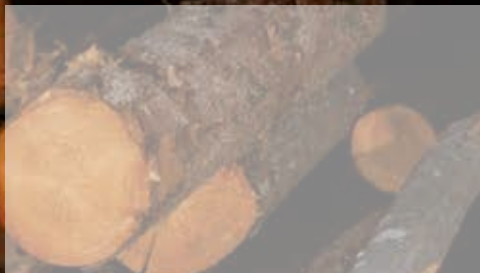


Lust & Leben

Die Cheflektüre für Gastro und Hotel | Ausgabe 100 * Juni 2024

Österreichische Post AG | MZ 02Z034490 M | Gastrowerkstatt GmbH, Siebertgasse 24/19, 1120 Wien | € 8,50

**Waldmeister
MIT HACK UND
SCHNITZEL**



ZEIT FÜR FLEISCH

Aus
Österreich

M. Kröswang
M. KRÖSWANG

Tut Gutes

Wachstum muss nachhaltig sein, damit der Wohlstand einer Gesellschaft über Generationen hinweg gesichert werden kann. Das haben unsere Bauern schon vor Jahrhunderten gewusst und mit der Vierfelder-Wirtschaft dafür gesorgt, dass die Böden dauerhaft ertragreich blieben. Gleichzeitig wurden damals rund ums Mittelmeer Küstenstreifen für den Flottenbau abgeholzt, die sich aufgrund der Erosion der Böden bis heute nicht erholt haben. Die Frage, wie man Wirtschaft im Gleichgewicht mit der Natur ermöglicht, ist so alt wie die menschliche Zivilisation.

Über die Sinnhaftigkeit einzelner Maßnahmen (Green Deal oder Renaturierungsgesetz) kann man geteilter Meinung sein. Der Wandel im Bewusstsein hat jedoch längst stattgefunden – gerade auf Unternehmerseite. Wir haben für die aktuelle Ausgabe „grüne“ Köche in Bangkok und London besucht, waren in einem ökologisch geführten Luxushotel in der Türkei, haben mit Frischelieferant Manfred Kröswang gesprochen, haben bei der Hoteliers-Familie Pierer auf der Teichalm vorbeigeschaut und haben uns berichten lassen, wie man bei einem Festival für 180.000 Besucher Umweltbelastungen hintanhält.

Die „grüne Wende“ hat in unserer Branche in vielen Bereichen bereits stattgefunden, ohne dass Qualität oder Komfort gelitten hätten. Abseits von ideologischen Phantasien („Degrowth“) ist es uns gelungen, unsere Wirtschaft anders auszurichten. Das ist trotz der Weltuntergangsstimmung, die eine vermeintlich letzte Generation antreibt, eigentlich ein Grund zum Feiern.

Mit der Fertigstellung der 100. Ausgabe von Lust & Leben befinden wir uns jedenfalls in Feierlaune. Jammern hat noch nie weitergeholfen. Wir agieren lieber nach dem Motto: Tut Gutes, wir schreiben darüber!

Viel Spaß beim Lesen!
Ihr Lust&Leben-Team



EVA BIRINGER
AUTORIN

WOLFGANG
SCHEDELBERGER
CHEFREDAKTEUR

GÜNTHER GAPP
HERAUSGEBER

RAINER
FEHRINGER
FOTOGRAF

MICHAEL OTTO
GRAFIK

JÜRGEN
SCHMÜCKING
AUTOR



Unser Cover: Alfred Pierer, Teichalm
Foto © Rainer Fehring

Impressum

Erscheinungsweise:
4 x jährlich

**Herausgeber, Verleger
& Medieninhaber:**
Gastrowerkstatt GmbH 1060 Wien,
Siebertgasse 24/19, 1120 Wien
E-Mail: willkommen@lustundleben.at,
www.lustundleben.at

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

Autoren dieser Ausgabe:
Aranxta Belmar, Martina Bucher, Lorenzo di
Dino, Günther Gapp, Sonja Planeta, 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!



08

Shop 'til you drop Frische der Vergangenheit

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

© RAPHAEL GABAUER



© JÜRGEN SCHMÜCKING

10

Im Fokus Grüne Pioniere

Der ökologische Fußabdruck wird weltweit thematisiert. Wir waren bei drei Pionieren zu Besuch.

16

Cheftalk Hauptsache frisch!

Manfred Kröswang spricht zum 50jährigen Jubiläum seines Unternehmens über Frische und Nachhaltigkeit.

22

Kolumne Nachhaltigkeit

Dokumentieren statt Philosophieren: Was Unternehmen berücksichtigen müssen.



© RAINER FEHRINGER

26

Portrait Der Mundschenk

Andreas Katona ist einer der bekanntesten Sommeliers des Landes. Jetzt ist er Gastronom geworden.



© RAINER FEHRINGER

30

Portrait Holz vor der Hütte

Auf der steirischen Teichalm ist die Welt noch in Ordnung – auch dank der Familie Pierer.

36

Bühnenkünstler Love is in the air

Manuel Reifenauer hat gemeinsam mit zwei Freunden das Electric Love Festival erfunden.



© JOEY TIMMER / PIKZELZ



© RAINER FEHRINGER

48

Portrait Frischer Fisch

Das Klagenfurter Dolce Vita von Stefan Vadnjak ist eines der besten Fischrestaurants des Landes.

54

Essigmutter Reife Leistung

Guter Essig kann mehr als sauer – das zeigt ein Besuch bei heimische Manufakturen eindrucksvoll.



© DER DABERER.

64

Reiselust Türkischer Honig

Luxus und Kunst vereinen sich in Bodrum zu einem lustvollen Gesamtkonzept.



72

Lust & Liebe Das Spiel mit dem Fetisch

Vorlieben sind das Eine, zwanghaftes Begierden etwas Anderes.

20-Jahr-Jubiläum

Anlässlich seines 20-Jahr-Jubiläums „Koch des Jahres“ lud Vier-Hauben-Koch Gerhard Fuchs zu einem großen Abend. Mit von der Partie waren seine Titel-Kollegen Alexander Fankhauser (2005) und Josef Trippolt (2003). Gerhard Fuchs überzeugt durchgehend auf hohem Level – seit nunmehr zehn Jahren in der Weinbank in Ehrenhausen. **Daumen hoch!** ♦ www.dieweinbank.at



Josef Trippolt mit Sohn Julius, Gerhard Fuchs und Alexander Fankhauser. (v. l.)

Gastgeber Max Wimmer und Küchenchef Cristian Vespucci. (v. l.)



© MONIKA LÖFF

Winzig charmant

Nicht neu, aber von Grund auf umgebaut für eine Sichtküche mit wenigen Tischen für 18 (!) Personen. Patron Max Wimmer hat mit Cristian Vespucci einen sardischen Küchenchef, der die mediterrane Küche verinnerlicht hat und seine Speisekarte wöchentlich wechselt. Die Weinkarte ist für jede Genusslaune sortiert, auch Weine, die hierzulande weniger bekannt und preislich erfreulich sind. Eine Bereicherung für die Wiener Innenstadt. **Ajö.** ♦ www.vasco.wien



© ANDREAS RÖBL

Gastro-Urgestein

Michael Fellöcker ist der neue Betriebsleiter im Linzer Traditionsgasthaus Klosterhof. Der gelernte Koch verfügt über jahrzehntelange Erfahrung und führte zuletzt das Linzer Wirtshaus „Zum Schwarzen Schiff“. „Wir freuen uns sehr, einen echten Profi gewonnen zu haben, der die Linzer Gastro-Szene bestens kennt“, so Wirt Josef Gassner jun. **Prost!** ♦ www.klosterhof.at

Einen neuen Weg gehen

Das Z'SOM wird vom chilenischen Küchenchef Diego Briones und seiner Partnerin Judith Lergeporel bespielt. Mit ihrem Bistronomie-Konzept wollen sie einen neuen Weg in der Wiener Fine-Dining-Szene einschlagen und die Vielfalt der kreativen, internationalen Fusionsküche mit lateinamerikanischen Einflüssen aufzeigen. **Amigos Latinos.** ♦ www.zsom-restaurant.at



© ZSOM

© FERDINAND NEUMÜLLER

Edelgreißler

Was ihn von einem herkömmlichen Greißler unterscheidet, ist der Hintergrundgedanke. Herwig Ertl steht für den genussvollen Umgang mit der Natur, den Mitmenschen und nicht zuletzt mit sich selbst. Im Kärntner Kötschach-Mauthen betreibt er die Edelgreißlerei mit liebevoll hergestellten Spezialitäten. So wie anno dazumal, nur moderner. Nun ist er ausgezeichnet mit dem Österreichischen Innovation Sonderpreis Tourismus 2024. **Gratulation!** ♦ www.herwig-ertl.at



© KATHRIN KOSCHITZKI © ANNETTE SANDNER © JÖRG LEHMANN



Nach dem Motto: Wer wir sind

Im Tantris Maison Culinaire werden alle Produkte ausschließlich direkt von Landwirten und Erzeugern bezogen, zu denen ein tiefes Vertrauensverhältnis besteht. Sie teilen alle gleichermaßen das Qualitätsbewusstsein und die Werte, die auch für Benjamin Chmuras tägliche Arbeit in der Küche und seine einzigartigen Menüs von größter Bedeutung sind. Zwei Sterne für zeitlosen Genuss sind der Lohn. **Respekt!** ♦ www.tantris.de



© INGOLF HATZ



Alles bleibt anders

Nachhaltigkeit, Saisonalität, Regionalität. Für Dominik Wachter sind das mehr als nur Modeworte und so kombiniert er den milden Geschmack der Chiemsee-Renke mit der Säure des Rhabarbers und sorgt so für ein großartiges Geschmackserlebnis. Als exklusives Menü in der Wachters Foodbar in Prien am Chiemsee zu genießen. **Ein Tipp!** ♦ www.wachter-foodbar.de



Zeit für Frische

Zeit für die frischesten Lebensmittel. Direkt vom Produzenten in Ihre Küche. 07248 685 94, kroswang.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 Liebingsound genießt, hier ist meine Auswahl – von relaxt bis druckvoll. ●

Duan Wasi Licious

Jean-Luc Godard sagte einmal: „Ich mache keine Filme, ich mache Kino.“ Mit seiner neuesten Veröffentlichung „Licious“ präsentiert Duan Wasi eine düstere Lo-Fi-Kombination aus samplebasierter elektronischer Tanzmusik. Er vereint Disco, Funk, Jazz, karibische, afrikanische und Bossa-Elemente in einer filmischen Stimmung mit einem French Touch.
Anspieltipps: Pop The Bottles, Jazzapeal

Inês Loubet Senga

Inês Loubet ist eine portugiesische Singer-Songwriterin und Multi-Instrumentalistin. Ihre tanzbaren Lieder verbinden Improvisation und Jazzharmonie mit eingängigen Melodien und kraftvollen Texten. Was bei diesem anspruchsvollen Debütalbum auffällt, ist die Tiefe und Reife des Songwritings, das ihre gefühlvollen Reflexionen widerspiegelt.
Anspieltipps: Guri, Sapó

Sol Selecta Summersol IX

Eine Kompilation der besonderen Art, angereichert mit einem aufregenden Mix aus orientalischen, Afro- und Latin Beats. Diese Musik, die in den lebhaften Clubs von Tulum gespielt wird, erobert Tanzflächen weltweit im Sturm.
Anspieltipps: Marasi, Cumbia, El Sueno Del Tucan

Wolfgang Valbrun Flawed by Design

Der amerikanische Singer-Songwriter Wolfgang Valbrun folgt den Fußstapfen der großen Soul-Musiker und liefert ein Album voller neuer lyrischer und musikalischer Nuancen. Mit Ephemerals tourte er um die Welt, gewann eine leidenschaftliche Anhängerschaft und erzielte Millionen von Streams. **Anspieltipps: Where Is The Peace, Some Days**

Alex Cortiz Magic Fuzz

Das Multitalent Alex Cortez beschränkt sich auf seinem neuen Album auf sechs Titel, die präzise und punktgenau produziert sind. Das Album bietet eine Mischung aus souligen elektronischen Klängen, funkigen und jazzigen Grooves, die mit einer dunklen Note abgerundet werden. **Anspieltipps: Ceci n'est pas de l'amour or is it, Snooze Bar, Diabla Caliente**

Steve Mac Bless This Acid House

Einer der besten und angesehensten House-Musikproduzenten und DJs, die Großbritannien je hervorgebracht hat, Steve Mac, zollt der Hochzeit des Genres großen Respekt, indem er sein neues von Acid und klassischem House inspiriertes Album in Zusammenarbeit mit vielen der ursprünglichen und bedeutenden Größen der House-Szene veröffentlicht. **Anspieltipps: Hot Monday Girl, Wish, This Is Acid**



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.lorenzaldino.com

Das Bekenntnis eines DJs als Video:



Natürlich erfrischend.



Bio-Erfrischungsgetränke. Keine Energy Drinks.





Die Frische der Vergangenheit

Getrieben von der Nostalgie vergangener Sommer, sind Vintage-Ventilatoren zu echten Kultobjekten geworden. Diese Geräte, die einst die Rettung an heißen Tagen vor der Erfindung der modernen Klimaanlage waren, sind heute nostalgische Schätze, die Erinnerungen an ruhige Sommer und Siestas auf der Veranda wecken. Mach dich bereit für eine Reise in die Vergangenheit, in der die Brise sanfter und der Stil unverwechselbar war. **TEXT & FOTOS: ARANTXA BELMAR**

1 Siemens Tisch- oder Wandventilator Modell TF160 50er-Jahre

Dieses wunderschöne Stück zeigt, dass der Klimawandel schon in einer Zeit existierte, in der noch nicht darüber gesprochen wurde. Der Siemens TF160 repräsentiert den Space-Age- Boom, als Designs inspiriert von Raketen und futuristischen Formen in Mode kamen. Ein zeitloser Klassiker, der sowohl als Tisch- als auch als Wandventilator verwendet werden kann.

2 Onyx Tischventilator 60er-Jahre

In der Ära, als Plastik und Pastellfarben die Mode eroberten, wurde dieser Onyx Tischventilator hergestellt. Geboren im Sommer der Liebe, fängt dieses Stück die Essenz einer Zeit ein, die von Kreativität und einem Hauch von Rebellion geprägt war.

3 Italienischer BJM Tischventilator 60er-Jahre

Die heißen italienischen Sommer der 60er-Jahre, die wir aus Schwarz-Weiß-Filmen in Erinnerung haben, werden durch diesen BJM Tischventilator lebendig. Ein Hauch von Dolce Vita umweht dieses Stück, das an sonnige Nachmittage und laue Abende unter dem Sternenhimmel erinnert.

4 Braun Tischventilator HL70 Deutschland, Anfang 70er-Jahre

Der Braun HL70, hergestellt 1971 in Deutschland, ist eine internationale Designikone, die sogar in der Sammlung des MoMA in New York ausgestellt ist. Nie zuvor hat ein so alltäglicher Gegenstand eine solch bedeutende Rolle in der Designwelt gespielt.

5 Helios Ventilator Deutschland, Ende 70er-Jahre

Hier zeigt sich, dass die 80er-Jahre nahen und der Maximalismus gekommen ist, um zu bleiben. Mit seinem markanten Design und seiner robusten Bauweise verkörpert er den Übergang zu einer Ära, in der „mehr“ tatsächlich mehr war.



2024 6. bis 8. September

vienna coffee festival

10 YEARS

Location: Marx Halle 1030 Wien

www.viennacoffeefestival.cc

Pioniere in Grün

Grün ist auch in der Gastronomie zum Riesenthema geworden und zwar weltweit. Am Land stellen sich dabei andere Fragen als in urbanen Ballungsräumen. Wir haben drei der spannendsten Pioniere der Nachhaltigkeit besucht, in London, auf der Schwäbischen Alb und in Bangkok. ►

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING



Erste Station – London, Hackney Wick: das Silo

2014 öffnete das Silo seine Pforten in Brighton. Der Standort war sorgfältig gewählt. Die Südküste Englands gilt schon lange als ökofreundliches Terrain mit einer vitalen Bio-Szene. Douglas McMaster, Mastermind hinter dem Silo, rannte in Brighton offene Türen ein. In den Folgejahren schärfte er seine Philosophie und begann damit, Netzwerke zu stricken. Doch irgendwann wollte der Chef wieder zurück nach London. Dort, genauer gesagt im St. John's Bread & Wine am Spitalfield Market, lernte er sein Handwerk.

Zero Waste als Prinzip

2019 eröffnete er das Silo im hippen Londoner Viertel Hackney Wick. Im Lokal stehen zehn große, runde Tische und eine Bar, deren Oberfläche aus upgecycltem Plastik gefertigt ist. Gläser werden aus Weinflaschen gefertigt, Teller aus Plastiksackerln. Jedes davon ein Unikat, und wenn Douglas gut drauf ist, zeigt er den Gästen seine Lieblingsstücke. Heute ist Douglas McMaster eine Koryphäe und unbestrittener Zampano in Sachen Zero-Waste-Küche, und das Konzept greift tief. Beim Fleisch akzeptiert er nur wenig: ausgediente Milchkühe, invasive Arten und Roadkill. Also Tiere aus freier Wildbahn, die es nicht auf die andere Seite der Fahrbahn geschafft haben. Letzteres ist bei uns aus verschiedenen Gründen unvorstellbar, für McMaster wäre es jedoch absurd, diese Ressource nicht zu nutzen. Ein Label, das sein Handeln kontrolliert und bestätigt? Fehlanzeige. Er wurde auch ohne Gütesiegel zum Weltstar des sauberen Kochens.

► Feuer und Rauch gehören dazu. Douglas McMaster in seiner offenen Küche.



► Shabby Chic, innen wie außen. Und sogar das Geschirr ist recycelt.

Imagine a world without waste. Zero waste is the future of food.

DOUGLAS MCMASTER, SILO

Zweite Station – Hayingen: Bio-Restaurant Rose

Die Rose ist viel mehr als nur ein Bio-Hotel. Die Familie Tress schreibt sich bereits seit 1950 „Biogenuss“ auf die Fahnen und gehört damit zu den absoluten Bio-Pionieren im deutschsprachigen Raum. Dahinter steht ein stattlicher Familienbetrieb, bei dem vier Brüder und 50 Mitarbeiter anpacken. Gastronomisch bespielt werden Restaurants im Stammhaus sowie der Gasthof Friedrichshöhle bei der Wimsener Mühle. Simon Tress, der zweitälteste der vier Brüder, hat in der Kü-

che das Sagen. Wenn er nicht am Herd steht, schreibt er Bestseller oder steht vor der Kamera. Jetzt mehr denn je, denn erst kürzlich heimste Tress mit dem Fine-Dining-Ableger seines Restaurants, dem 1500, gleich eine doppelte Sterne-Auszeichnung ein: einen roten und einen grünen Michelin-Stern.

Zertifiziert bio oder regional?

Auf eine offizielle Zertifizierung verzichten die Tress-Brüder bewusst, weil sie in vielen Bereichen wesentlich weitergehen und ihre hohen Ansprüchen nicht durch ein Zertifikat, das auch viele andere haben, verwässern wollen. Das ist nicht ganz unproblematisch. Mit „besser als bio“ ist meistens „regional“ gemeint. Jetzt ist das mit dem Auspielen des einen gegen das andere so eine Sache. Es funktioniert einfach nicht. Hinter der Biozertif-

Wurde auch Zeit. Bio-Koch Simon Tress hat einen Michelin-Stern. Und mit dem grünen gleich noch einen. ●



● Die Beete im HAÖMA dienen der Gästeinformation. Die Kräuter und das Gemüse kommen aus einer Farm am Land.

zierung steht ein strenges Regime an Richtlinien und Vorschriften. Sie gelten für alle, die sich für eine bestimmte Produktionsweise entschieden und sich diesem Regime unterworfen haben, indem sie einen Vertrag mit einer unabhängigen Kontrollstelle unterschrieben haben. In Österreich sind das verschiedene Unternehmen, deren relevante Gemeinsamkeit ist, dass sie vom IFOAM, einem weltweiten Bio-Dachverband, akkreditiert und ermächtigt sind zu kontrollieren. Die Einhaltung der Richtlinien wird laufend kontrolliert, Verstöße abhängig von Art und Schwere reklamiert und geahndet. Das ist bio.

Und regional? Hier gibt es kein verbindliches Regulativ, keine gemeinsame Sprache, keine Kontrolle, keine Konsequenzen. Wenn ein Betrieb im Burgenland entscheidet, die Herkunft „Österreich“ ist regional genug, wird der Vorarlberger Bergkäse zum regio-

Bio und Spitzenküche? Wo ist das Problem? Das machen wir seit einem Dreivierteljahrhundert.

SIMON TRESS, BIO-FINE-DINING-RESTAURANT 1500

nenalen Produkt. Das ist er natürlich auch – in Vorarlberg. Wenn Gastronomen auf Regionalität setzen und diese auch glaubhaft vermarkten – wir denken da an den Floh aus Langenleobarn mit seinem Radius 66 – ist das natürlich zu begrüßen. Gleichzeitig sollten wir aber auch wissen: Kontrolliert wird dieser Anspruch nicht.

Vertrauen ist gut ...

