

hotel style

& gastronomie

DAS FACHMAGAZIN FÜR HOCHBENE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE

Refugium in der Natur

Rocky Mountains | Colorado | Seite 12





Mitarbeiter finden:

Statt € 499 | € 0 pro Monat

**Angebot nur für
hotel&gastro style
Leser:innen für ein Jahr!**

Foxstar ANGEBOT
Unser besonderes
Eröffnungsangebot

~~€499~~ € **0** Monat

-  bis zu 15 offene Stellen ausschreiben
-  € 490 Gebühr im Erfolgsfall
-  mind. € 300 Erfolgsprämie für Eagle
-  € 790 je Neueinstellung

REGISTRIEREN



hier geht's zum Angebot





art style in der Hotellerie

Liebe Leser:innen,

der Herbst zieht ins Land und die Sommersaison neigt sich dem Ende zu. Die Wanderer und Rad-Touristen füllen derzeit noch die Sonnterrassen des Landes. Vielerorts sind Ferienappartements ein guter Umsatzbringer zum Hotelbetrieb. Immer mehr Gastgeber haben auch für diese Zielgruppe kleine Chalets im Portfolio wie es auch „Pures Leben“-Gründer Dietmar Silly in der Steiermark anbietet.

Fachkräftemangel adé! Vielerorts können Gastronomen und Hoteliers wegen Personalmangel nur mehr eingeschränkte Öffnungszeiten anbieten. Deshalb unterstützen wir Sie mit einem einzigartigen Angebot von Fox & Eagle (siehe linke Seite) – hotel&gastro style schenkt Ihnen die Grundgebühr von 12 Monaten im Gegenwert von 5.988 Euro. Einfach mit dem QR-Code registrieren und los geht's!

Neu in diesem Heft finden Sie den Kunstteil „art style“, der zukünftig in jeder Ausgabe vorkommen wird. Die Galeristin Kasia Sandhofer aus Salzburg stellt darin junge Künstler und ihre Werke vor. Kunsthistorikerin Angelika Doppelbauer beschreibt kurz die Techniken die die Künstler:innen anwenden. Der große Vorteil für Sie Sollte Ihnen das Kunstwerk von Seite 32 gefallen, können Sie dieses zu einem Spezialpreis von minus 25 Prozent erwerben.

Wie in jeder Ausgabe gibt es auch dieses Mal wieder viele Neuheiten am digitalen hotelstyle-Marktplatz (marktplatz.hotelstyle.at), den Sie 24/7 besuchen können. Gekennzeichnet ist der Marktplatz im Magazin mit dem QR-Code in dem farbigen Würfel hier unten, der Sie direkt und bequem zum Marktstand führt.

Auch da bringt der Herbst frischen Wind in die Online-Präsenz. Der Marktplatz ist künftig nur mehr Produzenten vorbehalten. Für Hoteliers, Gastronomen, Galeristen, Architekten und Tourismusbetriebe gibt es einen Platz in der exklusiven Lounge (lounge.hotelstyle.at). Reinklicken lohnt sich!

Viel Spaß beim Lesen und Lounge-surfen!

Herzlichst Ihre

Sonja G. Wasner, MBA
Herausgeberin



Hier geht's
zur Lounge



hotel style

Schule der Gastfreundschaft <i>FBS für Tourismus Warmbad Villach</i>	05
Fachkräfte im Wandel <i>Leitartikel</i>	10
Ein Dach, drei Apartments <i>Coverstory</i>	12
Kundenbeziehung & Kanäle <i>Business Model Canvas</i>	16
Zimmer mit Weinblick <i>Zu Gast bei Michaela und Andreas Muster</i>	18
Wohlfühlrefugium <i>im Naturpark Südsteirisches Weinland</i>	22
Zwischen Berg und See <i>Romantikhotel der Familie Hörl</i>	24
Spielplatz Natur <i>Gut Berg Naturhotel der Familie Gschwandl</i>	25



05



18

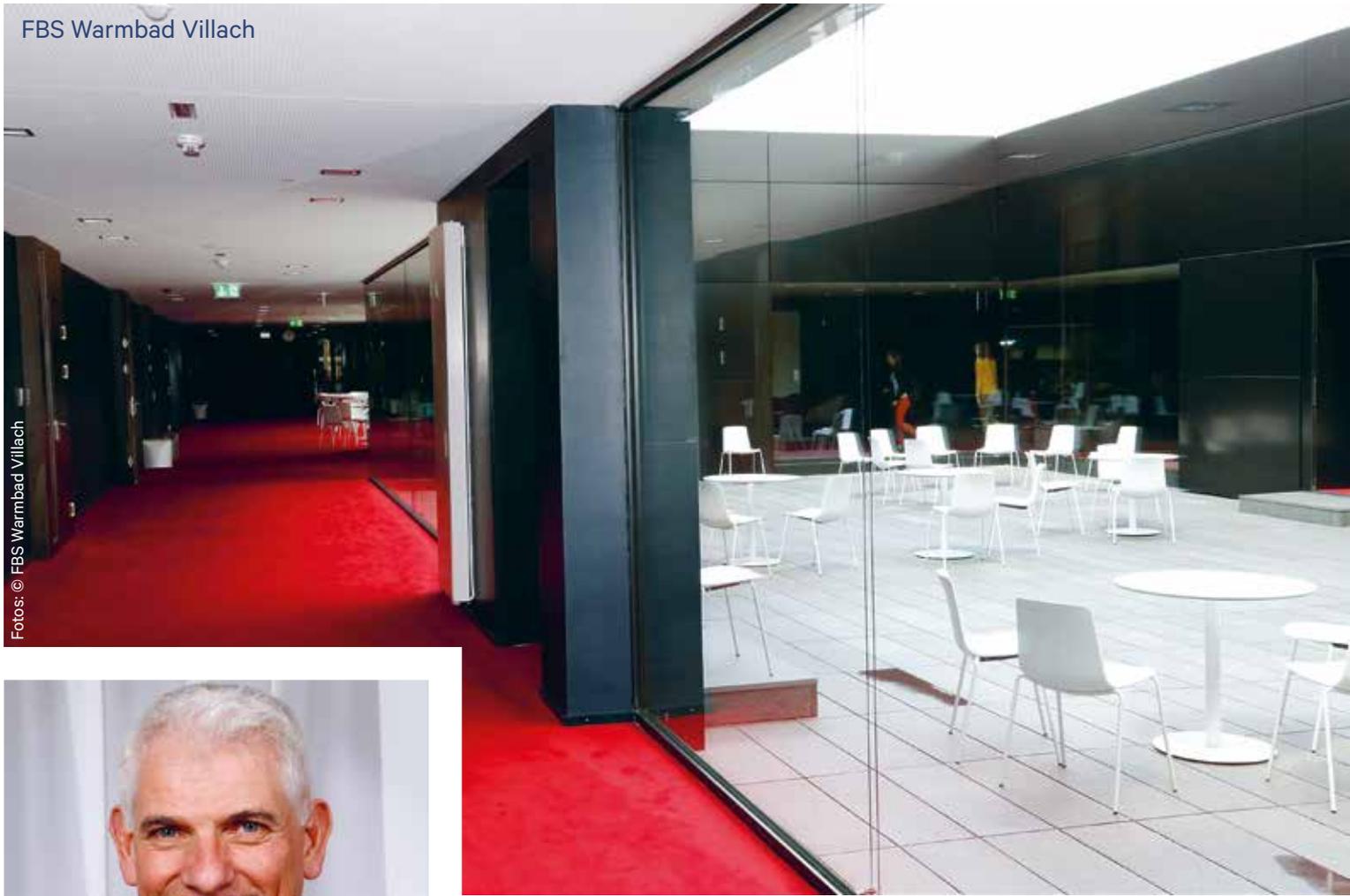


25

Die schönste Schule der Gastfreundschaft

Die Fachberufsschule für Tourismus Warmbad Villach ist nicht nur architektonisch herausragend. Mit innovativen Konzepten und einem einzigartigen Lehrer-Team zeigt Direktor Reinhard Angerer, wie attraktiv eine Lehre im Tourismus sein kann. ▶





© Franz Leimboeck

„Wir versuchen jungen Menschen zu zeigen, wie schön die Tätigkeit im Tourismus sein kann.“

*Reinhard Angerer
Direktor FBS Warmbad Villach*

Die Fachberufsschule für Tourismus Warmbad Villach gehört zu den modernsten und schönsten Tourismusschulen Europas. Direktor Reinhard Angerer lässt sich sogar zur Erweiterung „der Welt!“ hinreißen und meint: „Die Vorarlberger Architekten Marte.Marte haben für uns das richtige Menü aufgetischt.“

Das Gebäude befindet sich am südlichen Stadtrand von Villach und hebt sich von der Umgebung durch seine schlichte Formensprache und der Gestaltung des Außenbereichs ab. Beton, Kies, Rasen und ein Apfelhain umrahmen den modernen Schulbau. Das massive zweigeschossige Gebäude mit einer Fassade aus Betonfertigteilen und breiten schwarzen Fensterrahmen ist über einen unterirdischen Gang mit dem Internatsgebäude verbunden.

Vor der Tourismusschule befindet sich die zwölf Meter hohe turmartige Skulptur „Le Tour – La Tour“, die vom Kärntner Künstler Claus Prokop anlässlich des Neubaus errichtet wurde. Der Titel bezieht sich einerseits auf das französische Wortspiel „le tour – die Reise, la tour – der Turm“, andererseits auch auf „le tour“, von dem sich der Begriff „Tourismus“ ableitet.

Eine Frage des Geschmacks

Die Fachberufsschule für Tourismus wurde 2013 in Warmbad Villach neu eröffnet und ist am neuesten Stand der Technik. Im Bereich Küche, Service und Rezeption sind „alle Ressourcen da“, zeigt sich Angerer stolz. In sämtlichen Bereichen stehen die aktuellsten Geräte, Ausstattungen und Programme zur Verfügung.

Im Erdgeschoß befinden sich fünf Großküchen, eine Eisproduktion und eine Catering Küche. Beeindruckend ist auch die Arena mit eigener Brennerei und Brauerei. Einfarbige Küchenfliesen tauchen die Lehrküchen in violett, gelb und blau und verstärken so das Kocherlebnis. Im darüberliegenden Klassentrakt und im Bereich der Administration entführen blaue Wandverkleidungen gepaart mit roten Teppichböden in das Ambiente eines exklusiven Restaurants. Klassenzimmer und Lounge bestechen durch ihre weiße Möblierung, die deutliche Akzente in den lichtdurchfluteten Räumen setzen.

Über eingezogene Terrassen und Lichthöfe wirkt das Gebäude übersichtlich und abwechslungsreich zugleich. Der Bezug zur umgebenden Landschaft ist im Haus überall spürbar, wie auch die Wertschät-

zung für Lehrberufe, die sich in der hochwertigen Ausführung und besonderen Atmosphäre widerspiegelt.

Mit Niveau

Die Umgebung wirkt sich auch auf die Umgangsformen aus, ist der Schulleiter überzeugt. „Das Gebäude gibt durch sein Ambiente ein gewisses Niveau vor und hat einen positiven Einfluss auf die Schüler. Die Jugendlichen fühlen sich hier sichtlich wohl und schätzen es sehr, dass sie eine so schöne Schule besuchen dürfen.“

An der FBS Warmbad Villach werden Jugendliche in den Lehrberufen Koch, Restaurantfachmann, Hotel- und Gastgewerbeassistent, Hotel- und Restaurantfachmann ausgebildet. Wer hierher kommt, besucht nicht nur ein architektonisches Schuljuwel, er hat sich auch für einen vielfältigen und kreativen Beruf entschieden, der neben hohen Qualitätsansprüchen und

Flexibilität ein großes Maß an Freude im Umgang mit Menschen erfordert.

Die Tourismusschule Warmbad Villach ist der beste Beweis dafür, dass sich Berufsschulen vom verstaubten Image befreit und neue Themen einbezogen haben. So zeitgenössisch die Architektur ist, so aktuell will der Schulleiter auch bei der Umsetzung der Lehrinhalte sein. Reinhard Angerer war selbst lange Jahre als Küchenchef tätig und hat sichtlich Freude an der Ausbildung junger Menschen. „Wir begegnen unseren Schülern auf Augenhöhe und stehen ihnen mit fachlicher Expertise zur Seite“, lautet das Schulrezept. Durch internationale Projekte und Spezialisten aus der Praxis macht er seinen Schülern die Tätigkeit im Tourismus nach allen Regeln der Kunst schmackhaft.

Auf dem Präsentierteller

Starkoch Wolfgang Puck, Barkeeper Ma-

rio Hofferer, TV-Koch Marco Krainer und Kosmopolitin Lisa Wieland zählen zu den berühmtesten Absolventen der Villacher Fachberufsschule. Letztere ist nach Stationen im „7-Sterne-Hotel“ Burj Al Arab in Dubai und in Wolfgang Pucks Spago in Beverly Hills zurück in die Heimat gekehrt und gibt nun als Mentorin an der FBS ihr oscarpreisverdächtiges Wissen an den Nachwuchs weiter. „Lisa ist schon eine Power-Frau, die viel Erfahrung mitbringt“, freut sich der Direktor über die Kochexpertin in seinem Team.

„In unserer Fachberufsschule unterrichten Pädagogen, die in der gastronomischen Praxis verankert waren oder noch immer sind. Damit garantieren wir unseren Absolventen ein Maximum an praxisorientierter Qualifikation am Puls der Zeit.“ Dazu gehört auch Kochlehrer Markus Smole, der in Florida für Donald Trump kochte, Erfahrungen in einem 2-Michelin-Stern Restaurant in Neuseeland ►



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



sammelte und als Küchenchef im Züricher „LaSalle“ arbeitete. Seit 2008 ist er mit vollem Elan an der FBS tätig: „Ich möchte mit gutem Beispiel voran gehen und jungen Leuten einen der schönsten Jobs der Welt näher bringen“, erzählt der leidenschaftliche Koch, der gemeinsam mit seinen Schülern regelmäßig Architektur auf die Teller zaubert. „Unsere Pädagogen unterstützen die Auszubildenden im Ausprobieren der persönlichen Talente und Fähigkeiten“, erzählt der Direktor.

Weltweite Wettbewerbs-Erfahrung

So auch die Restaurantfachfrau Kathrin Nussbaumer, Fachlehrerin im Bereich Ernährung, Service- und Getränkekunde. Als Gewinnerin der „Euro Skills 2010“ kann sie vor allem ihre Wettbewerbs-Erfahrung an die Berufsschüler weitergeben. „Durch die Teilnahme an Meisterschaften lernt man sich selber besser kennen und gewinnt an Persönlichkeit, vor allem, wenn man auf sich alleine gestellt ist“, würdigt die Servicespezialistin die Möglichkeit, sein Können öffentlich unter Beweis zu stellen.

