

hotel style

& gastro

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE GEHOBENE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE



#Zeichen #Ukraine

Kunst mit Keramik | Seite 05





Das easy Tool für deine Veranstaltung!

- ✓ Schnelle, unkomplizierte **Event-Erstellung**
- ✓ **BASIC Paket:** 1 EUR / Monat, 1% Provision pro Ticketverkauf
- ✓ **Zahlungen direkt** auf dein Konto
- ✓ **Voller Zugriff** auf Kundendaten

Dein Unternehmen.
Deine Veranstaltung.
Deine Kunden.

www.my-ticket.shop
DER MARKTPLATZ FÜR DEINE EVENTS



Keramik am Punkt

Liebe Leser:innen,

es vergeht kein Tag, an dem wir nicht mit den schrecklichen Bildern des Krieges in der Ukraine konfrontiert werden und verblasst sind plötzlich all die Coronazahlen und Statistiken. Nur rund 1.000 Kilometer entfernt wütet ein Krieg, von dem amerikanische Gäste glauben, er sei in ganz Europa (also auch in Österreich) und diese Gäste verbringen laut Prognosen den Urlaub lieber auf einem anderen Kontinent, als bei uns. Wir alle hoffen dennoch auf eine gute Sommersaison und eine ebenso gute Auslastung.

Die Natur bringt die erste Blumenpracht hervor und die Temperaturen klettern nach oben. Kein Wunder, dass die Menschen gerne viel Zeit im Freien verbringen. Der Drahtesel ist bei den Gästen weiterhin hoch im Kurs. „Aktiv mit dem Rad die Natur erkunden“, lautet die Devise und auch mit den Kleinsten wird durch die Landschaft geradelt. Da ist man schon froh, wenn bei einer Rad-Panne sofort Hilfe herbeieilt. Diana und Adam Moore haben sich darauf spezialisiert Helfer in der Not zu sein.

Auch die Kochprofis des Landes gehen wieder gerne ins Freie, um mit Grillkreationen ihre Gäste zu erfreuen. Für alle Grillprofis sei erwähnt, dass von 24.-25.06.2022 in Kaindorf in der Steiermark die Grill-Staatsmeisterschaft stattfindet. Das Auge isst bekanntlich mit, wie wir alle wissen, daher ist auch die Keramik am Tisch Teil der Kreation in der Küche. Wir haben für Sie eine Salzburger Keramikerin besucht.

Abschließend möchte ich Sie noch in die Welt der himmlischen Weine entführen und Ihnen das Stift Klosterneuburg vorstellen. Heute werden dort himmlische Weine gekeltert und unser Weinexperte von Alles Wein, Josef Maria Schuster weiß dazu einiges zu erzählen.

Wie immer haben wir auch diesmal wieder viele Neuheiten am digitalen hotelstyle Marktplatz (marktplatz.hotelstyle.at). Gekennzeichnet ist der Marktplatz im Magazin mit dem QR-Code in dem farbigen Würfel wie auch hier unten, der Sie direkt und bequem zum Marktstand führt.

**Viel Spaß beim Lesen
und eine friedliche Zeit!**

Herzlichst Ihre

Sonja G. Wasner, MBA
Herausgeberin



Hier geht's
zum Marktplatz



hotel style

Kochen mit 1.220 Grad 05
Regionales Handwerk

Ganz „dahoam“ 08
Zu Gast bei Haubenkoch Andreas Herbst

Keramik mit Herz 10
Im Brückenstüberl in Seeham

Denn Sie wissen was Sie tun 12
Businessmodel Canvas (BMC)

#Zeichen #Ukraine 16
Leitartikel

Hängematte zum Baden 18
Riederalm in Leogang

Touristische Höhenflüge 22
TS Semmering am Zauberberg

Check-in am Semmering 27
ÖHV-Trainee Programm im Detail

Digitaler Marktplatz 32
Exklusives aus der Branche



Kochen mit 1.220 Grad

Linda Amdam ist gebürtige Norwegerin und betreibt in Obertrum bei Salzburg ein Atelier, wo sie seit fast zehn Jahren mit 1.220 Grad Ton brennt. *hotel & gastro style* hat die Keramikerin in ihrer „Keramikverksted“ besucht und sie gefragt, wie perfekt Keramikteller aussehen müssen und wie widerstandsfähig ihre Produkte für die Gastronomie sind.



Ihre Schüsseln wurden beim Fotoshooting für das Kochbuch „Weltküche zu Gast im Ikarus“ verwendet

Der Tag ist für Linda Amdam immer zu kurz. Vielleicht auch deshalb, weil sie ihre Leidenschaft - das Töpfern - zu ihrem Beruf gemacht hat. Stunden über Stunden verbringt sie in ihrem Atelier im Zentrum von Obertrum.

Große Vielfalt

Ein großes Angebot an Keramikarbeiten bietet die Künstlerin seit fast zehn Jahren in ihrer „Keramikwerksted“. Linda Amdam hat vor Jahren ihr besonders kreatives Talent entdeckt und sich mit ihrem Handwerk ein liebevoll gestaltetes Atelier geschaffen. „Ideen muss man haben, das kann man nicht lernen“, erklärt Amdam, die sich darüber freut, dass viele Kunden den Weg zu ihr ins Atelier finden.

Einzigartig für Gastronomie

Die Keramikerin nimmt gerne Auftragsarbeiten an. Neben Geschirr, Vasen, Kerzenständern und Garten-Dekorationen stellt Amdam auf Bestellung auch Fliesen, Kacheln und Waschbecken für Hotels und Restaurants her. „Dafür arbeite ich mit Architekten zusammen“, erzählt die Handwerkerin, die vor allem auf individuelle Wünsche ihrer Kunden eingeht. Alle ihre Werke sind Handarbeit und deshalb Unikate. „Das Unperfekte ist für mich das Perfekte“, so die Keramikerin, denn die Formen der handgefertigten Produkte sind nie hundertprozentig gerade oder rund und nie gleicht ein Stück dem anderen. Aber eben dieser Aspekt macht ihre Arbeiten interessant und begehrt. Trotz dieser kleinen Unregelmäßigkeiten sind letztendlich die Teller in ihrer Gesamtheit wieder gleich. Das ist ja auch eine der Anforderungen in der Gastronomie.

Restaurant „dahoam“

Haubenkoch Andreas Herbst in Leogang ist einer derer, der mit Linda Amdam bereits exklusive Teller für sein neues Haubenlokal in der Riederalm designt hat und ist, wie er selbst sagt, sehr zufrieden mit den Keramikprodukten. Sie halten den Herausforderungen der Gastronomie Stand und sind sehr strapazierfähig. Besonders schätzt er die schönen Formen und Farben, die er selbst mitentwickeln konnte. „Das Auge isst bekanntlich mit“, betont der Spitzenkoch und wenn er ein Gericht entwickelt, dann hat er bereits eine konkrete Vorstellung der Präsentation am Teller im Kopf. Diese speziellen Teller-Unikate bilden auch eine schöne Symbiose mit seinen Gerichten und das spürt der Gast. Ein Gericht ist immer ein Gesamtkunstwerk, da ist der Teller ein wichtiger Teil. Viele Gäste fragen auch nach, woher die Teller kommen und würden auch gerne die Keramiken beim Haubenkoch kaufen. Dieser verweist sie dann aber gerne an die „Keramikwerksted“ von Linda Amdam.

Kurse für Interessierte

Seit Jahren betreibt die gebürtige Norwegerin nun ihr Atelier in Obertrum und hat hier eine „zweite Heimat“ gefunden. „Kunst hat mich schon immer interessiert. Es fasziniert mich, wenn etwas entsteht“, erzählt sie. Unter ihrer Leitung können Interessierte das Handwerk in Kursen erleben. „Töpfern macht so viel Spaß und es ist das größte Glück für mich, Menschen eine Freude zu machen“, so Amdam. Meist entsteht das Werk erst bei der Arbeit. Dabei sei es jedes Mal aufs Neue spannend, wenn der Ofen geöffnet wird. „Erst dann sieht man, wie die Keramik geworden ist.“

Selbst Hand anlegen

Sehr erfolgreich hat Christine Wallner vom Gasthaus Brückenstüberl



Bis zu 1.220 Grad heiß wird der Ofen in dem Linda Amdam die Tonprodukte brennt



ein Keramik-Konzept von Linda selbst umgesetzt. Was genau die begnadete Köchin gemacht hat, können Sie hier im Magazin auf Seite 10 weiterlesen. Eines sei hier schon erwähnt: Mit 1.220 Grad zu kochen war für die leidenschaftliche Köchin eine ganz neue Erfahrung!

Sport als Ausgleich

Da das Handwerk des Töpfern zum Teil sehr kräfteaubend ist, legt die sportliche Keramikerin viel Wert auf Bewegung. „Viel Sport zu betreiben ist für mich der optimale Ausgleich. Um die Arbeit als Keramikerin ausführen zu können, benötige ich viel Kraft und einen fitten Körper“, weiß die Handwerkerin.

◀ *Von Sonja G. Wasner*





Küchenchef Andreas Herbst
(Genießerhotel Riederalm)

Ganz „dahoam“

Das während der Pandemie 2021 eröffnete Gourmetrestaurant „dahoam“ im Genießerhotel Riederalm in Leogang wurde auf Anhieb mit drei Hauben als Top-Neueinsteiger im Gault Millau ausgezeichnet. Gegessen wird hier, was auf den Tisch kommt, statt einer Speisekarte führt eine Landkarte mit Leoganger Produkten durch das Menü.

Der Name ist Programm und das nicht nur wegen des fantastischen Blicks auf die Leoganger Bergwelt: Ganz „dahoam“ ist Andreas Herbst auch in seiner Küche, die regionalen Produzenten nun eine in jeder Hinsicht spektakuläre Bühne bietet. Der Küchenchef verarbeitet das Beste aus der Region von „Nose to tail“ zu höchst kreativen Gourmetgerichten. Herbst zieht alle Register der Küchentechnik: reduziert, fermentiert, mariniert, aber vor allem: seine Zutaten kommen fast alle aus Leogang, das ergibt wunderbar ausbalancierte Happen, attraktive Aromenbögen und ein Feuerwerk im Gaumen.

Landkarte als Speisekarte

Statt einer Speisekarte führt ein Kärtchen mit Icons durch das 4- oder 6-Gang-Menü. Die Icons findet man wiederum in der Landkarte auf weißem Stierleder, auf der Leogang und die regionalen Bauern verortet und auch weitere österreichische Produzenten dargestellt werden. Der Fokus auf Regionalität und Transparenz ist

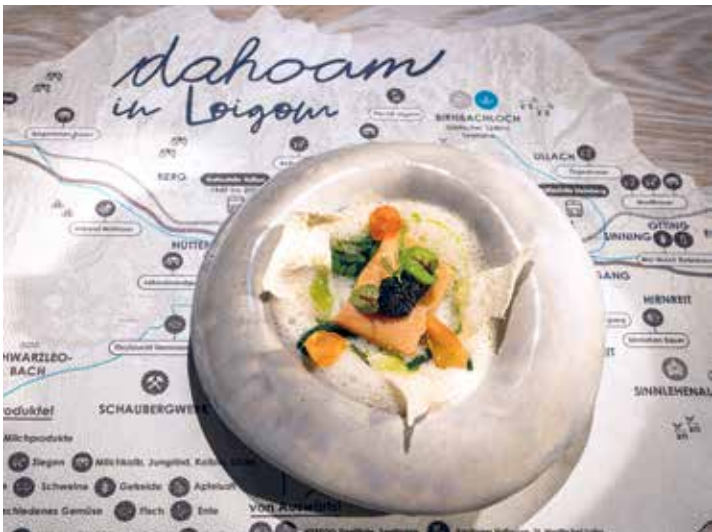
hier so hoch wie in kaum einem anderen Restaurant. „Wir wollen den heimischen Produzenten eine Bühne bieten, es ist unglaublich, welche großartigen Produkte direkt hier in der Region produziert werden“, schwärmt Haubenchef Andreas Herbst.

Beste Hotelküche des Landes

Das neue À-la-carte-Restaurant „dahoam“ ist in jedem Detail Ausdruck seiner Vorstellung einer modernen, kreativ inspirierten und zugleich extrem bodenverwurzelten Alpinküche. Nach Jahren in Spitzenrestaurants wie Johanna Maier, Andreas Döllner und zuletzt lange bei Mario Lohninger in Frankfurt kocht der mittlerweile auch zum Jeunes Restaurateurs d'Europe (JRE) avancierte Salzburger seit 2015 im elterlichen Betrieb.

Produzenten als Genuss-Wegweiser

So kommen Gemüseraritäten vom Stechaubauern in der Nachbarschaft, Wild von befreundeten Jägern der Gemeindejagd, Lamm



Grüll Kaviar, Leoganger Lachsforelle Fischzucht Grundner Anton, Pack Choi vom Stechaubauer, Agria Kartoffel vom Ziefergut, Verjus

wird exklusiv beim Vorderrainerbauer gezüchtet, Rind bei anderen Leoganger Bauern.

Bei Wildhühnern und Duroc-Schweinen gibt es ein gemeinsames Projekt mit dem Schattbachbauer, Forelle und Saibling kommen von den Leoganger Fischzüchtern Grundner und Hasenauer, der österreichische Wolfsbarsch stammt von einem steirischen Biozüchter, die Enten aus Straden und sogar für Reis wurde mit Jakob Winter ein Jungbauer gefunden, der diesen nachhaltig in Niederösterreich kultiviert, um nur einige Beispiele zu nennen. Gleiches gilt für Käse, Honig, Joghurts, Säfte und vieles mehr.

Keramik der Extraklasse

Die vier oder sechs Gänge auf teils speziell gefertigtem Geschirr der Salzburger Keramikünstlerin Linda Amdam (siehe Seite 5) haben zudem historische und geografische Bezüge zur Geschichte Leogangs. Vom Bergbau bis zu jenen Zeiten, als das Eis vom Birnbachloch zur Bierkühlung nach München per Eisenbahn gebracht wurde. Letztere, in Miniatur speziell gefertigt, hat nun Häppchen für den Gast geladen. Ein Zeichen dafür, dass im Restaurant „dahoam“ bei allem kreativen und qualitativen Anspruch, der Spaß und das unaufgeregte, behagliche Genießen immer im Mittelpunkt steht.

◀ *Von Sonja G. Wasner*

Horst Moser

Geschäftsführer Biogast



**STIMME
ZU BIO**

Ursprünglichkeit ist krisensicher

Wenn ich in den letzten Wochen Gesprächen von Produzenten und Händlern von konventionellen Lebensmitteln zuhöre und sie erzählen, welche Probleme sie aufgrund des Ukraine-Konflikts haben oder welche noch kommen werden, dann fällt mir immer wieder auf: Dieses oder jenes Problem, vom dem sie gerade erzählen, haben wir im Bio-Handel nicht.

Wenn sie von einer schwerwiegenden Krise der chemischen Düngemittel sprechen, von Engpässen in der Verfügbarkeit und deutlichen Kostensteigerungen, dann erinnere ich mich daran, dass der biologische Landbau ohne chemische Düngemittel auskommt. Wenn sie von Engpässen bei Futtermitteln sprechen und erwarten, dass in einiger Zeit weniger Fleisch auf den Markt kommen wird, dann denke ich an die Gespräche mit unseren biologisch fleischverarbeitenden Betrieben, die mir immer wieder von aus ihrem Selbstverständnis entstandenen Bestrebungen erzählt haben, ihre Tiere mit heimischem Futter zu versorgen.

Wenn sie von zu erwartenden Preissteigerungen für Obst und Gemüse sprechen, weil die Beheizung der Glashäuser in bisher unvorstellbar großem Ausmaß teurer wird, dann erinnere ich mich, dass in der Bio-Landwirtschaft beheizte Glashäuser nicht erlaubt sind. Der Anspruch auf Ursprünglichkeit und Natürlichkeit hat diese Art der Landwirtschaft von Anfang an ausgeschlossen.

Es sind nur einige Beispiele, an denen ich gemerkt habe, dass die biologische Landwirtschaft gute Antworten auf die aktuellen Probleme parat hat. Bio bewährt sich in den Krisen dieser Zeit und zeigt praktikable Lösungswege auf. Natürlich halte ich künftige Einschränkungen für wahrscheinlich, verursacht durch den Mangel an Verpackungsmaterial, überhöhte Energie- und Transportkosten, die Verschiebung von Lieferketten aufgrund von Engpässen in einigen Sortimentsbereichen und anderen Gründen.

Aber im Großen und Ganzen erwarte ich mir, dass diejenigen, die auf biologische Produkte setzen, leichter durch diese herausfordernden Jahre kommen. Vor allem jene Betriebe, denen es wirklich um die Sache geht.



Spaghetti auf Keramik mit Herz

Das Brückenstüberl in Seekirchen am Wallersee, im wunderschönen Salzburger Seenland, wird in dritter Generation von den beiden Töchtern des Hauses geführt. Seit etwa vier Jahren hat der Gasthof ein ganz besonderes Extra für seine Gäste parat.

Abgesehen von den hervorragenden Gerichten sind die farbigen Teller und Schüsseln im Restaurant ebenso hausgemacht wie die Speisen und zwar von den beiden Chefinnen Christine Wallner und Gabriele Deisl. Auch die gute Seele des Hauses Anna Gerner hat tatkräftig mitgeholfen. Das Ergebnis kann sich sehen lassen!





Das Brückenstüberl in Seekirchen wird in dritter Generation sehr traditionell geführt. Vor vier Jahren haben die beiden Schwestern Christine und Gabriele die Liebe zum Töpfern entdeckt und in vielen Stunden bei Linda Amdam Keramik für das Restaurant getöpfert. Natürlich gab es seitens der Eltern, die das Brückenstüberl lange zuvor geführt hatten, vorerst Bedenken, ob dieses Keramik den gastronomischen Ansprüchen standhält. Aber genau das Gegenteil war der Fall. Bis heute sind die Teller und Schüsseln wie neu und das bei einem Gasthof mit rund 100 Sitzplätzen!

Gute Investition

Zuerst war es schon eine große Überlegung, ob das Töpfern dieser sehr individuellen Keramik passend für den Gastronomiebetrieb ist. Christine und Gabriele entschlossen sich dann aber dazu, wohlwissend, dass hier ein kleiner Risikofaktor der Praktikabilität mitschwingt. Kurzum hatten die beiden Schwestern überlegt welche Formen sie wohl gut verwenden könnten. Gesagt, ge-

tan ging es dann los mit der Produktion. Unterstützt wurden die beiden von ihrer langjährigen Mitarbeiterin Anna, die tatkräftig mithalf. Rund 100 Kilogramm Ton wurden verarbeitet, um dann rund 35 Stück von jeder Farbe und Form zu erhalten. Abgesehen davon, dass die Herstellung auch richtig schwere Arbeit war, war es auch sehr staubig und die Erfahrung mit 1.220 Grad zu hantieren war für die gelernten Köchinnen auch ungewöhnlich!

Schnitzel so begehrt wie Teller

Die Gäste sind von dem Farbenspiel der Teller in Kombination mit den Speisen und den liebevollen Details, wie etwa Blütenblätter, immer sehr beeindruckt, sodass es sogar soweit geht, dass sie gerne die Teller mitkaufen möchten. Doch da ist Christine sehr strikt und verweist auf den Töpferkurs bei Linda. Es war so viel Arbeit und Herzblut, die in diesen Keramiktellern und -schüsseln liegt, dass sie da wirklich keine Ausnahme macht.

◀ Von Sonja G. Wasner



Denn Sie wissen was Sie tun

Geschäftsmodelle verstehen und innovieren

Im hotel & gastro style Magazin wird in den kommenden Ausgaben das Konzept des Business Model Canvas (BMC) Schritt für Schritt vorgestellt. Zuerst aber geben wir einen Überblick über das Gesamtkonzept und dessen praktische Anwendung im Betrieb. Die nächsten Beiträge befassen sich jeweils mit einem Schwerpunkt bzw. Feld aus dem Puzzle des BMC und dessen praktischer Anwendung.

In der Vergangenheit waren klassische Businesspläne das Instrument um Geschäftsideen für sich selbst niederzuschreiben und Dritten vorzustellen. Seit einigen Jahren wird immer häufiger das BMC in diese Unterlage eingewoben, um die Zu-

sammenhänge des Geschäftsmodells verständlicher darzustellen. Es fördert auch bei dessen Entwicklung den Fokus auf Bedürfnisse der potenziellen Gäste zu richten und die wichtigsten Prozesse durchzudenken.

Geschäftsmodelle, what?

Zu Beginn die zugegeben etwas abstrakte Definition laut Gabler Wirtschaftslexikon: „Ein Geschäftsmodell (engl. Business Model) ist eine modellhafte Repräsentation der logischen Zusammenhänge, wie eine Organisation bzw. Unternehmen Mehrwert für Kunden erzeugt und einen Ertrag für die Organisation sichern kann.“ Vielen Führungsverantwortlichen ist natürlich klar was sie im Alltagsgeschäft machen und wie sie ihr Unternehmen zu leiten haben. Wenn man aber das Selbstverständliche strukturiert zu Papier bringt, werden Dinge und auch Zusammenhänge & Abhängigkeiten sichtbar. Und wenn man dann auch noch Ziele, Maßnahmen und Kennzahlen damit verbindet, wird das Sichtbare auch plan- steuer- und messbar.

Geschäftsmodelle kommunizieren

Mitarbeiter - besonders in Schlüsselpositionen - sollen neben den Werten und der Vision eines Unternehmens auch das Geschäftsmodell kennen. So können diese den eigenen Beitrag am Gesamterfolg besser verstehen und dementsprechend handeln. Auch bei der Weiterentwicklung von Geschäftsmodellen sind Mitarbeiter mittels Workshops einzubeziehen, um innovative und umsetzbare Ideen zu generieren. Nach außen werden Geschäftsmodelle bei der Kapitalsuche an Banken und Investoren als Teil des Geschäftsplans präsentiert. Hier dienen sie zur besseren Verständlichkeit komplexer Geschäftsideen.

