globalen Gastro-Marken ist nicht abzusehen. Allerdings wird das Angebot in Zukunft wahrscheinlich noch bunter werden. Es ist nur eine Frage der Zeit, bis die ersten chinesischen Luxusrestaurants zur globalen Multiplikation ansetzen werden. ●

„Nachhaltigkeit – WTF!?“

Das Thema ist komplex und mehr als „nur“ Umweltschutz. Alle zwei Wochen bringen wir in unserer Online-Ausgabe von Lust&Leben Licht ins Dunkel und beleuchten, wie sehr Nachhaltigkeit die Hospitality-Branche betrifft. Erstellt von COHO. ●

TEXT: CHRISTOPH WAGNER, JÖRG WAGNER // FOTO: HARRY WINKELHOFER



Was ist Kreislaufwirtschaft?

Stellt euch vor, anstatt ständig neue Dinge zu kaufen und altes Zeug wegzuworfen, würden wir Sachen reparieren, wiederverwenden und länger nutzen. Genau das bedeutet Kreislaufwirtschaft! Ihr Ziel ist es, klüger mit Ressourcen umzugehen, Müll zu reduzieren und dabei die Umwelt zu schonen. Das ist nicht nur wichtig für die Umwelt, sondern spart auch noch Geld. Damit das funktioniert, werden sich viele Dinge, Geräte und Angebote ändern müssen. Ein langer Weg, aber Ausgangspunkt für viel Innovation und schon jetzt Chance für neue Geschäftsmodelle.

Und in Österreich?

Österreich hat einen klaren Fahrplan: Bis 2050 soll die Wirtschaft nachhaltig im Kreis laufen. Dieser Schritt ist entscheidend, um Umweltziele wie die CO₂-Neutralität bis 2040 zu erreichen. Die Strategie soll Österreich als Vorreiter für umweltfreundliche Produktion etablieren – und dafür sollen alle mitmachen: von der Regierung bis zu Unternehmen und Bürgern.

Was sind die Ziele?

Wir alle werden weniger Rohstoffe verbrauchen, nachhaltiger mit Materialien umgehen, mehr Dinge wiederverwenden und somit weniger Müll produzieren. Das klingt nicht nur vernünftig, sondern hilft auch, klüger einzukaufen und weniger unnötige Dinge zu besitzen.

Wie setzen wir das um?

Die EU und Österreich setzen auf einen Plan mit sechs zentralen Ideen:

1. *Gesetze und Regeln, um Umweltfreundlichkeit zu fördern.*
2. *Strategien für Unternehmen, damit sie nachhaltiger werden.*
3. *Geld und Unterstützung für die, die sich beteiligen wollen.*
4. *Forschung und neue Technologien, um besser zu arbeiten.*
5. *Nutzung von Computern und Internet, um alles besser zu planen.*
6. *Viel Wissen und Zusammenarbeit, damit alle Bescheid wissen.*

Und was hat das mit Hotels und Restaurants zu tun?

Wer ein Hotel oder Restaurant betreibt, hat eine Vielzahl an Möglichkeiten. Ein Beispiel sei hier genannt: Es können schon jetzt Geschirrspüler gemietet und pro Waschgang bezahlt werden. Reinigungsmittel, Updates und Wartung inklusive. Die logische Konsequenz ist beiderseitig von Vorteil: Der Hersteller wird ein langlebiges Produkt zur Verfügung stellen und der Betreiber wird das Gerät nur dann einschalten, wenn es gut gefüllt ist. Wer Lust hat, darüber nachzudenken, wird eine Vielzahl an Möglichkeiten finden, einerseits Kosten zu sparen, andererseits die Umwelt zu schonen und letztendlich auch allen neuen Vorschriften zu genügen. Und wenn man das tut, dann darf man das auch ruhig dem Gast und Mitarbeiter erzählen! Frei nach dem Motto „Tue Gutes und rede darüber!“ ●

wer&was

Im Unterschied zu herkömmlichen Fragebögen oder reinen Online-Varianten kommt COHO zu Ihnen ins Unternehmen oder in Ihren Betrieb und erarbeitet mit Ihrem Team gemeinsam Nachhaltigkeit, abgestimmt auf Ihre individuellen Bedürfnisse. Nach einem dreistündigen Workshop fassen wir die Situation zusammen und zeigen Ihnen einen konkreten Weg zur Verbesserung von Umwelteinstellungen UND Ressourceneffizienz auf.



Bonus mit EUR 500,-

Derzeit wird der 360Check von der Firma Stoelner, Ihrem Partner für professionelle Gastrotechnik, mit einem Bonus von € 500,-, unterstützt. Holen Sie sich diesen Gutschein und melden Sie sich für den 360Check an unter:



COHO ESG & Hospitality Experts
www.coho.co.at

Der 360Check vor Ort ist in Wien, Niederösterreich und dem Burgenland möglich. In den anderen Bundesländern bieten wir alternativ eine Variante per Videokonferenz an. Weitere Infos unter: hello@coho.co.at

**Nächste Woche auf
www.lustundleben.at
brandaktuell: Die Lieferkette**

Betriebswirt, Brauer, Bauer

Ordentlich zu wirtschaften bedeutet für Heinrich Dieter Kiener mehr, als nur möglichst viel Geld zu verdienen.

Ein zeitgemäßes Image ist dem Stiegl-Chef bei der Unternehmensentwicklung dabei genauso wichtig wie die Pflege der über 500-jährigen Tradition. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER



Die Stiege zum Biermuseum im Keller der Stiegl-Brauerei ist stimmungsvoll von roten Bierkisten umrahmt.



In der Stiegl-Brauwelt wird täglich durchgehend frisch gezapft und frisch gekocht

Sie sind 1985 in die Brauerei eingetreten und leiten sie seit Anfang 1991. Seither ist viel Wasser die Salzach hinuntergeflossen. Wie sehr hat sich der Bier-Markt in Österreich in den letzten 40 Jahren verändert?

Wenn man nur auf die am Markt vertretenen Marken schaut, hat sich gar nicht so viel getan. Aber so wie auch am globalen Markt hat bei uns ein Konzentrationsprozess stattgefunden, der in der Übernahme der Brau Union durch Heineken im Jahr 2003 gipfelte. Bis 1980 gab es in Österreich noch ein Bierkartell, durch das exklusive Absatzmärkte definiert waren. Als ich 1985 begonnen habe, war Stiegl ein regionales Bier für die Salzburger, heute haben wir einen kleinen, aber feinen Exportanteil und sind in ganz Österreich zu Hause.

Was nicht zuletzt durch das Sponsoring der österreichischen Fußballnationalmannschaft betont wird. Bier und Fußball gehören natürlich zusammen, aber wie schaut es mit den Frauen als Zielgruppe aus?

Auch der Anteil an Frauen ist stark gestiegen. Ganz generell betrachtet, ist Bier in Österreich deutlich weiblicher

Bier ist deutlich weiblicher geworden und das ist gut so.

HEINRICH DIETER KIENER

geworden, was man auch beim Marketing sieht – nicht nur bei unserer Marke. Das zeigt sich übrigens auch beim Ausschank. Früher gab es Weizenbier nur im 0,5-Liter-Glas, heute verkaufen wir hier im Braugasthof einen Gutteil des Weizenbiers in 0,33-Liter-Gläsern, was von den Damen sehr geschätzt wird.

Im vorigen Jahr habe ich in New York in Markus Glockers Restaurant Koloman ein Stiegl vom Fass getrunken. Wie wichtig ist der Export nach Übersee eigentlich?

In den USA gibt es uns schon länger, aber natürlich sind wir dort ein Exot, der vor allem in Lokalen mit Österreich-Bezug stark gefragt wird. Wichtig ist auch Deutschland, wo wir als österreichisches Bier sehr hohe Sympathiewerte haben. Was im Ausland überdurchschnittlich gut läuft, sind unsere Radler, mit denen wir ganz offensichtlich eine wachsende Nische besetzt haben.

Blicken wir noch einmal zurück, bevor wir in die Zukunft schauen. Einst galt Bier als Grundnahrungsmittel für Bauarbeiter, heute trinken es Damenrunden in einer schicken Bar. Wie ist dieser Wandel gelungen?

Als ich angefangen habe, war die Säuberung der Bierkisten ein großes Problem, weil sie auf Baustellen für alles Mögliche verwendet wurden. Das gibt es heute nicht mehr. Dass auf Baustellen während der Arbeit große Mengen Bier getrunken wird, hat sich aufgehört, und das ist gut so. Wir haben bei Stiegl die gesellschaftliche Entwicklung hin zu einem bewussteren Umgang mit Alkohol aktiv mitgetragen. Bier soll Lebensfreude vermitteln – für Männer wie für Frauen. Stiegl ist eine traditionsbewusste Marke geblieben, die heute aber einen absolut zeitgemäßen Auftritt hat. Für mich sind das zwei Seiten der gleichen Medaille und kein Widerspruch.

Stiegl ist auch bei aktuellen Trendthemen stets ganz vorne dabei. Mit dem Paracelsus haben Sie 1992 das erste Bio-Bier Österreichs gebraut, und auch beim Thema Craft-Bier waren Sie mit der Hausbier-Serie Trendsetter. Haben Sie stets die Nase im Wind,



Früher war Bierbrauen oft ein Glücksspiel. Dank moderner Technik und strenger Hygiene kann heute eine gleichbleibende Qualität garantiert werden. ●



Gemeinsam und unabhängig

Bereits zum zweiten Mal laden die unabhängigen Privatbrauereien Österreichs zum Unabhängigkeitstag. Ein wichtiges Datum für alle Freunde von authentisch gebrauten Bieren, denn an diesem Tag steht die echte österreichische Brauszene im Mittelpunkt.

Von Freitag, dem 19. April, bis Sonntag, dem 21. April, wird in einer Vielzahl der mittlerweile 46 Mitgliedsbetriebe gefeiert – und zwar vor allem die Tatsache, dass sich konzernfreies, unabhängig gebrautes, österreichisches Bier auf einem schwierigen Markt behauptet und heute besser schmeckt denn je.

Der Unabhängigkeitstag ist eine gute Gelegenheit, Privatbrauereien aus der Nähe kennenzulernen. In den Betrieben von Vorarlberg bis ins Burgenland stehen Brauerei-Besichtigungen, Bier-Verkostungen und Gewinnspiele auf dem Programm. Infos unter: www.privatbrauereien.at

um gesellschaftliche Entwicklungen voranzutreiben?

Ich gehe mit offenen Augen durch die Welt und habe ein ganz gutes Gespür für gesellschaftliche Veränderungen. Wir verstehen uns aber nicht als Trendsetter, sondern wollen uns als Unternehmen permanent weiterentwickeln. „Bio“ war 1992 noch kein großes Thema. Wir haben da nicht auf Absatzpotenziale geschaut. Im Rahmen der Neugestaltung unserer Brauwelt wollten wir dort in einem kleineren Rahmen ein besonderes Bier brauen. Wir haben uns für ein naturtrübes Zwickl in Bio-Qualität entschieden und es „Paracelsus 1492“ getauft. Das war das erste „Hausbier“ von Stiegl. In den letzten zehn Jahren ist unser Kreativ-Braumeister Markus Trinker immer experimentierfreudiger geworden und hat im Rahmen der Hausbier-Serie eine Vielzahl an außergewöhnlichen Bieren gebraut, die man im modernen Sprachgebrauch wohl als Craft-Biere bezeichnen würde. Ich war seit jeher der Meinung, dass

es in einer großen Brauerei auch Platz für außergewöhnliche Spezialitäten in Kleinserie geben muss. Das meiste, was in den letzten Jahren in Österreich als Craft-Bier gefeiert wird, schmeckt mir allerdings nicht, weil da oft die Balance fehlt.

Im Handel spielt das Craft-Bier-Thema ohnehin nur eine untergeordnete Rolle. Trotzdem wollen manche Wirte damit offensichtlich ihre Bierkompetenz erweitern, auch wenn diese Biere nicht oft bestellt werden. Wie sehen Sie die Entwicklung von Bier in der Gastronomie?

Wir betreiben selbst ein paar Lokale, nicht nur hier in Salzburg, sondern auch in Linz und Innsbruck, dazu noch die Stiegl-Ambulanz im Alten AKH in Wien. Wir wissen also aus erster Hand, wie die Gastronomie tickt. In unseren Lokalen wird fast ausschließlich Fassbier bestellt. Gleichzeitig sehen wir, dass unser Fassbier-Verkauf seit Jahren leicht rückläufig ist. Das finde ich sehr schade,



Wann immer möglich, trinke ich mein Bier frisch gezapft.

HEINRICH DIETER KIENER

weil ich meine, dass die Gastronomie dadurch eine große Chance verspielt, ihre Gäste mit einem hochqualitativen Angebot an sich zu binden. Natürlich bedingt die Pflege einer Schankanlage einen gewissen Mehraufwand, aber ein frisches, gut gezapftes Bier bietet den Gästen einfach einen Trinkgenuss, den man mit Bier aus der Flasche oder aus der Dose nicht vergleichen kann.

Die Dose spielt in der Gastronomie kaum eine Rolle. Wie wichtig ist sie im Handel?

Bis vor ein paar Jahren hat die Dose in Österreich ein Billig-Image gehabt und spielte deshalb für uns nur eine untergeordnete Rolle. Heute ist sie vor allem im urbanen Bereich, wo viele Menschen ihren Einkauf ohne Auto erledigen, von zentraler Bedeutung. Im Prinzip spricht ja auch nichts gegen die Dose. Sie ist eine ausgezeichnete Verpackung, sowohl was den Schutz des Bieres wie auch den der Umwelt betrifft. Mit dem Dosenpfand, das Anfang 2025

kommt, wird der Recycling-Anteil wohl noch weiter steigen. Gleichzeitig bleibt unser Bekenntnis zur Mehrweg-Glasflasche unverändert. Mit einem Anteil von 72,6 Prozent liegen wir da deutlich über dem Branchenschnitt. In ein paar Wochen kommt eine neue 0,33-Liter-Poolflasche auf den Markt, die auch von einigen Mitbewerbern verwendet wird. So wird es für den Lebensmittelhandel möglich, auch bei 0,33 Liter Pfandflaschen zu akzeptieren. Die neue Poolflasche ist nicht nur sehr schön, sondern auch deutlich leichter und lässt sich aufgrund des aufwendigen Herstellungsverfahrens dreimal so oft wiederbefüllen als die aktuellen 0,5-Liter-Mehrwegflaschen.

Und welche Biere wird es künftig in der 0,33-l-Mehrwegflasche geben?

Neben den Klassikern Goldbräu und Hell wird es auch Pils, Bio-Paracelsus Zwickl, Freibier, Radler Zitrone & Grapefruit sowie das Bio-Paracelsus glutenfrei in diesem Gebinde geben.



**LUST & LEBEN
ZUM HÖREN**

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



**REIN
HÖREN**



**Zu Gast bei Lust&Leben:
Heinrich Dieter Kiener**



podcast.lustundleben.at



Die leuchtende Bernsteinfarbe, der hefeblumige Weißbiergeschmack und die leichte Spritzigkeit der Stiegl Weiss begeistern die Weißbiertrinker.

Wir haben diese Flaschen-Innovation zum Anlass genommen, uns auch bei den Limonaden neu aufzustellen. In den nächsten Wochen kommt unser neuer Stieglitz mit acht verschiedenen Geschmacksrichtungen auf den Markt. Dafür kommt dann natürlich keine braune, sondern eine durchsichtige Glasflasche zum Einsatz.

Erzählen Sie uns zum Schluss noch etwas zu den Wildshut-Bieren, die bei Bierkennern extrem gut ankommen, und nur in sehr kleinen Mengen verfügbar sind.

Zuerst war ich Betriebswirt, dann Brauer, zu guter Letzt bin ich auch noch Bauer geworden. Wir haben das Gut Wildshut, das ich seit meiner Kindheit kenne, 1917 erworben. 2012 haben meine Frau und ich das Gut aus dem Dornröschenschlaf geholt und die Tore von Wildshut für die Menschen geöffnet. 2012 ging auch unsere Mälzerei & Rösterei in Betrieb. Seit 2015 brauen wir hier auch Bier in Bio-Qualität. Dem Motto „Vom Feld ins Glas“ folgend, bauen wir dort alle verwendeten Zutaten selbst an. Wir verwenden unser eigenes

Am Biergut Wildshut machen wir einen Schritt zurück, der ein Schritt nach vorne ist.

HEINRICH DIETER KIENER

Wasser, bauen Hopfen und alte Urgetreidesorten an und mälzen diese sogar selbst. Dieser Zugang bedingt, dass die Mengen klein und die Preise etwas höher sind. Unsere Wildshut Biere können niemals massentauglich werden und sollen es auch gar nicht. Wir verfolgen dort unsere Philosophie, Körper, Geist und Seele mit der Natur in Einklang zu bringen, mit letzter Konsequenz. Mittlerweile haben wir dort auch eine kleine Gastwirtschaft und bieten Besuchern die Möglichkeit zu übernachten. Natürlich backen wir am Gut Wildshut unser eigenes Brot. Mit unseren kulturellen Veranstaltungen sprechen wir auch interessierte Tagesbesucher an, die sonst den Weg zu uns nicht gefunden hätte. Aus dem ehemals verschlafenen Bauernhof ist in den letzten Jahren ein sehr lebendiges Biergut geworden. ●



wer&was

Zur Person

Dr. Heinrich Dieter Kiener ist promovierter Jurist sowie Betriebswirt und hat eine brauspezifische Ausbildung bei Doemens (bei München) absolviert. Nach dem Studium stieg der Salzburger 1985 in die Brauerei ein, seit Anfang 1991 leitet der Adoptivsohn von Heinrich Kiener II. die Geschäfte der Brauerei.

Zum Unternehmen

Die Wurzeln der Stieglbrauerei zu Salzburg gehen bis ins Jahr 1492 zurück. Seit über 130 Jahren ist sie im Besitz der Familie Kiener. Jährlich werden in einem großen und drei kleinen Sudwerken rund eine Million Hektoliter Bier gebraut. Rund 780 Mitarbeiter:innen sind im Unternehmen beschäftigt. Außerdem betreibt Stiegl eigene Gasthäuser in Salzburg, Linz, Innsbruck und Wien. 2012 wurde das Stiegl-Gut Wildshut, Österreichs 1. Biergut, das biologisch bewirtschaftet wird, eröffnet.