Investitionen in die Software

„Wir versuchen jungen Menschen zu zeigen, wie schön die Tätigkeit im Tourismus sein kann“, erzählt Angerer, der sich für die Attraktivierung der Lehre im Tourismus einsetzt. Dabei macht er auf ein Problem aufmerksam: Das Image der dualen Ausbildung ist seit Jahren angekratzt, doch Aufpolieren des Images allein reiche bei wei-





tem nicht aus. „Wir wollen Qualität liefern, unsere Schüler bestens versorgen und Inspiration für den späteren Beruf geben“, so Angerer. „Es lohnt sich in die Software zu investieren“, ist der engagierte Direktor überzeugt. Aufholbedarf sieht er in der Bereitschaft der Betriebe, überhaupt Lehrlinge auszubilden. „Das Wichtigste ist, die jungen Leute für die Ausbildung zu begeistern“, legt er den Unternehmen nahe. Es sei für viele seiner Schüler abschreckend, wenn sie in der Hotellerie und Gastronomie vom ersten Tag an voll als Arbeitskraft eingebunden werden. „Lehrlinge sind Auszubildende und keine vollen Arbeitskräfte. Man muss sich Zeit nehmen, um ihnen das Handwerk beizubringen.“

Um etwaige Startschwierigkeiten abzumildern, schlägt Angerer eine Vorbereitungsphase schon vor Antritt der Lehre im Unternehmen vor. Hier könne sich die Berufsschule sehr gut einbringen, es fehle jedoch noch an einer entsprechenden Finanzierung.

Weiterbildung und Spezialisierung

Die Lehrinhalte werden laufend in enger Zusammenarbeit mit den Unternehmen, die für die praktische Ausbildung der jungen Menschen verantwortlich sind, an die Anforderungen der Wirtschaft angepasst. „Wir stehen in einem guten Austausch mit den Betrieben und fragen immer wieder nach, was gebraucht wird. Eine stetige Weiterbildung und Spezialisierung ist im

Gastgewerbe sehr wichtig. Deshalb bieten wir Zusatzqualifikationen, wie Käsekenner, Jungsommelier, Jungbarkeeper oder Junior Barista auf freiwilliger Basis an.“ Auch hier ist der Bezug zur Praxis groß, etwa wenn es um eine Exkursion in die „Kaffeeteria“ von Yvonne Krakolinig und Martin Kribitsch geht, wo es direkte Einblicke in die wahre Kunst der Kaffeeröstung und -zubereitung gibt. Im Freigegegenstand „Jungbarkeeper“ konnte außerdem mit Mario Hofferer ein Mixologe gewonnen werden, der in seiner „Bar Masterclass“ Nachwuchskräfte dafür begeistert, eigene Cocktails zu kreieren. „Wir produzieren auch Edelbrände, Sekt, Essig, Likör und Bier, wenn das Thema am Lehrplan steht“, verrät der Direktor in diesem Zusammenhang.

Regional und weltoffen

Als Partner von Genussland und Slow Food Kärnten stehen regionale und saisonale Produkte im fachpraktischen Unterricht schon lange am Lehrplan, denn die Auszubildenden tragen einen Nachhaltigkeitsgedanken in die heimischen Betriebe. „Wir setzen auf Nachhaltigkeit und wollen mit gutem Beispiel vorangehen“, erzählt Angerer. Um dieser Verantwortung Rechnung zu tragen, ist die Verwendung von Lebensmitteln Kärntner Ursprungs und damit die Zertifizierung zur Genuss Schule eine logische Konsequenz. Auch Exkursionen zu Produzenten, Landwirten und Winzern sollen das regionale Verständnis schärfen.

Kärntens Geschmack

Unter dem Motto „From Earth to Plate“ wurde zudem ein Kochbuch publiziert, das zeigt, wie nahe die Schule mit den regionalen Partnern zusammenarbeitet, um die Nachhaltigkeit und den Geschmack Kärntens auf den Teller zu bringen.

Grenz-Erfahrungen

Entstanden ist das Kochbuch im Rahmen des Erasmus+-Projekts „Digital Treasure Box“. „Wir nehmen im Rahmen von Erasmus+ an Partnerschaftsprojekten mit Fachschulen für Tourismus in Europa teil“, konkretisiert der Direktor. Im Fokus stehen dabei Kultur, Küche und Lebensart der jeweiligen Länder.

Digitales Lernen

Dabei sollen neue Konzepte entwickelt werden, um aufzuzeigen, wie man digital lernen und lehren kann. Die teilnehmenden Lehrlinge dürfen darüber hinaus für mindestens zwei Wochen die jeweiligen Partnerschulen bzw. Betriebe besuchen, am Unterricht bzw. Arbeitsalltag teilnehmen und können dabei internationales Know-how sammeln, sowie ihre sprachlichen Fähigkeiten erweitern. „Die Resonanz ist sehr gut. Die Schüler profitieren in ihrer persönlichen Entwicklung enorm davon“, meint der Direktor und vergisst dabei nicht seine „Schützlinge“ zu loben: „Ich bin immer wieder erstaunt, mit welcher Begeisterung unsere Schüler bei den Projekten dabei sind.“

◀ *Von Katharina Baumhake*



Fachkräfte im Wandel!

„New Work“ ist das neue Trendwort im Arbeitsleben. Das Verständnis von Arbeit befindet sich unter dem Einfluss der Digitalisierung grundlegend im Wandel: Die klassische Karriere hat ausgedient, die Sinnfrage rückt in den Vordergrund. Die Grenzen zwischen Leben und Arbeiten verschwimmen im Alltag. Als Arbeit gilt künftig die Summe aller Beschäftigungen zu unterschiedlichen Lebensphasen, dies bekunden zumindest die Zukunftsforscher unseres Landes.

Die rationale Leistungsgesellschaft des Industriezeitalters mit Überstunden, Konkurrenzkampf und Präsenzzeiten hat sich als nicht zukunftsfähig erwiesen. Mit der Corona-Krise als Beschleuniger setzen sich New-Work-Modelle nun rasant durch. Der krisenbedingte Digitalisierungsschub fördert neue Arbeitsstrukturen, die von Work-Life-Blending (Verschmelzen von Lebenswelt und Arbeitswelt), Kollaboration (Zusammenarbeit) und Remote Work (berufliche Tätigkeit, die von überall aus erledigt werden kann) geprägt sind. Unternehmenskulturen müssen daher agiler und adaptiver werden.

Fridays for Future, Black Lives Matter und Occupy Wallstreet waren nur der Anfang im Zeitalter neuer Generationenverträge. Die Corona-Krise hat diesen im Hintergrund schlummernden Konflikt ans Tageslicht gebracht. Beispielsweise untersucht Zukunftsforscher Tristan Horx, ob unsere Generationenbilder nach wie vor zutreffen. Sind wir noch in Altersschubladen einzuordnen? Wie können wir das Netz nutzen, um zusammen eine Zukunft aufzubauen, die nicht auf Abgrenzung und Spaltung basiert? Wie können wir junge Menschen wieder für gute handwerkliche und dienstleistungsorientierte Arbeit begeistern? Worin liegt das Problem?

Leitartikel
Von Sonja G. Wasner



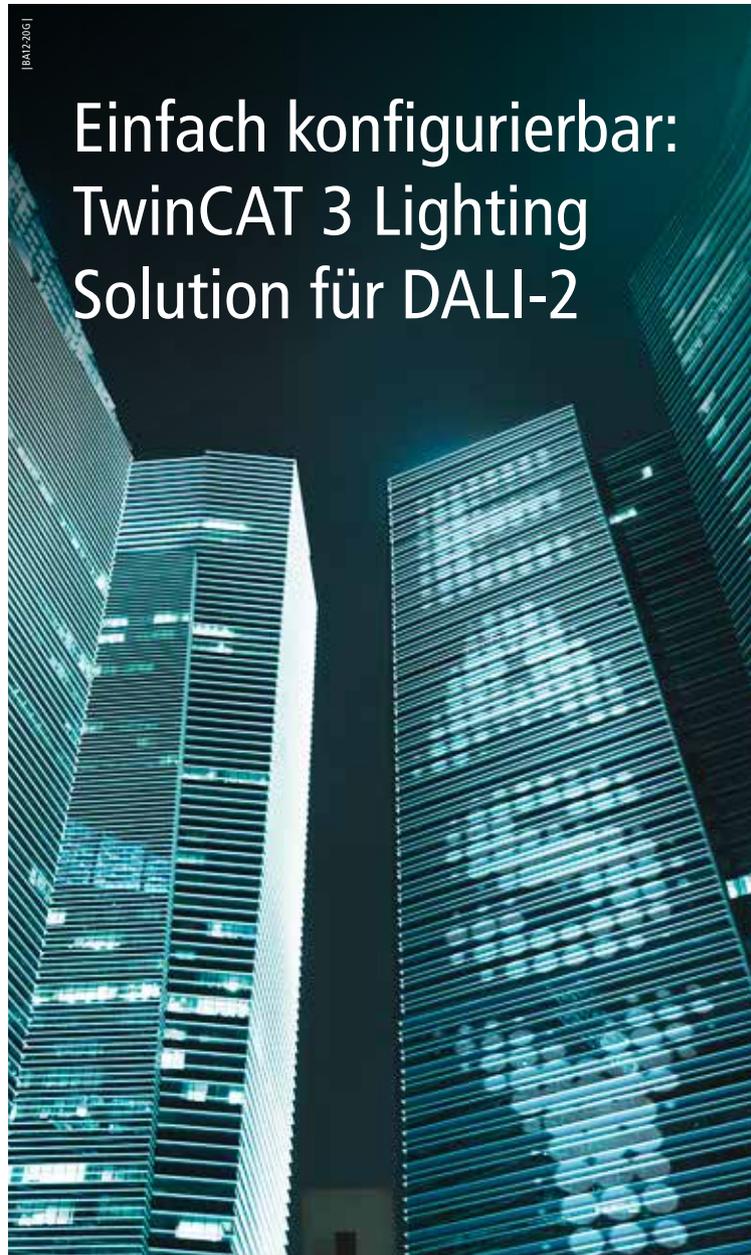
Status quo bei den Lehrlingen: Allerorts und querbeet durch alle Branchen werden händeringend Nachwuchskräfte gesucht. Die Lehrlingszahlen sinken seit Jahren, der Bedarf an gut ausgebildeten Tourismusfachkräften schnell jedoch weiter nach oben. Auch Lehrstellen sind oft Mangelware und das Problem sinkender Lehrlingszahlen wird zusätzlich durch eine hohe Abbrecherquote verschärft. Die meisten Ausstiege gibt es im ersten Lehrjahr. Mehr als ein Drittel der Tourismus-Berufsschüler werfen bereits im ersten Lehrjahr das Handtuch und gehen in andere Berufe. Würden diese Schulabbrecher bleiben, wäre der Fachkräftemangel in der Tourismusbranche bei weitem nicht so groß.

Ein Grund für die hohe Abbruchsquote dürfte darin liegen, dass die Lehrlinge in den Betrieben oft nicht ausreichend gefördert und regelrecht verbrannt werden. Die jungen Menschen werden vom ersten Tag an als Arbeitskraft eingesetzt und sind mit den Tätigkeiten überfordert. Lehrlinge sind Auszubildende nicht Auszunützende! Die duale Lehrausbildung sieht vor, dass die Lehrlinge eine umfassende Betreuung durch gut geschulte Ausbilder genießen und als Fachkräfte theoretisch an den Berufsschulen und praktisch in den Betrieben ausgebildet werden.

Ob aus Roh-Diamanten gute Fachkräfte werden, hängt schließlich vom Arbeitgeber und Ausbilder in den Betrieben ab. Werden Lehrlinge im Hotel- und Gastgewerbe gut ausgebildet, hat die ganze Branche langfristig etwas davon. Doch sind Betriebe auch bereit in diese Zukunft zu investieren?

Oftmals geht es gar nicht so sehr darum, wieviel Gehalt am Ende des Monats bezahlt wird, sondern um Wertschätzung und auch um Vorbilder. Junge Menschen brauchen Idole. Jeder Küchenchef oder Restaurantleiter könnte das erfüllen! Wenn es darum geht Lehrlinge zu gewinnen, haben jene Betriebe einen Vorteil, die sich abheben – zum Beispiel durch die Möglichkeit eine Lehre mit Matura zu machen. Auch interne Akademien, geförderte Auslandsaufenthalte und kleine Benefits können zur Attraktivierung der Lehre im Tourismus beitragen. Mehr Anerkennung und Wertschätzung für Mitarbeiter ist das Gebot der Stunde und wer das beherzigt, hat in der Regel auch keine großen Personalprobleme.

Einfach konfigurierbar: TwinCAT 3 Lighting Solution für DALI-2



Mit TwinCAT 3 Lighting Solution stellt Beckhoff eine Lichtlösung vor, die vom Engineering bis zur Wartung auf die Vereinfachung aller Arbeitsschritte setzt. Alle typischen Lichtregelungen sind integriert, die Anzahl der DALI-Linien ist unbegrenzt. TwinCAT 3 Lighting Solution ist auch für Betreiber leicht über Excel konfigurierbar und zugleich voll HTML- und webfähig, dezentral skalierbar sowie direkt über Panel bedienbar. Schnelle Funktionsänderungen, Adressierungen und Erweiterungen sind direkt im Betrieb möglich, ebenso wie von DALI-Linien unabhängige Gruppierungen.

Scannen und
alles über die
Vorteile der
Lighting Solution
erfahren



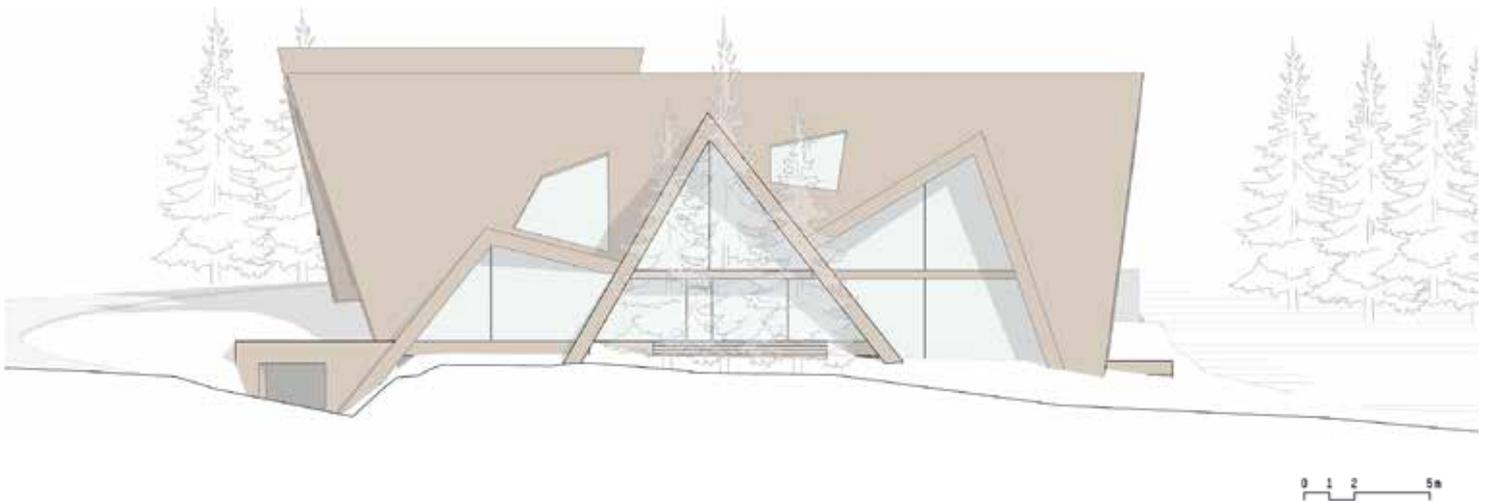
Direkt vom Panel aus bedienbar: TwinCAT 3 Lighting Solution vereinfacht die Umsetzung individueller Lichtlösungen.