Geschäftsmodell(e) im Zeitverlauf

Auch sei zu erwähnen, dass eine Organisation mehrere Geschäftsmodelle haben kann und diese sich über den Zeitverlauf auch ändern können und oft auch aufgrund externer Einflüsse verändern müssen.

Amuse Gueule

Bevor wir uns mit dem BMC selbst beschäftigen, sei erwähnt, dass wir - also unser Unternehmen und dessen Geschäftsmodell(e) - von externen Faktoren beeinflusst werden. Diese Einflussfaktoren werden in folgende vier Themenfelder subsumiert:

1. Schlüsselrends

Gesetzliche Trends, Technologietrends, gesellschaftliche und kulturelle Trends und sozioökonomische Trends ...

Beispiel: Gesetzliche vorgeschriebene Öffnungszeiten, neue Technologien welche Direktbuchungen ermöglichen, selbstfahrende Autos, Fokus auf einen nachhaltigeren Lebensstil ...

2. Marktkräfte

Marktsegmente, Wünsche und Anforderungen, Marktaspekte, Wechselkosten und Umsatzrentabilität

Beispiel: Veränderte Verhandlungsmacht von Kundensegmenten, erhöhte Nachfrage nach regionalen Produkten ...

3. Makroökonomische Kräfte

Globale Marktbedingungen, Kapitalmärkte, wirtschaftliche Infrastruktur und Wirtschaftsgüter und andere Ressourcen

Beispiel: Verändertes Angebot, Veränderung der Leitzinsen, Lieferengpässe ... ▶

Gerhart Stadlbauer

Startup Experte

**STIMME
ZUM
GRÜNDEN**



© Gersta

Die Geschäftsidee testen

Ein eigenes Unternehmen zu gründen ist für viele ein Lebens Traum. Oft beginnt es mit DER Idee für ein Produkt oder eine Dienstleistung. Getrieben von der eigenen Überzeugung, dass dieses neue Angebot natürlich von zukünftigen Kunden gekauft wird, wird voller Motivation gegründet. Doch Vorsicht ist geboten. Hier ein paar wichtige Impulse.

Externe Sparring Partner

Erfolgreiche Gründer diskutieren Ihre Ideen mit erfahrenen Unternehmern, potenziellen Zielgruppen und sonstigen Stakeholdern. Diese externe Sicht reduziert die Gefahr der eigenen „Produktverliebtheit“ und dass der Köder dem Fischer besser mundet als dem Fisch. Bevor man ein neues, innovatives Restaurant gründet und umfangreiche Investition tätigt, könnte man einen Zwischenschritt einbauen. Besonders bei neuartigen Ideen ist es ratsam einen Testballon steigen zu lassen. Einfach mit einem „Pop-up Restaurant“ das Konzept unter realen Bedingungen testen, lernen und das Geschäftsmodell entwickeln.

Finanzierung & Investition

Ein HoReCa Unternehmen zu starten ist sehr oft mit relativ hohen Investitionen verbunden. Hier kann bei falschen Entscheidungen der Finanzierungsformen das beste Unternehmenskonzept an die Küchenfliese geklatscht werden. Hier rechnet es sich auch mit einem Experten den Rechenstift anzusetzen und mehrere Szenarien durchzukalkulieren.

Das Gründungsteam

Die Zusammensetzung des Gründerteams ist extrem wichtig. Viele scheitern durch interne Uneinigkeit, fehlende Motivation mancher und einer nicht einheitlichen Vision für das gemeinsam gegründete Unternehmen. Ein klarer, gut gestalteter Gesellschaftsvertrag wird in der Gründungsphase mit dem Notar oder Anwalt entwickelt und sollte die wichtigsten Szenarien für stürmische Zeiten regeln.

Mein Name ist Gerhart Stadlbauer, gelernter Koch & Betriebswirt. Meine Karriere durfte ich als Kochlehrling in einem 5-Sterne Hotel beginnen, meine letzte Station als Angestellter war die Position eines Geschäftsführers für eine Gastronomiekette mit über 50 Standorten in ganz Österreich. Seit 2016 bin ich als Unternehmensberater und Co-Founder von Startups aktiv und auch an der FH Krems als Lektor für „Entrepreneurship & Management“ tätig.



4. Branchenkräfte

Lieferanten, Stakeholder, etablierte Wettbewerber, Neueinsteiger (Rebellen) und Ersatzprodukte und -dienstleistungen

Beispiel: Airbnb als Ersatz für klassische Hoteldienstleistung ...

Ein erster Blick auf das BMC

Beginnen wir mit dem Mehrwert, den wir von den Entwicklern des BMC-Konzeptes rund um Alexander Osterwalder und Yves Pigneur serviert bekommen. Das Ganze verstehen, Zusammenhänge erkennen und die Sichtbarmachung von Abhängigkeiten und Wechselwirkungen im Unternehmen zu visualisieren ist wohl der hervorzuhebende Vorteil gegenüber klassischen Businessplänen. Wie Sie in der Abbildung erkennen können, besteht das Konzept aus neun Feldern.

Vier Felder für glückliche Gäste

„Kundensegmente“, „Kundenbeziehungen“ und „Kanäle“ sind jene Elemente, welche gästeorientierte Aktivitäten beschreiben. Innerhalb der Kundensegmente werden Zielgruppen und deren „Buying Personas“ abgebildet. In der Praxis beginnt man oft mit diesem Teil, um die Fokussierung auf die Gäste zu gewährleisten. In den „Kundenbeziehungen“ wird beschrieben wie mit zukünftigen und bestehenden Gästen kommuniziert wird und eine langfristige Beziehung aufgebaut werden soll. Das Feld „Kanäle“

umfasst die Tätigkeiten wie Produkte und Dienstleistungen dem Gast „geliefert“ werden.

In der Mitte der Abbildung befindet sich das vierte Feld. „Wertangebote“, auch „Value Propositions“ genannt. Was beim Rinderfilet das Mittelstück ist, ist dieses Feld wohl für das BMC-Konzept. Hier werden nicht nur die von einem Hotel oder Restaurant angebotenen Dienstleistungen und Produkte beschrieben, sondern vielmehr wie die Bedürfnisse der Gäste gestillt werden können. Klingt vielleicht ähnlich, ist aber doch etwas anderes. Als Manager stellt man sich hier diese gästeorientierten Fragen:

- Welcher Wert wird dem Gast vermittelt?
- Welche Probleme/Wünsche der Gäste werden mit den eigenen Angeboten gelöst und erfüllt?
- Welches Produkte- und Dienstleistungsbündel wird welcher Zielgruppe angeboten?

Um dieses Angebot auch erstellen zu können, hat man in seinen Überlegungen auch die linken Felder des BMCs einzubeziehen.

Drei Schlüsselerlebnisse für einen gelungenen operativen Betrieb

„Schlüsselpartner“, „Schlüsselressourcen“ und „Schlüsselaktivitäten“ sind die drei Bausteine, die es uns ermöglichen unser

operatives Geschäft im HoReCa-Unternehmen zu beschreiben. Beginnen wir bei den **Schlüsselaktivitäten**. Diese beschreiben - wenig überraschend - die notwendigen Aktivitäten der Mitarbeiter, um die feilgebotenen „Wertangebote“ für definierte Zielgruppen zu „produzieren“.

Um diese Aktivitäten durchführen zu können, bedarf es diverser **Ressourcen**. Heutzutage ist die knappste Ressource wohl die menschlich. Qualifizierte Mitarbeiter für sein Unternehmen zu gewinnen ist aufgrund der vielen Möglichkeiten für selbige nicht unbedingt leichter geworden. Finanzielle Ressourcen, sei es Fremd- oder Eigenkapital, sind hingegen etwas leichter zu beschaffen.

Fremdkapital ist bei wirtschaftlicher Tragfähigkeit des Geschäftsmodells relativ leicht zu erhalten und die Zinsen sind (noch) niedrig. Für skalierbare touristische Geschäftsmodelle sei auch hier kurz das „fremde Eigenkapital“ zu nennen, also Geld, welches von externen Investoren bereitgestellt wird. Diese erhalten im Gegenzug Anteile am Unternehmen.

Schlüsselpartner sind Lieferanten von Rohstoffen, Tourismusverbände, Dienstleister für digitales Marketing, Steuerberater, Einkaufsgenossenschaften, Architekten, Tischler, Großhändler und noch viele mehr. Damit die Dinge in den bereits beschriebenen

sieben Feldern auch langfristig funktionieren bedarf es einer kreativen Entwicklung von Einnahmequellen und einer professionell geplanten Kostenstruktur - die beiden letzten Felder.

Give me all your Money!

Wir alle kennen die klassischen Einnahmequellen im HoReCa-Betrieb, Erlöse Speisen, Getränke und Logis. Neben diesen Hauptsäulen, die unser „Haus“ finanzieren, werden in einer der folgenden Ausgaben weitere Möglichkeiten zur Umsatzgenerierung vorgestellt.

Fix oida! Oder doch variabel?

Fixkosten, sprungfixe Kosten und variable Kosten begleiten uns in unserem letzten Feld. Je höher der Anteil der Fixkosten an den Gesamtkosten ist, desto unflexibler werden Unternehmen auf - die oben kurz erwähnten - äußeren Einflüsse auf das Geschäftsmodell zu reagieren. Variable Kosten sind jene Kosten, die sich erst mit steigender Outputmenge erhöhen.

All diese Felder werden wir uns in den nächsten Ausgaben im Detail vornehmen. Anwendungsbeispiele werden diese Zusammenhänge wieder gut erklären können.

◀ Von Gerhart Stadlbauer

*„If you can't measure it,
you can't manage it”*

(Peter Drucker, US-amerikanischer Ökonom)

CONTAINEX

Ideale Unterkünfte für Ihre Mitarbeiter

- Bezugsfertige Unterkünfte innerhalb weniger Wochen
- Individuelle Raum-Anordnungen in allen Größen und Ausstattungen möglich
- Flexible Aufstellungsorte

www.containex.com

Preis ab **EUR 520,-** pro m²



Leitartikel
Von Sonja G. Wasner

#Zeichen

Ende Februar 2022 hat Russland den Krieg gegen die Ukraine begonnen. Tod, Zerstörung, große Angst und Flucht sind die Folge. Aber auch Mut und Tapferkeit vieler Menschen, die für ihr Heimatland kämpfen.

Nicht nur in den Nachbarländern der Ukraine herrscht Fassungslosigkeit. Weltweit machen Menschen gegen diese Invasion mobil. Gebäude und Monumente wurden in den blau-gelben Farben der ukrainischen Flagge beleuchtet – vom Brandenburger Tor über das römische Kolosseum und Downing Street 10 in London bis zur Flinders Street Station im australischen Melbourne.

Noch nie habe ich, zum Glück, einen Krieg erlebt und auch noch nie war der Krieg so nahe. Und dieser Krieg betrifft uns alle! Wir spüren die Folgen in Form von immensen Teuerungen in allen Belangen, ob beim Einkauf oder beim Tanken.

Auch die Branche trifft die Wirtschaftskrise, die bereits mit der Pandemie begonnen hat, sehr hart. Die Frage ist doch, wie viel Solidarität verträgt die Wirtschaft? Werden wir russische Gäste abweisen? Werden in den Bars der Hotels keine russischen Speisen und Spirituosen mehr zu finden sein? All das sind schwere Entscheidungen, die jeder Einzelne von Ihnen treffen wird müssen. Aber dennoch können wir ein Zeichen setzen. Ein Zeichen der Solidarität für die Menschen aus der Ukraine.

hotel&gastro style bringt mit den beiden Nachspeisentellern in Form eines Herzens auf der Blumenwiese all unsere österreichischen Werte der Gastlichkeit am Punkt und setzt damit ein Zeichen der Solidarität. Zuversicht, Hoffnung und Zusammenhalt werden uns durch diese schwierigen Zeiten manövrieren.

#Ukraine

Blumen als ein untrügliches Merkmal für die tapferen und stolzen ukrainischen Frauen, deren Kopfschmuck weltweit bekannt ist, soll auch ein Zeichen für unsere Hilfsbereitschaft gegenüber den geflüchteten Frauen und Kindern sein.

In der Ukraine wird der Blumenkranz auch „Heiler der Seele“ genannt, weil geglaubt wird, dass ein Kranz aus Blumen oder duftenden Kräutern Schmerzen lindern, Kraft geben, beruhigen aber auch wecken kann. Nicht umsonst zählt der Blumenkranz mit Schleifen als der nationale Kopfschmuck ukrainischer Frauen.

Mit diesem Cover möchte ich Sie aber auch dazu motivieren und einladen, ebenso ein Zeichen für den Frieden in der Ukraine zu setzen. Hotellerie und Gastronomie zählen mit ihren Stammtischen und Hotelbars in jeder Gemeinde zu den Zentren der Kommunikation. Hier werden Geschäfte mit Handschlagqualität genauso getätigt wie Konflikte geregelt. Nicht umsonst gibt es die Redewendung: „Sich an einem Tisch setzen“.

Schicken Sie uns ihre Handyfotos mit gelb-blauen Servietten oder mit anderen kreativen Motiven mit dem Betreff #Zeichen #Ukraine an redaktion@hotelstyle.at und wir werden in den nächsten Ausgaben zeigen wie viel Solidarität unter den Hoteliers und Gastronomen herrscht.

Ich freue mich auf viele berührende Zeichen der Solidarität in Bildform! In diesem Sinne viel Erfolg und einen guten Start in die kommende Sommersaison.



Vom Konferenzraum ...



... bis zur Gebäudeautomation

Eine Plattform für Medientechnik, Gebäudeautomation und Entertainment: PC-based Control

Medientechnik neu gedacht: Als Spezialist für PC-basierte Steuerungssysteme ermöglicht es Beckhoff mit einem umfassenden und industrieerprobten Automatisierungsbaukasten, Multimedia, Gebäudeautomation sowie Entertainmentkonzepte vernetzt und integriert umzusetzen. Mit der modularen Steuerungssoftware TwinCAT und direkter Cloud- und IoT-Anbindung werden alle Gewerke von der A/V-Technik über die Gebäudeautomation bis hin zu Digital Signage Control, Device Management und Condition Monitoring, auf einer Plattform kombiniert. Hinzu kommt die maximale Skalierbarkeit aller Komponenten und die Unterstützung aller gängigen Kommunikationsstandards. So schafft Beckhoff die Grundlage für neue mediale und architektonische Erlebniswelten.



Scannen und die Beckhoff-Highlights für die AV- und Medientechnik entdecken



Halle 5, Stand N700

New Automation Technology **BECKHOFF**



Fotos: © Carmen Huter



Hängematte zum Baden

In wunderbarer Lage im Salzburger Land findet man die Riederalm in Leogang als Geheimtipp für aktive Genießer. Besonders begeistert der großzügige Mountain SPA exklusiv für Erwachsene mit zwei separaten Pools inklusive einzigartigem Thermalpool. Die in Österreich einzigartige, schwebende Badewanne mit Bergblick verführt jeden Gast zum Träumen.





Natürlich schweben sie nicht wirklich, die Badewannen, sondern sind mit einem ausgeklügelten Hängemattenkonzept sicher befestigt: Das Gefühl beim Wasserplantschen in einer der beiden spektakulären „Hamaca“-Badewannen ist aber im besten Sinn des Wortes „über dem Alltag schwebend“ – vor der imposanten Landschaftskulisse der Leoganger Bergwelt.

Vor Kurzem entstanden sind im Genießerhotel Riederalp zwei außergewöhnliche Luxury Spa Penthouse Leogang Suiten: Auf einer Fläche von rund 61 Quadratmetern erwartet die Gäste nun feinste Wohnkultur mit lässig-modernem Alpin-Design aus hochwertigsten Materialien wie Altholz und anthrazitfarbenen Edelfliesen sowie mit Weinklimaschrank, eigener Sauna, und dank bodentiefer Panoramafenster ein fantastischer Blick auf die Leoganger Bergwelt mit dem markanten Birnhorn.

Aufgrund der zackigen Gipfeltürme wird dieses Ensemble auch gerne als „Pinzgauer Dolomiten“ bezeichnet. Die große, Dachterrasse unterstreicht das Wohnerlebnis. Highlight der Suiten ist die in jeder Hinsicht außergewöhnliche Hängematten-Badewanne aus Carbon, die von einer Spezialmanufaktur in Großbritannien gefertigt wird. In Europa gibt es derzeit nur sieben Exemplare: in Showrooms in Frankreich, Luxemburg und Belgien bzw. in Hotels in Italien, den Niederlanden und Schweden – und jetzt bei Familie Herbst in Leogang!

Eine ebenfalls neue Family Suite Deluxe Leogang bietet mit zwei getrennten Schlafzimmern und Wohnbereich mit offener Raumaufteilung modernes Ambiente und viel Platz für die ganze Familie. Im Herzen des Salzburger Landes ist der neue Hotspot für individuelle Urlaubstage. Vielseitig und auf höchster Genussebene wird souverän der Spagat zwischen Wellness- & Kuschelträumen sowie Familienerlebnissen gemeistert.

◀ *Von Sonja G. Wasner*

Kommentar
Von Kurt Guggenbichler



Regierungsarbeit im Schneckentempo

Wer im Leben nicht mehr weiter weiß, gründet einen Arbeitskreis! Nach dieser Devise scheint unsere türkis-grüne Regierung zu handeln, falls sie sich einmal bewegt. In letzter Zeit war von Bewegung allerdings nichts zu merken.

Statt zu regieren, stellten sich Bundeskanzler und Minister tot und überließen ihr Volk dem Spiel der freien Kräfte, das in der Teuerungswelle allmählich unterzugehen droht.

Nach den steigenden Energie- und Rohstoffpreisen explodieren nun die Preise für Baumaterial, was viele Bauvorhaben in der Branche zu Fall bringt. Die Sofortpleiten mancher gastronomischen Betriebe werden zurzeit nur noch durch die künstlich niedrig gehaltenen Zinssätze verhindert. Und was macht die Regierung?

Sie gründete eine Kommission, um die Teuerungsproblematik und Inflation zu beobachten. Dafür wurden 20 Experten aus allen möglichen Institutionen aufgebeten, die die Lage analysieren werden, wie es heißt.

Und dann? Dann wird man weitersehen. Jetzt ginge es vor allem darum, die Vor- und Nachteile von Abfederungsmaßnahmen zu untersuchen, heißt es von Seiten der Kommission.

Bis da ein Ergebnis zu erwarten ist, ist unsere Existenz ruiniert, sagen unisono nicht nur viele Gastronomen, sondern auch deren Mitarbeiter. Was nicht nur die gastronomische Branche jetzt dringend benötigt sind schnelle Hilfsmaßnahmen.

Schnell scheint es aber immer nur dann zu gehen, wenn es um die Nöte von Menschen im Ausland geht. Bei Hilfsmaßnahmen für die Bürger des eigenen Landes braucht die Regierung viel Zeit, wovon nicht wenige Lockdown-Geschädigte ein Lied singen können.

Auch wenn Branchenvertreter jetzt zu Recht ein schnelles Handeln von Republik-Verantwortlichen verlangen, so werden sie sich nach den bisherigen Erfahrungen wohl oder übel in Geduld fassen müssen. Denn das Arbeitstempo der Regierung ist der Schneckengang.



Fotos: © amooore-bikestore.at



Moor. Moore. More

Eingebettet zwischen den Naturperlen Bürmooser und Ibmer Moor und den im angrenzenden Rupertiwinkel liegenden Ainringer und Schönramer Moor, haben in Oberndorf bei Salzburg Diana und Adam Moore ein „mehr“ an Auswahl von Radräumen verwirklicht. Wer der Faszination Radsport erlegen ist, wird hier ein Paradies für Beratung, Verkauf und Reparatur vorfinden.

Die idyllisch an der Salzach gelegene pulsierende Einkaufs- und Schulstadt Oberndorf stellt einen idealen Standort für den eindrucksvollen Bikestore der Moores dar, könnte man doch direkt vom Shop mit dem „neuen“ Rad - den Fluss entlang - den Inn-Radweg erreichen oder in der anderen Richtung nach wenigen Kilometern sich inmitten der Kulturperle Salzburg befinden. Dank Dianas und Adams großem „Radlerherz“ haben die besten City-Bikes, E-Bikes, Mountainbikes und Trekkingräder das passende Zubehör und auch sämtliche Ersatzteile inmitten des Zentrums der „Stille-Nacht-Stadt“ eine großartige Heimat gefunden. Insbesondere die Gäste des in unmittelbarer Umgebung gelegenen Stadthotels am Stadtpark erfreuen sich regelmäßig über die nützliche Nachbarschaft um deren Aufenthalt im Velodrom Salzburger Seenland passend bereichern zu können. Wer mit einem top gepflegten Rad einsatzbereit in die Saison starten will ist im Bikestore Moore genau richtig! Das qualitativ hochwertige Service für alle Arten von Fahrrädern wird hier garantiert. Falls einmal etwas nicht auf Lager ist, wird es so schnell

wie möglich organisiert. Adam ist spezialisiert auf Fahrräder jeden Typs. Die Meisterwerkstatt überzeugt bei allen Problemen und Anpassungen mit bester Qualität. Kompromisse sind nicht erlaubt. E-Bikes haben sich mittlerweile einen ganz festen Platz auf dem Fahrradmarkt gesichert. Die Qualität steigt ständig, die Auswahl ist riesig, Freude und Nachfragen explodieren. Vertrauensvoll kann man sich zu diesem Thema an die zertifizierten E-Bikehändler wenden und hier – im wahrsten Sinn des Wortes – ein tolles Sortiment entdecken.