**WIR
LAUFEN
FÜR ALLE,
DIE ES
NICHT
KÖNNEN.**

5. MAI 2024

**100 % DER STARTGELDER FLIESSEN
IN DIE RÜCKENMARKSFORSCHUNG**



SEI DABEI

WINGSFORLIFEWORLDRUN.COM



ERGO

INTERSPORT



**Kronen
Zeitung**



Gastronomie



Profilschärfe

Wien ist seit Herbst '23 das erste internationale Büro von fritz-kola. Nun folgte ein neuer zeitgemäßer Look im Markendesign für fritz-limos und fritz-spritz. ◀

www.fritz-kola.com



Kaiserlich

Weinhändler Morandell vertreibt den „Maestoso Gin der Spanischen Hofreitschule“ in Wien mit 23 Zutaten. Darunter Wacholder, Wiener Hagebutte und Kronprinz-Rudolf-Äpfeln. Jeder Schluck ein kaiserliches Erlebnis! ◀

www.maestoso-gin.com

Sweetpunk

Pago POP ist 100 % Sprudel und 0 % Alkohol. Mit Erdbeere-Minze, Marille-Basilikum und Mango-Ingwer wird jeweils eine Pago-Lieblingssorte mit einem besonderen Twist kombiniert. ◀

www.pago.at



Erwecke den Stieglitz

Mit der Einführung von Stieglitz überrascht die Salzburger Stieglbrauerei mit der eigenen Limonade. Acht taufrische Sorten, von Orange bis Coco Bello, sind ab Mitte April auch in der Gastro verfügbar. In der umweltfreundlichen, kleinen 0,33-Liter-Mehrwegflasche bereichern die erfrischenden Stieglitze ganz sicher jeden Gast mit ihrem natürlichen Trinkgenuss und erfrischender Leichtigkeit. ◀



Frühlingserwachen

Red Bull läutet in ganz Österreich den Frühling mit einer zuckerfreien Neuheit ein. Die Red Bull Spring Edition „Waldbeere“ feiert Premiere und ergänzt die Red Bull Sommer- und Winter-Editions. Aufregende Kräuternoten vereint mit dem Geschmack von Himbeeren und anderen Waldfrüchten werden nicht nur die Damen erfreuen. ◀



Torres Master Destilleries

Wer die Historie des katalanischen Hauses Miguel Torres ein wenig kennt, der weiß, es gibt niemals Stillstand.

Auch mehr als 90 Jahre nach der Gründung ist die Bodega noch immer in Familienbesitz und strebt nach höchstem Genuss und Anspruch. Nun sind „Torres 10, 15, 20 und Jaime I selection“ bei Amber Beverage Austria in Kufstein gelandet und bereit, neuen Schwung in die Getränkekarte zu bringen! ◀



Hasta Kaffee Excelencia

Die hohe Qualität, geringe Menge sowie das Geschmacksprofil des kubanischen „La Reserva de ¡Tierra! Cuba“ von Lavazza sind für die gehobene Gastronomie geeignet. Empfehlenswert als ausgewählter Espresso nach dem Mittagstisch bis hin als Begleiter zum Abendmenü sowie auch als krönender Abschluss einer schönen Weinbegleitung für aufmerksame Sommeliers. Mehr dazu? QR-Code scannen! ◀



Blue Bomb startet durch

Die 0,33-Liter-Dose mit Eiswasser aus einer Mindel-Endmoränen-Quelle im Alpenvorland und dem Potenzial zum Lifestyle-Getränk – pur oder prickelnd. ●

Wasser ist ein ehrliches Produkt und immer mehr Menschen trinken deutlich weniger Alkohol als in früheren Jahren. Beim Echo Club Rankweil ist Blue Bomb bereits angekommen und verbindet das in Mode kommende Gesundheitsbewusstsein mit individueller Coolness im Club. Und bei jenen Gästen, wo Alkohol im Sinne einer „voi guaden“ Clubnacht sein muss, darf es mit Wodka serviert und als Wodka Blue Bomb auf der Getränkekarte stehen. 40 Gastronomie-Standorte hat Blue Bomb bereits unter Vertrag, darunter sind die Bau-satzlokale (Graz, Wien, Villach, Wolfsberg) und Werkstatt (Rankweil, Imst, Sölden und Kufstein). 200 Standorte sollen es noch werden und so die erste Million Dosen im Absatz ermöglichen.

Nüchtern ist das neue Cool

Die Jugendlichen wollen heute deutlich öfter ohne Alkohol durchs Leben gehen und Party machen, weil sie einen klaren Kopf behalten wollen. In Zukunft wird sich dieser Trend vermutlich noch stärker durchsetzen. Nicht

als dogmatischer Verzicht, sondern einfach als Lifestyle-Faktor, der bedeutet, weniger und bewusster zu trinken. Die Getränkekarte wird gerade neu geschrieben. Sich informieren, verkosten und seine Gäste fragen. Denn weniger und anders zu trinken ist ein Merkmal der neuen Generation, die wohl unter „nüchtern-neugierig“ einzustufen ist. ●

„Wir im Vortex waren sofort von Blue Bomb überzeugt und sind froh, Partner der ersten Stunde zu sein. Der moderne Look der unendlich recycelbaren Aluminium-Dose passt perfekt in jeden Club und lässt unsere Gäste sogar beim Wassertrinken cool aussehen. Das feiern wir!“

Dynn Nezic, GF Vortex Club & Lounge Graz



● „Wir sind begeistert von Blue Bomb. Der Ansatz – Wasser nicht nur für junge Leute zum coolen Trendgetränk zu machen – ist genial. Ich meine, was kann man seinem eigenen Körper Besseres tun als österreichisches Eiswasser in einer unendlich recycelbaren Verpackung?“

Thomas S., Geschäftsführer Werkstatt Rankweil

Das Wasser von Blue Bomb stammt aus einer jahrtausendealten Quelle. Diese Quelle ist das Ergebnis einer glazialen und geologischen Entwicklung während der Eiszeit. Über 150 Meter tief wurde das Wasser durch die eiszeitlichen Kieskörper der Mindel-Endmoräne gefiltert und ist so frei von schädlichen Umwelteinflüssen. ●



wer&was

Das Salzburger Unternehmen hat sich zum Ziel gesetzt, Wasser in Alu-Dosen nicht nur für die Jugend „cool“ zu machen. Deswegen wird „ICE AGED WATER“ in 0,33-Liter-Dosen angeboten, um sich bewusst für das beste und natürlichste Getränk auf unserem Planeten – Wasser – zu entscheiden. www.bluebomb.com



Ein Techniker gibt Vollgas

Le Burger ist trotz des französisch klingenden Namens ein durch und durch österreichisches Unternehmen. Gründer und Eigentümer Dr. Thomas Tauber bleibt zumeist im Hintergrund und kümmert sich am liebsten um die Optimierung der internen Abläufe. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER // **FOTOS:** ROBIN CONSULT



◆ **Vater Thomas (r.) und Sohn Lukas Tauber haben mit Le Burger ein Lokalkonzept entwickelt, das an vielen Standorten funktioniert.**

Erst eins, dann zwei, dann drei dann vier ... Aktuell hält Le Burger bei 15 Outlets in ganz Österreich und einem Lokal in München. Zwei weitere Standorte mit Franchisepartnern folgen heuer noch in Oberösterreich. Wir haben Dr. Thomas Tauber zum Interview getroffen, um zu erfahren, wie die Zauberformel für den unglaublichen Erfolg von Le Burger lautet.

Gefühlt handelt es sich aktuell bei jeder zweiten Gastronomie-Eröffnung um ein Burgerlokal. Doch viele sperren bald wieder zu. So leicht ist es offensichtlich doch nicht, gewinnbringend Burger zu braten. Was machen Sie anders?

Was andere tun, kann und will ich nicht beurteilen, aber gerne erzähle ich Ihnen, wie wir Gastronomie betreiben. Die drei zentralen Säulen, auf die es ankommt, sind Qualität, Dienstleistung und Ambiente. Wir bekommen sehr viel Lob für unsere Lokalgestaltung. Ganz bewusst achten wir bei der Stilistik darauf, feminin zu wirken. Entscheidend ist, dass sich die Frauen bei uns wohlfühlen, dann kommen die Männer ganz von allein. Dann betreiben wir einen sehr hohen Aufwand, außergewöhnlich gute Burger zu braten. Auf Dauer setzt sich Qualität einfach durch. Am schwierigsten ist wahrscheinlich der Dienstleistungsaspekt, weil der von vielen Mitarbeitern jeden Tag aufs Neue erbracht werden muss.

Das klingt eigentlich sehr simpel. Wieso sind dann nicht alle Burgerlokale so erfolgreich wie Le Burger?

So einfach ist es dann doch nicht, weil sich das Ganze ja auch rechnen soll. Da unterscheidet sich ein Gastronomiebe-



trieb im Wesentlichen nicht von Unternehmen in anderen Branchen. Man muss mehr Geld einnehmen, als man ausgibt. Ich sage unseren Mitarbeitern immer wieder, dass sie nicht von mir, sondern von unseren Gästen bezahlt werden. Ich bin eigentlich nur eine Art Umverteiler, der darauf schaut, dass alles rund läuft. Was wir vielleicht mehr als andere machen, ist die laufende Optimierung unserer internen Abläufe. Wenn das funktioniert, kann man skalieren und erfolgreich weitere Standorte betreiben – auch mit Franchisepartnern.

Das klingt jetzt ziemlich technisch und nicht nach der Erfüllung eines Kindheitstraums. Sie stammen nicht aus einer Wirte-Familie?

Nein. Ich bin ein Quereinsteiger. Zuerst habe ich die HTL absolviert, danach Informatik studiert. Die ersten Jahre nach dem Studium habe ich in einem technischen Unternehmen gearbeitet, was mich allerdings nicht wirklich erfüllte. Ein guter Freund von mir hat sich als Cafetier versucht und ist gescheitert. Dann haben wir gemeinsam einen neuen Anlauf genommen und waren erfolgreich. Ich habe mich dabei vor allem um die Zahlen und die Abläufe

Wir sind ein sehr innovatives Unternehmen und entwickeln uns laufend weiter.

DR. THOMAS TAUBER

gekümmert. Selbstständig ein Unternehmen zu führen war für mich vom ersten Tag an faszinierend, also habe ich weitergemacht. Ich habe mich dabei aber nie als Wirt gesehen, der sich als jovialer Gastgeber um die Gäste kümmert. Ich wollte immer Unternehmer sein.

Was war nach der Sanierung des Kaffeehauses der nächste Schritt?

Wir haben klein angefangen und uns gedacht, dass wir im Bereich Brötchen ohne hohe Investitionen relativ rasch reüssieren könnten. Das ist uns auch gelungen. Wir haben die Brötchenmanufaktur Tauber gegründet, mit der wir heute 14 Filialen in ganz Wien betreiben. Einige Filialen sind mittlerweile zu richtigen Restaurants mutiert, wo es auch warme Mittagsgesichte gibt. Wir haben das Unternehmen Schritt für Schritt weiterentwickelt und darauf ge-

achtet, alle Abläufe zu optimieren, was uns bei jeder Erweiterung geholfen hat. Das war eine sehr lehrreiche und befriedigende Zeit.

Dann haben Sie sich gedacht: „Wer Brötchen kann, kann auch Burger“?

Das kann man so sagen, wobei die Entscheidung, eine eigene Burgermarke zu entwickeln, schon ein bisschen komplexer war. Wir haben mit unseren Filialen der Tauber Brötchenmanufaktur ein Gespür für verschiedene Lagen in Wien bekommen und das gastronomische Marktumfeld kennengelernt. Burger hatte begonnen, ein absolutes Trendthema zu werden. Gleichzeitig haben uns die wenigsten Burger, die es am Markt gab, wirklich gut geschmeckt. Wir haben uns gedacht: Das können wir besser!

Also haben Sie Ihr erstes Burgerlokal aufgesperrt und geschaut, wie es läuft?

So schnell ging es nicht. Wir wollten ja nicht ein einzelnes Lokal aufsperrern, wo es Burger gibt, sondern wollten von Anfang an zu einer Marke mit mehreren Outlets werden. Ich bin einige Male in den USA gewesen und habe mir verschiedene Konzepte wie In-N-Out, Fatburger oder Five Guys angeschaut, bei denen die Gäste individualisierte Burger bestellen können. Mit Fastfood hat das eigentlich nichts zu tun, weil man – so wie bei allen frisch zubereiteten Gerichten – fünf bis zehn Minuten auf den Burger warten muss. Dann haben wir uns überlegt, mit welcher Einrichtungsgestaltung wir in Österreich erfolgreich sein könnten. Wir wollten hochwertige Burger, aber keine überpreisigen Luxusburger machen. Von Anfang an war mir eine Skalierbarkeit unseres Konzepts wichtig. Das hat natürlich auch für den Namen gegolten.

Wie kam es dann zum Namen Le Burger? Haben Sie französische Vorfahren?

Nein. Wir wollten einfach keinen Fantasienamen, der alles und jedes bedeuten kann. Es sollte auf den ersten Blick klar sein, worum es bei uns geht. Wir haben intern in mehreren Runden verschiedene Vorschläge diskutiert. Le Burger hat uns schließlich am besten gefallen.

Vor zehn Jahren war es dann in der Mariahilfer Straße mit dem ersten Le Burger so weit. Wie wichtig ist der richtige Standort?

Lage, Lage, Lage! Dieses Mantra der Immobilienbranche trifft bei Konzepten wie dem unseren absolut zu. Die Frequenz muss einfach gegeben sein. Das hat auch für die nächsten zwei Standorte Rotenturmstraße und Donauzentrum gegolten.

Mit Wiener Neustadt und dem Auhofcenter haben Sie dann relativ rasch zwei weitere Filialen eröffnet. Haben sich da schon Synergien gerechnet?

Natürlich, sowohl im Marketing als auch beim Einkauf. Bei jedem Standort haben wir etwas anderes gelernt, was uns bis heute bei der Weiterentwicklung hilft. Unsere Lieferanten sind mit uns gewachsen. Wir lassen unsere Buns exklusiv bei einem Bäcker in Niederösterreich täglich frisch backen. Auch das Fleisch wird täglich frisch faschert. Wir haben die Individualisierung bei der Bestellung perfektioniert, indem wir die Bestellterminals der Kellner immer besser programmiert haben.

Danach haben Sie keine eigenen Lokale gemacht, sondern haben sich Franchise-Partner gesucht. Das ist dann doch ein anderes Geschäftsmodell, oder?

Auch unser Lokal im Auhofcenter wird mittlerweile von einem Franchise-Partner betrieben. Damit ändert sich natürlich die Unternehmenskultur ein bisschen. Weil wir aber immer noch vier Lokale in Eigenregie betreiben, verstehen wir Marktentwicklungen genau. Auch wenn es für ein Burgerlokal



Die Gäste bezahlen das Gehalt der Mitarbeiter. Ich bin nur der Umverteiler.

DR. THOMAS TAUBER

komisch klingt: Wir sind ein sehr innovatives Unternehmen und entwickeln uns laufend weiter. Zunächst gab es bei uns nur Burger. Heute sehen Sie unter unserem Logo den Claim „Steaks – Burger – Bowls“. Vor ein paar Tagen haben wir unser erstes veganes Planted Steak produziert, das ganz hervorragend schmeckt. Wir wollen unseren vorwiegend jungen Gästen jene Gerichte anbieten, die bei ihnen angesagt sind. Wie schon eingangs gesagt, sind die Vorlieben der weiblichen Gäste besonders wichtig. Wir entwickeln permanent neue Gerichte und wenn die Rezeptur steht, kochen wir sie mit Unterstützung von Video-Konferenzen in allen Outlets nach. Unser „Intranet“, wo wir mit unseren Franchise-Partnern alle vertraulichen Daten austauschen, ist für Qualitätskontrolle und Geschäftsentwicklung von entscheidender Bedeutung.

Trotzdem macht es einen Unterschied, ob man ein Lokal auf eigene Rechnung führt oder Franchise-Partner hat ...

Natürlich. Mit einem selbstständigen Unternehmer, der unter dem eigenen Markennamen agiert, besteht per definitionem ein Spannungsverhältnis, weil die unternehmerische Freiheit des Franchisenehmers eingeschränkt ist. Gleichzeitig profitiert er von einem funktionierendem Konzept und einer starken Marke. Ganz wichtig ist der permanente Austausch und ein Umgang auf Augenhöhe. Wenn ein Franchise-Partner ein weiteres Le Burger eröffnen will, zeigt es, dass wir auf dem richtigen Weg sind. Ohne Franchise-Partner hätten wir keine Lokale in Westösterreich eröffnet. Auch bei der Expansion nach Deutschland ist die Wahl des richtigen Franchise-Partners die größte Herausforderung. Attraktive Standorte gäbe es dort genug.

Ins Le Burger geht man in erster Linie, um Burger zu essen. Für den Erfolg mindestens genauso wichtig ist das Zusatzgeschäft mit den Getränken. Wieso verzichten Sie da auf bekannte Marken wie Red Bull oder Coca-Cola, die bei anderen Betrieben als unverzichtbar gelten?

Wir verzichten ganz bewusst auf bekannte Marken, weil wir selbst die Marke sein wollen. Statt Coca-Cola gibt es bei uns nicht eine billige Alternative oder „szenige“ Marken wie Fritz Cola. Wir haben unser eigenes Cola entwi-

● **Laufend gibt es Innovationen.**
Über das vegane Steak wurde sogar
in den TV-Nachrichten berichtet.

ckelt, das großartig schmeckt und entweder über die Grapos-Schankanlage kommt oder in formschöne Flaschen, die ein bisschen an das Keli aus den 1980er-Jahren erinnern, gefüllt wird. Draußen sind wir täglich von hunderten oder gar tausenden Markenbotschaften umgeben. Ein Le Burger ist ein weitgehender markenfreier Erholungsort, wo man es sich gut gehen lassen kann.

Tagsüber dient ein Burger oft als rasche Stärkung für zwischendurch. Im Le Burger gibt es aber auch Steaks sowie Bier und Wein – sprich, Sie wollen auch Gäste gewinnen, die länger bleiben und bei Ihnen ein komplettes Abendessen genießen. Gerade was den Service betrifft, sind das zwei Zielgruppen, die wenig miteinander zu tun haben, oder?

Das sind nicht zwei verschiedene Zielgruppen, sondern zwei unterschiedliche Konsumationssituationen. Es gibt auch Stammgäste, die sich für die Büropause zu Mittag einen Burger holen kommen und am Samstagabend mit der Freundin ein Steak mit einer Flasche Wein genießen. Wir arbeiten laufend daran, auf allen möglichen Kommunikationskanälen so gut wie nur irgendwie möglich zu agieren. Die verschiedenen Wege reibungslos zusammenzuführen ist eine jener Herausforderungen, die mich besonders reizen. Man kann online reservieren, das Essen zur Abholung zu einer bestimmten Zeit vorbestellen und auch Delivery ordern. Auf jedem Tisch befindet sich ein QR-Code, über den man ohne separate Registrierung bestellen kann, wenn der Service wider Erwarten einmal ein bisschen länger dauern sollte.

