

Lust & Leben

Die Cheflektüre für Gastro und Hotellerie *

Ausgabe 101 * September 2024

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

**Durchblicker
BESCHWINGT AUF
WOLKE 7**

ZEIT FÜR FLEISCH

Aus
Österreich



M. KRÖSWANG

Die lange Sicht

Pioniere nötigen uns Respekt ab, ganz egal in welchem Lebensbereich und welcher Epoche. Weltumsegler, Firmengründer oder Wissenschaftler – ihre ruhmreichen Geschichten überleben mitunter Jahrhunderte. Dass wir uns so lange an sie erinnern, hat nur bedingt mit ihren tatsächlichen Leistungen oder gar besonderen Charaktereigenschaften zu tun. Wer will behaupten, dass Christoph Columbus ein besserer Segler oder ein gerechterer Kapitän war, als all jene unzähligen anderen Seefahrer seiner Zeit, die mit ihren Expeditionen weniger Glück gehabt haben? Was den Pionier ausmacht, ist die Tatsache, dass seine Taten über das eigene Leben hinaus gewirkt haben und sie somit etwas Neues auf den Weg gebracht haben. Das gilt im Großen wie auch im Kleinen.

Österreichs Tourismuswirtschaft ist auch deshalb so erfolgreich, weil sie von zahlreichen Familienunternehmen, die auf unterschiedlichste Art und Weise Gäste aus Nah und Fern begeistern, geprägt ist. Die Pionierarbeit der Gründergeneration erfährt auch hier erst durch die Fortschreibung der nachfolgenden Generationen ihre Vollendung.

Schaut man sich heute im Land um, braucht man sich um die Zukunft des heimischen Tourismus keine Sorgen zu machen. Trotz schwieriger werdender Rahmenbedingungen sehen wir unzählige engagierte Gastronomen und Hoteliers der nächsten Generation, die das Erbe ihrer Eltern oder Großeltern mit Freude weiterschreiben.

Ein paar Pioniere, die etwas gänzlich Neues gestartet haben, gibt es hierzulande erfreulicherweise auch. Mehr von diesen außergewöhnlichen Menschen finden Sie wie gehabt in unserer aktuellen Ausgabe.

Viel Spaß beim Lesen!
Ihr Lust&Leben-Team



Unser Cover: Gerhard „Geri“ Tsai, Tür 7
Foto © Rainer Fehringer

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, Günther Gapp, Roland Graf, Jürgen Schmücking

Anzeigen: Günther Gapp
g.gapp@gastrowerkstatt.cc

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

Anzeigentarif: gültig ab 01 01 24
Herstellung: Druckerei Berger, Horn.

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

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

Auflage: 23.800 Stück

Ein Produkt der

**GASTRO
WERKSTATT**
DAS BESTE AGENTURNETZWERK



EVA BIRINGER
AUTORIN

WOLFGANG
SCHEDELBERGER
CHEFREDAKTEUR

GÜNTHER GAPP
HERAUSGEBER

RAINER
FEHRINGER
FOTOGRAF

MICHAEL OTTO
GRAFIK

JÜRGEN
SCHMÜCKING
AUTOR

04

Inside Branchennews

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

06

Shop 'til you drop Einmal mit Filter

Kaffeemaschinen von anno dazumal feiern ein Revival. Es lebe der Retro-Look der 1970er.



10

Im Fokus Schwarz statt weiß

Giuliano Baldessari aus Vicenza kocht am liebsten im Latex-Anzug.

© LAZZARIN FRANCESCO



14

Cheftalk Sepp, was machst Du?

Wirt, Koch, Politiker und Instagram-Hero – Sepp Schellhorn ist beschäftigt.

21

Kolumne Nachhaltigkeit

Fakten statt Bullshit-Bingo mit dem 360° Check .

22

Portrait Total Obauer

Ein generationsübergreifendes Gespräch am Familientisch.



© RAINER FEHRINGER

26

Service Bargeflüster

Eine gute Bar legt Wert auf ein gepflegtes Bier



© RAINER FEHRINGER

30

Portrait Richtig Übersetzt

Seit über 30 Jahren arbeiten Küchenmeister aus Sichuan im Donaupark.

34

Portrait Ein Lokal, zwei Welten

Tim Urban erobert mit dem Shanghai die Hauben-Gastronomie.

© RAINER FEHRINGER



40

Gut gemixt Himmelstürmer

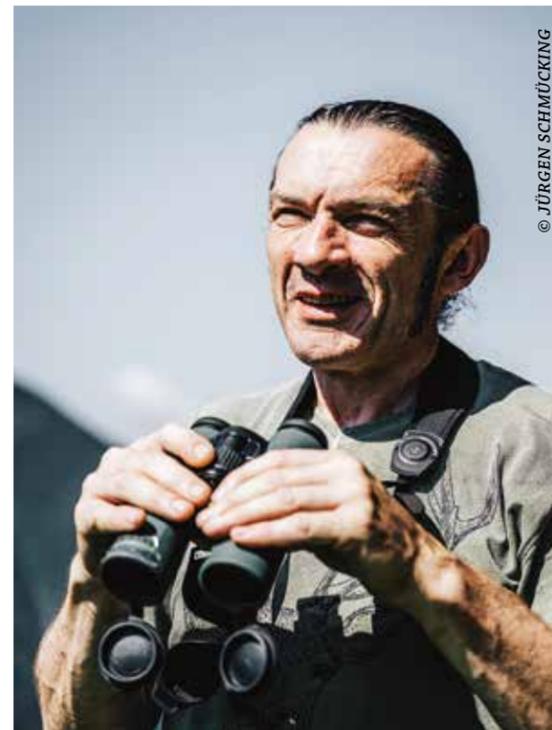
Seit zehn Jahren führt Geri Tsai die Bar Tür-7

46

Portrait Jäger, Sammler, Bienenzüchter

Spitzenkoch Gustav Jantscher ist am liebsten draußen am Berg.

© JÜRGEN SCHMÜCKING



52

Bartrends Storytelling

Thematisch gestaltete Barkarten erobern die besten Bars des Landes



© OTTO MICHAEL

62

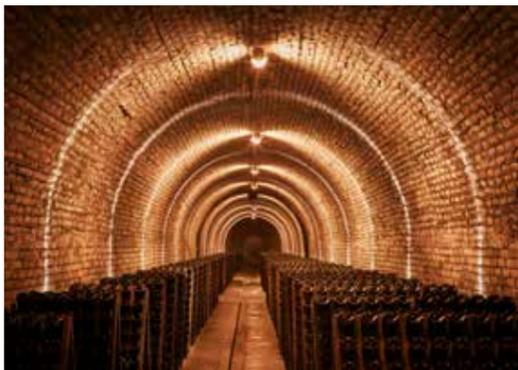
Ausbau Mit Pool am Dach

Das Hotel Schachner hat einen großen Wurf gewagt

68

International Prickelnder Wandel

Sonne und Regen in der Champagne.



Herzlich & exquisit

Aus dem Cubus wurde nun Jenner's Bar und Restaurant. Die exklusive Location und die Dachterrasse mit dem einzigartigen Blick auf Linz und die Donau sind seit vielen Jahren fester Bestandteil der Linzer Gastro-Szene. Herzliche Wohnzimmerstimmung bis hin zum Catering und Clubbing stehen am Zettel des neuen Pächters. ●



© KATRIN BUSCHMANN

Nur acht Minuten

Maria und Josef Steffner leben in ihrem Mesnerhaus Gastfreundschaft und erstklassige Gastronomie und schaffen so ein Erlebnis, das in Erinnerung bleibt. Nun kommt ein Wellnessbereich ums Eck beim Partnerhotel hinzu. Samt beheiztem Sky-Pool auf der Dachterrasse sowie einer Bio-Panoramasauna mit Ausblick auf die Burg Mauterndorf und die Lungauer Bergwelt. ● www.mesnerhaus.at



Die beste Pizza Europas

Kommt aus Wien! Francesco Calò, Eigentümer und Pizzaiolo der Via Toledo im 8. Bezirk, holte in Madrid mit seiner speziellen Interpretation der klassischen Marinara den Award „Beste Pizza“ und „Beste Pizzeria Österreichs“. Mit seinem Lokal wurde er obendrein Dritter in der Gesamtwertung der besten Pizzerien Europas. Noch Fragen? ● www.viatoledo.at

Einzigartige Fusion

Nach Berlin, Paris und Lissabon eröffnete ShisoBurger auch in Wien. Das Burgerkonzept verbindet die Vorzüge klassischer Burger mit asiatischer Finesse. Die einzigartige Fusion serviert gesunde Gourmet-Burger abseits herkömmlicher Fast-Food-Kultur und erfreut Tim Schächter, der so sein unternehmerisches Herzensprojekt fand und auch mit dem Merchandising punktet. ● www.shisoburger.com



Casual Dining für jedermann

In Oisnitz (Weststeiermark) haben Drei-Hauben-Koch Patrick Faist und Birgit Preschan das Restaurant Broadmoar (zuletzt Johann Schmuck) übernommen und setzen spannende neue Akzente: regional-saisonale Tellergerichte in verschiedenen Größen und à la Carte, einen wöchentlichen Samstags-Brunch sowie Casual Dining als erlebnisreiche Genuss-Auszeit. Viel Erfolg! ● www.restaurant-broadmoar.com

© MARTIN FRIEDNER



© SWR/MARCEL WEISHEIT

She Chef

Die Spitzengastronomie ist eine Männerdomäne. Und ein Umfeld, das für toxische Arbeitsbedingungen bekannt ist – gerade für die wenigen jungen Frauen. „She Chef“ ist das intime Porträt der österreichischen Kochweltmeisterin Agnes Karrasch. Nach ihrer Ausbildung begibt sich die 25-Jährige auf eine lehrreiche Reise, um von den besten Köchen der Welt (Joachim Wissler, Oriol Castro und Eduard Xatruch) zu lernen. „She Chef“ stellt die Frage nach der Zukunft der Arbeitswelt, nach Vereinbarkeit von Familie und Beruf sowie nach den Träumen der nachfolgenden Generation. Ganz nebenbei führt der Film an die sinnliche Schönheit dieses Handwerks heran – abseits des üblichen Starkults. Schaut euch das an – SWR, 19. September um 23:35 Uhr! ● www.ardmediathek.de

Schöne Entwicklung

Toni Mörwald macht Daniel Ebner zum General Manager in der Welt von Mörwald, Felix Rieger folgt ihm als Maître d'Hotel. Eine schöne erfolgreiche Entwicklung, die vor 25 Jahre in der Lehre begann. Wir gratulieren beiden Herren. Chapeau! ● www.moerwald.at

V. l.: Daniel Ebner, Toni Mörwald und Felix Rieger

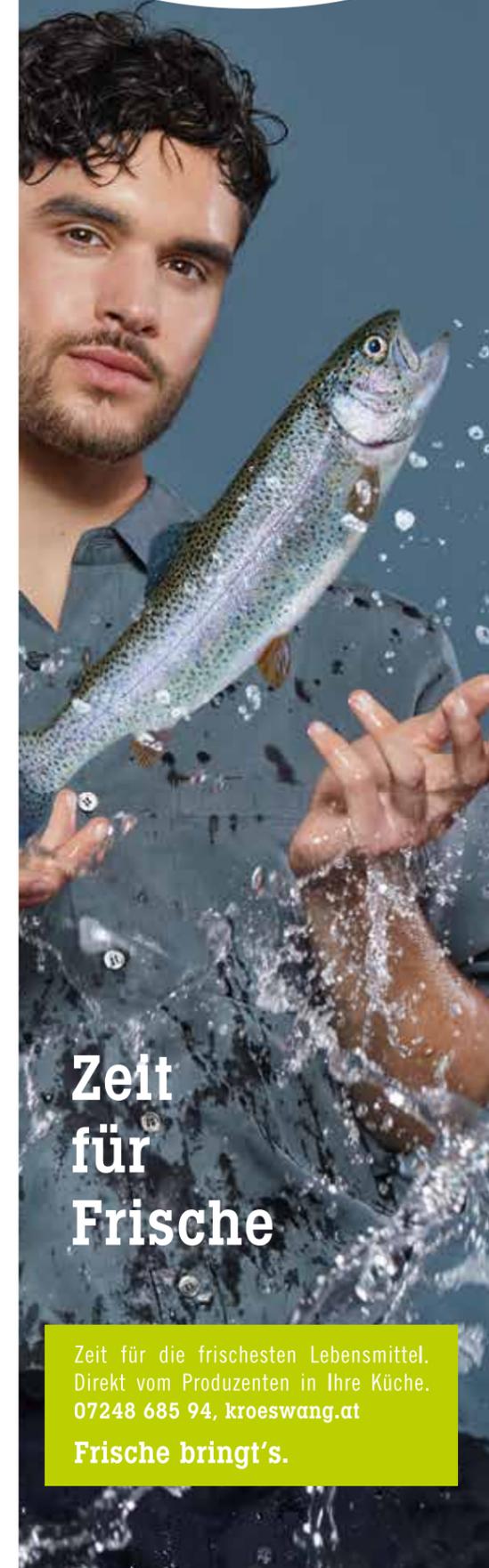


© MÖRWALD



Der nächste Schritt

Mit Jakob Karner übernimmt der langjährige Sous-Chef das mehrfach ausgezeichnete Restaurants Apron im Hotel Am Konzerthaus Vienna. Der bisherige Küchenchef Stefan Speiser wird zu seinen Wurzeln als Executive Chef in „Das Central“ in Sölden zurückkehren. ● www.restaurant-apron.at



Zeit für Frische

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

Frische bringt's.



Wenn das Alte das Neue (und viel Coolere) ist

Wer hätte das gedacht? Die Kaffeemaschinen, die jahrelang unbeachtet in der Ecke standen, sind jetzt die begehrtesten Stücke. Groß, klein, mit Filter oder Druck – was früher nur Staub angesetzt hat, ist heute der heilige Gral für Kaffeeliebhaber. Klar, moderne Marken versuchen, sie nachzuahmen, aber die Magie des Originals kann man einfach nicht kopieren. Hier sind sechs Modelle, die zeigen, warum das Alte manchmal doch das Coolste ist. **TEXT & FOTOS: ARANTXA BELMAR**

1 Siemens Cafemat

Die Morgenstunden im Büro? Die werden nie wieder so sein wie damals mit der Siemens Cafemat aus den 70ern! Diese Filterkaffeemaschine, made in Germany, hat Platz für acht Tassen – also genug für die ganze Abteilung. Und das Besondere? Sie kommt mit einem goldbeschichteten Filter. Solche Details machen den Unterschied, denn wer würde heute noch auf so eine Qualität setzen?

2 Melitta Aromaboy

Klein, aber oho! Die Melitta Aromaboy ist so kompakt, dass sie selbst in die winzigsten Neun-Quadratmeter-Apartments von Paris passen würde. Perfekt für eine oder zwei Tassen, bietet sie alles, was man braucht – und das mit Stil. So ikonisch ist sie, dass Melitta kürzlich versuchte, den Charme des Originaldesigns der 70er-Jahre neu aufzulegen. Spoiler: Das Original bleibt unschlagbar.

1



2



3 Krups 266 (T8)

Hier wird kein gewöhnliches Tropfverfahren verwendet – nein, das kochende Wasser wird unter Druck vom unteren Behälter nach oben gedrückt und rauscht durch das Kaffeepulver. Das Drucksystem sorgt dafür, dass kein Sauerstoff eindringt, was den Geschmack zusätzlich verbessert. Anfang der 90er kam eine Neuauflage auf den Markt, aber leider mit einfacheren Materialien – das Original bleibt die wahre Legende.

4 Moulinex Kaffeeautomat 2000

Ein echtes Fundstück aus den 60ern und 70ern, das kaum noch zu finden ist. Diese Kaffeemaschine wurde dafür entworfen, direkt auf den Herd gestellt zu werden, ähnlich wie eine Mokkakanne, aber ohne den Druck. Der Kaffeebehälter ist aus Porzellan, was nicht nur einen eleganten Touch verleiht, sondern auch das Gefühl, dass man den Kaffee tatsächlich „kocht“.

4



3



5 AEG KF1500

Die KF1500 aus den 70ern ist so schön, dass man sie sich in einer Designer-Küche, einem schicken Büro oder sogar in einem stylischen Café vorstellen kann. Ein echter Hingucker. Der Korpus mag aus Plastik sein, aber der Wassertank, der Filter und die Kaffeekanne sind aus Glas – was ihr einen Hauch von Eleganz verleiht. Und sie ist nicht nur hübsch: In wenigen Minuten zaubert sie bis zu zwölf Tassen Kaffee.

6 Krups Café Voyager

Die Jüngste im Bunde. Diese kleine Filterkaffeemaschine für unterwegs kommt sogar mit einer eigenen Stofftasche samt Tragegriff daher – bereit, überallhin mitgenommen zu werden. Hergestellt in verschiedenen Farben, wird sie einfach an die Steckdose angeschlossen und ist perfekt für den Kaffee-Nerd von heute. Mit einer integrierten Tasse und sogar Fächern für Zucker und Milchpulver ist sie die ideale Begleiterin für alle, die ihren Kaffee überall selbst zubereiten wollen – solange es irgendwo einen Stromanschluss gibt.



6



5

Natürlich erfrischend.



Bio-Erfrischungsgetränke.
Keine Energy Drinks.





© FRANCESCO LAZZARIN

Alles was Flügel hat, fliegt

Spielerische Ernsthaftigkeit oder ernsthafte Spielereien? Wahrscheinlich ist bei Giuliano Baldessari von beidem etwas dabei. Spannend ist ein Besuch seines Ristorante Aqua Crua südlich von Vicenza allemal. ►

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER

Giuliano lacht viel und gerne. Er scheint ein fröhlicher, fast unbeschwert lebender Mensch zu sein. Das ist die eine Seite. Er hat in seinem Leben aber auch schon sehr viel geweint. Eine verstörende Kindheit führte zu einer rebellischen Jugend und tiefen Sinnkrisen. Das ist die andere Seite. Schlussendlich hat Giuliano im Kochen seine Erlösung gefunden. Vor zehn Jahren konnte er sogar ein eigenes Restaurant aufsperrn, das er gerne als Refugium bezeichnet. Gleich im ersten Jahr wurde das Aqua Crua auf Anhieb mit einem Michelin-Stern ausgezeichnet. Wieso bislang noch kein zweiter Stern folgte, wissen wir nicht. Wahrscheinlich hat es mit der unkonventionellen Art und Weise, mit der Giuliano sein Ristorante führt, zu tun.

Wenn der Patron seine weiße Kochmontur gegen den schwarzen Latex-Anzug tauscht, geht stets ein Raunen durch den Raum. Dem Patron ist das egal, denn er ist total auf sich selbst fo-

kussiert. Auch wenn er mittlerweile im ganzen Land als „Latex-Koch“ bekannt ist, legt er keinen gesteigerten Wert auf eventuelle Reaktionen aus dem Publikum. Er macht das einzig und allein für sich und nicht aus Gefälligkeit. Nachdem man ein paar Stunden mit ihm in seinem geliebten Wald verbracht hat, ist klar, dass ihm billige Marketing-Gags so was von egal sind. Auch Eitelkeit scheint ihm fremd zu sein. Was es mit dem Faible, in Latex zu kochen auf sich hat, wollen wir später klären.

Idylle in den Dolomiten

Wir fahren zunächst einmal zwei Stunden, an Bassano del Grappa vorbei, nach Löweneck/Levico Terme, wo die spektakuläre Bergwelt der südlichen Dolomiten beginnt. Ein kurzer Stopp bei einem kleinen Feld, wo Giuliano verschiedene Gemüsesorten anbaut. Dann geht es unzählige Serpentine hinauf auf den Berg, wobei Giuliano immer wieder anhält, um wilde Kräuter zu pflücken. Sogar ein paar Morcheln finden wir beim Waldspaziergang. Stets gut gelaunt und beschwingt, erzählt er von der Magie der Berge, wo seine Freunde auf die Jagd gehen. Ab und zu bekommt er ein besonders gutes Stück Wild ins Ristorante geliefert. „Ich muss wissen, womit ich koche. Nur dann

Ich muss wissen, womit ich koche.

GIULIANO BALDESSARI



► Giuliano sammelt Kräuter und Wildpflanzen am Wegesrand

► Außerhalb der Küche zeigt sich Giuliano nur selten in seinem extravaganten Arbeits-Outfit.



Die Kreationen der „Initiationsmenüs“ überraschen durch die Bank



© FRANCESCO LAZZARIN



kann ich mich ernsthaft mit der Verwandlung von einem Lebensmittel in ein Gericht beschäftigen“, erzählt Giuliano, während wir über saftige Almwiesen wandern. Er spricht leise, fast wie zu sich selbst. Es scheint ihm nicht wichtig zu sein, mit großen Worten Botschaften zu versenden. Er berichtet nur, was er so macht. Mehr nicht.