New Automation Technology **BECKHOFF**



Fotos: © Dima Visualization

North-east elevation



Ein Dach, drei Apartments!

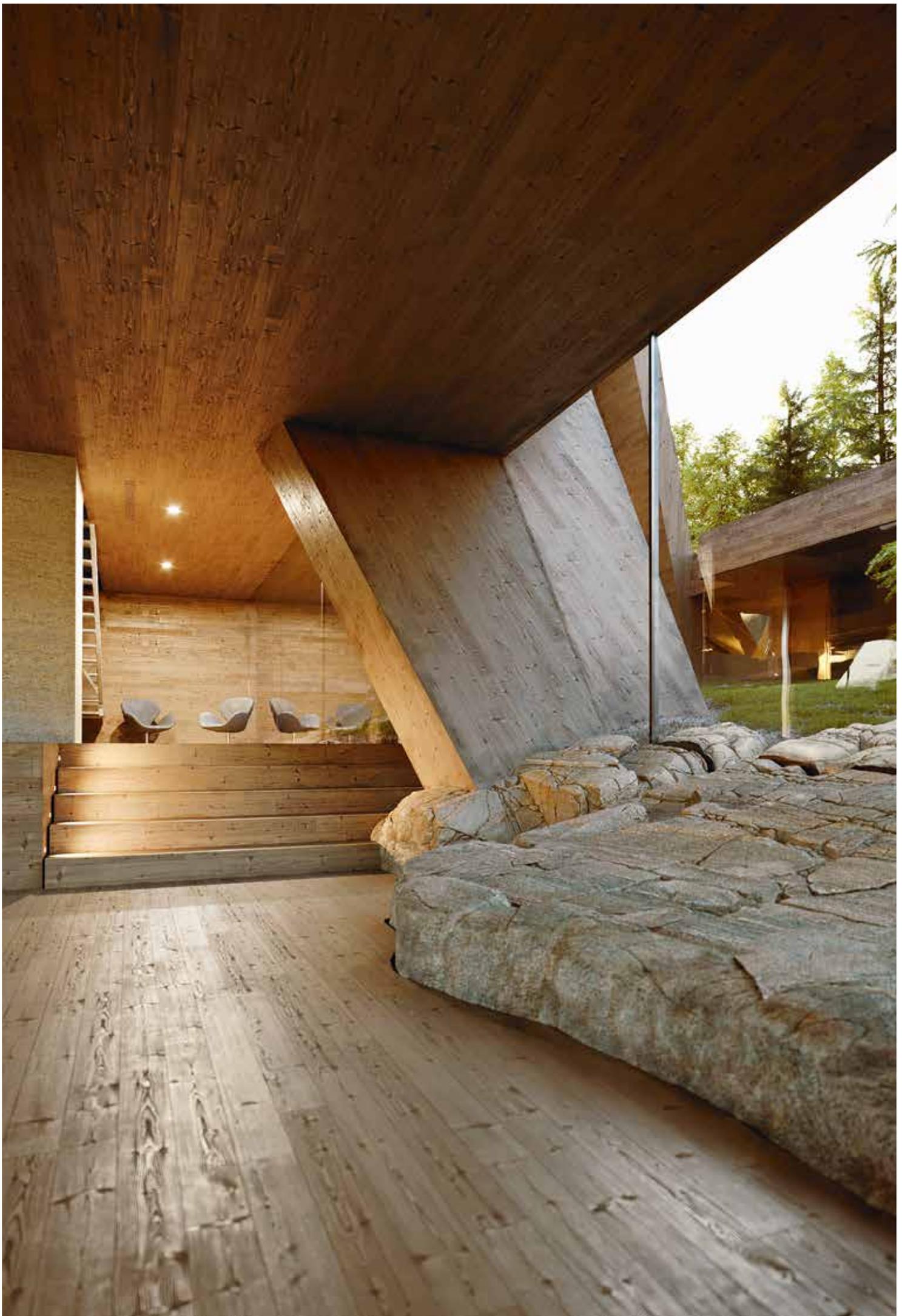
Im Herzen der Rocky Mountains, in einer der unberührtesten Landschaften Colorados, entsteht eine Villa mit drei Ferienwohnungen. Für dieses Projekt interpretiert noa* die ikonische Typologie des A-Frame Hauses neu und schafft eine elegante Abfolge von privaten und gemeinschaftlichen Räumen.

Ein Ferienhaus inmitten der eindrucksvollen Natur Colorados, das ist eines der neuesten Projekte des Architekturbüros noa* network of architecture. Hier, vor den schneebedeckten Gipfeln der Rocky Mountains, umgeben von weitläufigen Nadelwäldern, trifft man häufig auf das archetypische amerikanische Urlaubsdomizil, dem so genannten „A-Frame“. Diese Typologie, die zum Symbol für Wochenendausflüge aus der Stadt geworden ist, zeichnet sich durch steil geneigte Dächer aus, die die Wände vollständig ersetzen und in der schneereichen Region einen idealen Witterungsschutz bieten. Die Architekten interpretierten

die markante Geometrie des A-Frames neu und schafften dadurch ein gemütliches Refugium, in dem man inmitten der Natur zusammenkommen kann.

Zusammenspiel von Volumen

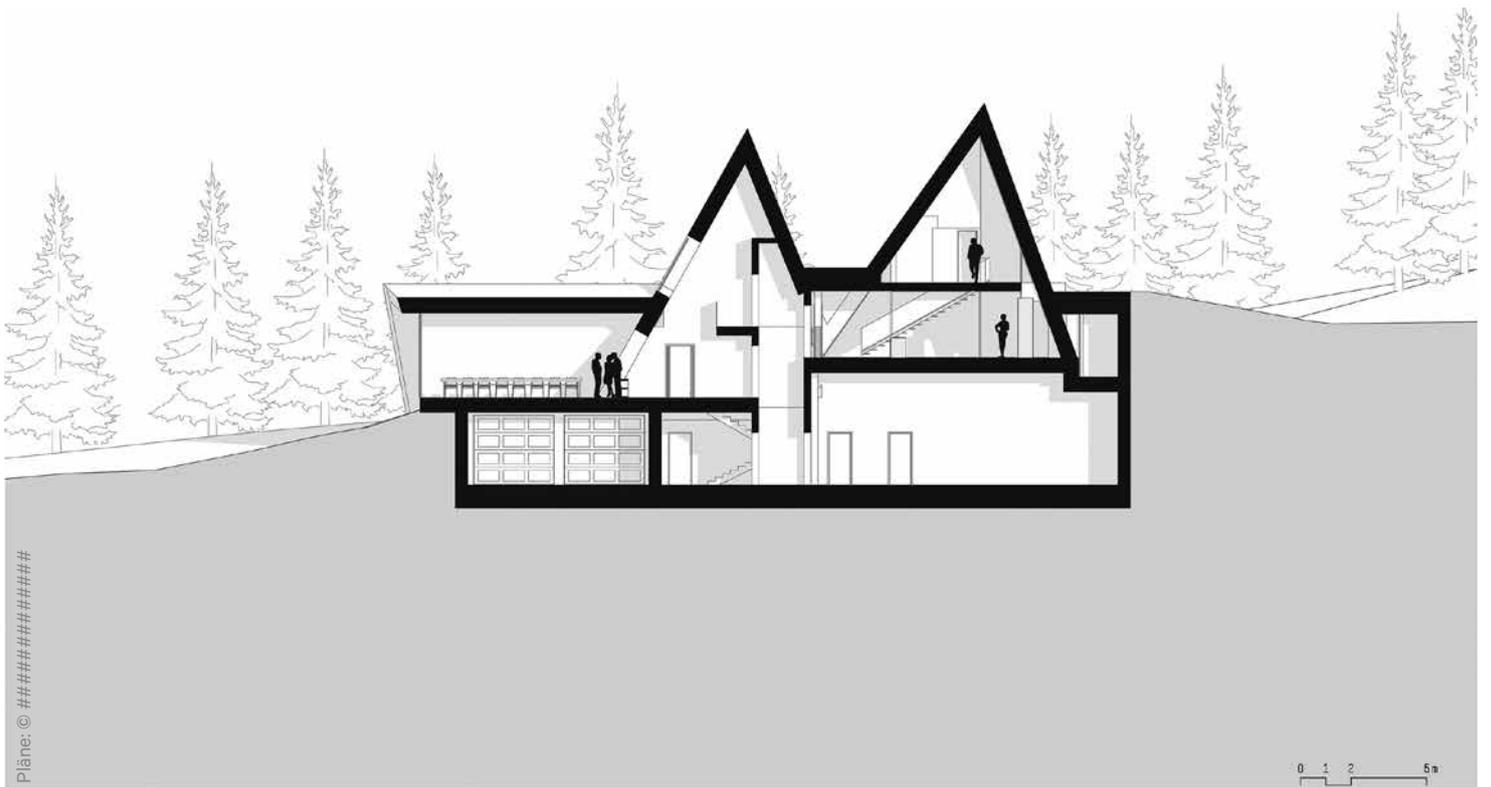
Die Herausforderung des Funktionsprogramms bestand von Anfang an in der Koexistenz von drei verschiedenen Wohneinheiten in einem optisch einheitlichen Volumen. Bei der Innenaufteilung mussten Gemeinschaftsbereiche mit unabhängigen privaten Zonen kombiniert werden. In perfekter Übereinstimmung ▶



Coverstory



Cross section



Pläne: © #####

0 1 2 5m

zwischen den Bedürfnissen der Bauherren und der Architektur beschloss das Designerteam, die Typologie des dreieckigen Hauses in einem komplexeren Zusammenspiel von Volumen zu übernehmen. Die dadurch entstandenen Räumlichkeiten haben vielseitige Qualitäten und ein zunehmendes Maß an Privatsphäre in den oberen Etagen.

Klare Geometrie und Offenheit

„Wir haben die klare Geometrie und die Offenheit nach außen, die für den A-Frame typisch sind, umgesetzt, aber gleichzeitig kleinere, unerwartete, aber dennoch sehr komfortable Räume innerhalb des größeren Volumens untergebracht. Es ist ein Raumkonzept ähnlich wie bei einem Matroschka-System“, erklärt Andreas Profanter, noa*-Partner und Projektleiter. Das Ergebnis ist ein 30 Meter langes dreieckiges Prisma, das an mehreren Stellen von Volumen gleicher Geometrie durchdrungen wird. Die Architektur, die in ihrer gegliederten Struktur als ein einziger Körper wahrgenommen wird, beherbergt jedoch eine völlig unabhängige Villa und ein Familienchalet für die Großfamilie samt Enkelkinder.

Fließende Übergänge

Durch die Eingangstür an der Ostseite des Hauses gelangt man in ein erstes Treppenhaus. Von hier aus werden drei Bereiche erschlossen: das Untergeschoß, mit Parkplätzen und Kellerräumen, die Villa und das Familienchalet mit dem großen gemeinschaftlichen Wohnbereich. Das Erdgeschoß der Villa besteht aus einem Wohnzimmer, einer freistehenden Treppe, einer Küche mit Kochinsel und zwei Zimmern mit Blick auf den Innenhof, in dem sich auch ein Grillplatz befindet. Herzstück des Familienchalets ist der große Kamin im Erdgeschoß, er fungiert als Drehpunkt zwischen der großzügigen Küche im Osten, sowie dem geräumigen Wohnzimmer im Westen. Das repräsentative Esszimmer mit doppelter Raumhöhe grenzt nördlich an die Küche an. Der Bezug zur umgebenden Landschaft wird ständig gesucht: Große Glasfassaden an allen Stirnseiten sorgen für abwechslungsreiche Perspektiven. Im gesamten Gebäude verschwimmen die Grenzen zwischen Außen und Innen, wie zum Beispiel im Wohnbereich, wo ein Teil des Felsens in den Raum integriert ist.

Spielbereich für Kinder

Im Obergeschoß des Familienchalets befinden sich fünf Schlafzimmer, die an den Dachfirsten ausgerichtet sind. Die Zimmer sind offen gestaltet, die herkömmliche Aufteilung in Schlafbereich und Bad wurde durch freistehende Waschbecken und Badewanne fließend aufgelöst. Um auch den Kindern einen eigenen Raum zu geben, wurden im Dachgeschoß Spielbereiche geschaffen. Diese Galerien sind direkt von den Elternzimmern aus zugänglich.

Maximale Autonomie

„In Absprache mit den Kunden haben wir jeden Raum mit einem Maximum an Autonomie und Komfort gestaltet. Fließende Räume, doppelte Höhen und einige überraschende Elemente, wie zum Beispiel die Spielzimmer der Kinder, die über eine in den Elternzimmern versteckte Treppe zu erreichen sind“, fasst Architekt Andrea Dal Negro zusammen, der zum Planungsteam gehört.

Beziehung zur Natur

Die Architektur und die Innenräume des Südtiroler Designstudios vermitteln einmal mehr die Ausdruckskraft und die raffinierte Beziehung zur Natur, die allen noa*-Projekten gemein sind. Es ist ein Projekt, in dem sich Intimität und Gemeinschaft treffen und in dem man eine einzigartige Symbiose mit der Umgebung eingeht.

◀ *Von Sonja G. Wasner*

Nicole Rathgeb-Höll

Geschäftsführerin der
Agentur Comma GmbH

STIMME DER BRANCHE



© PREVIEW PHOTOGRAPHY

Ohne Influencer geht gar nix mehr! Oder?

Schuhe, Lifestyle-Produkte, die angesagtesten Hotels... Man sieht sie auf Instagram, TikTok und Co. und sind wir mal ehrlich: Ob bewusst oder nicht, so hat sich doch bestimmt jeder von uns das eine oder andere durch sie empfohlene Produkt schon einmal genauer angesehen. Die Rede ist von Influencer:innen in den verschiedensten Altersgruppen, die ihr Leben online mit ihren Follower:innen teilen. Ein Geschäftsmodell, das auch für den Tourismus immer mehr an Bedeutung gewinnt.

Warum gerade ich als Geschäftsführerin einer PR- und Marketingagentur die KollegInnen aus den Sozialen Medien so anpreise? Weil ich den Erfolg, den wir durch Influencer-Marketing erreichen, immer besser bewerten können, den absoluten Gewinn aber eben genau in der Kombination mit der klassischen PR sehe.

Lassen Sie mich erklären, warum.

Es ist kein Geheimnis, dass vor allem junge Zielgruppen klassischen Werbeformen zusehends – wohlgermerkt derzeit – nicht so viel Aufmerksamkeit widmen. Instagram, YouTube und andere Plattformen sind da schon wesentlich ansprechender. Und hier kommen besagte Influencer:innen ins Spiel. Indem sie Produkte, Services und ja, auch Hotels auf ihren Kanälen bewerben, stellen sie eine Relevanz zwischen diesen Unternehmen und ihrer Zielgruppe her. Eine „persönlichere Verbindung“ sozusagen.