Was Bio bei Lebensmitteln bedeutet, wissen wir mittlerweile. Doch wie schaut das in der Gastronomie

aus? Hier herrscht Handlungsbedarf. Mehr noch: Aufklärungsbedarf. Und zwar nicht nur bei den Konsumenten, sondern (und vor allem) bei Entscheidungsträgern. In der Biolandwirtschaft ist fast jeder Bereich der Produktion erfasst und reglementiert. Die Landwirtschaft sowieso, aber auch gewerbliche Manufakturen, Produzenten, sogar der Handel mit Biolebensmittel fällt unter die Zertifizierungspflicht. Und die Gastronomie? Hier sind der Trittbrettfahrerei und Grünwäscherei Tür und Tor geöffnet. Sobald ein paar Bio-Produkte in den Töpfen landen, wird auf die Karte oder zum Gericht groß „bio“ geschrieben. Eine Randerscheinung? Mitnichten. Michaela Russmann, die Obfrau des Vereins der Biowirtinnen, meint, dass über 1.300 Betriebe mit der einen oder anderen Bio-Kennzeichnung auf Speisekarten werben. 850 davon haben einen – freiwilligen – Vertrag mit einer Bio-Kontrollstelle und lassen sich regelmäßig überprüfen.

Dritte Station – Bangkok: HAÖMA

Die Kulinarik- und Gastro-Szene in Thailands Hauptstadt boomt. Noble Restaurants, vielfältiges Streetfood an allen Ecken und Restaurants aus aller Herren Länder. Mittdrin in diesem vitalen Geschehen ist Deepanker ‚DK‘ Khosla’s HAÖMA. Neoindisches Fine Dining vom Feinsten. Bekannt ist der Koch aber vor allem wegen seines ökologischen Ansatzes. Immerhin zielt sein Restaurant nicht nur ein grüner Michelin-Stern, es wurde auch von der „Asia’s 50 Best“-Liste 2024 mit dem „Sustainable Restaurant Award 2024“ ausgezeichnet. Warum das Ganze? Eine erste Idee von der Philosophie Deepankers bekommt man, wenn man sein Restaurant betritt. Der Weg führt durch eine Allee an Pflanzen, die nicht zur Dekoration aufgestellt sind, sondern informieren wollen. Über das Saatgut, die Pflanze selbst, ihre Botanik und ihre Eigenschaften. Es ist allerdings „nur“ Infotainment, denn die eigentlichen Pflanzen, die im HAÖMA verwendet werden, wachsen auf einer eigenen



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





Die Zutaten kommen aus Thailand, aber die DNA in Deepankers Menü ist indisch bis in die letzte Pore.



Farm, die eine Autostunde von Bangkok entfernt liegt. „Zumindest einmal pro Woche bin ich selbst vor Ort, weil ich es wichtig finde, dass Köche einen unmittelbaren Bezug zum Boden haben. Wenn man sich ausschließlich in der Großstadt bewegt und die Lebensmittel am Großmarkt kauft, bleibt das Thema Ökologie eine theoretische Sache“, meint Deepanker.

Wenn man mit den Produkten, die es am Markt gibt, nicht arbeiten will, hilft nur eines. Selbst anbauen, selbst züchten. Eben Landwirt werden.

DEEPANKER KHOSLA, HAOMA

will ich mich nicht zufriedengeben“, erzählt uns Deepanker nach einem köstlichen Essen in seinem Restaurant.

„... und sprich darüber“

Als Gastronom kann man sich dem Thema Nachhaltigkeit von verschiedenen Seiten nähern. Die einen – die meisten – tun es, indem sie sich für regionale Lebensmittel und Zutaten entscheiden. Das ist grundsätzlich ein guter und schlüssiger Zugang. Das Problem dabei ist nur: Jeder versteht

etwas anderes darunter. Nachdem es keine einheitliche Definition gibt, gibt es auch keine Richtlinien. Ohne Richtlinien keine Kontrolle und ohne Kontrolle kein Gütesiegel oder Logo. Also geht es darum, die Geschichte spannend, ordentlich und nachvollziehbar zu erzählen. Josef Floh macht das mit engem Radius, Norbert Niederkofler in Bruneck mit dem – recht radikalen – Konzept „Cook the Mountain“. Ein anderer Zugang ist die Bio-Zertifizierung. Dass das funktioniert, haben Markengemeinschaften wie die BioHotels oder die Bio-Wirtinnen längst bewiesen.

Die nachhaltigkeitspezifischen Auszeichnungen von Restaurantguides und andere Initiativen sind ebenfalls nicht zu unterschätzen. Michels grüner Stern wurde 2020 erstmals vergeben. Trotz anfänglicher Kritik über mangelnde Kontrolle und undurchschaubare Entscheidungskriterien hat der „Clover“ (eigentlich ist es näm-



Gaumen hoch! Diese neue Initiative fördert die Zusammenarbeit ambitionierter Produzenten und Köche.

© GAUMEN HOCH / PHILIPP HORAK

lich kein Stern, sondern ein grünes Kleeblatt) eine immense Strahlkraft – vor allem beim jüngeren Publikum. Gault&Millau pickt sich jährlich einen Leitbetrieb heraus und stellt die Verantwortlichen für ihre Leistungen im wahren Wortsinn auf die Bühne, und mit der Initiative „Gaumen hoch“ ist ein neuer, recht vielversprechender Player am Start, der ebenfalls in diese Richtung zielt.

Im internationalen Vergleich steht die heimische Gastronomie sehr gut

da, was nicht zuletzt an der kleinteilig strukturierten Landwirtschaft mit ihrem vergleichsweise hohen Anteil an Bio-Bauern liegt. Es sind nicht nur Spitzenköche von Paul Ivic über Alain Weißgerber bis zu Andreas Döllner und Heinz Reitbauer, die seit Jahren mit „grünen“ Konzepten aufhorchen lassen (und eigentlich allesamt einen grünen Michelin-Stern verdienen würden). Auch am Land gibt es immer mehr „einfache“ Betriebe, die sehr erfolgreich mit grünem Herzblut geführt werden. ●



lesen&staunen

WIE SCHMECKT DER WEISSENSEE?

Wie man Nachhaltigkeit in der Gastronomie tatsächlich leben kann, wird in diesem wunderbar illustrierten Buch von Hannes Müller, der als Hotelier und gleichzeitig auch als Vier-Hauben-Koch in der „Forelle“ am Weißensee ganzjährig Gäste verwöhnt, eindrucksvoll geschildert. Für die textliche Gestaltung war Tobias Müller verantwortlich, der auch zahlreiche Gastautoren vor den Vorhang bittet. Fotografiert hat Inge Prader.

Das Buch ist in ausgesuchten Buchhandlungen erhältlich. Man kann es auch um € 49,- direkt im Hotel (www.dieforelle.at) bestellen.



Frischer Genuss bei Wedl.

Mit grüner statt rosaroter Brille

Der oberösterreichische Gastronomie-Lieferant Kröswang feiert heuer sein 50-Jahr-Jubiläum. Zeit für Rück- und Ausblicke mit Firmenchef Manfred Kröswang, den wir im Rahmen des diesjährigen GastroBizz im sonnigen Dubrovnik zum Interview getroffen haben. ●

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: KRÖSWANG



● Gut gelaunt ins Jubiläumsjahr – Manfred Kröswang beim Interview am GastroBizz in Dubrovnik.



● Das Frischekompetenzzentrum von Kröswang mit dem Klaushof.



Lust & Leben: Andere schauen gerne durch eine rosarote Brille, Sie haben sich zum Interview eine grüne Brille aufgesetzt. Was hat es damit auf sich?

Manfred Kröswang: Unser Unternehmen feiert heuer 50 Jahre. Zu diesem Jubiläum machen wir im Juni ein großes Fest in unserer Firmenzentrale am Klaushof bei Grieskirchen. Dort haben meine Eltern vor 50 Jahren mit der Belieferung der Gastronomie begonnen. Jeder Gast bekommt eine grüne Brille geschenkt, die für einen hoffnungsvollen Blick in die Zukunft steht. Ich trage sie jetzt bei strahlend schönem Wetter schon einmal zur Probe.

Die Zukunft des Unternehmens scheint ja durchaus erfreulich zu werden. Kröswang schreibt keine roten, sondern tiefschwarze Zahlen, oder?

Richtig. Die Zahlen sind natürlich wichtig, und wir bemühen uns Jahr für Jahr darum, ordentlich zu wirtschaften, weil das die Basis für eine gesunde Unternehmensentwicklung ist. Gleichzeitig sind mir aber andere Parameter wichtig, die sich nicht unmittelbar aus der Bilanz ablesen lassen. Die Zufriedenheit der Mitarbeiter und unserer Kunden steht in unserem Wertekatalog ganz oben. In eine Bilanz können auch einmal externe Faktoren hineinspielen,

Die Bilanz verrät nicht alles, was wichtig ist.

MANFRED KRÖSWANG

die nichts mit der eigenen Performance zu tun haben. Eine Pandemie wie Corona hat wohl niemand am Schirm gehabt, um nur ein Beispiel aus der jüngeren Vergangenheit zu nehmen.

Wenn die Gastronomie gesetzlich geschlossen wird, braucht es auch keine Lieferanten – der Umsatz ist über Nacht auf null gesunken. Wie ist Kröswang durch diese Krise gekommen?

Eigentlich sehr gut. Die ersten paar Wochen habe ich mir Sorgen gemacht, weil wir ja sowohl unseren Kunden als auch den Lieferanten gegenüber Verpflichtungen hatten und es nicht ganz klar war, wie wir in so einer Situation ausreichende Liquidität garantieren können. Schlussendlich gab es jedoch umfassende gesetzliche Regelungen und Förderungen, sodass auch die meisten Gastronomen relativ unbeschadet durch die Krise gekommen sind. Wir haben keine Mitarbeiter kündigen müssen und sind danach sehr erfolgreich mit neuem Schwung durchgestartet.

Was bedeutet das konkret?

Konntet ihr den Wachstumskurs von „vor Corona“ wieder aufnehmen?

Absolut. Wir wachsen im Schnitt rund zehn Prozent pro Jahr, was ich für eine gesunde Entwicklung halte, weil wir das, sowohl was die eigene Infrastruktur als auch unsere Mitarbeiterzahl betrifft, gut managen können. Ein allzu rasches Wachstum bereitet fast jedem Unternehmen Schwierigkeiten, rückläufige Umsätze ebenfalls. Wir gehen dabei aber nicht übermotiviert in den Markt und versuchen nicht mit aggressiven Aktionen, „auf Teufel komm raus“ neue Kunden zu gewinnen. Wir bauen konsequent unsere Frische-Kompetenz aus und entwickeln dabei auch laufend neue Produkte, die das Leben für unsere Kunden einfacher macht. Vor zwei Jahrzehnten lag der Anteil des Tiefkühlsortiments noch bei zwei Drittel, heute liegt der Anteil von Frische-Artikeln bei mehr als 50 Prozent.

Lassen sich solche Sortimentsverschiebungen bewusst planen, oder folgt man dabei einfach nur allgemeinen Marktentwicklungen?

Wir leben in einer freien Marktwirtschaft und sind nicht das einzige Unternehmen, bei dem Gastronomen Lebensmittel einkaufen. Gerade im Trockenbereich gibt es relativ wenig



☛ **Josef Moosbrugger, Karl Feichtinger, Manfred Kröswang, Norbert Marcher und Rudolf Großfurther (v. l.) tragen die Regionalitätsoffensive gemeinsam.**

Raum für qualitative Differenzierung, da ist der Preis vielfach das einzige Kaufkriterium, wo internationale Multis ihre Marktmacht ausspielen können. Geht es um Frischware, ist vor allem die Logistik und die Nähe zu den Lieferanten wie auch zu den Kunden entscheidend. Das macht uns so schnell keiner nach. Ich habe schon schmunzeln müssen, als ein Mitbewerber vor Kurzem damit geworben hat, dass er im Fleischsegment jetzt neu 50 Artikel aus Österreich im Sortiment hätte. Wir haben über 500 Artikel und können das gesamte Fleischsortiment mit Ware aus Österreich liefern, auf Wunsch auch in Bio-Qualität. Unter dem Motto „Zeit für Fleisch. Aus Österreich“ haben wir vor Kurzem gemeinsam mit unseren Lieferanten eine große Regionalitätsoffensive gestartet.

Apropos „Bio“. Wie wichtig ist das Öko-Thema eigentlich bei Kröswang?
„Bio“ und „Öko“ sind zwei ganz unterschiedliche Dinge. Nachhaltig zu wirtschaften ist schon lange ein ganz zentraler Wert unseres Unternehmens.

Nicht immer bedeutet Bio automatisch einen Mehrwert im Sinne der Nachhaltigkeit.

MANFRED KRÖSWANG

Wir haben schon vor der Energiekrise sämtliche Standorte mit Photovoltaik-Anlagen ausgerüstet und produzieren über 50 Prozent unseres Strombedarfs selbst. Den Rest beziehen wir als Öko-Strom. Wo immer möglich, sparen wir CO₂-Emissionen ein, den verbleibenden Rest kompensieren wir mit zugekauften Zertifikaten. Wir sind also nachweislich ein CO₂-neutrales Unternehmen. Meeresfische kaufen wir ausschließlich mit MSC-Siegel, auch wenn das nicht für jeden Kunden entscheidend ist. Das Thema „Bio“ ist komplex. Nicht immer bedeutet bio automatisch einen Mehrwert im Sinne der Nachhaltigkeit. Wir kennen alle unsere Lieferanten seit vielen Jahren und wissen genau, wie sie produzieren. Daher ist uns ein amtliches Siegel, das nur gewis-

se Mindeststandards zertifiziert, nicht ganz so wichtig. Mittlerweile gibt es aber auch bei Kröswang ein breites Frische-Sortiment mit Bio-Bereich.

Frische ist ein relativer Begriff, mit dem viele gerne werben. Der Weg vom Feld zum Kunden ist allerdings eine Black Box, über die niemand gerne spricht. So frisch, wie ein Supermarkt-Kunde glaubt, ist eine Bio-Tomate, die aus Südspanien kommt, dann doch nicht. Aber so genau will man das halt nicht wissen ...

Wir wissen das ganz genau und sprechen gerne darüber, denn darum dreht sich bei uns eigentlich alles. Anders als im Supermarkt, liegt das Gemüse bei uns nicht in Regalen herum und wartet darauf, dass es irgendwann gekauft wird. Wir liefern großteils „on demand“. Wenn eine Bestellung eingeht, wird diese in Echtzeit an unsere Lieferanten weitergeleitet, sodass wir in der Lage sind, binnen 24 Stunden frisch zu liefern. Schneller geht es einfach nicht. Neben durchgehenden Kühlketten und einer ausgeklügelten Logistik ist die reibungslose Vernetzung der IT-Systeme mit den Lieferanten entscheidend. Das macht uns so schnell keiner nach.

Wie hat sich das Frische-Sortiment in den letzten Jahren entwickelt? Gibt es auch hier einen Trend zu Convenience-Produkten?

Wir beschäftigen zwei eigene Produkt-Manager, die laufend neue Produkte entwickeln.

MANFRED KRÖSWANG

Ich mag den Begriff „Convenience“ nicht sonderlich, weil Konsumenten damit oft einen Verzicht auf Frische und Qualität assoziieren. Gleichzeitig überlegen wir uns laufend, welche Arbeitsschritte wir den Köchen abnehmen können. Wenn wir Kartoffeln nicht nur waschen, sondern auch gleich

schälen, verlieren sie bei professioneller Handhabung nichts von ihrer Qualität. Auch vorgeschnittener Salat kann durchaus Sinn machen. Wir haben gemeinsam mit unseren Lieferanten viel Know-how entwickelt und in Geräte investiert, wie sie man sie selbst in Profi-Küchen nicht findet. Noch größeres Potenzial gibt es diesbezüglich im Tiefkühlsegment. Wir beschäftigen zwei eigene Produkt-Manager, die laufend neue Produkte entwickeln. Vor allem in der Pâtisserie tut sich da wahnsinnig viel. Wir haben Spezialitäten im Sortiment, die man auch in der Fünf-Sterne-Hotellerie bedenkenlos einsetzen kann. Wenn wir unseren Kunden Verarbeitungsschritte abnehmen, darf das nie mit einer Verschlechterung der Qualität einhergehen, sondern stellt zumeist sogar eine Verbesserung dar.

Gilt das auch für das immer wieder gerne angeführte Beispiel des Wiener Schnitzels?

Das ist ein gutes Beispiel, um zu zeigen, worum es dabei geht. Natürlich liefern wir auch Kalb- oder Schweinefleisch im Ganzen, falls der Koch die Portionierung selbst vornehmen will. Für viele Gastronomen macht es jedoch wesentlich mehr Sinn, diesen Arbeitsschritt von uns erledigen zu lassen. Wir haben auch fix und fertig panierte Schnitzel in unserem Tiefkühlsegment, die wunderbar soufflieren. Schmeckt ein frisch paniertes Schnitzel die Spur besser? Wenn alle anderen Parameter gleich sind, wahrscheinlich schon. Wird das Schnitzel jedoch nicht frisch paniert, sondern ein paar Stunden zuvor, hat unser TK-Schnitzel geschmacklich immer die Nase vorne. Wir haben das hunderte Male getestet und kritisch verkostet – auch gemeinsam mit Kunden. Und dabei haben wir noch gar nicht vom Wareneinsatz gesprochen.

Heißt das, dass es für Gastronomen günstiger ist, auf Kröswang-Conve-

Ich arbeite am Genuss. Ich arbeite an Wien.

Johannes ist stolz auf seinen Job und seinen Beitrag zur Versorgung mit Lebensmitteln. Er kontrolliert Gewerbebetriebe, Lebensmittelbetriebe und Märkte. Diese wichtige Aufgabe motiviert ihn täglich aufs Neue.

Die Stadt Wien bietet ihm ein faszinierendes, vielfältiges und innovatives Arbeitsumfeld und das in einem krisensicheren Job mit Verantwortung.

Arbeite auch du an Wien und bewirb dich unter: jobs.wien.gv.at

#arbeitenanwien

Stadt Wien



Bezahlte Anzeige



jobs.wien.gv.at



24-h-Frischegarantie: Die frischen Lebensmittel der Kröswang-Partner werden bis 4 Uhr früh auf die zwölf Standorte verteilt. Ab 5 Uhr früh startet die Belieferung in die Küchen der Gastronomie. ●



wer&was

Zum Unternehmen

In den 1960er-Jahren begann der umtriebige Landwirt Manfred Kröswang senior auf seinem traditionellen Vierkanter Klausmayrhof (heute Klaushof) damit, vermehrt auf Hühnermast zu setzen. Es kamen damals die ersten Geflügelrestaurants („Wienerwald“ und Co) auf. Dann ergab sich eine Vertriebspartnerschaft mit dem Vorarlberger Großbäcker Ölz, der auch im Osten des Landes Fuß fassen wollte.

Manfred Kröswang senior hatte Freude an der unternehmerischen Tätigkeit und investierte in Lagermöglichkeiten und Fahrzeuge, um mit der Belieferung der Gastronomie zu beginnen. Offizielles Gründungsjahr war 1974.

Die eigene Hühnermast wurde eingestellt, der Vertrieb von Lebensmitteln für die Gastronomie konsequent ausgebaut. Es kamen laufend neue Lieferpartner hinzu, auch Eier, Pommes frites und Tiefkühlprodukte wurden ins Sortiment aufgenommen.

In den 1990er-Jahren standen die Zeichen auf Expansion – auch mit neuen Standorten in Wiener Neudorf und Melk, dann im Pinzgau und in Wernberg sowie in Partnerschaft mit Robert Redl in Zwettl. Während Manfred Kröswang in Wien sein Betriebswirtschaftsstudium abschloss, entstand in Böhmekirchen ein modernes Logistikzentrum. Mit weiteren Standorten und der Kooperation mit der Vorarlberger Firma Frischhandel war Kröswang ab der Jahrtausendwende österreichweit präsent.

In Sauerlach bei München wurde die erste nichtösterreichische Niederlassung gegründet. Auch am süddeutschen Markt reüssierte man mit „Frische aus Österreich“, zwei weitere Standorte im Allgäu folgten. Konsequenterweise wurde auch der Firmensitz bei Grieskirchen modernisiert und erweitert. Die beachtliche Unternehmensentwicklung lässt sich auch in Zahlen fassen. Als Manfred Kröswang die Unternehmensleitung im Jahr 2003 übernahm, lag der Umsatz bei 32 Millionen Euro, die Mitarbeiterzahl betrug 90. Im vergangenen Geschäftsjahr erwirtschafteten über 600 Mitarbeiter einen Umsatz von 372 Millionen Euro. ●

nience-Produkte zu setzen, anstatt selbst zu kochen? Geht da nicht ein Stück österreichischer Genussskultur verloren?

Nein, das meine ich nicht. Ein guter Koch, der frisch produziert, macht natürlich einen großen Unterschied. Für diese Kundenschicht haben wir mit Sicherheit die größte Frische-Kompetenz der Branche. Es stellt sich nur die Frage, welche Arbeitsschritte vor Ort in der Küche passieren müssen und welche man vernünftigerweise auslagert. Um gewisse Vorbereitungsschritte verlässlich erledigen zu können, braucht es mehr Personal, als in den meisten Küchen verfügbar ist. Was macht man mit Abschnitten, die anfallen, aber nicht unmittelbar verwertet werden können? Wie plant man sein Angebot bei wechselhafter Nachfrage? Wir können einem Gastronomen nicht die wirtschaftliche Planung seines Unternehmens abnehmen, aber wir können ihm dabei helfen, erfolgreicher zu sein.