Es beginnt zu regnen. Wir kehren in eine kleine Almhütte eines alten Freundes ein. Feuer wird gemacht, eine Polenta auf dem Herd gerührt. Vorher gibt es ein bisschen Käse und Wurst. Giuliano öffnet eine Flasche Rotwein, die aus seinem eigenen, winzig kleinen Weingarten in Löweneck stammt. Ein einfacher Wein, auf seine Weise aber doch großartig. Naturwein pur. Eine Kollegin aus London ist mit von der Partie. Wir sind also eine bunt zusammengewürfelte Runde, und doch fühlt sich hier alles sehr vertraut und freundschaftlich an. Glanz & Glamour eines extrovertierten Latex-Künstlers? Fehl-anzeige!

Marc Veyrat hat mir viel Mut gegeben.

GIULIANO BALDESSARI

Wanderjahre am Meer und Berg

Auf der Rückfahrt nach Barbarano Vicentino, dem kleinen Ort im Süden Vicenzas, wo das Aqua Cru beheimatet ist, haben wir dann die Gelegenheit, über Giulianos beruflichen Werdegang zu reden. Das Kochen hat ihm schon immer Spaß gemacht. Das Arbeiten in einer hierarchischen Brigade, wie es in großen Restaurants üblich ist, musste er mühsam lernen. Nach der Lehre folgten abwechslungsreiche Wanderjahre. Zunächst ging es nach Augsburg, dann in die noble Villa D’Este am Comer See und schließlich auf ein Kreuzfahrtschiff in die Karibik. Zurück in Italien, wollte er es dann wirklich wissen. Er heuerte im Mailänder Zwei-Sterne-Restaurant Il Luogo di Aimo e Nadia an, das Giulianos Vorstellung von gutem Essen ent-

scheidend geprägt hat. Genauso wichtig – aber auf einer ganz anderen Ebene – war dann seine Zeit beim exzentrischen Drei-Sterne-Koch Marc Veyrat. Keine einfache Zeit, denn der eigenwillige Meisterkoch war im Umgang schwierig, seine Wutausbrüche unvorhersehbar und gefürchtet. Dennoch ist ihm Giuliano unendlich dankbar, weil er ihm vorgezeigt hat, dass man auch in radikaler Unangepasstheit sehr erfolgreich sein kann.

Die Welt der Luxusgastronomie

Giuliano war Ende 20 und hatte sein Leben schlussendlich in den Griff bekommen. Sowohl das Einkommen als auch sein Selbstbewusstsein waren auf einem zufriedenstellenden Niveau angekommen. Die nächsten fünf Jahre wirkte er an der Seite von Massimiliano Alajmo in dessen berühmten Drei-Sterne-Restaurant Le Calandre in Padua. „Das war eine sehr befriedigende Zeit. Gemeinsam mit Massimiliano zu kochen hat mich enorm weiterge-

bracht, sowohl beruflich wie auch menschlich. Im Laufe der Jahre wurde er vom Chef zum Freund. Der Abschied ist mir schwergefallen, aber ich hatte gemerkt, dass es an der Zeit war, selbst zu fliegen“, erinnert sich Giuliano an den entscheidenden Schritt in die Selbstständigkeit vor zehn Jahren.

Das Aqua Crua ist auf den ersten Blick ein ganz „normales“ Ristorante mit gepflegtem Ambiente und angenehmer Atmosphäre. Auffällig ist zunächst nur der große Vogelkäfig, aus dem ein vielstimmiges Gezwitscher ertönt. Die Wände sind in Taubengrau gehalten, der Boden mit Holz verlegt. Die Rückseite des Raums bildet eine mit Pflanzen bewachsene Wand, am anderen Ende liegt die offene Küche.

Drei Schritte zur Initiation

„Mir ist es wichtig, die Reaktion der Gäste im Auge zu haben, um ein Gefühl dafür zu haben, wie der Abend läuft“, erklärt Giuliano. Zur Wahl stehen drei Menüs – Iniziazione I, II und III – sowie eine sehr klassisch gehaltene Speisefolge, die als „Verwurzelung“ des Kochs mit der traditionellen Küche bezeichnet wird. Auch das ist großartig, wie wir uns gleich am ersten Tag in Form eines vorbildlichen Risottos überzeugen konnten. In der Regel kommen die Gäste jedoch, um etwas zu erleben – sprich, um sich Giulianos verführerischen Initiationen zu unterwerfen.



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





Lass sie nur fliegen – sie kommen alle wieder zurück. ●



Mit heiterem Ernst – im Aqua Crua darf auch gelacht werden. ●



© FRANCESCO LAZZARIN

„Dabei lade ich die Gäste ein, mit mir auf eine kulinarische Reise zu gehen, die ich augenzwinkernd als Gratwanderung zwischen Strenge und Wahnsinn bezeichne. Ich verstehe das als eine Form des Dialogs, wobei ich natürlich die Rolle des Geschichtenerzählers übernehme. Die Geschichten bauen aufeinander auf. Deshalb müssen Gäste, die das erste Mal da sind, auch mit der Iniziazione I beginnen. Beim zweiten Besuch gibt es dann Iniziazione II und erst beim dritten Mal, wenn wir uns schon ein bisschen besser kennen, folgt dann Iniziazione III“, erklärt Giuliano. Schmecken tun alle drei Menüs großartig, allerdings erfordern die Varianten II und III eine intensivere Auseinandersetzung mit den einzelnen Gerichten. Sie sind komplexer und gehen beim „Geschichtenerzählen“ etwas tiefer. Natürlich wechseln die Menüs mit den Jahreszeiten und spiegeln die

Nein, es ist nichts Sexuelles.

GIULIANO BALDESSARI

saisonalen Verfügbarkeiten wider. Bei aller Ernsthaftigkeit des Konzepts geschieht die Umsetzung stets mit spielerischer Leichtigkeit, manchmal sogar mit einem gewissen Übermut. Nicht alles muss dabei kulinarisch Sinn machen, wie etwa das gedünstete Hasenohr, das tatsächlich eines ist. Derartige Verrücktheiten findet man frühestens beim dritten Besuch und sollten auch nicht überbewertet werden. Sie folgen ganz dem Motto: Wer will mir sagen, dass man so etwas nicht darf?

Die Liebe zu Vögeln

Giuliano ist ein eigenwilliger Mensch, der seinen Weg gefunden hat und so

lebt, wie er es für richtig hält. Tauben liebt er. Er streichelt sie. Er lässt sie fliegen. Er weiß, dass sie wieder zurückkommen. Irgendwann einmal kommt allerdings der Zeitpunkt, wo er ihnen mit einer raschen Handbewegung die Gurgel umdreht. Dann streichelt er sie wieder liebevoll. Erst dann dürfen sie in die Küche wandern. Es gibt wohl keinen zweiten Koch in Italien, der sich derart intensiv mit Tauben beschäftigt, wie Giuliano. Folgerichtig gibt es auch nur wenig andere Restaurants, wo Taubengerichte so gut schmecken.

Zu guter Letzt wollen wir noch den Latex-Spleen, für den der Chef so bekannt wurde, klären. „Nein, es ist nichts Sexuelles, obwohl ich mein erstes Latex-Kostüm in einem Sexshop gekauft habe. Es war aus einem billigen Material. Dennoch hat es auf mich sofort eine faszinierende Anziehungs-

kraft ausgestrahlt. Ich habe es dann heimlich zum Kochen angezogen und bemerkt, wie es mir dabei hilft, sämtliche andere Einflüsse auszublenden und mich total auf die Zubereitung eines Gerichts zu konzentrieren. Am Anfang habe ich mich dafür geschämt, weil mir die Vorstellung, in dieser Verkleidung vor Publikum zu kochen, peinlich war. Nach ein paar Jahren im Verborgenen bin ich jedoch zu dem Entschluss gekommen, mich nicht weiter zu verstecken. Wieso auch? Es ist mein Restaurant. Wer soll mir verbieten, mich so zu geben, wie ich bin?“, erklärt Giuliano.

Eine Reise nach Vicenza zu unternehmen, nur um einen Koch im Latex-Anzug zu erleben, wäre irgendwie absurd. Will man das Restaurant eines außergewöhnlichen Küchenchefs, der nicht nur einen Vogel hat, erleben, ist man im Aqua Crua bestens aufgehoben. Hat man den Antrittsbesuch – sprich die erste Initiation – gemeistert, folgen zumeist zwei weitere Besuche. Schließlich will man sich von diesem etwas verrückten, aber durch und durch liebevollen Küchenchef zu einer spannungsvollen kulinarischen Reise verführen lassen. ●

lesen&staunen

„Gelinaz!“-Gründer Andrea Petrini hat in der dritten Ausgabe von *Healthy Times* einen langen Artikel über die schräge Welt von Giuliano Baldessari geschrieben, bei der er wesentlich tiefer geht, als wir es hier in dieser Form tun können und wollen.

Bei Interesse: *The Healthy Times*, Issue 3, Herausgeber: Healthy Boys Band, Verlag für moderne Kunst, Publishing Haus for modern (F)arts, 2020.

www.vfmk.org







Wedl Messen Herbst 2024

Beratung und Austausch auf höchstem Niveau

Save the Date

Tirol/Vorarlberg: 16. - 17.09. 2024

Salzburg: 24. - 26.09. 2024

Kärnten: 08. - 09.10. 2024

Alle Infos auf wedl.com/messe



Sepp, was machst du?

Sepp Schellhorn hat in seinem Leben schon viele Rollen ausgefüllt. Die des Hoteliers hat er mit Jahresbeginn abgelegt. Unternehmer ist er geblieben. Politiker ist er wieder geworden. Jetzt hat er sich auch noch zum Instagram-Star entwickelt – in seiner Lieblingsrolle als Koch. ♦

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER

Die neue Wirkungsstätte von Sepp Schellhorn ist der Gasthof zum Bierführer in Goldegg. Der liegt keine 200 Meter vom elterlichen Seehof entfernt, den er die letzten 25 Jahre geleitet hat. Als wir den Gasthof betreten und nach Sepp Schellhorn suchen, finden wir ihn am Küchentisch beim Signieren seines jüngsten Kochbuchs.

„Sepp, was machst du?“ wird gerade in der vierten Auflage gedruckt. Ein Ende des Hypes ist noch lange nicht abzusehen. Als er vor drei Jahren den Gasthof zum Bierführer im Herzen von Goldegg übernommen hat, wollte er wieder vermehrt am Herd stehen. Gemeinsam mit Freunden entstand die Idee, die Zubereitung einfacher Gerichte der traditionellen österreichischen Küche in Kurzvideos zu erklären. Über Tik Tok und Instagram fanden die „Sepp, was machst du?“-Reels, die herzerfrischend unpräzise überkommen,

♦ Sepp, was machst du? Bücher signieren!

eine unglaubliche Verbreitung: Mehr als 600.000 Followers sind es Stand August 2024. Kein Wunder, dass sich auch das Buch, das für ambitionierte Hobbyköche gedacht ist, großartig verkauft.

Nach einer zweijährigen Auszeit bist du vor kurzem wieder für die NEOS als Abgeordneter in den Nationalrat eingezogen und wirst auch für die nächste Legislaturperiode kandidieren. Wie kam es zu diesem Comeback, das viele überrascht hat?

Über den eigenen Tellerrand hinauszuschauen war mir immer schon ein Anliegen. Als ich 2003 gemeinsam mit Peter Peer die ÖHV-Präsidentschaft übernommen habe, ging es mir auch um ein politisches Engagement, das über den eigenen Betrieb hinausgeht. Für einen Unternehmer ist es zwar entscheidend, zunächst den eigenen Betrieb erfolgreich zu führen. Aber genauso wichtig ist es, jene Rahmenbedingungen aktiv mitzugestalten, über die man sich allzu oft ärgert. Macht so ein Engagement immer nur Freude? Nein, natürlich nicht. Man muss auch viel Zeit investieren, die anderen als



♦ Über die Stiege im Seehof geht Sepp Schellhorn nur mehr selten.

Freizeit zu Verfügung steht. Aber wenn man nicht selbst versucht, das gesellschaftliche Umfeld mitzugestalten, dann machen das andere. Dann hätte ich noch mehr Grund, mich zu ärgern.

Momentan wirkst du alles andere als ärgerlich. Liegt das daran, dass du jetzt wieder selbst öfter in der Küche stehst?

Kochen ist für mich tatsächlich eine sehr befriedigende Tätigkeit geworden. Das hätte ich mir in meiner Jugend nicht träumen lassen. Schließlich habe



🔹 Bodenständiger geht es nicht mehr. Jetzt kocht Sepp Schellhorn im Gasthaus Zum Bierführer



🔹 Mit einem kleinen Team wird im Bierführer sehr ordentlich gekocht.



ich meinem letzten Jahr in der Hotelfachschule sogar einen „Nachzipf“ im Kochen bekommen, weil mich das damals überhaupt nicht interessiert hat. Dann habe ich einen Sommer lang bei der Ingrid Häupl in Seewalchen am Attersee mitgearbeitet. Da ist mir ein Licht aufgegangen und ich habe begriffen, worum es geht. Die Nachprüfung habe ich dann problemlos bestanden. Ich hatte Blut geleckt und wollte richtig gut kochen lernen. Mein wichtigster Lehrmeister war Jörg Wörther. Auch die Zeit bei Eckart Witzigmann in der Aubergine will ich nicht missen, wenngleich mir der Umgangston in den Küchen überhaupt nicht getaucht hat. Ich habe in dieser Zeit viel gelernt – auch wie man es nicht macht.

Die Zeiten haben sich geändert. Der Umgangston in der Küche ist deutlich respektvoller geworden, auch junge Frauen fühlen sich dort jetzt wohl. Trotzdem ist es wesentlich schwieriger

Am Herd zu stehen, hat etwas Meditatives.

SEPP SCHELLHORN

geworden, gute Leute für die Küche zu finden. Woran liegt das?

Die Gründe für den aktuellen Mitarbeitermangel sind vielfältig. In meiner Jugend sind viele Kollegen nach Deutschland zum Arbeiten gegangen. Heute ist es vielfach umgekehrt. In heimischen Küchen arbeiten viele ausländische Mitarbeiter, was prinzipiell nichts Schlechtes ist. Ein Hauptproblem ist allerdings die Bezahlung. Viel zu wenig vom Bruttolohn kommt bei den Mitarbeitern netto an. Viele junge Leute wollen arbeiten. Aber das soll sich auch lohnen. Ich will jetzt nicht ins Detail gehen – das mache ich dann, wenn ich mich in meiner Rolle als Politiker äußere. Vor zwei Jahren war ich

jedenfalls wieder einmal verzweifelt auf der Suche nach Köchen für den Bierführer, als mir drei Freunde geraten haben, neue Wege zu gehen und zu versuchen, über Social Media Mitarbeiter zu finden. So ist das erste „Sepp, was machst du?“-Video entstanden, das meine Freunde professionell auf Instagram und TikTok gelauncht haben. Wie gut das funktioniert, erstaunt mich bis heute. So habe ich auch ein paar engagierte Leute für den Bierführer gewinnen können. Außerdem ist ein richtig gutes Kochbuch entstanden.

Wie schaffst du das alles unter einen Hut zu bringen?

Am wichtigsten war, dass ich den Seehof vergangenes Jahr an meinen Sohn Felix übergeben habe. Das war eine entscheidende Entlastung. Ich hatte zu lange nicht auf mein tatsächliches Wohlbefinden geachtet und gedacht, dass sich schon alles irgendwie ausge-

hen würde. So bin ich in ein richtiges Burnout geschlittert. Ich habe auch professionelle Hilfe gesucht, um diese persönliche Krise zu überwinden. Leider ist das in der Öffentlichkeit immer noch ein Tabuthema. Das war auch der Grund für meinen Ausstieg aus der Politik vor zwei Jahren.

Und trotzdem stehst du jetzt wieder fast jeden Abend im Bierführer am Herd. Hast du keine Angst, dass das wieder rasch zu viel wird?

Am Abend zu kochen ist etwas anderes, als für einen Betrieb wie den Seehof als Gastgeber verantwortlich zu sein. Am Herd zu stehen hat für mich fast etwas Therapeutisches und macht mir wirklich Spaß. Auch den Wiedereinstieg in die Politik habe ich mir gut überlegt, weil es doch eine Belastung ist, zumindest einmal pro Woche nach Wien zu fahren und an langen Sitzungen teilzunehmen. Ich nehme da al-

Gesellschaftliches Engagement ist mir wichtig. Es kostet Kraft, aber es gibt auch Kraft.

SEPP SCHELLHORN

lerdings die Westbahn, sodass ich die Reisezeit nutzen kann. Mir ist mein gesellschaftliches Engagement wichtig. Es kostet Kraft, aber es gibt auch Kraft.

Du bist auch noch für das M32 in Salzburg und zwei touristische Betriebe in Bad Gastein verantwortlich. Laufen die „nebenher“ oder wie machst du das?

Nichts im Leben läuft nebenher. Allerdings bin ich dort nicht ins Tagesgeschäft involviert. Wir haben dort großartige Teams, alle Schlüsselpositionen sind mit langjährigen Mitarbeitern besetzt, die wissen, was sie tun. Ich bin



lesen&staunen

Das neue Buch „Sepp, Was machst Du?“ motiviert Amateure, den Kochlöffel in die Hand zu nehmen. Das aufwändig produzierte Generationen Kochbuch dokumentiert, welche Rolle gutes Essen im Seehof seit Jahrzehnten spielt. Es ist um 48,- € im Webshop des Seehofs erhältlich.

www.derseehof.at



● In der Küche trägt Schellhorn lieber Blau statt Weiß.

zwar regelmäßig vor Ort, muss aber mich aber nicht ins operative Geschäft einbringen. Es dauert ein paar Jahre, bis ein Unternehmen so aufgesetzt ist, dass alles rund läuft. Das ist uns sowohl in Gastein wie auch in Salzburg sehr gut gelungen.

Man soll mit der Betriebsübergabe nicht zu lange warten.

SEPP SCHELLHORN

Du bist mit 57 Jahren – wie man so sagt – in den besten Jahren. Es ist ziemlich unüblich, dass man so früh einen Betrieb übergibt. Wie schwer ist dir das Loslassen gefallen?

Überhaupt nicht. Es wird selten besser, wenn man wichtige Entscheidungen vor sich herschiebt. Bevor ich 25 war, habe ich meine Eltern richtiggehend gedrängt, als ich gesagt habe, dass ich nicht endlos warten will, bis ich den Betrieb übernehme. Ich bin damals gerade Papa geworden und wollte mein Leben selbst in die Hand nehmen. Ich wäre ansonsten weggegangen und hätte versucht, woanders etwas Eigenes zu starten. Meine Mutter hat mich dabei unterstützt, mein Vater hat allerdings

große Schwierigkeiten damit gehabt loszulassen. Ich denke, wir haben das diesmal besser hingekriegt. Deshalb halte ich mich mit guten Ratschlägen zurück und bin nur mehr ganz selten im Seehof. Ratschläge sind schließlich auch Schläge. Der Felix geht seinen eigenen Weg und es scheint sehr gut zu laufen.

Trotzdem ist eine Betriebsübergabe eine heikle Sache, vor allem wenn man mehrere Kinder hat. Wie habt ihr das gelöst?

Neben dem Felix haben wir noch eine Tochter, die ganz etwas anderes machen will, und einen Sohn, der in Berlin die Weinbar Freundschaft führt. Wir haben schon vor ein paar Jahren

im Familienrat darüber gesprochen, ob sich eines der Kinder für die Weiterführung des Seehofs interessiert. Man kann ein Unternehmen schließlich nur dann erfolgreich führen, wenn man das auch will und nicht dazu gezwungen wird. Eine der größten Lügen, die wir in unserer Gesellschaft haben, lautet: Wir haben das alles nur für unsere Kinder gemacht. Einen tollen Betrieb an die nächste Generation übergeben zu können ist eine großartige Sache, aber es sollte ohne Zwang passieren. Ich denke, dass wir eine gemeinsame Lösung gefunden haben, die für alle Kinder akzeptabel ist.

Dein Sohn Felix ist – so wie einst deine Mutter – Koch geworden. Ist das wirklich die entscheidende Kompetenz, wenn es darum geht, einen Beherbergungsbetrieb zu führen?

Die entscheidende Kompetenz ist das unternehmerische Denken. Wenn du als Gastgeber dann auch noch gut kochen kannst, ist das sicherlich kein

Kunst hat mich mit seit meiner Jugend fasziniert.