Sie scheinen von Erfolg zu Erfolg zu laufen. Welche unternehmerischen Ziele haben Sie sich für die nächsten Jahre gesteckt?

Das will ich nicht quantifizieren. Wir sind keine Aktiengesellschaft, die laufend Wachstumspläne und Gewinnprognosen präsentieren muss. Wir wollen unseren Weg weitergehen und sehen in Deutschland großes Potenzial. Aber wir machen da einen Schritt nach dem anderen. Mein Sohn Lukas kümmert sich um die operative Leitung und hat – so wie ich – viel Freude an der Arbeit. Wohin die Reise langfristig geht, wird auch von ihm abhängen. ●

was&wo

www.tauber.at
www.leburger.at

Grapos®
SOFT DRINKS

IN EINE
PFANDFREIE
ZUKUNFT



Nachhaltige
AF-KONZEPTE
VOM PROFI FÜR PROFIS

GETRÄNKE + TECHNIK + SERVICE
EXKLUSIV AUS EINER HAND

www.grapos.com | www.schankomat.com

Grapos®
SOFT DRINKS



SEIT 2019 |

EIN MIT DEM
ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN
AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN

Auf der Sonnenseite

Über den Dächern von Wien lockt ein neues Restaurant mit einer gelungenen Trilogie von mediterranen Spezialitäten aus Italien, Frankreich und Spanien. Auf die passende Getränkebegleitung wird im Ristorante Limón großen Wert gelegt. ►

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER



Das *Grand Ferdinand* nimmt unter den Wiener Ringstraßenhotels eine Sonderrolle ein. Zum einen verzichtet Inhaber Florian Weitzer ganz bewusst auf eine Sterne-Klassifizierung. Zum anderen ist ihm – so wie auch in seinen beiden Grazer Stammhäusern *Weitzer* und *Wiesler* – eine anspruchsvolle Gastronomie wichtig, die auch von den Einheimischen geschätzt wird.

Das *Meissl & Schadn* hat sich innerhalb weniger Jahre als unumstrittenes Kompetenzzentrum in Sachen traditioneller Wiener Küche mit Schwerpunkt Wiener Schnitzel etabliert. Gleich daneben gibt es mit dem *Gulasch & Söhne* ein zweites, deutlich kleineres Lokal, das durchgehend warme Küche bietet und sich abends zu einer gemütlichen Bar wandelt. „Beide Lokale haben einen straßenseitigen Eingang, sodass wir auch auswärtige Gäste ganz ohne Schwellenangst willkommen heißen können. Bei unserem neuen Restaurant *Limón* im achten Stock ist das natürlich ein bisschen anders“, umschreibt Direktorin Angelika Ponecz die unterschiedliche Positionierung der drei Lokale im *Grand Ferdinand*.

► Für Direktorin Angelika Ponecz spielt die Gastronomie im Hotel *Grand Ferdinand* eine zentrale Rolle.

Blick in den Süden

Bis Ende 2023 wurde das Restaurant im achten Stock als „Membersclub“ geführt. Das hat zwar ganz gut funktioniert, aber aufgrund der beschränkten Zielgruppe konnte man den Traumblick von der Terrasse nur wenigen Gästen zugänglich machen. Mit dem neuen Restaurant Limón ist das jetzt anders geworden.

Seit Kurzem wird hier eine sehr individuell zusammengestellte Küche aus dem westlichen Mittelmeerraum geboten, die von Italien über Frankreich bis nach Spanien reicht. Diese reizvolle Trilogie setzt sich auch getränkemäßig fort: Es gibt jeweils drei verschiedene Schaum-, Weiß- und Rotweine glasweise. Selbst beim Bier kann man aus verschiedenen Brauereien der drei Mittelmeernationen wählen. Neben einem umfangreichen Angebot aus alkoholfreien Getränken – darunter die gesamte Palette der ORGANICS by Red Bull – bietet das ambitionierte Bar-Team auch eine Vielzahl an eigens kreierte, nicht allzu kräftigen Cocktails mit den erfrischenden Bio-Limonaden an, die sich auch als Speisebegleiter eignen.

Zum Auftakt gibt es im Limón Klassiker wie Vitello tonnato, Bouillabaisse oder – für vegetarische Genießer – ein Rote-Rüben-Carpaccio mit eingelegtem Kürbis und Nüssen. Zu diesem farbenfrohen Gemüsegericht empfiehlt Küchenchef Joel Mikulan den Very Berry mit ORGANICS Purple Berry.

Bei den Zwischengerichten haben wir die Linguine tartufata gewählt, die bei Tisch sehr stimmungsvoll in einem Parmesanlaib präsentiert werden. Dazu empfiehlt der Küchenchef einen Limoncello Spritz mit ORGANICS Easy Lemon. Besonders schwierig schien uns die Auswahl bei den Hauptgerichten: Soll es ein mallorquinisches Huhn sein? Gefüllte Calamari? Tournedos Rossini? Wir haben uns für ein Cotolet-

Rote-Rüben-Carpaccio & Very Berry

(Lillet Rose, ORGANICS Purple Berry, Eis, Beeren)



Cotoletta alla milanese & Gin Tonic

(Malfy con Limone Gin, ORGANICS Tonic Water, Eis, Zitronenscheibe)



Linguine tartufata & Limoncello Spritz

(Limoncello, ORGANICS Bitter Lemon, Eis, Zitronenscheibe)

ta milanese entschieden – die Urmutter unseres geliebten Wiener Schnitzels, die zuerst in unserem südlichen Nachbarland erfunden wurde. Optisch liegt das Gericht sehr nahe bei unserer Nationalspeise, allerdings wird das Kalbskotelett mit Knochen zubereitet und auch die Panier unterscheidet sich aufgrund der Beigabe von etwas geriebenem Parmesan ein wenig. Es schmeckt einfach großartig und hält jeden Vergleich mit den Wienern Schnitzeln, die im gleichen Haus acht Stockwerke weiter unten gebacken werden, problemlos stand. Als Begleitung bietet sich ein Gin Tonic mit ORGANICS Tonic Water an.

„Wir haben kurz gezögert, eine Cotoletta milanese in unser Menü aufzunehmen, weil es so viele andere attraktive Gerichte aus dem Mittelmeerraum gegeben hätte. Aber dann hat es uns einfach gereizt, unsere Schnitzelkompetenz aus dem Meissl und Schadn auch im Limón unter Beweis zu stellen“, erklärt Angelika Ponecz.

Zum Schluss noch ein Wort zur Limón Bar. So attraktiv die Bar an sich ist – in der warmen Jahreszeit drängt alles auf die Terrasse, die sich auf der Sonnenseite des Rings befindet. Mit anderen Worten: Hier kommt zwischen Zitronenbäumen mitten in der Stadt sommerliches Urlaubsfeeling auf. Nur der exklusive Rooftop-Pool, der ein paar Meter entfernt liegt, bleibt den Hotelgästen vorbehalten. ●



was&wo

Restaurant Limón
1010 Schuberttring 10–12
Di–Sa 17–24 Uhr

www.grandferdinand.com

Neue Bars



Robert Sonko Kozoka mixt im Keller des neuen Delicatessen außergewöhnliche Drinks

New Drinks on the Block

Von Trübsal keine Spur! Die Wiener Bar-Szene erlebt aktuell eine Vielzahl von Neueröffnungen und feiert sich selbst. Spektakuläre Signature-Cocktails erweitern den Aroma-Kosmos der Stadt. ◆

TEXT: ROLAND GRAF // FOTOS: RAINER FEHRINGER

Manchmal braucht es nur die richtige Bühne. Im Falle der „Miss Saigon“ ist es gerade der Wechsel ein paar Straßen weiter, der den Drinks von Christian Wu und Daniel Levai neue Fans erschließt. Was man in der „Miss Saigon“ in der Herrengasse kredenzt, gab es in ähnlicher Form nämlich schon im „Pho Saigon“ in der Hegelgasse zu trinken. Stefan Tarn und Christian Wu stehen hinter beiden Lokalen, die zu schulmäßiger Vietnam-Küche auch Asia-inspirierte Cocktails anbieten. Da würzt dann die Sauce, in die man normalerweise seine Sommerrollen (nem) taucht, einen Highball, der die Sinne wachrüttelt. Mit dem Sprung ins Herrengassen-Hochhaus, aus dem Christian Halpers veganes „Venuss“ ausgezogen war, erleben nun auch Touristen, was sonst den Stammgästen zwischen Schwarzenbergplatz und Seilerstätte bekannt war. Zumal sich neben dem Quallensalat am Teller auch im Shaker mutige Rezepte finden.

Großen Anteil daran hat Daniel Levai, der sein Handwerk unter anderem beim Godfather des „Cuisine Styles“ in der Bar, Kan Zuo von „The Sign Lounge“, perfektioniert hat. Die Zeit im ganz anders gelagerten, aber ebenfalls küchenlastigen „Bruder“ prägte seinen Zugang ebenso. Daher findet sich die



**Asiatische
Küchengewürze
funktionieren auch
in Cocktails.**

DANIEL LEVAI

Nationalsuppe Pho gleich zweimal auf der „Miss Saigon“-Karte: Mal klassisch mit Löffel, mal als Rum-Drink, der mit „unserem geheimen Pho-Gewürz-Mix“ (© Christian Wu) aromatisiert wurde. Vom „Saigon Mule“ mit Zitronengras bis zum hochseriösen „Negroni“-Twist mit Lotos-Blüte zieht sich der Ge-



◆ Die gute Laune von Daniel Levai und Christian Wu ist ansteckend

schmack Südostasiens durch die Tumbler und Coupetten. Und spätestens, wenn man seinen Drink aus einem Keramik-Panda genießt, weiß man: Hier hat Wiens Barwelt eine neue Richtung eingeschlagen.

Kali Spera

Während Daniel Levai den „Negroni“ mit Lotosblüten mixt, versenkt man im 7. Bezirk gleich eine ganze Baklava im Campari. Willkommen im „Saint George“! Oder besser: Kali spera! Denn George Mouka lässt in keinem Signature-Drink einen Zweifel an seiner Herkunft. Der Mann vom „zweiten Finger



☛ Hier haben wir den – Griechischen – Salat. George Moukas Cocktails zeigen deutlich, wo der junge Mann herkommt.

von Chalkidiki“ strahlt dabei mit dem „Malaka Negroni“ um die Wette. „Ich habe mir meinen Traum erfüllt“, sagt er in den Räumlichkeiten, in denen einst „Die Parfümerie“ das Nachtleben belebte. Mouka hat aus der coolen Location ein Cocktail-Wohnzimmer gemacht, in dem Metaxa und Anis den „Mediterranean Waltz“ tanzen. Der Drink ist eine Hommage an Griechenland und Wien, „wo ich mich so richtig wohlfühle“. Begonnen hat „Georgii“ fast schon klassisch-kitschig als Tellerwäscher, mit seinen Drinks beeindruckte er zuerst im „Salon Marie“ des Grazer Hotels Weitzer. Nach Jahren in der „Josef“ im ersten Bezirk, eröffnete er im Februar das „Saint George“. Mit einer kleinen Kochplatte bringt er die Geschmäcker seiner Heimat in die Dash-Bottles und Cordial-Flaschen, „mir macht es nichts, dafür um acht Uhr früh schon hier zu sein“. Auch wenn der Barprofi alle klassischen Drinks zubereitet, wirkt Mouka fast enttäuscht, wenn der Gast einen „Dry Martini“ bestellt. Denn viel lieber hätte er auch ihm den Mastix-Harzlikör aus Chios nahegebracht. Oder gleich den Signature aller „Saint Geor-

Ich habe mir meinen Traum erfüllt.

GEORGE MOUKA

ge“-Signatures – seinen „Greek Salad“. Der schmeckt doppelt nach Urlaub: Rum und Falernum bringen tropische Noten, Gurke, Olive und Tomate animieren fast automatisch zu einem „Jámas“!

Weltflucht mit Tiki-Bechern

Weniger eine neue „Geschmacksrichtung“ denn eine Antwort auf das Zeitgeschehen geben auch die Routiniers Andrea Hörzer und Philipp M. Ernst mit der Neugestaltung des Kellers der „Josef“-Bar: Auf die Leichtigkeit der Longdrinks folgte im November 2023 die Alltagsflucht mit polynesischen Cocktails – aus der „Josef Highball Bar“ wurde „Josef Tiki Fusion“. Nach vier Jahren erfindet sich der Keller damit neu, aber trägt erneut ein zeitgemäßes Thema. Denn die hohe Zeit der Tiki-Cocktails fiel mit der unsicheren Weltlage nach dem Zweiten Weltkrieg zusammen. Jeff „Beachbum“ Berry, der mit seinen

Cocktailbüchern wie „Intoxica!“ oder „Taboo Table“ viel für diese Drink-Kultur getan hat, erklärt die Faszination in politisch unsicheren Zeiten wie 2024 daher auch recht einfach: „Wenn du heute die Zeitung aufschlägst, willst du viel lieber zwei Stunden in eine Tiki-Bar gehen!“ Palmen-Deko, Piraten-Kitsch und bunte Drinks, die ein Lächeln hervorrufen, boomen, „weil uns die Moderne Angst macht“. Zu dieser soziologischen Erklärung für das Tiki-Revival kommt aber die üppige Schönheit von Drinks wie der „Pink Paloma“, die in der Sterngasse serviert wird. Auch der quietschbunte Fisch, in dem Philipp M. Ernst den „How much is the Fish?“ serviert, macht im Social-Media-Account etwas her. Alltagsflucht und dabei posten! Zum Glück gibt es auch Zutaten wie die für den Signature-„Hurricane“ unerlässliche Fassonola mittlerweile aus Wien: Markus Altrichter, selbst mit einschlägiger Bar-Vergangenheit ausgestattet, entriss den vergessenen Passionsfrucht-Hibiskus-Mix der Vergessenheit. Und so kommt der „Hurricane Twister“ als „Hommage an die 1980er, aber modernisiert“ in den Tiki-Becher.



☛ Dominik Oswald bietet hinterm Tresen des neuen Soulmates Unterhaltung auf höchstem Niveau



☛ Philipp M. Ernst geht in seiner Bar Josef auch gerne in den Keller lachen – Tiki sei dank!



Als zweite Wiener Anlaufstelle für Freunde des Hawaiihemds neben der famosen „Matiki“ (seit 2017) hält man in der „Josef Tiki Fusion“ auch die alte Schule des Rum-Blends in den Cocktails hoch. Und stellt damit die Trendspirituose der letzten (Lockdown-)Jahre in den Mittelpunkt.

Wunderland des Geschmacks

Apropos Trend: Noch farbenprächtiger als die Drinks im Herzen des „alten“ Bermudadreiecks Wiens fallen sie entlang der neuen „Fortgehmeile“ in Neubau aus. Nicht nur die bereits erwähnte „Saint George“ hat hier ihre Heimat, wenige Wochen zuvor öffnete auch das „Soulmate“. Yüksel Türkmén und „Izi“ Parmaksiz hatten dabei das Glück, mit Dominik Oswald einen der bekanntesten und kreativsten Mixologen der Stadt im richtigen Moment zu erwischen. Der „Oberst“ leitet nach acht Jahren in der „Hammond“ nun ein All-Star-Team, zu dem Alexandra Hohegger (ehedem „Truth & Dare“), Steven Daewel („Fitzcarraldo“) und Selina Zesar („Neue Hoheit“) ge-

Unser Mojito muss leuchten.

DOMINIK OSWALD / SOULMATE

hören. Bei der Optik der Drinks, die wechselnde „Kitchen Takeovers“ durch Gastköche begleiten, ging man in der Siebensterngasse in die Vollen: „Unser Mojito muss leuchten“, lautete eine der Vorgaben an das Kreativteam, die der „Blacklight Breeze“ nun einlöst. Doch so ziemlich alles, was unter dem eigens eingebauten „Insta-Licht“ auf der Bar des „Soulmate“ steht, leuchtet, raucht oder macht einfach fröhlich. Etwa, wenn der Milk Punch des Hauses („Silky Way“) in einem gläsernen Milchpackerl serviert wird. Dass einer der versiertesten Aromen-Tüftler der Stadt nun seine Freude an platzenden Rauchblasen und Schäumchen auslebt, unterstreicht vielleicht am besten das Bar-Motto 2024: Gute Drinks allein sind zu wenig, der Erlebnisfaktor zählt!

Im Osten viel Neues

Vor ein paar Tagen eröffnete dann am Spittelberg ein neues Lokal namens

„Delicatessen“, wo sich im Keller eine der aufregendsten Bars der Stadt befindet. Dieses Lokal hat eine wirklich spannende Vorgeschichte – und eine große Schwester in Moskau. Dort haben im Jahr 2010 vier Freunde rund um Ivan Shishkin ein Hinterhoflokal eröffnet – samt Delikatessengeschäft und Bar. Diese rückte bald in den Fokus der Aufmerksamkeit, weil sie sich schnell als angesagteste Bar der russischen Hauptstadt etablierte – trotz oder vielleicht auch wegen des Mangels an Glanz und Glamour. Die Barkeeperin Elizaveta Evdokimova gewann 2013 als erste weibliche Barkeeperin die Bacardi Legacy, bald war das Delicatessen als erste russische Bar unter den 50-Best-Bars-of-the-World gelistet, das eigentlich sehr simpel gehaltene Restaurant wurde im Guide Michelin gelistet. Vor sechs Jahren beschlossen die aus verschiedenen Teilen der ehemaligen Sowjetunion stammenden Betreiber dazu, ein zweites Lokal in Wien aufzusperren. „Wien ist die östlichste Hauptstadt Westeuropas, die für uns das Beste zweier Welten darstellt. Wir haben uns auf Antrieb wohlgefühlt“, erklärt Ivan Shishkin, der



◆ Die meisten Signature Cocktails im Delicatessen stammen vom legendären Stammhaus in Moskau und haben sich bereits viele Jahre lang bewährt

ursprünglich aus der Ukraine stammt. In der Schrankgasse am Spittelberg wurde man fündig, allerdings mussten die ehemaligen Lagerräume erst zu einem Lokal umgebaut werden – Lärmdämmung und Lüftung inklusive. Begonnen hat man 2018, bis zur finalen Fertigstellung vergingen sechs Jahre. „Das war eine komplizierte Zeit. Bis wir das passende Architekten-Team hatten, dauerte es, dann kam Corona, dann gab es Verzögerungen bei der Bewilligung“, umreißt Igor nur einige der Hürden. Vor ein paar Tagen konnte schließlich mit einem Soft Opening gestartet werden. Das Betreibersteam ist mittlerweile über ganz Europa verstreut, Chef-Barkeeper Slava Lankin arbeitet in Armenien, Ivans Familie lebt in Hannover, Sergej ist in Lissabon gelandet – das gemeinsame Projekt Delicatessen liegt in der Schrankgasse 10 am Spittelberg. Das Essen im ebenerdigen Lokal ist wunderbar, die Naturweine, die von Vinifero geliefert werden, sind immer spannend. In diesem Zusammenhang interessiert uns aber vor allem, was im Keller passiert. Mit Robert Sonko Kozoka wurde ein junger und gleichzeitiger sehr erfahrener Barkeeper geholt, der sich seine Spuren rund um

Wichtig ist die Vorbereitung. Dann läuft der Abend fast von selbst.