Serviceleistung nehmen Diana und Adam persönlich. So mancher Defekt am Fahrrad ist gar nicht so schlimm, wie er auf den ersten Blick scheinen mag. Ganz ohne Termin, ohne Anmeldung kann man den Store besuchen – „Soforthilfe“ gehört zum Programm. Sollte sich ein Fahrrad gar nicht mehr bewegen wollen, kommt der Abholservice der Radexperten zum „Tragen“. Das Motto der Moores: „Wenn du Fahrräder liebst, wirst du auch uns lieben!“

◀ Von Robert Oberndorfer

Neue Gartenelemente für bessere Auslastung

Schwimmteich steigert Anfragen beim „Lammwirt“

Rechtzeitig für die Sommersaison fertig wurde der steinumrandete Schwimmteich des 4-Sterne Hotels „Lammwirt“ in Großarl. Die Eigentümerfamilie, Manfred und Eva Rohmoser, spüren den positiven Effekt dieser Erweiterung ihres Angebots: „Seit wir die Fotos vom neuen Schwimmteich in unserer Werbung zeigen, bekommen wir deutlich mehr Anfragen. Auch das Feedback unserer vielen Stammgäste ist super. Wir sind ein Wander- und Familienhotel in idyllischer Lage. Der Schwimmteich war ein schon lange gehegter Wunsch. Konzept und Angebot des Maschinenrings hat uns überzeugt, die Ausführung ist perfekt.“

Maschinenring Kundenbetreuer Hans Meißnitzer: „In der 40m² großen Filterzone mit Pflanzen fließt das Wasser des betonierten und folierten Beckens durch 120 Tonnen genormten Kies und wird dadurch gereinigt. Zwei Pumpen wälzen 48m³ in der Stunde, also ist das ganze Teichwasser in zehn Stunden einmal durch den Filterbereich geflossen.“

Die Eltern des Hoteliers, Kaspar und Theresia, starteten mit einem kleinen Gasthaus und fünf Zimmern. 1977 stellten sie ihre Landwirtschaft auf Schafhaltung und eine Jausenstation um. 1984 folg-



te der Zubau eines Lokals und weiterer Zimmer, bis man sich 2006 für einen Hotelbau entschied.

Mittlerweile hat der Lammwirt 28 Zimmer. Er bietet Halbpension für Hausgäste ebenso wie einen À-la-carte-Betrieb, der besonders im Winter aufgrund der hauseigenen, 3km langen Rodelbahn gerne besucht wird. Bis heute hält die Familie Rohmoser Schafe, rund 100 weiden auf ihrer Hennerbichlalm im Großarlal.

Romantischer Garten für Hochzeiten

Speziell für Hochzeiten wurde der Garten vom „Hotel-Restaurant Kirchenwirt Wachau“ als romantischer Rosengarten angelegt. Das ganze Design dreht sich um die Liebe. So symbolisieren Linien aus Pflastersteinen im Rasen verschlungene Eheringe. Diese rundlich-ovale Form setzt sich in den einzelnen Gartenbereichen fort: Bei der Form der Feuerstelle, des Brunnens, der Steinmauern oder auch des Pavillons. Keine Ecken und Kanten, wie man sich das auch für eine langjährige Ehe erträumt.

Auch die vier Elemente finden sich wieder: Feuer (Feuerstelle – Hitze), Wasser (Brunnen – Kühle, Tiefe), Luft (offener, luftiger Pavillon als Kommunikationsort) und natürlich Erde, die bei den Elementen für Standfestigkeit steht. Gemütlich ist der Garten auch und er kann bei jedem Wetter genutzt werden, denn der Pavillon ist sowohl Schattenspender als auch Regenunterstand.

Die Eigentümer legten besonderen Wert auf eine ökologische Planung und Pflege. Bei der Anlage des Gartens in Weißenkirchen



wurden vorwiegend regionale Materialien verwendet, wie beispielsweise alte Weinstöcke als Zaun oder auch heimischer Gneis für die Steinmauern.



Die höchstgelegenen Tourismusschulen Österreichs befinden sich am Semmering gleich neben dem legendären Hotel Panhans

Fotos: © Tourismusschulen Semmering

Touristische Höhenflüge

In der malerischen Umgebung des Zauberbergs wirken die Tourismusschulen Semmering seit fast 40 Jahren als Kaderschmiede für angehende Touristiker. Attraktive Zusatzqualifikationen, wie etwa zum Hochzeitsplaner, Bikeguide oder Kletterparktrainer, sowie Kooperationen mit den Austrian Airlines oder dem Flughafen Wien beflügeln Schüler und Studierende, den Ausbildungsort auf 1.000 Metern Seehöhe zu erklimmen.

Es gibt Stimmen, die behaupten, der Tourismus sei am Semmering erfunden worden. Als Höhenluftkurort bekannt zog er zur Zeit des Fin de Siècle Adelige gleichermaßen an wie Intellektuelle und Künstler. Arthur Schnitzler, Robert Musil, Gustav und Alma Mahler, Ferdinand Raimund, Oskar Kokoschka, Adolf und Lina Loos, Kolo Moser: Sie alle pflegten am „Balkon Wiens“ ihre Sommerfrische abzuhalten. Die gute Luft und die Nähe zu Wien machten den Semmering in der Monarchie zu einem der vornehmsten und modernsten Tourismusorte. Viele kamen aus gesundheitlichen Gründen, zum Entspannen oder zur Erholung vom beschwerlichen Alltag, andere wiederum nutzten die Aufenthalte, um sich vom Alpenpanorama inspirieren zu lassen, zu Denken und zu Arbeiten – heute würde man es im touristischen Jargon wohl als „Workation“ bezeichnen.

Für die Entstehung der Hotel- und Villenkolonie am Semmering war 1854 der Bau der Semmeringbahn von entscheidender Bedeutung. So ging es touristisch seither fortan bergauf: Das berühmte Hotel Panhans zählte nach seinem Ausbau 1913 sogar zu den größten Hotels in Europa. 1934 wurde das erste Spielcasino des

Landes eröffnet, ebenso waren der erste Golfplatz und das erste alpine Großhallenbad Europas am Semmering zu finden.

In luftigen Höhen

Nach etlichen Höhen und Tiefen der darauffolgenden Jahrzehnte hat der Semmering nichts von seinem Charme eingebüßt. Touristisch sticht die Region nach wie vor durch Vielerlei hervor, wie auch Tourismusexperten einhellig bestätigen. – Was wäre also naheliegender als an diesem besonderen Ort eine Tourismusschule zu etablieren?

Das dachten sich wohl auch die zwei Visionäre Hermann Düringer und Heinz Boyer Anfang der 1980er Jahre, als sie im Zuge der Revitalisierung des Hotels Panhans den Plan schmiedeten, in der angrenzenden Sportpension eine Hotelfachschule mit Internat unterzubringen. Gedacht, getan. Im Herbst 1984 wurde die Hotelfachschule des Bundes auf rund 1.000 Metern Seehöhe eröffnet. Seit fast 40 Jahren werden nun an den Tourismusschulen Semmering in der einzigartigen Kulisse des Zauberbergs Touristiker von morgen ausgebildet. Für den Ort sind die Tourismusschulen und



Ausbildung: Golfplatz-Reife oder Bikeguide



Die ersten geprüften Kletterparktrainer

die damit verbundenen Lehrhotels ein wichtiger Faktor, zumal sie die Region auch außerhalb der Saison beleben. Umgekehrt profitieren Schüler und Studenten enorm von der Lage, wie Jürgen Kürner, Direktor der höchstgelegenen Tourismusschulen Österreichs, bestätigt: „Auf der einen Seite ist die Natur ein wichtiger Aspekt für die Schüler, die gerne Sport betreiben, aber auch die lokalen Betriebe sind wichtige Partner für Projekte, Exkursionen und Diplomarbeiten.“

Kursanstieg

Aktuell scheint die Sehnsucht nach Natur und Nostalgie der Region wieder in die Hände zu spielen. „Das Potenzial ist nach wie vor gegeben: die Nähe zu Wien, der Ausbau des kulturellen Angebots, die Möglichkeiten für Sportinteressierte im Sommer und Winter, die ‚Sommerfrische‘, wie sie von Touristikern in den Wiener Alpen propagiert wird“, fasst Kürner zusammen. Durch die Zusage der ÖBB, die Strecke über den Semmering beizubehalten werde sich der Bau des Semmering-Basistunnels touristisch auch positiv auswirken, meint der Direktor. Die Chancen stünden gut für ein touristisches Comeback des heute etwas verschlafenen Ortes. „Durch die Übernahmen der großen, alten Hotels (Panhaus, Südbahnhotel, Kurhaus) und die konkreten Pläne der neuen Eigentümer besteht derzeit tatsächlich die historische Chance, dem Semmering neues wirtschaftliches Leben einzuhauchen. Auch das Land Niederösterreich hat hier Unterstützung signalisiert“, verrät der langjährige Schulleiter. Schließlich habe die Region für Gäste, Mitarbeiter und auch Betriebe einiges zu bieten: „Gäste finden hier alles: Kultur, Sport, Kulinarik und Erholung, Mit-

arbeiter ein intaktes, infrastrukturelles Umfeld und Betriebe eine gute Kooperationsbasis.“

Spitzen-Schwerpunkte

Auch Tourismusschüler finden hier ein abwechslungsreiches Ausbildungsprogramm vor. Die fünfjährige Höhere Lehranstalt für Tourismus umfasst die Schwerpunkte „Sport und Tourismusmanagement“, „Eventmanagement und Sales“ und „International Travel Business“.

Neben der fundierten Tourismusausbildung bietet der Schwerpunkt „Eventmanagement und Sales“ eine marketing- und projektorientierte Ausbildung. „Diesen Schwerpunkt haben wir am längsten, er entspricht auch dem Typus vieler Schüler, die sehr gerne organisieren und kommunizieren“, erläutert Kürner. In diesem Rahmen haben die Schüler die Möglichkeit, die Zusatzqualifikationen „Eventmanager“ und „Hochzeitsplaner“ zu absolvieren.

Im Schwerpunkt „ITB – International Travel Business“ liegt der Fokus auf Reisen und Fremdsprachen. „ITB hat sich aus der ursprünglichen Sprachenklasse entwickelt und das Reisen als zentralem Inhalt etabliert. Das trifft die Interessen der jungen Menschen und unterstreicht die Internationalität.“ Ein Teil der Unterrichtsgegenstände wird teilweise oder vollständig in englischer Sprache unterrichtet. Dazu kommen eine dritte lebende Fremdsprache ab dem dritten Jahrgang, Projekte mit Partnern aus der Reisebranche (etwa MSC, den Austrian Airlines, dem Flughafen Wien) und mögliche Praktika im Ausland. ▶



Feuer frei!



Die Ausbildung zum Hochzeitsplaner hat sich zur beliebten Zusatzqualifikation entwickelt



In der Lehrbar rauchen nicht nur die Köpfe

Im Schulzweig „Sport und Tourismusmarketing“ besteht nicht nur die Möglichkeit neue Sportarten zu erlernen, es wird auch die touristische Bedeutung des Sports beleuchtet. „Dieser Schwerpunkt hat sich auf Grund unseres Standorts (Schifahren, Golf, Klettern) und des bereits seit vielen Jahren begeisternden Sportunterrichts entwickelt. Es ging auch darum, sportinteressierten Jugendlichen, die nicht Leistungssportler werden wollen, eine Ausbildung in der BHS zu ermöglichen“, verrät Kürner. Attraktive Zusatzqualifikationen wie „Gesundheitstrainer“, „Bikeguide“, „Landesschilehrer-Anwärter“, „Golf-Platzreife“ runden die Ausbildung ab.

Studieren am Zauberberg

Mit dem ÖHV Trainee-Tourismuskolleg wird zudem seit 2010 eine für ganz Österreich einzigartige Ausbildungsform für Maturanten geboten, die in vier Semestern zum Touristikkaufmann führt. „Wir hatten in den mehr als 10 Jahren des Bestehens rund 250 Absolventen“, erinnert sich Kürner. Dieser Ausbildungszweig beinhaltet eine Kombination aus schulischem Unterricht am Semmering und einer Ausbildung in einem österreichischen Top-Hotel. Trainees wählen dabei aus einer Liste der Österreichischen Hoteliersvereinigung (ÖHV) einen Praxisbetrieb aus, in dem zwei Drittel der Ausbildung – mit Pflichtenheft und Qualitätskontrolle durch die Tourismusschulen Semmering – stattfinden. Pro Semester ergänzt ein neunwöchiger, geblockter Theorieunterricht die umfassende Tourismusausbildung. (Mehr dazu ab Seite 27)

Wie auch in der 5-jährigen HLT sind hier Zusatzqualifikationen, wie etwa zum Concierge, Pâtissier, Jungbarkeeper oder Barista Teil der Ausbildung. „Das Zertifikat über die bestandene Barista-Prüfung kommt von der Specialty Coffee Association Europe (SCAE) und hat europaweite Gültigkeit“, zeigt sich Direktor Kürner stolz über diese Möglichkeit.

Gute Aussichten

Schüler und Studierende haben auch die Möglichkeit am Semmering zu wohnen. Die beiden Lehrhotels „Zauberblick“ und „Zauberberg“ befinden sich nicht nur in unmittelbarer Nähe zur Schule, sondern auch zu sämtlichen Sport- und Freizeitmöglichkeiten des Semmerings. Ein engagiertes Betreuerteam kümmert sich außerhalb der Schulzeit um rund 185 Schüलगäste. Darüber hinaus steht das Lehrpersonal in der Lernzeit für individuelle Be-

treuung zur Verfügung. „Derzeit unterrichten mehr als 55 Lehrer rund 400 Schüler in 18 Klassen“, berichtet der Direktor.

Die Praxisorientierung der Schule zeigt sich sowohl durch Einsätze bei Veranstaltungen in der Umgebung, etwa die Betreuung des VIP-Bereichs des Weltcups, als auch in zahlreichen Projekten. „Unter dem Motto ‚Genial regional‘ wurden von den Schülern erst kürzlich regionale Produkte kreativ zu Maiscremesuppe mit Popcorn, Räucherforellen-Sushi, Kümmelbratenrollen mit Krentöpfen und frittierten Apfelstrudelröllchen verarbeitet“, gerät Kürner ins Schwärmen.

Darüber hinaus erweitern einschlägige Praktika laufend das Portfolio der Schüler und namhafte Wirtschaftspartner garantieren die Anknüpfung an die touristische Praxis. „Wir konnten zum Beispiel im Vorjahr die Eis-Manufaktur ‚Eisgreißler‘ als Wirtschaftspartner gewinnen. Unter fachkundiger Leitung haben durften die Schüler vor Ort zum Thema ‚Wie bekommt man in der Nebensaison mehr Kunden?‘ Angebote für Busreisende, Individualreisende und Firmen ausarbeiten und Ideen für Veranstaltungen liefern. Gleichzeitig wurden Vorschläge für Werbeaktivitäten auf Social Media, Messen sowie der Website des Eisgreißlers ausgearbeitet“, erzählt Kürner.

Gipfeltreffen

Auf Internationalität wird am Semmering großer Wert gelegt. „Wir pflegen mit Partnerschulen in Spanien, Frankreich, Portugal, Kroatien, Thailand und den USA fachlichen Austausch und veranstalten regelmäßige Besuchsprogramme. Dieser Austausch befähigt unsere Schüler dazu kulturell, sprachlich und kulinarisch über den Tellerrand hinauszuschauen“, bestätigt der Direktor. Auch bei Wettbewerben sind die Tourismusschulen stets im Vordergrund zu finden, so etwa beim jährlichen Kongress der AEHT: Im Vorjahr konnten in Tallinn sehr zur Freude des Schulleiters drei Teilnehmerinnen der TSS Medaillen erringen.

„Die Tourismusschulen sind auch für die Zukunft gut gerüstet“, bescheinigt der engagierte Direktor abschließend. Laufende Überlegungen über pädagogische und touristische Weiterentwicklungen sollen weiterhin viele junge Menschen zu einer Tourismusausbildung am Zauberberg animieren.

◀ Von Katharina Baumhake

Die fliegenden Klassenzimmer

Ilvy Messner (15) besucht die erste Klasse der Tourismusschulen Semmering, ist im Internat untergebracht und hat sich für den Schwerpunkt „Sport und Tourismusmarketing“ entschieden. Das familiäre Klima und die herrliche Umgebung animieren die begeisterte Sportlerin zu gastfreundlichen Höchstleistungen.

Ilvy, wie gefällt es dir am Semmering?

Ich finde, dass man am Semmering alles hat, was man braucht und ich wüsste gar nicht, was man noch tun müsste, um den Ort noch interessanter zu machen. Es ist hier sehr schön und ich bin froh, dass ich mich für die TSS entschieden habe.

Aus welchem Grund ist deine Wahl auf die Tourismusschulen Semmering gefallen?

Ich habe mich für die TSS entschieden, weil ich gerne etwas im Tourismus machen und in die Berge gehen wollte. Da ich schon immer sportlich war, habe ich den Sportzweig gewählt und damit die perfekte Ausbildung für mich gefunden.

Was zeichnet den Sportzweig aus?

Unser Sport-Unterricht umfasst auch sportliche Animation. Außerdem haben wir die Möglichkeit bestimmte Trainer-Ausbildungen zu machen, das sind zum Beispiel Gesundheitstrainer, Kletter- oder Mountainbike-Guide.

Was sind aktuell deine Lieblingsfächer?

Meine Lieblingsfächer sind momentan Serviceorganisation und Mathematik. Der Englischunterricht gefällt mir auch ganz gut.

Welche Zusatzausbildungen sind für dich an der TSS am interessantesten?

Ich finde die Ausbildung zum Jungsommelier sehr interessant, weil ich mich dann mit meinem Onkel besser über Wein unterhalten kann. Die Ausbildung zum Jungbarkeeper finde ich sehr cool, weil ich gerne professionell für meine Familie ein paar Cocktails zubereiten möchte.

Welche Besonderheit würdest du an deiner Schule hervorheben?

Wir können mit allen Lehrerinnen und Lehrern gut über alles reden, egal ob es um etwas Schulisches oder Privates geht.

Was waren deine bisherigen Highlights an der TSS?

Das war der „bezaubernde Abend“, an welchem wir von den höheren Klassen bekocht worden sind. Ich hatte als Vorspeise eine Topinambur-Cremesuppe, als Hauptgang Spinat-Ricotta-Ravioli mit Trüffel und zur Nachspeise Mozartkugel-Knödel, Vanille-Macarons und Zitronensorbet. Dabei gab es auch einen Dresscode. Jeder war schick angezogen und das Essen war sehr, sehr lecker.

Kochst du auch gerne?

Kochen und Kulinarik haben generell einen hohen Stellenwert in meinem Leben. Ich koche auch gerne mit meinen Freunden und am liebsten wohl mit meinem besten Freund.

Hast du einen kulinarischen Geheimtipp?

Eines meiner Lieblingslokale ist „die Zechnerin“ in Liebenfels. Ich esse dort sehr gerne die selbstgemachten Kärntner Kasnudeln, aber auch alles andere schmeckt dort ausgezeichnet.

Gibt es so etwas wie Vorbilder, die dich faszinieren?

Zurzeit ist tatsächlich meine Mutter ein großes Vorbild für mich. Ich bewundere sie für das, was sie in ihrem Leben alles geschafft hat und für ihre Stärke. Ich bin sehr sehr stolz auf sie und dankbar dafür, dass ich sie habe.

Wenn du für eine Woche in einem Betrieb deiner Träume mitarbeiten dürftest: Welcher wäre das?

Ich würde gerne im Hotel Hilton Orlando arbeiten, weil ich gerne einmal in den USA arbeiten möchte und weil Hilton wahrscheinlich die beste Hotelkette weltweit ist.

Wo wirst du dein Pflichtpraktikum machen?

Ich werde mein erstes Pflichtpraktikum im Alpenhotel Kitzbühel absolvieren und dort im Küchenbereich arbeiten.

Was erwartest du dir?

Ich erwarte mir schon, dass ich als Praktikantin mit Respekt behandelt werde und mir geholfen wird, wenn ich nicht weiter weiß.

Was gefällt dir generell an der Arbeit im Tourismus?

Ich finde es gut, dass ich viel mit Menschen zu tun habe und dass ich ihnen einen schönen Urlaub ermöglichen kann.

Wie soll die Reise nach deinem Schulabschluss weitergehen?

Ich würde gerne in einem Hotel anfangen und mich bis zur Hoteldirektorin hocharbeiten. Das wäre derzeit mein Plan. Natürlich kann sich dieser jederzeit ändern, aber wenn es so verlaufen würde, wäre ich ganz froh.



„Ich finde es gut, dass ich Menschen einen schönen Urlaub ermöglichen kann.“

*Ilvy Messner | Schülerin
Tourismusschulen Semmering*

◀ Von Katharina Baumhake

Von Sternen am Tourismushimmel

Jürgen Kürner, seit 1993 begeisterter Lehrer und seit 2001 engagierter Schulleiter an den Tourismusschulen Semmering, freut sich über seine höchst erfolgreichen Sterne am touristischen Himmel. Im Interview betont er das Potenzial und die nachhaltigen Auswirkungen erfolgreich absolvierter Praktika für Betriebe und Praktikanten.

Herr Direktor, was zeichnet die Tourismusschulen Semmering aus?

Auf jeden Fall die Schülerzentriertheit des engagierten Lehrerteams, die Internationalität und der Praxisbezug.

Für welchen Schwerpunkt hätten Sie sich als Schüler entschieden?

Ich betreibe gerne Sport, wäre aber wohl nichts für die Sportklasse gewesen. International Travel Business hätte mich auf Grund der Internationalität und des Reisens sehr begeistert, Eventmanagement und Sales, weil ich ein Organisierer bin.

Mit welchen Erwartungen kommen junge Leute an die TSS?

Sie wollen eine spannende Ausbildung machen, die sie auch zukunftsfit macht und für viele Bereiche der Tourismus- und Freizeitwirtschaft befähigt.

Werden diese auch erfüllt?