SEPP SCHELLHORN

Nachteil. Im Seehof hat die gute Küche immer eine besondere Rolle gespielt. Deshalb haben wir auch ein Generationenkochbuch herausgebracht, wo Rezepte von meiner Mutter Karola, von Sohn Felix und von mir selbst drinnen sind. Felix wird sicher einiges anders machen als ich. Das ist auch gut so. Der Seehof ist ein solides altes Haus, das schon lange im Familienbesitz ist, die idyllische Lage mit Seeblick wird auch nicht verschwinden. Aber wie man diese Bühne bespielt, um für Gäste attraktiv zu sein, muss jede Generation neu definieren. Im besten Fall baut man auf dem auf, was die Generationen zuvor geschaffen hat und führt es eigenständig weiter. Die besten Ideen und die meiste Energie habe ich vor meinem vierzigsten Geburtstag gehabt.

Abschließend noch eine Frage zu einer privaten Leidenschaft von dir, die du im Seehof auch öffentlich ausgelebt hast. Du giltst als großer Kunstfreund. Findest Du überhaupt noch Zeit, dich mit den schönen Dingen des Lebens auseinanderzusetzen?

Natürlich! Bilder zeitgenössischer Künstler inspirieren mich. Mit dem Seehof hatte ich eine große Bühne – sprich viele Wände – dafür. Felix wird das in der einen oder anderen Form wohl weiterführen. Damit ein Haus zeitgemäß bleibt, ist auch diesbezüglich ein Generationswechsel hilfreich. Die zeitgenössische Kunst, die ich gesammelt habe, stammt von Leuten aus meiner Generation. Das Gleiche gilt für die Literatur. Mein persönlicher Hero ist Thomas Bernhard, weil er das Österreich, in dem ich aufgewachsen bin, in einer unvergleichlichen Art und Weise beschrieben hat. Die kommende Generation wird andere Autoren hervorbringen. Da braucht es keinen alten, weißen Mann wie mich, der die Richtung vorgeben will. ●



wer&wo

Die Mutter aller Wirtshäuser

2021 übernahm Sepp Schellhorn das seit 1809 bestehende Gasthaus zum Bierführer und führt es mit eigener Handschrift weiter.

www.bierfuehrersonstnix.at

Gastronomie



Eigeninitiative

Weil ihm das Angebot alkoholfreier und alkoholreduzierter Getränke in Österreich nicht zusagte, beschloss Weinfachmann Lucas Matthies, selbst aktiv zu werden. www.keinundlow.at



Ein Hauch Luxus

NOAN enthüllt stolz die neueste Ergänzung seiner exquisiten Produktpalette: das White Truffle Oil. Die natürliche Essenz italienischer weißer Trüffel. www.noanoliveoil.com

Sanddornröschen

Die Sanddornbeere und frische Kräuter aus regionalem Anbau sind der neue Gurktaler Alpen-Aperitif – nun ready to drink in der Dose. www.gurktaler.at



Call to Action

Die Marke Stiegl steht für Biergenuss und Lebensfreude. Dazu tragen die zwölf „Stiegl-HELLden“ bei und sorgen in der Gastronomie für exklusive Aufmerksamkeit und Unterhaltung beim Stiegl-Wirt. Beliebte Memes aus den sozialen Medien als KI-kreierte Etiketten für das junge Publikum: Sonderedition für „Party People!“ www.stiegl.at



Geballte Vertriebskraft

Aus dem Joint Venture für den Import und Vertrieb – Kattus-Borco wird „Johann“ für die gehobene Hospitality. Karl Wurm (Mitte) steuert internationale Erfahrung bei der Leitung sein Teams (v. l.): Marlies Nitschmann (Marketing), Carmen Hosa (Sales) und Thomas Hochhaltinger für die Finanzen. www.johann1857.com

Der g'scheite Weg

Roland Huber vom Fachl Salzburg hat sich gemeinsam mit Das Kaffeehaus by Hotel Melanie, Kaffee Alchemie, Ma Makers und 220 Grad Rösterei auch für eine Partnerschaft mit dem österreichischen Mehrwegbechersystem myCoffeeCup entschieden. Abfall vermeiden und ein Zeichen für die Umwelt setzen. So geht's! www.mycoffeecup.at



Lobsters Liberté

So schmeckt die Freiheit: 2-3 cl Chambord Black Raspberry Liqueur, Dash Zitronensaft, Lobsters Lemon Mint und Minze sowie Brombeeren. Mit 6 g Zucker schmeckst du noch die Natur. Prickelndes Mineralwasser, Zitronensaft und ein „Hint of Mint“ – das kann was. Neu, frech und g'schmackig für die Getränkekarte. www.lobsters.at

„Bullshit-Bingo – WTF!?“

Das Phrasendreschen im Bereich Nachhaltigkeit und EU-Green Deal ist weit verbreitet: „grün“, „ökologisch nachhaltig“, „klimaneutral“ oder „erneuerbare Energien“ klingen zwar gut, doch es fehlt an messbaren Zielen, um getätigte Aussagen zu überprüfen. **◆**

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

„Klimaneutral“ und „grünes Wachstum“ werden ohne klare Erklärung oder konkrete Schritte verwendet. Klimaneutralität bedeutet, dass keine Netto-Treibhausgasemissionen mehr freigesetzt werden. Wie dieses Ziel zu erreichen ist bleibt vage. Viel zu oft geht's nur darum, sich umweltfreundlich darzustellen, ohne substanzielle Veränderungen vorzunehmen – ein Phänomen, das als „Greenwashing“ bekannt ist.

Aber die Gäste und ihre Ansprüche und Wissen entwickeln sich weiter. Den Nachweis als Betrieb verständlich zu formulieren, fordert die Hospitality immer mehr. Und diese Nachhaltigkeit nicht nur zu formulieren, sondern auch nachweislich umzusetzen und im Team gegenüber den Gästen aktiv anzuspre-

chen ist das Gebot der Stunde. Da dies Investitionen bedeutet, muss das „Was“, „Wie“ und „Wann“ natürlich wohlüberlegt sein.

Strategie, Maßnahmen und nachweisbare Erfolge bilden das Gerüst für eine erfolgreiche Kommunikation, Werbung sowie das Team-Building. Die Motivation der Mitarbeiter steigt nachweislich mit der Transparenz der Werte und Möglichkeiten zur Identifikation mit dem Unternehmen. Nachhaltigkeit spielt hierbei eine enorme Rolle wie auch der Mitarbeiter als Kommunikator zum Gast hin. Für eine nachhaltig erfolgreiche Transformation des eigenen Unternehmens muss der Fokus also auf konkrete Maßnahmen und überprüfbare Ergebnisse gelegt werden. **◆**



wer&was

360° Check – von Nachhaltigkeit profitieren

COHO kommt zu Ihnen ins Unternehmen und bespricht mit Ihrem Team gemeinsam Nachhaltigkeit, abgestimmt auf Ihre individuellen Bedürfnisse. Nach einem dreistündigen Workshop folgt eine Zusammenfassung inklusive konkreter Hand-



lungsanweisungen zur Verbesserung von Umweltleistungen und Ressourceneffizienz.

Bonus mit EUR 500,-

Der 360° Check wird von der Firma Stoelner Gastrotechnik mit einem Bonus von € 500,- unterstützt. Gutschein holen und anmelden unter:



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

Der Blick nach vorne

Heuer feiern Karl und Rudi Obauer das 45jährige Bestehen ihres Restaurants in Werfen. Wir gratulieren! Zu diesem Jubiläum wollen wir allerdings keinen Rückblick machen, sondern gemeinsam mit der nächsten Generation in die Zukunft schauen. ●

INTERVIEW: WOLFGANG SCHEDELBERGER // FOTOS: RAINER FEHRINGER



Manche Dinge ändern sich nicht. Und das ist gut so. Der legendäre Forellenstrudel ist eines jener Signature-Gerichte, das den Ruf der Obauers in den 1980er Jahren begründet hat. Es steht auch diesmal wieder auf der Karte und schmeckt so gut wie immer.

Und doch hat sich hier im Laufe der Jahre einiges geändert. Die jungen Mitarbeiter, die sich heute um das Wohl der Gäste kümmern, waren damals noch gar nicht auf der Welt. Wir wollen gemeinsam Karl, Rudi und seinem Sohn Berthold einen Blick in die Zukunft wagen. Schließlich interessiert es die gesamte Branche: Wie geht es mit dem Obauers weiter?

Lust & Leben: Lieber Karl, Du hast im letzten August deinen 70. Geburtstag gefeiert, den viele deines Jahrgangs im Altersheim begehen. Willst du aus Prinzip nicht in Pension gehen?

Karl Obauer: Nein. Solange ich gesund bleibe, möchte ich weiterhin arbeiten. Für mich gibt es nichts Schöneres.

Rudi Obauer: Auch ich höre die Frage „Wie lange hast du noch?“ regelmäßig. Sie ist eines der Grundübel unserer Gesellschaft, ganz abgesehen von der langfristigen Finanzierbarkeit unseres Pensionssystems. Für viele Landsleute hat sich der Begriff Arbeit zu etwas entwickelt, das es zu vermeiden gilt, anstatt Sinn darin zu sehen, etwas fürs Gemeinwesen zu machen. Das ist übrigens kein Vorwurf an die nächste Generation, sondern an meine eigene. Wer hat den Begriff „Work-Life-Balance“ denn erfunden?

Lieber Berthold, wie schaut es denn mit deiner persönlichen Work-Life-Balance aus?

Berthold Obauer: Ich kann mich beklagen, aber für eine finale Bilanz ist es noch etwas zu früh. Ich bin meinen



● Ein Wurf für die Ewigkeit: Den Forellenstrudel gibt es seit Jahrzehnten

Über die Arbeit zu Jammern, ist ein Grundübel unserer Zeit.

RUDI OBAUER

Eltern sehr dankbar, dass sie mir eine fundierte Ausbildung ermöglicht haben und mich nicht in den Betrieb gedrängt haben. Ich bin zwar mit dem Restaurant aufgewachsen, aber nicht im Restaurant. Wir wurden nicht von früh an benötigt, mitzuarbeiten. Mir war zunächst auch nicht klar, dass ich hier einmal einsteigen will. Meine Feuer für die Gastronomie wurde erst nach der Matura gezündet, als ich bei der Familie Reitbauer im Steirereck mein Praktikum absolviert habe.

Du hast noch einen jüngeren und einen älteren Bruder. Habt ihr nicht schon als Kinder darüber diskutiert, wer in den Betrieb in welcher Rolle einsteigen wird?

Berthold Obauer: Nein, gar nicht. Wir wurden damit auch nicht von unseren

Eltern konfrontiert. Wichtig war nur, dass wir alle die Schule gut absolvieren. Mein älterer Bruder ist in der Baubranche tätig, mein jüngerer Bruder arbeitet aktuell in der Schweiz. Der Generationswechsel ist ein komplexes Thema und bringt natürlich auch gewisse Herausforderungen mit sich. Gleichzeitig ist es phantastisch, wenn man ein erfolgreiches Unternehmen fortführen und weiter entwickeln darf. Das ist ein fließender Prozess. Schließlich bin ich bereits seit sechs Jahren wieder zurück in Werfen und Rudi und Karl sind erfreulicherweise immer noch da. Deshalb konnte ich den letzten beiden Jahren „nebenher“ noch einen MBA an der Hospitality School in Lausanne absolvieren, was mir persönlich sehr viel bedeutet hat.

Aber Koch hast du nicht gelernt. Wie wird es mit der Küche weiter gehen, wenn sich dein Vater einmal zurückziehen wird?

Berthold Obauer: Jetzt ist ja noch der Papa da. Ich will nicht darüber spekulieren, wie es in der fernen Zukunft einmal ausschauen wird.



Rudi Obauer: Die Küche ist das Herz des Hauses, aber was in der Öffentlichkeit oft übersehen wird, ist die Tatsache, dass Kochen immer Teamarbeit ist. Während wir jetzt hier sprechen, ist unserer langjähriger Sous-Chef Peter Buchegger in der Küche am Werken. Wir haben zumindest vier erfahrene Köche an Bord, die auch ohne meine Anwesenheit die „Obauer-Küche“ perfekt draufhaben. Und dann gibt es viele Junge, die bei etwas lernen wollen. Lernen heißt bei uns allerdings immer aktiv mitmachen und nicht zuschauen. Ich beschreibe unsere Küche gerne als Akademie, weil man hier so viel lernen kann. Ich bin auf viele unserer Absolventen stolz, weil sie mit dieser Erfahrung ausgestattet ihren eigenen Weg erfolgreich gegangen sind. Seit kurzem gibt es in Tokio sogar Restaurant namens „Werfen“, weil sich unser ehemalige Küchen-Mitarbeiter Jinji zu Hause selbständig gemacht

Ein breites Angebot zu machen, ist uns wichtig.

KARL OBAUER

und sein Restaurant nach unserer Heimatgemeinde benannt hat.

Ein gutes Stichwort: Ihr wohnt in einem malerischen Ort, eine internationale Metropole ist Werfen allerdings nicht. Die meisten Gäste kommen also von weit her, um bei Euch zu essen. Wie bleibt man 45 Jahre lang als angesagtes Restaurant im Gespräch?

Karl Obauer: Wir haben eine enorme Medienpräsenz gehabt, die mit den immer höheren Auszeichnungen der Restaurant-Führer einher gegangen ist. Es war eine Zeit des Aufbruchs für die ge-

samte Branche, auch für Winzer, Bauern und Züchter. Ganz am Anfang hat sich niemand für uns interessiert. Wenn man lang genug verlässlich auf einem Top-Level agiert, wird man irgendwann zu einer Marke, die über den eigenen Ort hinausstrahlt. Gleichzeitig war es für uns immer wichtig, auch für Gäste aus der Region zugänglich zu bleiben. Niemand muss bei uns das große Gourmet-Menü bestellen. Wer bei uns zu Mittag nur zwei, drei kleine Gerichte essen will, ist genauso willkommen. Man muss wissen, wo man ist und was man kann.

Aber wie bleibt man angesagt? Viele der Gäste der ersten Stunde, werden 45 Jahre später kaum mehr kommen. Wie verführt man jüngere Gäste zu einem Erstbesuch bei den Obauers?

Berthold Obauer: Wir waren nie ein steifer Gourmet-Tempel, sondern haben

uns immer als familiengeführtes Restaurant empfunden. Das haben unsere Gäste auch so gesehen. Es passiert regelmäßig am Tisch haben. Viele unserer heutigen Stammgäste sind die Kinder von Stammgästen der ersten Stunde. Aber natürlich verändert sich die Medienlandschaft und da müssen auch wir neue Wege gehen. Als ich vor sechs Jahren zurückgekommen bin, hat Social Media überhaupt keine Rolle gespielt. Heute sind wir auch dort sehr präsent, es gibt sympathische Kurzvideos, die nicht nur auf Instagram verfügbar sind, sondern auch auf unserer Website. Die Obauers sind jedenfalls auch in meiner Altersgruppe bekannt und angesagt. Da betrifft auch das, was Karl gerade über die regionalen Gäste gesagt hat: Wer sich einmal anschauen will, wie bei uns gekocht wird, kann dies auch relativ günstig machen. Wir haben zwar auch Flaschen für mehrere tausend Euro

Wir sprechen auch ganz gezielt ein junges Publikum an.

BERTHOLD OBAUER

im Keller liegen, aber es geht bereits bei 45 Euro los.

In gewisser Weise war die Obauer-Küche immer ein Mix aus großer Klassik, regionaler Bodenständigkeit und Innovation und damit ein Trendsetter. Heute wird in der internationalen Luxusgastronomie vieles auf die Spitze getrieben. Wie bleibt man in diesem veränderten Marktumfeld relevant?

Karl Obauer: In dem man Gastfreundschaft lebt. Ich kann mit dem Getue, das in manchen Luxusrestaurant betrieben wird, nichts mehr anfangen. Ein Restau-

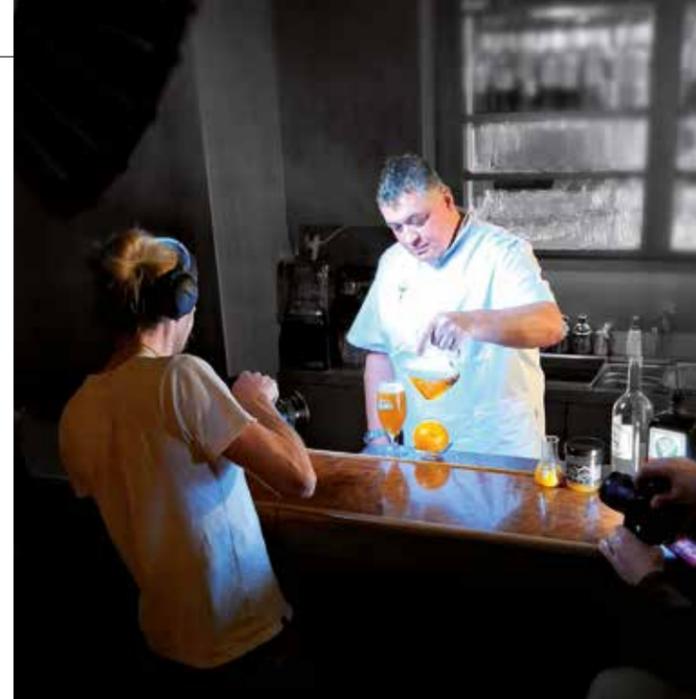
rant ist kein Theater, ein Teller muss gut schmecken und nicht möglichst fotogen sein. Restaurants, die dauerhaft erfolgreich sind, leben nicht davon, dass sie Modeerscheinungen hinterherlaufen.

Zum Schluss wollen wir noch eine zentrale Herausforderung der Branche ansprechen. Wie findet und bindet ihr gute Mitarbeiter an den Betrieb?

Rudi Obauer: Wir sind ehrlich und fair und leben diese Werte auch tagtäglich im Umgang miteinander. Wir erwarten von unseren Mitarbeitern Einsatz und Engagement, aber wir bieten ihnen auch etwas. Die Gastronomie ist trotz aller Herausforderungen eine wunderschöne Branche, wo die Arbeit Sinn und Freude machen kann. Das wollen wir unseren jungen Mitarbeitern jeden Tag aufs Neue vermitteln. ●

Bier des Abends

Als Teil des Getränkeangebots in einer Bar ist Bier historisch verankert und hat auch heute noch einen Stammplatz. Beim Besuch einer Cocktail- oder American Bar stehen Bierbestellungen nicht im Mittelpunkt. ●



● Hier wird Bier ins rechte Licht gerückt: Barprofis wie Heinz Kaiser in der Dino's Apothecary Bar mixen mit Budweiser Budvar Drinks und servieren die Geschichte dazu.



Ein Bier kann jedoch mehrmals an einem Abend serviert werden: Als Start in den Abend oder als Zwischengetränk hat es sich etabliert. Von vielen Barkepern wird es als Begleiter zu Spirituosen empfohlen. Traditionell zu gutem Whisky, in modernen Bars zu einer Reihe an Shots. Im gemixten Drink wird Bier seltener eingesetzt. Umso größer sind die Überraschungsmomente der Gäste nach dem ersten Schluck, wenn sich das in der Bar vorhandene Bier zum Mixen eignet.

Eine beachtliche Auswahl an Leitbetrieben der österreichischen Barszene hat sich in den letzten Jahren für Budweiser Budvar entschieden. Diese Entwicklung erklärt Michael Kolarik-Leingartner, der Markenverantwortliche für Österreich, wie folgt: „Budweiser Budvar hat bei Österreichs Biertrinkern und internationalen Gästen eine hohe Bekanntheit und erfährt eine sehr gute Wahrnehmung des Markenimages. Die jahrzehntelange Präsenz und Positionierung als Spezialität schaffen auch in der gehobenen Gastronomie ein Vertrauen in die Marke. Zugleich bestätigen zahlreiche Auszeichnungen bei unabhängigen Verkostungen die Bierqualität, und der ausgewogene Geschmack erfreut sich

Cocktails mit Bier sind seit Jahrhunderten in namhaften Bars weltweit zu finden.

HEINZ KAISER

hierzulande großer Beliebtheit. Unsere Arbeit am Design eines eigenständigen Markenauftrittes machen uns nun auch für moderne Gastrobetriebe attraktiv, ohne dass wir dabei den traditionellen Lokalen den Rücken kehren.“

Doch wie sehen das die Betreiber namhafter Bars? Eine Bartour durch Wien stellt diese Aussage auf den Prüfstand. Für die Lokalauswahl wird die Top-10-Liste eines namhaften Barguides herangezogen.

Dino's Apothecary Bar

Seit 2019 führt Heinz Kaiser die Bar, in der er bereits als Student gearbeitet hat. Seine eigentliche Profession als Apotheker ist im Lokalkonzept stark verankert. Neben kreativen Ideen für die Rezepte und dem notwendigen Wissen für die richtige Kombination von Aromen verstärken eigene Spirituosen und selbst gemachte Zutaten den eigenständigen Auftritt seiner Signature-Drinks. Wer einen Drink mit Bier sucht, findet auf der aktuellen Karte den „Oh my Deer“. Die Idee dafür stammt von den ursprünglichen Rezepten für die „Flips“, bei denen Rum, eine zuckerhaltige Komponente (hier Maracuja-Fruchtmark) und Bier die Hauptzutaten waren.