Aber ich bin ja gar nicht auf Instagram (oder ähnlichen Kanälen), denken Sie sich jetzt vielleicht. Und genau aus diesem Grund sind auch die klassischen Werbeformen so enorm wichtig. Mit der Werbung in Printmedien wird eine breitere Zielgruppe erreicht, auf die Art und Weise, wie das Produkt, der Service oder das Hotel präsentiert wird, kann das werbende Unternehmen mehr Einfluss nehmen, als das bei der Werbung durch Influencer:innen der Fall ist. Ganz zu schweigen von der Langlebigkeit (ein Magazin bleibt nun einmal länger im Umlauf als eine 24-Stunden-Story).

Eine Win-Win-Situation für Ihr Unternehmen also. Und in Kombination mit dem richtigen Online-Marketing dann sowieso ein Verkaufsschlager. Neu ist gut, in Kombination mit dem Bewährten aber oft noch viel besser – und diese Kombination geben wir an unsere Kunden erfolgreich weiter!



The **Art** of **Kundenbeziehung** & **Kanäle**

Damit **mehr** als **nur** ein **One-Night-Stand** daraus wird

In dieser Ausgabe beschäftigen wir uns mit zwei Bausteinen des Business Model Canvas (BMC), weil diese so unzertrennlich sind wie Bud Spencer und Terence Hill. Die Art und Weise, wie man die Kundenbeziehung im Unternehmen festlegt und lebt, beeinflusst direkt die Auswahl der Kommunikations- und Distributionskanäle. Weitere Puzzlesteine in diesen Entscheidungsfeldern sind die Akquisitionskosten für neue Gäste, die Distributionskosten, der Kundenwert für ein Unternehmen und noch einige mehr.

Beginnen wir bei den Channels – auf welchen Kanälen erreichen Sie die Gäste? Die potenziellen und bestehenden Gäste in Zielgruppen zu segmentieren ist das eine, zu kennen wie und wo sich diese informieren, gibt aber erst die Möglichkeit der zielgerichteten Marktkommunikation. Ein sehr geeignetes Werkzeug hierfür ist das Customer Journey Mapping – also die Visualisierung der gesamten „Reise“ eines Gastes in Bezug auf das Unternehmen. Wenn das zu aufwendig erscheint, sollte man sich zumindest folgende Fragen stellen, um die Wahl der

geeigneten Kommunikationskanäle für die jeweilige Zielgruppe zu ermöglichen:

- Wie informiert sich ein Gast?
- Wie wird der Gast auf den Betrieb aufmerksam?
- Wie kann der Gast Produkte kaufen bzw. eine Buchung durchführen?

Grob gesagt listet man in den Channels alle relevanten Touchpoints, die zwischen dem Leistungsversprechen und dem Gast stehen auf. Dieser Block ist gerade für Unternehmen im Zuge

ihrer digitalen Transformation von großer strategischer Relevanz. Gerade in der Optimierung der Marge ist es gut zu wissen, welche Kanäle abseits der ausgetretenen Pfade wie Buchungsplattformen eine gute Alternative darstellen.

Exkurs: Customer Acquisitions Costs (CAC) und Customer Lifetime Value (CLV)

Die Kennzahl CAC gibt Auskunft, wie teuer ein neuer Gast über digitale Werbekampagnen „eingekauft“ wurde. Auch wenn man als Hotelbetrieb im Vergleich zu klassischen Onlineshops höhere Warenkorbbehalte erzielen kann, sind die CAC leider immer teurer geworden. Gerade deshalb ist neben dem Vergleich der einzelnen Kanäle die Steigerung des CLV enorm wichtig. Dieser Wert kann durch upselling bestehender Gäste und noch viel mehr durch eine starke Gästebindung erzielt werden.

Customer Relations – wie baut man die Beziehung zu den Gästen auf?

Einen neuen Gast zu gewinnen ist um ein Vielfaches teurer als einen Bestandskunden wieder zu einem Kauf zu bringen. Das setzt aber voraus, dass der Gast bei seinem ersten Aufenthalt im Hotel zufrieden war und erfolgreich in die Gästebeziehung investiert wurde.

Im Zeitverlauf eines „Gästelbens“ unterscheiden wir den Zweck der Beziehung in folgende drei Stufen:

- Kundenakquise
- Kundenpflege
- Kundenbindung

Ein kurzer Einblick in die digitale Kundenakquise

In der Praxis würde man nun die Kanäle und die Kundenbeziehung vereint in einem „Sales Funnel“ abbilden. Also einem Trichter, der ganz oben in voller Breite die jeweilige Zielgruppe ansprechen soll, um diese dazu zu motivieren sich mit dem Angeboten zu befassen – der Beginn der Kundenakquise. Potenzielle Kunden werden hier beispielsweise auf eine maßgeschneiderte Landingpage weitergeleitet, auf der sich tieferegehende Information befindet. Natürlich verfügt diese Seite über die im gesetzlichen Rahmen möglichen Pixel und Analysemöglichkeiten. Hat man dann einen neuen Gast gewonnen, wird begonnen, eine für den Gast relevante Kundenbeziehung aufzubauen.

Folgende Fragen helfen bei der Frage, wie die Kundenbeziehung nach dem Kauf gepflegt wird: Hat der Kunde einen persönlichen Ansprechpartner – einen Gastgeber, wie in familiengeführten Betrieben? Gibt es eine Support-Hotline? Gibt es automatisierte Interaktionen? Welche Medien und Kanäle werden eingesetzt, um mit dem Gast in Kontakt zu bleiben (Magazine, Newsletter etc.)? Eine erfolgreiche Kundenbindungsstrategie ist ein wesentlicher Bestandteil erfolgreicher Geschäftsmodelle. Auch hier bieten digitale Unternehmen oft eine gute Vorlage, welche Tools man selbst einsetzen könnte.

◀ *Von Gerhart Stadlbauer*

Gerhart Stadlbauer
Startup Experte

STIMME ZUM GRÜNDEN



© Gersta

Strategy first

Bevor man den Startbutton einer bezahlten Werbekampagne drückt, ist es wichtig, das Ziel dieser Maßnahme zu definieren. Wenn man neu mit einer Marke startet, wird es sinnvoll sein, mit Kampagnen zu starten, die das Ziel der „Brand Awareness“ verfolgen. Wie wir wissen, benötigen wir bis zu 15 Touchpoints bis man einen potenziellen Neukunden für sein Produkt begeistert hat. Ist die Marke schon bekannt, kann man direkt mit Kampagnen starten, um „Leads“ zu generieren bzw. Verkäufe und Buchungen im eigenen Shop, auf der eigenen Website zu erzielen.

Auswahl der geeigneten Kanäle

Es gibt viele Möglichkeiten erste Gäste zu erreichen. Für Top-of-Funnel Kampagnen (TOFU) haben sich in unserer Praxis Taboola, Pinterest und Bannerkampagnen in anderen Netzwerken als passendes Mittel erwiesen. Re-targeting nicht vergessen!!

Wenn man die Interessenten schon tiefer in den Trichter gezogen hat und die Marke in der Zielgruppe schon eine gewisse Bekanntheit erreicht hat, empfiehlt es sich mit Performance-Kampagnen zu starten. Hierbei können Kampagnen entwickelt werden, die durch aktive Suche (in Google, Bing, Youtube) von der Zielgruppe entdeckt werden.

Erstellung passender Creatives

Um Werbekampagnen aufsetzen, aber auch organische Reichweite in digitalen Medien erzielen zu können, bedarf es authentischer Inhalte. Auch wenn ich Unternehmensberater bin, empfehle ich sämtliche Inhalte intern, von motivierten MitarbeiterInnen erstellen zu lassen. Authentizität ist klar wichtiger als hochprofessionelle Videos, Fotos etc. Lieber etwas Geld in die Entwicklung des Teams investieren, dann werden Sie viele gute Inhalte zu Verfügung haben.

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 des Geschäftsführers für eine Gastronomieketten mit über 50 Standorten in ganz Österreich. Seit 2016 bin ich als Unternehmensberater und Co-Founder von Startups (Taste Elements, Dinnity Kitchen Robotic, Fox & Eagle) aktiv und auch an der FH-Krems als Lektor für „Entrepreneurship & Management“ tätig.



Zimmer mit Weinblick

Michaela und Andreas Muster haben inmitten der steirischen Weinberge kräftig investiert und ihr Wohlfühlrefugium innerhalb kürzester Bauzeit um 18 Panoramazimmer, einen großzügigen Wellnessbereich, eine smarte Küche und ein gemütliches Weingartenrestaurant erweitert.

Das Ratscher Landhaus an der Südsteirischen Weinstraße ist mit seinen 44 modernen Zimmern ein Ort für Weinliebhaber, Genussmenschen und Entspannungssuchende.

Was 2009 mit dem Kauf des Hauses und der Eröffnung als Frühstückspension begann, wurde unter gastronomischen und touristischen Gesichtspunkten Stück für Stück ausgebaut und perfektio-

niert. „Seit mittlerweile 13 Jahren entwickeln wir uns weiter, lernen dazu, strecken unsere Fühler aus. Wir bauen dabei auf unsere Erfahrung und lassen uns von dem leiten, was uns unser Herz und gesundes Bauchgefühl sagt“, erzählen Michaela und Andreas Muster.

Einblicke und Ausblicke

2017 wurde erstmals ein umfangreicher Zubau von 12 Zimmern,



Fotos: © Karin Bergmann

Seminarräumlichkeiten, einer Rezeption und Hotelhalle in Angriff genommen. Durch den guten Zuspruch wurde der Wunsch nach einer abermaligen Erweiterung sowie einer Schärfung der Positionierung des Ratscher Landhauses immer deutlicher.

Am 17. Dezember 2020 erfolgte schließlich ein weiterer Spatenstich für eine umfassende Hotelvergrößerung. „2020 war ein besonderes und herausforderndes Jahr – für alle von uns. Wir konnten die Zeit nutzen, um in uns zu gehen, zu tüfteln und den nächsten großen Schritt zu planen“, erzählt Michaela Muster.

Das Resultat nach sechs Monaten Bauzeit: 18 helle und geräumige Panoramazimmer und –suiten, wo Naturmaterialien wie Holz, Stein und Stoff auf modernes Design und steirische Gemütlichkeit ►

Kommentar
Von Kurt Guggenbichler



Gieriger Fiskus

Corona hat nicht nur vulnerable Menschen angegriffen, es hat – indirekt – auch das Geschäft vieler Wirte kaputt gemacht. Denn wer nicht schon während der Lockdowns oder danach das Handtuch geworfen hat, der tut es jetzt, weil er kein Personal mehr hat. Dieses hat spätestens im Vorjahr die unsichere Gastronomie-Branche in Scharen verlassen, um in bequemere Berufe zu wechseln.

Schön für diese Menschen, schlecht für die Gasthausbetreiber. Die sitzen nun ohne, oder mit zu wenig Personal da und scheinen so schnell auch keines zu bekommen, obwohl es Menschen gäbe, die gern für die Gastronomie arbeiten würden. Das sind in der Hauptsache Pensionisten, die früher als Koch oder Kellner tätig waren, und auch Studenten, die sich allesamt gern etwas dazuverdienen würden.

Dass es diese Personen dann letztlich doch nicht tun, liegt an der unermesslichen Gier des Staates und seiner Steuereintreiber, die Zusatzverdienern die Lust am Zusatzeinkommen nehmen, weil diese vom Fiskus ausgepresst werden wie eine Zitrone. In diesem Staat liebt man die Doppel- und Dreifachbesteuerung, weil noch jede Regierung den Hals vom Geld nicht voll genug bekommen konnte. Mit Steuergeld lässt sich Wähler-Sympathie erkaufen.

Gastronomen – leider nicht auch ihre Branchenvertreter in den Kammern – pochen jetzt vehement auf eine Änderung der Steuergesetze, damit diese Pensionisten wie auch Studenten und vielen anderen Personengruppen, die in Zeiten wie diesen einen Nebenverdienst gut gebrauchen könnten, einen arbeitsmotivierenden Zusatzverdienst erlauben.

Schließlich sind in vielen Lebensbereichen die Kosten exorbitant gestiegen, nur Löhne und Gehälter nicht. Daran werde gearbeitet, wird von den Regierungspolitikern vollmundig getönt, nur zu spüren ist davon immer noch nichts. Hoch an der Zeit wäre es auch, die kalte Progression abzuschaffen, worüber man ohnehin schon seit Jahrzehnten spricht. Im nächsten Jahr soll es soweit sein. Es ist allerdings zu befürchten, dass es dieser Abschaffung genauso gehen wird wie der ebenfalls schon oft versprochenen Aufstockung des Bundesheerbudgets: Es wird immer nur angekündigt und in Aussicht gestellt, kommt aber nie!



Blick auf das Bauprojekt mit Franz Göbel (li) vom Planungs- und Baumanagement und dem Ehepaar Muster

treffen. Bodentiefe Fenster erlauben einen inspirierenden Ausblick auf die Hügellandschaft und große Balkone mit Hängeschaukeln machen es der Seele wahrlich leicht, genussvoll zu baumeln.

Damit Erholungssuchende auch ausgeschlafen aufwachen und entspannt aufstehen können, haben die Gastgeber größten Wert auf ein qualitativ hochwertiges Schlafsystem gelegt und diese vorab auf Kern und Federn geprüft.

Gemütlicher Genuss

Darüber hinaus entstand ein 500 m² großer Wellnessbereich mit überdachter Terrasse, Infinitypool, Fitnessraum, Massageräumen, Kuschel- und Schaukelliegen, Erlebnissaunen sowie einer direkten Anbindung zum Naturteich.

Das neu errichtete Weingartenrestaurant offenbart nicht nur male- rische Ausblicke, sondern auch kulinarische Höhenflüge, die vom Kulinarium Steiermark ausgezeichnet wurden. Bespielt wird das Restaurant von einer zentral gelegenen Küche, die im Zuge des Umbaus technisch auf den neusten Stand gebracht wurde. Dank der ausgefeilten Planung der Gastronomieausstatter spielt die „funkelnagelneue“ Küche mit Induktionsherdblock, Kombidämpfer, Schockfroster und neuester digitaler Technik alle Stücke.

Regionales Engagement

Bei der Erweiterung ihres 4* Wein- und Genusshotels setzte Familie Muster getreu dem Motto „Never change a winning team!“ auf langjährige Partner aus der Steiermark. Die Planung und Koordination erfolgte über ein Familienunternehmen aus dem Almenland.

„Da bereits der erste Zubau reibungslos umgesetzt wurde, lag es auf der Hand, dass die Erweiterung durch das selbe Unternehmen vollendet wird“, erklärt Andreas Muster.

Rund 20 steirische Firmen sorgten für eine zuverlässige Abwicklung der baulichen Aktivitäten. „Viele fleißige Hände waren daran beteiligt, um unser Ratscher Landhaus noch schöner zu machen“, würdigt Michaela Muster die Arbeit der beteiligten Unternehmen.