ROBERT KOZOKA

den Wörthersee verdient hat – was man hört – und ursprünglich aus dem Kongo stammt – was man sieht. Robert mixt hier einige der beliebtesten Signature-Drinks der original Delicatessen-Bar, die sich durch einen hohen Grad an selbst verfeinerten Zutaten auszeichnen. Der Sauerkirsch-Bourbon-Likör sei an erster Stelle genannt, auch der mit geräucherter Birne aromatisierte Rum, der dem El Presidente eine einzigartige Note verleiht, muss erwähnt werden. Noch selten hat in Wien eine Bar aufgesperrt, die einen derart reichen und tiefen Schatz an einzigartigen Geschmäckern geboten hat.

Während sich der Druckschluss für die aktuelle Ausgabe mit Riesenschritten nähert, erreichen uns Nachrichten von weiteren Bar-Eröffnungen. In der Naglergasse eröffnen die Q'ERO-Gründer Mehdi Heydayyati sowie Eric und

Ludwig Melzer mit dem Cinco eine anspruchsvolle Latino-Bar. Barchef wird Nick Diehl-Thiele. Das neue Luxushotel The Hoxton Vienna lockt mit gleich zwei spannenden Barkonzepten. Auf der Dachterrasse kann man im Cayo Coco kubanische Lebensfreude genießen, im Souterrain soll der Salon Paradise für Londoner „Underground Feeling“ sorgen. Die schmerzhafteste Lücke, die durch die Schließung der drei City-Bars von Roberto Pavlovic-Hariwijadi zu Jahresanfang entstanden ist, scheint sich zu schließen. ◆

was&wo

Delicatessen Vienna
Schrankgasse 10, 1070 Wien
www.delicatessen.wien

Miss Saigon – eatery & bar
Herrengasse 8, 1010 Wien
www.restaurant.miss-saigon.at

Josef Tiki Fusion Bar – eatery & bar
Sternegasse 3, 1010 Wien
www.josef-bar.at/tiki-fusion-bar

Saint George Cocktail Bar
Neustiftgasse 84, 1070 Wien

Soulmate I Cocktailbar Vienna
Siebensterngasse 60, 1070 Wien
www.soulmatebar.com



MORANDELL

FÜHRENDER WEINSPEZIALIST SEIT 1926

**AB SOFORT BEI UNS
ERHÄLTlich!**

RUM
Flor de Caña
EST. 1890



**REINER RUM-GESCHMACK
MIT NATÜRLICHER AROMENVIELFALT**

Mit Schirm, Charme
und Trüffelhonig.

PHILIPP M. ERNST – JOSEF TIKI FUSION

Ein reizvoller Tropensturm

Man kann Andrea Hörzer und Philipp M. Ernst getrost als „Serial Entrepreneurs“ bezeichnen. Seit das Power Couple aus Ischgl nach Wien gewechselt ist, sorgt es laufend für Innovationen. Mit der „Josef Beauty Bar“ wechselte man in eine ganz neue Branche, während die 2019 eröffnete „Highball Bar“ zum Tiki-Paradies mutierte. Auch wenn viele japanische Aromen in die Tiki Mugs unterhalb des „Josef“-Stammhauses kommen, pflegt man doch die Klassiker der eskapistischen Cocktail-Ära von Don the Beachcomber und Trader Vic. Der „Three Dots and a Dash“ etwa findet sich ebenso auf der Barkarte wie der „Hurricane Twister“. Der nicht gerade „unberüchtigte“ Drink, der viele schlechte Versionen im Premix erleiden musste, erlebt in der „Josef Tiki Fusion“-Bar bereits bei den Zutaten ein Upgrade. Den Maracuja-Geschmack gibt der Wiener Sirup „Aloha Fassionola“ von „Oldjudge“-Macher Markus Altrichter. Trüffelhonig sorgt für eine ungewöhnliche Süßquelle im Hurricane-Becher. „Wir lieben unseren ‚Hurricane Twister‘“, meint dazu Philipp M. Ernst, der dafür auch zwei Rums mischt wie zu den besten Tiki-Zeiten. Selbst wenn ganz modern eine Wiener Zutat das markant fruchtige Aroma gibt, darf eine Hommage an die 1980er aber nicht fehlen: das Schirmchen als Dekoration!

www.josef-bar.at/tiki-fusion-bar



Wir stellen gerne Dinge
auf den Kopf.

DANIEL LEVAI - MISS SAIGON

Umgedrehter Vietnam-Kaffee

Zitronengras, Pandan-Blätter oder Sriacha-Sauce gehören praktisch zum Fix-Bestand eines vietnamesischen Lokals. Das man in der Miss-Saigon-Bar ein bisschen mehr davon benötigt, liegt aber nicht nur an der Frequenzlage nahe der Hofburg. Denn die genannten Zutaten kommen allesamt auch in die Drinks des Neuzugangs im legendären Herrengassen-Hochhaus (Wohnsitz von Oskar Werner, Curd Jürgens und Christoph Waltz – um nur einige zu nennen)! Das starke Bar-Team um „Miss Saigon“-Mitgesellschafter Christian Wu und Daniel Levai hat gleich einige der Vietnam-Klassiker in flüssiger Form neu interpretiert. Der zweite Besitzer Stefan Tarn wiederum wacht über die Originale aus der Küche. Neben der „Pandan Queen“ (Whiskey mit Cornflakes-Infusion und Pandan-Blättern) ist der umgedrehte Vietnam-Kaffee für die sanfte Abteilung der „Ultra Coffee“ zuständig. Der Cocktail stellt die Kaffee-Spezialität der Robusta-Hochburg Vietnam, den auf Kondensmilch eingeschenkten „Cà phê sũ'a nóng“, auf den Kopf. Erst wenn man sich durch eine Espuma aus Kondensmilch gelöffelt hat, dringt man zum Kern vor, der nach Rum und Banane schmeckt. Gegen diesen Exoten wirkt der im ersten Bezirk allgegenwärtige „Espresso Martini“ plötzlich irgendwie altbacken! www.miss-saigon.at

Griechisch trinken bei George

34 Jahre dauerte es, bis sich George Mouka seinen Lebenstraum erfüllt hat. „Ich wollte immer meine eigene Bar“, so der griechischstämmige Mixologe. Am Ende ging es schnell – in Rekordzeit wurde mit dem Papa und Freundin Chrysa die ehemalige „Parfümerie“-Bar im siebenten Bezirk umgemodelt. Statt Coolness und Toiletten-Graffiti regiert im „Saint George“ nun ein Wohnzimmer-Stil, in dem „Georgii“ seine Wurzeln in die Signature-Cocktails einfließen lässt. Mit dem über Jahre in Graz (Hotel Weitzer) und Wien („Josef“) erprobten Handwerk verblüfft der Neo-Gastronom, der seine Mix-Handgriffe regelmäßig trainiert wie andere Klimmzüge, Cocktail-Laien. Geduldig erklärt er, was Mastiha – der Schnaps mit dem nur in Chios geernteten Mastix-Harz – ist. Denn der „Greek Salad“ hat sich schnell zum Lieblingsdrink gemausert. Gurken und Tomaten, ein Kräuter-Blend, in dem natürlich Oregano mitspielt, und Oliven ergeben aber nur den geschmacklichen Hintergrund für einen Rum-Drink, der gefährlich „flutscht“. Die Garnitur der Coupette ist übrigens „Zero Waste“ pur: Die Rote-Rüben-Reste des „Beetroot Gimlet“ sorgen zum Pulver gemahlen für eine passende Gemüse-Deko des süffigen „Salats“. Und passen perfekt zum „grünen“ Bezirk Neubau!



Ich mag Salat mit
außergewöhnlichem
Dressing.



Auch Einfaches kann
sehr komplex sein.

DOMINIK OSWALD – SOULMATE

Ein Glas Butter aus Finnland

Man kann wohl vom spektakulärsten Tresen-Wechsel des noch jungen Jahres reden. Dominik „Oberst“ Oswald verließ nach acht Jahren die „Hammond Bar“ und mixt nun erstmals in seiner Karriere außerhalb des zweiten Bezirks. „Schon eine Umstellung“, gibt der hochdekorierte Wettbewerbsgewinner (u. a. „World Class“-Sieger Österreich 2022) unumwunden zu. Seine elaborierten Drinks adeln nun die Soulmate-Bar in der Siebensterngasse. Der ehemalige „Bali Brunch“-Standort direkt an der 46er-Haltestelle wurde von Ismet „Izi“ Parmaksiz und Yüksel Türkmén zum spannenden Bar- und Casual-Dining-Spot (mit wechselnden Gastköchen) umgemodelt. Mit seinen auch als Duo oder Trio – drei satisfaktionsfähige Martinis warten! – gereichten Cocktails arbeitet der Aromen-Zauberer nun der Generation „Insta“ zu: Smoke Gun und essbarer Schaum erweitern das Arsenal des „Obersts“. Überraschend ist aber der unspektakulärste Drink der Signature-Karte: Mit ungelagertem Getreide-Brand der finnischen Whisky-Brennerei Kyrö mixt der 30-Jährige den Geschmack von Butter nach. Kresse spielt da ebenso eine Rolle wie Chartreuse und Feigenblätter. „Butter“ liefert eine kühle, milchig-süße Mischung, die man trotz ihrer Komplexität sofort wie einen Shot austrinken mag. www.soulmatebar.com

Bar News



American Latin Bar

Cocktailkunst nach den fünf Elementen, verspricht Barchef Nick Diehl-Thiele in der neu eröffneten Bar in der Wiener Naglergasse 5. Kunst von Ivan Katalinic gibt den Rahmen zum Trinkgenuss. ◆

www.cinco-bar.at

Jamaica im Glas

Salud Spirits Austria hat mit Glen Scotia 231 Flaschen den erste Campbeltown Single Cask '24 abgefüllt. Jamaika in der Flasche und am Gaumen bei einer Faszstärke von 56,1%. ◆

www.saludspirits.at

Applaus, Applaus

Mehr als 300 Ideen wurden für „save the night“ eingereicht. Mit dem Nachtclub fabric aus London hatte Jägermeister dazu für den Erhalt des Nachtlebens aufgerufen. Nun stehen die Sieger Projekte fest und 100.000 Euro sind vergeben. ◆

www.jagermeister.com



Aperitivo Frühlingsfest

Der Liquid Market lädt am 16. und 17. April zum zweiten Aperitivo Spring in den Volksgarten, täglich von 16:00 bis 22:00 Uhr.

Ob als smarte Afterwork-Gelegenheit zum Kennenlernen oder professionelle Verkostung der Aperitivos, es bietet auf alle Fälle viel Trinkspaß und auch Trinkgenuss ohne Alkohol. Mit an Bord Kuba und Sigrid vom „Hammond Lab“ im 2. Bezirk mit einem Crashkurs zum Nachmixen für zuhause im eigenen Betrieb. Radio Superfly bringt das DeeJay-Collective für den feinen Musik-Mix und die hauseigene „Pizza Senza Danza“ das original neapolitanische Rundgebäck. ◆



Underground trifft auf Rooftop

Hoch oben auf dem Dach des neuen The Hoxton Vienna thront eine neue Rooftop-Bar mit dem „Cayo Coco“-Konzept. Havana in den 1950er-Jahren im Glas und auf den Tellern und sich zwischen bepflanztem Pooldeck und offenem Barbecue einen Lenz in der Sonne machen. Anders dagegen die Inszenierung der neuen Underground-Cocktailbar im Souterrain des „Hox“ – des Salon Paradise. Sie bringt mehr das Speakeasy-Erlebnis für die Freigeister und Experimentierfreudigen der Stadt mit. Der Poet's Deam No. 2 ist als Symbiose aus Gin, Melone und Fino-Sherry ein stimmungsvoller Drink, der sich perfekt für die nächtliche Kontemplation eignet. ◆



Whiskywohnzimmer

Die Destillerie Haider beweist einmal mehr Weitblick. „Tourismus muss neu gedacht werden“, so Chefin Jasmin Haider, die über ein leichtes Plus bei den Besucherzahlen im letzten Jahr berichtet. Um den Ausflugsgast vermehrt über die Individualität und besondere Angebote zu erreichen, wurden für die Whiskyerlebniswelt mit Partnerbetrieben aus der Region nicht nur neue Angebote für Reisegruppen entwickelt, sondern auch neue Verkostungskonzepte im 1.000 Eimer Whiskylager, das zum „Whiskywohnzimmer“ umgebaut wurde. Stellplätze für Wohnmobile und eine PV Anlage, um den internen Energieverbrauch abzudecken, wurden bereits im letzten Jahr erfolgreich umgesetzt. ◆



BUDWEISER
Budvar



**UNSER SIGNATURE DRINK:
UNVERÄNDERT SEIT 1895.**



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



www.budweiser.at

Feinster Rum aus Nicaragua

Wörtlich übersetzt bedeutet „Flor de Caña“ Zuckerrohrblüte. Das Besondere an den Rums von Flor de Caña ist, dass sich in einer Flasche nur Rum aus jeweils einem Jahrgang befindet. Und der grüne Fußabdruck. ♦

TEXT: REDAKTION // FOTOS: FLOR DE CAÑA



♦ Vorhang auf für puren Genuss: Flor de Caña darf als einzige Rum-Marke der Welt die Bezeichnung „slow aged“ tragen. Ein Zertifikat, das von der US-Regierungsbehörde ausgestellt wird und bescheinigt, dass das Herstellungsverfahren des Rums Flor de Caña einen natürlichen, nicht beschleunigten Reifeprozess im Eichenholzfass garantiert.

Alfredo Francisco Pellas Canessa fand 1890 am Fuße des Vulkans San Cristóbal in Nicaragua den perfekten Standort für die Destillerie Flor de Caña. Genau wie dieser poetische Name der Destillerie sind auch die Rums eine wahre Ode an das Zuckerrohr. 1875 wanderte der ambitionierte Mann von Europa nach Nicaragua aus und etablierte sich schnell und erfolgreich im Transportgeschäft. Er betrieb ein Dampfschiff, um Passagiere vom Südosten der USA an die Westküste zu bringen. Mit Fortschreiten des Panamakanals und der Eisenbahn innerhalb der USA war ihm schnell klar, dass er sich einer neuen Leidenschaft widmen sollte. Der Rest ist Geschichte.

Die Rums waren lange Zeit nur in Nicaragua selbst bekannt. Erst im Laufe der 1950er-Jahre wurde Flor de Caña auch in andere Länder exportiert, überwiegend nach Süd- und Mittelamerika. Dort fand der Rum schnell Anklang, sodass man die Brennerei in Nicaragua bald erneuern und modernisieren musste, um der steigenden Nachfrage Herr zu werden. Es dauerte jedoch weitere gut 50 Jahre, bis Flor de Caña auch international Berühmtheit erlangte und seither alles an Preisen abräumt, was die Spirituosen-Competitions der



◆ **Harmonisch und ausgewogen:** Die Rumsorten werden auf natürliche Weise bis zu 30 Jahre lang in Bourbonfässern gereift, ohne Zucker, künstliche Zutaten oder Zusatzstoffe jeglicher Art.



Welt so hergeben. Das Besondere ist, dass sich in einer Flasche nur Rum aus jeweils einem Jahrgang befindet. Die Rums werden generell nicht, wie sonst üblich, verschnitten. Sie werden im Drei-Säulen-Brennverfahren hergestellt, wodurch die Rums wesentlich leichter sind als jene im ursprünglich angewandten Pot-Still-Verfahren.

Klima, Mineralien und Vulkanerde

Die Stadt Chichigalpa und das Umland rund um den Vulkan waren die Indikatoren für den Bau der Brennerei. Zu jener Zeit wurde dort sehr viel Zuckerrohr angebaut und verarbeitet. Die Erde ist so nährstoffreich, dass das Wasser mit zahlreichen Mineralien angereichert wird. Durch die warm-feuchten klimatischen Bedingungen reagieren der Rum und das Fass, in dem er lagert, besonders gut miteinander. Heute wird die Flor-de-Caña-Destillerie in fünfter Generation der Familie geführt. Applaus, bitte! Und die Rums von Flor de Caña sind bis heute Single-Estate-Rums, soll heißen: Jeder Tropfen Rum in einer Flasche Flor de Caña wird hier in der Destillerie gebrannt. Kein Blending, kein Mischen von verschiedenen Jahrgängen. Also fast schon Single-Barrel-Abfüllungen, aber nur fast. Auf dem weitläufigen Firmengelände der Brennerei lagern zwischen 15.000 und 30.000 Fässer.



Einfach mal die Welt erobert und so viel Grün

Seitdem es die teilweise 25 Jahre gereiften Destillate ins internationale Blickfeld geschafft haben, räumen sie regelmäßig ab. Und nicht nur eine der Abfüllungen. Nein, alle haben schon ihre Medaillen im Schrank hängen. 2017 wurde Flor de Caña das erste Mal zum besten Rumproduzenten der Welt ausgezeichnet. Sehr viele weitere Auszeichnungen für besten Geschmack und der Green Award folgten.