Halbestadt

Seit 1999 ist Erich Wassicek Inhaber der Halbestadt Bar. Budweiser Budvar gibt es hier seit dem Vorjahr. „Vor dem Wechsel hat mich vor allem die Meinung der Stammgäste und einzelner Fachkollegen interessiert. Überrascht hat mich, dass die Marke in Österreich ihre Partner immer wieder in Kommunikation einbindet.“ Bier und Spirituo-



● „In einer stilvollen Bar muss auch ein passendes Bier serviert werden.“ Erich Wassicek, Halbestadt Bar.



Der „Pickleback“ von Erich Wassicek war dem Time Magazine eine Story wert. ●



Pairing versus Drink: So wie man das Kleinod Prunkstück meistens besucht, wird hier auch das Bier gerne serviert – in Begleitung.

sen werden hier bevorzugt getrennt serviert, allerdings in Kombination mit einer großen Portion Charme und Fachwissen. Der angebotene „Pickleback“ war beispielsweise bereits dem Time Magazine eine Story wert.

Kleinod Prunkstück

Die Wiener Innenstadt begeistert mit besonderem Glanz. Diesen haben Oliver Horvath und David Schober auch bei der Gestaltung ihres „Prunkstückes“ eingefangen. Beim Bier setzt man seit der Eröffnung im Jahr 2020 auf Budweiser Budvar. Die Gäste bestellen es vor allem zum Afterwork oder als letzte Runde. Die Mitarbeiter lieben es, weil es auch von internationalen Gästen gekannt und geschätzt wird und man sich bei der Beratung auf die Signature-Drinks fokussieren kann.

Mit Budweiser Budvar setzen wir auf einen internationalen Klassiker, der zur Philosophie unserer Bar passt.

GERHARD TSAI, TÜR 7

Und weil es sich zum Whisky oder zu so manchen Shots kombinieren lässt.

Tür 7

Die American Bar im 8. Wiener Bezirk ist ein besonderes Highlight. Ein Besuch ist nur mit Reservierung möglich. Gäste werden bei der Tür abgeholt und zu ihrem Platz begleitet. Es gibt keine Barkarte. Die Drinks werden anhand eines Gesprächs über Vorlieben und Vorstellungen gemixt. Inhaber Gerhard



Die American Bar Tür 7 von Geri Tsai im 8. Wiener Bezirk ist ein besonderes Highlight weit über die Stadtgrenzen Wiens hinaus.

Tsai serviert auf Nachfrage auch Cocktails mit Bier. Die Rezeptideen liefern ein beispielhaftes Zusammenspiel der Aromen aller Zutaten.

Wie Bier schmecken muss

Für die Kombination von Bier mit Cocktails, egal ob als Bestandteil oder dazwischen getrunken, eignen sich Biere mit ausgewogenen Geschmackskomponenten. Überwiegende Hopfenbittere oder einseitig kräftige Malznoten können Aromen anderer Zutaten eines Cocktails negativ beeinflussen. Ebenso eignen sich vollmundige Biere besser als schlanke, da diese die Textur des Cocktails verwässern. Beim Kohlensäuregehalt gilt: Ein charmantes Prickeln transportiert die komponierten Aromen besser als schnell entweichende und grobperlige Kohlensäure. ●

Foto: Gerhard Berger



WEINKELLEREI INNSBRUCK
MERANER



Seit 1267 in Eppan/Südtirol und seit 1944 in Nordtirol bestens etabliert.

- 1944 Gründung durch Peter Meraner sen. (Winzer aus Südtirol)
- 1956 Übernahme des Betriebes durch seine Söhne Peter und Edi
- 1988 Erwerb der Linherr GmbH und Übersiedelung zum Rennweg 16 in Innsbruck
- 1995 Übernahme der Geschäftsleitung durch Dietmar Meraner
- 1995 Projektstart „Hamburger Fischmarkt“, jetziges 29. Fischvergnügen am Inn 2024
- 1997 Kauf der Geschäftsanteile Weinkellerei P. Meraner GmbH und Linherr GmbH durch Dietmar Meraner-Pfurtscheller
- 2005 Projektstart wellwasser® - „aus Leitungswasser wird DAS Getränk wellwasser®“
- 2021 Verein Weinwerbung TIROL – der Tiroler Weinfachhandel - übersiedelt zum Rennweg 16 in Innsbruck



über 750 Jahre Weinerfahrung

**zum guten Wein
das beste Wasser**



aus Leitungswasser wird
DAS Getränk wellwasser®
still oder perlend



Der European HEALTH & SPA AWARD ist die höchste Auszeichnung für Gesundheits- und Spa-Innovationen in Europa.



Foto: © www.guentherregger.at

Die Trinkwasserverordnung - BGBl. II Nr. 304/2001 zuletzt geändert durch BGBl. II Nr. 121/2007 § 3 Abs.1 besagt:

„Wasser muss geeignet sein, ohne Gefährdung der menschlichen Gesundheit getrunken oder verwendet zu werden.“



Ein Garten im Park

Das Sichuan im Donaupark ist eines der ältesten und größten China-Restaurants des Landes. Vor drei Jahren hat es mit dem Shanghai in der Wiener City eine kleine, nur unwesentlich jüngere Schwester bekommen. ●

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER



Jedes österreichische Ethno-Restaurant hat seine eigene, ganz individuelle Geschichte, die irgendwo auf der Welt begonnen hat und in unserem Land seine Fortsetzung gefunden hat. Heute erscheint es selbstverständlich, dass man in Wien fast jeden nur erdenklichen Küchenstil genießen kann, sei er auch noch so exotisch. Vor vierzig Jahren war dies ganz anders.

Während im Wendejahr 1989 die kommunistischen Diktatoren Europas verjagt wurden, hat die chinesische KP die reformistische Studentenbewegung am Tiananmen-Platz mit Panzern niedergemacht. Gleichzeitig war China drauf und dran, sich der Welt zu öffnen. Man suchte den wirtschaftlichen und kulturellen Austausch mit der westlichen Welt auf vielen Ebenen. Österreich war als neutrales Land dafür besonders prädestiniert. In Wien wollten die chinesischen Diplomaten ein großes Restaurant als „kulinarische Botschaft“ jenseits aller politischen Differenzen errichten. Diese Idee stieß bei der Stadt Wien auf offene Ohren. Noch dazu besaß die Gemeinde im Donaupark einen riesigen Restaurant-Komplex, der mehr schlecht als recht von der Wigast betrieben wurde. Dass das Restaurant auch noch in unmittelbarer Nähe zur UNO-City lag, machte den Standort perfekt.

Die Kommunikation entscheidet. Ich bin heute noch Dolmetscherin.

CHUNA URBAN-CHAO

Mehr als ein Restaurant

So wurde das 250 Sitzplätze große Restaurant mit viel Aufwand zu einem chinesischen Gesamtkunstwerk umgewandelt. Pagoden gehörten genauso dazu, wie ein nach Feng-Shui-Prinzipien angelegter Garten samt Teich. Die Botschaft ließ sogar sechs Meisterköche aus der Provinz Sichuan einfliegen. Allerdings wollten beziehungsweise konnten die Diplomaten nicht selbst als operative Betreiber auftreten. So wurde gemeinsam mit der Stadt Wien eine neue Gesellschaft gegründet, die das Restaurant Sichuan im Sommer 1989 eröffnet hat.

Chunah Urban-Chao hat die Genese des Sichuan von Anfang hautnah miterlebt. Sie war als Dolmetscherin eng in alle Verhandlungen eingebunden. Ursprünglich war Chunah als Musikstudentin nach Österreich gekommen. Die Ausbildung zur Diplom-Dolmetscherin hat sie quasi „nebenher“ absolviert. Wie sich rasch zeigte, war das eine gute Entscheidung, weil die

Öffnung Chinas zu einem rasanten Ansteigen an wirtschaftlichen Kontakten geführt hatte und die Dienste einer verlässlichen Dolmetscherin sehr gefragt waren. Diese Tätigkeit macht Chunah übrigens derart viel Spaß, dass sie sich bis heute weiterhin als Dolmetscherin engagiert.

Ohne Seele geht es nicht

Die Eröffnung des Restaurants Sichuan war zunächst eine kulinarische Sensation und wurde hymnisch als vorbildliche völkerverbindende Initiative gefeiert. Schließlich gab es damals nur zwei, drei kleinere Chinarestaurants in Wien, die ohne in China ausgebildete Meisterköche auskommen mussten. Im Laufe der Jahre häuften sich jedoch die Probleme. Statt einem Patron gab es laufend wechselnde Geschäftsführer, die ohne viel Engagement „Dienst nach Vorschrift“ machten. Nach neun Jahren war das Großrestaurant – so wie schon zuvor als Wigast-Betrieb – Pleite. Wie sollte es weitergehen?

Chunah Urban-Chao – seit der Heirat trägt sie einen austro-chinesischen Doppelnamen – war als Dolmetscherin die ganze Zeit hindurch in die Belange des Sichuan involviert und kannte die Probleme aus erster Hand. Was dem Lokal ihrer Meinung nach fehlte, waren neben einer klaren Struktur und einem Verständnis für die kulturellen Be-



sonderheiten vor allem Herz und eine Seele. Unternehmerisches Blut hatte Chunah zweifellos in ihren Adern. Was ihr allerdings fehlte, war jegliche gastronomische Erfahrung für die damals noch unverzichtbare Gastgewerbezession. Nachdem sie ernsthaft erwogen hatte, das Sichuan in Eigenregie fortzuführen, erwarb sie sich das theoretische Wissen durch nächtelanges Studium der notwendigen WKO-Unterlagen. Die hat sie dann auch gleich ins Chinesische übersetzt und den immer zahlreicher werdenden Landsleuten, die ebenfalls ein China-Restaurant eröffnen wollten, zur Verfügung gestellt. Die geforderte Berufspraxis erwarb sich Chunah neben ihrer freiberuflichen Übersetzungstätigkeit im Sichuan.

Arbeitseinsatz zahlt sich aus

„Das waren herausfordernde Zeiten. Wir hatten kaum Geld, mein österreichischer Mann war an der Universität als Geschichteprofessor beschäftigt und konnte sich nicht aktiv einbringen und dann musste ich mich auch noch um unseren Sohn Tim kümmern, der gerade mit der Volksschule begann. Gleichzeitig habe ich gewusst, dass man so eine Chance im Leben kein zweites Mal bekommt, also habe ich zugegriffen“,

Wir sind ein Treffpunkt für die chinesische Community geblieben.

TIM URBAN

erinnert sich Chunah an ihren mutigen Schritt zur Gastro-Unternehmerin.

Die Mehrfachbelastung hat sie – zumindest beruflich betrachtet – erfolgreich gemeistert. Dass sie keine gelernte Köchin ist, hat bei der Leitung des Restaurants jedenfalls nie gestört: Bis heute steht ein halbes Dutzend chinesischer Meisterköche in der Küche, die dafür garantieren, dass die Gerichte originalgetreu zubereitet werden. Auch das Service ist fest in chinesischer Hand. Wenn Chinesen in Wien etwas Wichtiges zu feiern haben, fällt die Wahl oft aufs Sichuan. Dort fühlen sie sich wohl und es schmeckt wie daheim. Der überwiegende Teil der Gäste kommt allerdings aus Österreich. Zu Mittag sind auch viele Mitarbeiter der UNO-City da.

„Meine Aufgabe liegt nicht darin, die Speisen abzuschmecken. Neben der operativen Führung muss ich mich vor

allem darum kümmern, dass das Lokal gut besucht ist. Das ist auch der Grund, wieso ich nie mit meiner Übersetzungstätigkeit aufgehört habe, weil das der perfekte Job zum Networking ist“, beschreibt Chunah, wie sie ihr Restaurant in den letzten 25 Jahren geführt hat. Ihre künstlerische Ader zeigt sich in der Liebe, mit der sie die Gestaltung des Restaurants pflegt. Auch nach mittlerweile 35 Jahren ist hier nach wie vor alles tiptopp.

Sohn Tim ist quasi im Restaurant aufgewachsen und hat schon in jungen Jahren mitgearbeitet, wenn Not am Mann war. Trotzdem war es Chunah wichtig, dass Tim eine klassische akademische Ausbildung macht. Nach der Matura studierte er zunächst in London und dann in Shanghai Wirtschaftswissenschaften. Nach seiner Rückkehr hat Tim in Wien zunächst eine kleine Handelsgesellschaft übernommen. Gleichzeitig hat er stets im Restaurant der Mutter ausgeholfen. Dabei hat er auch seine Liebe zum Wein entdeckt, was ihn dazu motivierte, die Sommelierausbildung zu absolvieren. Allerdings ist das große Restaurant kein wirklich geeigneter Platz, um Fine Dining und exklusive Weine zu zelebrieren.

Von Sichuan nach Shanghai

Wieder war es Chunahs Dolmetschertätigkeit, die vor drei Jahren für eine schicksalhafte Weichenstellung verantwortlich war. Der Besitzer des winzigen China-Restaurants Shanghai war verstorben, Chunah hatte sich als gerichtlich beeidete Übersetzerin um die Verlassenschaft zu kümmern. Die Situation war verfahren. Die zentrale Lage in der Jasomirgottstraße – keine 50 Meter vom Stephansdom entfernt – war genial. Gleichzeitig war die Einrichtung sehr altbacken und der Ruf der Küche mäßig. In den letzten Jahren hatten sich eigentlich nur noch ahnungslose Touristen hierher verirrt. Tim hatte sich jedoch auf Anhieb in dieses Lokal verliebt und trotz aller Probleme das Potenzial für die Erfüllung seines persönlichen gastronomischen Traums gesehen. Die abgenützte Einrichtung müsse zwar grundlegend saniert, in ihrem Bestand aber doch erhalten bleiben. Mit der prominenten City-Lage sollte es möglich sein, eine moderne chinesische Küche auf Hauben-Niveau zu etablieren. Dann würden auch wieder mehr Wiener zu Stammgästen werden.

Seit Pandemie-Ende ist Tim Vollzeit-Gastronom mit zwei Betrieben. Auch wenn Chunah immer noch regelmäßig im Sichuan vor Ort ist, hat Tim mittlerweile die operative Verantwortung übernommen und pendelt täglich zwischen den beiden Lokalen. ●

wer&wo

China Sichuan Restaurant
22., Arbeiterstrandbadstraße 122
www.thesichuan.com

Grapos
SOFT DRINKS

**DIE SINNVOLLE ART
GETRÄNKE AUSZUSCHENKEN**

SIRUP + TECHNIK + SERVICE



Ihr Partner für nachhaltigen Getränkeauschank und individuelle Techniklösungen.



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 2019 I EIN MIT DEM ÖSTERREICHISCHEN STAATSWAPPEN AUSGEZEICHNETES UNTERNEHMEN



Zwei Kulturen zugleich

Sein Vater ist Wiener, die Mutter Chinesin. Aufgewachsen ist Tim Urban in Wien, studiert hat er dann auch in Shanghai. ◀

INTERVIEW: WOLFGANG SCHEDELBERGER // FOTOS: RAINER FEHRINGER



◀ Fine Dining mit witzigen Details

China ist riesengroß und hat eineinhalb Milliarden Einwohner. Macht es da überhaupt Sinn, von einer chinesischen Küche zu sprechen?

Das macht ungefähr so viel Sinn, wie von einer europäischen Küche zu sprechen. Aber mit europäischen Augen betrachtet, gibt es schon ein paar gemeinsame Elemente, wie Reis als wichtigste Beilage, Sojasauce zum Würzen und den Wok zum kurzen, scharfen Anbraten. Es werden acht Regionalküchen unterschieden, die zum Teil sehr unterschiedlich schmecken. Die einzige gemeinsame Klammer ist eigentlich der Verzicht auf Milchprodukte. Gleichzeitig stellt China eine tausende Jahre alte Zivilisation dar, die natürlich auch das Essen umfasst.

Sind auch beliebte Gerichte wie Chop-Suey, Acht Schätze oder Schweinefleisch süß-sauer Teil dieser tausendjährigen Geschichte?

Eher nicht. Das Gericht Chop-Suey gibt es in China nicht. Das wurde, soweit wir wissen, in den 1950er-Jahren in den USA erfunden und bedeutet so

Das Gericht Chop-Suey gibt es in China nicht.

TIM URBAN

viel wie klein geschnittenes, gebratenes Allerlei. Derartiges gibt es in der einen oder anderen Form natürlich auch in jedem chinesischen Dorf, aber es gibt dafür kein Originalrezept. „Acht Schätze“ ist in China ein geflügeltes Wort und wird vor allem im kulturellen Bereich verwendet, weil die Acht eine Glückszahl ist. Wir lieben poetische Bezeichnungen für Gerichte, aber es gibt kein Originalrezept für acht Schätze. Das kann jeder Koch halten, wie er will. Fleisch gemeinsam mit Ananas zu braten ist nur ganz im Südosten Chinas üblich, wo auch Ananas gedeihen. Das ist also nur für einen winzigen Landesteil typisch und auch dort werden meistens andere Gerichte gegessen. Aber weil es so exotisch schmeckt, sind süß-saure Fleischgerichte in den USA und in Eu-



ropa sehr beliebt geworden und werden hier als typisch chinesisch gesehen.

Aber zumindest das Essen mit Stäbchen ist typisch chinesisch oder ist auch das eine Fehlinterpretation westlicher „Langnasen“?

Da hast du ausnahmsweise recht. Die Essensstäbchen wurden tatsächlich vor rund 3.000 Jahren in China erfunden und wurden im 7. Jahrhundert durch Priester und Missionare auch nach Vietnam, Korea und Japan gebracht. Der Mythologie nach sollten Messer, die ja auch als Waffe dienen können, nicht beim gemeinsamen Essen dabei sein. Mehr als in anderen traditionellen Küchen geht es in China um das Mundgefühl „Kougan“. Auch die feuchte Knusprigkeit „cui“ ist bei manchen Gerichten sehr wichtig. Damit ein westlicher Gaumen das verstehen kann, sollte man oft in gute chinesische Restaurants gehen.

Es gibt viele Vorurteile. Wir helfen dabei, sie abzubauen.

TIM URBAN

Eine letzte kritische Frage zum Image der China-Küche sei noch erlaubt. Was hat es mit dem berüchtigten China-Restaurant-Syndrom auf sich, das besagt, dass manche Europäer chinesisches Essen einfach nicht vertragen?

In den letzten Jahren nehmen Unverträglichkeiten zwar zu, aber dass bestimmte Personen allergisch auf die chinesische Küche reagieren würden, ist Unfug. Wenn man in ein billiges Restaurant geht, wo die Hygiene mangelhaft ist, die Lebensmittel nicht frisch sind, sehr viel Frittiertes auf den Teller kommt und zahlreiche Gerichte mit einer Extraportion Glutamat „ab-

geschmeckt“ werden, kann es schon passieren, dass man sich nachher unwohl fühlt. Solche Lokale sollte man prinzipiell meiden, ganz egal welche Art von Küche dort angeboten wird.

Du betreibst in Wien zwei China-Restaurants. Eines heißt Sichuan, das andere Shanghai. Gibt es dort eine authentische Sichuan-, beziehungsweise eine authentische Shanghai-Küche?

Kurz geantwortet: Im Sichuan ja, im Shanghai nein. Im Sichuan standen von Beginn an Meisterköche am Herd, die ihr Handwerk in Sichuan gelernt haben. Sie können also gar nicht anders kochen. Allerdings verwenden wir viele Produkte aus Österreich. Pak Choi wird mittlerweile auch hierzulande angebaut, frischen Wasserspinat bekommen wir aus Italien. Nur bei den Gewürzen und manchen exotischen Früchten brauchen wir original chinesische Ware. Chinesen schätzen es, im

Restaurant aus einem breiten Angebot wählen zu können. Wenn Chinesen gemeinsam essen gehen, wird verschiedenes bestellt, alles gleichzeitig serviert und in die Mitte des Tisches gestellt. Das ist in Europa zumindest bis vor Kurzem total unüblich gewesen. Hier will jeder Gast sein Gericht exklusiv für sich haben.

Vom Ambiente her ist das Shanghai ein chinesisches Restaurant wie aus dem Bilderbuch – mit viel Rot und Gold an den Wänden. Wie chinesisch schmeckt es im Shanghai?

Das kommt auf die Erwartungshaltung an. Wir haben einen chinesischen Küchenchef, der zahlreiche Gewürze aus seiner Heimat einsetzt – unsere Gerichte schmecken für Kenner also durchaus chinesisch. Carpaccio ist zwar kein typisch chinesisches Gericht – so wie wir es würzen, schmeckt es jedoch alles andere als italienisch. Als Fine-Di-

ning-Restaurant können wir – anders als im Sichuan – ein Preisniveau fahren, das es uns erlaubt, mit absoluten Premium-Produkten zu arbeiten. Damit der Eigengeschmack erhalten bleibt, würzen wir hier eher zurückhaltend. Zu intensive Würzungen und zu viel Schärfe würden auch der Weinbegleitung schaden. Hätte ich ein neues Restaurant aufgesperrt, wäre die Einrichtung wohl wesentlich moderner ausgefallen. Aber das Ambiente vom Shanghai war so außergewöhnlich, dass wir es unbedingt erhalten wollten.