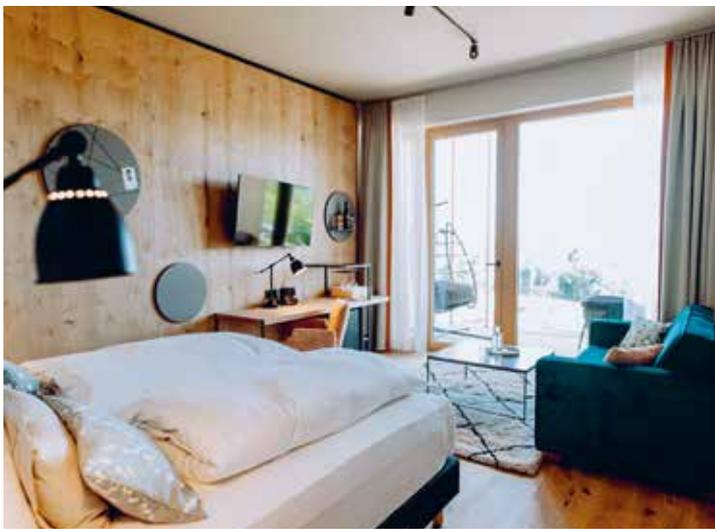
Grünes Bekenntnis

Bei den Renovierungsarbeiten gingen Michaela und Andreas Muster konsequent in Richtung grüne Zukunft. „Nicht nur, weil wir Eltern sind, ist es uns ein großes Anliegen, unseren Beitrag zum Klimaschutz zu leisten,“ erzählen die umsichtigen Gastgeber, „auch unsere Gäste sollen sich sicher sein, dass sie bei uns ein grünes Urlaubserlebnis haben.“

Daher beziehen die beiden Hoteliers 100 Prozent Naturstrom aus der Steiermark, der zum Großteil aus Wasserkraft stammt, gefolgt von Wind- und Sonnenenergie. Dazu nützt eine zusätzliche Photovoltaik-Anlage am Dach des Hauses die Kraft der Sonne und eine neue Hackgutheizung sorgt im gesamten Hotelkomplex für wohlige Wärme. E-Bikes zum Ausleihen und eine E-Tankstelle runden das nachhaltige Konzept ab.

Für ihr innovatives und nachhaltiges Handeln im steirischen Tourismus erhielten die sympathischen Unternehmer erst kürzlich den renommierten Zukunftspanther.

◀ Von Katharina Baumhakil



Tom Weber
Gastrocoach



STIMME ZUM WANDEL

Wo stehen wir? Was wird kommen?

Die gesamte Komplexität unseres Körpers basiert im Grunde auf unserer Ernährung. Wir leben, weil wir essen. Und wir essen, was uns gut tut. Gutes Essen ist auch entwicklungsbiologisch betrachtet die Belohnung harter Arbeit und demnach etwas ganz klar Besonderes. Insofern liegt es in unserer Natur, uns gelegentlich mit dem vielfältigen Angebot des einen oder anderen Restaurants zu belohnen. Aber nicht nur das! Ich behaupte sogar: Gastronomie ist unverzichtbar. Man muss sich vorstellen: Selbst in den tragischsten Tiefen des Ersten sowie des Zweiten Weltkriegs und in den heftigsten Wirtschaftskrisen blieben Wirtshäuser von Bedeutung. Gastronomie vermittelte speziell in solchen Zeiten ein Gefühl von Zusammenhalt, vielleicht sogar eine Art Lichtblick in dieser damals sonst so dunklen Welt. Wer also denkt, Gastronomie wäre unwichtig, hat sich nur selbst noch nicht verstanden. Wenn jemand darauf verzichtet, auswärts zu essen, um aber stattdessen den neuesten High-End-Grill um 3.000 Euro zu kaufen, setzt er meines Erachtens nach die falschen Prioritäten. Dass diese Entwicklung in Wahrheit total verrückt ist, ist jedoch leider noch nicht ganz angekommen.

Blick in die Kristallkugel: Was erwartet uns jetzt?

Beobachten wir die Trends, dann stellen wir nach wie vor fest, dass sowohl vegetarische und vegane Küche als auch Sushi und Ethno-Food im Allgemeinen an Beliebtheit dazugewinnen. Die Hintergrundidee ist dabei, (vermeintlich) Gesundes zu essen. Beispiel hierfür ist das klassische Instagram-Influencer-Frühstück mit Avocado, Lachs und Gemüse. An der Stelle sehe ich persönlich allerdings mittelfristig einen leichten Fallstrick. Denn einige Produkte werden – insbesondere, wenn von weither importiert – aufgrund des hohen Energieaufwands immer teurer. Das kann man etwa sehr gut bei Kokosmilch sehen, wo der Preis von 2,90 Euro auf aktuelle 6 Euro stieg. So wie ich die Trends interpretiere, werden sich zukünftig zwei unterschiedliche Herangehensweisen in der Gastronomie herauskristallisieren. Auf der einen Seite die schnelle Fast-Food-Küche mit Dumping-Preisen und dem einfachen Ziel, satt zu machen. Auf der anderen Seite Restaurants mit Topqualität und -service für die, die etwa Wert auf Erlebnisastronomie legen.



Fotos: © PURES Leben | Guenther Standl

Wohlfühlrefugium

Die derzeit zwölf Ferienhäuser von „Pures Leben“ befinden sich rund 30 Minuten südlich von Graz in Tunauberg, Sausal und Altenbach. Eingebettet in den Naturpark Südsteirisches Weinland ist jedes Haus von einem Weinberg oder einem Obsthain umgeben und besticht durch Panoramablicke nach allen Seiten sowie absolute Privatsphäre.

Zehn der Häuser verfügen über einen eigenen Spa-Bereich mit Außensauna und Außenpool sowie einen Entspannungsbereich im Inneren. Beim Bau kamen vorwiegend heimische Materialien wie Massivhölzer und Stein zum Einsatz.

Große Glasfronten holen die sanfte Landschaft ins Innere. Weitläufige Terrassen und bequeme Liegen schaffen auch in der kalten Jahreszeit draußen einen perfekten Ort zum Wohlfühlen. Im Winter sorgen Fußbodenheizung und offene Kamine für Kuschelstimmung. Pures Leben-Gründer Dietmar Silly wählte die Plätze aller Ferienhäuser eigenhändig aus und verfolgt die Philosophie, die einfachen Dinge des Lebens zu genießen und dabei trotzdem auf nichts zu verzichten.

Philosophie

Am Anfang stand eine Idee, aus der nach und nach eine Erfolgsgeschichte wurde. Schon lange hatte Dietmar Silly den Wunsch, Besuchern die Unberührtheit seiner Heimat sowie die Schönheit und Unbeschwertheit der Region näher zu bringen. Zudem gilt seine Leidenschaft seit jeher dem Bauen und Wohnen.

Regionale Produkte zum Frühstück

Im hauseigenen Weingut Silly und der dazugehörigen Landwirtschaft bringt er gemeinsam mit seinem Bruder Gerald hochwertige, regionale Produkte hervor und vereint seit 2004 alles zusammen zu „Pures Leben“. Die außergewöhnlichen Plätze der Ferienhäuser verbinden eine Auszeit vom Alltäglichen mit der

Einkehr ins private Heim. Im Mittelpunkt steht der Gedanke, die einfachen Dinge des Lebens zu genießen. Diese Philosophie zieht sich wie ein roter Faden von den einzelnen Häusern bis ins Herzstück von „Pures Leben“.

Luxuriöses Refugium - Neuheit!

Ab Herbst 2021 ergänzt das neue Premiumhaus „Grabenschake“ das Portfolio. In absoluter Alleinlage, umgeben von 55.000 Quadratmetern Natur, überzeugt das luxuriöse Refugium vor allem mit einer gekonnten Symbiose aus modernem Design und traditionellen Elementen sowie viel Platz. Auf 144 Quadratmetern Wohnfläche finden sich zwei Schlaf- sowie Badezimmer und ein großzügiger Wohnbereich mit einem Kamin und offener Küche für bis zu vier Personen.

Für den Bau revitalisierte Gastgeber Dietmar Silly ein 200 Jahre altes Bauernhaus und ergänzte es durch einen geradlinigen Neubau mit Komplett-Verglasung, welche für ein Rundumpanorama auf die umliegenden Hügel, Wälder und Fischteiche sorgt. Natürliche Materialien wie Holz, Stein und Leinen prägen das edle Interieur und bringen die steirische Landschaft in das Innere.

Ein besonderer Blickfang sind dabei die hochwertigen Natursteinwände im Wohnbereich sowie in einem der Schlafzimmer. Absolutes Highlight ist der zehn Meter lange beheizte Außenpool, in dem Urlaubende ganzjährig ihre Bahnen ziehen. Eine finnische Sauna komplettiert die Ausstattung der großzügigen Terrasse.

◀ Von Sonja G. Wasner



In den Ferienhäusern sorgen ein Kamin, eine Leseecke, eine Sauna und eine freistehende Badewanne für besondere Wohlfühlmomente. Die Kulinarik darf auch nicht zu kurz kommen. Das Restaurant Silly's Kuchl ist exklusiv für Hausgäste von Donnerstag bis Samstag geöffnet.



Nose to Tail zwischen Berg und See

Urlaub im Romantikhotel Zell am See garantiert pure Romantik, sportliche Freuden und genussvolle Stunden – umrahmt von exklusiver Kulinarik auf höchstem Niveau.

Im malerischen Zell am See im Salzburger Pinzgau liegt es – das Romantikhotel der Familie Hörl. Hier weiß man ganz genau, wie man einer kurzen Auszeit die gewisse Portion Romantik verleiht. Direkt am malerischen Zeller See gelegen, ist Zell am See zu allen Jahreszeiten definitiv eine Reise wert. Die Dichte an kulinarischen Highlights ist in der österreichischen Hotellerie außergewöhnlich hoch, für viele der Gäste ist genau aus diesem Grund Österreich nach wie vor DIE Destination Nummer eins!

Zell am See, I'm in love!

Und da Liebe ja bekanntlich durch den Magen geht, ist auch das Romantikhotel Zell am See mit dem dazugehörigen Wirtshaus „Zum Metzgerwirt“ etwas ganz Besonderes. Das Wirtshaus wurde bereits 1493 erstmals erwähnt und wird bereits seit Generationen als Familienbetrieb geführt. Familie Hörl gelang es, hier mit viel Leidenschaft und Liebe zum Detail einen kulinarischen Hotspot in der Region zu etablieren.

Nose to Tail

Die Stichworte in der Romantikhotel-Küche: regional, traditionell,

ehrllich. Gespeist wird bei lauschiger Atmosphäre in der Romantikstube oder – bei besonderen Anlässen – im liebevoll arrangierten Weinkeller. Was auch immer die Herzen ihrer Gäste höherschlagen lässt – Familie Hörl setzt es gern in die Tat um. Egal ob Veganer, Vegetarier oder Liebhaber eines besonders guten Stück Fleisches – es kommen hier alle Gäste auf ihre Kosten und Gaumenfreuden. Bei der Verarbeitung von Fleisch wird genau auf Herkunft sowie hohe Qualität geachtet – dem Grundsatz Nose to Tail (vom Kopf zum Schwanz) wird hier ein hoher Stellenwert gegeben.

Noch vor wenigen Jahrzehnten verarbeiteten Hausfrauen und Köche so gut wie alles vom Tier. Diese Ganztiernutzung war selbstverständlich und trägt heute (wieder) wesentlich zum bewussten Umgang mit Fleisch bei. Leider landen bei manchen Betrieben trotzdem manchmal immer noch gute verkannte Teile des Tieres beim Tierfutter oder im Müll. Diesem Trend entgegenzuwirken ist ein Teil der Metzgerwirt-Philosophie: Frische Produkte und der bewusste Umgang mit Lebensmitteln aus der Region. Das schmeckt man!

www.romantik-hotel.at

◀ *Sonja G. Wasner*





Fotos: © Selma Flasch Photography



Wo die Natur zum Spielplatz wird

Sich auch im Urlaub mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigen - das Gut Berg Naturhotel im Salzburger Pongau bietet unternehmungslustigen Familien eine einzigartige Kombination aus entspanntem Hotelurlaub und Bauernhoferlebnis.

Nachhaltigkeit ist ein Thema, dem man sich in dieser Zeit gar nicht entziehen kann. Dass Nachhaltigkeit nicht nur in den eigenen vier Wänden, sondern auch im Urlaubszuhause eine Rolle spielen kann, zeigt Familie Gschwandl aus dem Salzburger Land vom Gut Berg Naturhotel im St. Johanner Alpendorf. Hoch oben über dem Salzachtal offenbart sich für Groß & Klein ein Urlaubsparadies der entschlunigten und genussvollen Art. Die Natur rund um das Hotel bietet – fernab von Verkehr und jeglicher Hektik – den schönsten (Abenteuer-) Spielplatz und lässt nicht nur Kinderherzen höherschlagen.

Eintauchen in das Landleben

Die Schafe füttern, die Hasen streicheln oder die Ponys putzen und satteln – das neu errichtete Stallgebäude wird zum „echten“ Erlebnis für alle Tierfreunde. In der „Stallküche“ wird mit den kleinen Gästen Brot gebacken oder gebastelt.

Der Neubau des Stallgebäudes mit der Möglichkeit hier im Urlaub hautnah dabei zu sein, war für Familie Gschwandl ein Herzensan-

liegen. „Wir möchten unsere Gäste am Bauernhofleben teilhaben lassen und vor allem den Kindern die Natur wieder näherbringen“, so die Philosophie der Hoteliersfamilie Gschwandl. Die Eier für's Frühstück aus dem Stall zu holen, ist vor allem für Kinder aus dem städtischen Bereich ein besonderes Erlebnis. Auch die Kunst des Buttermachens wird den kleinen Gästen hier nahegebracht und kann natürlich auch selbst ausprobiert werden.

Bauernhof und Hotel

Die spezielle Lage des Gut Bergs ist einzigartig – hoch über dem Salzachtal und mit sensationellem Blick auf die umliegende Bergwelt. Und dass das Hotel gemeinsam mit einem florierenden Bauernhof zusammen von der Gastgeberfamilie geführt wird, ist ebenfalls nicht alltäglich.

Beides zusammen – Erholung und Einblick ins bäuerliche Leben – ist ein Geschenk für die Familien, die im Gut Berg Naturhotel ihre wertvollste Zeit des Jahres verbringen.

www.gut-berg.com

◀ *Sonja G. Wasner*

Save the date

GONDEL-SLAM 2022



© Stefan Wolf

Acht Stunden Live-Sendung aus der größten Gondel Österreichs. Spannende Persönlichkeiten sprechen am 16. Oktober 2022 im Talk über die Zukunft der Arbeitswelt!