Das denke ich schon, zur Begeisterung trägt aber auch sehr stark das Pflichtpraktikum bei.

Mit welchen Erfahrungen kommen Ihre Schüler aus den Pflichtpraktika zurück?

Durchwegs mit positiven. Die Branche hat erkannt, dass gut behandelte und ausgebildete Praktikanten die potenziellen Mitarbeiter der Zukunft sind. Und wenn etwas einmal nicht passt, kann man vieles durch Gespräche aus der Welt schaffen.

Gibt es Betriebe, mit denen Sie intensiver zusammenarbeiten?

Natürlich wenden sich auch einige Betriebe an uns, mit denen wir seit Jahren besonders gut kooperieren. Generell ist uns aber eine gute Zusammenarbeit mit allen potenziellen Praktikumsbetrieben wichtig, deshalb besuchen Lehrkräfte die Praktikanten auch im Sommer an ihren Arbeitsstellen.

Was ist für Schüler und Studenten bei Arbeitgebern besonders attraktiv?

Besonders wichtig ist ihnen natürlich, wenn sie als Teil des Teams gleichwertig ange-

sehen und auch so behandelt werden. Eine gute Unterkunft, wenn diese zur Verfügung gestellt wird, und Weiterbildungsmöglichkeiten sind natürlich ebenso positive Assets.



„Junge Leute wollen eine spannende Ausbildung machen, die sie auch zukunftsfit macht.“

*HR Dir. Mag. Jürgen Kürner,
Direktor der TS Semmering*

Was wünschen Sie sich in diesem Kontext zukünftig für Ihre Schüler und Studenten?

Noch mehr wechselseitiges Verständnis, daran arbeiten derzeit etwa der Verband der Direktoren der österreichischen Tourismusschulen, dem ich schon lange Jahre vorstehen darf, und die ÖHV.

Apropos ÖHV. Sie haben gemeinsam mit ÖHV Vizepräsident Alexander Ipp ein spezielles Tourismuskolleg auf die Beine gestellt. Für wen kommt das Tourismuskolleg in Frage?

Die primären Interessenten sind Maturanten aus allen Schulformen. Wir haben Absolventen von AHS und allen BHS-Schulformen, auch der HTL.

Ermöglichen auch Arbeitgeber ihren Mitarbeitern die Ausbildung?

Das wäre eine sehr wichtige Klientel, passiert aber leider selten. Wir informieren die Betriebe darüber immer: „Wenn sich jemand nach der Matura bei euch im Betrieb meldet, ermöglichen wir ihr/ihm gemeinsam diese gute Kombi aus betrieblicher und schulischer Ausbildung.“

Welche Karrieren wünschen Sie sich für Ihre Kolleg-Absolventen?

Die Absolventen des Kollegs sind sehr klar in ihrem Wunschenken, sonst würden sie auch nicht nach der Matura eine sehr kurze, intensive Ausbildung machen. Ich bin mir sicher, dass wir hier noch sehr viele, höchst erfolgreiche Sterne am touristischen Himmel sehen werden.

Mit welchen Zusatzqualifikationen versuchen Sie den Zahn der Zeit zu treffen?

Besonders ist die Pâtisserie, weil wir da wirklich über eine großartige, begeisternde Lehrerin verfügen. Derzeit ist die Ausbildung zum Hochzeitsplaner der Renner und auch die Qualifikationen im Sportbereich, wie Landesschullehrer-Anwärter, Bikeguide, Kletterparkführer, Gesundheitstrainer oder Golfplatz-Reife sind sehr gefragt.

Wie gehen Sie im Unterricht auf aktuelle Trends in der Freizeitwirtschaft ein?

Derzeit sind vegetarische/vegane Küche und Nachhaltigkeit große Themen.

Stichwort Tourismus und Klimaschutz: Wie bringen Sie Ihre Schüler und Studenten auf Schiene?

In vielen Unterrichtsgegenständen ist Nachhaltigkeit bereits ein Thema, außerdem planen wir für das kommende Semester einen großen Nachhaltigkeitstag mit Vorträgen und Workshops für alle Klassen.

Was erachten Sie als die treibenden Kräfte für den Tourismus in Österreich?

Österreich steht für Qualität, sanfte Mobilität und Nachhaltigkeit.

◀ *Von Katharina Baumhakil*



© Florian Lechner 2015

„Das Who's who der heimischen Hotellerie findet sich in der Ausbildungsliste.“

Alexander Ipp, ÖHV-Vizepräsident

Check-in am Semmering

Das ÖHV-Trainee Tourismuskolleg am Semmering ermöglicht innerhalb von vier Semestern eine umfassende Ausbildung im Bereich Tourismus- und Freizeitwirtschaft. Dass die duale Ausbildung nicht nur Qualität hat, sondern auch Perspektiven eröffnet, beweisen Initiator und ÖHV-Vizepräsident Alexander Ipp und Studiengangsleiter Mag. Gerald Haberl im Interview.

Wie ist die Idee zum ÖHV-Trainee Tourismuskolleg entstanden?

Alexander Ipp: Wir haben seinerzeit im Althof Retz ein betriebliches Ausbildungskonzept entwickelt, das jährlich zwei bis drei Absolventen von Tourismusschulen bzw. von wirtschaftsberuflichen mittleren und höheren Schulen im Rahmen eines Hotel-Trainee-Programms den qualifizierten Einstieg in die Hotellerie und den Durchlauf aller wesentlichen Hotelabteilungen ermöglichen sollte. Die Kernidee war, dass der Trainee einerseits betriebliche Zusammenhänge erkennen lernt, andererseits ergänzend gezielte, laufende Weiterbildungsmaßnahmen erhält.

Was waren die Herausforderungen bei der Etablierung des Tourismuskollegs?

Ipp: Anfangs war es vor allem schwierig, als einzelnes Unternehmen österreichweite Strahlkraft auf Schulabsolventen und mögliche Kandidaten zu erzeugen. Dennoch hatten wir jährlich einige Bewerbungen und meist auch zwei Trainees in Ausbildung. Wir kauften auch wertige Schulungsmaßnahmen extern zu – aber der Gemeinschaftscharakter eines Jahrgangs konnte so nicht entstehen. Also begann ich, mich über die ÖHV nach strategischen Partnern umzusehen. In den Tourismusschulen am

Semmering und ad personam in Direktor Jürgen Kürner fand ich das ideale Vis-à-vis: engagiert, kreativ, weitblickend und praxisnah. Das imponierte mir sofort. Durch diese Kooperation konnte das Trainee-Programm einen offiziellen Charakter erlangen und – vorerst als Schulversuch – in die österreichische Tourismusausbildung integriert werden. Der Rest, so könnte man sagen, ist Geschichte.

Welche Vorzüge bietet nun das ÖHV-Trainee Tourismuskolleg gegenüber anderen touristischen Ausbildungen?

Gerald Haberl: Lassen Sie mich vorausschicken, dass alle in Österreich angebotenen touristischen Ausbildungen auf hohem internationalem Niveau angesiedelt sind. Auch wenn hier in vielen Bereichen ein verpflichtendes Praktikum bzw. Internship vorgesehen ist, gelingt eine wirkliche Verknüpfung von theoretischer Ausbildung und praktischer Umsetzung nicht immer.

Wie gelingt Ihnen die Verknüpfung?

Haberl: Durch den ständigen Wechsel von Theorie- und Praktikumsblöcken garantieren wir, dass diese Vernetzung sichergestellt wird. Die vorgesehene Job-Rotation, welche durch fünf bis sechs Abteilungen im gewählten Ausbildungsbetrieb führt,

fördert abteilungsübergreifendes Denken und Handeln.

Was macht die Ausbildung noch so einmalig?

Haberl: Da keine Studiengebühren erhoben und die Trainees während der On-the-job-Trainings entlohnt werden, eröffnet dies die Möglichkeit, das Studium selbst zu finanzieren. Nicht zuletzt die kompakten Theorieblöcke, welche auch den Erwerb einer Reihe zusätzlicher international anerkannter Zertifikate ermöglichen, machen die Ausbildung so einzigartig.

Welche Marktlücke schließt das ÖHV-Trainee Tourismuskolleg?

Ipp: Es ist die Marktlösung für all jene jungen Menschen, die lernbereit und wissbegierig, aber auch praxisorientiert sind und nicht von einer Saisonstelle zur nächsten springen, sondern einen Betrieb und seine Abläufe als Ganzes verstehen möchten.

Wie läuft das Bewerbungsverfahren ab?

Haberl: Wir versuchen die potenziellen ÖHV-Trainees in einem offenen Gespräch kennenzulernen und die Motivation für den Einstieg in Welt des Tourismus zu ergründen. Wir erleben dabei häufig, dass sich Bewerber von anderen, zu theorieelastigen ►



„Vernetzt denken und handeln zu können, sehe ich als größten Vorteil der Ausbildung.“

Gerald Haberl, Studienkoordinator ÖHV-Trainee Tourismuskolleg

Studien abgewandt haben und auf der Suche nach praxisorientierten Ausbildungen auf das ÖHV-Trainee Tourismuskolleg gestoßen sind.

Wie darf man sich das Off-the-job-Training vorstellen?

Haberl: Im Bereich der Theorieblöcke wird ständig daran gearbeitet, die jeweiligen Inhalte aktuell und praxisnah zu gestalten. Einerseits bringen viele der Vortragenden Erfahrung aus der eigenen beruflichen Tätigkeit mit, andererseits wird versucht, externe Experten in das Unterrichtsgeschehen zu integrieren. Dies gelingt durch das Netzwerk der ÖHV und die Ausbildungsbetriebe sehr gut.

Welche Rückmeldung bekommen Sie in puncto On-the-job-Training?

Haberl: Durch die Job-Rotation bekommen die Trainees Einblick in viele verschiedene Bereiche. Viele berichten, dass das abteilungsübergreifende Denken und Handeln stark ausgebildet wurde und später hilfreich für die weitere Karriere war.

Wie sehen die Karrierewege der Absolventen aus?

Haberl: Viele sind bereits nach wenigen Jahren in führenden Positionen tätig – wobei Karrieren in der Hotellerie, Gastronomie, Reisewirtschaft und verwandten touristischen Bereichen (Gastro-Journalismus bis Employer-Branding-Management) genannt werden können.

Welche Ausbildungsbetriebe sind mit an Board?

Ipp: Die Partnerbetriebe sind über ganz Österreich verteilt und bestehen aus Stadt-, Ferien- und Wellnesshotels. Man kann sagen, dass sich heute das Who's who der heimi-

schen Hotellerie in der Ausbildungsliste findet. Die Zahl der Partnerbetriebe schwankt leicht, bewegt sich jedoch immer zwischen 90 und 100 Häusern der österreichischen Spitzenhotellerie. Von Gruppen wie Arco-tel, Austria Trend oder Falkensteiner über Häuser wie Bristol, Sacher, Stanglwirt, Retter oder Groöarler Hof bis hin zu den großen Brands, wie Hilton, Marriott oder Park Hyatt ist die Liste mittlerweile sehr lange. Selbstverständlich ist auch das Hotel Althof Retz als Gründungsbetrieb nach wie vor dabei.

Worin liegt der Mehrwert für die Ausbildungsbetriebe?

Ipp: Für die Hotels liegt der Vorteil klar auf der Hand. Ein begabter Trainee, der über die Dauer von knapp zwei Jahren einen Betrieb derart gut kennenlernt, kann unmittelbar ein wertvoller Mitarbeiter werden. Außerdem sind für Hoteliers auch die Vernetzung und der permanente Austausch mit einer Top-Ausbildungsstätte in Österreich sehr wertvoll.

Werden Trainees auch von den Betrieben übernommen?

Ipp: Das kommt recht häufig vor. Wir werden heuer beispielsweise im Althof Retz eine engagierte Absolventin übernehmen, die wir dort mitausgebildet haben. Aber die unmittelbare Übernahme ist nicht das primäre Ziel, sondern vielmehr eine qualitätsvolle Ausbildung und danach ein lebendiger Work-around in der Branche. Davon haben letztlich alle etwas – Absolventen, wie auch Hotelbetriebe.

Gibt es nach über zehn Jahren ÖHV-Trainee Tourismuskolleg ein vorläufiges Resümee?

Ipp: Das gibt es auf jeden Fall, und es fällt nur positiv aus. Vor allem freut mich die

Jobeinstiegsquote der Absolventen von etwa 80 Prozent. Ich möchte aber auch die großartige Arbeit des gesamten Teams am Semmering, allen voran Direktor Kürner und Mag. Haberl als Studiengangsleiter hervorheben. Denn letztlich gaben sie der Idee vom Fliegen auch ein Fahrgestell zum Landen.

Darüber hinaus ist es auch schön zu sehen, dass heimische Top-Hoteliers dem ÖHV-Trainee Tourismuskolleg immer häufiger Ausbildungsplätze anbieten. Als ÖHV-Vizepräsident bin ich auf diese Entwicklung natürlich enorm stolz.

Was ist Ihr Wunsch für die Zukunft?

Haberl: Für den Bereich der Kollegs wünsche ich mir, dass es hier endlich zu einer entsprechenden Anerkennung der erbrachten Leistungen über den Weg von ECTS-Punkten kommt. Nur dadurch kann eine internationale Vergleichbarkeit und eindeutige Anerkennung sichergestellt werden.

Das letzte Wort geht an den Erfinder ...

Ipp: Ich wünsche mir, dass sich diese Idee weiterhin durchsetzt. Heute bin ich mehr denn je überzeugt, dass theoretisches Wissen in Verbindung mit Praxiserfahrung der Kompetenztreiber schlechthin ist. Entwicklungen wie die Digitalisierung haben auch die Themenfelder in der Hotellerie breiter gemacht.

Das sind Inhalte, die gleichlaufend in Theorie und Praxis vermittelt werden müssen. Diese moderne Form der Tourismusausbildung schulden wir einerseits den jungen Menschen, andererseits braucht sie die Branche dringend als Absolventen. Eine klassische Win-win-Situation also.

◀ *Von Katharina Baumhake*

Fotos: © Alpenresort Schwarz



Wohlbefinden und Weiterentwicklung

„ÖHV-Trainee Absolventen sind eine Bereicherung für jedes Unternehmen.“

*Katharina Pirktl, Alpenresort Schwarz
Geschäftsleitung für HR und QM*

Das 5-Sterne Alpenresort Schwarz in Mieming, Tirol, wird seit über vier Jahrzehnten von Familie Pirktl geführt und unterstützt seit 2015 das ÖHV-Trainee Programm. Menschen in ihren individuellen Fähigkeiten zu stärken, das liegt dem Alpenresort Schwarz als Ausbildungsbetrieb am Herzen.

Durch klare Visionen und unermüdliches Engagement gelang es der Familie den Traum vom 5-Sterne-Alpenresort zu verwirklichen. Heute zählt die 32.000 m² umfassende Hotelanlage mit 168 Zimmern zu den exklusivsten Unterkünften in den Alpen. Darüber hinaus gehören das Golf- und À-la-carte-Restaurant Greenvieh, die Stöttlalm sowie das Biohotel Schweitzer zur Schwarz Company. Ob für innovative Mitarbeiterführung, als ausgezeichnete Lehrbetrieb oder das Engagement in Bezug auf Nachhaltigkeit und Umsetzung der SDG: Das Alpenresort wurde bereits mehrfach für seine besonderen Leistungen ausgezeichnet. Achtsamkeit, Begeisterung, Herzlichkeit, Ideenreichtum und Zielstrebigkeit sind im Unternehmen keine leeren Worthülsen, sondern werden von den Gästen gelebt. Durch das Angebot verschiedener Arbeitszeitmodelle wird individuell auf unterschiedliche Bedürfnisse und

Lebenssituationen eingegangen und der Mitarbeiter je nach Stärke in den verschiedenen Abteilungen eingesetzt.

Derzeit sind rund 350 Gastgeber und 25 Lehrlinge im Alpenresort Schwarz beschäftigt. Darüber hinaus gesellen sich laufend Praktikanten und auch ÖHV-Trainees zum Gastgeber-Team. „Durch das ÖHV-Trainee Programm wird jungen Menschen eine Ausbildung angeboten, die sehr nahe an der Arbeitswelt ist, ihnen in ihrem täglichen Tun im Unternehmen hilft und sie fachlich und persönlich weiterentwickelt. Sie können durch die vielfältigen Bereiche, in denen sie ausgebildet werden, ihre eigenen Stärken und Potenziale noch besser erkennen und ihren weiteren Arbeitsweg darauf abstimmen“, hebt Katharina Pirktl die Vorzüge des Ausbildungsprogramms hervor. „So unterschiedlich das Talent je-

des einzelnen ist, so facettenreich sind auch unsere Aus- und Weiterbildungsmöglichkeiten im Betrieb. Wesentlicher Teil des Unternehmenserfolges sind erfahrene Führungskräfte. Sie geben ihr Know-how mit großem Engagement an die Auszubildenden weiter“, erklärt Pirktl.

Die ineinandergreifende Zusammenarbeit mit den Mitarbeitern gilt als Schlüssel der ständigen Weiterentwicklung und des Unternehmenserfolges. „Das Gastgebersein ist unsere Leidenschaft und aus diesem Blickwinkel bilden wir auch unsere Jugend aus. Wir schöpfen aus der Fülle der Begabungen unserer Auszubildenden. Durch unsere Erfahrung sowie durch unser Engagement möchten wir den Grundstein für ein erfolgreiches Berufsleben setzen“, betont Pirktl.

◀ *Von Frida Baumgartner*



© Josef Göbel



Fotos: © Harald Eisenberger

Eine große Familie am Puls der Zeit

*„Den ÖHV-Trainees
stehen alle
Aufstiegsmöglichkeiten offen.“*

*Rebecca Penz,
Direktorin & Gastgeberin*

Das Almwellness Hotel Pierer 4-Sterne-Superior befindet sich im Herzen des Naturpark Almenland in der Steiermark. Der Ganzjahresbetrieb mit 180 Betten legt größten Wert auf zufriedene Mitarbeiter und ist seit 2020 Ausbildungspartner des ÖHV-Trainee Tourismuskollegs.

Das Hotel Pierer auf der Teichalm ist seit 1893 in Familienbesitz und wird heute in vierter Generation geführt. Aus dem damaligen 20-Betten-Betrieb ist mittlerweile ein überregional bekanntes 4-Sterne-Superior-Hotel geworden. Jeden Besucher in einer liebevollen und authentischen Atmosphäre zu empfangen und zu einem begeisterten Stammgast zu machen, ist eine Herzensangelegenheit für die Hoteliersfamilie. Zahlreiche Auszeichnungen bestärken die Familie in ihrem Weg. Die Auszeichnungen als „Health & Spa Premium Hotel“ und mit zwei Lilien des Relax Guides bestätigen die Positionierung des Hotels als eines der besten Wellnesshotels Österreichs. Als routiniertes Seminarhotel wurde das Hotel darüber hinaus mit vier Flipcharts von der Plattform „Tagen in Österreich“ geadelt. Die Küche ist mit einer Haube von Gault&Millau dekoriert, was für die Qualität des Almgenuss-Angebots

spricht. Darüber hinaus würdigt das Österreichische Umweltzeichen für Tourismus den schonenden Umgang der Familie mit der Umwelt.

Begeisterung, Qualität, Innovation, Zusammenhalt, Wertschätzung und Work-Life-Balance werden als zentrale Werte an die rund 130 Mitarbeiter, 12 Lehrlinge und auch die ÖHV-Trainees weitergegeben. „Die wesentlichen Vorteile des ÖHV-Trainee Programms sind, dass die Studierenden bereits eine Ahnung von der Gastronomie haben und alle Bereiche des Hotels kennen lernen. Durch die duale Ausbildung und die vielseitigen Einblicke in alle Abteilungen stehen den Absolventen alle Aufstiegsmöglichkeiten offen“, ist Direktorin Rebecca Penz überzeugt. Als erfahrene Gastgeberin weiß sie, dass hinter jedem zufriedenen Gast ein Team an motivierten Mitarbeitern steht. „Herzlichkeit

und Authentizität kombiniert mit höchster Dienstleistungsqualität bilden die Basis für die einmalige Atmosphäre in unserem familiengeführten Hotel. Innovation und Weiterentwicklung ist für uns selbstverständlich. Wir kombinieren Tradition und neue Trends und freuen uns über laufende innovative Erweiterungen unseres einzigartigen Refugiums auf der Alm. All das ist möglich, weil unsere Mitarbeiter diese Vision mit uns teilen und sie ihre Arbeit mit vollem Einsatz und großer Begeisterung erledigen“, erklärt die Hoteldirektorin. Belohnt wird das Engagement der Mitarbeiter mit einem besonderen Arbeitsplatz, zahlreichen Benefits und einem attraktiven Lebensraum. „Wir verstehen uns als große Familie und bilden eine gut funktionierende Gemeinschaft. Zufriedenheit und Ausgeglichenheit im Arbeitsleben sind uns ein besonderes Anliegen.“

◀ Von Frida Baumgartner



Aus der Branche für die Branche

„Das ÖHV-Trainee Tourismuskolleg bietet mit starken Partnern die beste Ausbildung im Tourismus!“

Alexander Ipp, CEO von IPP Hotels

Die Erfolgsgeschichte der familiär geführten, österreichischen Hotelgruppe IPP Hotels beginnt 1997 im Althof Retz. 25 Jahre später stehen drei Hotellinien, acht Hotels und das erfolgreiche ÖHV-Trainee Tourismuskolleg für den Innovationsgeist von ÖHV-Vizepräsident Alexander Ipp.