Wie sehen Sie die Lage der heimischen Gastronomie generell? Die befürchtete große Marktberreinigung

Die Zeiten, in denen die Oma am Wochenende mitgekocht hat, damit es sich wirtschaftlich irgendwie ausgeht, sind vorbei.

MANFRED KRÖSWANG

durch Corona ist ja weitgehend ausgeblieben, oder?

Es ist zu keiner großen Schließungswelle gekommen, die Marktberreinigung passiert jetzt – oft im Zusammenhang mit dem Generationswechsel – schrittweise. Professionell geführte Wirtschaftshäuser können auch heute sehr erfolgreich geführt werden, was wir als Lieferant ja tagtäglich tausendfach erleben. Doch die Zeiten der Selbstaubeutung, in denen die Oma am Wochenende mitgekocht hat und die Kinder im Service mithelfen mussten, damit es sich wirtschaftlich irgendwie ausgeht, sind vorbei. Manche Gastronomen reagieren mit eingeschränkten Öffnungs-

zeiten wie einer Vier-Tage-Woche, was manchmal zwar einen niedrigeren Gesamtumsatz bedeutet, aber gleichzeitig die Ertragslage verbessert. Ich sehe die inhabergeführte Gastronomie nicht in der Krise.

Gerade im urbanen Raum boomen schnelle, trendige Konzepte, die mit Kampfpreisen versuchen, eine junge Zielgruppe anzusprechen. Welche Angebote habt ihr für preisaggressive Gastronomen?

Gar keine. Natürlich bieten wir unseren Kunden gute Produkte in unterschiedlichen Preissegmenten an, aber wer versucht, sich ausschließlich über den Preis zu definieren, ist bei uns an der falschen Adresse. Wir haben klare Vorstellungen hinsichtlich unserer Qualitätsstandards. Wir kaufen keine ausländische Billigware, um bei ruinösen Preisschlachten am Rande der Legalität mitmachen zu können. Gleichzeitig gibt es viele trendige Konzepte im urbanen Raum, die eine junge Zielgruppe mit gutem Essen ansprechen und zu unseren treuen Kunden zählen. Was die Produktqualität bei Kröswang

betrifft, gibt es ein ganz einfaches Kriterium: Wir verkaufen nichts, was wir nicht selbst gerne essen würden!

Zum Schluss noch eine persönliche Frage: Sie haben das elterliche Unternehmen schon in jungen Jahren übernommen und beachtlich weiterentwickelt. Hat sich Ihr Führungsstil in den letzten 20 Jahren verändert, oder haben Sie sich in der Rolle des Chefs auf Anhieb wohlfühlt?

Ich habe schon neben meinem Studium laufend im Unternehmen mitgearbeitet und auch meine Diplomarbeit darüber gemacht. Ich habe das Unternehmen also sehr gut gekannt und hatte dadurch einen gewissen Startvorteil. Als Eigentümer hatte ich trotz meiner Jugend von Anfang an ausreichend Autorität, auch wenn mich das Thema Personalführung in den ersten Jahren an meine Grenzen gebracht hat. Ich habe immer versucht, mit Argumenten zu überzeugen und wichtige Entscheidungen gemeinsam mit meinem Führungsteam zu treffen. Was ich im Laufe der Zeit lernen musste, war, weniger zu arbeiten und nicht mehr. Die ers-

ten drei Jahre lang habe ich gar keinen Urlaub genommen und war täglich von früh bis spät in der Firma. Irgendwann ist mir klar geworden, dass es so nicht weitergehen kann – weder privat noch gesundheitlich. Wir haben dann gemeinsam mit einem externen Berater ein Organigramm mit zehn Schlüsselpositionen erstellt, wo achtmal mein Name aufgeschienen ist. So kann man einen Betrieb nicht dauerhaft führen. Danach haben wir das Unternehmen auf komplett neue Beine gestellt und strategische Verantwortungsbereiche genau definiert. Das hat sich auch auf das Klima bei allen Mitarbeitern extrem positiv ausgewirkt, was sich auch in einer sehr geringen Fluktuation zeigt. Ein wertschätzender Umgang der Mitarbeiter untereinander ist bei uns kein Schlagwort, sondern gelebte Praxis. Wir haben eine Größe erreicht, bei der das Funktionieren des Unternehmens nicht davon abhängig sein darf, wie gut der Chef gerade drauf ist. Meine wichtigste Aufgabe ist es, darauf zu schauen, dass alle Mitarbeiter gut drauf sind. Erfreulicherweise scheint uns das ganz gut zu gelingen. ●

„Nachhaltigkeit – WTF!?“

Ewig alt, aber aktueller denn je! Könnt ihr das Wort „Nachhaltigkeit“ auch nicht mehr hören? ●

TEXT: CHRISTOPH WAGNER, JÖRG WAGNER



© RON LACH

Woher kommt der Begriff „Nachhaltigkeit“ eigentlich und welche regulatorischen Schritte wurden bis heute gesetzt? Carl von Carlowitz gilt als Pionier der Nachhaltigkeit. 1713 prägte er in „Sylvicultura Oeconomica“ den Begriff „nachhaltige Nutzung“ – damals für die Forstwirtschaft. Als Oberberghauptmann in Kursachsen erkannte er, wie wichtig es ist, Ressourcen langfristig zu bewahren. Seine Ideen legten den Grundstein für unser heutiges Nachhaltigkeitsverständnis.

Vom 19. Jahrhundert bis heute

Im 19. Jahrhundert wurden die negativen Folgen der Industrialisierung offensichtlich: Luftverschmutzung, Wasserverschmutzung und Lebensraumzerstörung. Dies führte zur öffentlichen Diskussion und zur Gründung von Umweltschutzorganisationen wie WWF (1961) und Greenpeace (1971). Die Umweltkatastrophen der 1960er- und 1970er-Jahre, wie das Unglück der Exxon Valdez, machten die Notwendigkeit eines verbesserten Umweltschutzes deutlich. Und wissenschaftliche Studien, wie der Bericht „Die Grenzen des Wachstums“ des Club of Rome (1972), warnten vor den Folgen ungebremster Ressourcennutzung.

● **Rette sich, wer kann! Die Erde ist heute mit einem Anteil von 71 Prozent hauptsächlich mit Wasser bedeckt. Nur 29 Prozent der Erdoberfläche bestehen aus Landmasse. Aber was bringt die Zukunft?**

Seit den 1980er-Jahren integrieren Unternehmen zunehmend Corporate Social Responsibility (CSR) in ihre Strategien. CSR steht für die Verantwortung von Unternehmen gegenüber Gesellschaft und Umwelt, über gesetzliche Pflichten hinaus. Die Agenda 2030 der Vereinten Nationen setzt 17 Ziele für nachhaltige Entwicklung, um bis 2030 eine gerechtere, wohlhabendere und ökologisch nachhaltigere Welt zu schaffen. Sie fördert die Zusammenarbeit aller Länder und Akteure. Die Basis der Freiwilligkeit hat aber nicht den gewünschten Erfolg gebracht und wurde so durch verpflichtende Maßnahmen mit dem „Green Deal“ ersetzt.

Die EU-Taxonomie-Verordnung fördert nachhaltige Investitionen durch klare Kriterien und Standards. Sie zielt darauf ab, „Greenwashing“ zu reduzieren und Transparenz zu schaffen. Taxonomie und Sustainable Finance sollen somit in Richtung „grüner“ Wirtschaft lenken. Die CSRD (Corporate Sustainability Reporting Directive) soll die Nachhaltigkeitsberichterstattung von Unternehmen verbessern. Sie fördert Standardisierung, Vergleichbarkeit und die Integration von Nachhaltigkeitsaspekten in die Finanzberichterstattung. Hier geht es um das „Warum“, das „Wer“ und das „Wann“.

Die ESRS beschreibt konkret, was ein Bericht zu leisten hat. Die ESRS definiert also das „Wie“ und „Was“. Die neue und vor allem für KMUs interessante Form der freiwilligen Form (VSME ESRS) steht kurz vor der Einführung. ●

#3 Nachhaltigkeit

1983 gründeten die Vereinten Nationen die Brundtland-Kommission, um globale Umwelt- und Entwicklungsprobleme anzugehen. Ihr Bericht „Our Common Future“ (1987) definierte Nachhaltigkeit als „Entwicklung, die die Bedürfnisse der Gegenwart befriedigt, ohne die Möglichkeiten zukünftiger Generationen zu gefährden“. Diese Definition betonte die Balance von wirtschaftlichen, sozialen und Umweltzielen.

Umweltfragen wurden als globale Herausforderungen anerkannt, was zu wichtigen Abkommen wie dem Montreal-Protokoll (1987) und dem Kyoto-Protokoll (1997) führte.

Der Europäische Green Deal zielt darauf ab, die EU bis 2050 klimaneutral zu machen und wirtschaftliches Wachstum zu fördern. Er basiert auf dem Paris-Abkommen von 2015, das den globalen Temperaturanstieg begrenzen soll.



© HARRY WINKELHOFER

wer&was



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

Die Nachhaltigkeits-Serie
Alle 14 Tage genau hier auf
www.lustundleben.at

Brandaktuell die nächste Folge:
Bullshit-Bingo Nachhaltigkeit.

Gastronomie



Produktlaunch

Pago Eistee Zitrone und Pfirsich: zwei neue Begleiter für heiße Tage für den perfekten Pago-Moment, als Alternative zu Fruchtsaft und Limonade. ●

www.pago.at

Mehr Umsatz machen

Alpine Küche, neu gedacht. Der BierSnack ist der ideale Imbiss zum Bier, besonders jetzt zum Public Viewing der EM 2024. „Die ideale Alternative zu

Fleischgerichten, easy im Handling und kulinarischer ‚Dribblanksi‘ – vom Braumeister-Burger über Bierknöderln bis zum Alpenfalafel“, so Gründer Martin Jager. Unsere Note: sehr gut! www.easyvegan.at



Seidig und reichhaltig

Glenmorangie hebt mit Cadboll Batch #4 den cremigen Stil seines Single-Estate-Whiskys auf neue Höhen. Die Auflage reifte 15 Jahre lang in Designer-Bourbon-Fässern und ist rund mit Noten von Früchten und Honig. ●

www.glenmorangie.com

Generationenwechsel

Hugo Bichler prägte den gastronomischen Auftritt der Teekanne über einige Jahrzehnte. Nun folgt ihm der Bischofshofener Stefan Kornberger. So macht die Teekanne. ● www.teekanne.at



Aufschlagen, schichten, servieren

Mit „QimiQ Tiramisu“ ist die Zubereitung des italienischen Klassikers und des Lieblingsdesserts der Österreicher einfach und schnell erledigt. Ein „Dolce Vita“, das ab sofort in jeder Küche Einzug hält und ein schmackhaftes „Bella Italia“ für ihre Gäste zaubert. ● www.qimiq.com

Curuba-Holunderblüte

Die neue Red Bull Summer Edition vereint den exotischen Geschmack der Curuba mit der blumigen Note der Holunderblüte. Die hierzulande eher unbekanntere Curuba zählt zur Familie der Passionsfrüchte. Die neue Edition ist – pur oder als Twist in einem Mocktail – das perfekte Getränk für die Abende dieses Sommers!

www.redbull.com ●



Eingekochte Brühe

So kräftig und aromatisch wie möglich – das ist in vielen Küchen des Landes vom Gast gewünscht. Hügli bereichert dazu mit vier neuen Premium-Fonds. Ob kräftiger Rinder-, aromatischer Geflügel-, vielseitiger Gemüse- oder umamireicher Fischfond – jeder Tropfen steckt voller intensiver Aromen. Perfekt für Zeit- und Energieersparnis.

www.huegli.com ●



Sommerlicher Klassiker

Rosamunde – sag doch Ja

Das fruchtig-spritzige Stiegl-Kreativ-Bio-Hausbier für den Sommer ist schon ein Klassiker. Nun zeigt es sich im neuen Gewand für die Getränkekarte des Sommers. ●

Für alle, die beim Namen Rosamunde nicht an romantische Liebesgeschichten vor britischer Kulisse, sondern an sommerlichen Biergenuss denken, gibt es wieder gute Nachrichten. Denn sie ist wieder da – „Rosamunde“, die fruchtig-spritzige Berliner Style Himbeer Weisse aus der Stiegl-Hausbrauerei. Für die Neuauflage des beliebten Hausbier-Klassikers sind Kreativbraumeister Markus Trinker und sein Team – frei nach dem Motto „Never change a perfect beer“ – bei der bewährten Rezeptur geblieben.

Das saisonale Frucht-Sauerbier mit 5,0 % vol. Alkohol eignet sich als Aperitif oder auch zum Mixen für köstlich erfrischende Biercocktails. Als Speisenbegleiter harmonisiert es zu leichten Sommersalaten und Frischkäse sowie zu Süßem wie Zitronensorbet oder feinen Mehlspeisen. Ob also vor dem Essen oder dazu, ob pur oder gemixt – „Rosamunde“ ist auf jeden Fall das perfekte Getränk für diesen Sommer!

Etiketten im neuen Design

Qualität und Geschmack der fruchtigen Bierspezialität sind von gewohnter Güte – neu ist jedoch das Kleid, in dem Rosamunde sich in diesem Sommer zeigt. Alle Stiegl-Kreativ-Bio-Hausbiere wurden einem Etiketten-Redesign unterzogen, um sich dem Gast am Tisch im perfekten optischen Look zu zeigen.

Im Fass und der Flasche

Bis Anfang September ist das Stiegl-Hausbier „Rosamunde“ im Stiegl-Ge-

tränkeshop Salzburg und online auf www.stiegl-shop.at sowie bei ausgewählten Partnern der Gastronomie in der 0,75-Liter-Einwegflasche sowie frisch gezapft vom Fass erhältlich. ●



● „Unsere ‚Rosamunde‘ begeistert auch heuer wieder durch die hinreißend rosarote Farbe und im Geschmack durch die sehr feine Säure, die typisch für diesen in Berlin beheimateten Bierstil ist. Die Beigabe von feinpuriierten Bio-Himbeeren sorgt für ein unwiderstehlich fruchtiges Geschmackserlebnis und für eine sommerlich-spritzige Erfrischung mit beerigem Nachhall“, erklärt Markus Trinker.



© WILDBILD.DAT

wer&was

Berliner Style Himbeer Weisse
Mit roter Färbung überrascht dieses Sauerbier im Glas. Beheimatet in Berlin, zeichnet sich der Bierstil durch die Zugabe von Milchsäurekulturen aus. Die sehr feine Säure in Geruch und Geschmack ist eine aromatische Bereicherung im Glas. Abgerundet durch den beigegebenen echten Himbeergrieß, glänzt sie als sommerlich-spritzige Erfrischung.





Große Weine am kleinen See

Andreas Katona ist vom Wörthersee an den Längsee übersiedelt. Im Restaurant des Weinguts Georgium serviert er jetzt bodenständigere Gerichte und schenkt großartige Weine aus. ♦

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER // **FOTOS:** RAINER FEHRINGER

Irgendwann stellt sich für jeden ambitionierten Gastronomie-Mitarbeiter die Frage der Selbstständigkeit. Für Andreas Katona war es zum Jahreswechsel 2023/24 so weit. Nach fünf Jahren Luxusgastronomie in Hubert Wallners Vier-Hauben-Restaurant am Wörthersee brach er zu neuen Ufern auf und wechselte an die eher ruhigen Gestade des Längsees bei St. Veit an der Glan, wo sich das Weingut Georgium befindet. Die waren auf der Suche nach einem neuen Pächter, der sich um das idyllisch gelegene Restaurant des Weinguts kümmern sollte. Seit Ostern bewirte Katona jetzt als „Mundschenk“ die Gäste, in der Küche agieren die beiden jungen Kärntner Köche Martin Kruttner und Andreas Klammer.

Du warst dein gesamtes berufliches Leben in der Luxusgastronomie beschäftigt. Was hat dich dazu bewogen, es jetzt etwas bodenständiger anzugehen?

Nach über 20 Jahren im Service wollte ich mich selbstständig machen. Das ist der logische nächste Schritt, wenn man in dieser Branche im Angestellten-Verhältnis alles erreicht hat, was man erreichen kann. Mit diesem Gedanken spielte ich mich schon länger. Jetzt hat alles gepasst, also habe ich diesen Schritt zu

Jahresanfang gewagt. Was mir in der Top-Gastronomie immer getaugt hat, ist die Fokussierung auf Spitzenqualitäten in allen Bereichen. Diese Philosophie werde ich auch in Zukunft beibehalten, weil sie Teil meiner Weltanschauung geworden ist. Aber das kann man auch in einer entspannten und ungezwungenen Form umsetzen.

Der Längsee ist deutlich weniger glamourös als der Wörthersee. Kann man hier Gastronomie mit derart hohen Ansprüchen überhaupt erfolgreich betreiben?

Das will ich hoffen, wenngleich das Publikum natürlich ein anderes ist. Mein

Naturweine befeuern mein Leben.

ANDREAS KATONA

Vor-Vorgänger Markus Rath hat das hier ja auch jahrelang geschafft, bevor er vor zwei Jahren zurück in seine steirische Heimat gegangen ist. Mir ist wichtig, ein zugängliches Lokal zu machen, das keinerlei Schwellenängste erweckt. In ein Luxusrestaurant geht man zu besonderen Anlässen, um sich einen Abend lang in Form eines großen Menüs verwöhnen zu lassen. Dafür zieht man sich schön an und lässt sich das auch etwas kosten. Wir wollen ein Lokal für viele Anlässe sein, wo man auch ganz kurzfristig auf eine Kleinigkeit vorbeikommen kann. Wir wollen das ganze Jahr hindurch offen halten und müssen dafür auch die Einheimischen als Stammgäste gewinnen.

Das hängt auch von der Güte der Küche und dem Preisniveau ab. Wie habt ihr euch da positioniert?

Saisonal und regional – aber nicht als Schlagworte, sondern als gelebte Werte. Wir befinden uns schließlich am Weingut Georgium, wo Markus Gruze und Uta Slamanig seit Jahren die Philoso-





phie einer nachhaltigen Bewirtschaftung leben und sich aktiv beim Slow Food Convivium Kärnten einbringen. „Gut – sauber – fair“ sind Werte, die auch mir total wichtig sind. Mit Martin Kruttner und Andreas Klammer sind zwei junge und doch schon sehr erfahrene Kärntner Köche an Bord, die beide in Top-Restaurants in ganz Österreich gearbeitet haben. Zurück in ihrer alten Heimat zeigen sie bei jedem Teller, was sie können. Wir sind eher ein Bistro und kein Fine-Dining-Restaurant. Es gibt drei Vorspeisen, drei Zwischengerichte und drei Hauptgänge – jeweils mit Fleisch, Fisch oder vegetarisch. Wer Lust hat, kann sich auch ein fünfgängiges Menü mit Weinbegleitung zusammenstellen lassen. Unser Motto lautet: Man kann, aber man muss nicht. Das bedeutet, dass die Gäste bei jedem Besuch selbst bestimmen können, wie viel Geld sie ausgeben wollen.

Im Gastraum könnt ihr rund 20 Gäste bewirten, im Sommer mit dem lässigen Gastgarten finden wesentlich

Wir überraschen unsere Gäste positiv.

ANDREAS KATONA

mehr Gäste Platz. Das wird zu dritt kaum zu schaffen sein, oder?

Das wird sich nicht ganz ausgehen. Während der Saison werden wir sowohl im Service als auch in der Küche Verstärkung aufnehmen. Am Wochenende sperren wir bereits zu Mittag auf, die restlichen Tage gibt es nur ein Abendservice, wobei wir bei den Öffnungszeiten flexibel sein wollen. Wenn jemand am Nachmittag eine Kleinigkeit essen und etwas trinken will und wir bereits da sind, werden wir keine Gäste weg-schicken.

Und wie schaut das Getränke-Angebot aus? Als einer der bekanntesten Sommeliers des Landes hast du ein sehr breites Weinwissen. Gleichzeitig befindet sich das Lokal auf einem Weingut. Was gibt es glasweise zu trinken und was flaschenweise?

Markus Gruze kenne und schätze ich seit mehr als zehn Jahren. Wir haben uns bei der ersten Raw-Naturweinmesse in Wien kennengelernt, als Wein aus Kärnten noch eine absolute Rarität war. Bei uns kann man auch reifere Jahrgänge der Georgium-Weine trinken, was sich gerade beim Pinot Noir immer lohnt. Gleichzeitig haben wir jede Menge an außergewöhnlichen Weinen aus dem Naturwein-Bereich im Angebot. Wer zu mir kommt, erwartet sich schließlich auch Unbekanntes und Überraschendes. Wir ermuntern unsere Gäste sogar, selbst Weine mitzubringen, wenn sie etwas Besonderes im Keller haben, das sie mit Freunden teilen wollen. Je außergewöhnlicher der Wein, desto niedriger das Stoppelgeld.

Auf teure Prestige-Weine, die in deinen vorherigen Stationen zum Standardprogramm gehört haben, verzichtest du hier aber, oder?