Am Sonntag, den 16. Oktober 2022 wird im Zillertaler Mayrhofen die größte Gondel Österreichs zum Wohnzimmer umgebaut. Acht Stunden werden Gäste aus Politik, Tourismus und Wirtschaft auf der Couch Platz nehmen und im schwebenden Live-Studio beim „Gondel-Slam 2022“ über neue Arbeitskultur und neue Arbeitswelten diskutieren. „Wir werden über aktuelle und brisante Themen sprechen. Das Spektrum reicht von Digitalisierung bis Nachhaltigkeit, von mehr Wertschätzung und Menschlichkeit,

bis hin zu New Work und wie wir in Zukunft wieder mehr junge Menschen für Gastronomie und Tourismus begeistern können“, so der Initiator und Veranstalter Daniel Stock. Wir alle sitzen in der gleichen Gondel, der Mitarbeiter, der Unternehmer und auch der Gast“, so Stock, der mit dem „Gondel Slam 2022“ einen neuen Weg des Miteinanders in der Wirtschaft und in den Arbeitswelten beschreiten will.

◀ *Sonja G. Wasner*

Die Messe für Sicherheit
20. – 23. September 2022

**SECURE
YOUR
BUSINESS**

SEIEN SIE DABEI!

Video//Zutritt/Mechatronik/Mechanik/Systeme/
Perimeter//Digital Networking Security//
Dienstleistung//Brand/Einbruch/Systeme//

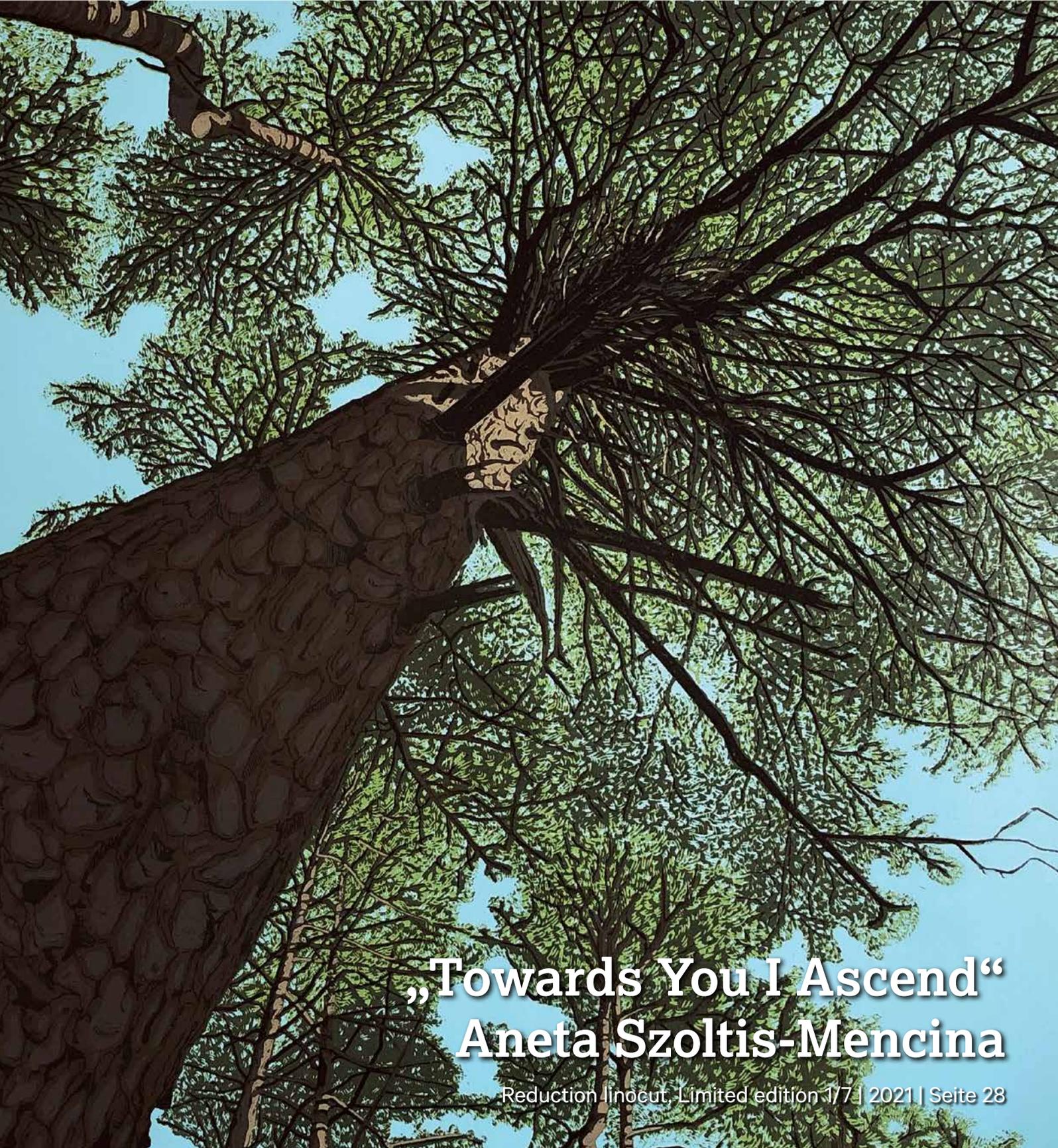


www.security-essen.de



art style

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE GEHOBENE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE



„Towards You I Ascend“ Aneta Szoltis-Mencina

Reduction linocut, Limited edition 1/7 | 2021 | Seite 28



ZUM SCHWARZEN KAMEEL

SEIT 1618 IN WIEN

Schwarzes Kameel

Besuchen

Exklusive Lounge Aktion

Ihre Lounge ist für
Sie reserviert!



Kontaktieren Sie uns!

lounge.hotelstyle.at

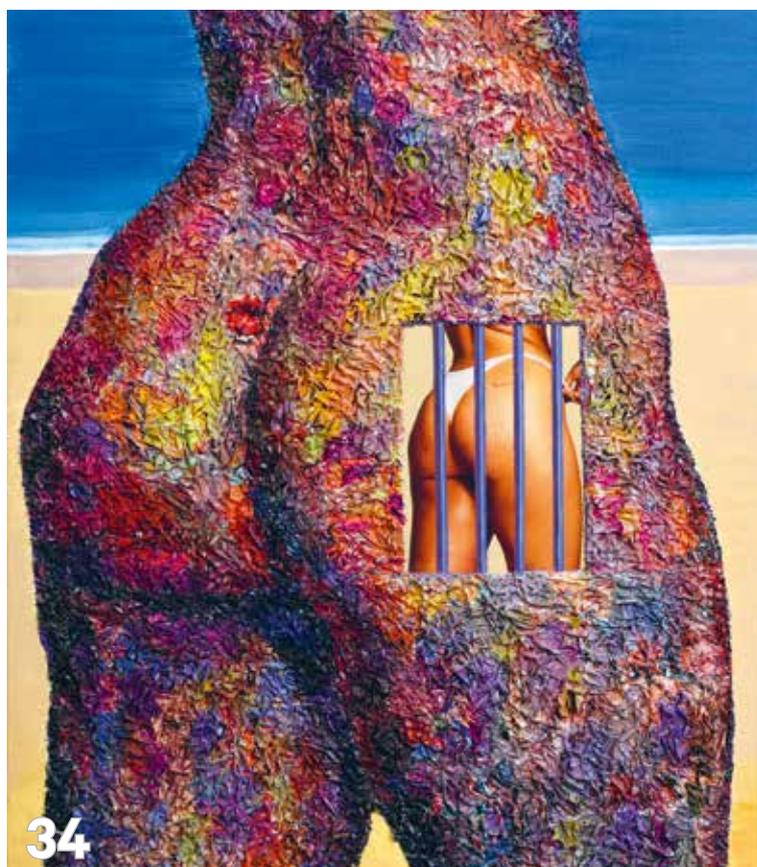
art style

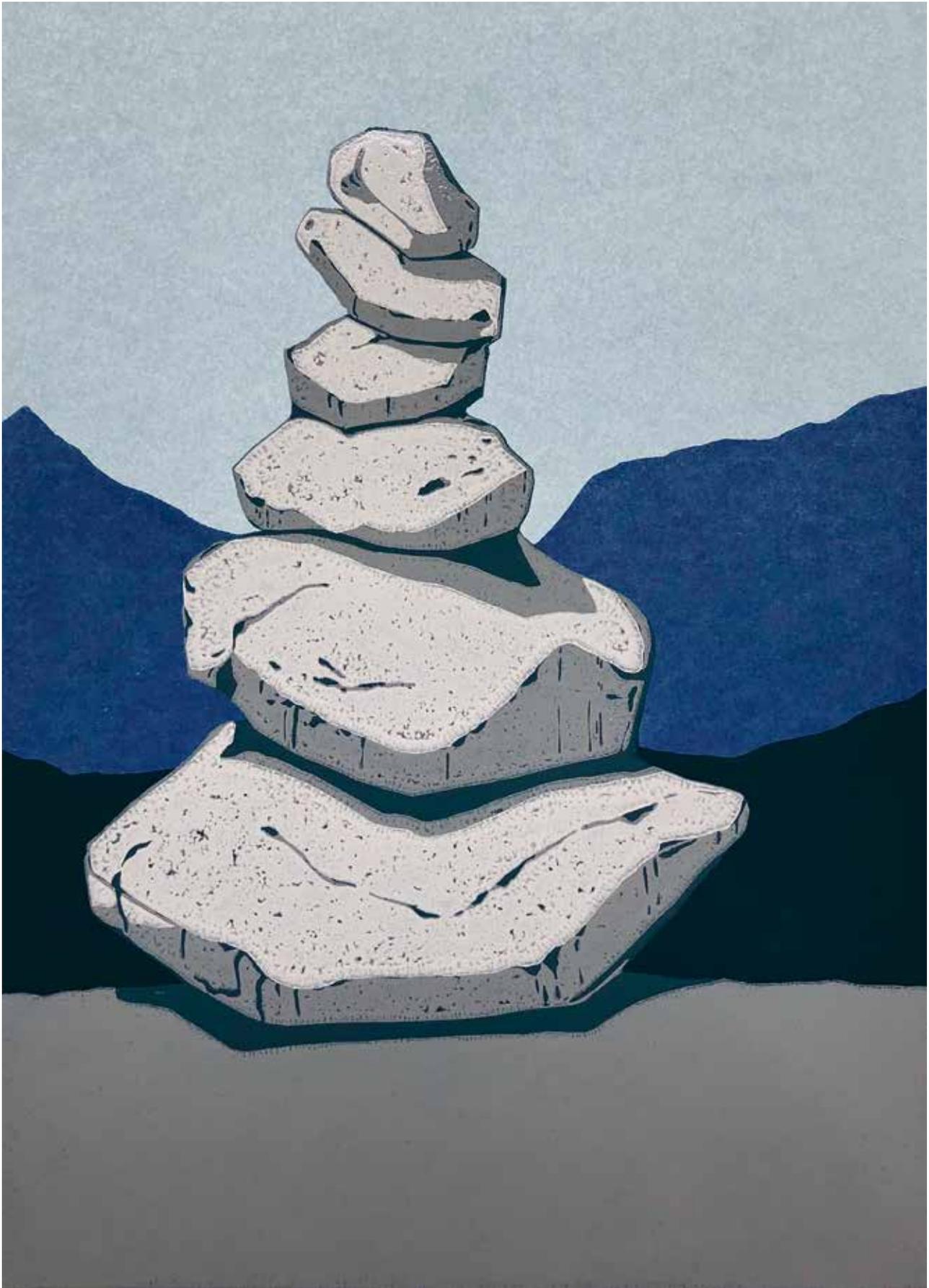
Aneta Szoltis-Mencina 28
Künstlerin | Galerie Sandhofer

art style Kunstvermittlung 33
Von Kunsthistorikerin Angelika Doppelbauer

Wu-Shaoxiang 34
Ausstellung im Schütz Art Museum

Digitale Lounge 40
Exklusives aus der Branche





Stone Cairn 1 | 2021
Aneta Szoltis-Mencina | Reduction Linocut
Limited edition | number 1/7 | Size 40x30 cm

Autobiographie der **Künstlerin**

Aneta Szoltis-Mencina

Seit ich denken kann, habe ich immer gezeichnet, gemalt, gezupft, geklebt und ausgeschnitten. Ich liebte den Kunstunterricht in der Schule, und als eine meiner Zeichnungen, eine mit Trockenpastell gemalte Berglandschaft, gerahmt im Gemeinschaftsraum aufgehängt wurde, beschloss ich mit acht Jahren, Künstlerin zu werden.

A llerdings musste ich eine Weile warten, bis ich meinen Traum verwirklichen konnte. Meine Eltern konnten sich ein teures Kunststudium nicht leisten. Daher entschied ich mich nach dem Abitur für ein Pädagogikstudium – ich wollte anderen helfen. Aber die Leidenschaft und Liebe zum Schaffen begleitete mich seit jeher – sowohl in meiner beruflichen Tätigkeit als auch in meiner Freizeit.

Auf Drängen meines Mannes habe ich mich für einen Zeichenkurs angemeldet. Bereits nach der zweiten Stunde schickte mich die Lehrerin zu einem Rekrutierungs- und Einstellungsgespräch in die Kunstfakultät der Akademie, welches ich mit Bravour bestanden habe. Mit 33 Jahren habe ich meinen Schuljob an den Nagel gehängt und ein Vollzeitstudium mit der Fachrichtung künstlerische Grafik begonnen.

Dank der enormen Unterstützung meiner geliebten Familie – meines Mannes und meiner Tochter – habe ich nach drei Jahren intensiver Arbeit mein Bachelor of Arts-Diplom mit Auszeichnung an der Akademie der Künste Jan Długosz in Tschenstochau verteidigt. Dank dieser verrückten Veränderung mache ich heute das, was ich schon immer wollte – ich habe mein eigenes Grafikstudio, in dem ich mich meiner Leidenschaft widme – dem Gestalten und Kunstschaffen.

Da ich aus einer kleinen Stadt in den polnischen Bergen komme, liegt mir die Liebe zur Natur im Blut. Und in der wunderschönen umliegenden Natur suche ich nach Inspiration für meine Grafiken. Ich arbeite intuitiv und spontan und überspringe oft die Skizzenphase, ich gestalte direkt auf der grafischen Matrix. Manchmal bin ich mir der Wirkung bis zum Ende des Prozesses nicht sicher, aber ►



Between Silence And Silence | 2020
Aneta Szoltis-Mencina | Linocut
Limited edition | number 6/7 | Size 69x45 cm



Murmurations 3 | 2021
Aneta Szoltis-Mencina | Linocut
from 9 matrices Limited edition
number 3/5 | Size 100x70 cm



Murmurations 7 | 2022
Aneta Szoltis-Mencina
Linocut and monotype Art print from 4 matrices
Limited edition 1/6 | Size 35x45 cm

es ist diese Unvorhersehbarkeit, die mir an Grafiken am besten gefällt. Die meisten meiner Arbeiten sind farbenfrohe Landschaften, sowohl realistisch als auch abstrakt. Durch die Farben der Grafiken stelle ich meinen aktuellen Gemütszustand dar.

Linolschnitt ist meine bevorzugte grafische Technik. Auch wenn mir im Alltag manchmal die Geduld fehlt, wenn ich in meinem Atelier mit einem Meißel in der Hand am Tisch sitze, bleibt die Zeit stehen. Es gibt nur mich und ein Stück Linoleum, das nach etwa einem Dutzend oder sogar mehreren Dutzend Stunden Meißeln zu einer grafischen Matrix wird.