Flor de Caña ist klimaneutral und Fair-Trade-zertifiziert, wird mit 100 % erneuerbarer Energie destilliert und reift auf natürliche Weise am Fuße eines aktiven Vulkans ohne Zucker oder künstliche Zutaten. Die Marke ist als weltweit führend in Sachen Nachhaltigkeit anerkannt und erhielt Auszeichnungen wie „Grüne Brennerei des Jahres“ (Karibik), „Ethical Award“

Für eine grünere Zukunft

Zu den umweltfreundlichen Praktiken der Marke und Destillerie gehören das Auffangen und Recyceln aller CO₂-Emissionen während des Gärungsprozesses, die Destillation des Rums mit 100 % erneuerbarer Energie und das Pflanzen von einer Million Bäumen seit 2005. Über 180 Gemeinden werden mit Entwicklungen in den Bereichen Bildung, Sport, Infrastruktur und Kultur gefördert. Kostenloser Unterricht und Gesundheitsvorsorge für die Familien der Mitarbeiter stehen ebenso am „Grünen Zettel“ wie eine globale Kampagne zur Wiederaufforstung in Partnerschaft mit One Tree Planted (1 Dollar = 1 Baum). Die „Sustainable Cocktail Challenge“ ist darüber hinaus eine globale Initiative, die nachhaltige Mixologie in umweltbewussten Lokalen fördert und auszeichnet, um gemeinsam eine grünere Zukunft zu gestalten.

(Großbritannien) und „Green Award“ (Hongkong). Mehr geht einfach nicht, um seinen Gästen echten Genuss zu bieten.

Als Bindeglied für die Gastronomie und Hotellerie fungiert das Team vom Handelshaus Morandell, wo ja auch mehr als „business as usual“ gelebt wird und die Marke Flor de Caña bestens aufgehoben ist. ◆

www.flordecana.com



Genüsse



Brotzeit

Ein Rezeptbuch zu einzigartigen Brotsorten und dazu passenden Aufstrichen. Mit Rudi und Karl Obauer, Andreas Döllner, Walter Grüll und Christina Bauer. ◆

www.beneventopublishing.com

So isst der Frühling

Die neue Speisekarte des Restaurants von Norbert Niederkofler begrüßt die beginnende Jahreszeit mit einer Auswahl an beispielgebenden Gerichten aus lokalen Zutaten: eine Explosion aus Farben und Aromen, welche die lebendige Essenz des Frühlings erfasst und gekonnt widerspiegelt. ◆



Einfach Felix '24

Das Wirtshausfestival in der Region Traunsee-Almtal verspricht von 5. April bis 5. Mai wieder spannende Gastköche und kulinarische Überraschungen inklusive einer lustigen Strudel-Schiffahrt. ◆

www.wirtshausfestival.at

Gewürzwissen

Von nicht raffiniertem Meersalz über zartrosa Ursalz bis hin zu Salzpyramiden. Salz kann sehr unterschiedlich sein. Mit Wiberg füllen wir ihr Wissen im Gewürzregal auf. ◆

www.lustundleben.at



Pétillant Naturel Why Taille?

In Weiß und Rosé glänzt die erfolgreiche Schaumweinlinie vom Weingut Zuschmann-Schöfmann. Feine Fruchtaromatik sowie Eleganz vereinen sich zum prickelnden Trinkvergnügen. Ein ideales Einstiegsprodukt für Nichtweinkenner und ein junges Publikum. ◆

Bio Hopfen Gin & Whisky No. 12

Beim World Spirits Award hat das Stiegl-Gut Wildshut wieder groß abgeräumt. Der mehrfach „vergoldete“ London Dry Gin mit 46% vol., begeistert mit seiner typische Hopfenfrische, seinen elf weiteren Botanicals und dem Aroma von Wacholder, Hopfen, Zitrone und Latschenkiefer. 100 Prozent Bio-Urgerstensorten aus Wildshut, 2-fach gebrannt und über fünf Jahre Reifung in getoasteten Eichenfässern zeichnen den eigenständigen Singe Malt Whisky aus. ◆

Wildshut Bio Whisky No 12 mit Silber prämiert, der Wildshut Bio Hopfen Gin bekam Doppelgold sowie zusätzlich die Auszeichnung als „Spirit of the Year“.



Ganz easy fleischlos

Sie wollen mehr fleischlose Vielfalt in Ihre Speisekarte bringen, Ihren Aufwand in der Küche allerdings gering halten und nebenbei noch Ihren CO₂-Fußabdruck verkleinern? Dann sind die „BierSnack“-Produkte aus Treber von easyVegan ideal. Sie lassen sich mit den Klassikern auf der Karte kombinieren und sind unkompliziert und schnell zuzubereiten. ●



● Gemeinsam mit dem Salzburger Start-up „easyVEGAN“ hat Stiegl eine weltweit einzigartige Produktinnovation als Alternative zum Fleischkonsum auf den Markt gebracht. Im Bild (v. l.): Stiegl-Chefbraumeister Christian Pöpperl, Cassandra Winter (GF easyVEGAN), Stiegl-Bräuin Mag. Alessandra Kiener und Martin Jager (GF easyVEGAN).

Immer mehr Menschen wollen Alternativen zum Fleisch. Die Herausforderung dabei: Diese müssen schmecken. Für die Gastronomie kommen noch weitere Punkte dazu, nämlich eine kurze und unkomplizierte Zubereitung, ein attraktiver Preis und wenn möglich noch ein geringer CO₂-Fußabdruck.

Gemeinsame Sache

Treber ist der hochwertige Reststoff, der beim Bierbrauen aus dem Gerstenbraumalz entsteht und reich an Proteinen, Ballaststoffen und Mineralien ist. In Österreichs führender Privatbrauerei – der Stieglbrauerei zu Salzburg – beschäftigt man sich schon seit vielen Jahren mit dem Thema Kreislaufwirtschaft und versucht, Rest- und Rohstoffe – wie etwa den Treber – so lange wie möglich im Kreislauf zu halten und wieder bzw. weiter zu verarbeiten. So

hat man gemeinsam mit dem Salzburger Start-up easyVEGAN Burger-Pattys und Bällchen aus Treber entwickelt. Mittlerweile setzen zahlreiche Gastronomen auf die fleischlose Weltneuheit. „Die BierSnacks sind für uns perfekt, denn sie sind portionierbar und mit unseren Standardgerichten – sei es der herzhafte Kutscher-Burger oder der Salat mit Hendlstreifen – austauschbar bzw. kombinierbar“, so Stiegl-Brauwelt-Wirtin Daniela Hofer.

Tiefgekühlt & portionierbar

Die pflanzenbasierten „BierSnack“-Burger und -Bällchen sind tiefgekühlt. So bleiben die wertvollen Nährstoffe und Vitamine erhalten; außerdem sind sie so ganz einfach nach Bedarf portionierbar. Erhältlich sind die schmackhaften „BierSnacks“ u. a. bei Metro oder bei www.biersnack.at. ●



● Die pflanzenbasierten „BierSnack“-Patty und -Bällchen aus Treber schmecken ausgezeichnet zum Bier.

Schnitzel haben wir nicht

Tanja und Tobias Schöpf sind angekommen. Zu zweit führen sie die Wirtschaft Traube in Klösterle am Fuß des Arlbergs. Ein kleine, feine Karte mit fünf Gerichten, ein paar echt lässige Weine und eine alkoholfreie Begleitung, die ihresgleichen sucht. ●

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING





Wir treffen Tobias Schöpf, den Wirt und Koch, an einem frühen Nachmittag im Jänner. Wir sitzen gemeinsam im Gasträum der Wirtschaft Traube. Durch seine Höhe, die Balustrade mit den Gläsern und den Rädern von alten Heuwägen und dem vielen Holz wirkt der Raum größer, als er ist. 26 Sitzplätze sind es, die hier täglich außer dienstags auf Gäste warten. Am Sonntag ist Bratentag. Da ist auch zu Mittag geöffnet. Tobias Schöpf wirkt zufrieden und gelassen. Zufrieden, weil die Wirtschaft Traube von den Gästen ausgesprochen gut angenommen wird. Zum Zeitpunkt unseres Gesprächs war das Wirtshaus gerade einmal fünf Wochen geöffnet. Und trotzdem kristallisieren sich bereits die ersten Stammgäste heraus. Sogar Leute, die bereits drei- oder viermal nach Klösterle kamen. Gelassen wirkt er, weil der Gasträum auch an diesem Abend gut besucht sein wird.

„Nichts Weltbewegendes“ – und doch

Einer der Gründe, warum die Wirtschaft Traube bei den Gästen so gut ankommt, ist – neben dem hohen Wohlfühlfaktor in der Stube – die Klarheit des Konzepts. „Viele Gäste kommen zu uns und sind von den Zutaten, den Produkten, die wir verwenden, überrascht. Sie fragen nach, es kommt zum

Nach vier Wochen haben wir schon die ersten Wiederholungstäter. Den Einheimischen gefällt, was wir tun.

TANJA SCHÖPF, GASTGEBERIN

Gespräch, zum Austausch am Tisch. Letzten Endes ist das, was wir hier machen, nichts Weltbewegendes. Nichts Neues. Wir versuchen, Dinge, die rund um uns leben und wachsen, auf den Teller zu bringen. Das ist nichts Exotisches. Exotisch wird es nur dadurch, dass die meisten Leute das nicht mehr kennen“, erzählt Tobias Schöpf. Wobei man natürlich schon zugeben muss, dass er bei der Aufgabe, die Sachen, die „um ihn herum wachsen und leben“ auf den Teller zu bringen, aus dem Vollen schöpfen kann. Damit sind einerseits die Ressourcen „um ihn herum“ gemeint, aber auch – und vor allem – seine Erfahrung. Tobias Schöpf war

Schüler von Thorsten Probst, jenem Ausnahmekoch, der schon früh die Natur als Architektin seiner Küche sah. Im Fuxbau gelang es Schöpf, in seiner Arbeit die Probst-DNA zu bewahren, dabei aber seinen ganz eigenen Stil zu entwickeln. Gemeinsam mit Markus Gitterle arbeitete Tobias Schöpf im Fuxbau in Stuben an seiner ganz eigenen Handschrift. Immer stärker und immer intensiver beschäftigt sich der Tüftler mit den Rohstoffen seiner Region: „Ich bin immer wieder selbst überrascht, wie einfach man Gäste überraschen kann mit Dingen am Teller, an denen sie fast täglich vorbeigehen, ohne zu wissen, dass man sie essen kann.“ Er spricht da von – scheinbar – exotischen Früchten, wie etwa der Mehlbeere. Die wächst hier in rauen Mengen, wird aber nicht wirklich beachtet. Oder auch von Blut- oder Meisterwurz oder der Wiesen-Bärenklau. Pflanzen, die es aus unterschiedlichen Gründen nicht ins Standardrepertoire der heimischen Küche geschafft haben. Tobias Schöpf hat sich ihrer angenom-



● **Eingelegt und angerichtet. Beides mit Bedacht und Sinn für Ästhetik. Das gilt auch fürs Wirtshausschild.**



men und baut sie in seine Gerichte und Menüs ein. Aus Meister- oder Blutwurz macht er keinen Schnaps, sondern fermentiert ihn zu Kombucha und macht in weiterer Folge Saucen daraus. Ein Tüftler, wie gesagt.

Neustart in historischen Mauern

Nach einem Intermezzo von etwa einem Jahr in Joschi Walchs gastronomischem Thinktank in der Roten Wand war es dann so weit. Der nächste Schritt. Das eigene Wirtshaus mit Tanja, der Frau an seiner Seite.

Das Haus, in dem die Wirtschaft Traube ist, hatten die beiden schon länger ins Auge gefasst. Ein solides Gebäude an der Hauptstraße in Richtung Langen, das schon eine Zeit leer steht. Immer wieder sind sie daran vorbeigefahren, haben bemerkt, dass im Haus nie Licht brennt. Und sie wussten, dass

Vegetarische Alternativen werden immer wichtiger. Unsere Küche kann da einiges an Wünschen erfüllen.

TOBIAS SCHÖPF, KOCH

es früher schon einmal ein Wirtshaus war. Das ist allerdings mehr als ein Vierteljahrhundert her. Jedenfalls war das Interesse der beiden so groß, dass sie sich erkundigten, wem das Haus gehört. Bereits beim ersten Besuch wurde ihnen klar, dass es genau das ist, wonach sie suchten. Sie suchten auch nicht weiter. Die Wirtschaft Traube musste es sein. Oder gar nicht.

Tanja Schöpf schupft den Service. Und zwar auf eine derart herzliche und empathische Art, dass es eine Freude

ist. Es ist keine üppige Weinkarte, wie in manchen Restaurants am Arlberg üblich. Dafür aber hochspannende Winzer. Ausgefallene Weine, ohne dabei zu sehr in die Avantgarde abzudriften. Und die Getränkebegleitung ohne Alkohol, für die Tobias in der Produktion und Tanja im Pairing verantwortlich ist, ist outstanding. Da wird mit Amasake genauso experimentiert wie mit Blutwurzeistee oder Kwas. Das ist jenes slawische Ferment, das aus der Gärung von altbackenem Brot hergestellt wird. Malzig und frisch. Und nachdem Tobias Schöpf es kategorisch ablehnt, Gebackenes auf seine Karte zu schreiben, muss irgendwas mit dem alten Brot passieren. Kwas zum Beispiel.

Die Entscheidung, kein Schnitzel und kein Backhendl anzubieten, ist übrigens nichts Dogmatisches. Tobias Schöpf ist lediglich – und zu Recht – der Meinung, dass es das immer und überall, spricht



Bienenwachs-Panna-Cotta mit Physalis und rotem Holunder, großartige Weine, rustikales Flair.

in jedem Wirtshaus des Landes gibt. Er bietet seinen Gästen lieber Steinbock an. Durch seinen familiär bedingten guten Zugang zur Jägerschaft, stehen ihm immer wieder großartige Stücke zur Verfügung. Sein „Zweierlei vom Steinbock“ kommt als perfekt gebratenes Filet. Dazu wird aber auch etwas Steinbockragù serviert. Mit den oben schon genannten Mehlbeerknödeln. Es ist aber immer nur ein Gang von den fünf, der Fleisch enthält. Ein weiterer ist Fisch, zwei sind vegetarisch und ein

Dessert. Einen Trend zu vegetarischen Gerichten bemerkt Schöpf sehr wohl. Die Nachfrage danach ist groß, und seine Küche ist so organisiert, dass er in seinen Menüs auch vegetarische Alternativen anbieten kann, die weit über die Idee „einfach mehr Beilagen“ hinausgehen.

Es ist ein absoluter Wohlfühlort, die Wirtschaft Traube. Eine außergewöhnliche Küche, spannende Getränke, herzlicher Service. Im Sommer, sobald die

Temperaturen es zulassen, kommen die Stühle und Tische raus in den Garten. Momente, auf die wir uns jetzt schon freuen. ●

wer&wo

**Wirtschaft Traube
Tanja & Tobias Schöpf
Klösterle 45
6745 Klösterle am Arlberg
+43 (0)676 553 72 73
info@wirtschaft-traube.at**



*Genuss
nehmen wir
persönlich.*

„... hört ihr nicht den Jäger blasen?“

Die Hasen werden immer weniger. Im Feld ebenso wie am Teller. Stefan Bauer, Wagramer Winzer und Jäger, hat sich zum Ziel gesetzt, den kulinarischen Ruf des Hasen zu retten. Dafür hat er sich Josef Floh ins Boot geholt. Gemeinsam haben sie zum Auftakt geblasen. Stefan Bauer sorgte für Jagderlebnis und Streckenlegung, Josef Floh für ein außergewöhnliches Menü von Hasenzunge bis Hasenleber. ●

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING





● „Hase tot“ ist ein kurzes, klares und sehr harmonisches Jagdhornsignal. Meister Lampe hört es leider nicht mehr.

Es ist ein Widerspruch, wie er größer nicht sein kann. Auf der einen Seite haben wir Gerichte, die zu den absoluten Klassikern der gehobenen Küche Frankreichs zählen. Lièvre à la royal zum Beispiel. Ein Feldhasengericht, das auf Ludwig XIV., den Sonnenkönig, zurückgeht. Dem zahnmaladen Herrscher verlangte nach Hasen. Aber eben so, dass seine Zähne das auch schaffen würden. Sein Leibkoch wusste sich zu helfen und garte den Wildhasen so lange, bis das Fleisch aufgab und mehr oder weniger von selbst zerfiel. Ludwig war zufrieden, die großen Köche der Haute Cuisine waren es nicht und entwickelten das Rezept weiter zum Meisterstück. Rezeptiert wurde Lièvre à la royal zuerst von Auguste Escoffier in seinem Guide Culinaire. Das war Anfang des 20. Jahrhunderts. Später haben sich Herdlegenden wie Joël Robuchon oder Pierre Gagnaire des Rezepts angenommen. Wann immer man das Gericht auf einer Karte entdeckt:

● **Winzer, Jäger, (Stefan) Bauer am Rand seiner Weingärten nahe der Wagramkante.**

Bis zu 300 Hasen haben wir früher bei der Niederwildjagd erlegt. Jetzt sind es vielleicht 30.

**LEO SCHACHINGER, ALTER HASE
UNTER DEN WINZERN UND JÄGERN**

zuschlagen. Lièvre à la royale ist kaum noch in Restaurants zu finden. Im Münchner Tantris DNA bekommt man es etwa noch. Auch im JAN, ebenfalls in München, bei Jan Hartwig. Oder in der Domaine de Châteaueux in Satigny in der Nähe von Genf, wo man die Zubereitung zum Ritual erhoben hat. „Der Arbeitsaufwand ist unfassbar hoch. Zuerst wird der Hase zwölf Stunden lang in Rotwein, Gemüse und Gewürzen mariniert, dann köchelt er wieder zwölf Stunden langsam und bei niedrigen Temperaturen vor sich hin“, sagt Damien Coche, Küchenchef in der Domaine de Châteaueux. Das Ergebnis ist – zu Recht – legendär. Butterweicher Rücken, zarte Schenkel und eine Farce, in der auch Lunge, Herz und Hirn verarbeitet werden. Wild und elegant glei-

chermaßen, die Sauce gebunden mit dem Blut des Hasen. Königlich.

Das ist die eine Seite. Die andere ist, dass der Feldhase an sich droht, von der Bildfläche zu verschwinden. Genau wie für Rebhuhn und Fasan wird es für den Feldhasen eng. Das ist durchaus im Wortsinn gemeint. Das Niederwild, so könnte man die drei kurz zusammenfassen, braucht Deckung, Brachflächen und reichlich Futter. Kaum etwas davon bietet die akkurat strukturierte Landwirtschaft. Und so hat das „Raubzeug“, wie Jägerinnen und Jäger Greifvögel, Fuchs und Marder nennen, leichtes Spiel. Außerdem fallen rund um Josephi, also Mitte März, viele Jungtiere der Frühmahd zum Opfer. Oder später den Vollerntern und Mähdreschern. Diese Maschinen sind so groß, dass es junge Hasen oft nicht rechtzeitig schaffen, aus den Sassen, den Lagern, zu flüchten.