Gar nicht. Bei uns bekommen die Gäste auch große Champagner und ausgewählte Flaschen aus dem Burgund. Nur

überbeuerte „Angeber-Weine“ gibt es bei uns nicht, weil sich wohl kaum „Etiketten-Trinker“ zu uns verirren werden. Gleichzeitig wollen wir Weinfreunden schon etwas bieten, ganz egal, wie viel Geld sie gerade ausgeben wollen. Da bin ich gerne ein individuell agierender Mundschenk, der stets den passenden Wein findet.

Danke fürs Stichwort. Wie kam es eigentlich zum Namen Mundschenk für dein erstes eigenes Lokal?

Ich habe da länger nachgedacht, weil ich das Lokal nicht einfach nach meinem Namen taufen wollte. Dann habe ich mich daran erinnert, dass Juan Amador seinerzeit für sein Wiener Restaurant einen Mundschenk und keinen Somme-



wer&was

Ein Sommelier wird Gastronom

In welchem heimischen Luxusrestaurant hat Andreas Katona eigentlich nicht gearbeitet? Nach der Lehre im Wiener Innenstadtgasthaus Kupferdachl („Zum Leupold“) und einem Sommer am Arlberg wechselte er Ende 2002 ins eben erst eröffnete Palais Coburg, wo Christian Petz einen fulminanten Start hinlegte. Nach zwei Jahren ging es in die Schweiz und dann zu Jean-Georges Klein ins Elsass. Es folgten zwei Jahre im Hangar-7. Aus familiären Gründen ging Katona dann für ein Jahr zurück nach Wien, wo er bei Christian Petz am Badeschiff andockte. Es folgten fünf Jahre bei Simon Taxacher, zwei Jahre bei Juan Amador und dann fünf Jahre bei Hubert Wallner am Wörthersee – überall als Chefsommelier. Im vergangenen Jahr wurde der schon lange gehegte Wunsch, sich als Gastronom selbstständig zu machen, immer konkreter. Als Markus Gruze vom Weingut Georgium einen neuen Pächter für 2024 suchte, wurde man rasch handelseins. Schließlich kennt man sich schon seit vielen Jahren. Zu Ostern 2024 hat Katona das neue Restaurant namens „Der Mundschenk“ eröffnet.

www.georgium.at

lier gesucht hatte. Das bin dann ich geworden. Der Name ist vielleicht etwas außergewöhnlich, aber ich denke, das passt ganz gut zu mir.

Ursprünglich kommst du aus Wien, in Kärnten bist du „erst“ seit fünf Jahren. Dialekt hast du jedenfalls noch keinen angenommen. Seit wann war dir klar, dass du fix in Kärnten bleiben willst?

Dialekt ist nicht so meins. Ich habe auch nie wienerisch gesprochen, obwohl ich dort aufgewachsen bin. Wenn man in unserer Branche etwas erreichen will, sollte man bereit sein, dorthin zu gehen, wo man einen attraktiven Job findet. Mir hat auch Tirol während meiner Zeit bei Simon Taxacher gefallen, landschaftlich waren auch das Elsass und die Schweiz attraktiv. Die Verbindung zu Wien ist nie abgerissen. Aber in den letzten fünf Jahren habe ich Kärnten kennen und lieben gelernt. Ich habe mich also zunächst in der näheren Umgebung umgeschaut und bin am Längsee fündig geworden. Die Landschaft ist schön, das Klima angenehmer als im restlichen Österreich, und mir gefällt die Lebensart der Kärntner, die ein bisschen fröhlicher und unbeschwerter ist als in den anderen Bundesländern. Ich fühle mich hier sehr wohl. ●



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.

Anton Haubenberger

Ihr Anton Haubenberger

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

www.haubis.at



Im Einklang mit der Natur

In einer intakten Naturlandschaft leben zu können ist zu einem Privileg geworden. Diese auch für kommende Generationen zu erhalten, hat im Pierer-Kosmos auf der Teichalm höchste Priorität. ◆

REDAKTION: GÜNTHER GAPP FOTOS: RAINER FEHRINGER



◆ Gute Aussichten: Das Holz der Nachbarn für die Hackschnitzel-Heizung schafft echte Wertschöpfung für die Region.

Das Logo mit einer stilisierten Kuh erinnert an vergangene Tage: Vor 130 Jahren haben Maria und Franz Pierer während der Sommermonate eine bescheidene Jausenstation betrieben, während ihre Kühe auf den saftigen Wiesen der Teichalm weideten.

Mit der Übernahme durch die beiden Brüder Alfred und Franz Pierer im Jahr 1993 wurde der Wechsel hin zu einem modernen Tourismusbetrieb eingeläutet. Heute sind hier 150 Mitarbeiter beschäftigt, die sich um das Hotel mit Wellnessbereich, den Almerlebnispark und die Latschenhütte kümmern. Authentisch, naturverbunden und nachhaltig – nach diesen Prinzipien ist das gesamte Angebot des Almhotels Pierer gestaltet. Vom rustikalen und doch zeitlos-modernen Design des Hauses über die Beheizung mit nachwachsenden Rohstoffen und einer Solaranlage bis zu den naturbelassenen Angeboten der Almwellness zeigt sich ein rück-sichtsvoller Umgang mit der Natur. Das Gleiche gilt in der Küche: Unter dem Motto „Almgenuss-Kulinarik“ wird auf beste Lebensmittel aus der Region großen Wert gelegt. Das Österreichische

Wir sind tief in der Region verwurzelt.

ALFRED PIERER

Umweltzeichen für Tourismus belegt diese Form der Unternehmensführung.

Lust & Leben: Viele Menschen starten ihren Arbeitstag am Computer. Wie schaut das bei Ihnen aus?

Alfred Pierer: Ganz anders! Seit vier Jahren haben wir einen Hund mit ausgeprägtem Jagdtrieb. Der will in aller Früh seine Runde drehen. Ich starte also mit einem Spaziergang rund um den See. Erst danach geht es kurz ins Büro und zu den ersten Tagesbesprechungen. Dann noch eine Runde in die Latschenhütte und zum Kletterpark, um nach dem Rechten zu schauen.

Sie haben sich den Umweltschutz auf die Fahnen geschrieben. Wie zeigt sich das in der täglichen Arbeit?

Wenn man so idyllisch im Naturpark Almenland wohnen darf, ergibt sich daraus auch eine Verantwortung. Die nehmen wir in vielerlei Hinsicht



Hygienische Arbeitsweise, wirtschaftlicher Betrieb und extrem niedrige Verbrauchswerte inklusive effektiver Wärmerückgewinnung. Korb für Korb. Das und vieles mehr liefert die individualisierte M-IQ Korbtransportspülmaschine.



Dasselbe Gen: Die Cousine übernahm das Backen von Mutter Maria – dem Herz des Hauses.



Wenn man in einem Naturpark wohnen darf, ergibt sich daraus eine Verantwortung.

ALFRED PIERER

wahr. Trotzdem versuchen wir laufend, besser zu werden. Unsere Hackschnitzel-Heizung arbeitet mit dem Holz der Nachbarn. Die Wertschöpfung bleibt daheim, so schaffen wir auch einen Mehrwert für unsere Partner. Die Photovoltaikanlage liefert aktuell bereits ein Drittel unseres Strombedarfs, bald wird es die Hälfte sein. Derzeit prüfen wir den Bau eines Blockheizkraftwerks.

Sie sind laufend am Investieren. Abgesehen vom zweiten Mitarbeiterhaus

Maria auf „Drei-Sterne-Niveau“ wurde auch die Küche sehr großzügig umgebaut. Inwiefern haben sich die Abläufe in der Küche geändert?

Köche sprechen gerne über die Zubereitung, aber weniger gern über die Entsorgung. Wenn man in der Küche nachhaltig wirtschaften will, ist aber beides wichtig. Wir arbeiten jetzt mit je einer 1.000-Liter-Anlage im Hotel und der Latschenhütte, wo die Speisereste und organischen Küchenabfälle auf eine saubere Weise entsorgt und zu einem begehrten Substrat zur Biogasgewinnung werden. Wir nutzen auch Fettabscheider zum Trennen von Fetten und Ölen vom Abwasser. Und wir haben das Glück, mit Stephan Herbst einen Kapazunder als Haustechniker zu haben, der in kürzester Zeit so ziemlich alles reparieren kann, was es gibt.

Wissen Ihre Gäste eigentlich, was bei Ihnen im Hintergrund alles läuft?

Nein. Das müssen sie auch gar nicht. Schließlich kommen sie zu uns, um entspannt Urlaub zu machen. Über die Morgenpost, die beim Frühstück auf dem Tisch liegt, informieren wir unsere Gäste aber sehr wohl über unsere Bemühungen, den ökologischen Fußabdruck möglichst gering zu halten. Da gibt es viele Möglichkeiten, vom Handtuch- oder Seifengebrauch bis zur Vermeidung von Lebensmittelabfällen beim Buffet. In Summe sind es ja Tonnen, die im Laufe eines Jahres eingespart werden können. Weiterbildung und regelmäßige Schulungen für die Mitarbeiter sind ebenfalls wichtig.

Apropos Mitarbeiter – wie arbeitet es sich auf der Teichalm?



Weil gut kochen alleine zu wenig ist. Hygiene und Desinfektion haben einen hohen Stellenwert. Nicht nur in der Küche.



Die Photovoltaikanlage liefert aktuell bereits ein Drittel des Strombedarfs, bald sollen es 50 Prozent sein.

Hoffentlich sehr gut. Ich sehe jedenfalls fast nur lächelnde Gesichter in unserem Team. Damit das so bleibt, soll es ihnen auch außerhalb der Dienstzeiten möglichst gut gehen. Deshalb haben wir jetzt unser zweites Drei-Sterne-Haus Maria mit großzügigen Mitarbeiter-Zimmern eröffnet. Dazu gibt es eine eigene Mitarbeiterküche mit drei Mahlzeiten täglich. Die Küche spielt so ziemlich alle Stücke für die unterschiedlichen kulinarischen Leidenschaften der 40 Mitarbeiter. Nur gut zu kochen ist zu wenig.

Wie stellt sich das Verhältnis zu Lieferanten dar? Sind flexible Mietmodelle, für Küchengeräte, wie sie Meiko anbietet, für Sie überhaupt ein Thema?

Wir setzen am liebsten auf langfristige Partnerschaften, wodurch sich

im Laufe der Jahre ein Vertrauensverhältnis aufbaut. Wenn Investitionen anstehen, will ich wissen, was von Geräteseite her möglich ist. Wenn unsere Lieferanten verstehen, was wir brauchen, können sie uns die optimale Lösung anbieten. Mietmodelle sind vielleicht für kleinere Betriebe interessant, vor allem wenn sie eine niedrige Eigenkapitalquote haben. Das muss man sich von Fall zu Fall durchrechnen. Wir betrachten Geräte-Investitionen als Kapitalanlage und planen langfristig.

wer&wo

Almwellness Hotel Pierer Superior
www.hotel-pierer.at
Meiko Clean Solutions Austria
www.meiko.at



Beruhigend, wenn das Tagesgeschäft störungsfrei läuft.

Grün gespült

Ernst Mraz von Meiko über: Die Zukunft des Spülens

Die Nachhaltigkeit von Spülssystemen ist zu einer zentralen Kaufentscheidung geworden. Für Meiko bedeutet dies, Optimierungen zum Ressourcenverbrauch und der Abfallentsorgung laufend weiterzuentwickeln. Wir haben schon Konzepte in der Pipeline, mit Nassmüllanlagen auch kleine Biogasanlagen zu betreiben.

Permanente Innovation

Unsere Innovationen bei den Maschinen entstehen durch permanente Optimierung. Ob beim Wasser- und Chemieverbrauch, innovativer Wärmerückgewinnung, intelligenter Materialauswahl oder Strom- und Technikeinsatz der Maschinen, wie die wegweisende Lösung des „Gio-Moduls“ zur rückstandsfreien Geschirrtrocknung. Schlussendlich muss es funktionieren oder im Falle eines Falles eine schnelle Lösung gefunden werden. Dafür stehen wir ja bei Meiko.

Kaufen oder mieten

Wir bieten beides an, um für jeden Betrieb die perfekte Lösung bieten zu können. Davon ausgenommen sind lediglich unsere Großgeräte wie Band- oder Korbtransportmaschine, weil diese für jeden Kunden im Werk individuell konfiguriert werden.

Erfolgsformel für den perfekten Grillgenuss

Kennen Sie die kulinarische Erfolgsformel für ein perfektes Grillfest? Hier sind drei Tipps für einen unvergesslichen Grillgenuss. ●



1. Erstklassiges Fleisch aus Österreich

Mit GENUSS AUS ÖSTERREICH bietet Eurogast edles Hühner-, Rind- und Schweinefleisch höchster Qualität aus heimischer Herkunft. Zahlreiche Spitzenköche und Gastronomen schwören bereits auf das exklusive Fleischsortiment. Die Kennzeichnung 4 x AT bürgt dafür, dass die Tiere von der Geburt bis zur Verarbeitung in Österreich bleiben. „Unsere regionalen Lieferanten garantieren zartes, saftiges Fleisch mit intensivem Geschmack. Ein Qualitätsversprechen mit Handschlagqualität“, betont Peter Krug, Geschäftsführer von Eurogast Österreich.

2. Vielfältige Auswahl an erstklassigen Saucen

Die Eurogast-Eigenmarke bietet eine breite Palette an Saucen, die keine Wünsche offenlassen. Von der klassischen Mayonnaise über die intensiv gewürzte Grillsauce bis hin zur erfrischenden Cocktailsauce ist für jeden Geschmack etwas dabei. Für Liebhaber würziger Aromen empfiehlt Eurogast Österreich die Barbecue-Sauce. Und natürlich dürfen die unverzichtbaren Klassiker nicht fehlen: der köstliche Tomaten-Ketchup und der aromatische Estragon-Senf. Peter Krug betont: „Alle unsere Saucen werden aus hochwertigen Zutaten hergestellt.“



Wir verwenden nur hochwertige Zutaten für unsere Saucen.

*PETER KRUG, GESCHÄFTSFÜHRER
EUROGAST ÖSTERREICH*

3. Abwechslungsreiche Beilagen

Kein Grillfest ist komplett ohne schmackhafte Beilagen wie Gemüsespieße oder Grillkäse. Auch vegetarische Alternativen wie vegane Burger-Patties, Soja-Hack oder die „No Chicken Nuggets“ von The Vegetarian Butcher sind stark im Trend.

Neben einer beeindruckenden Auswahl von mehr als 40.000 Food- und Nonfood-Produkten für Gastronomie, Hotellerie und Großverbraucher bietet Eurogast Österreich auch die höchstmögliche Flexibilität bei der Lieferung: „Wer abends bestellt, bekommt seine Ware am nächsten Morgen ins Kühlhaus geliefert“, erklärt Peter Krug. Erhältlich sind die Eurogast-Produkte in den C&C-Märkten sowie in Eurogast-Webshops. ●

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

eurogast



**Die Eurogast Eigenmarke.
Über 300 Produkte für alles und jeden.**

eurogast.at

Mut kann man nicht kaufen

Mit einer Extraportion Enthusiasmus und ebenso viel Naivität sind drei junge Salzburger vor zwölf Jahren daran gegangen, ein Festival für elektronische Musik ins Leben zu rufen. Heute begeistert das Electric Love Festival am Salzburgring hunderttausende junge Musikfans. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER // FOTOS: RAINER FEHRINGER / JOEY TIMMER



Wir brauchen einen richtigen Kracher! Das war für Manuel Reifenuer, Thomas Priewasser und Tim Moser von Anfang an klar. Sie hatten zuvor in unterschiedlichen Branchen gejobbt und nebenher Feste und kleinere Musik-Events organisiert. Jetzt wollten sie ihr Hobby zum Beruf machen und ein richtiges Festival veranstalten. Elektronische Musik sollte es sein, so viel war klar, das war ihre gemeinsame musikalische Leidenschaft. Und wer war damals der größte Name dieses Genres? Richtig: David Guetta!

Den Superstar haben sie tatsächlich als Headliner bekommen, wobei ordentlich Lehrgeld bezahlt wurde. „Wir hatten unser Budget Daumen mal Pi

◆ **Manuel Reifenuer:**
Auf diese Couch passen sechs Leute. Ohne Probleme!



◆ Die Opening Show ist ein gewaltiges Spektakel für alle Sinne.

ausgerechnet gehabt, ein realistisches Angebot gelegt und die fixe Zusage bekommen. Dass dann noch einmal ein fünfstelliger Betrag für ‚Nebengeräusche‘ wie die Anmietung eines Privatjets dazukommen würde, war uns allerdings nicht klar gewesen“, erinnert sich Manuel Reifenuer an die unliebsame Überraschung zur Premiere. Es war nicht die einzige Fehlkalkulation – und bei Weitem nicht die größte: „Man sagt, dass beim Hausbau immer unerwartete Probleme entstehen, die man in der Regel mit zusätzlichen 10.000 Euro lösen kann. Bei einem Festival gilt das gleiche Prinzip, allerdings mit einer Null mehr.“

Gelungene Premiere mit sattem Minus

Obwohl alles mehr oder weniger gut funktioniert hatte – Sponsoren waren an Bord, das Line-up attraktiv, das Wetter hatte gepasst, über 20.000 Zuschauer waren gekommen –, folgte das böse Erwachen in den Wochen nach

Wir hatten es als Rookies tatsächlich geschafft, ein Festival zu realisieren.

MANUEL REIFENUER

dem zweitägigen Festival im Juli 2013. „Zunächst waren wir superhappy. Wir hatten es als ‚Rookies‘ tatsächlich geschafft, ein großes Festival zu realisieren. In den Wochen vor dem Event haben wir Tag und Nacht gearbeitet und waren mit tausenden Details beschäftigt. Als es dann darum ging, Bilanz zu ziehen und offene Rechnungen zu bezahlen, folgte das böse Erwachen. Statt einer roten Null hatten wir 1,6 Millionen Euro Schulden angehäuft. Wir mussten unsere Lieferanten, die auf uns vertraut hatten, vertrösten, was mir bis heute peinlich ist“, erinnert sich Reifenuer an die Premiere.



◆ Rund 30 Mitarbeiter sind im modernen Büro in Puch bei Salzburg beschäftigt.

Das folgende Gespräch bei einem Unternehmensberater war ernüchternd: Konkurs oder Ausgleich! Beides kam für die drei Jungunternehmer nicht infrage. Schließlich hatten sie ja etwas Großartiges erschaffen und 20.000 junge Menschen begeistert. Sie würden es schon irgendwie schaffen, zumindest einen Teil der Schulden mit der zweiten Veranstaltung im Folgejahr zurückzahlen. Die unvermeidlichen Anfängerfehler würde man kein zweites Mal begehen.

Vermeintliche Trendwende

Tatsächlich gelang es dem Trio, die Gläubiger zu vertrösten. Der Vorverkauf fürs zweite Jahr lief glänzend, womit man die dringendsten Verbindlichkeiten aus dem Vorjahr begleichen konnte. Trotz des regnerischen Wetters war das Festival gut besucht. Das Ergebnis war eine schwarze Null, womit man zwar nicht die bestehenden Schulden begleichen konnte, aber

Bei der vierten Auflage des Electric Love Festivals gab es erstmals einen Gewinn.

MANUEL REIFENAUER

immerhin keine neuen Verbindlichkeiten hinzukamen. Das beruhigte auch die Sponsoren. 2015 wollte man dann richtig durchstarten und endlich in die Gewinnzone kommen. Das bedingte eine Verlängerung auf drei Tage und die Neugestaltung der Bühnen. Erstmals war man bereits vor Veranstaltungsbeginn ausverkauft. Alles schien wie am Schnürchen zu laufen, doch das strukturelle Problem – drei engagierte Musik-Freaks ohne kaufmännischen Background waren für ein Millionenbudget verantwortlich – hatte sich nicht geändert. Von außen betrachtet erschien

das Electric Love Festival 2015 wie eine einzige Erfolgsgeschichte, doch die Bilanz wies ein Rekordminus von 1,8 Millionen Euro aus. Die in der Öffentlichkeit gefeierten Jungunternehmer hatten mittlerweile 3,4 Millionen Schulden zu verantworten. So konnte es nicht weitergehen!

Neue Partner, neue Struktur

Zunächst galt es, einen Finanzinvestor zu finden, um die Liquidität für eine weiteres Festival zu garantieren. Das gelang auch. Im Gegenzug erhielt dieser eine 25-%-Beteiligung an der Agentur Revolution Event, die als Veranstalter fungiert. Bedingung für diese Beteiligung war allerdings, dass sich endlich jemand seriös um die Finanzplanung kümmert. Also wurde Jürgen Kornmüller als Finanzvorstand an Bord geholt. Später stieg Kornmüller auch als Partner ein, der Gründungspartner Tim Moser hatte die Agentur mittlerweile verlassen.

„Die wichtigste strategische Entscheidung von Jürgen lag darin, die Budgetverantwortlichkeiten mit klaren Verantwortungsbereichen zu dezentralisieren. Bis dahin waren alle Entscheidungen mehr oder weniger kollektiv über unsere Schreibtische gegangen, ohne dass jemand von uns einen tatsächlichen Überblick über den laufenden Geschäftsgang hatte. Außerdem waren wir ja mit wichtigen Dingen, die uns wirklich interessiert haben – das Booking der Künstler, die Sponsorenpflege, die Gestaltung der Bühnen und vielem anderen mehr – voll eingedeckt“, erinnert sich Reifenaue an die tatsächliche Trendwende ihres Unternehmens. Bei der vierten Auflage des Electric Love Festivals wurde im Jahr 2016 erstmals ein Gewinn von stolzen 1,8 Millionen verbucht.