Manche verbinden mit dem Linolschnitt nur die starke, scharfe, schwarze Linie der Zeichnung auf weißem Papier. Nichts könnte falscher sein. Der Linolschnitt als grafische Technik gibt dem Künstler noch viele weitere Möglichkeiten – was zum Beispiel in meinen mehrfarbigen Grafiken zu sehen ist. Der Linolschnitt gehört zu den Hochdrucktechniken. Die auf das Linoleum aufgebrachte Zeichnung wird mit Meißeln und Messern ausgeschnitten, dann werden die nicht geschnittenen Elemente mit einer Farbrolle abgedeckt und mit einer Handdruckmaschine auf das Papier gedruckt.

Farblinolschnitt entsteht durch den Abdruck mehrerer mit verschiedenen Farben bedeckten Matrizen auf einer dafür vorgesehenen Papierfläche - jede Matrix ist ein anderes Element des Ganzen. Eine besondere Art des Farblinolschnitts ist der verlorene Linolschnitt – auch bekannt als Single-Matrix-Reduktion. Dies ist eine sehr zeitaufwändige und präzise Technik, die ich des Öfteren verwende.

Nehmen wir zur Veranschaulichung an, dass der fertige Druck aus fünf Farben besteht - Weiß, Gelb, Rot, Braun und Schwarz. In der ersten Phase der Arbeit an der Matrix werden die Elemente ausgeschnitten, die den weißen Untergrund des Papiers auf dem Druck ausmachen. Dann decken wir die Matrix mit gelber Farbe ab und drucken sofort die gesamte Auflage, zum Beispiel zehn Drucke. Im nächsten Schritt auf der gleichen Matrix diejenigen Zeichenelemente aus, die gelb bleiben sollen und drucken dann die rot bedeckte Matrix.

Das Wichtigste ist, die Matrix genau an der gleichen Stelle wie zuvor zu treffen. Der Prozess des Schneidens und Druckens wiederholt sich für jede weitere Farbe, bis der geplante Effekt erreicht ist. In unserem Fall ist die letzte Farbe schwarz. Eine weitere Druckausgabe einer so erstellten Matrix ist nicht möglich - die Zeichnung ist verloren gegangen. Deshalb ist es so wichtig, die Anzahl der Drucke in einer Auflage ab der ersten Farbe zu planen.

Ich schätze die Besonderheit der Technik des verlorenen Linolschnitts, und obwohl ich sogar mehrere Dutzend Stunden an einer Matrize verbringe, hat die Auflage meiner Drucke nie 15 Exemplare überschritten. Vor zwei Jahren wurde die Galeristin Kasia Sandhofer auf meine Grafiken aufmerksam. Dank unserer gemeinsamen Arbeit sind meine Linolschnitte auf dem Kunstmarkt im Ausland und in Polen präsent, sie nehmen erfolgreich an Grafikwettbewerben teil und werden auf Ausstellungen präsentiert. Ich freue mich, dass ich mir meinen Traum vom Künstlersein erfüllen konnte und fühle mich auf dem richtigen Weg!

◀ *Von Aneta Szoltis-Mencina*

Kasia Sandhofer

Galerie Sandhofer



**STIMME
ZUR
KUNST**



© Galerie Sandhofer

Gestalten und Kunstschaffen

Vor einigen Jahren, im Alter von 33 Jahren, stellte die Künstlerin Aneta Szoltis-Mencina ihr ganzes Leben auf den Kopf. Sie hatte ihren Job gekündigt und ein Vollzeitstudium an der Fakultät für bildende Künste an einer Akademie begonnen. Ihre Familie - ihr Ehemann und ihre 9-jährige Tochter - ermunterten sie sehr zu diesem mutigen Schritt. Mit Hilfe ihrer Familie gelang es ihr, ihren Traum vom künstlerischen Schaffen zu verwirklichen. Sie gründete ihr eigenes Atelier und begann Grafiken in Linolschnitt- und Monotypie-Technik zu erstellen.

Ich entdeckte ihre Grafiken zufällig auf einer Seite im Internet und konnte kaum glauben, dass es sich um die Technik des Linol-Schnittes handelte, so innovativ und anders als das schon Althergebrachte und Bekannte in dieser Technik waren ihre Werke. Aber was mich an ihnen besonders berührte, war zum einen die Klarheit der Farbzusammenstellung und zum anderen eine neue, modernistische Interpretation der Natur in ihren Arbeiten.

Kurzum, ich fand, diese Werke seien außergewöhnlich und die Künstlerin hätte ihren eigenen unverwechselbaren Stil - eine Eigenschaft, welche so wichtig ist, um auf dem Kunstmarkt zu bestehen. Daher kontaktierte ich die Autorin der Werke und so entstand auch unsere Zusammenarbeit und ich wurde ihre erste Galeristin.

Inzwischen fanden ihre Grafiken den Weg in die USA und nach Europa und sind in vielen Sammlungen in In- und Ausland vertreten. Alle Grafiken sind von Anfang bis Ende handgefertigt und nur in streng limitierten Auflagen von maximal 15 Exemplaren ausgeführt. Sie sucht ihre Inspiration vor allem in der Schönheit der umgebenden Natur. Sie arbeitet intuitiv und spontan und überspringt oft die Skizzen- und Entwurfsphasen. Die meisten ihrer Graphiken sind Landschaften, von realistischen Linolschnitten bis zu abstrakten Monotypien. Die Farben ihrer Graphiken spiegeln ihre aktuelle Befindlichkeit und den melancholischen Charakter wider.

Exklusiv für art style Leser:innen | 600 Euro



Soothing The Soul 2022

Aneta Szoltis-Mencina | Linocut | monotype print from 9 matrices
Limited edition 4/8 - Size 70x50 cm printed area 56x37 cm

Galerie-Preis: 800 Euro

Angelika Doppelbauer

Kunsthistorikerin



**ART STYLE
KUNST
VERMITTLUNG**



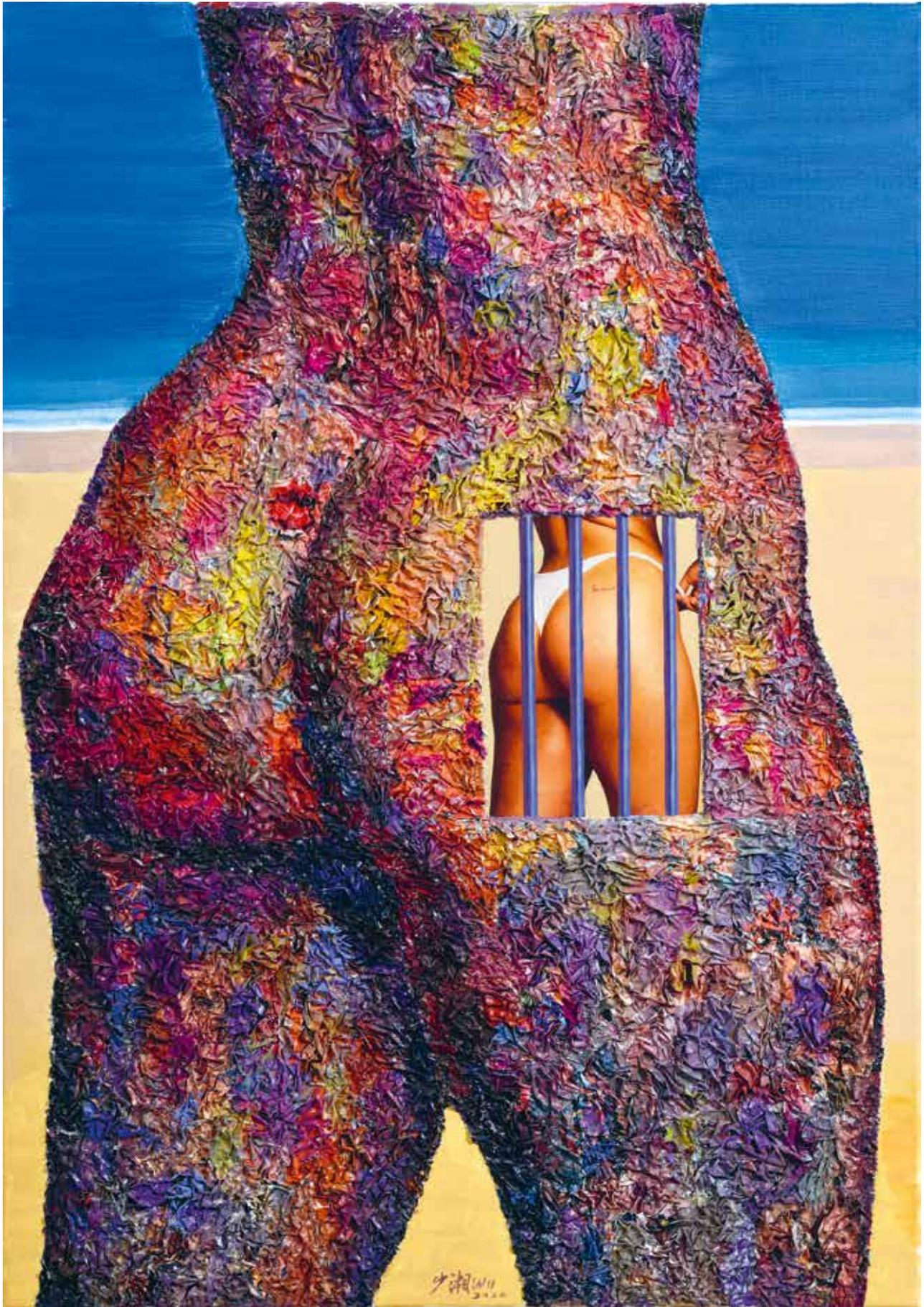
© Nicolas Schossleitner

Linolschnitt erlaubt keine Korrektur

Der Linolschnitt ist eine Hochdrucktechnik, bei der wie bei einem Stempel die Motive seitenverkehrt in die Druckplatte geschnitten werden. Normalerweise braucht man für jede Farbe eine eigene Druckplatte. Bei der speziellen Technik mit der so genannten verlorenen Platte werden alle Farben in eine Platte geschnitten, sodass keine Korrektur möglich ist.

Beim Hochdruck muss man alles wegschneiden, was nicht drucken soll. Das heißt, die erste Farbe ist immer die Farbe des Papiers auf das gedruckt wird. Die Stellen, wo das Papier im fertigen Kunstwerk durchscheinen soll, werden zuerst weggeschnitten. Die Platte wird dann mit der hellsten Farbe gedruckt. Daraufhin werden die Stellen ausgeschnitten, bei denen diese erste Farbe sichtbar bleiben soll und mit der nächstdunkleren Farbe darüber gedruckt.

Besonders schwierig ist es, die Druckplatten immer wieder auf exakt die gleiche Stelle am Papier zu drucken, denn sonst stimmen die Übergänge nicht überein. Druckgrafiken, die mit der Nummer des Exemplars, sowie der Auflagenhöhe bezeichnet und signiert sind, gelten als Original.



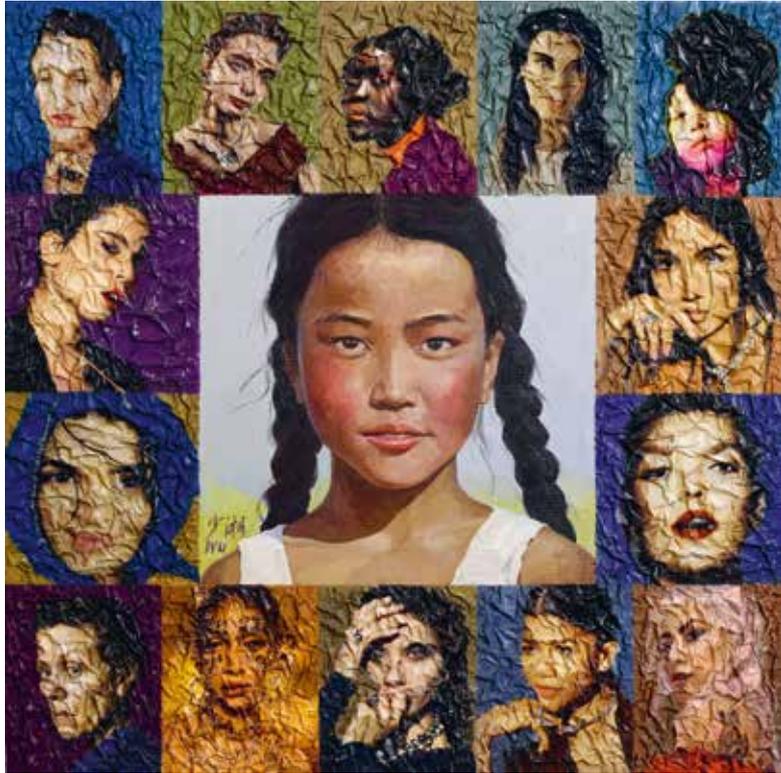
Sommer 2020
2020 | Wu Shaoxiang
Acryl und Papier auf Leinwand | Size 100x70 cm

Ausstellung Schütz Art Museum bis Februar 2023

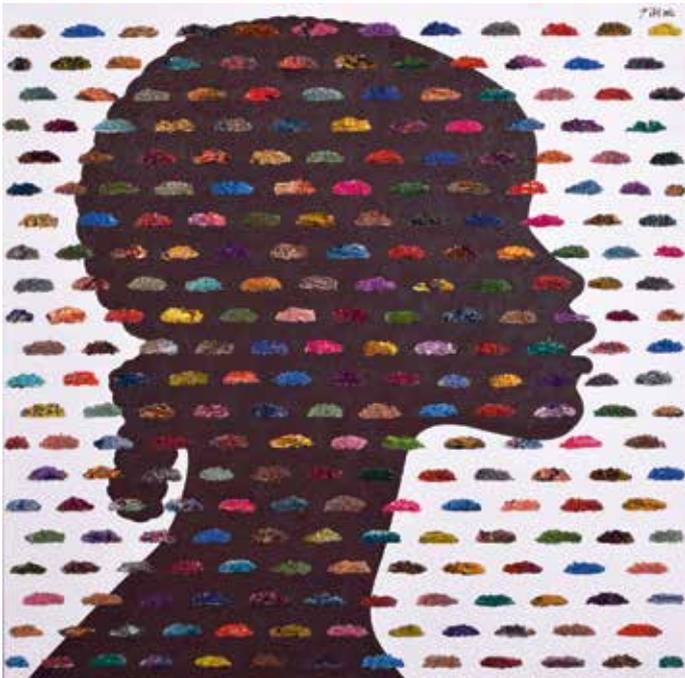
Wu Shaoxiang

Der Künstler ist Pionier der modernen chinesischen Skulptur und einer der einflussreichsten Bildhauer der „New Wave Bewegung“. Die Werke von Wu Shaoxiang sind im Schütz Art Museum in Engelhartzell (OÖ) in der Ausstellung „Alle Farben könnten schön sein“ zu sehen.