Wildhändler erzählen, dass ein Großteil der in der Niederwildsaison geschossenen Feldhasen exportiert wird. Das meiste in die Niederlande, ein Teil nach Frankreich. In den eigenen



◆ Eigentlich sollte die Schützenlinie genau das sein. Eine Linie. Kurz nach Entstehung des Fotos rief der Jagdleiter zur Ordnung.

Töpfen und Schüsseln der Jäger landet kaum ein Hase, in der heimischen Gastronomie noch weniger. Ein Teil des Fleisches wird sogar für die Herstellung von Hunde- und Katzenfutter verwendet.

Die Jagd an der Kante

Stefan Bauer, Jäger und Winzer in Königsbrunn am Wagram, will dem ein Ende setzen. Für ihn ist Feldhase ein Geschmack der Jugend oder Kindheit. Er jagt, seit er 16 ist. Und immer schon Hasen in den eigenen Weingärten. Das hatte – auch – kulinarische Gründe. Aber eben nicht nur. In den Reben finden die Hasen genau jenen Schutz, den sie in anderen Feldern und Äckern nicht haben. Für Fritz Bauer, Stefans Vater, sind die begrünten Rebzeilen das Paradies schlechthin für die Hasen. Es liegt also nahe, sie statt Feld- einfach Weingartenhasen zu nennen.

Die Jagd beginnt mit der Begrüßung der Jägerschaft. Hornbläser sind da und geben das Signal zum Auftakt der Jagd. Die Königsbrunner Jäger, etwa 20

Wildhasen zu verarbeiten ist einfacher, als viele denken. Und vor allem zahlt sich die Arbeit aus.

*STEFAN BAUER, KOPF DER
HASEN-INITIATIVE*



bis 25 Männer mit signalfarbenen Hutkrempe, olivgrünen Jacken und „gebrochenen“ Flinten, großteils ebenfalls Winzer, machen sich auf den Weg in Richtung Wagramkante. Eine Niederwildjagd läuft in der Regel so ab, dass eine Reihe von Schützinnen eine Reihe bilden, das Wild „hochmachen“, sprich aufscheuchen, und das flüchtende Wild mit der Schrot erlegen. Im Gegensatz zum Kugelschuss, der von Büchsen abgegeben wird, tritt bei einem Treffer mit Schrotkugeln der Tod der Beute nicht durch die Zerstörung lebenswichtiger Organe ein. Vielmehr lösen mehrere kleine Kugeln, die gleichzeitig in den Körper des Hasen eindringen, ein

schnelles, multiples Nervenversagen aus, das zum Tod führt. Was klarerweise bleibt, sind kleine Kugeln im Hasenfleisch. Je besser der Schuss sitzt, desto weniger. Erfahrene Jägerinnen und Jäger geben etwa dem flüchtenden Hasen ein paar Meter Fluchtweg und geben den Schuss nicht auf unmittelbar vorbeilaufende Tiere ab. Das ist zwar etwas schwieriger, hat aber zur Folge, dass eine kleinerer Teil der Schrotgarbe den Hasenkörper trifft. Außerdem ist es immer besser zu versuchen, einen querlaufenden Hasen zu treffen, als einem in gerader Linie hinterherzuschießen. In diesem Fall konzentriert sich der Treffer im hinteren Bereich des



Abbalgen, sprich das Fell abziehen, kann jeder Jäger. Das Blut aufzufangen, um es für die Saucenbindung zu nutzen, war auch für so manchen Weidmann Neuland.



Hasenkörpers, zerstört eventuell das Bein, und es kann sein, dass ein Hase nur „weidwund“ geschossen wird und weiterflüchten kann. Was wiederum zu einer sogenannten „Nachsuche“ führen kann, die notwendig ist, um verletzte Hasen von ihrem Leid zu erlösen.

Die Weingartenjagd in Königsbrunn ist von der gemütlichen Art. Sie beginnt am späten Vormittag, drei oder vier „Triebe“, wie die Jägerinnen und Jäger die Durchgänge nennen. Am Ende der Jagd, am späten Nachmittag, wird direkt an der Wagramkante die Strecke gelegt. Acht Weingartenhasen, ein paar Rebhühner, ein paar Fasane. Groß ist die Ausbeute nicht. „Früher haben wir in einer Saison bis zu 300 Hasen erlegt. Davon sind wir heute weit entfernt“, erzählt Stefan Bauer, während er die erlegten Stücke auf die Ladefläche des Geländewagens legt. Die Hasen werden jetzt noch aufgebrochen und aus der Decke geschlagen. Das Blut wird – wie bei einer Hausschlachtung eines Schweins – aufgefangen, weil es später zur Bindung der „roten Sauce“ verwendet wird.

Der Floh im Hasenfell

Als Partner, um dem Hasen wieder mehr kulinarische Aufmerksamkeit zu schenken, hat sich Stefan Bauer niemand Geringeren als den Langenlebarner Paradowirt Josef Floh ins Boot geholt. Bei ein oder zwei Trieben war er mit dabei, war Teil der Jagdgesellschaft. Allerdings ohne Flinte. Vielmehr mit ordentlichem Jutesack bewaffnet, um sich an den Rändern der Äcker, Felder und Weingärten die Gräser und Kräuter zu holen, mit denen er später seine Gerichte verfeinern wird. Floh hat ein zehngängiges Menü vorbereitet. Weingartenhase „nose to tail“. Denn das geht auch beim Hasen. Das Menü nannte er kurzerhand „Weingarten-Hasenjagd“ und servierte Gerichte, die es in sich hatten. Den Start machte ein – noch – recht braver marinierter Rücken mit Kaki und Barbarakraut. Wie gesagt, ein guter, aber wenig wilder Gang, mit dem Floh wohl jede und jeden abholt, die oder der eine gewisse Wildskepsis an den Tag legt. Beim nächsten Gang wird es eine Spur bodenständiger. Eine geschmorte Schulter-Terrine. Da sämtliche folgende Teile vom Hasen sind, spa-



© JÜRGEN SKARWAN

Wild, vor allem der Hase, kommt viel zu selten in den Topf oder in die Pfanne. Das sollten wir ändern.

JOSEF FLOH, HAUBENKOCH
UND QUERDENKER



Hase Nose to Tail. Nicht alltäglich, aber unglaublich köstlich.



ren wir uns künftig, über Hasenschulter oder Hasenrücken zu sprechen. Beim dritten Gang wird es wirklich wild. Gekochte Zungen mit Semmelkren und Spitzwegerich. Jetzt ist die Zunge eines Feldhasen nicht überwältigend groß. Oder anders gesagt, damit die gekochte Zunge im Menü zum Gericht werden konnte, mussten 24 Hasenköpfe zerlegt und die Zungen herausgeschnitten werden. Die Jungjäger, die mit dieser Aufgabe betraut wurden, fanden das nur teilweise amüsant. Immerhin ist es Knochenarbeit. Zumindest im übertragenen Sinn. Die Arbeit hat sich ausgezahlt. Die Hasenzungen waren eines der herausragenden Gerichte in Flohs Langohrenmenü. Danach kamen noch Leber mit Ingwer und Physalis, ein Beuschel mit Yuzu und Serviettenknödel, die Schale vom Grill, gebratene Nieren mit Schoko-Zwetschke, Chili und Fei-

Das beste Beuschel auf der Welt.

PETER ZINTER, ANWESENDER KOCH UND BEKENNENDER „JÄGETARIER“

ge sowie als krönender Abschluss eine mit Hasenleber gefüllte Buchtel mit Hagebutte. Begleitet wurde das außergewöhnliche Menü mit Weinen aus dem Hause Bauer. Großteils Roter und Grüner Veltliner, teilweise weit zurückreichend.

Dass Hase auch nose-to-tail verarbeitet werden kann, mag in unserem Kulturkreis eher neu sein. In der Küche Sichuans ist es das freilich nicht. Hier zählt gebratener Hasenkopf zu den absoluten Spezialitäten. Zugegeben, der Anblick – der Kopf des Nagers wird im

Ganzen gebraten und serviert – ist gewöhnungsbedürftig. Aber wer diese scharfe Köstlichkeit je probiert hat, ist bekehrt. Die Zunge zart ohne Ende, das Wangenfleisch fällt fast vom Wangenknochen und mit Stäbchen lässt sich das Hirn aus den Schädelhöhlen kratzen. Klingt vielleicht martialisch, ist aber über die Maße köstlich und – wie gesagt – eine absolute Spezialität der regionalen Küche.

Zurück in heimische Gefilde und zum Abschluss noch ein Zitat, um zu zeigen, dass der Feldhase schon immer Teil unserer kulinarischen Kultur war. Alexandre Balthazar Laurant Grimod de la Reynière (1758–1837) war Feinschmecker, begnadeter Gastrosoph und einer der Urväter der Restaurantkritik. In seinen „Grundzügen des gastronomischen Anstands“ schreibt er über die Hasen: „Ge-



hen wir vom Hoch- und Schwarzwild zum Mittelwild über, so finden wir im Januar vor allem ausgezeichnete Hasen und Kaninchen in der vollen Blüte ihrer Kraft. Unter den Hasen müssen die aus dem Gebirge denen aus der Ebene vorgezogen werden, und sind sie bei der Jagd scharf gehetzt worden, so ist ihr Wert nur umso größer. Der sogenannte Dreiviertelhase, der zwischen dem jungen Häschen und dem alten Rammler hält, wird von den Feinschmeckern am meisten geschätzt. Aus dem Vorderteil bereitet man bekanntlich Hasenklein, das Hinterteil aber gibt, fein gespickt, einen köstlichen Braten. Dieses wirklich liebenswürde Tier stürzt sich mit größter Zuvorkommenheit in alle möglichen Saucen, um unsere, die Absonde-

rung fördernden Genüsse zu erhöhen. Man bereitet aus ihm Schmorfleisch oder kalte Pasteten, und wir können versichern, dass der Hase ein schmackhaftes und leichtverdauliches Essen abgibt und dass von allen schwarzen Fleischsorten das Hasenfleisch das leichteste, wenigst feste, wenigst lastende und den am wenigsten scharfen Saft besitzt.“

Wir wissen also seit knapp 200 Jahren, dass der Hase nicht nur gut schmeckt, sondern auch ausgesprochen gesund ist. Es ist also hoch an der Zeit, dass er seinen Platz in den Pfannen, Töpfen und Menüs zurückbekommt. Die Initiative von Stefan Bauer am Wagram ist ein guter Anfang. ●



Mehr Technologie für Verwöhnte!

Seit Jahren investiert Berger massiv in die Zukunft und setzt seinen Wachstumskurs vor allem im hochwertigen Katalog- und Magazindruck fort. Kontaktieren Sie uns und erfahren Sie mehr!



Ferdinand Berger & Söhne GmbH
Horn | +43 (0) 2982 4161-0
Wien | +43 (0) 1 31335-0
Vertretungen:
OÖ | Tirol | Stmk.

www.berger.at

Frühlingsgerichte mit Genuss aus Österreich

Der Frühling ist die perfekte Zeit, um frische Zutaten und köstliche Aromen zu genießen, besonders wenn es um Fleischgerichte geht. Von gegrilltem Steak bis hin zu zarten Schmorgerichten gibt es eine Vielzahl von Möglichkeiten, den Frühling mit delikaten Fleischspezialitäten zu begrüßen. ♦



Bei der Zubereitung ist die Qualität von entscheidender Bedeutung. Mit GENUSS AUS ÖSTERREICH vertrauen bereits zahlreiche Chefköch:innen und Gastronom:innen auf das exklusive Fleischsortiment der Eurogast-Eigenmarke. Der heimische Gastrogroßhändler bietet edles Hühner-, Rind- und Schweinefleisch mit 100%iger Herkunftsgarantie aus Österreich. Die Kennzeichnung 4 x AT garantiert, dass die Tiere in Österreich geboren, aufgezogen, geschlachtet und verarbeitet wurden. Eine natürliche und tierfreundliche Haltung sowie die höchste österreichische Güteklasse sind gesichert.

100 % Österreich garantiert

„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 hochwertigem Fleisch aus Österreich. Die 4 x AT-Auszeichnung gewährleistet vollkommenen heimischen Genuss mit kurzen Transportwegen und optimaler Frische“, informiert Peter Krug, Geschäftsführer von Eurogast Österreich.



◆ Peter Krug, Geschäftsführer von Eurogast Österreich, hat viel Freude mit der Eurogast-Eigenmarke **GENUSS AUS ÖSTERREICH**.

Frisch in den Frühling

Darüber hinaus gewährleistet hochwertiges Fleisch, dass speziell Frühlingsspeisen nicht nur geschmacklich, sondern auch ernährungstechnisch überzeugen. Frisch und sorgfältig ausgewählt, bietet österreichisches Fleisch die perfekte Grundlage für leichte und dennoch nahrhafte Mahlzeiten, die den Frühling in vollen Zügen genießen lassen. „Unsere Kund:innen erhalten umfangreichste Informationen über die Herkunft des Fleisches und die Produktionsbedingungen. Dies schafft

Vertrauen. Zudem stärken wir die österreichische Gastroqualität und Landwirtschaft“, erklärt Peter Krug und ergänzt: „Der immer wichtiger werdende Beitrag zum Umweltschutz spielt auch eine zentrale Rolle. Kurze Lieferwege minimieren den CO₂-Ausstoß und schonen die Umwelt.“

Von saftigen Steak-Spezialitäten über zarte Geflügelgerichte bis hin zu köstlichen Grillkreationen – mit Fleisch von **GENUSS AUS ÖSTERREICH** sind der Kreativität in der Frühlingküche keine Grenzen gesetzt! ◆

wer&was

Eurogast Österreich ist ein Zusammenschluss von elf privaten Gastrogroßhändlern, die an 19 Standorten mehr als 40.000 Food- und Nonfood-Produkte für Gastronomie, Hotellerie und Großverbraucher bieten. Aktuell werden über 40.000 Betriebe in Österreich, Italien, Deutschland und der Schweiz mit Qualitätsprodukten versorgt. ◆

www.eurogast.at

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.

genuss.eurogast.at

4 x AT



Geboren, aufgezogen, geschlachtet und zerlegt in Österreich.



Groß statt trendig

Dass Cabernet Sauvignon eine große Rebsorte ist, wussten bereits unsere Eltern. Heute sind andere Rebsorten angesagt. Es ist Zeit für ein Comeback! ►

TEXT & FOTO: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Tim Mondavi kam auf Einladung von Gerhard Kracher im Dezember nach Wien, um seine Cabernets aus vier Jahrzehnten zu zeigen.

Jede Generation hat ihre Vorlieben. Unsere Eltern tranken Cognac aus Schwenkern. Dann kam die Zeit der Single Malts – bitte straight, nicht on the rocks. Vor über zehn Jahren hat dann die Gin-Ära begonnen. Statt zwei Marken führt eine anspruchsvolle Bar heute mehr als ein Dutzend verschiedener Wacholder-Destillate. Beim Wein ist das nicht anders.

Auch hier gibt es Moden und Trends, die rund um den Erdball ziehen und sich in der heimischen Gastronomie widerspiegeln. Bis in die 1980er Jahre

waren Cabernetlastige Cuvées aus dem Bordeaux das Nonplusultra für Weinkenner. Je nach Brieftasche hat man ein mehr oder weniger prestigeträchtiges Chateaux gewählt und war glücklich. Das Burgund war damals selbst für Auskenner ein Glückspiel. Österreichs Rotweine fingen erst langsam an, eine selbständige Handschrift zu entwickeln. Weine aus Übersee waren praktisch unbekannt. Aus Spanien und Italien kam fast nur mittelprächtige Ware zu uns, der Chianti war oft noch in bauchigen Bastflaschen erhältlich. So weit, so schlecht.

Von Bordeaux rund um die Welt

Wie auch die anderen Bordeaux-Sorten Merlot, Cabernet Franc und Malbec wurde der Cabernet Sauvignon schon vor hunderten Jahren in vielerlei Länder gebracht. Und er gedieh fast überall, wo es warm genug war, prächtig. Mangelndes Know-How, eine primitive technische Ausstattung und das Fehlen eines anspruchsvollen lokalen Markts waren dafür verantwortlich, dass das Potential von Cabernet Sauvignon in Übersee lange Zeit nicht ausgeschöpft werden konnte. Doch das änderte sich. Beim mittlerweile legendären „Paris-Tasting“, das 1976 ebendort stattfand, hat die Creme de la Creme der französischen Fachpresse bei einer verdeckten Verkostung einige Cabernets aus dem Napa Valley höher bewertet, als die Premier Crus aus dem Bordeaux.

Zu teuer und zu dicht

Eine Folge der beginnenden Globalisierung war der wirtschaftliche Aufstieg von Russland und China einerseits und die wachsende Verfügbarkeit von Weinen aus aller Welt. Wohlhabende Russen und Chinesen begannen die prestigeträchtigsten Weine aus dem Bordeaux en gros zu kaufen, was die Preise explodieren ließ. Weinpapst lieferte die Orientierung dazu. Sein Motto lautete allzu oft: je fetter der Wein, desto höher die Punkte. Für Normalsterbliche waren die großen Namen aus dem Bordeaux unerschwinglich geworden. Ganz ähnlich entwickelten sich auch der Markt für die Kultweine aus dem Napa Valley, die schon einmal vierstelligen Preise abrufen. So hat sich für die Supertuscans wie Ornellaia und Sassicaia, die fast durchwegs dem Muster der Bordeaux-Cuvées folgten, ein neuer Markt aufgetan. Aufgrund des wärmeren Klimas konnten dort wesentlich kräftigere Cabernet-Cuvées gekeltert werden, wofür sie von vielen Weinkritikern gefeiert wurden. Auch waren diese Weine früher trinkreif und zunächst noch etwas günstiger. Statt wie zuvor 12,5 % Alkohol wurden in manchen Jahrgängen bis zu 15 % Alkohol erreicht.

Auch aus Australien, Chile und Argentinien kamen vermehrt Cabernet-Weine nach Europa, die jedoch allesamt ein Imageproblem hatten, weil es sich nicht um bekannte Etiketten handelte. Außerdem kannte sich niemand mit Lagen, Jahrgängen und Qualitäten aus. So war in Österreich eigentlich nur die zweite Liga erhältlich. Ab der Jahrtausendwende setzte bei den Konsumenten langsam eine Trendwende ein. Die großen Cabernets aus dem Bordeaux waren viel zu teuer geworden, der Rest war zu kräftig und plump – wieso nicht etwas anderes trinken?