Seit ein paar Jahren gibt es in Wien eine Handvoll von China-Restaurants, die ebenfalls auf Haubenniveau kochen und tolle Weine anbieten. Wie siehst du diese Konkurrenz?

Absolut positiv. Ich würde diese Restaurants auch nicht als Konkurrenten, sondern eher als Mitstreiter betrachten, weil wir gemeinsam an einem

Strang ziehen, um den Ruf der chinesischen Küche insgesamt zu verbessern. Zu viele China-Restaurants haben in der Vergangenheit mittelmäßige Qualitäten angeboten und versucht, dieses Manko mit einer Extraportion an kitschiger Einrichtung zu kompensieren. Die nächste Generation an „Austro-Chinesen“ tickt ein wenig anders und legt mehr Wert auf frisch gekochtes, qualitatives Essen. Gleichzeitig sind auch die österreichischen Gäste kritischer geworden und schätzen ehrliches, frisch gekochtes Essen auch in chinesischen Restaurants. ●

wer&wo

Restaurant Shanghai

1., Jasomirgottstraße 6
www.shanghai.at

**XIAOLI QIU UND BEN EDWARDS
GOLDENER DRACHE**

Aus Alt mach Neu

Der Goldene Drache schaut so aus, wie man sich bei uns jahrzehntelang ein typisches China-Restaurant vorgestellt hat. Kein Wunder, schließlich war er auch der erste „Chinesen“ Österreichs. Mit seiner rot-goldenen Inneneinrichtung und zahlreichen exotischen Deko-Elementen hat das Lokal den Wienern im Jahr 1967 die ersten kulinarischen Einblicke ins Reich der Mitte eröffnet. Die Familie Wu hat das Lokal seit den 1990er-Jahren in zweiter Generation weitergeführt, Anfang 2024 war dann aber Schluss. Da haben Xiaoli Qui und ihr Mann Ben Edwards die Gelegenheit ergriffen, um es – mit einer zeitgemäßen kulinarischen Handschrift – fortzuführen. Ben ist Austro-Brite, Xiaoli eine Austro-Chinesin. Gemeinsam betreiben sie die Fladerei-Filiale in der Berggasse – Ben in der Küche, Xiaoli als Service-Leiterin. Als in der Wiener China-Community das Gerücht die Runde machte, dass der Goldene Drache zu haben wäre, haben die beiden zugeschlagen. Das historische Ambiente wollen sie erhalten, aber doch Schritt für Schritt entstauben. Wichtiger war die Neuausrichtung der Küche hin zu einer authentischen Sichuan-Küche, wobei die Gäste gewisse Grenzen vorgeben. „Manche Gerichte haben wir etwas entschärft, damit sie für den europäischen Gaumen verträglicher sind“, erklärt Ben, der sich die Geheimnisse der China-Küche gemeinsam mit Xiaoli erarbeitet hat.

www.goldenerdrache.com



**Neues und Altes
zu verbinden
finden wir sehr
reizvoll.**

XIAOLI UND BEN

**Ich bin lieber
Koch als Arzt.**

SIMON XIE HONG



SIMON XIE HONG / RESTAURANT ON

Ohne kulinarische Zwangsjacke

Kochen war schon seit je her seine große Leidenschaft, doch das war vor vierzig Jahren in China kein seriöser Beruf für einen ambitionierten jungen Menschen. Also hat Simon zunächst Medizin studiert und eine Karriere als Chirurg gestartet. „Da war zu viel Krankheit und Tod um mich. Ich habe also eine zusätzliche Ausbildung als Koch gemacht, weil das nach der Traditionellen Chinesischen Medizin auch dazu gehört“, erinnert sich Simon an seine Jugend in China. Wirklich glücklich wurde er in China trotzdem nicht. Seine Schwester war bereits in Österreich, er kam zu Besuch und blieb. In Wien machte er sich bald als Koch selbständig und eröffnete mit dem On ein China-Restaurant, das ganz ohne kitschigen Drachen und Lampions auskam. Mit der China-Bar in der Burggasse, dem On-Market beim Naschmarkt und der China-Bar an der Wien folgten drei weitere Restaurants, von denen er sich Schritt für Schritt wieder getrennt hat – nur das Stammlokal führt er heute noch: Ein bisschen wollte er schon noch arbeiten. Auf übermäßig viel Authentizität legt bei einzelnen Gerichten keinen gesteigerten Wert: „Ich liebe steirische Kürbiskernöl und verwende es regelmäßig. Es passt zu manchen chinesischen Gerichten besser als die allgegenwärtige Sojasauce. Man sollte mit offenen Augen durch die Welt gehen und nicht stur an alten Traditionen festhalten“, ist Simon überzeugt.

www.restaurant-on.at

Beschwingt auf Wolke sieben

Hinter der Tür in der Buchfeldgasse Nummer 7 befindet sich ein wahrhaftiger „Barhimmel“. Vor zehn Jahren hat Gerhard Tsai hier ein einzigartiges Refugium eröffnet, in dem viel mehr als nur exzellente Cocktails geboten werden. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER // FOTOS: RAINER FEHRINGER



Im Himmel ist bekanntlich alles gut. Nur muss man zuerst einmal reinkommen. So schwierig ist das in der Tür 7 allerdings gar nicht, auch wenn die Tür prinzipiell versperrt ist. Gott sei Dank gibt es eine Glocke. Wenn man reserviert hat, ist das auch schon die letzte Hürde. Kommt man spontan vorbei, muss man auf sein Glück vertrauen. Einfach nur „reinschauen“ geht hier nicht.

„Wir wollen unseren Gästen eine intime Atmosphäre bieten. Wenn dauernd Leute durch die Bar laufen würden, um sich einen Platz zu suchen, würde diese Stimmung verloren gehen“, erklärt Gerhard „Geri“ Tsai. Vor allem an den Wochenenden geht hier ohne Reservierung nichts. Die Bar ist klein, die Nachfrage groß. In einer übervollen Bar wäre jene Form der Gastfreundschaft, wie sie Geri Tsai vorschwebt, einfach nicht umsetzbar. Während er die Gäste zu Tisch begleitet, bereitet Glenn Estrada – Mitarbeiter seit der ersten Stunde – schon die Wassergläser (Originale aus der Manufaktur Lobmeyr) und die hausgemachten Popcorn vor. Außerdem bekommt jeder Gast sogleich ein Oshibori-Erfrischungstuch: im Sommer gut gekühlt, im Winter angenehm warm. Statt einer Karte werden die Getränkewünsche im persönlichen Gespräch geklärt. So viel Zeit muss sein. Schon bevor die Drinks zu Tisch kommen, hat man als Gast die Außenwelt verlassen und ist in Tsais entschleunigtem Universum angekommen.

Old School statt Showmanship

Bei der Zubereitung der Drinks agiert Tsai ganz „Old School“. Es gibt keine selbst produzierten Essenzen oder Infusionen, auch auf beliebte Gimmicks wie die allseits beliebte Smoking Gun

◆ Geri Tsai hat gut lachen. Er feiert mit seiner Boutique-Bar Tür 7 das Zehn-Jahres-Jubiläum.



wird verzichtet. Dafür werden weder Zitronen noch Orangen vorgepresst, das passiert immer erst unmittelbar bei der Zubereitung des Cocktails. Für die Bloody Mary werden vollreife Tomaten frisch püriert statt – wie fast überall sonst üblich – einfach Tomatensaft zu verwenden. „Wir wollen nicht zaubern, sondern verzaubern. Jeder ambitionierte Amateur kann unsere Cocktails zu Hause nachmachen, wenn er das will. Wir verwenden ausschließlich Premium-Spirituosen, alles passiert ganz transparent vor den Augen der Gäste“, umreißt Tsai sein vergleichsweise simples Bar-Konzept. Das ist die eine Seite. Andererseits wird jeder Drink individuell komponiert. In welche Richtung das geht, ergibt sich aus dem Gespräch. Das alles gibt es zum Einheitspreis von 25 Euro – egal ob man ein Glas Champagner, einen Long Drink oder einen Cocktail bestellt. Eventuelle „Ungerechtigkeiten“ bei der Kalkulation gleicht Tsai durch die Wahl der Spirituosen aus. „Wir haben einen Stammgast, der regelmäßig Red-Bull-Wodka bestellt. Damit auch hier die Kalkulation fair bleibt, nehme ich dann

Wir wollen nicht zaubern, sondern verzaubern.

GERHARD TSAI

einen Ultrapremium-Wodka. Ähnliches gilt für Gin & Tonic“, so Tsai. Beim Gin kann man aus zahlreichen Top-Marken wählen, beim Tonic Water stehen hingegen nur das Thomas Henry Botanical und das ORGANICS by Red Bull zu Verfügung. Wieso eigentlich? „Vor allem in der Luxushotellerie findet man immer wieder Bars, die mit einem Dutzend Tonic Waters Kompetenz vermitteln wollen. Davon halte ich wenig, weil es sensorisch nichts bringt. Es ist wesentlich reizvoller, die Variationen über den Gin zu spielen“, meint Geri Tsai.

Keine Frage des Alters

Während sich für manche Barkeeper mit zunehmendem Alter die Frage stellt, wie lange man das anstrengende Nachtgeschäft noch durchhalten kann, sieht Geri Tsai auch nach zehn Jahren Selbstständigkeit noch lange kein Ende in Sicht. „Wenn nichts Unvorhergese-



◆ Frische in Form von ORGANICS by Red Bull Black Orange ist bei Geri Tsai und seinen Gästen beliebt.

henes passiert, will ich auch noch mit achtzig Jahren hinterm Tresen stehen. Natürlich erfordert die Arbeit in der Nacht gewisse Kompromisse, aber die gibt es bei jeder anderen Tätigkeit, die man ernsthaft ausführt, auch. Ich mache viel Sport, achte auf meine Gesundheit und nehme mir viel Zeit für meine Frau und unsere drei Kinder“, erklärt Tsai. Das bedeutet, dass er bereits nach drei Stunden Schlaf in der Früh aufsteht und für die Familie Frühstück macht. Auch das tägliche Laufpensum gehört dazu. Schließlich bestreitet er jedes Jahr im Rahmen des „Dolomiten-Manns“ den Berglauf, bei dem es 2.000 Höhenmeter in Wettkampftempo zu bewältigen gilt. Damit er trotzdem auf sechs Stunden Schlaf kommt, hält er am Nachmittag eine Siesta.

Alkohol ist für Geri daher ein Thema, mit dem er sehr zurückhaltend umgeht. „Nach einem sportlichen Wettkampf trinke ich gerne ein, zwei Bier. Rare Spirituosen zu kosten macht immer viel Spaß und im Urlaub gehe ich auch gerne einmal in eine gute Bar. Aber in der eigenen Bar ist Alkohol ein

In der eigenen Bar ist Alkohol ein absolutes No-Go.

GERHARD TSAI

absolutes No-Go. Als Barkeeper hat man eine andere Rolle als der Gast. Ich bin dann bei der Arbeit, die Gäste haben ihren Arbeitstag hingegen schon hinter sich. Ich kenne keine erfolgreichen Menschen, die regelmäßig bei der Arbeit trinken“, beschreibt Tsai seinen persönlichen Umgang mit Alkohol.

Frische auch beim Cocktail

Weil Wasser auf Dauer zu langweilig schmeckt, trinkt Tsai im Laufe des Abends gerne eine Dose Red Bull oder eine ORGANICS by Red Bull Limonade. Das hilft ihm auch dabei, den eigenen Gaumen frisch zu halten. Limonaden spielen auch beim Mixen eine größere Rolle, als man zunächst annehmen würde, und zwar nicht nur bei Longdrinks wie Moscow Mule oder Gin & Tonic. „Bei jedem Cocktail geht es auch um die Balance zwischen süß und sauer. Wenn ich zusätzlich noch etwas

Frische in Form von Kohlensäure haben will, verwende ich gerne ein paar Zentiliter Limonade, wofür sich das ORGANICS by Red Bull Black Orange besonders gut eignet“, berichtet Tsai. Eindrucksvoll hat er das bei unserem Besuch mit einem spontan kreierten Cocktail mit ORGANICS by Red Bull Black Orange und Cognac, Traubenlikör und Bergamotte-Sirup unter Beweis gestellt.

Auch wenn derzeit alles perfekt zu laufen scheint, stehen zum Zehn-Jahres-Jubiläum der Tür 7 größere Veränderungen bevor. Das Nebenzimmer wird im Herbst um einen zweiten Tresen erweitert, wo man sich speziell um pure Raritäten kümmern will. Die Bar wird als Stehbar etwas höher gestaltet sein. Das bedeutet auch eine Vergrößerung des Teams um zumindest einen fixen Mitarbeiter. ◆

was&wo

Tür 7 Boutique Bar
Buchfeldgasse 7
1080 Wien
www.tuer7.at

BUDWEISER
Budvar



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



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



www.budweiser.at

Alexius Hardegg
mit Freunden beim
Verkosten



Veritable Weinalternative

Gute Säfte, Kombuchas und Sparkling Teas gibt es eine ganze Reihe, das Gros dieser Getränke hat allerdings einen nicht unerheblichen Zuckeranteil.

Eine Herausforderung für die Sommellerie, die trockene alkoholfreie Speisenbegleiter sucht. Nun kommt das „Embrizzo Traubenkombucha“ aus dem Weingut Hardegg. ● www.guthardegg.at



100 % biozertifiziert

„Wenn wir auf jeder Flasche sagen: ‚Der Grüne von morgen schon heute‘, meinen wir das ernst.“ Markus Huber, der seit 2019 gemeinsam mit Lenz Maria Moser begonnen hat, den Grünen Veltliner neu zu definieren, sieht im Jahrgang 2023 den lebendigen Beweis, dass dieser innovative Ansatz aufgegangen ist. ● www.newchapter.wine



100 Punkte

Der Falstaff Wein Guide gibt Familie Sattlers Ried Trinkaus Sauvignon blanc 2021 als einzigem trockenem Weißwein Österreichs die Höchstbewertung von 100 Punkten. ● www.sattlerhof.at



Whisky Festival

Das besondere Festival am 18. und 19. Oktober im MQ in Wien. Hunderte Whisky-Sorten aus aller Welt und Masterclasses für die tiefen Einblicke. Vormerken! ● www.spiritsfestivals.at

Granta überreicht

21 Nachwuchskräfte haben die Zusatzqualifikation „Öztaler Genussbotschafter“ bis heute erworben. Frisch dabei: Leonie Riml, Sladana Dujakovic, Samuel Gritsch und Franz Scheiber. ● www.oetztal-genussbotschafter.at



Tour-Alpin-Gastspiel

Fünf-Hauben-Koch Andreas Döllner hat den Begriff „alpine Küche“ nicht nur neu interpretiert, sondern setzt ihn auch konsequent und inspirierend um. Flechten, Harze, Moose, Wild, Beeren, veredelte Nutztiere, alte Gemüsesorten – die Vielfalt der Produkte ist zu Besuch beim Kulinarik-Festival Kärntens. Bis 22. September. ● 



Berg.See. Küche.Buch

Hannes Müller, Inhaber und Küchenchef des Genießerhotels Die Forelle am Weißensee, widmet sich in seinem neuen Kochbuch der Frage „Wie schmeckt der Weißensee? Porträt einer Region“. Menschen, Gerichte und grandiose Landschaften einer außergewöhnlichen Region. ● 

Fröhliche Durstlöscher für Groß & Klein

Fruchtig-erfrischende Limos von Stiegl beleben die Getränkekarten. ●

Die Marke Stiegl steht seit jeher für Geschmack, Vielfalt und Qualität. Das gilt nicht (mehr) nur bei Bierspezialitäten, sondern auch für die jüngste Produktinnovation. Mit den taufrischen „Stieglitz“-Limonaden bringt Österreichs führende Privatbrauerei heimische alkoholfreie Erfrischungstränke auf die Speisekarten.

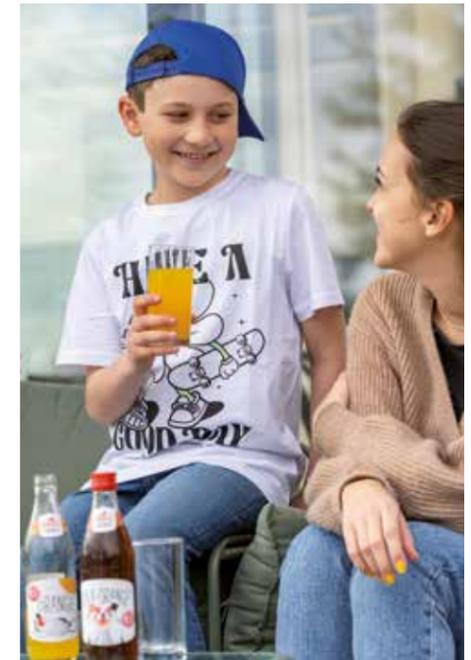
Neuprodukte sorgen die Etiketten der 0,33-l-Mehrwegflaschen, die mit pfiffigen Illustrationen rund um den lustig-frechen Vogel „Stieglitz“ gestaltet wurden.

Die „Stieglitze“ gibt es für die Gastro in der 0,33-l-Mehrwegflasche und im Postmix-Behälter. ● www.stiegl.at/stieglitz

„Stieglitz“ gibt es in unterschiedlichen Geschmacksrichtungen in bekannter Stiegl-Qualität aus besten Rohstoffen hergestellt. Von klassischen Limonaden unterscheidet sich das Sortiment durch hohe Natürlichkeit und reduzierten Zuckeranteil. Für den gelungenen optischen Auftritt des



Der freche Vogel sorgt bei Groß und Klein für prickelnd-fruchtige Erfrischung. ●



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





Die wilde Pracht der Alpen

Er ist Jäger und Sammler, Imker und Züchter. Und eben auch Koch. Seine vom Wild geprägten Gerichte formt er zu einem der besten Wildbret-Menüs des Landes. Er war Küchenchef im Tannenhof in St. Anton, und bei so viel Dynamik, Engagement und Kreativität wundert es auch niemanden, dass der Mann gleich ein weiteres Gastro-Projekt auf die Beine gestellt hat: die Jagdstube im Chaletdorf Bergwiesenglück in See im Paznaun. Wir haben den gebürtigen Steirer in seiner Wahlheimat in Vorarlberg besucht. ►

TEXT & FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING



► Schutzhaube und Handschuhe? Nicht bei seinen Völkern. Sie danken es ihm mit sensationellem Honig.

Das Haus der Jantschers in Ranggen ist nicht zu verfehlen. Eine architektonische Schönheit, schlicht und bordeauxrot, die sich deutlich vom Rest der hiesigen Bauweise abhebt und sich trotzdem gut ins Gelände fügt. Außerdem steht davor die lebensgroße Skulptur eines Stiers. In der Garage, neben dem geländegängigen Arbeitsgefährten, lehnt eine Harley mit Jantschers Namen als Schriftzug am Kotflügel. Der Mann hat eine Vorliebe fürs Wilde. Nicht nur am Teller. Hinterm Haus blüht und gedeiht die Vielfalt. Ein üppiger Kräuter- und Gemüsegarten, der an Permakultur erinnert, ein Taubenschlag auf der einen, ein Hühnerstall auf der anderen Seite. Nicht irgendwelche Hendln wohlgeerntet. Bresse-Hühner mussten es sein. Eigentlich darf die Rasse außerhalb der Region Bresse, die nördlich von Lyon, zwischen Saône und Jura liegt, nur mit dem Zusatz „Gauloise“ vermarktet werden. Das kümmert Gustav Jantscher aber kaum. Die meisten seiner Bresse-Hühner landen ohnehin in der Tannenhof- oder Jagdstubenküche. Oder am eigenen Teller. Dann rennen am Grundstück noch ein paar Enten und zwei Fasane herum. Und am Dach der Garage stehen etliche Bienenvölker. Wenn er mit seinen Bienen arbeitet, schlüpft Jantscher in den weißen Overall und setzt sich die Imkerhaube mit dem schwarzen Schutzvisier auf. Notwendig sei das aber nicht. Zucht, Rasse und Gewohnheit haben seine Völker zu vergleichsweise friedlichen und umgänglichen Bienen werden lassen. Die Waben holt er mit bloßen Händen aus dem Stock und zeigt stolz auf die markierte Königin. Dass der Honig, den er – gemeinsam mit den Bienen – macht, ein intensives Füllhorn alpiner Aromen darstellt, versteht sich fast von selbst.