Eingebettet zwischen Weinbergen, 700 Jahre alten Burgmauern und der berühmten Windmühle von Retz liegt das Hotel Althof, wo die Idee zum ÖHV-Trainee Tourismuskolleg geboren wurde. Was einst als Burg Gründungspunkt der Stadt war, bietet heute als Landgut & SPA ein ideales Umfeld für Gäste und Gastgeber im Weinviertel. Der Althof Retz verfügt über 100 Zimmer in verschiedenen Kategorien, 10 Seminar- und Banketträume für bis zu 250 Personen, ein À-la-carte-Restaurant mit drei Bereichen, eine Vinothek und einen Heurigen. Durch Investitionen in den VinoSPA, einen 1.000 m² umfassenden Wellness-Bereich, konnte der Althof seine Stellung als Leitbetrieb im Weinviertel ausbauen und wurde mit einer Lilie im Relax Guide ausgezeichnet.

Die IPP Hotels setzen bei ihren 215 Mitarbeitern stark auf Mitarbeiterausbildung

und –bindung und vertreten dabei die Ansicht, dass ein Team immer nur so stark sein kann wie jedes einzelne Mitglied. Daher wird die persönliche Entwicklung jedes Einzelnen gefördert. „Ich bei Ipp“ lautet das IPP-Gastgeberprogramm und definiert die Grundlage der Lebensweise im Unternehmen. Dabei wird besonderes Augenmerk auf einen wertschätzenden Umgang miteinander gelegt. Die vier Säulen „Fühl dich“, „Gönn dir“, „Wachs mit“ und „Lern bei“ beschreiben die Schwerpunkte jener Wertewelt, die für jeden IPP-Gastgeber spürbar sein soll – im Bewusstsein, dass er auch selbst aktiv dazu beiträgt. „Nur so strahlen wir gemeinsam als herzliche Gastgeber für unsere Gäste – und nicht zuletzt für uns selbst: Aus Freude an unserer Arbeit, aus Leidenschaft zum gemeinsamen Weiterkommen“, ist Alexander Ipp, Inhaber der IPP Hotels überzeugt.

In den einzelnen Häusern werden nicht nur Lehrlinge ausgebildet, auch Schüler von Tourismusschulen absolvieren dort ihre Praktika und ÖHV-Trainees ihre On-the-job-Trainings. „Als Hotelunternehmer fühle ich mich seit jeher auch der Aus- und Weiterbildung von jungen Menschen als Nachwuchs für unsere Branche verpflichtet und empfinde das als eine wesentliche Grundlage für die Zukunft“, erzählt der Initiator des Tourismuskollegs am Semmering. „Das ÖHV-Trainee Programm ist eine Erfolgsgeschichte wie sie im Buche steht, aus der Branche für die Branche“, freut sich Ipp und bringt den Vorteil der Ausbildung auf den Punkt: „Das ist ganz klar die Dualität in Form einer harmonischen Abstimmung von theoretischem Unterricht auf hohem Niveau und Praxisblöcken in heimischen Top-Betrieben der Hotellerie.“

◀ Von Frida Baumgartner

Am Marktplatz trifft sich die Branche!

Rohstoffknappheit und Preiserhöhungen in allen Belangen dominieren unseren Geschäftsalltag. Der digitale Marktplatz von hotel & gastro style ist der perfekte Treffpunkt für Gastronomen, Hoteliers, Touristiker, aber auch Produzenten und Architekten sich direkt zu vernetzen.

Um sich online gut in der Branche zu präsentieren wurde der digitale Marktplatz ins Leben gerufen! Rund um die Uhr kann man sich hier umsehen und gute Kontakte knüpfen, sowie Neuheiten und Angebote entdecken.

Am Marktplatz (marktplatz.hotelstyle.at) finden Sie exklusive Branchen-Angebote von Ausstellern, die etwas Besonderes für Sie parat haben! Gekennzeichnet ist dieser Marktplatz-Bonus im Magazin mit dem QR-Code auf dem farbigen Sticker wie auch hier nebenan, der Sie direkt und bequem (Kamera vom Smartphone auf QR-Code halten) zum jeweiligen Marktstand führt. Reinklicken - es lohnt sich!

Täglich werden die Marktstände mehr, sie werden saisonbedingt wechseln und ein reges Treiben, wie man es von Märkten kennt, soll den hotelstyle-Marktplatz beleben. Schlendern Sie also in aller Ruhe zu einem stressfreien Zeitpunkt, ohne Sperrstunde, durch den Marktplatz und finden Sie Neuheiten von bereits bekannten Produzenten oder Innovatives von Start-Ups! Genießen Sie die individuelle und persönliche Beratung per Mail oder Telefon.

Bei Fragen zum Marktplatz und Details zu Ausstellerflächen zögern Sie nicht uns zu kontaktieren! Wir beraten Sie gerne in puncto redaktioneller wie kreativer Möglichkeiten in dieser virtuellen Welt.

In diesem Sinne finden Sie viele gute Geschäftskontakte beim Durchklicken des hotelstyle-Marktplatzes!



Hier geht's
zum Marktplatz





Ordercube GmbH



Hier geht's
zum Marktplatz



Hotel Riederalm



Hier geht's
zum Marktplatz



GASTGEBER
SCHULE
FÜR TOURISMUSBERUFE

GASCHT - Gastgeber Schule
für Tourismusberufe



Hier geht's
zum Marktplatz



Lichtgrün - Design&Photo



Hier geht's
zum Marktplatz



AMoore Bikeshop



Hier geht's
zum Marktplatz



Keramikwerksted



Hier geht's
zum Marktplatz



Brückenstüberl



Hier geht's
zum Marktplatz



Restaurant Dahoam



Hier geht's
zum Marktplatz



Domäne Wachau



Hier geht's
zum Marktplatz



IPP Hotels



Hier geht's zum Marktplatz



Tourismusschulen Semmering



Hier geht's zum Marktplatz



ÖHV-Trainee Tourismuskolleg



Hier geht's zum Marktplatz



Weingut Dveri Pax



Hier geht's zum Marktplatz



Schloss Kapfenstein



Hier geht's zum Marktplatz



Weingut Donabaum



Hier geht's zum Marktplatz



Alpenresort Schwarz



Hier geht's zum Marktplatz



Hotel Pierer



Hier geht's zum Marktplatz



Canvas



Hier geht's zum Marktplatz

gastro style

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE GASTRO- UND HOTELLENERIE UND GASTRONOMIE



„Seit meiner frühen Kindheit bin ich fasziniert von jeder Art Messer“



Einer für Bio.

Die Nr. 1 für Bio aus Österreich.

BIOGAST



Ihr Partner für kontrolliert biologische Lebensmittel:

- 4.400 Bio-Artikel aus Österreich
- 14.000 Bio-Artikel (Vollsortiment)
- 470 Lieferanten

Horst Moser

www.biogast.at



gastro style

Vom Regen in die Traufe 36
Trauriger Frühling für Hoteliers und Wirte

Lifestyle am Spieß 39
Grillrezepte vom Gasgrill

Nüchterne Wahrheiten 44
Alkoholfrei on Tour – nüchtern betrachtet

Wein und Stein 48
Fam. Winkler-Hermaden im Schloss Kapfenstein

Echte Botschafter 54
Himmlische Weine aus dem Stift Klosterneuburg

Buch.Bar 58



Impressum:

Medieninhaber und Herausgeber: hotel&gastro style Medien GmbH, Grenzgasse 111/7/2, A-2340 Maria Enzersdorf, T +43 (0)664 1000 503 | www.hotelstyle.at | **Chefredaktion:** Sonja G. Wasner, MBA (sonja.wasner@hotelstyle.at) | **Redaktion:** Kurt Guggenbichler (kurt.guggenbichler@hotelstyle.at), Robert K. Oberndorfer (robert.oberndorfer@hotelstyle.at), Frida Baumgartner (redaktion@hotelstyle.at) | **Mag. Katharina Baumhake** (gastrostyle@verlag.hotelstyle.at) | **Geschäftsleitung:** Sonja G. Wasner, MBA | **Grafik & Web:** Iris Schönauer (grafik@hotelstyle.at) | **Marketing & Sales:** Sabine Kreuzer, (ooe.marketing@hotelstyle.at), Eva Gschwendtner (noe.marketing@hotelstyle.at), Sabrina Pirolet (ktn.marketing@hotelstyle.at), Isabel Jarl, BBA (marktplatz@hotelstyle.at) | **Druck:** Bauer Medien Produktions- & Handels- GmbH | Die Redaktion haftet nicht für unaufgefordert eingesandte Manuskripte und Fotos. Berichte, die nicht von einem Mitglied der Redaktion gekennzeichnet sind, geben nicht unbedingt die Meinung der Redaktion wieder. Das Magazin und alle in ihm enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Mit ++ gekennzeichnete Beiträge und Fotos sind entgeltliche Einschaltungen. | **Bilder:** Titelseite hotel style – © hotel&gastro style, Sonja G. Wasner | Titelseite gastro style – © Winkler-Hermaden | **Bilder** wenn nicht anders angegeben – © www.pixabay.com | **Abonnements:** Jahresabonnement (6 Hefte): € 86,- / Ausland: € 106,-; (Das Abonnement verlängert sich automatisch, sofern nicht mind. 6 Wochen vor Erscheinen der letzten Ausgabe eine schriftliche Kündigung bei uns einlangt.) | Einzelheftpreis: € 15,- / Ausland: € 16,50,- | UID-Nr. ATU75225169, DVR 0947 270; FN 527690s Bankverbindung: Sparkasse OÖ, IBAN: AT49 2032 0321 0052 6397, BIC: ASPKAT2LXXX



Vom **Regen** in die **Traufe**

Trauriger Frühling für Hoteliers und Wirte

Durch das Abflauen der Pandemie hatten Wirte und Hoteliers wieder auf florierende Geschäfte gehofft. Der Nachholeffekt in der Branche ist bekanntlich groß. Doch wegen der steigenden Energie- und Lebensmittelpreise dürfte aus dem Aufschwung so schnell nichts werden.

Wenn Gaststätten und Beherbergungsbetriebe den Nach-Corona-Aufschwung jetzt nicht schaffen, werden sie vermutlich pleitegehen, befürchtet Wolfgang Gröller von den Salzkammergutwirten. Für ihn ist dies eine natürliche Auslese, die es immer schon gegeben habe. Zweifellos hätten die Lockdowns für viele Wirte und Hoteliers die Lage in den letzten zwei Jahren verschärft. Viele unserer Betriebe leiden unter den steigenden Lebensmittelpreisen und auch Lieferengpässen bei bestimmten Lebensmitteln, betont WKO-Gastronomieobmann Mario Pulker. Zudem würden sich die inflationsbedingten Einbußen bei den verfügbaren Einkommen nachteilig auf das Gastronomiegeschäft auswirken. Nun mache uns auch noch der Ukraine-Krieg einen Strich durch die Rechnung, sagt WKO-Tourismusobmann Robert Seeber. Er befürchtet, dass die mit den Preiserhöhungen konfrontierten Betriebe diese zum Teil an die Gäste weitergeben werden.

Auch ein erfahrener Gastronom wie Wolfgang Gröller, der weiß wie der Hase läuft, staunte nach einem Restaurantbesuch bei einem Kollegen über die ihm überreichte Rechnung, die 216 Euro aus-

machte. „Dabei haben wir nur drei Gerichte, ein bisschen Salat und einen ganz normalen Wein konsumiert“, wunderte sich der Traunkirchner „Bootshaus“-Patron noch Tage danach. Vermutlich hatte sein Kollege keine andere Wahl gehabt, als aufgrund der allgemeinen Lage die Preise ebenfalls zu erhöhen. „Viele kleine Gasthäuser werden wohl wegbrechen“, sinniert Gröller, der allen „Wackelkandidaten“ daher schleunigst zur Umorientierung rät, vorausgesetzt natürlich, dass dies auch möglich ist.

Gröller selbst hat bei seinem Betrieb die Umorientierung in vorausschauender Weise schon vor elf Jahren vorgenommen und Hotel und Restaurant erfolgreich ins gehobene Gastro-Segment gehievt. Wer von den Wirtshäusern alter Prägung die Flucht nach vorne aber nicht schafft, erläutert er, der sollte sich eine Nische suchen, in der er als Gastronom besser über die Runden komme. Als Familienbetrieb, in dem sowohl der Mann als auch die Frau im Wirtshaus arbeiten, das im Idealfall auch noch in ihrem Besitz ist, habe man gute Chancen auch in Zukunft bestehen zu können, wenn sie koche und er sich um den Service kümmere (auch gern umgekehrt), sagen Experten.

Problematisch wird's, wenn Personal eingestellt und bezahlt werden muss. „Eine vier Tage Woche für Mitarbeiter, die am Tag nur zehn Stunden arbeiten dürfen, muss man sich erst leisten können“, gibt Gröller zu bedenken. Nicht nur er räsoniert häufig darüber, ob Dienstleistung heute überhaupt noch leistbar ist. Die konkrete Frage dazu beantwortet er zwar mit „Ja“, sagt aber auch, dass es immer schwieriger wird. Seiner Ansicht nach ist die Politik gefordert. „Die Lohnnebenkosten sind zu hoch, der Bürokratismus groß“, kritisiert er und auch Kollegen von Gröller klagen: Die Wirte sind die Melkkühe der Nation. Natürlich gebe es auch noch schwarze Schafe in seiner Branche, verhehlt Gröller nicht, wenn auch bei weitem nicht mehr so viele wie früher.

Diese aber hätten leider das Image der Gastronomie beschädigt und vielen potenziellen Dienstleistern die Arbeit im Dienstleistungsgewerbe verleidet, sagen unisono die anständigen Wirte, die heute oft Mühe haben, Personal zu rekrutieren. Einer neuen Studie zufolge betrifft dies aber nicht nur die Gastronomie, sondern zwei Drittel aller Unternehmen in Österreich. „Unternehmen müssen sich heute bei Talenten bewerben, nicht umgekehrt“, sagen Experten, die genau wissen, was die Mitarbeiter wollen – auch in der Gastronomie: Jobsicherheit, flexiblere Arbeitszeiten und eine bessere Work-Life-Balance. Das weiß auch Sophie Schick vom Boutique-Hotel Hauser in Wels. Für viele seien die Arbeitszeiten ein triftiger Grund die Branche zu verlassen, erläutert die Chefin, manchmal sei es auch das Gehalt. Gehaltserhöhungen für ihre Angestellten waren für Sophie Schick nicht machbar, doch die Arbeitszeit für ihre Mitarbeiter konnte sie ohne finanzielle Einbußen für ihre Leute durch die Einführung einer Viertagewoche verkürzen. Damit traf sie voll ins Schwarze, ihr Personal ist begeistert. Darunter auch Mukaddes Dagci, die seit sechs Jahren im Betrieb arbeitet, und die schwärmt: Durch die neue Regelung hätten sie nun oft sechs Tage durchgehend frei, was so viel wie ein kleiner Kurzurlaub sei.

Dass man Mitarbeiter heute pfleglich behandeln muss, weiß auch Wolfgang Gröller, der für seine Angestellten sogar ein eigenes Mitarbeiterhaus organisierte, um sie besser an den Betrieb binden zu können. Davon können die Wirte kleiner Gaststätten, die schon vor 2020 darbtten, sich mit der Corona-Hilfe aber noch ins Jahr 2022 gerettet haben, nur träumen. Doch diese Fälle, so bedauernswürdig sie auch sein mögen, werden sich nach Ansicht von Experten in der nächsten Zeit von selbst erledigen, zumal es auch keine Förderungen mehr geben soll.

Dies dürfe aber nicht passieren, sagt Seeber und verlangt, dass die Politik helfen und gegensteuern müsse. Denn nicht nur die kleinen maroden Gaststätten sind von der Pleite bedroht, unter Druck stünden auch die großen Tourismusbetriebe, die über energieintensive Thermen oder Großküchen mit Kühlräumen verfügen. Für diese bedarf es gezielter Entlastungsmaßnahmen, betont Seeber, der eine Senkung der Mineralölsteuer anregt und einen Energiekosten-Zuschuss fordert. „Auch eine beschleunigte Umsetzung von Maßnahmen der ökosozialen Steuerreform sollte angedacht werden, zudem könnte auch die Wiedereinführung des Investitionsfreibetrags vorgezogen werden.“ Irgendetwas müsse geschehen, und zwar schnell, sagen auch die Betroffenen und plädieren für rasche Entlastung wie auch WKO-Hotelierefrau Susanne Kraus-Winkler. Ihrer Ansicht nach sollte man die Lohnnebenkosten für Betriebe senken, diesen aber auch Steuer-gutschriften gewähren.

◀ *Von Kurt Guggenbichler*

Tom Weber
Gastrocoach

STIMME ZUR GASTRO



Qualität hat ihren Preis

Wirtshaus ist keine Lieferservice-Sättigung, sondern Genussgastronomie. Wirtshaus ist auch keine Kantine und kein schneller Döner von nebenan. Im Wirtshaus geht's um mehr als das. Ich höre fast schon im Dauergejammer, die Gastronomie sei gerade am Land vom Aussterben bedroht. Auch die Restaurants in den Städten jammern. Wenn man diesen Pessimisten glauben will, liegt die Qualitätsgastronomie in ihren letzten Zügen.

Das wahre Problem der Branche sehe ich zum Teil in der Ideenlosigkeit begraben, die so manche Spezialisten innehaben. Wir müssen uns dringendst vom Billig-Angebot wegbewegen und uns auf Qualität und Service fokussieren. Ins Wirtshaus geht man in erster Linie nicht, um einfach nur satt zu werden. Wenn das der einzige Anspruch wäre, dann würde es uns schon lange nicht mehr geben. Unsere Wirtshäuser sind vor allem Begegnungsorten mit einem gewissen Erlebnisfaktor und wertefreie Räume mit entspannter Atmosphäre. Gibt's kein Wirtshaus, dann gibt's auch keine Möglichkeit für formale Businessunterhaltungen, von romantischen Dates ganz zu schweigen. Im Fast Food Restaurant wird man sich ja wohl kaum dafür zusammensetzen.

Und auch sonst kann Junkfood und Lieferservice höchstens einen kleinen Bruchteil davon ersetzen. Allein was die Qualität des Essens betrifft, liegen Welten dazwischen. Wer sich auch nur ein bisschen um den Geschmack und die Ästhetik seines Essens schert, wird sich sowieso niemals ein Wiener Schnitzel im Lieferservice bestellen. Generell wird sich jetzt so langsam die Spreu vom Weizen trennen. Wer Wert auf sein Essen legt, muss für qualitativ hochwertiges in Zukunft auch fair zu zahlen bereit sein. Denn Qualität ist eine Lebenseinstellung, die ihren Preis hat. Der Gast wird durchaus weniger ins Wirtshaus gehen, dafür dann umso bewusster, mit hohem Qualitätsstandard und ausgezeichnetem Service. Gastronomie ist eben Luxus den man sich leisten wollen muss.

Diese reformierte Gastronomie löst dann auch die Personalnot im ganzen Tourismussektor, wenn man das Personal erstmals angemessen bezahlen kann. An der Stelle ist Geiz nämlich nicht geil, sondern einfach nur hungrig. Man braucht heute nicht mehr zu glauben, dass man von einem Spitzenkoch mit dem Lohn eines Tellerwäschers Höchstleistung erwarten darf. Und deswegen nochmal in aller Deutlichkeit: Wirtshäuser sind nicht am Sterben! Aber es wird Veränderungen geben und die sind nun einmal qualitativer, personeller und finanzieller Natur.

Über den Dächern von Wien



Egal ob unter Tags, zum Relaxen nach einer Shoppingtour, als Afterwork-Treffpunkt oder als Einstieg in den Abend, der Organics Sky Garden ist ab 19. Mai 2022 wieder Wiens Hotspot des Sommers.

Nach dem Erfolg der letzten drei Jahre, kehrt die angesagte Pop-Up-Location, 2022 bereits zum vierten Mal zurück nach Wien. Gemeinsam mit Joachim Bankel und seinem Team verwandelt Organics by Red Bull die Dachterrasse der Hypo NÖ Landesbank in eine Oase mit entspannter Atmosphäre und einem Angebot an erfrischenden Drinks.

Eingebettet in die Skyline am Hohen Markt, auf knapp 400 Quadratmeter Fläche erscheint der Sky Garden heuer in neuem Gewand. Ein Design-Refreshment und die Offenheit des Gastbereiches komplimentieren den atemberaubenden Ausblick über die Wiener Innenstadt mit dem Stephansdom als absolutes Highlight. Das bekannt gut eingespielte Bar-Team serviert weltmeisterliche Kreationen, Klassiker der Bar-Szene und trendige Spritz-Varianten. Eine kleine Variation an Bowls by NANA7 runden das kulinarische Angebot ab und machen den Sky Garden perfekt für Afterwork-Treffen und genussvolle Sommerabende gleichermaßen. Hospitality in Perfektion sorgt für ein einzigartiges Genusserlebnis bei gewohnt hohem Qualitätsanspruch.

Organics by Red Bull ist eine Premium-Produktlinie mit Bio-Erfrischungsgetränken, die mit Simply Cola, Bitter Lemon, Ginger Ale, Tonic Water, Viva Mate, Black Orange, Purple Berry und Ginger Beer mittlerweile acht Sorten umfasst. Neben der klassischen 250ml Dose präsentiert sich Organics by Red Bull auch im Flaschendesign für die Gastronomie. Die elegante Haptik ist ein modernes Update klassischer Limonadenflaschen und punkten auch durch ihre ausdrucksstarken Farben. Durch ihre einzigartige Optik unterscheiden sich die kohlen säurehaltigen Getränke ganz klar von der legendären Red Bull Energy Drink Produktlinie.

Joachim Bankel, über die bevorstehende Eröffnung: „Ich und mein Team freuen uns, dieses Jahr erneut ab Mai ein fulminantes Opening feiern zu dürfen. Ab da heißt es dann hinein in den Lift und ab auf die schönste Dachterrasse Wiens! Denn nur hier kann man die Brise der Leichtigkeit mit erfrischenden Cocktails genießen!“ Ab dem 19. Mai 2022 um 17:00 Uhr stehen die Türen der Wiener Pop-Up-Location in der Wipplingerstraße 2, für alle Gäste bis Ende August wieder offen!