In Italien wurde das Piemont mit seinen eleganten Nebbiolo-Weinen wieder entdeckt. Bislang unbekannte

Weinbauregionen entwickelten sich als Fundgrube für vinophile Schnäppchenjäger. Spanien feierte mit Weinen aus dem Priorat und der Rioja einen Höhenflug. Und wer eine frankophile Ader besaß, hat zu Burgund statt zu Bordeaux gegriffen. Allerdings hat sich auch dort ein Preisniveau etabliert, das viele Weinfreunde nachhaltig abschreckt.

Parallel mit der „Bio-Welle“ sind in den letzten Jahren leichtere und trinkfreudigere Weine in Mode gekommen. Kühle Stilistik und Eleganz statt „fetten“ Extrakt waren zunehmend gefragt. Um ein illustrierendes Beispiel zu nennen: Auf die Beaujolais-Rebsorte Gamay wurde jahrzehntelang verächtlich herabgeschaut, heute gilt sie zumindest in der Naturweinszene als letzter Schrei.

Ein Reifepotential wie keine andere Rebsorte.

Das Pendel schlägt zurück

Im Dezember 2023 war Tim Mondavi auf Österreich-Besuch. Gerhard Kracher, der mit seinem Handelshaus Kracher Fine Wine die Weine von Mondavis Weingut Continuum im Napa Valley importiert, lud zu einem legendären Tasting ein: Mondavi hatte nicht nur seine aktuellen Continuum-Weine dabei, sondern zeigte eine kleine Auswahl aus seiner über 50 Jahre dauernden Karriere als Weinmacher - darunter waren ein 1992 Cabernet von Robert Mondavi, ein 1996er Opus One, ein 1995er Señal aus Chile sowie ein 2003 Ornellaia.

Der sensorische Genuss war das eine, einem Menschen, der sich 50 Jahre lang damit beschäftigt hat, das Potential von Cabernet Sauvignon auszuloten und es immer wieder nahe an die Perfektion zu führen, das andere. Eine Langversion von dieser Verkostung finden sie auf unserer Website www.lustundleben.at. ◀

Unser Fazit:

- Heute gibt es mehr wirklich gute Cabernets zu fairen Preisen am Markt, als jemals zuvor.
- Der Klimawandel führt dazu, dass auch in Österreich Cabernet Sauvignon regelmäßig ausreift und Jahr für Jahr tolle Weine hervorbringt.
- Die Winzer werden immer besser, wenn es darum geht, die richtigen Cuvée-Partner und das beste Mischungsverhältnis heraus zu finden. Leider wird dieses von den meisten Produzenten verschwiegen.
- Bordeaux ist wieder da! Biologisch bewirtschaftet, früher geerntet und mit weniger Holzeinsatz zeigen die aktuellen Jahrgänge mancher Betriebe wieder jene Frische und Eleganz, die seinerzeit die Weine aus dem Bordelais so attraktiv gemacht haben.
- Viele Cabernets aus Übersee begeistern mit einem überzeugenden Preis/Leistungsverhältnis. Ja, man darf auch wieder Wein aus Chile, Argentinien und Australien trinken.
- Gut gereifte Cabernets (also zehn Jahre plus) können ein absoluter Hochgenuss sein. Das kostet naturgemäß ein bisschen mehr, weil eine lange Reifung nur bei den besten Qualitäten Sinn macht, aber es lohnt sich.



Female Power goes Dürnstein



Ein neuer kulinarischer Wind weht im Relais & Châteaux Hotel Schloss Dürnstein: Nadine Stangl ist die neue Küchenchefin und zeichnet für alle drei Kulinarik-Spots des Hauses verantwortlich. Aufgewachsen in Schladming in der Steiermark, blickt die talentierte Köchin auf eine mehr als 23-jährige weltweite Karriere zurück. Ihre mediterrane Kochkunst mit Einflüssen aus Asien, Südamerika und der Karibik eröffnet sich nun den Gästen bei einem Besuch in der Wachau. ◆



Adults only

Von 2. Juni bis 5. Juli und 25. August bis 27. September 2024 lädt die Familie Dengg Gäste ab 16 Jahren ins Hotel Post Lermoos in Tirol. Drei-Hauben-Küche und Wellness-Welt auf 3.000 m² mit Zugspitzenblick. Abhängen! ◆



360° in Konstanz



Die kreativen Gastronomiemacher der Salzburger Soukitchen Group um Heiner Raschhofer eröffnen mit der Marke „Glorious Bastards“ ein Gastronomieprojekt mit drei Lifestyle-Restaurants, Meeting-Loft, Bar und 360°-Rooftop-Terrasse im LAGO Shopping-Center in Konstanz am Bodensee. Eventbuchungen starten schon! ◆





Bubbles feat. Mochi

Im Rahmen der alljährlichen See.Ess.Spiele am Wörthersee gibt's extravagante Gaumenfreuden im Falkensteiner Schlosshotel Velden. Zwei-Hauben-Koch Thomas Gruber lädt am 3. Mai auf eine kulinarische Reise ein, bei der unter dem Motto „Bubbles feat. Mochi“ die japanisch-österreichische Fusionsküche aus Wien und das Spannendste der Schaumweinwelt kredenzt wird. Tickets sichern! ●



Hiya! The Hox tanzte ein

Die britische Hotelmarke The Hoxton zelebriert die ursprüngliche Anmutung seiner neuen Dependance in Wien und setzt in den 196 Zimmern und Community-Spaces auf eine retromoderne Ästhetik. Die Lobby wird von den originalen, mit Travertin verkleideten Wänden und Terrazzoböden gerahmt, während das imposante Treppenhaus den Räumlichkeiten einen Hauch von Dramatik verleiht. Vintage-Möbel und maßgefertigte Teppiche für eklektische Gemütlichkeit überall. Die Zimmer huldigen allesamt dem österreichischen Design des frühen 20. Jahrhunderts. Schaut euch das mal an. ●



Im Sepp passiert immer was

Josef „Sepp“ Schwaiger ist der Mann fürs ExSEPPtionelle. Familie und Hotellerie, das sind seine Wurzeln. 2008 steigt er ins Unternehmen ein und verwandelt das Traditionshotel Eder in ein florierendes Lifestylehotel. Der Erfolg beflügelt und bringt 2018 das Hotel SEPP: ein Boutiquehotel für Erwachsene ab 21 Jahren. Das Restaurant auf dem Dachboden mit Lodge-Charakter, dazu ein silberner Sauna Bully auf dem Dach. 2022 eröffnet das „andere“ Familienhotel EdeR FriDa, dazu der ConSEPP Store im Dorf. Man könnte noch vieles aufzählen, genauso wie auch zu Sepp Schwaiger. Aber schaut selbst vorbei in Maria Alm. ●



Lebensfroh im Almresort

Auf 1.250 Metern über Ellmau thront das einzigartige Hideaway, eingebettet in die majestätische Bergkulisse der österreichischen Alpen: Die frühere Brenneralm wurde zur jezz Alm, ein Lifestyle-Refugium, das einen modernen Mix aus Erlebnis und Entspannung bietet. Hier geht es um das pure Genießen des Moments, um das Miteinander und die Freude am Leben. Team-Building mit bis zu 180 Mitarbeitern erlebt hier neue Maßstäbe. Weiterbildung mit Panoramablick. Geht doch. ●



New York trauert mit Österreich

Peter Grünauer und David Bouley haben den New Yorkern gezeigt, wie gut die österreichische Küche schmecken kann – der eine als Gastronom, der andere als Koch. Im Februar 2023 sind beide überraschend verstorben. ●

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER

Der gute Ruf, den die österreichische Küche und unsere Weine heute in den USA genießen, ist ein relativ junges Phänomen. In den 1970er krähte im Big Apple kein Hahn nach Österreich. Dass „made in Austria“ in den USA auch beim Essen zu einer geschätzten Marke wurde, ist das Verdienst zahlreicher Gastronomen. Die Pionierarbeit leisteten jedoch in den 1980er Jahren Peter Grünauer mit dem Vienna 79 und zwanzig Jahre später David Bouley mit dem Danube.

Nach zwei Jahren am Schiff landete Peter Grünauer Anfang der 1970er Jahre in New York, wo er im berühmtesten Steakhouse der Stadt namens Peter Luger anheuerte. Der junge Feschak aus dem Burgenland fühlte sich in der großen Stadt auf Anhieb wohl und beschloss zu bleiben. Nach ein paar weiteren Jahren, in denen er als Kellner im exklusiven Nachtclub Régine gutes Geld verdient hatte, wagte er den Schritt in die Selbständigkeit und gründete gemeinsam mit seinen zwei Freunden Karl Zartler und Walter Krajnc das österreichische Restaurant Vienna 79.

Wunder passieren manchmal doch

Dabei wurden die Drei von einer Glücksfee geküsst. Die New York Times bewertete das Vienna 79 gleich im ersten Jahr mit drei von vier Sternen, im zweiten Jahr folgte dann die Höchstwertung. Das Vienna 79 hatte sich somit in kürzester Zeit als eines der vier besten Restaurants der Stadt etabliert. Küchenchef Thomas Ferlesch hat eine

Peter Grünauer war ein Gastgeber mit bemerkenswerter Großzügigkeit.

authentische, leichte Wiener Küche „erfunden“, wie man sie in der alten Heimat damals noch nie gesehen hatte. Peter Grünauer

hat im Service mit österreichischen Weinen überrascht, die noch niemand kannte. Es kam noch besser. Ein paar Jahre später entschieden sich Grünauer, Krajnc und Zartl mit dem Vienna Park ein weiteres Österreich-Restaurant zu eröffnen, das auch auf Anhieb mit drei Sternen ausgezeichnet wurde. Als Souschef heuerte übrigens David Bouley an, der im Vienna Park die Wiener Küche schätzen und lieben lernte.

Das dritte gemeinsame Lokal namens Fledermaus funktionierte leider nicht mehr so gut. Waldheim und der Weinskandal beschädigten das bis dato ausgezeichnete Image Österreichs. Schlussendlich mussten Ende der 1980er alle drei Lokale zusperrern. Peter Grünauer war weiter als Gastronom tätig, doch sein Lebensmittelpunkt verlagerte sich langsam weg von New York. In Kansas City, wo seine zwei erwachsenen Kinder leben, betrieb er zehn Jahre lang das äußerst erfolgreiche Restaurant Grünauer. Privat zog er sich mit seiner Lebensgefährtin nach Florida zurück, wo er am 18. Februar 2023 verstarb. ●



Bevor David Bouley im Vienna Park anheuerte, hatte er eine Ausbildungstour durch Frankreich absolviert, wo er bei allen Großen (Paul Bocuse, Joël Robuchon, Roger Vergé, Fredi Giradet, Paul Haeberlin) gelernt hatte. Wieso geht jemand mit einem derart hochkarätigen Hintergrund dann als Souschef in ein österreichisches Restaurant in New York? Weil es sich um ein anerkanntes Spitzenlokal gehandelt hat. Nach einem Jahr zog Bouley weiter und kochte in mehreren französischen Luxusrestaurants im Midtown Manhattan, wo er den Maitre Drew Nieporent kennen lernte. Als sich Nieporent mit einem kleinen Lokal namens Montrachet im damals nur wenig attraktiven Viertel TribeCa selbständig machte, folgte ihm Bouley als Küchenchef.

Im Danube wurde der K.u.K.-Küche gehuldigt.

Drei große Lieben: Frankreich, Österreich, Japan

Das Montrachet war auf Anhieb ein sensationeller Erfolg. Dennoch zog Bouley nach 14 Monaten weiter und eröffnete ebenfalls in TribeCa ein Restaurant unter eigenem Namen, wo er die „Nouvelle Cuisine“ in einer Qualität kochte, die ihm in kürzester Zeit Höchstbewertungen einbrachte. Immer bestrebt, sich weiter zu entwickeln, eröffnete Bouley 1997 gleich neben seinem Restaurant eine Bakery, 1999 folgte auf der gegenüberliegenden Straßenseite das Danube, wo Bouley seiner Liebe zu Österreich Ausdruck verleihen wollte. Für die Erstellung des kulinarischen Konzepts holte Bouley Freunde wie Norbert Niederkofler und Hans Haas nach New York, die während der Eröffnungswochen auch mitkochten. Auf seinen zahlreichen Recherche-Reisen nach Österreich wurde ihm mehrmals ein junger Koch namens Mario Lohninger empfohlen, der damals gerade bei Wolfgang Puck im Spago engagiert war. Bouley hol-

te ihn trotz seiner jungen Jahre als Küchenchef nach New York. Eine gute Entscheidung, denn die Partnerschaft hielt über sechs Jahre lang, gemeinsam schrieben sie das heute leider vergriffene Kochbuch „East Of Paris“. Von Anfang als Maitre dabei war Walter Krajnc, den Bouley aus seiner Zeit im Vienna Park bestens kannte. Während seines zehnjährigen Bestehens war das Danube ein Ort, wo sich viele talentierte Österreicher beweisen konnten. Albert Trummer war für die Bar verantwortlich, Alex Grunert interpretierte die Wiener Mehlspeis-Küche neu, Alex Adlgasser zeigte als Sommelier, wie großartig sich unsere Weine entwickelt hatten. Nach Weinskandal und Waldheim hatte Österreich seinen guten Ruf wiedergewonnen. Drei Sterne in der New York Times und auf Anhieb zwei Sterne in der ersten New York Ausgabe des Guide Michelins belegten das kulinarische Niveau der Danube-Küche.

Nach zwölf Jahren entschied sich Bouley das Danube zu schließen und an gleicher Stelle ein modernes japanisches Restaurant namens Brushstroke zu eröffnen. Bouley hatte Anfang der 2000er-Jahre viel Zeit in Japan verbracht und wollte sich am Ende seiner Karriere auch seiner dritten großen Liebe (die erste war Frankreich, die zweite Österreich) mit einem eigenen Lokal widmen. Das ging ein paar Jahre lang gut, doch dann hatte Bouley genug vom regulären Restaurant-Geschäft. Er schloss alle Lokale und schuf sich in Midtown-Manhattan ein großzügiges Atelier, wo er zu privaten Events lud und TV-Episoden aufzeichnete.

Bouley starb völlig überraschend am 18. Februar 2023 im Alter von nur 70 Jahren in seinem Landhaus in Connecticut. ◆

Einen ausführlichen und reich bebilderten Lebenslauf von Peter Grünauer und David Bouley findet ihr auf www.lustundleben.at.



Zwischen Ost und West

Gegessen wird auf den Philippinen immer und überall. Gehobene Restaurants, so wie wir sie in Europa kennen, findet man jedoch nur selten. Dafür entdeckt man am Straßenrand überraschende Schätze. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER





◆ Selfservice wird großgeschrieben. Rechts: Reis in Bambusblättern ist praktisch und schmeckt vorzüglich. ◆



◆ Streetfood at its best: Die Auswahl ist riesig, die Preise niedrig.

Essen macht hier einfach Spaß! Gesnackt wird auf den Philippinen die ganze Zeit. Ein kulinarischer Streifzug durch das ostasiatische Archipel mit seinen mehr als 7.000 Inseln birgt viele positive Überraschungen, wenn man bereit ist, liebgewonnene Vorstellungen von westlicher Esskultur über Bord zu werfen, um Neues zu entdecken.

Wie überall auf der Welt macht es Sinn, ein wenig über die Geschichte eines Landes zu lernen, bevor man mit den Erkundungen vor Ort beginnt. Anders als seine Nachbarn China und Japan ist die Küche auf den Philippinen stark von seiner kolonialen Geschichte geprägt. Zuerst kamen die Spanier, dann die Amerikaner. Zu beiden Kulturen haben die Filipinos ein gespaltenes, aber doch weitgehend positives Verhältnis. Besonders deutlich wird das in Cebu City, der zweitgrößten Stadt des Landes. Dort wird der legendäre Stammeshäuptling Lapu Lapu als Widerstandsheld der Indigenen verehrt, weil

es ihm 1521 gelang, den Weltumsegler Ferdinand Magellan in einem blutigen Gemetzel zu töten. Doch nur ein paar Kilometer weiter huldigt man auch Magellan und den großen Kreuzen, die er damals errichten ließ, weil sie den Beginn des christlichen Glaubens auf den Philippinen symbolisieren, der hier in einer Intensität gelebt wird, der Europäer staunen lässt.

„Flugzeugträger“ der USA

Als die Amerikaner 1898 die Spanier vertrieben hatten, hofften viele Filipinos auf die langersehnte Unabhängigkeit. Stattdessen wurde nur eine westliche Kolonialmacht durch eine andere ersetzt. Wirtschaftlich spielten die Philippinen für Amerika nur eine untergeordnete Rolle, aber aus strategischen Gründen wollte man auf einen fixen „Flugzeugträger“ im Südchinesischen Meer nicht verzichten. Während des Zweiten Weltkriegs wurden die USA für ein paar Jahre lang von den Japanern vertrieben, doch die formale Unabhängigkeit nach Kriegsende bedeutete kein Schwinden des amerikanischen Einflusses. Angesichts der permanenten Rivalität mit China ist die Präsenz von US-Soldaten willkommen. Das wirkt sich auch auf die Alltagskultur aus: Burger und Pommes frites, dazu süße Softdrinks findet man heute auf jeder Insel, egal wie klein sie auch sein mag.



● Oben links: Schweinefleisch ist allgegenwärtig; oben rechts: „Lechon Baboy“ gibt es nur an Festtagen; unten links: Meeresfrüchte sind überraschend günstig; unten rechts: Balut ist nicht jedermanns Sache.

Diesem kolonialen Erbe begegnet man auf Schritt und Tritt. Außer auf Teilen der südlichsten Insel Mindanao, wo sich eine muslimische Minderheit seit Jahrhunderten der westlichen Herrschaft widersetzt, findet man in jedem noch so kleinen Dorf eine Kirche. Auch McDonald's und das lokale Pendant Jollibee sind omnipräsent. Trotz der Bevölkerungsexplosion der letzten 50 Jahre (von 37 Millionen im Jahr 1970 auf 114 Millionen im Jahr 2020) herrscht praktisch nirgendwo im Land Hunger. Wesentlich mehr Menschen sterben heute an Übergewicht und den damit einhergehenden Krankheiten.