Im Tal genauso wie oben auf der Jagdhütte: immer das Schöne, das Ästhetische im Blick.



Nicht ohne Simone. Die Frau an Gustav Jantschers Seite.



Hotspot der wilden Küche

Kommen wir zum Wesentlichen. Der Küche von Gustav Jantscher und dem Ort, an denen sie Genießern zur Verfügung steht. Nachdem der Wechsel von Jantscher vom Tannenhof zum Bergwiesenglück hochaktuell ist, hier auch noch ein paar Eindrücke von seinem Wildmenü am Arlberg. 2020 übernahm er in St. Anton das Küchenzepter von James Baron und stellte die Küchenlinie radikal um. Es gab natürlich auch ein „Gourmetmenü“ mit Austern, Gambero Rosso und Tiroler Grauvieh, richtig spannend wurde es aber beim wilden Gourmetmenü. Es gehörte einfach zu den besten und kreativsten Wildmenüs des Landes. Jantscher startete mit Gängen wie „Gams und Walnussblatt“

In der Jagdstube im Bergwiesenglück kann ich meine Ideen umsetzen.

GUSTAV JANTSCHER

oder „Taube im Hopfensud“ oder – ein Highlight ohne Zweifel – Herz vom Reh mit Mispel und schwarzen Trüffeln. Der Gang wurde mit einer Wildschweinborste garniert und war so dermaßen harmonisch und ausgewogen, dass es eine Freude war. Wildherz ist, aus verschiedenen Gründen, ohnehin kaum zu bekommen – wenn dann daraus auch noch ein herausragendes Gericht fabriziert wird, macht das eigene einen Sprung. Aus Murmeltier, ebenfalls kein

Dauerbrenner auf alpinen Speisekarten, machte er entweder eine Art Ragù oder Ravioli. Beides ist unglaublich arbeits- und zeitaufwendig, da das trüchtige Fett des „Mankeis“ in Nullkommanichts das Fleisch kontaminieren und damit ungenießbar machen kann. Und genau dieses Fett ist beim Murmel an Stellen, die man sich gar nicht vorstellen kann. Höchste Konzentration und präzise Schnitte sind notwendig, um aus dem Alpenpfeifer ein schmackhaftes Gericht zu machen. Für die Ravioli verwendete Jantscher eine Farce aus dem geschmorten Murmelfleisch, vermischte es mit dem gelierten Schmorfond und füllte damit die Teigtascherl. Geschmack: unglaublich. Wenig verwunderlich, besteht doch die Nahrung

der Murmeltiere aus nichts anderem als frischen Bergwiesengräsern und Alpenkräutern. Auch sonst beschränkte sich Jantschers Wildküche nicht auf Hirschbraten und Rehrücken. Vom Hirsch werden Hirn und Zunge serviert, aus der Brust des Auerhahns macht er Schinken. Was – zumindest für Österreicher – ziemlich einzigartig ist.

Die Jagdstube im Bergwiesenglück ist der Ort seines Schaffens, wenn der Tannenhof saisonbedingt geschlossen hat. Also den Rest des Jahres. Hauptsächlich im Sommer und im Herbst. Bei diesem Menü hat man das Gefühl, dass Jantscher sogar noch einen Schritt weitergeht. Man erkennt die Handschrift zwar ohne Probleme, aber es finden

sich Gerichte auf der Karte, die noch ein klein wenig über das hinausgehen, was im ohnehin schon recht mutigen Tannenhofmenü geboten wurde. Als „Gruß aus der Küche“ kommt der Schädel eines Hirsches. Darauf angerichtet und drapiert: Salami vom Steinbock, Schinken von der Gams, Zirbenbutter und selbst gebackenes Brot. Ein klares Statement, das die Richtung vorgibt. Gleich danach kommt ein Jantscherklassiker. Die Essenz vom Steinbock. Diese „Suppe“ gab es bereits, als er noch Küchenchef in der Schlossherrenstube in Ischgl war. Mittlerweile ist sie perfektioniert. Dichter, präziser und eleganter als in dieser Essenz ist Steinbock nicht zu bekommen. Im Bergwiesenglück wird sie mit Schnitten von der

Bresse? Das ist die Königsklasse unter den Hühnern.

GUSTAV JANTSCHER



Für seine Zutaten ist Jantscher oft lange unterwegs. Aber der Weg lohnt sich. ●



Ich jage nicht nur wegen des Fleisches. Ich genieße auch die Ruhe und die Natur am Berg.

GUSTAV JANTSCHER

Steinbockmilz serviert. In einem dieser wunderschönen großen Teller aus der „Cielo“-Serie von Stephanie Hering. Das Gericht ist optisch großartig und geschmacklich ein Traum. Dann kommen Gänge mit Taube, Murre und Kahlwild. Kahlwild ist das weibliche Rotwild samt Kälbern. Dieser Gang ist ausgesprochen mutig. Aber auch ausgesprochen gut gelungen und köstlich. Herz, Zunge, Niere. Vor allem die Niere. Wie gesagt. Ein gewagter, aber großartiger Gang. Für alle, für die Innereien und Zunge eine Überwindung sind: Es ist ein lohnendes Abenteuer.

Gustav Jantscher ist ein wilder und kräftiger Kerl. Es gibt nicht viele Köche, die derart stark mit der Natur verbunden sind. Wenn er mit Gästen zu seiner Jagdhütte im Naturschutzgebiet Faludriga wandert, hat er eine „Krax'n“ am Buckel und schleppt die Zutaten für seine Gerichte, das Bier, den Wein und was sonst noch notwendig ist, auf den Berg. Blaser und Habicht, also Büchse und Fernglas, sind sowieso dabei. Jantschers Küche ist der Natur verpflichtet. Er provoziert gerne, verfolgt aber eine klare Linie und ist sich selbst stets treu. Sein Begriff von Regionalität umfasst sein Revier im Gebirge ebenso wie den

großen Alpenbogen. Wenn wir darüber nachdenken, wie alpine Küche aussehen kann, ist Gustav Jantscher einer, der Antworten geben kann. Klar, es ist seine Sicht, es sind seine Antworten. Aber es sind spannende Antworten. Und sie schmecken unfassbar gut. ●

was&wo

Jagdstube im Boutique Hotel Bergwiesenglück
Neder 400
6553 See
www.bergwiesenglueck.at

Act local, think global

Ein Leitsatz, der für das Getränkekonzept der Wellwasser Technology GmbH aus Tirol in vollem Umfang zutrifft und aktuell in Paris bei Olympia überzeugen konnte. ●

TEXT: REDAKTION // FOTOS: GÜNTHER EGGER, WELLWASSER

Warum Mineralwasser in Flaschen transportieren, wenn Wasser in jedem Lokal der Welt zur Verfügung steht? Nun, das denken sich immer mehr Gastronomen und Hoteliers. Die jährlich wiederkehrende mediale Diskussion um das Leitungswasser als kostenlose Selbstverständlichkeit ist enden wollend und lässt sich leicht vermeiden. Lieber zum Wohle der Gäste das Leitungswasser als Premiumgetränk direkt im Gastronomiebetrieb lokal produzieren. Damit es dem Anspruch eines Premiumgetränkes für die Gäste gerecht wird, durchläuft das lokale Leitungswasser eine dreistufige Wellwasser-Filterstation, bevor es an der Schankanlage als wellwasser® still oder perlend gezapft wird. So einfach geht Nachhaltigkeit und Verantwortung für unsere Umwelt.

Wellwasser auf Erfolgskurs

Der Kreis zufriedener Wellwasser-Kunden und Gäste wächst stetig und damit auch die Wahrnehmung der Marke wellwasser® als regionales Produkt. „In erster Linie sparen wir CO₂ ein, weil sämtliche Transportwege

wegfallen, aber auch Lagerraum und Stromkosten, die etwa durch die Getränke Kühlung entstehen. Unser Filter kommt ganz ohne Strom aus und funktioniert nur mit Wasserdruck“, so Firmenchef Dietmar Meraner.

European Health & Spa Award 2024

Damit trifft wellwasser genau den Puls der Zeit. Das bestätigt die begehrte Trophäe des European Health & Spa Award in der Kategorie „Technische Produkt-Innovation“, die von der Wellwasser-Filtertechnologie heuer gewonnen wurde. Gratulation!

Wellwasser bei Olympia in Paris

Vis-à-vis des Austria House lud die Tirol Werbung unter der Leitung von Karin Seiler in den historischen Pavillon im Parc Montsouris zu einem Chef's Table mit Spitzenkoch Benjamin Parth anlässlich der Rückkehr des Guide Michelin nach Österreich ein. Das Menü genossen 30 ausgewählte Gäste, unter anderem die Repräsentanten des Guide Michelin, des „Les Grandes Tables Du Monde“ und von „La Liste“. Gekocht

wurde in der von der Innsbrucker Firma Trio GmbH entwickelten Eventbox, in der die komplette Infrastruktur inklusive Wellwasser-Schankanlage eingebaut ist. Damit mit perfektem Wasser gekocht werden konnte und die Gäste frisch gezapftes wellwasser® still und perlend genießen konnten, hat die Wellwasser-Schankanlage das örtliche Trinkwasser gereinigt, vom Chlor befreit, entkeimt und mit Kristallen aktiviert. Genuss pur aus Tirol eben! ●



Christian Erd, technischer Leiter von Wellwasser Technology, freut die großartige Auszeichnung.



wellwasser® VITAL und perlend

Der Ischglter Spitzenkoch Benjamin Parth und Christian Erd in Paris.

wer&wo

Wellwasser Technology
Stadlweg 23, 6020 Innsbruck
www.wellwasser.at

Themenpark Theke

Cocktail-Menüs zu einem Thema sind die Seminararbeiten der Bar-Welt. Corona hatte Surrealismus-Karten und andere flüssige „Programmsinfonien“ aber hinweggefegt. Nun sind sie zurück und setzen Akzente, aber auch Kontraste, vor allem in den heimischen Spitzenhotels. ♦

TEXT: ROLAND GRAF



© ROLAND GRAF



◆ Impressionismus am Traunsee: Marcus Volsa liefert mit dem Coaster die Bilder zu seinen Signature-Cocktails nach.



© ROLAND GRAF

Seine Vision formuliert Traunkirchens Hotel-Platzhirsch Wolfgang Gröller („Das Traunsee“, „Post am See“) ganz klar: Der schmucke Salzkammergut-Ort soll eine kulinarische Ganzjahres-Destination für Hedonisten werden. Vor 16 Jahren startete die Umsetzung dieses Masterplans, die mit dem Ausnahmekoch Lukas Nagl mittlerweile österreichweit ausstrahlt. Wer heute als Koch über Seefische und ihre nachhaltige Verwertung – Stichwort: Weißwurst vom Karpfen – etwas lernen will, fragt den „Bootshaus“-Chef. Und während sich die Bundesparteihefs in den ORF-Sommargesprächen auf seiner Restaurant-Terrasse um Antworten mühen, schloss Gröller das nächste Vorhaben ab. Unter dem Namen „Belétage“ steht diesmal die Bar im Fokus. Sie ist der Angelpunkt des umgebauten ersten Stocks der „Post am See“. Und es sind nicht nur die Cocktails, die hier überraschen.

◆ Von Camille Pissarro bis Vincent van Gogh lässt sich das Fin de siècle in der Kunstgeschichte in der „Belétage“ Traunkirchen ertrinken.

Van-Gogh-Trinken am Traunsee

Denn Barchef Marcus Volsa hat eine bewegte Vita, die von der Tischler-Lehre über Sensorik-Trainings bis zur Politberatung unter Philipp Maderthaler („Campaigning Bureau“) reicht. „Hier bekomme ich unmittelbares Feedback auf meine Ideen“, zieht er durchaus Vergleiche zu den Konzepten für Minister und Kampagnen. Was Volsa an seiner ersten Stelle als Barchef überhaupt (!) serviert, verlässt sich nicht auf bekannte Edelspirituosen wie viele Vier-Sterne-Hotels. Seine Karte widmet sich impressionistischen Gemälden, vorzugsweise von unbekannteren Malern. Fujishima Takeji etwa muss man erst googeln, doch der von seinem Bild „Schmetterlinge“ inspirierte Drink übersetzt seine Farbpalette in explosive Noten von Mezcal und Ponzu-Sauce. Bei Volsa lässt sich freilich auch van Gogh („Mandelblüte“) oder Manet („Bei der Hutmacherin“) ertrinken. Damit ist in der jüngsten Bar Oberösterreichs auch ein altes Konzept zurück: die einem Thema folgende Cocktailkarte.

International halfen diese Themen-Menüs erfolgreich mit, Bars in kürzester Zeit weltbekannt zu machen. Die 2015 in der Londoner Bar „Artesian“ – Teil des Langham Hotels am Portland Place – vorgestellte „Surrealism“-Karte

Ein kulinarisches Ganzjahreskonzept braucht eine tolle Bar.

WOLFGANG GRÖLLER

darf dafür als eine Art Urknall gelten. Der kommerzielle Lohn war die Kür zur Nummer eins auf der „50 Best Bar“-Liste binnen Jahresfrist. Doch über die Becher in der Form von Salvador Dalís Elefanten und Steine, aus denen man trank, spricht man in Bartender-Kreisen noch heute. Natürlich: Das war eine durchgestylte Materialschlacht, die Geld kostete. Aber eben auch mit großartigen Drinks den Bar-Besuch auf eine neue Ebene hob: Berausung als intellektuelles Vergnügen. Süffeln mit Synästhesie!

Banksys Ratte schmeckt bitter

Man kann es aber auch mit den Worten Sigrid Schots sagen: „Mein Talent ist es, das Sichtbare in eine Emotion zu verwandeln.“ Die Barchefin der Wiener „Hammond“ legte so etwas wie die österreichische Mutter aller Themen-Karten vor. „The Art of Banksy“ krachte allerdings mitten in die Pandemie und erfuhr deswegen nicht die Beachtung, die der elaborierten Cocktailsammlung zugekommen wäre. Bis hin zur Nach-



© THOMAS WEILGUNY

● Wie schmeckt zerstörte Schönheit? Banksys „Ballerina with Action Man Parts“ war eines der Highlights der „Hammond“-Themenkarte. Zugleich aber auch Sigrids Reaktion auf die Corona-Pandemie.



© ROLAND GRAF

● Andreas Portz sorgt in der „Sacher“-Bar Salzburg für die flüssigen Edelsteine. Passend zu den Geschmeide im ehrwürdigen Festspielgast-Refugium werden Tigerauge, Diamant und Calcit aus Shaker und Rührglas serviert.



komma-Stelle waren die Drinks elaboriert. 0,5 % Orangenblüten-Wasser etwa enthielt der „Girl with a Balloon“, den Dominik Oswald und „Sigi“ Schot der Frage widmeten: Wie schmeckt Hoffnung? Doch auch Stress übersetzte das damalige Kreativduo anhand eines ikonischen Banksy-Werks. „Rat in a Scurry“ kombinierte Enzian-Schnaps, Whisky, Mezcal und Weihrauch-Bitter. „Jeder Schluck erzeugt eine Geschichte ohne Worte“, liebte man auch in der „Hammond“ den künstlerischen Rahmen. „Die Gläser sind unsere Bühne“, so Schot, „euer Gaumen unsere Zuschauer“.

Doch es muss nicht immer die hohe Kunst sein; Popkultur tut's auch. Zumal sie Kontraste schafft. Einen Klassiker dieser Art stellte das distinguiertere Londoner „Savoy“ 2018 in seiner „American Bar“ vor: 20 schwarz-weiße Promi-Bilder des Starfotografen Terry O'Neill wurden in Drinks übersetzt. Aus Mick Jagger im Nadelstreif wurde so der „Pinstripe“, als Coaster diente ein stilisierter Kamera-Auslöser. Und

Jeder Schluck erzählt eine Geschichte ohne Worte.

SIGI SCHOT

auch bei Marcus Volsa am Traunsee-Ufer gehört der Drink-Untersetzer mit zum Gesamtkunstwerk.

Die Galerie am Untersetzer

„Hier sieht der Gast dann das konkrete Gemälde, das den Cocktail inspirierte.“ Da man bewusst auf die Abbildung in der Karte der „Belétage“ verzichtet hat, gehört die Überraschung für den Gast zum Servieren dazu. So erweist sich etwa der „Prinzessin Bibesco“ als keineswegs so spielerisch wie der Name – die Mischung aus Traunstein Gin, Williamsbirnen-Brand, Fernet Hunter und Rosé-Schaumwein hat es in sich. Volsas idealer Gast schätzt diese zusätzliche Ebene, die von den Impressionisten-Gemälden eingebracht wird, ist er überzeugt. Wirkungs- oder Statustrinker, wie Volsa es in seiner persönlichen Typologie von Barbesuchern

nennt, würden derlei hingegen wenig schätzen. Doch der 29-Jährige will die „ästhetischen Genießer“ erreichen. „Menschen, die sich den besten Champagner bestellen, aber ihn lieber in der Wiese sitzend genießen“, wie er es fast poetisch formuliert. Dass der Barchef im ersten Stock der „Post am See“ in Tübingen auch Rhetorik studiert hat, merkt man in solchen Momenten. Und Volsa will den Weg der thematischen Karte weitergehen. Im Herbst wird es das neue Menü geben, „das sich der Region widmet“. Kräutersammler sind bereits im Salzkammergut unterwegs, erste Mazerate stehen in der Küche parat. Dass es einen Traunkirchner „Steinpilz-Manhattan“ geben wird, darf man als gesetzt ansehen.

Superhelden-Treff im „Sacher“

Während Newcomer Marcus Volsa sich so auf die zweite Saison vorbereitet, geht Andreas Portz ins dritte Jahr seiner Themen-Karten. Auch der wegen seines Hut-Faibles als „Hatbartender“ bekannte Mixologe arbeitet an einer

Hotelbar. In seinem Fall im Sacher Salzburg, wo die Mischung aus popkulturellen Kartenthemen und soignierter Stammklientel eine eigene Dynamik entwickelt. Gleich sein erstes Cocktail-Menü entführte in das Reich der Marvel-Superhelden. Zwischen rotem Samt und Richard-Wagner-Porträt gegenüber des Kamins gab es dann „The Hulk“ zu trinken. „Das hat schon für den einen oder anderen Schmunzler gesorgt“, erinnert sich „Andi“ Portz. Und legte im Vorjahr mit einer Karte zur Film-Trilogie „The Matrix“ 2023 nach. Für den gebürtigen Bayer wird durch ein Überthema nämlich „die Karte verständlicher für den Gast“. Die Alternative sei oft zu willkürlich, so der auch aus den Wiener Bars „26°East“ und „Josef“ bekannte Portz. Drink-Namen von „Sonnenblume“ bis „Bluetooth“ würden den Gast vor ein Sammelsurium von Ideen stellen. Eine bekannte Figur wie etwa die in „Matrix“ von Carrie-Anne Moss verkörperte „Trinity“ kürze hingegen die Kommunikation ab: „Das ist eine starke Frau und auch der Drink war als in Bienenwachs gelagerter Manhattan

Ein Überthema erleichtert es, neue Kreationen verständlich zu machen.

ANDREAS PORTZ

ein starker Cocktail“, gibt der „Sacher“-Barchef ein Beispiel.

Noch einfacher liegt die Sache beim aktuellen Menü an der Salzach. Da in der Festspielzeit Preziosen vom lokalen Juwelier „Aenea“ im Hotel ausgestellt sind, entschied sich die Bar zu einem Edelstein-Menü. Ergo schimmert der „Tiger Eye“ in den Farben Gelb und Braun wie sein Namensgeber, aus dem „Calcit“ wurde ein Milk Punch, der den leichten Schleier des Minerals wiedergibt. Und natürlich steht der 22-Euro-Drink „Diamond“ – Sipsmith Gin mit einem Champagner sowohl in einem Cordial als auch als Top-up – an der Spitze der flüssigen Härteskala. Allerdings geht es nicht nur um einen farblichen Nachbau der Gesteine. „Wir haben uns bemüht, hauptsächlich nicht

im Einzelhandel erhältliche Spirits zu verwenden“, so Portz, „Edelsteine halt.“

Flüssige Rezession in der Ex-Bank

Tatsächlich scheint kein Thema zu abstrakt, um es nicht in einen Drink zu verwandeln. Darin hat Martin Holzer Erfahrung, der zweimal jährlich Finanzthemen in den Shaker packt. Diese Tradition in „The Bank“ begann recht unspektakulär mit der Zuordnung von Währungen zu den Herkunftsländern der Basis-Spirituosen. Doch die Bar des Wiener „Park Hyatt“ pflegt ihre baulichen Wurzeln in der alten Creditanstalt Am Hof bis heute mit Cocktail-Menüs, die direkt aus dem Wirtschaftsteil stammen könnten. „Futures“, also zukunftssträchtige Investments, gab es 2024 schon zu kosten. Davor waren es „Finanzkrisen“ – von „Hyperinflation“ mit Tomaten-Soda bis zur kaffeebitteren „Rezession“. Dass man sich in der ehemaligen René-Benko-Immobilie sogar einen „Crash“ bestellen konnte, mag manchem Signa-Anleger heute vielleicht sogar prophetisch erscheinen. ●

Die Dose am Dancefloor

In der Wiener Kult-Disco Volksgarten wird seit Kurzem Wasser in Form der Blue-Bomb-Dose verkauft. Das junge Publikum steht auf das zeitgemäße Gebinde und trinkt mehr Wasser denn je.