◀ *Von Sonja G. Wasner*

Lifestyle am Spieß

Sobald die Sonne vom Himmel lacht und mit ihren Strahlen auch die schattigsten Winkel erwärmt, schwärmen die Kochprofis des Landes, wie etwa Jürgen Gschwendtner, Küchendirektor im Grand Ferdinand in Wien, zum Grillen ins Freie hinaus. Denn Grillen ist heute längst keine spießige Freizeitbeschäftigung mehr, sondern ein kultiger Kochstil mit hohem Genussfaktor für die Gäste.

Beim Grillen gehe es nämlich um sehr viel mehr als um die bloße Essenszubereitung, will Petra Postl, eine diplomierte Fleischsommelière – so was gibt es mittlerweile auch – herausgefunden haben: „Es geht um Lifestyle, Kultur und Kulinarik.“ Kultur und Kulinarik leuchten ein und bei Ersterem kann es sich nur um die hohe Kunst des Fleischröstens handeln, was knapp die Hälfte der Österreicher und mittlerweile auch viele Küchenchefs gerne bei schönem Wetter tun. Um wetterunabhängig dem Grillen zu frönen, haben viele Wirte ihre Grillstätte überdacht.

Lassen Sie uns kurz auf die Grill-Vorlieben der Gäste blicken: Jeder fünfte Österreicher hält sich für einen leidenschaftlichen Griller und diese erklärten „Jünger des Rostes“ sind größtenteils bei der Zubereitung des Grillgutes sehr experimentierfreudig, wie eine Befragung ergab. Allerdings haben es die Aufgeschlossenen gern unkompliziert, vor allem beim Würzen. Da greifen die Grillmeister gern auf eigene Kreationen zurück.

Das Marinieren des Grillgutes mit Öl zählt zu der beliebtesten Würzmethoden. Doch Dominik Mattes, Marketing- und Innovationsdirektor eines Gewürzproduzenten weiß, dass die Österreicher beim Grillen zusehends experimentierfreudiger werden. Immerhin verwenden der Umfrage zufolge neun von zehn Österreichern schon eine Vielfalt an Gewürzen und legen auch schon mal Süßes zum Grillen auf den Rost – aber das scheint noch eher selten zu sein. In den Profiküchen ist das schon etwas anders – hier wird im Sommer das Grillfest mit exotischem Grillgut für den Gast zum Geschmackserlebnis der besonderen Art.

Grillspieße sind hier ein wahrer Fingerfood-Klassiker, um bunte Vielfalt und köstliche Abwechslung auf die Teller zu zaubern. Denn das Auge isst schließlich mit!

Aber Spieße sind nicht gleich Spieße. Ein ganzes Hähnchen, das auf dem Drehspieß goldbraun brutzelt oder kleine, raffinierte Rezepte mit Garnelen, Gemüse oder auch Obst – die Möglichkeiten, auf dem Grill wahre Geschmacksexplosionen zu schaffen, sind endlos. In der neuen „Weber´s Gasgrillbibel“ wird man kulinarische Wunder finden!

◀ Von Sonja G. Wasner



Küchendirektor Jürgen Gschwendtner
beim Anrichten des Gegrillten

Mit diesen raffinierten Spießern aus Weber´s Gasgrillbibel ist der sommerliche Grillgenuss garantiert:

Hähnchenfilets im Cornflakes-Mantel

Die kleinen Hähnchenfilets auf Bambus- oder Holzspießern sehen in ihrem knusprig-goldbraunen Cornflakes-Mantel nicht nur unglaublich köstlich aus, sie sind von innen auch noch saftig zart.

Marshmallow-Frucht-Spieße

Marshmallows vom Grill sind nicht nur für die Kleinen ein Highlight, denn sie erinnern an lange Sommer-Abende am Lagerfeuer. Gemischte Früchte zaubern ein herrlich einfaches Dessert.

Garnelenspieße mit Wassermelonen-Gazpacho

Mit Sesam und Curry verfeinerte Black Tiger Riesengarnelen und eine fruchtige Melonen-Gazpacho bringen Abwechslung auf den Grill und beweisen, dass man mediterrane und asiatische Geschmäcker wunderbar kombinieren kann.

Fruchtige Filet-Melonen-Spieße

Obst nur zum Dessert? Von wegen! Orange, Melone, Ingwer und Minze sorgen bei dieser Spieße-Variante für das Gefühl exotischer Paradies-Stimmung.

[Hier geht's zu den Rezepten](#) →



Fotos: © Weber's Gasgrillbibel

Hähnchenfilets im Cornflakesmantel

ZUTATEN

Hähnchenfilets

8-12 Hähnchen-Innenfilets
 Abrieb und Saft von ½ Bio-Orange
 4 EL Sojasauce
 Schwarzer Pfeffer aus der Mühle
 4 EL Mehl

2 Eier (M)
 2 Handvoll Cornflakes (ungesüßt)
 3-4 EL Öl

Coleslaw

½ Weißkohl (ca. 800 g)
 1 Möhre
 1 kleine Zwiebel

2 EL Aceto balsamico bianco
 4 EL Honig
 1 TL Senf
 100 g Mayonnaise (s. Tipp)
 Feines Meersalz
 25 g glatte Petersilie

ZUBEREITUNG

Den Grill für direkte mittlere bis starke Hitze (180–220 °C) vorbereiten. Die Plancha bei geschlossenem Deckel 12–15 Min. vorheizen ✕ Die Sehne der Innenfilets entfernen. In einer Schüssel Abrieb und Saft der Orange mit Sojasauce verrühren und kräftig mit Pfeffer würzen. Die Filets hineinlegen und abgedeckt im Kühlschrank ca. 10 Min. marinieren. ✕ Inzwischen für den Coleslaw den Kohl putzen und vom Strunk befreien. Den Kohl waschen, trocken tupfen und in sehr feine Streifen schneiden oder hobeln. Die Möhre schälen und ebenfalls in feine Streifen schneiden oder hobeln. Zwiebel schälen und fein würfeln. ✕ In einer großen Schüssel den Essig mit Honig, Senf, Mayonnaise und Buttermilch verrühren und kräftig mit Meersalz und Pfeffer würzen. Kohl- und Möhrenstreifen dazugeben und einige Minuten mit den Händen durchkneten, damit sie etwas weicher werden. Abgedeckt ca. 10 Min. ziehen lassen. Petersilienblätter abzupfen und grob hacken. ✕ Die Innenfilets aus der Marinade nehmen und trocken tupfen. Das Mehl in eine Schüssel geben, die Eier verquirlen und die Cornflakes fein zerbröseln. Die Filets zuerst im Mehl wenden, dann durch die verquirlten Eier ziehen und zum Schluss in den Cornflakes wälzen. Die panierten Filets der Länge nach auf die Spieße stecken. ✕ Das Öl vorsichtig auf der heißen Plancha verteilen und die Filet-Spieße auf der Plancha bei geschlossenem Deckel 6–8 Min. grillen, dabei ein bis zweimal wenden, bis die Kerntemperatur des Hähnchenfleisches 78–80 °C beträgt. Die Spieße vom Grill nehmen und 3–5 Min. ruhen lassen. ✕ Den Coleslaw auf die Teller verteilen und mit der gehackten Petersilie bestreuen. Die Filet-Spieße jeweils neben dem Coleslaw anrichten und mit Meersalz abschmecken.

Marshmallow Frucht-Spieße

ZUTATEN

600g gemischte Früchte (z.B. Ananas, Pflaumen, Aprikosen, Pfirsiche, Bananen, Erdbeeren) Ca. 24 Marshmallows
 1-2 EL Öl zum Bepinseln
 4 EL Honig
 1-2 EL feingeriebene Schokolade

ZUBEREITUNG

Den Grill für direkte starke bis sehr starke Hitze (280-300 °C) vorbereiten. ✕ Die Früchte je nach Sorte putzen und vorbereiten, anschließend in 2 cm große Stücke schneiden. ✕ Fruchtstücke abwechselnd mit den Marshmallows auf die Spieße stecken und die Spieße rundherum mit Öl einpinseln. ✕ Die Marshmallow-Frucht Spieße über direkter Hitze bei geöffnetem Deckel 4-5 Minuten auf Sicht grillen, dabei einmal wenden. ✕ Vom Grill nehmen und auf Tellern anrichten. Mit Honig beträufeln, mit geriebener Schokolade bestreuen und servieren.



Unsere Sorgfalt. Unser Siegel.



WERTSCHÄTZUNG

DAS FLEISCH UNSERER **SELEKTIERTEN**, MIT DEM AMA-GÜTESIEGEL AUSGEZEICHNETEN CULT-BEEF KALBINNEN HAT KONTROLLIERTE **QUALITÄT** – DARAUF SIND WIR STOLZ. DOCH ZUR VOLLEN KULINARISCHEN ENTFALTUNG FINDET ES ERST DURCH IHRE LEIDENSCHAFT FÜRS **HANDWERK**, IHRE **KREATIVITÄT** UND IHRE **KOCHKUNST**.

WWW.CULTBEEF.AT/AMA-GUETESIEGEL

CULT
BEEF
 SELECT

Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
 Landwirtschaft, Regionen
 und Tourismus

LE 14-20
 Entwicklung für ein ländliches Europa

Europäischer
 Landwirtschaftsfonds für
 die Entwicklung des
 ländlichen Raums:
 Hier investiert Europa in
 die ländlichen Gebiete.





Garnelenspieße mit Wassermelonen-Gazpacho

ZUTATEN

Marinade

1 kleine Knoblauchzehe
1 wallnussgroßes Stück Ingwer
1 rote Paprika
½ TL rote Currypaste
Saft von ½ Bio-Zitrone
1 EL Ponzu (Sojasauce mit

Zitrusaroma)
4 EL Sesamöl (ungeröstet)
4 rohe XXL Black Tiger
Riesengarnelen mit Schale (ohne
Kopf und entdarmt) oder 8-12 Black
Tiger Garnelen (Größe 8/12)

Gazpacho

1 kleine Wassermelone (800 g-1 kg)

1 wallnussgroßes Stück Ingwer
1 rote Peperoni
1 EL brauner Rohrzucker
Saft von ½ Zitrone
Meersalz
3-4 EL Olivenöl

Einige Stängel Koriandergrün

ZUBEREITUNG

Für die Marinade Knoblauch und Ingwer schälen und fein würfeln. Peperoni längs halbieren, Kerne entfernen und ebenfalls fein würfeln. Die Zutaten mit Currypaste, Zitronensaft, Ponzu und Sesamöl in einer ausreichend großen Schüssel verrühren. ✗ Den Grill für direkte mittlere bis starke Hitze (200–220 °C) vorbereiten. ✗ Die Schalen der Garnelen jeweils leicht anheben und etwas Marinade darunter verteilen. Die Garnelen in die restliche Marinade legen und abgedeckt im Kühlschrank ca. 15 Min. marinieren. ✗ Während die Garnelen marinieren, für den Gazpacho den Boden der Wassermelone leicht begradigen, ohne das Fruchtfleisch zu verletzen. Danach oben einen 3–4 cm dicken Deckel abschneiden. Den Deckel mit einem Löffel aushöhlen und das Fruchtfleisch in 1 cm große Würfel schneiden. Anschließend die Melone komplett aushöhlen. ✗ Ein Drittel des Fruchtfleisches in Würfel schneiden, den Rest mit einem Mixstab glatt pürieren. Ingwer schälen und fein würfeln. Peperoni längs halbieren, entkernen und ebenfalls fein würfeln. Pürierte Wassermelone mit Ingwer, Peperoni, Rohrzucker, Zitronensaft, Meersalz nach Geschmack und Olivenöl verrühren. Koriander zupfen, fein schneiden und zu den Melonenwürfeln geben. ✗ Überschüssige Marinade von den Garnelen abstreifen und die Garnelen mittig auf die Spieße stecken. ✗ Die Garnelenspieße über direkter Hitze bei geschlossenem Deckel 6–8 Min. grillen, dabei einmal wenden. ✗ Die ausgehöhlte Wassermelone mit dem Gazpacho füllen, die Melonenwürfel samt Koriander darin verteilen und nach Belieben mit einigen Stängeln Koriandergrün garnieren. Die heißen Garnelenspieße mit dem kalten Gazpacho in der Wassermelone servieren.

Fruchtige Filet-Melonen-Spieße

ZUTATEN

Fleisch

600 g Schweinefilet, küchenfertig ohne Fett und Sehnen
Abrieb und Saft von 1 Bio-Orange
1 TL geriebener Ingwer
2-3 EL Sojasauce
1 TL Honig
½ TL feines Meersalz plus Salz für die Spieße
schwarzer Pfeffer aus der Mühle
2-3 EL Öl

Melone

¼ Galia-Melone
½ Cantaloupe-Melone
einige Minzblättchen
süß-scharfe
Mangosauce
(nach Belieben)



ZUBEREITUNG

Das Schweinefilet in 2-3 cm dicke Scheiben schneiden. ✗ Für die Marinade in einer kleinen Schüssel Abrieb und Saft der Orange mit geriebenem Ingwer, Sojasauce und Honig verrühren und mit ½ TL Meersalz und nach Geschmack mit schwarzem Pfeffer würzen. ✗ In einer großen Schüssel das Fleisch mit der Marinade vermengen und abgedeckt im Kühlschrank 30 Min. marinieren. ✗ Die Melonen mit einem Messer rundherum schälen, die Kerne mit einem Löffel entfernen und das Fruchtfleisch in 2 cm breite und 5 cm lange Spalten schneiden. ✗ Den Grill für direkte mittlere bis starke Hitze (200-220 °C) vorbereiten. ✗ Das Fleisch aus der Marinade nehmen (übrige Marinade aufbewahren) und leicht trocken tupfen. Abwechselnd Fleisch und Melonenspalten auf die Doppelspieße stecken. Die Spieße rundherum mit Öl einpinseln und mit Salz würzen. ✗ Über direkter Hitze bei geschlossenem Deckel 8-10 Min. grillen, dabei einmal wenden, bis die Kerntemperatur des Fleisches 58-62 °C beträgt. Nach dem Wenden mit der übrigen Marinade einpinseln und mit Pfeffer würzen. ✗ Vom Grill nehmen und 3-5 Min. ruhen lassen. Mit gezupfter Minze bestreut warm servieren und nach Belieben die Mangosauce dazu reichen.

Rezepte – Quelle: Weber's Gasgrillbibel

BRAUUNION.PLUS

DER PARTNER FÜR PROFIS



Direkt einsteigen auf shop.brauunionplus.at oder mit der App für iOS und Android.



JETZT RUND UM DIE UHR ONLINE BESTELLEN!



Nüchterne Wahrheiten

Daniel Schellander, Master of Bartending, Wine & Spirits IBA und Mitorganisator der ersten Wörthersee Bartender's Challenge, sorgt für liquide Kompositionen, schluckstarke Informationen und nüchterne Wahrheiten. Mit dem Angebot von Non-Alcoholic Drinks beweist er Mut zur Nische.



Warum sollen Bar-Gäste, die keinen Alkohol trinken, einfachere oder schlechtere Drinks bekommen als Gäste, die alkoholische Drinks bevorzugen? Diese Frage stellte sich der Bartender Daniel Schellander schon seit längerem. So ist es wenig überraschend, dass er in der 151 Bistro Bar in Klagenfurt am Wörthersee seit 2019 seine Gäste regelmäßig mit Drinks mit und ohne Pro-mille sowie unterhaltsamen Darbietungen bei Glas und Laune hält.

Um sich sein Wirtschaftsstudium zu finanzieren, jobbte er regelmäßig in der Gastronomie und wurde so allmählich mit der Barszene vertraut. Auch der Film „Cocktail“ mit Tom Cruise habe bei ihm die Lust am Mixen geweckt. Ab dem Zeitpunkt, wo er die Barbibel von Charles Schumann in die Hände bekam, verschrieb er sich voll und ganz der Mixologie.

Nach zwei „geschüttelt und gerührt“ Jahren in der Cantina Salud Klagenfurt am Wörthersee war es für ihn nur logischer Schluss, 2019 die Barkeeper Ausbildung für Barmixer und Bartender an der staatlich anerkannten Barschule in Rostock zu machen. Seither trägt der sympathische Klagenfurter den Titel „Master of Bartending, Wine and Spirits IBA“.

Fließender Fortschritt

„Ich habe ein Betätigungsfeld gesucht, um mich kreativ ausleben zu können und bekam in der 151 Bistro Bar die Möglichkeit, eine eigene Karte zu kreieren“, freut sich der Cocktailkünstler, der in der Szene als „MisterSwizzle“ und „Rhumellier“ bekannt ist. Gerade in der Barwelt sei es immer wichtiger, Akzente zu setzen und individuelle Konzepte zu entwickeln. Dabei ist es ihm ein großes Anliegen, mit einem ausgewogenen Potpourri an kreativen und aussagekräftigen Drinks aufwarten zu können. „Das Qualitätsbewusstsein nimmt bei den Gästen immer mehr zu“, merkt Schellander an. Auch Zuckerreduktion und Art der Süßungsmittel seien wichtige Themen bei der Cocktailzubereitung. Der versierte Barkeeper sieht überdies einen Trend hin zu No- und Low-Abv-Drinks, also zu alkoholfreien und leichten Drinks.

Schellander schwimmt mit seiner Affinität zu Non-Alcoholic Drinks noch gegen den Strom und verfolgt dabei seinen eigenen Stil. Mit Geschmack und klar definierten Zutaten gelingt es dem passionierten Bartender, Non-Alcoholic Drinks zu kreieren, die selbst klassische Cocktail-Trinker in alkoholfreie Sphären bringen. „Der Before-Dinner Drink ‚Piemontano‘, ein alkoholfreier Twist ▶



Auch das alkoholfreie Mixen will gelernt sein. Bei den Ingredienzien schöpft Schellander aus dem Vollen: Gekonnt kombiniert er selbst gemachte Extrakte, Säfte, Gewürze und Kräuter, um Raffinesse in die alkoholfreien Drinks zu bringen. Wenn man die Zubereitung von Non-Alcoholic Drinks mit genauso viel Perfektion, Passion und Professionalität durchführe wie von klassischen Kreationen, habe diese liquide Sparte enormes Potenzial.

Geboten wird demnach auch im alkoholfreien Sektor spannungsvolle Harmonie, die kunstvoll in den Gläsern inszeniert wird. „Mit den richtigen Zutaten funktionieren Gin Drinks, wie Gin Basil Smash, Bee's Knees oder auch der Cosmopolitan sehr gut“, lässt Schellander wissen.

100 Prozent Geschmack

Längst gibt es ein verstärktes Angebot an No- und Low-Abv-Drinks, die mit der picksüßen Assoziation von Mocktails nichts mehr gemein haben. Das Spektrum an antialkoholischen Destillaten, Likören und Bieren habe sich erweitert, die Qualität sei durch die erhöhte Nachfrage gestiegen. „Ich habe in den letzten Jahren schon einige Erfahrung mit alkoholfreien Destillaten gesammelt, die teilweise sehr gut, teilweise aber noch ausbaufähig waren“, plaudert Schellander aus dem Nähkästchen. „Non-Alcoholic Destillate, welche dem Gin ähnlich sind, ebenso wie alkoholfreie Aperitifs sind in der ‚Sober Bar‘ aktuell besonders beliebt.“

Um einen aussagekräftigen und lang anhaltenden Geschmack sowie Aroma im alkoholfreien Drink erzeugen zu können, brauche es antialkoholische Destillate und Essenzen in Verbindung mit Fingerspitzengefühl und einer guten Sensorik. Bei der Herstellung von frischen Säften setzt der feinsinnige Mixologe auf einen Slow Juicer, um 100 Prozent Geschmack, Aroma und Farbe zu gewinnen.

eines Negroni, sowie mein Tiki Drink ‚Mana Mana‘, bestehend aus Limette, Kokos, Pitaya, Pink Guave und Ananas, sind bei unseren Gästen sehr beliebt“, verrät Schellander. Seine Drinks überraschen durch unverwechselbare Aromen, die mitunter auch durch spezielle Küchentechniken hervorgebracht werden: „Ich hole mir sehr viel Inspiration aus der Küche bzw. von Köchen“, erzählt der experimentierfreudige Mixologe. Auch Methoden aus der Molekularküche werden eingesetzt, seien aber aufgrund der Zeitintensität im Tagesgeschäft schwer umsetzbar. „Was hilft der feinste Drink in effektvollster Inszenierung, wenn man als Gast ewig darauf warten muss?“

Perfektion, Passion & Professionalität

Das Verkaufspotenzial für alkoholfreie Drinks nehme kontinuierlich zu, was Schellander zum einen auf das Verantwortungsbewusstsein seiner mobilisierten Gäste zurückführt, andererseits sei das Gesundheitsbewusstsein der heutigen Fitnessgeneration deutlich gestiegen. „Es gibt nicht den ‚typischen‘ Bar-Besucher, der nach alkoholfreien Drinks fragt“, meint der Mann am Tresen. „Wenn die Qualität des Drinks stimmt, ist der Gast auch bereit, annähernd denselben Preis zu bezahlen wie für einen ‚alkoholischen‘ Drink.“ Durch ein stimmiges Angebot an alkoholfreien Drinks in der Karte und durch den Einsatz qualitativ hochwertiger alkoholfreier Destillate und Liköre, Säfte und Limonaden ließe sich der Umsatz im Non-Alcoholic Bereich steigern.

Auch die Einsatzmöglichkeiten von Gewürzen, Wildkräutern und Blüten seien breit gefächert, denn sobald man diese in Alkohol einlegt, setzen diese ihren intensiven Geschmack frei, wodurch kraftvolle Aromen im Drink erzeugt werden können. „Diese Punkte werden bei klassischen Drinks für gewöhnlich durch den Einsatz vom Aromaträger Alkohol erreicht“, merkt Schellander an. Spirituosen brächten für gewöhnlich Kraft, Körper und Intensität in die Komposition mit ein und bildeten das Rückgrat der Drinks. Darüber hinaus könne alkoholfreies Bier als Basiszutat für einen selbstgemachten Sirup, Cordial oder Shrub eingesetzt werden oder als Komponente in einem prickelnden Drink neue Akzente setzen. „Ich würde es in Kombination mit Lyre's Malt Destillat, Zitrone und Ginger Beer einsetzen oder als Zutat in einer alkoholfreien Michilada.“

Let's get fizzy!