Professionalisierung und Wachstum

In dieser Tonart ging es weiter. Auch

Jedes Jahr wird es ein Stück aufwendiger und professioneller.

MANUEL REIFENAUER

die Jahre 2017, 2018 und 2019 waren extrem erfolgreich. Mit dem Festival Shutdown im aufgelassenen AKW Zwentendorf, das immer Anfang August über die Bühne geht, kam eine zweite, deutlich kleinere Veranstaltung dazu. Seit dem Vorjahr ergänzt das Indoor-Event Nukranox (im Dezember im Salzburger Messegelände) den Veranstaltungsreigen. Die Inszenierung jeder Ausgabe des Electric Love Festivals wurde noch ein Stück aufwendiger und professioneller, auch was die Präsentationsmöglichkeit von Partnern betrifft. So wurde etwa im Jahr 2019 ein Set für die Ankündigung der neuen Staffel der Netflix-Kultserie „Stranger Things“ nachgebaut. Wenn sich (über

drei Tage akkumuliert) 180.000 junge Menschen an einem Ort versammeln, ist dies für die Werbewirtschaft eine ideale Gelegenheit, Produkte zu präsentieren, von Soft- und Energydrinks (Red Bull) über Bier (Heineken) und Spirituosen (Absolut Wodka) bis hin zu Banken, Mobilfunkanbietern, Medien und Fluglinien.

Kreativ durch die Pandemie

Die Planung für das achte Electric Love Festival war im März 2020 schon weitgehend abgeschlossen, als der Ausbruch der Corona-Pandemie allen Beteiligten einen Strich durch die Rechnung machte. Schnell war klar, dass man unter diesen Umständen nicht an die Durchführung einer Großveranstaltung mit mehr als 100.000 Leuten denken konnte. „Aufgrund der vergangenen ‚fetten‘ Jahre hatten wir einen gewissen Polster erwirtschaftet, der es uns ermöglichte, eine Rückerstattung der bereits verkauften Tickets anzubie-



● The ORGANICS Beach: Chill-out mit Yoga, Stand-up-Paddling oder Handcrafting wie Spraypainting am Fuschlsee.



● 2022 wurde das bewährte Format um einen „Pre-Opening Day“ am Donnerstag erweitert.



ten, was in Europa einzigartig war. Die Mehrheit hat allerdings, wie erhofft, die Verschiebung der Gültigkeit für 2021 gewählt“, erzählt Reifenaier.

Im Juli 2020 fand das Electric Love Festival nur digital statt. Wie das geht? Das Veranstaltungsgelände wurde im Web nachgebaut, die Musik der gebuchten DJs eingespielt. So konnte man die Beziehung mit den Stammgästen auch während der Pandemie aufrechterhalten.

Dass es auch ein zweites Pandemie-Jahr geben würde, haben Reifenaier und Co zu diesem Zeitpunkt nicht voraussehen können, aber doch in die Planung einbezogen. Statt im üblichen Rahmen mit 180.000 Gästen wurde nur ein eintägiges „Boutique-Event“ für 10.000 Besucher geplant. Diese Vorsicht hat sich ausgezahlt. Während fast alle Musikfestivals in Europa auch 2021 abgesagt werden mussten, konn-

Der Claim „Wir verleihen Ideen Flügel“ stimmt tatsächlich.

MANUEL REIFENAUER

te Electric Love dank eines durchdachten Sicherheitskonzepts stattfinden. 2022 kehrte man zum bewährten Format zurück, das mittlerweile um einen „Pre-Opening Day“ am Donnerstag erweitert wurde.

Ein Event für die ganze Region

Wenn rund 60.000 junge Leute für drei bis vier Tage auf ein Festival kommen, hat dies natürlich auch positive Auswirkungen auf alle Tourismusbetriebe der Region. Der Großteil der Besucher übernachtet auf einem der

Festival-Campingplätze, viele suchen sich aber doch ein gemütliches Hotelzimmer – entweder rund um den Fuschlsee oder in der Stadt Salzburg, von wo während des Festivals permanent Shuttle-Busse zum Salzburger Ring fahren. Die Tourismusregion Fuschlsee hat die durch das Electric Love Festival geschaffene zusätzliche Wertschöpfung mit rund zwölf Millionen Euro beziffert. Bereits zum wiederholten Mal wird auch heuer wieder The ORGANICS Beach am Fuschlsee geöffnet sein. Dort geht es mit Yoga, Stand-up-Paddling, Handcrafting oder Spraypainting sehr chillig durch den Tag, sodass man am Abend zum Festival-Besuch wieder fit ist.

Gelebte Partnerschaften

Wann immer möglich, gehen die Partnerschaften mit Sponsoren weit über

die Präsenz von Produkten und Logos hinaus. Besonders hervorheben will Reifenaier in diesem Zusammenhang Red Bull, das von Anbeginn an Bord ist. „Der Claim ‚Wir verleihen Ideen Flügel‘ stimmt tatsächlich. Jedes Mal, wenn wir die Ideen für das folgende Jahr entwickeln, kommen von Red Bull Inputs, die uns entscheidend weiterhelfen. Als wir ihnen erzählt haben, dass wir 2024 erstmals Tänzer für die Opening Show dabei haben wollen, kam sofort der Kontakt zur weltbekannten Tänzerin und Choreographin Luwam Ransom, die wir sogleich engagiert haben“, streut Reifenaier den energetischen Nachbarn vom Fuschlsee Rosen.

Kreativschmiede mit vielen Facetten

Trotz der Dimension des Electric Love Festivals waren wir beim Inter-

view-Besuch bei Revolution Events über die Größe der Agentur erstaunt. Rund 30 Mitarbeiter sind im modernen Büro in Puch bei Salzburg beschäftigt. „Das Electric Love Festival ist natürlich mit Abstand unser größtes Projekt. Wir engagieren uns auch als Ideenschmiede für die Entwicklung von einzigartigen Events für größere Unternehmen, die wir dann auch operativ umsetzen. Gerade der kreative Part, wie etwa Gestaltung und Inszenierung, macht mir unglaublich viel Spaß. Das war schließlich einer der Gründe, wieso ich vor zwölf Jahren meinen Job beim Radio gekündigt habe. Weil unsere Agentur jetzt auch finanziell stabil gemanagt wird, kann ich mich mit meiner ganzen Energie solchen Themen widmen“, freut sich Reifenaier über die Entwicklung, die das Unternehmen in den letzten Jahren genommen hat. ●

Wir engagieren uns auch als Ideenschmiede für die Entwicklung von einzigartigen Events für größere Unternehmen.

MANUEL REIFENAUER

was&wann

Electric Love Festival
Warm-up: 3. Juli 2024
Festival: 4.–6. Juli 2024
www.electriclove.at

Kurz die kulinarische Welt erobert

„Quick Milk“, also „schnelle Milch“, steckt hinter der Marke QimiQ, die vor allem mit dem Begriff Sahne-Basis assoziiert wird und vor 20 Jahren die Milchindustrie revolutionierte. ◆



◆ Als Sahne, Obers oder Rahm bezeichnete man ursprünglich jene sehr fetthaltige, cremige Schicht, die sich an der Oberfläche von frischer Rohmilch bildet.

Als Kochingrediens ist Sahne ein beliebter Geschmacksgeber, der durch seinen hohen Kaloriengehalt, seine geringe Haltbarkeit sowie seine herausfordernden Mischeigenschaften jedoch gewisse Tücken mit sich bringt.

Aus diesem Grund suchten Rudolf F. Haindl und Hans Mandl nach einer „verbesserten Sahne“ – gesünder, länger haltbar und selbst für Kochlaien problemlos einsetzbar.

In den 1990ern kreierten die QimiQ-Erfinder Rudolf F. Haindl und Hans Mandl eine Sahne-Alternative, die trotz reduzierten Fettgehalts (15 Prozent) nichts an Geschmack einbüßte und das Kochen erheblich schneller und gelingsicher gestaltete. QimiQ ist ein Naturprodukt, das zu 99 Prozent aus heimischer Sahne und zu einem Prozent aus Speisegelatine vom Rind besteht. Für die ovo-lacto-vegetarische Sahne wird Stärke als Alternative zu Rindergelatine verwendet.

Das in Hof bei Salzburg ansässige Familienunternehmen hat sich über die

Jahre erfolgreich etabliert, exportiert seine Produkte in 37 Länder und wurde mehrfach mit renommierten „Food Oscars“ ausgezeichnet. 2001 war das Produkt erstmals im österreichischen Lebensmittelhandel erhältlich. Als Schlüssel zum Erfolg entpuppte sich ein eigens entwickeltes, mittlerweile weltweit patentiertes Herstellungsverfahren, das die Struktur von Milchproteinen verfeinert und stabilisiert, indem es sie mit einem Gelatine- bzw. Stärke-Mantel bei den vegetarischen Produkten schützt. Damit gelang es, eine Sahne ohne Transfette zu produzieren, die sich mit anderen Kochzutaten wie Öl, Fett, Säure oder Alkohol verbinden lässt, ohne zu gerinnen oder auszuflocken. Eine Sahne, universell einsetzbar für die „gelingsichere“ Zubereitung von süßen wie pikanten, kalten wie warmen Speisen, mit hoher Haltbarkeit, langer Präsentationsdauer und somit sehr interessant für Gastronomie, Handel sowie Industrie.

Plötzlich Exportschlager

Aktuell wird an sechs Standorten weltweit produziert und in insgesamt 38 Ländern auf fünf Kontinenten verkauft. 28 Millionen Packungen wurden von 2016 bis 2023 allein im Retail umgesetzt. Die Lebensmittelindustrie verarbeitet jährlich 268.000 kg QimiQ in Convenience-Produkten. „QimiQ hat vor 20 Jahren die Milchindustrie revolutioniert. Es war weltweit das erste Produkt seiner Art und hat den Begriff



◆ Aufschlagen, schichten, genießen: Bella Italia für Ihre Gäste.



Rudolf F. Haindl, Nicola Haindl, Michele R. Haindl, Hans Mandl

Sahne-Basis geprägt und im Milchproduktsektor eine eigene Kategorie etabliert“, erläutert Michele R. Haindl, Marketing & Sales Manager. Besonders stolz ist man zudem auf die zahlreichen Auszeichnungen, die QimiQ bereits einfahren konnte – neben dem AMA-Gütesiegel für nachhaltige Produktion unter anderem der international angesehene ICD-Award und der Mercury Award, in der Branche auch gerne „Food Oscars“ genannt.

Innovationen am Punkt

Von der Sahne-Basis ausgehend, steht ein breites Sortiment für den süß-sauren Genuss bereit. Neben QimiQ Classic, QimiQ Classic Vanille, QimiQ Sahne-Basis, QimiQ Mirror Glaze und QimiQ Whip überzeugen auch die Produkte QimiQ Buttersauce sowie die QimiQ Marinade zum Einlegen von Fisch, Fleisch, Geflügel und Meerestieren. Mit seinen marktrelevanten Innovationen ist QimiQ immer am Puls der Zeit, wie die neueste Kreation, das QimiQ Tiramisu, beweist, das vorerst ausschließlich für die Gastronomie angeboten wird. ◆

wer&was

Das Familienunternehmen mit Sitz in Hof bei Salzburg vertreibt unter der Marke QimiQ eine patentierte Sahne-Basis im Groß- und Einzelhandel. Zusätzlich werden Frische- und Convenience-Produkte für den Handel und die Industrie sowie ganzheitliche Food-Konzepte für Hotels, Restaurants und Catering-Firmen entwickelt. Alle Produkte stammen aus eigener Entwicklung und sind gluten-, palmöl- und gentechnikfrei. QimiQ wird in Österreich, Schweiz, Italien, Deutschland, Japan und Australien produziert und in 37 Länder weltweit exportiert. 2019 wurde die Marke nach ISO 20671 zertifiziert. ◆ www.qimiq.com



VORTEILE QimiQ TIRAMISU



QimiQ Tiramisu

Portionen à 100 ml

17

Aufschlagvolumen

1:1,7

Aufschlagvolumen, dadurch

besserer Portionspreis

Geschmacksvariationen und verbesserte Ergiebigkeit

Zugabe von Fruchtpüree usw. möglich

herkömmliches Tiramisu

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



Erwecke den Stieglitz

Acht fruchtig-erfrischende Limos von Stiegl erfreuen brandneu die Getränkekarte. ●

Die Salzburger Privatbrauerei punktet jetzt mit einer eigenen Limonade – dem „Stieglitz“. Die alkoholfreien Erfrischungsgetränke in acht Geschmacksrichtungen sorgen für puren Genuss bei kleinen Gästen, eignen sich aber auch zum Mischen von Longdrinks für Erwachsene, wie etwa die Bitterlimo Wild Lilly, die ideal mit Gin harmoniert.

Geschmacksrichtungen Orange, Zitrone, Himbeere, Rhabarber-Mirabelle, Kräuter, Cola-Orange, Wild Lilly und Coco Bello für den Frischekick. Weitere frisch-fröhliche Sorten sind natürlich bereits in Planung. ●

Limo von Stiegl – haben die einen Vogel? Natürlich nicht. Erwecke einfach den Stieglitz in dir! ●

„Die Idee einer eigenen Stiegl-Limonade hat uns schon länger beschäftigt, jetzt ist unser ‚Stieglitz‘ flügge geworden und wird bei Groß und Klein für fruchtig-prickelnde Erfrischung sorgen“, erklärt dazu Stiegl-Chefbraumeister Christian Pöpperl mit einem Augenzwinkern. „Besonders wichtig war uns dabei auch die Verwendung eines nachhaltigen Gebindes, deshalb gibt es unsere neuen Limonaden in der kleinen 0,33-Liter-Mehrwegflasche.“

Für den gelungenen optischen Auftritt des Neuprodukts sorgen die Etiketten, die mit pfiffigen Illustrationen rund um den sympathischen, lustig-frechen Vogel Stieglitz gestaltet wurden. Die handliche Mehrwegflasche aus thermisch gehärtetem Leichtglas ist praktisch und liegt voll im Trend zu mehr Nachhaltigkeit bei den Verpackungen. Der Drehverschluss sorgt für anhaltende Frische bis zum letzten Schluck.

Die neuen Durstlöcher werden in bekannter Stiegl-Qualität aus besten Rohstoffen und natürlichem Fruchtsaft hergestellt. Zum Start sorgt die „Stieglitz“-Limo mit den köstlichen



● Ultimativer Zitrus-Kick: der perfekte Durstlöcher, der nach Sommer schmeckt.



FOTOS: © MARCO SCHLAGER

● Perfect Match: Spritziger Cola-Orangen-Genuss ist allemal die Lieblingskombi.



Aber bitte mit Sahne: die Rhabarber-Mirabelle-Limo mit Kuchen. ●

Wild Lilly: Niemals ohne auf deine Yoga-Matte. ●



Genüsse



Fisch gegrillt

Forelle, Saibling oder Aal: Fischprofi und Haubenkoch Lukas Nagl verrät seine regionale und traditionelle

Fischküche mit Ausflügen in fremde Geschmackswelten. ●

www.beneventopublishing.com



Curry macht Wurscht

Kalbfleisch-Rebell Hannes Hönegger und der Tiroler Metzger Jürgen Horngacher mit der leicht geräucherten „VIP-Curry-Wurst“, die auch nach der EM '24 bleiben darf. ●

www.fleischerei-horngacher.at

Wahlsteirer

Petr Hlinák ist der neueste Transfer und neuer Sommelier bei Christian Zach und Gerhard Fuchs im Restaurant Weinbank. Der vinophile Ball wird dabei natürlich nicht flach gehalten. ● www.dieweinbank.at



Einzigartige Fleisch-Initiative

Wer ausschließlich auf heimische Fleischprodukte setzt, ist bisher von den Lieferkapazitäten seines Produzenten abhängig gewesen und musste bei Lieferengpässen auf ausländische Produkte zugreifen. „Diese Zeiten sind vorbei“, freut sich Manfred Kröswang. „Mit unserem einzigartigen Konzept – Zeit für Fleisch. Aus Österreich – liefern wir das gesamte Sortiment von mehr als 500 Artikeln das ganze Jahr über just in time.“ Tierwohl inklusive! ● www.kroeswang.at



Marchese Piero Antinori mit seinen Töchtern Albiera, Allegra und Alessia.



Tignanello – der 50. Geburtstag

Auch nach 50 Jahren überrascht Tignanello immer noch, Jahrgang für Jahrgang. Ein Wein, dem sich die Familie tief verbunden fühlt, aber auch eine bleibende Herausforderung. Vor Kurzem wurde der letzte Teil des Weinbergs neu bestockt.. Der 50. Geburtstag von Tignanello steht im Zeichen der Renaissance, sowohl im Weinbau wie in der Kunst. ● www.antinori.it



Slow Wine, Food & Flowers

Die Winzer der Slow Food Presidio „Roter Veltliner Donauterrassen“ laden am 12. Juli 2024 zu einer Landpartie „Vom Hügel“ in die Südoststeiermark. Am Blumenacker und im Gewächshaus serviert Koch Johann Reisinger passend zum Roten Veltliner ein mehrgängiges Menü „vom Acker auf den Tisch“. Gegessen wird im Dahlienfeld, am Teich und im Gewächshaus. Die Plätze sind limitiert. Anmelden! ● www.roterveltliner.bio



© JURGEN SCHMÜCKING

Advertorial

Vegane Softdrinks boomen

Als Umsatzbringer für die Gastronomie ist eine umfangreiche Auswahl an alkoholfreien Getränken ein Muss auf der Getränkekarte. ●

Grapos bietet eine große Auswahl an nachhaltigen, veganen und klimafreundlichen Postmix-Sirupen in mehr als 150 unterschiedlichen Aufbereitungen. Da ist für jeden Anlass und jedes Lokal das passende Getränk dabei. Wie die beliebte „Brooklyn Homemade Style“-Produktlinie, bei der jedes Getränk sowohl als prickelnde als auch als stille Variante frisch gezapft wird und dann noch hübsch dekoriert, wie ein alkoholfreier Cocktail, serviert wird. Oder die Bio-Limonaden, reine Bio-Säfte und natürlich konventionelle Softdrinks vom Cola bis zum Skiwasser – alles wird klimafreundlich und energiesparend als offenes Getränk im Glas oder der Karaffe serviert.

Cola als veganer Softdrink

Der beliebteste Softdrink ist immer noch Cola. Nur wenige Hersteller können den beliebten Durstlöcher in einer veganen Variante mit Originalgeschmack und in höchster Qualität anbieten. Der vegane Cola-Sirup punktet mit Top-Qualität. Bio, vegan und klimafreundlich.

Klimafreundlicher, bitte

Der Offenausschank bringt ökologische sowie ökonomische Vorteile und ist so was von flexibel: Durch die jahrelange Erfahrung im Bereich der Postmix-Technologie kann Grapos auf jeden Lokaltyp individuell eingehen. Die hauseigenen Schankomat-Geräte bestechen als einfache, analoge Schankgeräte bis hin zu digitalen Hightech-Modellen. Garantiert immer am neuesten Stand in der Entwicklung, wie auch mit den

Oberthekengeräten, ansprechend und formschön für das Gästelerlebnis.

Der Nachweis für Nachhaltigkeit

Mit der Postmix-Technologie werden Sirupe in handlichen Bag-in-Boxen zu je 10 kg geliefert, die zu 100 Prozent recycelbar sind. Kein Müll und keine Rücktransporte des Leerguts. Da der Ausschank der Getränke direkt im Lokal mit frischem Wasser erfolgt, fällt beim Transport auch noch das Gewicht des Wassers weg. Auch die Produktion und modernste Abfüllanlagen führen dazu, dass im Vergleich zu konventionellen Portionsflaschen der ökologische Fußabdruck sowie die CO₂-Belastung bei Grapos-Getränken um 90 % kleiner sind. Ein weiterer Vorteil: Die Bag-in-Boxen müssen bei der Lagerung nicht gekühlt werden. So werden bei der Getränkeabfüllung knapp 40 % an Energie eingespart. Und anstelle von ungefähr zwölf Getränke-



kisten mit 0,2-Liter-Flaschen benötigt man nur eine einzige 10-kg-Bag-in-Box.

Zeit für die Umstellung

Besser geht's nicht, bei all den positiven Argumenten der Grapos-Nachhaltigkeit. Auch wenn der Gedanke an eine Neuinvestition in ungewissen Zeiten schwerfällt. Nur wer in die Gegenwart investiert, hat auch eine Zukunft. Und selbstverständlich bietet Grapos für Schankanlagen Miet- und Mietkauf-Lösungen an und geht bei Fragen und Serviceleistungen gerne auf Kundenwünsche ein. ●

wer&was

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

www.grapos.com





Weniger ist Meer

Das Dolce Vita in Klagenfurt ist eines der besten Fischrestaurants des Landes – und das seit fast 30 Jahren. Trotzdem ist es um den Patron Stephan Vadnjak medial erstaunlich ruhig geblieben. Er mag das so. ◀

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER // **FOTOS:** RAINER FEHRINGER

Von meiner Jugend an hatte ich immer Fernweh gehabt.