INTERVIEW: WOLFGANG SCHEDELBERGER FOTOS: RAINER FEHRINGER



Ali Pasha ist seit 15 Jahren für die Bespielung des Wiener Volksgartens mitverantwortlich. Während viele populäre Clubs nach ein paar Jahren ihren Sex-Appeal verlieren, ist es dem Volksgarten ohne Unterbrechung gelungen, eine der angesagtesten Night-Locations der Stadt zu sein. Das Erfolgsgeheimnis? Nicht zu glauben, selbst alles besser zu wissen, sondern das Ohr ganz nahe bei den Gästen zu haben. So kann man selbst neue Trends setzen, statt ihnen hinterherzulaufen.

Lust & Leben: Als ich das erste Mal gehört habe, dass es bei uns Wasser in Dosen gibt, habe ich mich gefragt, wem so etwas einfällt? Wie ist es dir ergangen, als du die erste Dose Blue Bomb gesehen hast?

Ich habe ein ganz ähnliches Erlebnis gehabt, allerdings schon ein paar Jahre zuvor in den USA. Bei einem Einkauf in einem 7-Eleven ist mir eine auffällige schwarze Dose mit Totenkopf und der schrägen Aufschrift „Liquid Death“ ins Auge gestochen. Ich wollte natürlich gleich wissen, was für eine Art von Alko-Pop so makaber vermarktet wird. Doch siehe da, es war schlicht und einfach Sodawasser. „Das funktioniert nie“, war meine erste Reaktion, aber

Es war nur eine Frage der Zeit, bis der Trend zur Dose auch nach Europa kommt.

ALI PASHA

dann habe ich bei mehreren Club-Besuchen in US-Metropolen gesehen, wie populär die Liquid-Death-Dosen bei jungen Leuten sind. Für mich war es dann nur eine Frage der Zeit, bis dieser Trend auch nach Europa kommt.

Jetzt wäre es nicht nur aus ökologischen Gedanken absurd, wenn wir in Österreich Dosenwasser aus Amerika verkaufen würden. Bei Blue Bomb handelt es sich um ein heimisches Wasser, die Gebindeform erscheint mir dennoch gewöhnungsbedürftig. Dir nicht?

So ist das immer, wenn etwas Neues auf den Markt kommt. Manches setzt sich durch, anderes nicht. Ich gehe ohne Scheuklappen durchs Leben. Im Laufe der Zeit wird man reicher an Erfahrung. Die Kehrseite ist dabei aber, dass sich der Blick für Neues verengt. Meine persönlichen Vorlieben spielen bei meinen Entscheidungen für den Club keine Rolle. Wenn ich im Volksgarten für mich und meine Freunde

Musik auflegen würde, wäre der Club wahrscheinlich bald leer. Unsere Gäste sind deutlich jünger als ich und haben ganz andere Vorlieben. Das liegt in der Natur der Sache.

Wobei der Volksgarten bewusst auf ganz junge Gäste verzichtet. Ihr habt Euch als „21+ Club“ positioniert. Wieso eigentlich?

Wir sind mit dem Volksgarten recht breit aufgestellt. Es gibt keinen Dresscode und wir haben fünf verschiedene Floors mit unterschiedlicher Musik. Das hat dazu geführt, dass wir am Wochenende fast immer eine lange Schlange an der Tür haben. Irgendwie müssen wir selektionieren und da ist das Alter ein naheliegendes Kriterium. Ich habe nichts gegen junge Leute, aber mit Gästen zwischen 18 und 21 gibt es einfach mehr Probleme, als wenn sie schon ein bisschen älter sind.

Zurück zum Wasser. Wieso habt ihr von der Mehrweg-Glasflasche zur Blue-Bomb-Dose gewechselt?

Dafür gibt es mehrere Gründe. Zunächst ist Glas im Club immer ein Problem, weil es zerbrechlich ist und Scherben gerade im Nachtgeschäft sehr gefährlich sind. Trotzdem verwenden



wir Gläser und keine Becher. Auch Wasser in der Einweg-Plastikflasche war nie ein Thema, weil das einfach nicht zum Ambiente eines guten Clubs passt. Die Dose ist die perfekte Alternative, weil sie mittlerweile als wertige Gebindeform akzeptiert ist. Was viele vergessen haben: Auch Red Bull wurde in der Gastronomie am Anfang nur in der Glasflasche verkauft. Als Red Bull dann vor 30 Jahren die Glasflasche aufgelassen und zur Dose gewechselt hat, gab es bei den Clubbetreibern einen großen Aufschrei, dass dies nicht funktionieren würde. Wir haben uns geirrt – die Dose funktioniert wunderbar.

Und was sind die weiteren Gründe für den Wechsel vom Glas zur Dose?

Wir haben beobachtet, dass sich die Gäste mit einer lässigen Dose einfach wohler fühlen als mit einer Glasflasche in der Hand. Natürlich müssen Haptik und Optik passen, damit ein wertiges Image vermittelt wird, aber das ist bei Blue Bomb zweifellos gegeben. Dann

Die Gäste fühlen sich mit einer lässigen Dose einfach wohler als mit einer Glasflasche.

ALI PASHA

ist auch das Handling wesentlich einfacher. Mehrweg-Gebinde machen einfach mehr Arbeit. Was viele nicht wissen: Wenn man, so wie wir, die Dosen konsequent recycelt, ist es auch ökologisch sinnvoller. Die Dose hat einen geringeren Carbon-Footprint als Glas.

Bleibt nur noch die Frage, wer in einem Club überhaupt Wasser bestellt? Lebt das Nachtgeschäft nicht von alkoholischen Getränken?

Na klar, wobei sich auch hier das Konsumverhalten wandelt. Es wird nicht zwingend weniger Alkohol getrunken, aber doch deutlich bewusster. Das gilt

übrigens auch für den Zuckergehalt der Getränke. Außerdem wird Wasser oft als Beigetränk zu Spirituosen wie Whisky, Rum und Tequila bestellt.

Wie schaut es bei den Longdrinks aus? Da verwendet ihr Soda aus der Schankanlage, oder?

Nein. Unser Credo ist Perfect Serve, wo immer es geht. Bei Wodka-Soda oder – ein ganz aktueller Trend – Tequila-Soda wird ein Glas mit Eis sowie ein weiteres 4-cl-Glas mit der Spirituose eingestellt und eine prickelnde Blue Bomb-Dose vor dem Gast geöffnet. Dann können die Gäste selbst das Mischungsverhältnis entscheiden. ●

wer&was

Volksgarten Clubdisco
Volksgarten (Heldenplatz)
1010 Wien
www.volksgarten.at

So schmeckt der Herbst

Jedes Jahr, wenn im Salzburger Land mit dem Bauernherbst die „fünfte Jahreszeit“ eingeläutet wird, stehen von Mitte August bis Ende Oktober traditionelles Brauchtum, Volkskultur und natürlich auch regionaler Genuss im Mittelpunkt. ●

Der Salzburger Bauernherbst ist die Zeit der Brauchtumsfeste, der Begegnungen und des Genusses. Quer durchs Land werden bei den Veranstaltungen regionale Spezialitäten serviert. Dazu gehört natürlich auch ein echtes Salzburger Bier und das kommt – seit mittlerweile 29 Jahren – aus der Stieglbrauerei: „Es ist uns eine große Freude, dass wir seit Anbeginn dieses großen Brauchtumsfestes mit unserem ‚Stiegl-Herbstgold‘ für echten Biergenuss sorgen. Unsere saisonale Bierspezialität leuchtet in den Farben des Herbstes und mit dem feinwürzigen, vollmundigen Geschmack passt es ausgezeichnet zu den schmackhaften, herbstlichen Schmankerln, die bei den zahlreichen Veranstaltungen serviert werden“, erklärt dazu Stiegl-Chefbraumeister Christian Pöpperl. Die saisonale Salzburger Bierspezialität ist ab sofort bis Ende Oktober im österreichischen Lebensmittelhandel und in der Gastronomie erhältlich.



Stiegl-Biervielfalt

Mit mehr als 20 verschiedenen Sorten bietet die Stieglbrauerei Österreichs größte Bier- und Geschmacksvielfalt. Der Anspruch ist dabei immer derselbe – nämlich Qualität zu bieten, die begeistert und ab dem ersten Schluck überzeugt. Neben Ikonen wie Stiegl-Goldbräu, Stiegl-Pils oder Stiegl-Hell haben auch die Kreativbiere in Bio-Qua-

Das „Stiegl-Herbstgold“ sorgt wieder für Genuss und Lebensfreude.

lität sowie saisonale Bierspezialitäten eine lange Tradition in der Salzburger Privatbrauerei. So darf man sich nach dem Stiegl-Herbstgold bald schon auf die Weihnachts-Klassiker Original Stiegl-Bock oder das Stiegl-Hausbier „Christkindl“ freuen. ●



Das offizielle „Bauernherbst-Bier“ liefert seit Anbeginn des bunten Veranstaltungsreigns die Stieglbrauerei mit ihrem saisonalen Klassiker „Stiegl-Herbstgold“. ●

Gäste



Meisterbrenner

Drei Jahre hat Hotelier Harald Habersatter an der Rezeptur seines ausgezeichneten Senn Gins getüftelt. Nicht nur im Lürzerhof und auf der Gnadenalm zu bekommen. www.luerzerhof.at



Das Saal

Als Refugium für Rückzug, Regeneration und Vision läutet DAS SAAL direkt neben dem Kongresszentrum Saalfelden eine neue Ära des Reisens ein. Zukunftsfit und smart. www.das-saal.com



Aufgebrezelt

Geht's ins Napoleon am Kagraner Platz: Wiesn-Party mit besten Wiesn-Hits und DJ-Sounds in Dirndl und Lederhosen. Am 28. September ab 19:00 Uhr gibt's kein Halten mehr. www.napoleon.wien



Das Lamprecht

Kulinarisch wird den Gästen in Schärding mit Vier-Hauben-Koch Lukas Kienbauer schon einiges geboten. Nun ziehen vier an einem Strang und präsentieren ein historisches Altstadtgebäude mit dem Service eines Hotels und der Privatsphäre eines Apartments, bekoht vom Jeune Restaurateur. Das Soft Opening läuft. www.das-lamprecht.at



Herbstfreuden

Im Genießhotel Riederalm bei Andreas Herbst trifft Genuss auf coole Freunde. Diesmal in der Küche dabei: Andreas Krainer, Martin Klein, Paul & Mario Lohninger. Die vinophile Begleitung bestreiten Salvino Benanti und seine sizilianischen Weine. Das alljährliche Kulinarik-Highlight in Leogang sollte Pflicht sein! www.restaurant-dahoam.com



Weibliche Sake-Ikonen

Dieses Jahr rückt die Sake Week Vienna Frauen in den Mittelpunkt: Yoshiko Ueno-Müller, die erste nichtjapanische Frau, die mit dem Titel „Master of Sake“ ausgezeichnet wurde, „Miss Sake“ Hikari Saiko, die als engagierte Botschafterin für den Erhalt traditioneller Kultur eintritt, und Asami Tasaki, CEO bei World Sake Imports, die zu einem tiefgreifenden Workshop einlädt. www.sakeweekvienna.com

UKO Microshops: Die smarte Lösung

Im heutigen Tourismus sind innovative und effiziente Lösungen entscheidend, um den Betrieb reibungslos zu gestalten, das Personal zu entlasten und gleichzeitig Kosten zu senken. **◆**

Eine vielversprechende Neuerung in diesem Bereich sind die Microshops – hochwertige Warenautomaten, die eine moderne Alternative zur traditionellen Minibar darstellen und vielfältige Vorteile bieten.

Die Microshops, entwickelt vom österreichischen Familienunternehmen UKO Microshops, haben sich als wertvolle Ergänzung für den Hotelbetrieb erwiesen. Diese Automaten sind nicht nur praktische Helfer, sondern auch innovativ und optisch attraktiv. Sie können exklusiv verkleidet, foliert oder elegant in die Architektur des Hotels integriert werden, sodass sie nahtlos in jedes Designkonzept passen. Der besondere Vorteil ist die 24/7-Verfügbarkeit. Gäste können zu jeder Tages- und Nachtzeit auf eine breite Auswahl an Snacks, Getränken und Hygieneartikeln zugreifen – ein Service, der be-

sonders bei spät anreisenden Gästen oder solchen, die etwas vergessen haben, auf große Zustimmung stößt. Die einfache Bezahlung mit Bankomat-, Kredit- oder Zimmerkarte über das Nayax-Modul macht den Einkauf und die Abrechnung zudem unkompliziert und benutzerfreundlich. Weiters können über eine Telemetrie-App jederzeit Produktbestände und Umsätze geprüft werden.

Der Microshop ist ein Doppel-Jackpot

Ein Gespräch mit Alina Amerbauer, Managerin des Levy's Rooms & Breakfast in Salzburg, verdeutlicht die Vorteile der Microshops im Hotelalltag. „Gefüllte Minibars in den Zimmern waren viel zu wartungsintensiv,“ erklärt sie. „Der Microshop bietet eine

größere Auswahl und ist einfach zu handhaben.“ Alina Amerbauer hebt auch die Entlastung des Personals hervor: „Der Microshop hat unser Angebot erweitert und wird von unseren Gästen sehr geschätzt. Er spart uns nicht nur Zeit, sondern reduziert auch die Betriebskosten erheblich.“ Dies ist besonders relevant in Zeiten hoher Energiekosten und knapper Personalressourcen. Während Minibars in jedem Zimmer Strom verbrauchen und regelmäßig aufgefüllt werden müssen, bietet der Microshop eine zentrale und kostengünstigere Lösung. Alina Amerbauer fasst es treffend zusammen: „Der Microshop ist ein Doppel-Jackpot: umfassende Gästebetreuung und ein guter Umsatzbringer.“ Microshops haben sich als wertvolle Innovation im Hotelgewerbe etabliert. Sie bieten nicht nur einen besonderen Service für Gäste, sondern tragen auch zur Effizienzsteigerung und Kostenreduktion bei. In einer Zeit, in der Ressourcen knapp und Energiekosten hoch sind, sind Microshops eine nachhaltige und zukunftsweisende Lösung, die Hoteliers und Gästen gleichermaßen zugute kommt. **◆**



wer&was

UKO Microshops betreut in Österreich über 6.000 Microshops von vier Niederlassungen und hat bereits Vorzeigeprojekte mit Spitzenköchen wie Andreas Döllner und Hubert Wallner, dem Hangar-7 sowie zahlreichen Gourmet-Restaurants und gehobenen Hotels erfolgreich umgesetzt. www.uko-microshops.com

Ausblick mit Weitblick

Am Anfang stand ein leckender Pool. Dann kam Corona. Kurz darauf fahren in Maria Taferl schon die Bagger vor. Heute erstrahlt das Hotel Schachner in frischem Glanz. Das Sprichwort, dass man Krisen als Chancen begreifen sollte, stimmt manchmal doch. ◆

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER // FOTOS: OTTO MICHAEL



◆ Von der neuen Pool-Terrasse im 5. Stock gibt es viel zu sehen.



Das beste Marketing kommt oft von den Gästen selbst. Und zwar ganz ohne Aufforderung. Selfies von Badespaß im Pool im letzten Stock des Hotels Schachner gehen seit der Neueröffnung viral. Viele Gäste kommen aufgrund von Empfehlungen von Freunden. Stammgäste schauen oft mehrmals im Jahr vorbei. Der neue Wellness-Bereich samt Panorama-Pool spielt bei der Buchungsentscheidung oft die entscheidende Rolle.

Fünf Stockwerke darunter ist der Blick auf die Donau und weit ins Alpenvorland hinein ebenfalls spektakulär. Hier befindet sich das Restaurant samt Gartenterrasse, das auch bei auswärtigen Gästen extrem beliebt ist. Seit 1995 ist es vom Gault & Millau durchgehend mit Hauben ausgezeichnet. Das war ein persönliches Ziel von Michaela Schachner, als sie hier – frisch verheiratet – als 21-jährige Küchenchefin angefangen hat.

◆ Zimmer mit guten Aussichten: Michaela Schachner spielt mit der ferngesteuerten Fensterjalousie.

Laufende Erweiterungen und Renovierungen

Das Geschäft lief auch außerhalb des Restaurants sehr gut, also wurde im Laufe der Jahre viel investiert. Das benachbarte Haus „Zum guten Hirten“ konnte erworben und in den bestehenden Betrieb integriert werden. Ein weiteres Haus in unmittelbarer Nähe wurde zu einem kleinen Hotel mit Seminarzentrum umgebaut. Dazu wurden laufend kleinere und größere Renovierungen im Stammhaus vorgenommen. Fast immer war das Architekturbüro Lorenz aus der Wachau für die Planung und die Projektabwicklung dabei.

Vier Jahre nach dem überraschenden Todesfall von Michaelas Ehemann stieg ihr ältester Sohn Ferdinand IV. im Jahr 2017 in die Geschäftsführung ein. Seine Frau Marie, die ebenfalls aus einer Gastronomie-Familie stammt, ist – neben ihrer Rolle als Mutter – auch in die operative Leitung des Unternehmens involviert. „Kleinere“ Investitionen wie der Umbau des Office-Bereiches oder des Mitarbeiterhauses wurden quasi nebenher erledigt. Ein leckender Pool stellte also keine außergewöhnliche Herausforderung dar, auch wenn dessen exponierte Lage im letzten Stock des Hauses die geplante Sanierung komplizierte. Es kam anders.



◆ **Angefangen hat Michaela Schachner als Küchenchefin, heute sieht sie ihre wichtigste Aufgabe draußen bei den Gästen.**



© MIKU.MEDIA.ORG



◆ **Vertrauen entwickelt sich über die Jahre – Michaela Schachner und Rupert Lorenz kennen sich schon sehr, sehr lange.**

Ein Jahr der Entscheidungen

Der Ausbruch von Corona im Frühjahr 2020 und die damit einhergehenden Reisebeschränkungen sowie die Zwangsschließungen von Hotellerie und Gastronomie hatte bei den Schachners zu langen Diskussionen geführt. Sie liefen jedoch anders ab als bei vergleichbaren Betrieben. Nach der ersten Schließungswelle im Frühjahr 2020 folgte ein äußerst erfolgreicher Sommer. Wir erinnern uns: Auslandsreisen waren nur sehr eingeschränkt möglich, der Sommer war prächtig und alle hatten Lust, endlich aus den eigenen vier Wänden herauszukommen. Die Schachners hatten alle Hände voll zu tun, doch das Problem mit dem Indoorpool im letzten Stock blieb bestehen. Mit Herbstbeginn zeichnete sich in Ös-

Mit dem Panoramapool und dem Wellnessbereich sind wir jetzt ganzjährig attraktiv geworden.

MICHAELA SCHACHNER

terreich eine neuerliche Schließung von Gastronomie und Hotellerie ab. Was sollte man machen?

„Mein Sohn wollte den Winter 20/21 dazu nutzen, einen großen Umbau zu machen. Ich war skeptisch. Der Zeitraum erschien mir viel zu kurz. Wir hatten weder einen fertigen Plan noch irgendwelche behördlichen Bewilligungen, die in der Regel Monate, wenn

nicht gar Jahre dauern. Wir hatten ja reichlich Erfahrung damit. Außerdem erschien mir die Finanzierung eines derartigen Großprojekts in solch volatilen Zeiten zu riskant“, erinnert sich Michaela Schachner an diese hektische Zeit. Schlussendlich hat sie sich jedoch den Wünschen der nächsten Generation gebeugt: „Es geht um ihre Zukunft. Auf diesem Weg will ich sie unterstützen. Trotzdem hatte ich Bauchweh.“

Die große Lösung wird gewählt

Es war hilfreich, dass Architekt Rupert Lorenz das Haus bereits seit vielen Jahren sehr gut kannte. Somit konnte die Planungsphase deutlich beschleunigt werden. Die damals noch sehr niedrigen Zinsen erleichterten die Er-

stellung eines Finanzierungsplans. Die Behörden hielten sich an das von der Politik gegebene Versprechen, neue Bauprojekte trotz Kurzarbeit und Homeoffice in der Verwaltung mit rascher Erledigung von Genehmigungen nicht unnötig zu behindern. Auch zahlte es sich aus, dass man über viele Jahre ein sehr gutes Verhältnis mit den Nachbarn gepflegt hatte. Die angestrebte „große“ Lösung betraf nicht mehr die Erneuerung des Pools, sondern sah die Aufstockung des Hauses um eine weitere Etage vor, wodurch der Pool ein Stockwerk weiter nach oben rückte. Das bedeutete schlussendlich jedoch den kompletten Abriss und Neubau des mittleren der drei Häuser, die bis dahin das Hotel gebildet hatten. Wenn man sich Bilder der Umbauarbeiten anschaut, glaubt man

Der Zeitplan für den Umbau war sehr ambitioniert, aber wir haben es geschafft.