Der Master of Bartending lässt seine Erfahrungen derzeit in ein besonderes Projekt einfließen: Am 16. Mai 2022 ist die Wörthersee Bartender's Challenge des Vereins Ultimate Bartenders Experience geplant. Die Idee dazu sei entstanden, als er sich nach dem Dienst mit Igorio Vasiljevic von der Monkey's University über die letzten Ideen und Competitions ausgetauscht hat. „Wir fanden es immer schon schade, dass typische Wettbewerbsdrinks im Tagesgeschäft aufgrund der Komplexität und Zeitintensität kaum zu machen sind. Daher wollten wir einen Wettbewerb kreieren, bei dem es Drinks gibt, welche auch dann noch auf der einen oder anderen Barkarte auftauchen können“, erzählt Schellander.

Am Pro-Bewerb können alle volljährigen Bartender aus Österreich und Deutschland teilnehmen, der Rookie-Bewerb richtet sich an alle Jungbarkeeper unter 18 Jahren. Die Teilnehmer erwarten ein spannender Wettbewerb mit einem attraktiven und lehrreichen Rahmenprogramm und ungezwungenem Austausch und Netzwerken von Bartendern, Gastronomen und der Getränke-Industrie.

Um die Jury vom eigenen Können zu überzeugen, müssen die Teilnehmer im Pro-Bewerb ein Menü, bestehend aus vier Drinks (Non-Alcoholic, Before Dinner, Long Drink, After Dinner) mit Hilfe der Partnerprodukte von Pernod-Ricard, Hämmerle, Mozart, Bols, Schlumberger, Organics by Red Bull, Franz Josef Rauch, Thalheimer Wasser und Limonaden sowie Fabbri Sirupe erstellen und innerhalb von 15 Minuten in doppelter Ausführung der Jury mitsamt ihres Konzeptes vorstellen. „Diese Drinks sollen bartauglich sein und dürfen mit allen Herstellungsarten der klassischen und modernen Bar produziert werden“, erklärt der Organisator. „Die größte Herausforderung ist dabei, die Drinks als Bestandteil eines Menüs zu kreieren. Einen der drei alkoholischen Drinks mit einem Edelbrand zuzubereiten und innerhalb der kurzen Zeit seine Kreativität und sein Können adäquat zu zeigen, ohne den Punkt der Bartauglichkeit zu vergessen, ist auch nicht ganz ohne.“

Beim Rookies-Bewerb müssen die Jung-Talente innerhalb von 15 Minuten drei Drinks (Before Dinner, Long Drink und After Dinner) in doppelter Ausführung als „Menü alkoholfrei“ zubereiten und der Jury vorstellen. Schellander begründet die nüchterne Aufgabe wie folgt: „Der Punkt der Non-Alcoholic Drinks wird für jeden einzelnen Bartender – egal ob in der Bar, im Restaurant, Hotel oder Catering-Bereich, in der Stadt oder am Land – immer wichtiger und wird auch immer mehr nachgefragt. Man sollte grundsätzlich den Gästewünschen entsprechen und niemanden ausschließen bzw. einschränken“, resümiert der umsichtige Bartender. Diesen selbstgesetzten Anspruch erfüllt er mit einem aussagekräftigen Angebot an leichten und kräftigen sowie alkoholfreien Drinks.

◀ *Von Frida Baumgartner*

Gabriela Maria Straka

Brau Union Österreich

STIMME ZU ALKOHOL- FREI



© Brau Union Österreich

Mehr alkoholfreie Getränke beim Wirt

Nicht nur für die Autofahrer und für Schwangere ist es notwendig ein großes Angebot an alkoholfreien Getränken beim Wirten auf der Karte zu finden, nein, auch für die „Next Generation“ ist es immens wichtig. Der bewusste Umgang mit Alkohol ist deshalb bereits Bestandteil des Lehrplans an den höheren Schulen. Auch die Brau Union Österreich setzt sich daher sehr stark für verantwortungsvollen Alkoholgenuss ein. Durch strikte Werbeverbote den Konsum zu zügeln ist wohl für jugendliche und auch Erwachsene nicht der richtige Ansatz. Verbote machen neugierig und bewirken genau das Gegenteil!

Selbstvertrauen stärken und aufklären

Hinsichtlich Werbung für alkoholische Getränke gibt es insbesondere für den Bereich TV- und Radiowerbung gesetzliche Beschränkungen. Laut Gesetz darf Werbung für alkoholische Getränke, die nicht als Spirituosen gelten, wie etwa Bier oder Sekt, nicht an Minderjährige gerichtet sein. Der Konsum von Alkohol darf nicht als Problemlösung und Erfolgsbringer dargestellt werden. Daher unterstützt die Brau Union Projekte, die sich mit einem verantwortungsvollen Umgang mit Alkohol beschäftigen. Kinder und Jugendliche sollten lernen, sich etwas zuzutrauen, ihre Gefühle wahrzunehmen und sich Ziele zu setzen und das ohne den Genuss von Alkohol.

Genussfaktor der alkoholfreien Biervielfalt

Erfreulicherweise bedeutet der Alkoholverzicht aber nicht, dass auch der Biergenuss ausbleiben muss. Denn der ist natürlich auch alkoholfrei mit einer großen Biervielfalt möglich: Gösser NaturGold Alkoholfrei, Heineken 0,0, Zipfer Hell Alkoholfrei, Schlossgold, Villacher Freilich Alkoholfrei und Weizenbier Edelweiss Alkoholfrei. Für fruchtigere Geschmacksvorlieben unter den Erwachsenen bietet die „natürlich alkoholfrei“-Produktpalette den Gösser NaturRadler 0,0 oder Zipfer HOPS 0,0 in den Sorten Zitrone, Maracuja und Bitter Orange, sowie neu als prickelnd erfrischendes Kola Zitron. Um den Gästen aber den Geschmack von Hopfen, der bekanntlich auch gesundheitsfördernde Wirkung hat, bieten zu können, steht die klare Forderung an die Gastronomen, mehr Auswahl an alkoholfreien Getränken und Cocktails auf der Karte zu bieten, im Raum. Einen Vorreiter auf dem Gebiet der alkoholfreien Cocktails findet man in Klagenfurt in der Bar 151 mit Daniel Schellander, der demnächst im Rahmen der Wörthersee Challenge den Barkeeper des Jahres unter 18 Jahren, „Rookie of the Year“, kürt.



Majestätisch thront umgeben von Weinstöcken das Schloss Kapfenstein auf einem erloschenen Vulkankegel



Fotos © Winkler-Hermaden

Wein und Stein

Fruchtbare Böden, mediterranes Klima und kreative Köpfe: Das Steirische Vulkanland ist nicht nur ein Nährboden für außergewöhnliche Erzeugnisse, sondern auch für innovative Familienunternehmen. Dazu zählen die Unternehmen der Familie Winkler-Hermaden, die in vierter Generation mit Ideenreichtum und Schaffenskraft erlesene Tropfen hervorbringt und dem Schlosshotel in Kapfenstein fortwährend Vitalität einhaucht.

Lava (heute Basalt), Ascheregen (heute vulkanischer Tuff) und so genannte „Olivinbomben“ zeugen von einer dynamischen Entwicklung im Steirischen Vulkanland, die sich bis heute fortsetzt. Vor Millionen Jahren prägten dort, wo sich heute die Oststeiermark befindet, Vulkane mit ihrer glühenden Lava die Landschaft. Zahlreiche, erloschene Vulkane deuten auf diese Vergangenheit hin, weshalb Touristiker die Gegend auch zum „Vulkanland“ ernannt haben. Vertiefende Einblicke zur geologischen Entwicklung des so genannten Oststeirischen Beckens erhält man in den Arbeiten von Arthur Winkler-Hermaden, dem Namensgeber des heutigen Weinguts Winkler-Hermaden. Der Professor für Geologie erkannte schon in den 1920er Jahren, dass er sich auf kostbarem Boden befand.

„Nichts in dieser Welt ist für uns so wichtig wie der Boden, auf dem wir stehen, die Gesteine, aus denen wir unsere Behausungen erstellen und Straßen bauen, die Bodenschätze, aus denen wir unsere Gebrauchsgegenstände fertigen, das Erdreich, aus dem wir unsere Nahrung ziehen und das auch die Rebe trägt“, hielt der Kunsthistoriker und Maler Willy Schmitt-Lieb scharfsinnig fest. Ob in der Landwirtschaft, beim Weinbau, auf dem Schloss, im Restaurant oder in der Messerschmiede: All' diese Bodenschätze weiß Familie Winkler-Hermaden nun seit 1918 vielschichtig zu erforschen, umsichtig zu pflegen und gut zu nutzen. Während sie heute zum Entdecken der geschichtsträchtigen Gemäuer einlädt und kulinarische Gaumenfreuden aufischt, findet der Besucher bei einem Glas Wein vom familieneigenen Weingut Einblicke in längst vergangene Zeiten ...



Die Familie Winkler-Hermaden v.l.n.r. | 1. Reihe: Kathi mit Familienhund Bilbo, Andrea, Georg, Beatrice, Katharina | 2. Reihe: Martin und Liesi, Eva, Georg und Margot, Johannes | 3. Reihe: Christof, Thomas, Wolfgang

In Stein gemeißelt

Rund 7 km östlich von Bad Gleichenberg thront auf 461 Metern Seehöhe auf dem Kegel eines erloschenen Vulkans das Schloss Kapfenstein. Die Wehrburg wurde ähnlich wie die nahe gelegene Riegersburg im 11. Jahrhundert auf einem emporragenden Basaltkegel gebaut und konnte im Laufe ihrer Existenz wohl vieles miterleben: Besitzerwechsel, Angriffe, Belagerungen und damit auch Zeiten des Verfalls und Wiederaufbaus. Der Name der Burg deutet auf die Lage und herausragende Fernsicht hin, denn er hat keineswegs mit „Karpfen“ zu tun, sondern kommt vom mittelhochdeutschen Wort „kaphen“, was so viel wie „spähen“ bedeutet.

Als die Festung Anfang des 20. Jahrhunderts in den Besitz der Familie Winkler-Hermaden kam, zog allmählich Frieden in die Burg ein. 1918 vererbte Rittmeister Ludwig H. Arendt das weitläufige Anwesen seiner damalige Wirtschafterin Magdalena Kobula, Großmutter des heutigen Schlossherrn Georg Winkler-Hermaden. „Ich blieb als Sekretärin, Hausdame, Verwalterin, kurz und gut mit 1000 Verpflichtungen und bangem Herzen zurück“, schrieb Magdalena, kurz Helene genannt, in ihrem Tagebuch. „Das war der Beginn unserer Familiengeschichte in Kapfenstein“, berichtet der jetzige Schlossherr Georg Winkler-Hermaden. „Als mein Großvater Arthur im Zuge seiner Forschungstätigkeit als Geologe in die Oststeiermark kam, um nach Öl zu suchen, hat er hier heiße Quellen und meine Großmutter gefunden.“

Das Schloss wurde später an den Sohn Burkhardt und seine Frau Eva übergeben und Mitte der 1960er Jahre allmählich für den Tou-

rismus geöffnet. Zur Stärkung des Betriebes wurde der Weinbau intensiviert und ein Buschenschank eröffnet. Man sagt Eva sogar nach, sie habe die „Brettljause“ erfunden. Es folgten der Ausbau von Zimmern und schließlich die Umwandlung in einen Hotel- und Restaurantbetrieb. 1977 übernahm Sohn Georg den landwirtschaftlichen Betrieb seiner Eltern. Mit einer gastronomischen Kollegausbildung, einem Studium der Kunstgeschichte, der Ausbildung als Restaurator und der Weinbauschule Silberberg im Gepäck vertiefte er sich mit wachsender Begeisterung in das Abenteuer Wein sowie die Renovierung und Erhaltung des Anwesens.

Kein Stein bleibt auf dem anderen

Das heutige Schloss ist ein unregelmäßiger, in verschiedenen Bauphasen gewachsener Komplex, der um zwei kleine Innenhöfe angelegt ist. Aufgrund des steil abfallenden Geländes weist das Gebäude an der Bergseite zwei Geschosse auf, talseitig sind es bis zu sechs Stockwerke. Im Süden ist dem Schloss eine Bastei mit Ecktürmchen vorgelagert. Etwas unterhalb steht die einstige Burgkapelle zum Hl. Nikolaus, und auch die Herz-Jesu-Kapelle inmitten der Weingärten gehört zum Anwesen.

Ganz herrschaftlich fühlt sich der Gast noch immer angesichts der eindrucksvollen Aussicht, die sich vom Schlossberg über das oststeirische Hügelland, den Schlossgarten und auf die Weingärten des Schlosskogels erschließt. An klaren Tagen reicht der Blick im Westen bis zur Koralpe, im Osten bis nach Ungarn und im Süden bis nach Slowenien. Bereits beim Betreten des Anwesens erliegt man dem Charme des Schlosses, das liebevoll von ►



Familie Winkler-Hermaden renoviert und stilvoll mit alten Möbeln ausgestattet wurde. Aktuell stehen sechzehn individuell gestaltete Gästezimmer, darunter ein Pförtnerhaus sowie Knappen-, Ritter-, Fürsten-, Dichter- und Burghofzimmer zum Wohnen bereit. Die Zimmer tragen die Namen früherer Besitzer oder geben einen Hinweis auf deren Geschichte. Jedes ist für sich einzigartig in Größe, Architektur und Einrichtung und hat eine besondere Atmosphäre. Die Herausforderung das „Alte“ zu erhalten und gleichzeitig den modernen Ansprüchen der Gäste zu entsprechen, ist dabei groß. „Das Schloss ist lebendig und in dauernder Weiterentwicklung. Ich sage immer: Im 11. Jahrhundert haben die Kapfensteiner zu bauen begonnen und wir bauen noch immer“, so der Hausherr.

2003 wagten sich Georg und seine Frau Margot sogar an die Renovierung des Turms, der über 100 Jahre leer stand. „In der Ruine sind schon Bäume gewachsen“, erinnert sich die Schlossherrin. Mittlerweile sind darin weitere drei Gästezimmer untergebracht. 2007 wurde auch das Salettl zu einem Gästezimmer ausgebaut. „Die Arbeitsbedingungen sind definitiv schwerer als in Neubauten, nichts ist gerade oder ganz eben, es gibt viele Stufen und lange Wege zurückzulegen“, weiß Tochter Katharina aus Erfahrung. Viele Ideen sorgen dafür, dass im Familienbetrieb auch in Zukunft keine Langeweile aufkommen wird. „Die Entwicklung der Gastronomie und der etappenweise Ausbau der Gästezimmer im Schloss, der Ausbau der Außentürme, der Terrassen und der Außenschank, der Küche und der Lagerräume ... Die Generation vor uns hat viel gemacht, wir haben viel gemacht und es

bleibt auch noch viel für die nächste Generation zu tun“, prophezeit Margot mit einem Augenzwinkern.

Steter Tropfen höhlt den Stein

Das Weingut Winkler-Hermaden und das Schloss Kapfenstein werden mittlerweile in vierter Generation als Familienbetrieb geführt. „Es ist immer jemand mit Rat und Tat zur Stelle, wenn man Hilfe braucht“, hebt Katharina als großen Vorteil des Familienbetriebs hervor. Dass der Betrieb auch in der Freizeit thematisiert werde, erachtet sie zuweilen als kleinen Nachteil.

Georg und Margot koordinieren die Generationen und Bereiche des Familienunternehmens. Seit 2018 erfolgt die Bewirtschaftung des Weinguts von einer GmbH & Co KG, die von Thomas, Christof, Wolfgang und Georg Winkler-Hermaden geleitet wird. Christof und seine Frau Kathi sind für Entwicklung, Vermarktung und Organisation im Weingut zuständig. Thomas hat als Weinbaumeister seinen Schwerpunkt bei der Keller- und Weingartenarbeit. Wolfgang ist mit Leidenschaft Messerschmied, Jäger und Weinbauer.

Katharina und Johannes leiten Hotel und Restaurant im Schloss. „Auch wenn es mehrere Firmen sind, so arbeiten wir doch sehr eng zusammen“, lassen Georg und Margot wissen. „Es hat jeder seinen Bereich gefunden, jeder hat seine Vorlieben“, ergänzt Katharina und konkretisiert: „Mein Mann Johannes ist überall zur Stelle, wo er gebraucht wird. Meine Eltern leiten das Weingut und auch meine drei Brüder sind mittlerweile eingestiegen. In der Küche ist mein Onkel Martin Winkler-Hermaden Küchenchef. Darüber bin ich sehr



froh, denn unsere Gäste schätzen seine Küche sehr. Er probiert immer wieder Neues aus und will sich ständig verbessern. Seine Frau Elisabeth leitet das Service und unterstützt ihren Mann zusätzlich tatkräftig in der Küche.“

Neuer Wein in alten Schläuchen

„Unsere Gäste schätzen die Ruhe, das gute Essen und die familiäre Atmosphäre“, fasst Katharina zusammen. Wer auf Schloss Kapfenstein residiert, thront nicht nur majestätisch auf einem Basaltfelsen, er hat auch einen erstklassigen Platz zum Genießen gefunden. „Unsere Gäste sind Genussmenschen“, erzählt die Hotelchefin. „Die Region bietet sehr viele verschiedene Freizeitmöglichkeiten und ist vor allem für das vielfältige kulinarische Angebot bekannt.“

Bekannte Ausflugsziele und Manufakturen befinden sich in unmittelbarer Nähe zum Schloss. Denn in der Oststeiermark hat sich bereits vor vielen Jahren rund um Gölles, Zotter und Winkler-Hermaden eine Gruppe von findigen Produzenten und kulinarischen Pionieren zusammengeschlossen, die sich gegenseitig inspirieren, um gemeinsam Gästen eine reiche Palette an Kostbarkeiten aus der Region bieten zu können.

„Wir sind Mitglied der ‚Vulkanland Kulinariker‘“, erzählt die vertierte Gastgeberin. „Die Familien der Betriebe sind auch alle miteinander befreundet und jedes Treffen bringt einen konstruktiven Austausch. Für uns als Hotelbetrieb ist es außerdem schön, wenn man seinen Gästen viele Empfehlungen in der nahen Umgebung geben kann.“

Allmählich zieht es auch immer mehr Wander- und Radtouristen in das Oststeirische Hügelland. „Wir arbeiten sehr gut mit dem Radverleih ‚AktivBike‘ zusammen. Die Firma liefert uns die Räder direkt ins Hotel, holt sie auch wieder ab und macht tolle Vorschläge für Radtouren. Das ist ein attraktives Zusatzangebot für unsere Gäste, das auch sehr gerne genutzt wird.“ Für jene, die nach einer ausgedehnten Entdeckungstour mit großem Appetit im Schloss einkehren, bietet das Restaurant variantenreiche Köstlichkeiten, natürlich zubereitet aus Produkten, die auf dem fruchtbaren, vulkanischen Boden gedeihen.

Kapfensteiner Schlossküche

„Leicht-kreativ-steirisch“ ist das Motto der Kapfensteiner Schlossküche, die vom passionierten Küchenchef Martin Winkler-Hermaden ebenso geführt wird. Passend zur jeweiligen Jahreszeit und dem aktuellen Angebot gibt es ein vier- bis sechsgängiges Feinschmeckermenü. Im Restaurant spielen vor allem die hervorragenden Produkte der Region bei Gerichten wie Welschriesling-Rahmsuppe mit gebratener Blutwurst, Schwammerl-Nudelkräpferl mit Kräuterseitlingen und Shiitake vom Pilzhof Groß, Schnitzerl vom Weidelamm mit Bärlauch-Fülle und Rosmarin-Jus, gebratenen Lammnüsschen mit geräuchertem Schafkäse und Spargel von Familie Reicher oder Rücken vom Weideochsen auf Zweigeltsafterl eine tragende Rolle.

„Unser Restaurant besteht aus zwei Haupträumen, der Florianstube und der Diele. Für besondere Feiern und größere Gruppen bietet der helle und sonnendurchflutete Rittersaal Platz“, merkt ►



Der Weingarten bietet sich für ein ausgedehntes Picknick an. Die Picknick-Körbe aus der Schlossküche sind prall mit regionalen Kostbarkeiten gefüllt



Katharina an, die in den fast 1000 Jahre alten Steinmauern die steirische Gastfreundschaft pflegt.

Für jene, die gerne im Grünen unter freiem Himmel speisen, bietet das Schlossrestaurant je nach Geschmack und Vorliebe die drei verschieden gefüllten Picknickkörbe „Schloss Kapfenstein“, „Backhendl-Picknick“ oder „Vegetarisches Picknick“. Jeder Korb ist stilvoll bestückt mit Tischtuch und Servietten, Tellern und Besteck, Wein- und Wassergläsern, Salz- und Pfefferstreuer, Flaschenöffner sowie einer kleinen Flasche Wein.

„Man holt den Korb am besten auf Vorbestellung im Schlossrestaurant ab, sucht sich ein lauschiges Plätzchen auf dem Kapfensteiner Kogel, setzt sich an einen der aufgeschlagenen Tische und genießt in der Natur die Köstlichkeiten“, erklärt Margot. Dazu kostet man sich idealerweise durch die hauseigenen Weine aus biologischem Anbau, denn die Abhänge des erloschenen Vulkankegels zählen heute zu den besten Weinlagen der Steiermark.

Über Stock und Stein

Die ursprünglich gemischte Landwirtschaft mit Viehzucht, Acker-, Obst- und Weinbau entwickelte sich im Laufe der Jahre zu einem viel geschätzten Weingut.