STEPHAN VADNJAK

Marketing sei wichtig, heißt es immer wieder. Viele Gastronomen beschäftigen sich intensiv mit ihrem Social-Media-Auftritt und posten, was das Zeug hält. Manche beschäftigen sogar eigene Agenturen, damit sie im Gespräch bleiben und das Lokal gut besucht ist. Gut besucht ist das versteckt in der Klagenfurter Altstadt gelegene Dolce Vita seit vielen Jahren. Doch das schafft der Patron Stephan Vadnjak ganz ohne Marktschreierei und anbiedernde Medienauftritte. Zufrieden blickt Vadnjak auf sein erfolgreiches Berufsleben zurück, das wesentlich bewegter und internationaler begonnen hat, als die vergangenen 28 Jahre, in denen er gemeinsam mit seiner Frau Margret-Rose das Dolce Vita führt, vermuten lassen.

Das Dolce Vita ist eine Klagenfurter Institution, die es gefühlt seit einer Ewigkeit gibt. Wann hast du das Restaurant übernommen?

Ich habe kein Restaurant übernommen, sondern diese Räumlichkeiten vor 28 Jahren mit viel Herzblut und Liebe zum Detail eingerichtet und neu aufgesperrt. Das denkmalgeschützte Gebäude war gerade renoviert worden und hat uns von Anfang an fasziniert. Es war Liebe auf den ersten Blick.

Du warst damals ein richtiger Weltenbummler. Wieso bist du dann doch zurück nach Kärnten gegangen?

Margret-Rose kommt ursprünglich aus Niederösterreich, ich bin aus St. Veit an der Glan und ging in Klagenfurt zur Schule. Wir haben uns beim Arbeiten im Wiener Hilton am Stadtpark kennengelernt. Von meiner Jugend an hatte ich immer Fernweh gehabt. Die Möglichkeit, auch im Ausland arbeiten zu können, war einer der Gründe, wieso ich mich für die Gastronomie entscheiden habe. Mit meinem ersten selbst verdienten Geld bin ich gleich nach Asien und Australien aufgebrochen.



◀ **Schaut simpel aus, schmeckt aber großartig: Burrata mit mediterranem Gemüse als Start ins Menü.**



Das beste Vitello Tonnato nördlich der Alpen gibt es im Dolce Vita.



Später war ich dann auch einmal fünf Jahre in Australien und Neuseeland, weil mir das Leben dort total getaugt hat. Eigentlich bin ich nur deshalb regelmäßig zurückgekommen, weil ich den Kontakt zu meiner Familie nicht verlieren wollte. Doch als es Zeit war, eine eigene Familie zu gründen, wollte ich das in der Heimat tun.

Wie bist du auf die Idee gekommen, ein italienisches Fischrestaurant zu machen?

Ich war zuvor länger in Süditalien unterwegs und wurde dort vom „mediterranen Virus“ infiziert, der mich nicht mehr losgelassen hat. Für mich gibt es eigentlich nichts Besseres, als frischen Fisch, wenn er von Meisterhand zubereitet wird. Genauso sollte es in unse-

Malereien am Teller brauche ich nicht. Ich liebe die Poesie der Reduktion.

STEPHAN VADNJAL

rem Ristorante auch schmecken. Ich wollte auch das unbeschwertere italienische Lebensgefühl der damaligen Zeit ‚importieren‘. Das spiegelt sich im Namen ‚Dolce Vita‘ wider, der ja auch der Titel eines berühmten Films von Federico Fellini ist. Der Anfang war dann aber doch schwieriger als gedacht. Wir waren noch ziemlich jung und hatten keine Kontakte. Kollegen haben hinter vorgehaltener Hand gemeint, dass wir kein halbes Jahr durchhalten würde. Stand heute sind es 28 Jahre geworden.

Aller Anfang ist schwer. Aber was waren ganz konkret die Hürden, die es zu meistern galt?

Wir haben uns die Latte selbst sehr hochgelegt. Ich bin ein absoluter Produktfetschist und war einigermaßen überrascht, wie schwierig es damals in Klagenfurt war, wirklich guten Fisch zu bekommen. Wir haben den zunächst selbst aus Italien importiert. Auch beim Gemüse waren die lokalen Bauern noch nicht so weit, wie sie es heute sind, wo ich – zum Beispiel ganz aktuell – tolle Artischocken aus Kärnten bekomme. Wenn man, so wie ich, sehr reduziert und produktfokussiert kocht, spielt die Qualität der Produkte eine entscheidende Rolle. Bei mir gibt es keine schweren Saucen, die irgendetwas überdecken könnten. Ich bezeichne das gerne als

Poesie der Reduktion. Es hat auch ein bisschen gedauert, bis die Klagenfurter unser Preisniveau akzeptiert hatten, obwohl wir damals wie heute eigentlich ein sehr preiswertes Lokal sind. Wenn Kärntner nach Italien fahren, geben sie oft, ohne zu murren, wesentlich mehr Geld für einen guten Fisch aus.

Der Einkauf ist das Eine, was man daraus macht, ganz etwas anderes. Was genau verstehst Du unter „Poesie der Reduktion“?

Ich respektiere kreative Küchenchefs, die versuchen, Gäste mit unerwarteten Kombinationen zu überraschen. Ich war seinerzeit mit der Familie bei Ferran Adriá im El Bulli und bin aus dem Staunen nicht herausgekommen. Es ist schön, dass es solche Ausnahmeköche

Kinder sind uns immer willkommen. Das sind die Stammgäste von morgen.

STEPHAN VADNJAL

gibt, die mit allerlei Gerätschaften außergewöhnliche Dinge erschaffen, aber das ist nicht meine Herangehensweise an die Sache. Ich will immer den Eigengeschmack des Produkts zum Vorschein bringen. Das gilt für klassische Rezepte genauso, wie für kreativere Varianten. Ich lasse mich da immer vom saisonalen Angebot inspirieren. Diese Freiheit beim Kochen ist mir total wichtig und motiviert mich jeden Tag aufs Neue. Auch bei Klassikern der italienischen Küche wie Sarde in Saor oder dem all-

gegenwärtigen Vitello Tonnato halte ich mich nicht sklavisch an ein Originalrezept.

Von einer großen Inszenierung am Teller hältst du offensichtlich wenig. Für Instagram ist das nicht wirklich geeignet. Ist das egal?

Ich habe noch nie daran gedacht, für Instagram zu kochen. Meine Gerichte sollen zwar auch attraktiv aussehen, aber sie sind zum Essen da und nicht, um fotografiert zu werden. Wenn ich einen perfekten Zucchini habe, brauche ich nicht viel mehr als Salz und ein bisschen Olivenöl. Mehr als drei Komponenten will ich eigentlich auch nie am Teller haben. Mit Schäumchen oder Farbkleksen optisch Eindruck zu schinden, ist nicht mein Ding. Im Laufe



● **Hausgemachte Pasta mit frischen Langostinos – so geht Pasta!**

der Jahre hat sich ein großer Kreis an Stammgästen entwickelt, die uns treu geblieben sind, die genau das schätzen. Jetzt kommen vielfach schon deren Kinder ohne die Eltern zu uns. Mir war von Anfang an wichtig, dass sich auch Kinder bei uns wohlfühlen. Sie sind die Gäste von morgen. Wir haben unsere Kinder auch in den besten Restaurants immer mit dabei gehabt.

Apropos Kinder. Die Gastronomie gilt nicht gerade als familienfreundliche Branche. Wie ist es Ihnen gelungen, Familie und Beruf unter einen Hut zu bringen?

Ich arbeite gerne und viel. Wir haben fünf Tage die Woche mittags und abends offen. Anfangs hatten wir lediglich zwei Mitarbeiter, die uns ge-

Viel arbeiten und trotzdem Zeit für die Familie zu haben war mein Schlüssel zum Glück.

STEPHAN VADNJAL

holfen haben – da waren wir wirklich gefordert. Doch das Wochenende war für uns immer heilig – schon bevor die erste Tochter zur Welt gekommen ist. Dann sind noch zwei weitere Mädchen gefolgt. In dieser Zeit hat sich meine Frau aus dem Service zurückgezogen und dafür die gesamte Büroarbeit übernommen, die zeitlich flexibler zu erledigen ist. An den Wochenenden haben wir regelmäßig gemeinsame Kulinarik-Reisen gemacht.

Auch die Weinkarte im Dolce Vita ist bemerkenswert – vor allem was das Friaul betrifft. Ist der Wein eine private Leidenschaft?

Absolut. Guter Wein gehört für mich zu einem guten Essen einfach dazu. Im Laufe der Jahre habe ich alle bekannten und viele weniger bekannte Weingüter im Friaul persönlich besucht. So hat sich eine sehr persönliche Weinkarte entwickelt, die auch Flaschen umfasst, die es in Österreich sonst nirgendwo gibt. Eine Weinkarte sollte immer auch die Philosophie des Lokals widerspiegeln. Weil wir das jetzt schon mehrere Jahrzehnte machen, können wir unseren Gästen die Weine in perfekter Trinkreife anbieten. Auch Weißweine gewinnen mit ein paar Jahren Reifung in der Flasche oft dazu.

In zwei Jahren feiert ihr mit 30 Jahren Dolce Vita ein bemerkenswertes Jubiläum. Obwohl du noch sehr energiegeladener und lebensfroher wirkst, wird auch dein Berufsleben irgendwann zu Ende gehen. Wie wird es mit dem Dolce Vita weitergehen?

Ich habe diesen Gedanken lange vor mir hergeschoben, weil mir die Arbeit tatsächlich noch viel Spaß macht. Wir haben jetzt auch ein tolles Team in der Küche, sodass ich nicht mehr jedes Service in der Küche mitmachen muss und ich mich vermehrt um die Gäste kümmern kann. Schauen wir einmal, ob einer meiner beiden Köche das Lokal weiterführen wird. Das 30er-Jubiläum des Dolce Vitas im Oktober 2025 werden wir jedenfalls groß feiern. ●

was&wo

Restaurant Dolce Vita
Heuplatz 2, 9020 Klagenfurt
www.dolce-vita.at

Grapos®
SOFT DRINKS

**DIE SINNVOLLE ART
GETRÄNKE AUSZUSCHENKEN**

SIRUP + TECHNIK + SERVICE



Ihr Partner für nachhaltigen Getränkeauschank und individuelle Technikhösungen.



Der ökologische Fußabdruck aller Grapos Getränke ist um 90% kleiner als der konventioneller Portionsflaschen. Evaluiert durch die Technische Universität Graz.

www.grapos.com | www.schankomat.com

Grapos®
SOFT DRINKS



SEIT 1919 | EIN MIT DEM ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN

Gebt den Gästen Saures!

Essig verdient aufgrund seiner universellen Einsatzmöglichkeiten zu Recht unsere volle Aufmerksamkeit. Wie Manufakturen mit neuen Produkten die Kreativität von Köchen immer wieder befeuern und warum wir Essig öfter mal ins Glas anstatt ins Essen gießen sollten. ►

TEXT: SONJA PLANETA



► Viel mehr als sauer:
Hochwertige Essige haben
komplexe Aromen.



© MANUFAKTUR GÖLLES



► Alois Gölles feierte im Steirereck sein
40-Jahr-Jubiläum mit einer großen Gästeschar.

Die hauchdünne Eisschicht in der Mitte der Schüssel schimmert im Licht der Deckenstrahler und gibt den Blick auf eine bernsteinfarbene Flüssigkeit frei. Obenauf liegen halbkreisförmig arrangiert zarte Kräuter: Kerbel, lila Brunnenkresse, Queller, Huacatay, Sauerklee, Mizuna. „Seasonal herb salad with ice crystals“ nennt Albert Adrià das filigrane Gericht, das aktuell Teil des Menüs in seinem Ein-Stern-Restaurant Enigma in Barcelona ist. Noch bevor der Teller an den Tisch kommt, wird die Aufmerksamkeit des Gastes auf eine wesentliche Zutat gelenkt: Vinagre Balsamico al Pedro Ximénez Gran Reserva 50 años der andalusischen Bodegas Toro Albalá. Der Service geht mit einer Flasche von Tisch zu Tisch, erzählt von ihrer Herkunft und von Albalás Solera-Wein aus dem Jahr 1960, der dem intensiv-dunkelbraunen Essig als Basis dient. Kurz darauf durchbricht der Gast die Eisschicht mit einem Löffel und vermischt die Eiskristalle und Kräuter mit dem darunterliegenden Balsamico-Dressing. Quasi ein DIY-Salat.

In Szene setzen

Die Essigherstellung ist eines der ältesten Verfahren zur Haltbarmachung von Lebensmitteln. Je nach Quelle sollen bereits Hochkulturen tausende Jahre vor Christus Essig (wenn auch oftmals unbeabsichtigt aus sauer gewordenem Fruchtsaft, Wein und Bier) produziert und zum Würzen oder als Arzneimittel verwendet haben. Bis heute ist Essig aus der Küche nicht wegzudenken; nur selten wird er vorm Gast allerdings derart inszeniert, wie in Albert Adriàs Enigma – oder beim 40-jährigen Jubiläum von Gölles.

Die Geschichte der steirischen Essigmanufaktur begann 1984. Alois Gölles entwickelte damals den weltweit ersten Apfel-Balsamessig, indem er Apfelmost einkochte, ihn vergären und anschließend acht Jahre in Eichenfässern reifen ließ. Anstatt durch eine intensive Säure sollte sich sein Essig durch ein fruchttypisches Aroma und eine milde Würze auszeichnen. Das Vorhaben gelang. Heute schwören Spitzengastronomen wie Heinz Reitbauer, Hubert Wallner, Andreas Döllner und Hannes Müller



◆ Josef Floh verstärkt den Eigengeschmack seiner Gerichte gerne mit fruchtigen Essigen von Gölles und Gegenbauer.



© CHRISTIAN BENESCH



© MICHAEL POEHN



© MARIO HERWIG

◆ Balsamessig aus Klosterneuburg: Herwig und Mario Pecoraro.



© FLORIAN SCHULTE

◆ Aus Krems: Florian Gugerells Essige reifen bereits seit 15 Jahren.



© HANS SCHUBERT



◆ Erwin Gegenbauer überrascht immer wieder mit außergewöhnlichen Essigen.

auf Gölles-Essige, deren Zahl in den Jahren auf 19 Sorten angewachsen ist, von Klassikern bis hin zu außergewöhnlichen Geschmacksrichtungen wie Bier- oder Tomaten-Essig. Heinz Reitbauer war es auch, der anlässlich von „40 Jahre Apfel-Balsamessig“ Anfang April dieses Jahres im Steirerleck in Wien die Essige im Rahmen eines Menüs für geladene Gäste in Szene setzte. Marchfelder Solospargel mit Feigenblatt und Rhabarber wurde mit Gölles-Spargel-Essig verfeinert, Amurkarpfen mit Melanzani und junger Kokosnuss mit Apfel-Balsamessig und die Ziegenkitz-Schulter mit jungen Erbsen und Pimpinelle mit Weißem Balsamessig. Die abschließende Kugel Vanilleeis wurde mit XA Apfel-Balsamessig beträufelt; einer Rarität, die mindestens zwanzig Jahre in immer kleiner werdenden Fässern aus verschiedenen Hölzern wie Eiche, Kastanie, Akazie, Kirsche und Esche gelagert wird. Dosierte wird der kostbare

Essig intensiviert den Eigengeschmack von Grundprodukten.

JOSEF FLOH, HAUBENKOCH

Essig mittels Glaspipette und Porzellanlöffel.

Eigengeschmack intensivieren

Auch Haubenkoch Josef Floh aus Langenlebarn verwendet Fruchtesseig passend zum Grundprodukt, also Spargel-Essig zu Spargel („anstatt Zitrone“), Marillen-Essig zu Marille und Melonen-Essig zu Melone, „weil es den Eigengeschmack intensiviert“, wie er sagt. In den allermeisten Fällen verwendet er die Produkte von Mario Pecoraro und Erwin Gegenbauer. Beide Betriebe liegen innerhalb Flohs selbst auferlegtem „Radius 66“, also einem Umkreis von 66

Kilometern ausgehend von seiner Gastwirtschaft, aus dem der überwiegende Teil seiner Zutaten stammt. Pecoraro produziert am Ölberg in Klosterneuburg Aceto Balsamico, der nach uraltem modenesischem Verfahren hergestellt wird, das Gründer und Kammersänger Herwig Pecoraro in den 1980er-Jahren bei seinem Gesangsstudium in der Essig-Hochburg Modena kennengelernt hat. Seit 2020 wird der Betrieb von seinem Sohn Mario geführt. Der Aceto Balsamico wird ausschließlich aus dem Saft regionaler Bio-Grüner-Veltliner-Trauben hergestellt. Frisch von der Pressung kommt er in einen Kochkessel, wo er über offenem Feuer über Stunden auf ein Drittel seines Volumens reduziert wird. Danach folgt der traditionelle, jahrelange Lagerungs- und Umfüllprozess: Aus dem kleinsten Fass wird nach mindestens neunjähriger Lagerung eine bestimmte Menge des fertig gereiften Aceto Balsamico

entnommen. Diese Menge wird dann vom nächstgrößeren Fass ins kleinste nachgefüllt. Der dort fehlende Anteil wird wiederum vom nächstgrößeren Fass entnommen, bis schließlich ins größte Fass frisch abgekochter „mosto cotto“ nachgefüllt werden kann. Mit dem neunjährigen Balsamico-Essig würzt Josef Floh unter anderem roh mariniertes Rind, „wir verwenden ihn aber auch gerne für Drinks, in die wir Frische und Tiefe hineinbekommen möchten, wie in unseren alkoholfreien Spinat-Drink“. Der Aceto Balsamico 15 Jahre ist eine Essenz und wird auch bei Floh – wir kennen es bereits von Heinz Reitbauer – zu Eis serviert.

Reif für Küche & Bar

Ebenfalls in Josef Flohs Radius liegt die Essigmanufaktur von Andreas Gugerell mit Sitz in Krems an der Donau und einem Lagerkeller in Stettenhof am Wagram. Gugerell feiert heuer sein

Die Produktion von Essig ist eine Frage der Geduld.

15-jähriges Jubiläum. Angefangen habe er mit Kleinmengen, „als Beschäftigung in der Zwischensaison“, erzählt er. Heute produziert er mehrere tausend Liter im Jahr. Versorgt wird damit vor allem die Gastronomie im Westen, darunter die Walchhofer-Tourismusbetriebe aus Zauchensee, die Zistelalm am Gaisberg und das Seehotel Winkler am Wallersee. Einen Namen hat sich Gugerell vor allem mit seinem Alten Römeressig gemacht, der drei Jahre im Eichenfass reift. Seinen Marillen-Essig aus Wachauer Marillen gibt es auch als Aperitif-Essig mit weniger Säure. Serviert wird er im Weinglas pur auf Eis oder mit Sekt aufgegossen. Erstmals auf den Markt bringt Gugerell heuer einen Himbeer-Essig, zudem ist nach der

„Wienerwald Theke“ in St. Christophen, einem Selbstbedienungsladen mit Gugerells-Essigen und anderen Produkten aus der Landwirtschaft seiner Familie, ein weiterer Verkaufsladen in Krems geplant.

Basis für so ziemlich alles

Auf Lieferanten aus unmittelbarer Umgebung setzt man auch im Tian in Wien. Österreichs einziges vegetarisches Sterne-Restaurant schwört auf die Produkte von Essigpapst Erwin Gegenbauer, der mit seiner Manufaktur seit drei Jahrzehnten in Wien-Favoriten angesiedelt ist. Gegenbauers Sortiment umfasst derzeit mehr als 60 verschiedene Sorten. Alle Produkte sind rein natürlich, werden weder pasteurisiert noch filtriert und lagern je nach Sorte mehrere Jahre in Eichenfässern auf dem Dach der hauseigenen Brauerei oder in Glasballons in den Katakomben. Mit seinen süßen Hausessigen hat



© INGO PERTRAMER

☛ Im Tian kommt Essig nicht nur in der Küche von Paul Ivic zum Einsatz, auch Michael Peceny schwört bei seiner alkoholfreien Getränkebegleitung darauf.

Gegenbauer ein ganz eigenes Genre geschaffen, das mit „Süße Weichsel“ und „Süße Himbeere“ soeben zwei Neuzugänge bekommen hat. Ebenfalls neu ist ein Yuzu-Essig mit Noten von Zitrone, Mandarine und Grapefruit, der zu bitteren Salaten oder gekochtem Rind passt, durch seine milde Säure aber auch für Cocktails und Aperitifs geeignet ist. Im Tian kommt Gegenbauers Hausessig „Süße Birne“ im Gericht „Sellerie/Birne/Wacholder“ zum Einsatz. Dieses besteht aus einer Art Knollensellerietörtchen, das mit Birne, Staudensellerie und Selleriepüree gefüllt und mit rotem Wacholder abgeschmeckt wird. Die enthaltene Birne wird mit dem Birnenessig verfeinert und das „Törtchen“ wird final mit einer Béchamel mit Buttermilch überzogen, in der der Essig ebenfalls enthalten ist. Neben einem Sellerieschalenjus und einem Sellerieröllchen wird auch ein Sellerieschaum serviert, der aus Staudensellerie und Birnenessig besteht. Darüber hinaus verwendet die Tian-Küchencrew rund um Paul Ivic

Shrubs auf Essigbasis liefern Frische und Geschmackstiefe.