RUPERT LORENZ, ARCHITEKT

kaum, dass dies innerhalb von sieben Monaten erledigt werden konnte. „Der Zeitplan war sehr ambitioniert, aber wir haben es geschafft, wobei ich die eine oder andere Nachtschicht einlegen musste. Rückblickend betrachtet, war es jedenfalls die absolut richtige Entscheidung, weil das Hotel im Sommer 2021 wieder aufsperrten konnte“, erinnert sich Rupert Lorenz. Der zweite, deutlich längere Lockdown im Winter 2020/21 wurde optimal genutzt. Einige

Planungsdetails wurden noch während der Abbruchphase geändert. Schlussendlich ist jedoch alles gut gegangen.

Ein Urlaubsort für Österreicher

Seither läuft alles wieder in gewohnten Bahnen, nur ein bisschen besser und exklusiver. „Mit dem Panoramapool und dem großzügigen Wellnessbereich im vierten Stock sind wir jetzt ganzjährig attraktiv geworden. Die Auslastung im Herbst und Winter ist deutlich gestiegen“, berichtet Michaela Schachner. Dank der neu errichteten Zimmer und Suiten konnte auch das Angebot im oberen Preissegment deutlich erweitert werden. Was dabei besonders erfreulich ist: Der Großteil der Buchungen – fast durchwegs Indi-



© GÜNTER STANDL

Φ
**LORENZ
WACHAU**

ARCHITECTURE

Jedes Hotel
ist die Sehnsucht
nach dem Anderen.

Jede Bar
ist eine Unterbrechung
des Alltags.

Jedes Restaurant
ist ein Versprechen.

**IHRE VISION
IST UNSERE INSPIRATION**

Solarpaneele
oben, Erdwärme
von unten – ein
nachhaltiges
Energiekonzept
gehört dazu. ●



© ROBERT HERBST

Derzeit teilt sich Michaela Schachner die Geschäftsführung mit Sohn Ferdinand IV. und seiner Frau Marie.



© MIKU-MEDIA



vidualgäste – erfolgt über den Booking-Engine auf der eigenen Website. Hohe Vermittlungsprovisionen, wie sie auf Booking und Co üblich sind, spielen hier praktisch keine Rolle.

„Im Sommer kommen auch einige ausländische Gäste vorbei, die in der Nähe zur Wachau ein familiäres Urlaubshotel suchen. Das restliche Jahr hindurch haben wir jedoch fast nur einheimische Gäste, die individuell anreisen. Radfahren ist für alle Altersgruppen ein Riesenthema geworden, seit man mit den modernen E-Bikes auch die Anstiege problemlos meistern kann. Unter der Woche profitieren wir

Einmal im Monat gehen wir als Familie in Klausur.

MICHAELA SCHACHNER

von den modernen Seminarräumen, die wir erst vor wenigen Jahren auf den modernsten Stand gebracht haben“, umschreibt Michaela Schachner die breite Angebotspalette. Die benachbarte Wallfahrtskirche, die jahrhundertelange Hauptgrund dafür war, dass Fremde Maria Taferl einen Besuch abgestattet haben, spielt für die Nächtiungen nur noch eine untergeordnete Rolle.

Harmonische Rollenverteilung gefunden

Die Frage nach dem Erfolgsgeheimnis eines Vorzeigebetriebs ist oft wenig zielführend, weil man zumeist nur Standardfloskeln zur Antwort bekommt. Ja, die Schachners sind tüchtig, die Mitarbeiter werden respektvoll behandelt, die Familie hält zusammen.

Hier haben wir jedoch etwas erfahren, das wirklich bemerkenswert ist und auch für andere Familienunternehmen interessant sein könnte: Seit Jahren kommt einmal im Monat eine externe „Mediatorin“ ins Haus, um einen ganzen Tag lang eine familiäre Klausur zu „moderieren“. Das ist nicht nur für

die familiäre Psycho-Hygiene wichtig, sondern hilft auch dabei, das Unternehmen erfolgreicher zu führen, weil Entscheidungen besser vorbereitet und dann tatsächlich gemeinsam getroffen werden. So gelingt es den Schachners, dass vier Generationen (Ferdinand IV. und Marie haben drei Kinder, darunter auch einen Ferdinand V.) harmonisch nebeneinander und miteinander leben und optimistisch in die Zukunft blicken können. ●

wer&wo

Hotel Schachner
3672 Maria Taferl 24
www.hotel-schachner.at



Rupert Lorenz

Peter Lorenz



WERKBUCH
2023



WERKBUCH
Hotel Schachner

www.lorenz-architecture.at

Alle Jahre wieder

Der Klimawandel zeigt auch in der Champagne bedrohliche Folgen. Steigende Durchschnittstemperaturen sind selbst im nördlichsten Weinbaugebiet Frankreichs ein Problem. Die Winzer reagieren mit vielerlei Maßnahmen darauf. ●

TEXT: WOLFGANG SCHEDELBERGER / FOTOS: JÜRGEN SCHMÜCKING



Verkostungen mit mehreren Jahrgängen ist gerade bei Premium-Vintages besonders reizvoll. ●



Dass es in Südfrankreich noch heißer wird, sei nur ein schwacher Trost, erklärt Jean-Baptiste Terlay, Önologe bei Dom Pérignon, bei unserem Besuch im Juni 2024. Im aktuellen Jahr war es bislang sogar zu kühl und viel zu nass. Wir lernen einmal mehr: Wetter und Klima sind zwei verschiedene Dinge. Die langfristige Tendenz sei jedoch eindeutig – es wird immer wärmer, der Erntezeitpunkt erfolgt daher immer früher. Zwar hat man bei Dom Pérignon, wo man seit über hundert Jahren ausschließlich Jahrgangs-Champagner keltert, gelernt, die Volten jedes Jahres zu bändigen. Doch die Herausforderungen haben sich geändert. Bis zur Jahrtausendwende hat man stets auf ausreichend Sonnenschein gehofft, damit die Trauben voll ausreifen. Jetzt ist zumeist das Gegenteil der Fall.

Terlay, der sein Handwerk in Südfrankreich gelernt hatte, arbeitet seit 2001 in der Champagne und hat im Jahr 2003 den ersten richtigen Hitzesommer des neuen Jahrtausends hautnah miterlebt. Statt wie üblich im Oktober wurde bereits Ende August geerntet. Umso spannender war es daher,

parallel zu seinen Schilderungen beim gemeinsamen Tasting diesen Jahrgang in der extralang gereiften „Plénitude“-Abfüllung zu verkosten. Wenn man einen derart großartigen Champagner aus einem Hitzejahr im Glas hat, ist man verlockt, den Klimawandel zumindest für diese Weinbauregion als vernachlässigbares Problem zu betrachten. Demgegenüber stehen zahlreiche Fachartikel, die das Ende des Champagners mit düsteren Prognosen vorzeichnen.

Langfristige Perspektive wichtig

„Champagner wird es wohl auch noch in hundert Jahren geben. Aber wir müssen jetzt reagieren, wenn wir auch weiterhin außergewöhnliche Qualitäten herstellen wollen, die weltweit gefragt sind. Zunächst gilt dies vor allem für die Arbeit im Weingarten, besonders bei Neupflanzungen. Früher gab es nie Probleme mit der physiologischen Reife, die Säurewerte waren tendenziell eher zu hoch. Heute ist das umgekehrt“, erklärt Terlay. So lange sich solche Veränderungen in einem überschaubaren Rahmen bewegen, gibt es genug Möglichkeiten mit Kellertechnik gegenzusteuern. So könnte man in Zukunft auf den biologischen Säureabbau verzichten, der bei fast allen großen Häusern State-of-the-Art ist. Auch eine schrittweise Verringerung der Dosage kann dabei helfen, die sensorische Frische im Glas zu erhalten.

● Mehr Biodiversität in den Weingärten zu bringen, ist das große Ziel bei Ruinart.



Biodynamische Bewirtschaftung schwierig

In der Champagne wird intensiver Weinbau betrieben. Für die mehr als 16.000 Winzer ist es überlebenswichtig, Jahr für Jahr zufriedenstellende Mengen zu ernten. Eine biologische Bewirtschaftung der Weingärten ist für die allermeisten Winzer nach wie vor unvorstellbar. Größere Champagnerhäuser wie etwa Ruinart, die zumindest einen Teil der Grundweine aus eigenen Weingärten beziehen, beschäftigen sich sehr aktiv mit der Neuausrichtung ihrer eigenen Rebflächen. Mit der Pflanzung von Alleen zwischen einzelnen Weingärten soll ein kühleres Mikroklima geschaffen werden. Außerdem bemüht man sich, für mehr Biodiversität zu sorgen, wozu auch eine aktive Förderung nützlicher Insekten gehört. Eine biodynamische Bewirtschaftung mit Zertifizierung scheint aus heutiger Sicht undenkbar, die Verwendung von chemischen Pflanzenschutzmitteln soll jedoch deutlich zurückgefahren und, wenn immer möglich, gänzlich vermieden werden.

Auch bei Ruinart ergab sich die Möglichkeit, nach einem Spaziergang durch die Weingärten die Zukunft der Champagne bei einer exklusiven Verkostung

zu besprechen. Um sich der Frage zu nähern, wie sich wärmere Temperaturen und frühere Lesezeitpunkte auf die Qualität des Champagners auswirken, macht es Sinn, Vintages zu verkosten, die im Gegensatz zu den regulären Bruts tatsächlich den Verlauf eines einzigen Jahrgangs darstellen. Erstmals hat Ruinart mit dem Blanc Singulier Édition 18 auch so etwas wie einen „normalen“ Jahrgangschampagner gekeltern. Ein Privileg, das bisher nur der exklusiven Prestige-Edition Dom Ruinart vorbehalten war.

Das Ziel: Frische trotz Hitze

„A singular expression of Chardonnay revealed by a changing climate“ hat Kellermeister Frédéric Panaïotis die Philosophie, die hinter der neuen Ruinart-Edition „Singulier“ steht, auf Rücketikett schreiben lassen. 2018 war – wie fast alle Jahre in der jüngeren Vergangenheit – ein sehr warmes Jahr mit früher Ernte im August. Das zeigt sich in einem ausgeprägtem Aromenspiel, der alle Nuancen eines typischen Chardonnays hervorbringt. Die Frische wird durch den Verzicht auf jegliche Dosage erreicht – ein Novum für das Haus Ruinart. Damit sich der Schaumwein trotz seiner (relativen) Jugend rundum harmonisch präsentiert, wur-

den ihm 20 Prozent Reserve-Weine aus älteren Jahrgängen beigegeben. Es handelt sich daher um keinen lupenreinen Vintage, sondern mehr um eine Studie in Sachen Chardonnay mit einem Jahrgangsschwerpunkt. Der aktuelle Dom Ruinart 2010 zeigte sich mit großer Komplexität, Frische und großer Länge. Auch dieser wurde in einem sehr warmen Jahr gekeltern und zeigt sich absolut überzeugend. Mit vier Gramm fiel die Dosage sehr dezent aus.

Auch in der noblen Maison Krug konnten wir uns davon überzeugen, dass warme Jahrgänge nicht zu spannungsarmen Schaumweinen führen müssen. Nur einmal wurde in den vergangenen 200 Jahren noch früher gelesen als 2011. Publikationen wie etwa Wine Specator haben den Jahrgang daher rasch als klein beschrieben. Verkostet man heute den Krug Vintage 2011 kann davon keine Rede sein. Er präsentiert sich ähnlich komplex und harmonisch wie die Edition 167, die ebenfalls zum Großteil auf diesem Jahrgang beruht. Weil bei einem Jahrgangs-Champagner auf die Beigabe von Reserveweinen verzichtet werden muss (bei der Edition 167 immerhin mehr als 40 %), zeigt sich der Krug Vintage 2011 noch eine Spur frischer.

Gut gerüstet trotz Sommerhitze

Der Klimawandel betrifft sämtliche Weinbauregionen der Welt mehr oder weniger. Nördlich gelegene Gebiete wie die Champagne, die in der Vergangenheit eher ein Problem mit dem Ausreifen der Trauben hatten, sind von steigenden Temperaturen weniger stark betroffen als südliche Gebiete. Das bedeutet nicht, dass man hier den Klimawandel auf die leichte Schulter nimmt. Viele Produzenten engagieren sich auf unterschiedliche Art und Weise, im Großen wie im Kleinen. Klar ist, dass Maßnahmen im Weingarten genauso notwendig sind wie im Keller. Aufgrund ihrer riesigen Vorräte an Reserveweinen sind große Häuser im Vorteil gegenüber kleineren Produzenten, um extreme Jahrgänge auszugleichen. Schaumweine kann man auf der ganzen Welt keltern, auch aus anderen Rebsorten und in immer nördlicheren Regionen, wie man seit rund zwanzig Jahren etwa in England sieht.

Trotzdem ist und bleibt Champagner ein einzigartiges Produkt und hat ein Image, das weltweit gefragt ist. Daran wird sich auf absehbare Zeit nichts ändern. ●

Märkte und Jahrgänge

Der weltweite Erfolg des Champagners hat auch damit zu tun, dass die Produzenten trotz aller Konkurrenz und unterschiedlicher Interessenlagen eng zusammenarbeiten. So werden jedes Jahr im Juli die Maximalerträge pro Hektar festgelegt, was weniger mit dem aktuellen Wetterverlauf, sondern mehr mit der Absatzentwicklung zu tun hat. Mit 10.000 Kilo pro Hektar statt wie im Vorjahr 11.400 Kilo hat das Comité Champagne ein deutliches Zeichen gesetzt. Im Durchschnitt der letzten 20 Jahre lag der Wert bei 12.000 Kilo pro Hektar. Im Comité sind die rund 16.000 unabhängigen Weinbauern genauso vertreten wie die Kellereien. Während sich die Kellereien strenge Mengenbeschränkungen wünschen, wenn die Lager voll sind, wollen die Winzer möglichst wenig Restriktionen. Schlussendlich profitieren jedoch beide Seiten langfristig davon, wenn man Nachfrage und Preise stabil halten kann.

Der Glanz der großen Häuser überdeckt mitunter die Schwierigkeiten der zahlreicheren kleineren Kellereien. Während die Nachfrage nach Prestige-Marken wie Ruinart, Krug und Dom Pérignon weiterhin hoch ist und die Preise Jahr für Jahr steigen, unterliegt der Gesamtmarkt mitunter schmerzhaften Schwankungen. Auch günstige Champagner werden in Exportmärkten als Luxusprodukt vermarktet. So hat die Finanzkrise 2008 die Nachfrage deutlich gedämpft. Auch das Pandemiejahr 2020 mit den weltweit verordneten Schließungen der Gastronomie hat den Export deutlich verringert. Damals hat das Comité übrigens mit der bislang einzigartigen Ertragsbeschränkung auf 8.000 Kilo pro Hektar reagiert.

In den letzten drei Jahren hat sich der Markt wieder deutlich erholt. Im ersten Halbjahr 2024 musste jedoch ein Rückgang um 15,5 Prozent gegenüber 2023 verzeichnet werden. Weil Champagner nur in den wenigsten Fällen als Jahrgangsfüllung verkauft wird, können die Kellereien solche Schwankungen durch die Vergrößerung ihres Depots



an Reserveweinen abfangen. In der Vergangenheit war diese Reserve auch eine Versicherung, um Jahre mit wetterbedingt geringen Ernten auszugleichen. So hatte man 2021 trotz der Klimaerwärmung mit durchschnittlich 7.000 Euro pro Hektar aufgrund von Hagel und Frost die geringste Ernte seit 40 Jahren zu verzeichnen. Umso erstaunlicher ist es, dass die Kellereien trotzdem aktuell immer noch rund vier Jahrgänge im Keller liegen haben. Der langjährige Durchschnitt betrug drei Jahre.

Anders als in Österreich war der bisherige Jahresverlauf in der Champagne nicht von Hitze, sondern vor allem von endlosem Regen geprägt. Dank eines warmen Augusts startete die Ernte dennoch relativ früh Anfang September. Bis wir die ersten Chargen des 2024er-Jahrgangs im Glas haben, dauert es noch rund zwei Jahre. Die ersten Vintages dürfen frühestens nach drei Jahren Flaschenreife auf den Markt kommen. Bei großen Marken dauert es deutlich länger. So wird in Österreich Anfang September der aktuelle Dom Pérignon Vintage 2015 präsentiert werden. Es war ein Hitzejahr. ●

Spanner und Liker

Lara hasst Spanner und vermutet sie überall. Sven wollte mit ihr zum Sommerausklang ein entspanntes Wochenende in einem Wellnesshotel verbringen. Er liebt es in die Sauna zu gehen, nach der Hitze nackt in eiskaltes Wasser zu tauchen um danach ganz in sich selbst versunken auf einer Liege zu entspannen. ●

TEXT: MARTINA BUCHER // ILLUSTRATION: ANDREW RYBALKO

Nicht mit Lara. Splitternackt unter fremden Menschen zu sein, ist unangenehm. Sie will nicht als Vorlage für sexuelle Männerfantasien herhalten. Gleichzeitig postet sie Fotos von sich züchtig im Bikini am Pool. Abends checkt sie ihre likes und ist enttäuscht, wenn die Zahl nicht dreistellig ist. Auf die virtuellen Spanner steht sie nämlich außerordentlich.

Zelda tickt ganz anders. Social Media ist nicht ihr Ding, sie steht auf direkte Bestätigung. Sie treibt es gerne wild vor Zusehern und genießt anerkennende und lustvollen Blicke. Auch, wenn es nach außen hin völlig unterschiedlich scheinen mag, beide eint ein wichtiges Thema: das Publikum. Egal ob im wirklichen Leben oder auf Social Media – erst durch den Blick der anderen erfahren viele Befriedigung.



Erst die Klicks mit dem Daumen nach oben machen ihn für viele tatsächlich zu etwas Wertvollen.

In der Gastronomie sind die Köchinnen und Wirte automatisch dem Blick anderer ausgesetzt. Das liegt in der Natur der Sache. Ohne Gäste, die genießen (und allzu oft das Essen fotografieren und über Social Media in Erwartung von posi-

Zunächst noch mit einigen Bedenken, später mit einer lässigen Selbstverständlichkeit. Er betont, dass er dafür keine Zuseher braucht und steht auch nicht für Selfies zu Verfügung.

Wenn das eigene Selbstbild von Bewertungen durch virtuelle oder reale Spanner abhängig ist, kann das Leben schnell anstrengend werden. Da bleibt dann kaum Zeit, sich auf einen eigenen Weg zu konzentrieren. Das zu tun, was wirklich Freude bereitet, ohne es allen recht machen zu wollen, ist ein verlässlicher Weg zum Glück. ●

Austauschen, Plaudern und Erzählen sind wesentliche soziale Interaktionen, die für Beziehungen relevant und für ein zufriedenes Leben oft unverzichtbar sind. Anders sieht es aber mit der Abhängigkeit von Anerkennung aus. Soziale Interaktion kann auch zur permanenten Bestätigungssuche missbraucht werden. Was ist ein schöner Sonnenuntergang wert, wenn man ihn nicht fotografiert und mit Leuten am anderen Ende der Welt teilt?

tiven Clicks teilen) gäbe es keine Restaurants. Trotzdem müssen sich Gastronomen nicht vom Blick der Gäste abhängig machen. Giuliano Baldessari kocht in seinem italienischen Sternrestaurant allabendlich völlig in Latex gehüllt. Billige Marketing-Gags sind diesem selbstbewussten Mann, der mutig seinen Weg gegangen ist, fremd. Er arbeitet so, weil er sich so wohl fühlt.



Martina Bucher

ist Psychologin, klinische Sexologin und Kommunikationstrainerin. Mit ihren Texten verknüpft sie ihren Beruf mit ihrer Leidenschaft für Gastronomie.

martina.bucher@lustundleben.at

09.–13. NOV
MESSEZENTRUM SALZBURG

2024

@gastmesse
@Alles für den Gast

GASTMESSE.AT



SAVE THE DATE!

54. INTERNATIONALE FACHMESSE FÜR GASTRONOMIE UND HOTELLERIE

ALLES FÜR DEN

GAST

MESSE ZENTRUM SALZBURG

**DRINK
IRRESPONSIBLY**

**BLUE
BOMB**

BOMB YOUR THIRST



ICE AGED WATER
FROM THE ALPS

**ICE AGED WATER
FROM THE ALPS**