„Rund um Kapfenstein und in Klöch finden sich viele Weinberglagen, die von uns bewirtschaftet werden. Rosenleiten und Schlosskogel fallen in die Klassifikation ‚Erste STK Lage‘ und Kirchleiten in die Klassifikation ‚Große STK Lage‘. Zusammen mit unseren an-

deren Weingärten ergibt das eine Fläche von rund 37 Hektar“, erläutert Georg und ergänzt: „Seit der Umstellung unserer Landwirtschaft auf biologisch-organische Landwirtschaft im Jahr 2009, beschäftigen wir uns intensiv mit dem Boden, den Pflanzen, Mikroorganismen und Tieren. Wir haben uns innerhalb der Familie sehr stark mit dem biologisch-dynamischen Weinbau auseinandergesetzt und sind zu dem Schluss gekommen, dass wir uns nicht mit allen Themen daraus identifizieren können. Daher nehmen wir aus dem biodynamischen Weinbau nur die Ideen mit, die uns richtig erscheinen: Den Hof in seiner Gesamtheit zu sehen, Nährstoffkreisläufe schließen und möglichst autark zu werden.“

Insgesamt werden von Familie Winkler-Hermaden 21 Rebsorten nach biologisch-organischer Wirtschaftsweise kultiviert. Durch die nachhaltige Wirtschaftsweise soll zum einen die Biodiversität in den Weingärten gesteigert, zum anderen eine höhere Weinqualität erreicht werden. „Wir legen großen Wert auf eine ausgeprägte Aromatik und versuchen den Einfluss des Bodens sowie des Klimas mit unserer Handschrift herauszuarbeiten“, fasst Georg zusammen.

Reiner Wein eingeschenkt

„Unsere gesamte Weinproduktion findet in einem Gebäudekomplex statt, der aus dem Drachenkeller und dem Löwenkeller besteht. Während es im Drachenkeller primär um eine schonende Traubenverarbeitung und die Rotweingärung geht, findet im Löwenkeller die Weißweingärung statt“, erläutert Georg während der Kellerbesichtigung.



Wolfgang hat seine Leidenschaft zum Beruf gemacht: Er erzeugt in seiner Schmiede Messer aus Damaszenerstahl

Produziert werden folglich elegante Weine mit Reifepotenzial. Neben Sauvignon Blanc, den weißen Burgundersorten und Traminer gehören auch erlesene Rotweine zu den Aushängeschildern des Weinguts. Bereits in den 1980er Jahren gab es den „Roten Ritter“ im Buschenschank auf Schloss Kapfenstein, doch richtig bekannt wurde das Weingut für Rotwein erst mit dem „Olivin“, der in Ende der 1980er Jahre das erste Mal auf den Markt kam.

„Der ‚Olivin‘ ist seit dem ersten Jahrgang ein reinsortiger Blauer Zweigelt. Wir wollen zeigen, dass Blauer Zweigelt mit der nötigen Sorgfalt, Ertragsreduktion und Fassreife große Weine hervorbringen kann“, offenbart der versierte Winzer. „Olivin“ wird nach einer einmonatigen Maischegärung für 24 Monate in Barrique gereift. Um das regionale Verständnis zu unterstreichen, wird das Eichenholz aus den eigenen Wäldern für die Fässer ausgesucht. „Eiche und Rebe wachsen praktisch auf dem gleichen Boden. Unser Fassbinder Schneckenleitner holt die Eichen ein bis zwei Mal im Jahr ab. In Waidhofen an der Ybbs wird das Holz fachgerecht zu edlen Fässern verarbeitet.“

Der Name „Olivin“ soll noch einmal die Herkunft des Weines, das Terroir betonen und stammt vom hellgrünen Halbedelstein vulkanischen Ursprungs, welchen man als „Olivinbomben“ in den Böden der Vulkanlands findet. „Grüner Kristall im Vulkangestein vereint Rebe und Eiche im Wein“, steht folgerichtig auch auf dem Etikett und schließt damit den Bogen von Stein zu Wein.

◀ *Von Katharina Baumhakil*

Mehr als Wein

Der Geologe Arthur Winkler-Hermaden hatte sich seinerzeit sehr für die Existenzsicherung von landwirtschaftlichen Betrieben im Raum Kapfenstein eingesetzt. Er gründete eine Molkereigenossenschaft in Kapfenstein, sein Sohn Burkhard den Landesweinbauverband Steiermark und Georg entwickelte ab 1988 mit den befreundeten Weinbautrieben Gross, Sattler und Tement die erste mobile Füllanlage in der Steiermark. Seit 1997 arbeitet Georg (derzeit als Obmann) am Ausbau der Bioenergie Fehring mit, welche mittlerweile sieben Biomasseheizwerken mit 5,5 Megawatt Leistung betreibt.

Es liegt wohl in den Genen, dass auch die nächste Generation unternehmerisch und innovativ tätig ist: Seit 2019 entwickeln Thomas und Christof mit dem Haubenkoch Peter Troißinger im gemeinsamen Unternehmen „Ferment-tastic“ Soja- und Lupinensaucen als eine heimische Würz-Alternative zur importierten Sojasauce. Bei „Saphium Biotechnology“ arbeitet Christof mit seiner Frau Kathi an innovativen, mikrobiologischen Produkten für die Landwirtschaft mit dem Ziel, menschlichen Lebensraum zu erhalten und zu erweitern und forscht außerdem an einer Bio-Kunststoffalternative.

Wolfgang hat in seinem alten Vierkanthof in der Nähe des Weingutes seinen Wohn- und Schmiedestandort aufgebaut. Er hat den Ackerbau und Forst übernommen und widmet sich mit großer Leidenschaft der Herstellung von Messern, für deren Herstellung er an die 20 Stunden braucht.



© Stift Klosterneuburg

Die legendären Obst- und Weingartenlagen sind das Herzstück des Weingutes vom Stift Klosterneuburg

Himmlische Botschafter

Im gesamten deutschen Sprachraum gibt es keinen zweiten Ort, an dem geistliches und weltliches Leben so sehr zur Einheit verwachsen sind, wie im Stift Klosterneuburg in Niederösterreich. Die Weine vom ältesten Weingut Österreichs sind so einzigartig wie ihre Herkunft – echte himmlische Botschafter!

Beste Weingartenlagen in Klosterneuburg, Wien, Gumpoldskirchen und Tattendorf, eine der faszinierendsten Kelleranlagen Österreichs, eine ungebrochene Weinbautradition seit über 900 Jahren und kompromissloses Qualitätsstreben sind die Charakteristika des Weinguts Stift Klosterneuburg. Seit seiner Gründung im Jahr 1114 betreibt das Stift Klosterneuburg zwischen Donau und Wienerwald Weinbau und ist damit das älteste Weingut Österreichs. Über fünf Etagen bis in eine Tiefe von 36 Metern reichen die jahrhundertealten Kelleranlagen. In deren einzigartigem Klima entstehen authentische Weine mit Charakter – echte Botschafter ihrer Herkunft.

Nachhaltigkeit seit über 900 Jahren

Man spürt die Ruhe und die Kraft dieses Ortes, die den Weinen ihre Tiefe und Harmonie verleiht. So reifen die Weine in Holzfässern, die aus eigenem Holz aus dem Stifswald gefertigt werden. Behutsame Weingartenpflege im Einklang mit der Natur, der bewusste Verzicht auf Insektizide und Herbizide und eine große Biodiversität in den Rieden, zu denen auch Weingartenhühner und Schafe zählen, lassen Jahr für Jahr Spitzenweine entstehen. Darüber hinaus zählen der Top-Sekt MATHÄI (SALON-Sieger 20/21) sowie die sortenreinen, naturtrüben Apfelsäfte (Bester Apfelsaft Österreichs: Gault

Millau 2021) zum Besten was Österreich zu bieten hat. Als erstes klimaneutrales Weingut Europas ist das Weingut Stift Klosterneuburg auch Vorreiter in Sachen Nachhaltigkeit und Klimaschutz.

Das Auge trinkt mit

Echte Hingucker sind die neugestalteten Etiketten des Weingutes. Mit ihrer ikonischen Form, dem schmiedegeprägten Wappen und der hochwertigen Haptik des Baumwollpapiers sind sie ein wahres Gesamtkunstwerk – genauso wie die Weine selbst!

Geheimtipp

Das Weingut Stift Klosterneuburg verfügt über eine der umfangreichsten Altweinvinotheken Österreichs. Darin lagern Raritäten bis zurück ins Jahr 1956. Die Weine werden jährlich verkostet um deren Qualität zu überprüfen und ihr weiteres Lagerpotential zu bestimmen.

Artenreichtum der Rieden

Die Weingärten des Stifts Klosterneuburg sind lebendige Ökosysteme und Heimat einer Vielzahl unterschiedlicher Tier- und Pflanzenarten. Bewusst wird der Artenreichtum in den Rieden zum Beispiel durch die Einsaat verschiedenster Pflanzen zwischen den ►



Den kulinarischen Abschluss einer Führung krönt oft ein Dinner im Stiftsrestaurant Leopold

Josef Maria Schuster

Head Sommelier
Kastner AllesWein



STIMME ZU REB- SORTEN

Autochthone Rebsorten in Italien

Die Zeiten eines uniformen, globalen Angebots und ebensolcher Weine und Weinkarten sind vorbei. Eine neue Generation von Kunden sucht Individuelles und bringt Neugierde mit. Chardonnay oder Merlot können schließlich (fast) von überall stammen. Der Trend geht eindeutig zu regionalen Spezialitäten und Besonderheiten. Das zeigt die Neuauflage des von Slow Food herausgegebenen Führers „Vitigni d'Italia“ deutlich: 700 „autochthone“ Sorten werden in der letzten Ausgabe vorgestellt; gleich einmal 100 mehr als im Band davor. Italiens unerschöpfliches Angebot an unbekanntem oder vergessenen Trauben stellt einen echten Schatz dar.

Schweres Wort, klare Empfehlung

Doch die Liebe zu alten Sorten wie Raboso, Pignatello oder Pignolo ist keine Sentimentalität: Im riesigen Weinland Italien lässt sich als Sorten-Spezialist Profil gewinnen. Der Kampf um die Eintragung des Schioppettino ins Qualitätswein-Register im Friaul ist dafür ein gutes Beispiel. „Monoton“ geht einem vielleicht leichter über die Lippen als „autochthon“, aber im Glas lieben Gäste Spannung mehr als Eintönigkeit. Heben wir gemeinsam diese Rebschätze!



Kastner AllesWein

www.kastner.at/gastronomie/alleswein

Hier geht's zum Kastner WebShop





© Stift Klosterneuburg | Sabine Hayswirth

Kellnermeister Günther Gottfried (li) mit Weingutsleiter Wolfgang Hamm (re) im Weingarten

Rebzeilen gefördert, wodurch sich auch die Vielfalt an tierischen Lebewesen erhöht. „Dem Boden, als der Mutter aller Pflanzen, gehört allerdings die größte Aufmerksamkeit: Hier sorgen wir zum Beispiel durch Düngung mit unserem eigenen Kompost dafür, dass wir dem Boden am Ende der Vegetationsperiode wieder das zurückgeben, was er uns vorher in Form von Trauben geschenkt hat“, erklärt Weingutsleiter Wolfgang Hamm.

Behutsame Handarbeit

Vitale Böden und ein intaktes Bodenleben liegen dem Weingut besonders am Herzen. Behutsame Weingartenpflege im Einklang mit der Natur bedeutet auch dem Menschen gegenüber Maschinen den Vorzug bei der Weingartenbearbeitung zu geben. Nur so kann individuell auf jeden einzelnen Rebstock eingegangen werden. Sensible Handarbeit sorgt für eine optimale Ausrichtung der Blätter und Trauben zur Sonne und damit für volle Reife und intensive Aromenausprägung.

Jahrhundertealte Kellergewölbe

Ein echtes Highlight ist eine Führung durch die jahrhundertealten Kellergewölbe des Weingutes oder ein Besuch in der einzigartigen Stiftsvinothek, wo die Weine sieben Tage die Woche verkostet werden können. Mittlerweile zählen aber auch andere Produkte vom Stift, angefangen von den bekannten Fruchtsäften bis hin zu den Sekten und Edelbränden aus eigener Fertigung zu den begehrten Mitbringseln aus der Vinothek des Stifts Klosterneuburg.

Sortenreiner Saft

Besonders stolz ist man im Weingut vom Stift Klosterneuburg auch

auf den großen Obstgarten. „An apple a day keeps the doctor away“ – so ähnlich dachten wohl auch schon die ersten Augustiner Chorherren als sie gleichzeitig mit ihrem Einzug in das Stift Klosterneuburg einen Obstgarten direkt neben dem Kloster anlegten. Damit begründeten sie die lange Tradition des Obstanbaus die bis zum heutigen Tag fortgeführt wird. Im Jahre 1402 erwarb das Stift dann fruchtbares Land auf dem gegenüberliegenden Donauufer, dessen hervorragende Eignung für den Obstbau sich schon bald herausstellte. Hier gedeihen heute die sortenreinen Apfelbäume. Die hier wachsenden Apfelsorten wie etwa die Klassiker Golden Delicious und Granny Smith und die hochwertigen Züchtungen Idared, Jonagold und Elstar eignen sich besonders gut zur Safterstellung.

Fotokunst in der Vinothek

Seit seinen Anfängen steht das Stift Klosterneuburg in engem Kontakt zu Künstlern, vom Goldschmied Nikolaus aus der Stadt Verdun – der den Verduner Altar schuf – bis zum Maler Egon Schiele. Noch heute legt das Stift großen Wert auf diese Verbindung für zeitgenössische Künstlerinnen und Künstler. Seit 2014 werden in der Vinothek Stift Klosterneuburg zweimal jährlich Fotoausstellungen gezeigt, bei denen die Themen, Essen, Trinken, Genuss und Natur einen schwerpunktmäßigen Themenrahmen bilden. Die aktuelle Ausstellung von Sophie Tiller, „Der Parasit“, ist von 24. März 2022 bis 4. September 2022 zu sehen. Sophie Tiller pflanzt Naturkundebüchern Leben in Form von Pflanzen ein und bereitet ein Habitat für die tierische Besiedlung vor. Die geistige Schöpfung des Menschen wird mit tatsächlichen Lebewesen verbunden und diese verwandeln letztlich Wissen in Nahrung.

◀ Von Sonja G. Wasner



© Stift Klosterneuburg Gsoellpartner Jakob

Die Weine reifen in Holzfässern, die aus eigenem Holz aus dem Stiftswald gefertigt werden



© Stift Klosterneuburg

Wolfgang Hamm ist als gebürtiger Weinviertler mit dem Thema Wein aufgewachsen



© Stift Klosterneuburg Gsoellpartner Jakob

In der Stiftsvinothek können nicht nur die „alten“ Weine sieben Tage die Woche verkostet werden

Dagmar Gross

Wein-Expertin

STIMME ZUM WEIN



© Katharina Aicht

Rotwein im Sommer – Kühl und köstlich!

Rotwein wird längst nicht mehr warm getrunken. Womöglich war das nie der Fall, denn die sogenannte Zimmertemperatur lag seinerzeit, als diese Daumenregel festgeschrieben wurde, bei maximal 18 Grad. Herumgesprochen hat sich das aber nicht wirklich und aufgrund von Servicefehlern wird speziell der Sommer für Rotweinliebhaber zur Trockenzeit.

Ich bekenne mich dazu – ich trinke auch im Sommer gerne Rotwein, auch kräftige. Doch wo ich das tue, muss ich mir genau überlegen. Zu oft bekam ich das sehnsüchtig erwartete Glas Wein oder auch die Flasche mit einer Temperatur serviert, welche die sommerliche Hitze noch zu übertreffen schien. So etwas ist gelinde gesagt schade. Denn warmer Rotwein schmeckt scharf, ist sein Gerbstoffgehalt höher, wirkt er pelziger, als er eigentlich ist, die Frucht ist nur mehr in Fragmenten wahrnehmbar. Von so einem Wein bestellt sich kaum jemand ein zweites Glas. Vom Imageschaden für das Weingut einmal abgesehen. Bleibt eine geöffnete Flasche weiter in der Hitze stehen, ist der Wein bereits am nächsten Tag unverkäuflich. Leider passiert es immer wieder, dass ungeschultes Personal so einen Wein dennoch ausschenkt. Hier schließt sich ein Teufelskreis, denn die Gäste nehmen zur Kenntnis, dass Rotweintrinken im Sommer statt Freude leider Frust bringt.

In der Sommelierausbildung ist dieses Thema schon lange Standard, auch in den Medien wird immer wieder darüber aufgeklärt, dass eine Zimmertemperatur etwas Dynamisches und Individuelles darstellt und diese Faustregel in Zeiten von 22 Grad in den Wohnungen schlicht überholt ist – zumal im Sommer bis zu 30 Grad gemessen werden. Ratsam wäre, Rotweine im Sommer bei 16 Grad zu servieren, das tut ihnen gut, macht sie harmonischer und trinkfreudiger. Damit aus meinem sommerlichen Gusto auf Rotwein ein Erfolgserlebnis wird, frage ich im Zweifelsfall oft vor der Bestellung, wo der Wein gelagert wird und auch, wie lange er schon geöffnet ist – denn nur kühl finde ich Rotwein im Sommer köstlich.



Gasgrill

Kochen war gestern – jetzt wird gegrillt. Und zwar für alle Gänge: Fleisch und Fisch, Gemüse und Obst, Beilagen inklusive Kuchen und Brot! Wissen und Erfahrung von Grillmeister und Grill-Caterer Sven Dörge zeigen sich in seinen Rezepten: einfach, aber mit Raffinesse. Hier ersetzt der Rost die Küche. „Bis vor einigen Jahren galt der Gasgrill nicht unbedingt als richtiger Grill,

ein richtiger Grill war nur einer mit Feuer & Glut. Hat man erst einmal festgestellt und akzeptiert, dass der Gebrauch des Gasgrills keine geschmacklichen Einbußen gegenüber dem Kohlegrill mit sich bringt, ist die wesentliche Hemmschwelle überschritten, sodass man nun auch anzuerkennen bereit ist, dass der Gasgrill sehr schnell einsatzbereit ist.“

Autor: Sven Dörge | **Verlag:** Bassermann | **Preis:** 7,99 Euro



BEEF! Special Issue 1/2022

Die erste Spezial-Ausgabe 2022 erscheint zum Thema Sommergrillen mit einem Sommergarplan inklusive 70 Grillrezepten. Der Grill ruft - wir sind dann mal draußen und machen Ochsenrippen Rib Eye, Lammkeule, Monsterkrabbe und ein ganzes Zicklein am Spieß! Außerdem: Im Rauch der Sinne - sieben Klassiker aus dem Smoker. Born to drink wild - coole

Cocktails, die jedes BBQ rocken. BEEF! ist das erste Kochmagazin für Männer. Edel, informativ, klug und humorvoll. Es zeigt, was Männer in der Küche lieben. Im Beef! widmet sich die Redaktion besonders umfangreich monothematischen Schwerpunkten. Sie erscheinen in der gewohnt opulenten Beef!-Optik und -Ausstattung.

Autor: BEEF! Special Issue 1/2022 | **Verlag:** Südwest | **Preis:** 16,00 Euro



Essen für ein langes Leben

Jeder Mensch wünscht sich ein langes Leben. Doch auf die Gene allein kann man sich dabei nicht verlassen. Entscheidend ist vielmehr die Lebensführung: unsere Ernährung, wie oft wir Sport treiben, ob ein Nikotin- oder Alkoholmissbrauch vorliegt und ob wir Teil eines stabilen sozialen Netzes sind. Das, was wir essen, entscheidet im Wesentlichen über unsere Le-

benserwartung und unsere Gesundheit. Prof. Kessler zeigt in diesem Buch, wie man durch eine gezielte Ernährungsumstellung dieser Entwicklung entgegenwirken kann. Er klärt über Nährstoffe, Hormone, Fasten und die Ernährung in den sogenannten Blauen Zonen auf, das sind Regionen auf der Welt, in denen es besonders viele alte Menschen gibt.

Autor: Christof Kessler, Rose Marie Donhauser | **Verlag:** Südwest | **Preis:** 20,60 Euro



Bier – kochen – kombinieren – genießen

Interessante Neuigkeiten für Bier-Liebhaber: Wer hätte geahnt, dass Käse mit Bier geschmacklich weitaus besser harmoniert als mit Wein? Dass Weizenbier als der perfekte Begleiter zu Meeresfrüchten gilt? Dass sich dunkle Biere bestens zu Schoko-Desserts machen?

Dieses Buch ist der perfekte Guide für alle, für die Biergenuss mehr ist als nur Durstlöschen: Seit Tausenden

von Jahren wird Bier zum Essen getrunken, doch welche Aromen charakteristisch sind und welches Bier zu welcher Speise am besten passt, ist noch kaum bekannt. Dieser Band gibt Antworten auf alle wichtigen Fragen: Bierexperten, Köche, Restaurantchefs und Sommeliers aus aller Welt geben ihr Wissen preis, beraten ihre Lieblingsrestaurants und -bars und teilen ihre besten Rezepte zum Kochen und Backen mit Bier.

Autor: Stephen Beaumont | **Verlag:** Prestel | **Preis:** 30,80 Euro

hotel & gastro style Marktplatz Digital



VILLA BLANKA
INNSBRUCK

Tourismusfachschulen
VILLA BLANKA

Besuchen

Exklusive Marktplatz Aktion

Ihr Marktstand ist für
Sie reserviert!



Reinklicken lohnt sich!

marktplatz.hotelstyle.at

hotel style
&gastro

FLÜÜÜGEL FÜR DEN SOMMER.

MIT DEM GESCHMACK VON MARILLE-ERDBEERE.



Red Bull

BELEBT GEIST UND KÖRPER®