Gegenbauers Produkte auch zum Einlegen sowie als Basis für Getränke. Für seinen Apfel-Pflaumen-Shrub legt Michael Peceny, Mastermind hinter der alkoholfreien Tian-Getränkebegleitung, Äpfel in Gegenbauer-Pflaumenessig ein. Peceny besitzt mittlerweile aber auch eine stolze Sammlung eigener Essigmütter, mit denen er Essige ansetzt und weiterverarbeitet. Aus Spargelresten der Saison 2023 ist ein Spargelberberitzenessig entstanden, den er mit fermentierten Petersilwurzeln und Kumquat-Kombucha kombiniert. Für den Erdbeer-Eberrauten-Shrub werden Erdbeeren und Eberraute für zwei Wochen in Essig eingelegt, mit einem Erdbeersirup abgeschmeckt und mit Sodawasser verdünnt getrunken. Karotten-Shrub kommt mit Schwarztee-Pfeffer-Essig ins Glas.



☛ Eberrautenessig mit violetten Grünkohl

Wohl bekomm's!

Im Biohotel Daberer im Kärntner Gailtal hat man hingegen Oxymel für sich entdeckt. Das Getränk, auch bekannt als Sauerhonig, besteht aus zwei Teilen Honig und einem Teil Apfelessig („Oxymel simplex“) und wird seit über 2.500 Jahren als Nahrungs- und Arzneimittel geschätzt. Für „Oxymel compositum“ wird Honig und Essig um einen Kräuterauszug erweitert. Im Daberer besteht dieser aus Kamille, Kümmel, Wacholder, Lindenblüte, Brennnessel und Schafgarbe. Das Oxymel wird dem Gast verdünnt beim Check-in gereicht und als Shot beim Frühstück angeboten. Im Frühjahr gibt es als Special Holunderblütenoxymel. „Wichtig ist, unpasteurisierten Apfelessig zu verwenden, der ist allerdings schwer zu bekommen. Wir machen ihn seit jeher selbst“, erklärt Hotelière Marianne Daberer. Souschefin Stefanie Sonnleitner verwendet das Oxymel für Dressings und Smoothies, zum Marinieren etwa



☛ Manuel Rieder produziert am Wanenhof über 40 Sorten Oxymel.

Oxymel gibt es in vielen verschiedenen Sorten.

von Spargel oder Roter Rübe, für ihre Entensauce und träufelt es pur über einen Apfelezuckerschotensalat.

„Was man nicht tun sollte, ist Oxymel zu kochen. Dadurch werden die Inhaltsstoffe von Honig und Essig abgetötet“, weiß Manuel Rieder vom Wanenhof im Waldviertel. Gemeinsam mit seiner Partnerin Ina Baltes produziert er in seiner Kräutermanufaktur 40 verschiedene Sorten Oxymel. Neben Kräuterauszügen fügt er auch welche aus Früchten und Gemüse hinzu. Die Zutaten stammen aus der eigenen Landwirtschaft mit altem Obstbaumbestand, Beerensträuchern und Kräuterspiralen. „Was wir nicht am Hof haben, Schaf-

Das Biohotel Daberer begrüßt seine Gäste mit einem Oxymel-Drink. ☛



© DER DABERER. DAS BIOHOTEL

wer&wo

Bodegas Toro Albalá
Avda Antonio Sanchez 1, 14920 Aguilar de la Frontera, Córdoba, Spanien
www.toroalbala.com

Manufaktur Gölles
Stang 52, 8333 Riegersburg
www.goelles.at

Acetaia Pecoraro
Eisenhütte 32, 3400 Klosterneuburg
www.balsamico.at

Manufaktur Gugerell
Reisperbachtalstraße 82/4,
3500 Krems an der Donau
www.essig-gug.at

Gegenbauer
Waldgasse 3, 1100 Wien
www.gegenbauer.at

Wanenhof
Unterlembach 11,
3962 Heinrichs bei Weitra
www.wanenhof.at

Enigma
Carrer Sepúlveda 38–40,
08015 Barcelona
www.enigmaconcept.es

Restaurant Steirereck
Am Heumarkt 2A, 1030 Wien
www.steirereck.at

Gastwirtschaft Floh
Tullner Str. 1, 3425 Langenleobarn
www.derfloh.at

Restaurant Tian
Himmelfortgasse 23, 1010 Wien
www.tian-restaurant.com

der daberer . das biohotel
St. Daniel 32, 9635 Dellach
www.biohotel-daberer.at

Die Familie der guten Geister

Vulkanisches Gestein und mineralische Böden verhelfen Alois Gölles zu Werkstoffen für unvergleichliche Destillate und wunderbar süß-saure Essenzen. Und noch viel mehr. ●

TEXT: GÜNTHER GAPP // FOTOS: MANUFAKTUR GÖLLES



● Die Familie: Alois, Herta, Christoph, Johannes und David Gölles

Auf einem sonnenreichen Hügel unweit von Riegersburg in der Südoststeiermark erstreckt sich das zehn Hektar kleine Reich der Familie Gölles, an dem sich heute die Schnapsbrennerei & Essigmanufaktur und die Gölles-Erlebniswelt für edlen Brand & feinen Essig befindet. Die ersten Apfelmärgärten wurden hier bereits in den 50er-Jahren angelegt. Die Spezialisierung auf die Verfertigung edler Destillate begann

1979 noch als „Hobby“, aber seit Mitte der 80er-Jahre steht der Name Gölles nicht nur für weltbekannte Schnäpse, sondern alsbald auch für feine, rein aus der Frucht gewonnene Essige. Die Suche nach etwas anderem als dem damals überall angebotenen klassischen Essig, dem Apfelessig, führte Alois Gölles zum weltweiten Unikat des Apfelbalsamessigs (reift mittlerweile in 1.400 Fässern), bis hin zur Kreativ-Essiglinie, den Frucht- und Gemüseessenzen. Die gläserne Manufaktur im Gewölbekeller ist seit 1993 das stilvolle Markenzeichen.

Innovationen prägen die 2000er-Jahre

Einzigartig die Erzeugung von Tomatenessig direkt aus frischen Tomaten (2003). XA (Extra Alt), erlesene und gereifte Privatreserven von Edelbränden und Balsamessig mit mindestens 20 Jahren Lagerung – das Lieblingsprojekt von Alois Gölles – werden 2004 erstmals in die Flasche gebracht. Es folgt die erstmalige Produktion von Essig-Gelees (2007). Der Spargelessig aus weißem und grünem Spargel erblickt 2014 das Licht der Welt. Zuletzt überrascht Gölles noch mit Zitronenwürze, der belebenden Kreation aus frisch gepresstem Zitronensaft und weißem Balsamessig (2014).

Convenience auf höchster Stufe

Heute umfasst das Fruchtsortiment 15 bis 20 Essige. Für Gölles-Essige wurden schon immer ausschließlich makellose Früchte, gute Weine, Bier oder die Moste herausragender Winzer herangezogen. Und im Keller lagern immer zwei Ernten, um den Totalausfall einer Frucht nicht zu spüren. „Essigmachen ist viel schwieriger als Schnapsbrennen. Man braucht die richtige Portion Fingerspitzengefühl, Erfahrung und handwerkliches Geschick. Den Inhalt einiger Fässer mussten wir auch schon wegwerfen.“ Wohl auch deshalb steht neben dem Namen Gölles auch das Wort „Manufaktur“ – von Hand gemacht, und mit Geduld. „Unsere Fässer lagern sechs bis acht Jahre, wobei ein Teil des Inhalts verdunstet. Durch das Holz bekommt der Essig eine ölige Konsistenz und der Fruchtzucker bleibt verstärkt.“ So ist der Geschmack immer gleich gut. Die Essigmutter, die im Beisein von Sauerstoff den auf natürliche Weise vergorenen Fruchtzucker, also Alkohol, in Essigsäure wandelt, ist dabei vom Start weg die Diva.

Glasklar, fassbraun oder bitter-fruchtig

Im Hause Gölles wird der Schnaps nach eigenen, strengen Regeln gemacht. „Niemals gezuckert und in keiner Weise aromatisiert. Und Zeit ist Geschmack. Zweimal schonend gebrannt, werden unsere Schnäpse bis zur vollständigen Harmonie in Glasballons oder Eichenfässern gelagert. Bis zum Verkauf wird der Schnaps möglichst wenig bewegt. Denn Quintessenzen reifen gerne in aller Ruhe“, fasste Gölles sein hochprozentiges Credo schon zur ersten Ausgabe von Lust&Leben 2002 zusammen. Während die klaren Brände für zwei bis drei Jahre im Edelstahl oder Glasballon die Ruhe und Zeit erhalten, die ihnen ihr einzigartiges, fruchtiges Aroma geben,



Bunte Kreationen: die 40-Jahr-Jubiläumsedition Apfel-Balsamessig mit Etiketten von Künstlerin Marlene Voves.



Während Himbeere der absolute Fruchtestig ist, glänzt der Tomatenessig mit seiner Einsatzvielfalt.



XA Apfel Balsamessig: Was lange reift, wird unendlich gut.



Die Manufaktur: Was 1979 mit der Obstveredelung im elterlichen Betrieb begann, ist seit 2015 ein bodenständiger Ort süß-saurer Begegnungen.

ruhen die fassgelagerten Brände schon acht bis zehn Jahre im Eichenfass des eigens erbauten Schnapskellers. Über allem ruht der Schnapstresor der XA (extra alten) Raritäten, von denen in besonderen Jahrgängen kleine Mengen zurückbehalten werden, welche nach sehr langer Lagerung in handnummerierte Flaschen abgefüllt werden.

Bitter & süß

Marille, Ribisel und Weichsel werden nur mit fruchteigenem Brand angesetzt und glänzen als sehr fruchtige Liköre. Grüne Walnüsse, Wurzeln und Kräuter aus Wald und Wiese werden nach altem Familienrezept zum Edelbitter. Während der Vogelbeer Bitter als Womanizer gute Cocktails, Longdrinks oder Eiscreme versüßt.

Am Puls der Zeit

„Wir bringen in unsere Arbeit in der Gölles Manufaktur den Faktor Zeit ein.“

Und wir lassen sie uns ...“ Der deutsche Dichter Rainer Maria Rilke hat es wunderbar auf den Punkt gebracht: „Da gibt es kein Messen mit der Zeit, da gilt kein Jahr, und zehn Jahre sind nichts, Künstler sein heißt: nicht rechnen und zählen; reifen wie der Baum, der seine Säfte nicht rängt und getrost in den Stürmen des Frühlings steht ohne Angst, dass dahinter kein Sommer kommen könnte. Er kommt doch. Aber er kommt nur zu den Geduldigen ...“ Der Besuch der Erlebniswelt mit Nächtigung im Genusshotel Riegersburg ist ein Eintrag im Pflichtenheft! ●

wer&wo

Manufaktur Gölles, Stang 52, 8333 Riegersburg.

www.goelles.at



Hot Dogs

Le Burger lässt die „heißen Hunde“ von der Leine: gegrillte Kalbswurst mit Raucharoma, im karamellisierten Brioche-Teig serviert, mit feinen Toppings garniert. ●

www.leburger.at



Rund um den See

Dirk Stermann eröffnet die 13. Auflage der achensee.literatour mit seinem neuesten Roman „Mir geht's gut, wenn nicht heute, dann morgen“. Vier Tage Lyrik und Belletristik. ●

www.achensee-literatour.at

Shiso Burger

Nach Berlin, Paris und Lissabon eröffnet Shiso Burger in Kürze auch in Wien. Gesunde Gourmet-Burger mit asiatischer Finesse abseits der Fast-Food-Kultur. ●

www.shisoburger.com



Ort der Inspiration und Innovation

Unter der Leitung von Peter Gastberger revolutioniert das scalaria event resort in St. Wolfgang seit Jahrzehnten die Eventbranche. Mit 4,8 Mio. an Investitionen und Innovationen wie CO₂-neutralen Heizsystemen erfolgte der Start in die neue Saison '24, berichtet seine Tochter Simone. Schaut euch die neue „The Signature Stage No. 1“ an und seid überrascht, begeistert, verblüfft. Next Level Meeting! Mehr dazu online. ●



© MIRJA GEH



© CHRIS GÜTL

Platz ist Luxus, Blau sehr wirksam

Umbau und Verwandlung einer Salzburger Hotellegende, Teil zwei: Die Blaue Gans hat sich abermals neu erfunden. Andreas Gfrerer ließ 23 Zimmer renovieren, neue Kunstwerke und noch mehr Freiräume in dem sympathischen, verwinkelten Haus in der Getreidegasse 41 schaffen. Künstler Christian Schwarzwald brachte blaue Farbe als überdimensionale Grafik mittels Airbrush an die Wand. ●

www.blauegans.at



© INGO PERTRAMER



© CHRISTIAN SCHWARZWALD

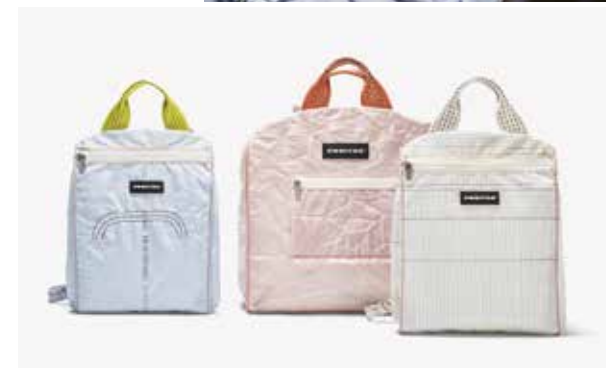


© IRINA THALHAMMER

Beste Pâtissière des Jahres

Seit 2015 bereichert Manuela Najdoski das Team von Shiki als Produktionschefin und leitende Pâtissière. Ihre langjährige Erfahrung und innovativen Ideen brachten ihr nun die Auszeichnung des Schlemmer Atlas mit dem Dessert-Highlight „Mozart meets Shiki“ im japanischen Restaurant von Joji Hattori. ●

www.shiki.at



● Monika und Wolfgang Gröller eröffnen ihr Hotel Post am See.



● Stefan Griessler, Darina Pastrnakova, Lukas Nagl und Max Deuker, der Küchenchef der Beletage.



© BARDH SOKOLI

New Menu. New Chef.

Szenegastronom Joachim Natschläger holte sich für die neue Saison im Ziizuu Küchenchef und kulinarischen Mastermind Florian Oswald an Bord, dessen neue Speisekarte ab sofort zu kulinarischen Höhenflügen einlädt. Am Schottentor bringt die neue Terrasse mit 90 Plätzen frischen Wind zum Lifestyle-Dining. ●

www.ziizuu.com

Urban, kreativ und sehr lebendig

Heute Casual Dining oder Soul-Kitchen mit vier Hauben, morgen Wirtshausküche und dazwischen lässige Showküche in der neuen „Beletage“. In den beiden Hotels Post am See und Das Traunsee in Traunkirchen wird nun alles geboten. Lukas Nagl und Familie Gröller haben in den letzten zwölf Jahren das Salzkammergut als Gourmet-Hotspot unheimlich geprägt. ●

www.groellerhospitality.com

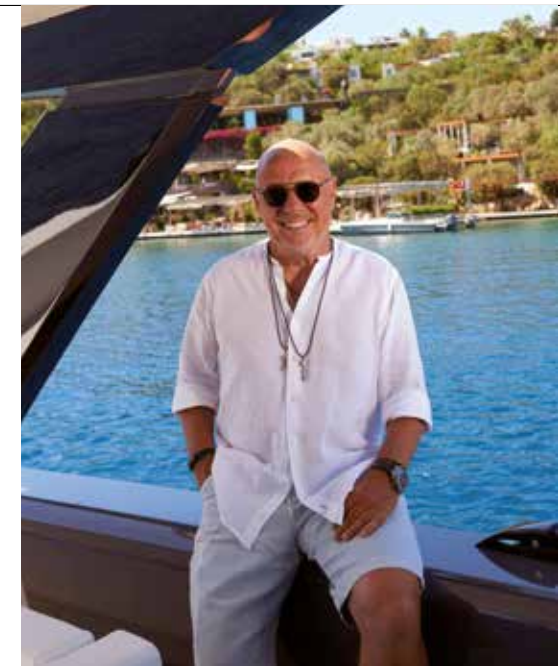
Ein fröhlicher Tanz auf dem Vulkan

Sahir Erozan ist ein großzügiger Gastgeber und feinsinniger Lebemensch zugleich. Mit seinem Luxushotel Maça Kizi in Bodrum hat er auch unternehmerischen Weitblick bewiesen. Voller Lebensfreude blickt er in die Zukunft, obwohl er diese ziemlich düster sieht. ►

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER

Ich führe mein Hotel Maça Kizi im Sinne meiner Mutter.

SAHIR EROZAN



Die Pik Dame sieht man in der weitläufigen Hotellandschaft des Maça Kizi überall. Das war der Spitzname von Sahirs Mutter, die in den 1970er-Jahren, als Bodrum noch ein beschauliches Fischerdorf war, hier ein kunstsinniges Bed & Breakfast geführt hat. Auch wenn sie Künstler wie Mick Jagger oder Rudolf Nurejew zu Gast hatte, war Bodrum damals alles andere als ein bekannter Tourismus-Hotspot. Rund um den Hafen gab es eine Hauptstraße mit ein paar belebten Seitengassen. Dahinter sah man schon Schafe und Ziegen auf der Weide. Neidvoll hatten damals viele Einheimische übers Meer auf die nur wenige Kilometer entfernte griechische Ferieninsel Kos geblickt, wo es bereits eine gut entwickelte Tourismus-Industrie gab.

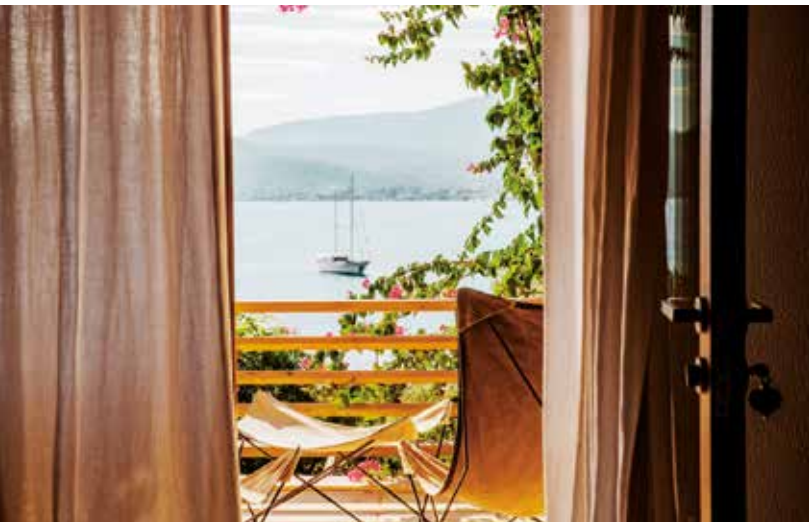
Heute stellt sich die Lage gänzlich anders dar. Während Kos (so wie die „türkische Riviera“ zwischen Marmaris und Antalya) jeden Sommer von hundertausenden Pauschaltouristen gestürmt wird, hat sich Bodrum zu einem noblen Urlaubsort für ein gehobenes Publikum entwickelt. Viele

► Casual Fine Dining unter freiem Himmel mit Blick auf die Bucht Türkbükü.

wohlhabende Türken aus Istanbul haben sich auf der ganzen Halbinsel, die den südwestlichsten Zipfel der Türkei darstellt, Sommerresidenzen errichten lassen. Schicke Restaurants und Nachtclubs lassen Besucher vergessen, dass sie sich eigentlich in einem islamischen Land befinden. Auf der nördlichen Seite der Halbinsel, die rund 20 Minuten von der Altstadt entfernt ist, haben sich internationale Luxushotels wie Ritz-Carlton, Mandarin Oriental und Bulgari niedergelassen. Dort befindet sich auch das elegante Maça Kizi, das Sahir Erozan bereits in den späten 1990er-Jahren errichten ließ. Damals war es das einzige Luxushotel weit und breit.

Haben Sie die unglaublich starke Entwicklung von Bodrum vorhergesehen, als Sie in den 1990er-Jahren mit dem Bau des Hotels begonnen haben, oder haben Sie einfach nur großes Glück gehabt?

Ich habe das Glück gehabt, dass ich Bodrum seit meiner Kindheit kenne, weil meine Mutter von hier stammt und sie im Sommer ein unglaublich stimmungsvolles Bed & Breakfast geführt hat. Ich war jeden Sommer hier und habe die zahlreichen Künstler bestaunt, die bei uns abgestiegen sind.



☛ Auch im Hochsommer gleicht das Hotel einer erfrischenden Grünoase.

Dann bin ich für 20 Jahre in die USA gegangen und habe dort als Gastronom gearbeitet. Als ich meinen Lebensmittelpunkt wieder nach Istanbul verlegt hatte, wurde meine Liebe zu Bodrum aufs Neue entfacht. Der Boom hatte gerade angefangen, die Grundstückspreise waren noch relativ günstig. Dass die Entwicklung derart rasant vor sich ging, war nicht vorhersehbar, aber große Sorgen haben ich mir um dieses Investment eigentlich nie gemacht. Seit über 20 Jahren verbringe ich jeden Sommer hier. Es ist einfach ein zauberhafter Ort.

Die Lage ist wirklich wunderschön. Noch mehr beeindruckt mich aber die geschmackvolle Gestaltung der Anlage, sowohl im Kleinen wie im Großen. Für Sie ist das Hotel mehr als nur ein Investment?