Regional, nicht saisonal

Ausgeprägte Jahreszeiten gibt es auf den Philippinen nicht – das ganze Jahr hindurch herrschen tropische Temperaturen vor. Somit verändert sich auch das agrarische Angebot kaum. Nur Zuckerrohr und Reis werden auch für den Export angebaut. Die weitgehend klein-

Wo immer es geht, wird Gemüse angebaut. Boden ist wertvoll.

strukturierte Landwirtschaft dient der regionalen Versorgung und kommt weitgehend ohne Kunstdünger und Pestizide aus. Auch ohne Öko-Siegel ist fast alles, was man auf dem Markt kaufen kann, „bio“. Wir konnten uns auf einem Ausflug ins Hochland im Norden von Negros selbst ein Bild davon machen, wie idyllisch eine in Terrassen organisierte Landwirtschaft aussehen kann. Statt mit Traktoren, werden die Felder mit Büffeln („Carabao“) bestellt.

Reis dient als Grundnahrungsmittel und wird hier in vielerlei Form gegessen – pikant wie süß. Eine Spezialität ist der lilafarbige Klebereis „Puto Bumbong“, der mit Kokosraspeln und braunem Zucker genossen wird. In Gar-

küchen und „Grillstationen“ wird Reis, der in Kokosblättern gedünstet wird, gereicht. Und auch beim traditionellen Frühstück spielt gerösteter Knoblauchreis mit Spiegelei („Silog“) die Hauptrolle. Die Gartetechniken variieren. Gerne wird über Kohlen gegrillt, aber auch das Frittieren spielt eine große Rolle. Verschieden gefüllte Frühlingsrollen gibt es fast überall, gewürzt wird – so wie in ganz Südostasien – zumeist mit Sojasauce.

Spanferkel als Festtagsbraten

Entlang der Küste spielt Fisch – frisch gefangen oder getrocknet – die Hauptrolle. Auch Hühnerfleisch ist populär. Wann immer es sich ein Filipino leisten kann, wird Schweinefleisch bestellt. An Festtagen muss ein Spanferkel („Lechon Baboy“) aufs Feuer, dessen Zubereitung regional variiert. In einem armen, dicht bevölkerten Land wird natürlich nichts weggeworfen, sondern alle Teile



Landwirtschaft wie vor Jahrtausenden: Die Felder im Hochland von Negros werden mit Wasserbüffeln bestellt.

des Tieres verwendet. Besonders köstlich ist das Gericht „Sisig“, bei dem ein Schweinskopf zunächst gekocht und dann in kleine Stücke geteilt wird, bevor er auf einer heißen Eisenplatte knusprig gebraten zu Tisch kommt. Sehr populär sind auch allerlei Suppen und Schmorgerichte, die oft unter der Bezeichnung „Adobo“ angeboten werden. Unsere Kollegen von den Kochgenossen waren vor Kurzem ebenfalls auf den Philippinen unterwegs und haben die beliebtesten Rezepte kompetent dokumentiert.

Hier der Link zu diesem empfehlenswerten Artikel: <https://kochgenossen.com/kommandosache-philippinen/>

Gerade abseits der touristischen Trampelpfade sind Restaurants zumeist sehr simpel und dienen primär der Ernährung der Bevölkerung. Mitunter wird sogar mit „Free Kitchen“ geworben, was nichts anderes bedeutet, als dass man nur die abgewogene Rohware

Ein Erbe der Spanier: Löffel und Gabel statt Stäbchen.

bezahlt. Eine weitere Besonderheit ist, dass man nicht wie sonst in Ostasien üblich mit Stäbchen isst, sondern mit Löffel und Gabel. Der Verzicht auf Messer geht angeblich auf eine Vorschrift der ehemaligen Kolonialmacht Spanien zurück, die vermeiden wollte, dass zu viele Messer in Umlauf kommen. Irritierender erschien uns der Brauch, dass man in einfachen Garküchen aus hygienischen Gründen Einweg-Plastikhandschuhe angeboten bekommt. Und auch die allgegenwärtige Spezialität „Balut“ – das sind gekochte, angebrütete Hühnererier – sind für Europäer nur wenig reizvoll.

Kalamansi statt Zitronen

Umso erfreulicher dafür das Angebot an frischen Früchten. Ananas und

Mango sind zwar auch bei uns bekannt, aber derart frisch und vollreif, wie man sie auf den lokalen Märkten bekommt, schmecken sie einfach doppelt so gut wie daheim. Zitronen und Orangen findet man nur vereinzelt. Die heimische Zitrusfrucht heißt Kalamansi und schmeckt wie eine Mischung aus Mandarine und Yuzu. Die Schale ist grün und weich, die Frucht selbst nicht größer als eine Mozartkugel. Sie spielt auch beim Würzen von pikanten Gerichten eine große Rolle. Viele Gerichte erhalten dadurch (wie auch durch die Beigabe von Essig) einen frischen Säurekick, der ihnen Frische verleiht.

Das Fehlen von anspruchsvollen Restaurants im eigenen Land ist wohl einer der Gründe, wieso es im Ausland kaum Lokale mit philippinischer Küche gibt. Im Gegensatz zu den benachbarten Ländern Vietnam, China und Japan ist die philippinische Küche außerhalb des Landes praktisch unbekannt. ●

Von Dortmund nach Manila

Sebastian Kellerhoff hat in der Nähe von Dortmund seine Kochlehre absolviert. Heute managt er als Culinary Vicepresident mehrere Fine-Dining-Restaurants im Solaire Casino Resort in Manila und bereitet die Eröffnung eines weiteren Luxusresorts vor. ►

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER



Von Dortmund nach Manila gibt es keinen Direktflug. Über welche Stationen sind Sie vom Kochlehrling in Dortmund zum Vice President Culinaire in einem Fünf-Sterne-Luxusresort in Manila aufgestiegen?

Ich war zur richtigen Zeit am richtigen Ort und habe jede Gelegenheit, die sich mir geboten hat, ergriffen. Der wichtigste Schritt war gleich am Anfang in Deutschland, wo ich nach ein paar Stationen entschieden habe, wie es weitergehen soll. Entweder ich mache irgendwie weiter und bleibe Mittelmaß, oder ich versuche, in meiner Branche so weit zu kommen wie möglich. So bin ich schon in jungen Jahren im Adlon in Berlin gelandet. Da habe ich die Spitzengastronomie kennen und lieben gelernt. Es ist mir auch rasch bewusst geworden, dass man für eine erfolgreiche Karriere in der Top-Gastronomie nicht nur kochen, sondern auch rechnen können muss. Ich war ehrgeizig und habe jede Möglichkeit zur Fortbildung genutzt. In dieser Phase der Karriere sollte man nicht aufs Gehalt oder die Arbeitszeiten schauen, sondern einfach Vollgas geben. Schließlich habe ich 2005 ein Angebot von Hyatt bekommen, als Executive Chef nach Dubai zu gehen. Das war der Anfang einer langen und spannenden Reise.

Was waren die nächsten Zwischenlandungen?

Ich bin – um bei diesem sprachlichen Bild zu bleiben – meiner Airline treu geblieben und wechselte zunächst zu einer Hyatt-Eröffnung nach Kiew. Zu den Olympischen Spielen bin ich 2014 dann nach Sotchi gegangen. Es folgten Moskau und Armenien. Shanghai war meine erste Destination in Fernost, dann ging es retour an den Golf ins Grand Hyatt nach Doha. Wenn man sich ein paar Jahre lang bei einem Unternehmen wie Hyatt beweist, stimmt auch das Gehalt und die Positionen werden wirklich interessant. Persönlich finde ich es auch faszinierend, dass man bei einer Karriere in der internationalen Hotellerie andere Kulturen kennenlernt.

Trotzdem haben Sie Hyatt vor einhalb Jahren den Rücken gekehrt und sind nach Manila übersiedelt. Wie kam das?

Nach 18 Jahren bei Hyatt wollte ich auch noch ein anderes Unternehmen kennenlernen. Gleichzeitig habe ich von Enrique Razon, dem Eigentümer von Solaire, ein wirklich tolles Angebot bekommen, bei dem ich sehr viel Gestaltungsspielraum habe. Im vergangenen Jahr habe ich mich zunächst voll auf die Qualitätssicherung der fünf Fine-Dining-Restaurants im bestehenden Resort konzentriert. 2024 steht ganz im Zeichen der Neueröffnung unseres zweiten Hotels in Quezon City, wo wir ein ähnliches kulinarisches Konzept fahren werden. Ich bin auch mit der Entwicklung neuer kulinarischer Konzepte betraut. Abgesehen von der beruflichen Herausforderung hat mir auch das Lebensgefühl auf den Philippinen total getaugt. Mit meiner Partnerin verbringe ich gerne das Wochenende auf einem der Traumstrände, die ja allesamt leicht in ein oder zwei Stunden erreichbar sind.

Wie gelingt es auf den Philippinen authentisches chinesisches, japanisches und koreanisches Fine Dining auf den Teller zu bringen?



Bei der Qualität gibt es bei uns keine Kompromisse.

SEBASTIAN KELLERHOFF

Vergessen Sie nicht unser italienisches Restaurant Finestra, wo wir meiner Meinung nach sogar auf Sterne-Niveau kochen. Wir bekommen einmal pro Woche Fleisch und Fisch aus Japan eingeflogen. In der Vergangenheit haben wir Obst und Gemüse in Top-Qualität aus China bekommen, aber das ist mit den gestiegenen politischen Spannungen zunehmend schwierig geworden. Australien ist bei vielen Produkten unser wichtigster Lieferant geworden. Ich kenne unsere dortigen Lieferanten mittlerweile auch persönlich. In der Küche stehen Top-Küchenchefs aus den jeweiligen Ländern und garantieren für authentischen Geschmack. Wir haben viele Gäste aus China und Korea, die ganz konkrete Vorstellungen davon haben, wie einzelne Gerichte schmecken müssen. Wir machen alles selbst, auch Brot und Gebäck werden im Haus gebacken. Bei der Qualität gibt es bei uns keine Kompromisse.

Das Obst und Gemüse, das auf den Philippinen wächst, ist großartig. Fische gibt es auch im Überfluss. Wieso kaufen Sie nicht mehr lokale Produkte ein?

Persönlich würde ich das liebend gerne machen, aber in einem derart

großen Hotel mit diesen kulinarischen Ansprüchen geht das einfach nicht, weil kein philippinischer Händler dauerhafte Verfügbarkeiten garantieren kann. Vor allem während der Taifun-Saison kommt es auf den nationalen Märkten regelmäßig zu längeren Lieferausfällen. Auch Erdbeben stellen ein Problem dar. Größere Mengen lokaler Produkte kommen eigentlich „nur“ bei der Mitarbeiterverpflegung zum Einsatz. Mengenmäßig ist das allerdings nicht zu unterschätzen. Wir bereiten täglich zwischen 6.000 und 7.000 Essen für unsere Mitarbeiter zu. Das soll natürlich auch gut schmecken, aber da können wir auch kurzfristig auf die schwankende Angebotslage reagieren und mit den Dingen kochen, die gerade verfügbar sind.

Wieso gibt es im Solaire eigentlich kein Fine-Dining-Restaurant mit philippinischer Küche?

Im neuen Resort in Quezon City werden wir das in einem kleinen Rahmen probieren. Persönlich finde ich das sehr reizvoll. Die Herausforderung ist allerdings, den richtigen Rahmen und ein attraktives Preisniveau zu finden. Wenn Einheimische zu uns kommen, suchen sie zumeist internationale Spezialitäten, die sie in dieser Qualität sonst nirgendwo bekommen. Es sind vor allem internationale Gäste, die uns immer wieder fragen, ob wir nicht auch ein Top-Restaurant mit philippinischer Küche hätten. Daran arbeiten wir gerade. ●

Gastroblicke

1 Gastro Bizz

Alle Jahre wieder ruft Herbert Starl Mitte März zum GastroBizz und weit über 300 heimische Gastronomen folgen seinem Ruf. Heuer fand der Kongress von 17. bis 19. 3. im Rixos Hotel von Dubrovnik statt und stand unter dem Motto „Der Zukunft auf der Spur“. In der Vorsaison ist die historische Altstadt von Dubrovnik noch weitgehend touristenfrei und tatsächlich malerisch schön. Das Vortragsprogramm war spannend und informativ wie eh und je, die Stimmung von der Pre-Convention-Party am Samstagabend bis zum letzten Referenten am Dienstagnachmittag hervorragend. Bevor man sich im März 2025 wieder zum GastroBizz trifft, lädt Herbert Starl von 24. bis 26. November zu den GastroDialogen nach Obertauern. Auch das hat mittlerweile Tradition. ● www.gastrobizz.at



2 Reife Einsichten

Am 19. März wurden die neuesten gereiften Weine aus dem einzigartigen Programm „Selten gut gereift“ von Del Fabro Kolarik vorgestellt und verkostet. Experten wie Benjamin Mayr (Sortimentsentwicklung & Expertise Wein und Schaumwein bei Del Fabro Kolarik) sowie die renommierten österreichischen Winzer Andi Kollwentz vom Weingut Kollwentz und

Lucas F. Pichler vom Weingut F. X. Pichler lieferten wertvolle Einblicke, die auch einzigartige Chancen für die Gestaltung der Weinkarte bieten. Das Raritätenprogramm von Del Fabro Kolarik umfasst jährlich rund 80 gereifte Weine aus Österreich. Diese limitierten Weine können bei Bedarf reserviert werden, um der Gastronomie Planungssicherheit für ihre Menükarte zu geben. ◆

www.delfabrokolarik.at

© MARTIN STEIGER

3 Grandiose Stimmung

Mario Hofferers 27th IWCC – International Winter Cocktail Congress 2024 ging vom 17. –19. März mehr als sensationell über die Bühne. Der Andrang war groß, die Emotionen noch größer und die Stimmung grandios. Erstmals waren 2x Schüler im Finale! Aus 50 Wettbewerbern haben sich Mona Schneider und Sebastian Schwarz der Tourismusschule Semmering ins Finale gekämpft. Lange Vorbereitung zahlte sich aus, die beiden nehmen auch je einen Gruppensieg nach Hause. Aber Sieger kann es nur einen geben! Daniel Süle vom Team Austria wurde IWCC Champion 2024. ◆

www.mario-hofferer.com/iwcc



Von vollen und leeren Nestern

Franz liebt Ostern. Egal ob frühlingshafter Morgenduft oder Schneegatsch, er besteht mit unerschütterlicher, kindlicher Vorfreude auf das Verstecken der üppig gefüllten Osternester. Manchmal scheint es, als habe er sogar mehr Elan als seine beiden Kinder, wenn es um das Finden der bunten Eier und hübsch verpackten Schokoladen geht. ►

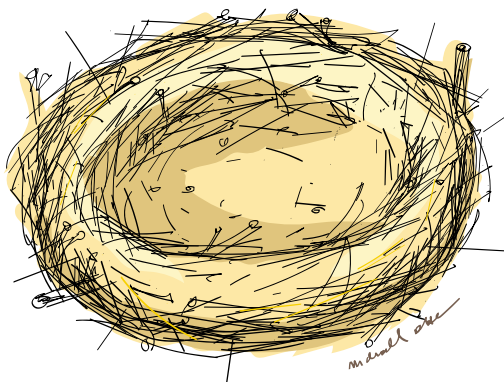
TEXT: MARTINA BUCHER // ILLUSTRATION: MICHAEL OTTO

Schon vor dem festlichen Osterfrühstück findet das eine oder andere Gelee-Henderl den Weg in seinen Mund. Er beißt lustvoll, mampft, genießt und freut sich seines Lebens. Der Tag, an dem er das letzte Drageeei aus dem Nest nimmt, ist der Tag, an dem er von der Völlerei ohnehin genug hat und er sich auf den Sommer und seine kulinarischen Verlockungen freut.

Christoph ergeht es derzeit ganz anders. Sein Nest bleibt heuer leer. Nicht sein Osternest, sondern das Nest, das er für seine Familie liebevoll errichtet hat, hat sich geleert. Tochter Lisa ist erst vor Kurzem ausgezogen. Als Lisa etwa vier Jahre alt war, haben Christophs Frau und er fantasiert, wie sie einander wild und leidenschaftlich an jedem Ort des Hauses vernaschen würden, sobald Lisa nicht mehr durch die Gänge hopsen würde. Nun, die Zeiten haben sich geändert. Vernascht wird zugunsten des Wohlstandsbauches nicht mal mehr ein Schokohäschen, ganz abgesehen von der eigenen Frau.

Das Zuhause fühlt sich schwer und einsam an, er arbeitet länger und scheut das Heimkommen. Ganz sicher ist er sich nicht, aber er hat das Gefühl, seiner Frau ergehe es ähnlich. Beide leiden unter dem „Empty-Nest-Syndrom“. Wenn das (letzte) Kind das Haus verlässt,

geht ein wichtiger Lebensabschnitt zu Ende. Manchen Eltern ergeht es dabei wie Franz mit seinem Osternest. Sie genießen den letzten Moment, nehmen Abschied und freuen sich auf das, was als Nächstes kommt. Andere leiden unter dieser massiven Veränderung und brauchen ihre Zeit, um mit dem neuen Leben zurechtzukommen. Sie lernen, sich auf sich selbst zu konzentrieren, finden neue Hobbys oder beginnen ihre Partnerschaft und die gemeinsame Sexualität neu zu entdecken.



Franz sieht das pragmatisch. Nach dem Osterschinken und den Osternaschereien kommt die Zeit für Spargel und Rhabarberkompott. Der Sommer bringt dann die Freude an geselligen Grillabenden, Wassermelonen und Eisköstlichkeiten. Über die Freuden des kulinarischen Herbstes brauchen wir gar nicht erst zu sprechen und zur Weihnachtszeit tingelt er von einer

fröhlichen Schmauserei zur nächsten. Das Jahr hat in puncto Gaumenfreuden einiges zu bieten, so wie unser Dasein in puncto Lebensfreude. Obwohl Franz Ostern so sehr liebt, gibt es genug Platz für Freude auf das Kommende. Christoph wird es ähnlich ergehen. Nach einer kleinen emotionalen Fastenzeit wird er vielleicht die Ruhe oder die neue Freiheit genießen. Lisa wird eine willkommene Abwechslung im Alltag und nicht mehr Lebensmittelpunkt.

Christoph besucht jetzt einen Salsakurs. Ohne seine Frau. Nicht, weil er aus fremden Nestern naschen will, sondern, weil er sie überraschen möchte. Während er recht souverän mit den Hüften wackelt, erinnert er sich an die Leichtigkeit seines Lebens, als er aus dem Hause seiner Eltern auszog. Er spürt etwas davon in sich auf-flackern. Auch wenn seine Osterzeit heuer etwas traurig ausfällt, irgendwie spürt er, dass der Sommer ganz besonders werden könnte. ►



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



**DRINK
IRRESPONSIBLY**

**BLUE
BOMB**

BOMB YOUR THIRST



ICE AGED WATER
FROM THE ALPS

**ICE AGED WATER
FROM THE ALPS**