Ich wohne hier von April bis November. Das Maça Kizi ist mein Zuhause. Ich

Ich sammle schon seit vielen Jahren Kunst.

SAHIR EROZAN

bin zwar kein Pedant, aber sehr detailverliebt. Jeder Baum, jeder Tisch, jede Skulptur hat eine eigene Geschichte. Als wir angefangen haben, gab es weder WiFi noch TV-Geräte auf den Zimmern. Wir haben das Angebot im Laufe der Jahre an die Erwartungshaltung der Gäste angepasst. Wenn man mit dem Boot kommt, sieht man unsere Anlage fast nicht, weil sie sich an die Landschaft anpasst und voller Pflanzen ist. Leider gilt das nicht für alle Luxushotels in dieser Gegend, weil zumeist kommerzielle Interessen im Vordergrund stehen, was ja irgendwie auch verständlich ist. Nicht alle neuen Anlagen sind schön anzusehen. Das sind die Schattenseiten der rasanten Entwicklung.

Kunst und Kulinarik sind zwei Aspekte, die im Maça Kizi eine besondere Rolle spielen. Spiegelt das Ihre persönlichen Vorlieben wider?

Allerdings. Seit meiner Jugend beschäftige ich mich intensiv mit zeitgenössischer Kunst, auch wenn ich sie nicht immer verstanden habe. Jean-Michel Basquiat war ein außergewöhnlicher Mensch, aber dass seine Arbeiten tatsächlich von bleibendem Wert sein würden, hat damals niemand geahnt – ich auch nicht, obwohl er regelmäßig bei mir zu Gast war. Natürlich sind einige Werke, die ich im Laufe der Jahre erworben habe, im Wert gestiegen, aber das verfolge ich nicht wirklich. Ich bin ein leidenschaftlicher Sammler und kein Händler. Trotzdem interessiert mich der Kunstmarkt sehr. Auf meinen Partys rund um die Art Basel oder bei der Biennale in Venedig treffen sich Galeristen und Investoren mit den ausstellenden Künstlern, was für beide

Seiten vorteilhaft ist. Das hoffe ich mit dem Festival MedBodrum jetzt auch hier zu etablieren.

Und die Kulinarik? Das Maça Kizi wurde vor Kurzem sogar mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet ...

Ich sage manchmal scherzhaft, dass wir eigentlich ein Restaurant mit Zimmern betreiben. Ich habe in Washington DC 20 Jahre lang sehr erfolgreich ein Restaurant samt Club geführt. Ich liebe die Rolle des Gastgebers und versuche stets, den passenden Rahmen zu schaffen, damit sich Gäste bei mir wohlfühlen. Wenn gelacht und getanzt wird, habe auch ich meinen Spaß. Der Michelin-Stern war vor allem für unseren Küchenchef Aret Sahakyan wichtig, weil es eine objektive Anerkennung für seine Arbeit ist. Gleichzeitig ist mir eine gute Stimmung im Lokal mindestens genauso wichtig wie die Qualität des Essens. Ich esse fast jeden Tag im Hotel und bin

20 Jahre USA waren mehr als genug.

SAHIR EROZAN

der schärfste Kritiker, wenn einmal etwas nicht passen sollte.

Woher kommen Ihre Gäste? An der Südküste sind es vor allem Pauschal-touristen aus Europa, die für volle Betten sorgen, aber für diese Gäste-schicht sind Luxushotels wie das Maça Kizi wohl viel zu teuer, oder?

Im Sommer ist Bodrum vor allem von wohlhabenden Türken bevölkert. Manche haben hier eigene Ferienhäuser oder Apartments und bleiben mehrere Wochen. Andere kommen nur über ein verlängertes Wochenende und steigen dann gerne in einem luxuriösen Hotel ab. Wir sind da irgendwie die Ausnahme, weil wir mehr als 70 Prozent inter-

Wirt und Kunstsammler

Sahir Erozan stammt aus einer alten türkischen Familie, die zahlreiche prominente Persönlichkeiten hervorgebracht hat. Vor allem als Diplomaten und Wissenschaftler haben sich verschiedene Familienmitglieder über mehrere Generationen hinweg einen Namen gemacht. Insofern sieht sich Sahir als schwarzes Schaf der Familie. Statt einen Abschluss an der berühmten Universität Georgetown in Washington zu machen und eine akademische Karriere zu starten, jobbte er zunächst als Kellner und eröffnete mit der Hilfe von Freunden ein kleines Lokal.

Mit sehr viel Glück schaffte er es, professionell in die Gastronomie einzusteigen. Das erste richtige Restaurant hatte auch einen angeschlossenen Club, der sich zum Treffpunkt der Society mauserte. Seit damals kennt Sahir viele Größen der US-Politik persönlich. Zum Freundeskreis zählten auch zahlreiche junge Künstler, die er, so gut es ging, auch unterstützte. Kunstwerk statt Bargeld war ein Deal, der für beide Seiten attraktiv schien. Obwohl noch keine 25 Jahre alt, war Sahir bereits stadtbekannt.

Das Spannungsfeld zwischen seinen beiden Leidenschaften Kunst und Kulinarik bestimmte Sahirs weiteren Lebensweg. Er begann regelmäßig die Kunst-messen in Basel und Miami →

→ sowie die Biennale in Venedig zu besuchen. Irgendwann kam ihm die Idee, vor Ort auch Partys zu organisieren, die bald in aller Munde waren.

Sahir kam immer öfter nach Europa, die Aufenthalte wurden immer länger. Vor allem im Sommer blieb er oft wochenlang in Bodrum, wo seine Mutter immer noch das kleine Maça Kizi Hotel führte. Mitte der 1990er-Jahre verkaufte er seine gutgehenden Lokale in Washington und übersiedelte nach Istanbul. Gleichzeitig begann er mit dem Bau eines Maça Kizi Hotels in der kleinen Ortschaft Türkbükü, das 15 Minuten nördlich von Bodrum liegt.

Schritt für Schritt hat Sahir seither das in einer weitläufigen Gartenanlage gelegene Resort zu einer geschmackvollen Luxusoase entwickelt, die ganz ohne Prunk und Protz auskommt und lieber mit geschmackvoller Architektur und interessanten Kunstwerken überzeugt. Nach der Pandemie eröffnete er auf der gegenüberliegenden Seite der Bucht eine luxuriöse Villa mit 16 Suiten, die mit der hoteleigenen Motoryacht in zehn Minuten erreichbar ist.

Im Mai 2024 hat Sahir erstmals das Kunstfestival MedBodrum veranstaltet, zu dem neben bildenden Künstlern, Musikern und DJs auch Gastköche aus aller Welt geladen waren. ●



Bodrum hat eine lange Tradition als Treffpunkt der Künstler.

SAHIR EROZAN

nationale Gäste haben, viele davon aus den USA. Auch der Anteil an Stammgästen, die jedes Jahr zu uns kommen, ist überdurchschnittlich hoch. Das hat wohl in erster Linie mit meiner eigenen Vergangenheit zu tun.

Also stimmt der Vergleich mit Saint-Tropez, den die New York Times vor ein paar Jahren gezogen hat ...

Fast jeder Vergleich hinkt, obwohl solche Presseberichte für uns natürlich sehr hilfreich sind. So bekannt ist Bodrum international ja noch nicht. Auch wenn die vielen Luxusyachten, die hier im Sommer vor Anker liegen, den Eindruck vermitteln, als wären wir ein Hotspot für Superreiche, ist das nur die halbe Wahrheit. Mittlerweile leben in den Sommermonaten viele „normale“ Menschen in Bodrum, die dem Chaos

von Istanbul entfliehen wollen. Was mich besonders freut: Wir haben eine sehr lebendige Community an jungen Künstlern, die abseits der Tourismusindustrie blüht. Wer Lust auf tolle Restaurants und Nightlife hat, fährt am Abend in die Altstadt, aber schon ein bisschen außerhalb findet man nach wie vor idyllische Flecken.

Ich war vor über 30 Jahren das erste Mal in Bodrum. Als ich jetzt wieder gekommen bin, habe meinen Augen nicht getraut. Es ist beeindruckend zu sehen, welchen wirtschaftlichen Aufschwung die gesamte Region genommen hat, gleichzeitig ist viel vom Charme vergangener Tage verloren gegangen. Wie sehen Sie diese Entwicklung?

Leben bedeutet Veränderung. Im Großen und Ganzen wird das Wachstum von den meisten Einheimischen sehr positiv gesehen. Einfache Bauern, die vor 30 Jahren ein paar Hügel zum Weiden der Schafe besessen haben, sind heute Millionäre. Der Lebensstandard ist insgesamt deutlich gestiegen, wovon alle profitieren. Ich bin früher

mit meinem Boot gerne nach Mykonos gefahren, weil mir die lässige Stimmung auf der Insel so gut gefallen hat. Jetzt gibt es dort überall schicke Restaurants, noble Beachclubs und hunderte neue Hotels. Das ist toll für Mykonos, aber ich fühle mich dort nicht mehr so wohl. Gleich gegenüber von Bodrum liegen ein paar kleinere griechische Inseln wie Patmos oder Leros, wo die Zeit scheinbar stehen geblieben ist. Von der Ferne betrachtet, schaut es dort wunderschön aus, aber viele Dörfer sind ausgestorben. Ist das besser? Ich weiß es nicht. Jedenfalls kommen heute die jungen Leute von diesen Inseln im Sommer zu uns, weil es hier Arbeit gibt und dort nicht.

Die Zukunft erscheint Ihnen also rosiger – trotz der düsteren Prognosen zur Erderwärmung ...

Überhaupt nicht. Wir sind dabei, unseren Planeten unbewohnbar zu machen. Ich weiß nicht, wie lange die Menschheit mit dieser Form des Wirtschaftens noch überleben wird. Ich mache mir da keine allzu großen Hoffnungen, weil diese Probleme nur mit einem

gemeinsamen Handeln aller Länder sinnvoll angegangen werden kann, und das sehe ich nicht kommen. Statt miteinander für eine bessere Zukunft zu arbeiten, wird wieder Krieg geführt. Das führt bei mir allerdings nicht zu Fatalismus. Jeder soll tun, was er kann. Wir haben großflächig PV-Anlagen installiert, säubern das Wasser in unserer Bucht, versuchen invasive Fischarten als Speisefische zu vermarkten und vieles andere mehr. Ich bin mir meiner Verantwortung als Unternehmer bewusst, nur wird das nicht viel am Weltklima ändern.

Aber wenn die Temperaturen weiter steigen, wird man im Sommer wohl kaum mehr in der Türkei Urlaub machen wollen. Trotzdem investieren Sie fröhlich weiter?

Tatsächlich glaube ich nicht, dass es diese Form des klassischen Sommerurlaub-Tourismus bei uns noch lange geben wird. Es wird zu Saisonverschiebungen kommen. Vielleicht werden wir in 20 Jahren von September bis Juni offen haben und im Hochsommer zusperren? Wer weiß das schon. ●

Eine lange Geschichte

Als Bodrum noch Halikarnassos hieß, war es eine richtige Metropole. Hier lebte einst (377–353 v. Chr.) ein reicher König namens Mausolos, der sich ein Andenken für die Ewigkeit schaffen wollte. Schon zu Lebzeiten begann er mit dem Bau eines Grabmals, das derart imposant war, dass es als eines der sieben Weltwunder der Antike bezeichnet wurde. Das Grabmal wurde später durch ein Erdbeben zerstört, aber der Name blieb: Noch heute bezeichnen wir in allen europäischen Sprachen imposante Grabbauten als Mausoleen. Zur gleichen Zeit lebte hier der griechische Geschichtsschreiber Herodot – auch ein Name, den man bis heute kennt.

Es war die strategische Lage zwischen dem östlichen Mittelmeer und der Ägäis, die Halikarnassos so bedeutend machte. So errichteten hier die Johanniter während der Kreuzzüge eine mächtige Festung. Nach dem Rückzug der Johanniter von Rhodos fiel die Burg den Osmanen im Jahr 1523 kampflos in die Hände. Weil sie das gesamte östliche Mittelmeer beherrschten, verlor Halikarnassos, das fortan Bodrum genannt wurde, seine einstige Bedeutung. Bis zur Jahrtausendwende fristete es eine armselige Existenz als Fischerdorf.

Dorthin wurde in den 1950er-Jahren der oppositionelle Bildhauer und Schriftsteller Cerat Sakir von der türkischen Regierung verbannt. In den folgenden Jahren folgten ihm zahlreiche befreundete Künstler nach, wodurch Bodrum zumindest in intellektuellen Kreisen bekannt wurde. Ab den 1990er-Jahren begann die touristische Entwicklung der gesamten Region, wobei die Altstadt von Bodrum selbst aufgrund von strikten Baubeschränkungen erhalten wurde. ●

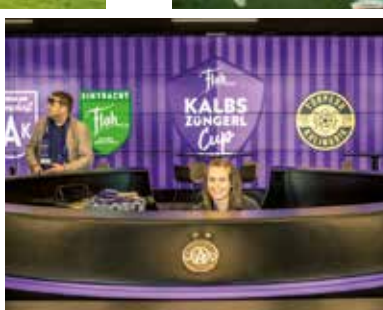
Gastroblicke

1 25 Jahre Bier Guide

„Das Bierland Österreich hat eine ausgeprägte Bierkultur mit wenigen großen und vielen kleinen Brauereien. Es gibt 48 Top-Lokale, die überall auf der Welt beste Figur machen würden. Und es gibt viele Bierlokale, die vielleicht auf den ersten Blick nicht besonders, nicht fein herausgeputzt wirken – und dennoch unverzichtbar für die österreichische Bierszene sind“, sprach Bierpapst Conrad Seidl im Schweizerhaus. ●

www.bier-guide.net

© MEDIANET/MENZEL



2 Walk of Legends

Offroad-Legende, WM-Sieger und sein Leben lang stets „Ready to Race“: Heinz Kinigadner enthüllte den „Walk of Legends“ auf dem Vorplatz der KTM Motohall. „Kinis Ehrentafel bildet den Start unseres neuen Legenden-Rundwegs, der die Besucher um das KTM-Museum herumführt“, so Geschäftsführerin Eva Priewasser. Ehre, wem Ehre gebührt. Gratulation Kini! ●

© KTM-MOTOHALL



3 Floh Kalbszüngerl Cup

Das Achterfinale startete gegen 22:00 Uhr. Davor lud der Floh aus Langenleobarn auf den violetten Rasen der Generali-Arena zum freundschaftlichen Turnier mit Fußball. Der Rest ist Bildgeschichte, die wir seinen Kollegen nicht vorenthalten wollten. Ohne weitere Worte, aber gerne noch mehr Bildern. ●

www.derfloh.at/kalbszuengerlcup

© JÜRGEN SKARWAN



4 Bier statt Wein

Hat im Falle des Figls geholfen die eher sterbende Weingegend neu zu beleben. Vor zwei Jahrzehnten übernahmen die Brüder Hans und Thomas Figlmüller die traditionsreiche Location und verwandelten sie in eine moderne Biergaststätte, die heute weit über die Grenzen Grinzings hinaus bekannt ist. Woran die Schar an Gratulanten zweifelsohne ihren Anteil hat. ●

www.figls.at

© ANASTASIIA HOLNYK



5 Boho Vibes

„Genießen wie die Maya-Götter“ war bei der Saisonöffnung des Maya Garden von Joachim Natschläger am Handelskai ausgerufen. Neben chilligen Strandbetten und internationalem Soul-Food direkt vom Grill genossen die Gäste spritzige Cocktails und Good Vibes Only! Am sandigen Beach-Dancefloor wurde bis tief in die Nacht zu DJ-Music getanzt. Alles Jolly Rogers. ●

www.maya.garden

© BARDH SOKOLI



6 BBQ mit feinen Beats

„Für viele Besucher beginnt im Sommer das Wochenende schon am Dienstag“, freut sich Veranstalterin und Gründerin Sandra Kendl auf die Saison. Es ist der Klassiker unter den Afterworks: Das Techno Café im Pavillon im Volksgarten – der wohl schönste Gastgarten der Stadt – hat seine Tore wieder offen. Hurra! ●

www.dastechnocafe.at

© PHILIPP LIPIARSKI



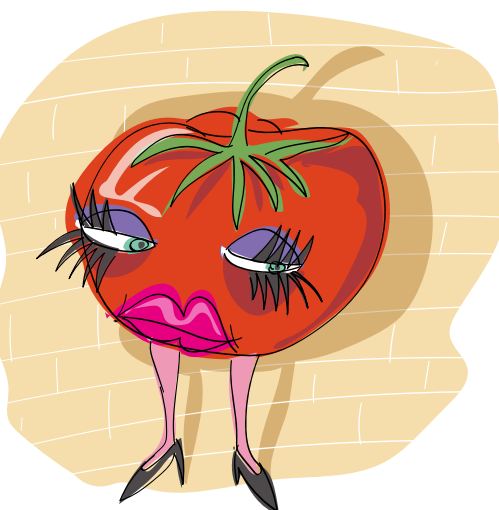
Plastik oder Bio

Wie jeden Samstag um die gleiche Zeit sieht Eugen ein bisschen verloren aus. Wie wird er sich diesmal entscheiden? Hilflos greift er zum Einkaufszettel und starrt auf die eilig hingekritzeltten Worte. Er gibt sich einen Ruck und greift zu. Diesmal hat er sich für die plastikverpackten Bioparadeiser aus Italien entschieden. ◆

TEXT: MARTINA BUCHER // ILLUSTRATION: MICHAEL OTTO

Bio oder plastikfrei, Lieferwege oder Spritzmittel, palmöl- oder zuckerfrei, das Einkaufen ist für ihn mittlerweile zu einer echten Aufgabe geworden. Zu viele Entscheidungen, zu viele Kompromisse.

Privat hält er es ganz anders. Egal ob aus Gramatneusiedl oder Tokio, Hauptsache schön Plastik. Am besten innen wie außen. Eugen steht auf fake und Latex. Voluminöses Haar, staubwedel-dicke Wimpern, richtig fetter Schmolldickmund und der Rest unkenntlich in glänzend-glattem Naturkautschuk geschält. Das einzig natürliche, das ihn antörnt. Und wenn dann der Körper so vor ihm steht, aufgebauscht und eingezwängt, dann ist es ihm auch egal, wer da wirklich drin steckt. Er greift ohne Zögern zu.



Das Entscheidungsdilemma beim Einkaufen kennt Lukas auch. Ökologisch sinnvoll zu entscheiden, ist nicht immer leicht. Wer Bio will, muss gelegentlich Plastikverpackungen oder lange Lieferwege in Kauf nehmen. Bei Frauen hingegen ist es für ihn klar. Lukas mag's natürlich, durch und durch. Schon ein Hauch Parfum stößt ihn ab, Frau soll schließlich auch nach Frau riechen. Mit rasierten Beinen kann er, wenn nötig, gerade noch zurechtkommen, alles andere muss originalgetreu erhalten und möglichst selten gewaschen sein, um ihn sexuell zu begeistern. Hier kennt er keine Kompromisse.

Nach außen sehen Eugens und Lukas' sexuelle Ideale völlig unterschied-

lich aus, im Grunde haben beide eins gemeinsam – sie haben eine sehr enge Vorstellung davon, was für sie sexuell attraktiv ist. Sie haben das entwickelt, was man gemeinhin einen Fetisch nennt. Was nach außen verrucht und geil klingt, ist bei genauerer Betrachtung nichts anderes als eine massive Einschränkung im Lustempfinden. Eugen kann mit einer echten Brust im Spitzen-BH so wenig anfangen, wie Lukas mit bepinselten Zehennägeln.

Schon die kleinste Abweichung vom erotischen Plan in ihrem Kopf bedeutet für beide den totalen Lustkiller. Das Objekt der Begierde hat genau so zu erscheinen, wie die beiden es sich vorstellen und bleibt damit am Ende nicht mehr als das: ein Objekt.

Beim Sex geht es für beide nicht um den erotischen Austausch mit einem anderen Menschen, sondern um die

genaue Erfüllung einer bestimmten sexuellen Vorstellung. Das erlaubt wenig Flexibilität und kaum Einmischung der beteiligten Person. Das macht den Unterschied zu einer einfachen Vorliebe aus. Beim Fetisch gibt es kein Wenn und Aber. Nur unter dieser einen, bestimmten Voraussetzung kann lustvoll gespielt werden. Alles andere funktioniert einfach nicht.

Klar, dass man da ein bisschen länger suchen muss, um die entsprechenden Wünsche auch erfüllt zu bekommen. In herkömmlichen Bars werden beide selten fündig. Sie bedienen sich zumeist spezieller Fetischseiten im Internet, um Gleichgesinnte zu finden. Am Ende ist beiden der Aufwand oft zu groß und sie finden sich alleine bei den immer gleichen Pornofilmchen wieder.

Solche Menschen wirken oft verrucht und dadurch auch attraktiv, weil sie sich als sexuell offen und aktiv darstellen. Schlussendlich spielt sich jedoch das Meiste im Kopf und nicht in der Hose ab. Mit den Tomaten haben beide nun mehr Glück, die kaufen sie jetzt beim Biobauern am Markt. Ein Problem weniger. ◆



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



BEFLÜÜÜGELT DURCH DEN SOMMER.



NEU

Curuba-Holunderblüte



Red Bull®

BELEBT GEIST UND KÖRPER®.