Die Utopie von der Gleichheit der Geschlechter, der Hautfarben, wider jegliche Diskriminierung, inklusive Recht auf Leben und Freiheit wurde in weiten Teilen des Planeten Realität. Vielfach hat sich eine xenophobe, nationalistische, separatistisch determinierte Gesellschaft durch eine engagierte Zivilbevölkerung zu einem toleranten, multikulturellen Miteinander voll Empathie entwickelt. Aber plötzlich, am Beginn des jungen 21. Jahrhunderts begann das mühsam errungene Prinzip der Aufklärung, der demokratische Impetus des Dreigestirns „Liberté, Egalité, Fraternité“ Risse zu bekommen. „Was ist da passiert?“, fragen sich viele. „Was war da passiert?“, fragte sich auch Wu Shaoxiang. Was ist passiert mit Freiheit, Gleichheit, Brüderlichkeit, mit Toleranz und Respekt, mit einem friedlichen Neben- und/oder Miteinander, mit Gerechtigkeit, mit freier Meinungsäußerung trotz unterschiedlicher Positionen? ▶



Alle Farben sind schön – Asien
 2021 | Wu Shaoxiang
 Öl und Papier auf Leinwand | Size 60x60 cm



Alle Farben könnten schön sein
 2021 | Wu Shaoxiang
 Öl und Papier auf Leinwand | Size 100x100 cm



**Überlebender Aphrodite-Kopf
 mit einem neuen Gehirn**
 2021 | Wu Shaoxiang
 Gips, Papier, Öl, Holz und Edelstahl |
 Size 37x26x20 cm

Zeit seines Lebens beschäftigt sich Wu Shaoxiang intensiv mit dem Thema Identität. Diversität lautet der sperrige Terminus. „Vielfalt trifft es besser“, sagt Wu Shaoxiang. Dieser kulturpolitische Topos wurde ihm derart wichtig, dass es ihn zu einer gänzlich neuen künstlerischen Phase, zu einer komplett neuen Interpretation auf dem Pfad der Kreativität verleitete. 2019 erfuhr Wu Shaoxiang durch „Art China“ die Auszeichnung „artist of the year“ für die in Kooperation mit Jiang Shuo gestaltete Ausstellung im „798 Linda Art Center of Beijing“, nachdem er bereits 2009 als „Skulpteur des Jahres“ geehrt wurde.

Dennoch begab sich Wu Shaoxiang aus seiner Komfortzone als arrivierter Bildhauer heraus, konfrontierte sich selbst mit der Herausforderung etwas gänzlich Neuen. Über vierzig Jahre hatte er nicht mehr gemalt. Stets war ihm die Skulptur Mittel der Wahl. Seine meist großformatigen Skulpturen, seine Figuren, Figurinen, vornehmlich aus Metall, sind weltweit bekannt. Kapitalismus in jeglicher Form interpretierte, kritisierte und karikierte er in ironisierender Art und Weise – eingedenk der klassischen Tradition asiatischer Kunstgeschichte wie auch westlicher Abstraktion; Avantgarde à la Duchamps oder Giacometti zitierend.

Der Pionier der modernen chinesischen Skulptur, einer der einflussreichsten Bildhauer der „New Wave Bewegung“, studierte am Jingdezhen Ceramic Institute Bildhauerei, bei Professor Zhen Ke an der China Central Academy of Arts and Design in Peking. 1987 promovierte er und lehrte an selbiger Akademie, bis er 1989 als Verfechter der Demokratiebewegung seine Heimat verließ. Seit der zunehmenden Öffnung der Volksrepublik China kehrt er gemeinsam mit seiner Frau, der Bildhauerin Jiang Shuo, und seinem Sohn, regelmäßig wieder nach Peking zurück, betreibt dort – alternierend zu seinen Refugien in Kärnten und in Berlin – ein Atelier und unterrichtet am Institute of Visual Arts der Shanghai Fu Dan University.

Nun kehrt Wu Shaoxiang, nach vier Jahrzehnten Abstinenz, zur Staffelei, zur Leinwand zurück. „Alle Farben könnten schön sein“, lautet sein klar prononciertes Credo – und so lautet auch der Titel seiner aktuellen, im Schütz Art Museum erstmals öffentlich präsentierten Serie. Im Duktus des „ready made“ schuf Wu Shaoxiang eine Serie großformatiger Ölgemälde. Oberflächlich betrachtet könnte man die Bilder als gegenständlich, realistisch bezeichnen.

Es ist aber keineswegs ein neuer Realismus, den Wu hier beschreitet, vielmehr geht es stilistisch – analog zum Inhalt – um Transformation, um Identität, um wechselseitiges Befruchten, Voneinanderlernen, Antizipieren. Erschreckend ist, so Wu Shaoxiang, eigentlich das Faktum, dass man im frühen 21. Jahrhundert, nach all den Zäsuren und Schrecken der Vergangenheit, immer noch über Anerkennung, über Minderheiten, über Freiheit und Gleichberechtigung reden muss. Erbärmlich. Im Geiste der antiken Göttin Aphrodite bleibt schlussendlich die Hoffnung auf die allgemein erkannte, und anerkannte Erkenntnis:

„Alle Farben sind schön!“

◀ *Von Sonja G. Wasner*



Irene und Josef Schütz mit einem Werk von Werner Berg Wegscheitel | 1960 | Öl auf Leinwand | Size 63x89 cm | monogr.re.u. w.b.





Schütz Art Museum

Eingebettet in eine wunderschöne Naturlandschaft, direkt an der Donau, im oberösterreichischen Engelhartszell, ist das Schütz Art Museum Heimat von Exponaten der wichtigsten Vertreter der klassischen Moderne. Architektonisch einzigartig und mit bewährter österreichischer Kaffeehauskultur kann man hier gut entschleunigen und Inspiration finden.

Es ist ein Blickfang an der Donau: das würfelartige Gebäude, das westliche Technologie mit östlicher Philosophie verbindet. Ein modernes Nullenergiehaus und gleichzeitig ein Gebäude, das die uralten Regeln des chinesischen Feng-Shui erfüllt samt Wiener Kaffeehauskultur. Ein Ort, an dem sich Besucher besonders wohlfühlen.

Kunst mit Menschen teilen

Museumsgründer Prof. Josef Schütz und seine Frau Irene haben das Museum errichtet, nicht um Kunstwerke aufzubewahren, sondern, um Kunst mit Menschen zu teilen. Im Erdgeschoss des Museums zeigt das Ehepaar Schütz ausschließlich Gemälde aus Privatbesitz, ein Großteil stammt aus der eigenen, rund 600 Kunstwerke umfassenden Sammlung. „Das zu teilen, ist schön“, so Irene Schütz, denn „wenn du’s allein nur im Wohnzimmer hast, sieht’s ja niemand“, meint die Kunstliebhaberin.

Künstler hautnah erleben

Im Museum gibt es auch zwei Künstlerateliers. Mehrere Wochen arbeiten hier zwei Künstler als „Artist in Residence“, um sich dabei, wenn möglich, von Besuchern über die Schulter schauen zu lassen. Mit ein bisschen Glück trifft man den ein oder anderen Künstler im Museums-Café. Am Ende des Austauschprogrammes können diese Bilder auch erworben werden.

Kunst ist die Sprache aller Völker

Das Obergeschoss ist zeitgenössischer chinesischer Kunst vorbehalten, denn das Schütz Art Museum versteht sich auch als völkerverbindender Ort. Derzeit ist die Ausstellung „Alle Farben könnten schön sein“ von Wu Shaoxiang, zu sehen. Irene Schütz gibt jenen, die glauben, keine Ahnung von Kunst zu haben, einen guten Rat: „Man muss eigentlich nur hingehen und muss die Kunst auf sich wirken lassen, dann wird man plötzlich die Sprache der Kunst verstehen!“

◀ Von Sonja G. Wasner

Willkommen in der neuen digitalen Lounge

Gastronomen, Hoteliers, Touristiker, aber auch Architekten, Galeristen, Künstler und Tourismusschulen können sich hier exklusiv in der digitalen Lounge von hotel & gastro style präsentieren.

Um sich online und rund um die Uhr perfekt in Szene zu setzen, wurde die digitale Lounge ins Leben gerufen! Zusätzlich zur eigenen Website hat man hier die Möglichkeit immer aktuelle Information schnell und einfach zu kommunizieren.

In der Lounge (lounge.hotelstyle.at) finden Sie ausgewählte Betriebe, die etwas Besonderes für Sie parat haben! Gekennzeichnet ist dies 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) zur jeweiligen Lounge führt. Reinklicken - es lohnt sich!

Täglich werden die Lounge-Plätze mehr. Besuchen Sie also in aller Ruhe zu einem stressfreien Zeitpunkt die Lounge und genießen Sie die Informationen der Betriebe und Schulen.

Bei Fragen zur Lounge zögern Sie nicht uns zu kontaktieren! Wir beraten Sie gerne in puncto redaktioneller wie kreativer Möglichkeiten in dieser virtuellen Welt.

In diesem Sinne viel Freude beim Durchklicken der Lounge!



Hier geht's zur Lounge



Barschule München



Hier geht's zur Lounge



Alkoholfrei on Tour



Hier geht's zur Lounge

Gfell Schlafen und Essen
mit Schönblick

Gfell - Schlafen und Essen
mit Schönblick



Hier geht's
zur Lounge

TWEED

Hotel Tweed



Hier geht's
zur Lounge

40-42_Lounge
Florian
PARC HOTEL

Parc Hotel Florian



Hier geht's
zur Lounge



Genießen mit Freunden.

Wirtshaus am See



Hier geht's
zur Lounge





Wahaha Paradise



Hier geht's zur Lounge



Stadtliebe Gastro GmbH



Hier geht's zur Lounge



Hotel Waldhof Muhr



Hier geht's zur Lounge



BARDem

Cocktailbar Bardem



Hier geht's zur Lounge



Eidenberger
alm

Eidenberger Alm



Hier geht's zur Lounge



151

BISTRO · BAR

151er Gastronomie GmbH



Hier geht's zur Lounge



FOX&EAGLE

Fox&Eagle



Hier geht's zur Lounge

Öfferl

Bäckerei Öfferl GmbH



Hier geht's zur Lounge

INTERALPEN-HOTEL TYROL
★★★★★

Interalpen-Hotel Tyrol



Hier geht's zur Lounge

gastro style

DAS FACHMAGAZIN FÜR DIE GEHOBENE HOTELLERIE UND GASTRONOMIE



„Der Umstieg auf Bio
war leichter als gedacht.“

Paul Kolarik, Geschäftsführer Luftburg – Kolarik im Prater | Seite 52



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

Staat könnte helfen 44
Personalprobleme in Gastronomiebetrieben

Ein sagenhaftes Bier 46
Braukunst der Brauerei Fohrenburg

Natürlich verwurzelt 49
Interview mit Wolfgang Sila

Ein Hoch auf die Luftburg 52
30-Jahr Jubiläum der Familie Kolarik

140. Genussland Partnerbetrieb 56
Courtyard by Marriott – Bekenntnis zur Region

Zeit für Tee 58
Interview mit Johannes Gutmann

Himmlische Weine 60
Weingut Kloster Eberbach im Rheingau

Sekt and the City 62
Sommerabend in den Schlumberger Kellerwelten

Digitaler Marktplatz 64
Exklusives aus der Branche

Buch Bar 66



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), 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, (coo.marketing@hotelstyle.at), Isabel Jarl, BBA (marktplatz@hotelstyle.at) | **Druck:** Ferdinand Berger & Söhne Ges.m.b.H. | 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 – © Dima Visualization | Titelseite gastro style – © Philipp Lipiarski / www.lipiarski.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

Personalprobleme in Gastronomiebetrieben brauchte es nicht zu geben:

Staat könnte helfen, tut's aber nicht

Allerorten suchen Gastronomen noch immer händeringend nach Personal, das ihnen und ihrem Betrieb während der Lockdowns abhandengekommen ist. Studenten und Rentner könnten die Lücken in Service und Küche füllen, wenn ihnen vom Zusatzverdienst noch so viel bliebe, dass ein Einspringen für sie auch reizvoll wäre. Doch der Fiskus gönnt ihnen nicht die Butter aufs Brot. Der Staat könnte dies ändern, tut bislang aber nichts.

Nicht schlecht staunte ein Kremser, der in der vorletzten August-Woche einen Freund aus früheren Zeiten in Ansfelden bei Linz besuchte. Am letzten Tag seines Aufenthaltes, einem Sonntag, wollte er vor seiner Heimreise noch in einem gutbürgerlichen Gasthaus Mittagessen. Also steuerte er „den Stockinger“ an, der allerdings an diesem Tag geschlossen war. Noch beim letzten Besuch des Mannes aus Krems war das Wirtshaus sonntags noch in Betrieb gewesen. Also setzte er sich wieder in sein Auto, fuhr ein wenig in der Gegend herum und landete schließlich im Gasthaus Strauss in Freindorf, unweit der Ortschaft Ansfelden, wo er aber ebenfalls die Türen verschlossen vorfand. Dieses Wirtshaus hatte gerade wegen Betriebsurlaubs geschlossen. Pech, dachte sich der Kremser und lenkte sein Auto nun in Richtung Traun, in den Traunerhof, wo er früher auch schon einmal mit seinem Freund zusammensaß. Doch wegen Betriebsurlaubs herrschte auch dort gerade Grabesruhe.

Gibt es denn hier kein gutbürgerliches Wirtshaus, das am Sonntag noch offen hat, ärgerte er sich. So wie es aussah, schien ihm wohl nichts anderes übrig zu bleiben, als bei McDonald's an der Autobahnauffahrt nach Wien einzukehren, wenn er etwas „zwischen die Zähne bekommen“ wollte, auch wenn es nicht das Essen sein würde, das er sich vorgestellt hatte. Das Gasthaus Hellmayr im nahen Haid kannte der Mann aus Krems leider noch nicht. Dort kocht man an sechs Tagen in der Woche noch Hausmannskost, sogar sonntags und bis acht Uhr abends. Nur Donnerstag ist dort zu. Andere Gasthäuser, nicht nur in Oberösterreich, sperren seit den Lockdown-Erfahrungen überhaupt erst am Donnerstag auf und haben nur am Wochenende geöffnet – wegen Personalmangels.

„Bei uns geht das auch nur, weil wir ein Familienbetrieb sind, in dem alle fleißig arbeiten, betont Patron Fritz Hellmayr in Haid und hat damit fast schon so etwas wie ein Alleinstellungsmerkmal im Ort und in der Umgebung. Seine Stammgäste schätzen es, dass sie bei ihm zu jeder Tageszeit ein schmackhaftes und preiswertes Gericht aufgetischt bekommen, das zwischen 14 und 17 Uhr natürlich oft nur ein kleines Gulasch ist oder eine kleine Jause mit ein, zwei Bier. Andere schneien nachmittags oft auch nur schnell auf ein Achterl rein. Dabei denken viele Menschen, dass es die Wirtshäuser, so wie wir sie noch aus früheren Jahren gut kennen, heute

nicht mehr gibt. Das glaubt auch Fünf-Hauben-Koch Rudi Obauer aus Werfen im Salzburger Pongau. „Das alte Wirtshaus ist tot“, konstatiert er: Die Gaststätte, in der die Oma spätnachts noch das Erbrochene von drei übrig gebliebenen Tranklern in der Gaststube aufwischte, gehöre der Vergangenheit an. Sein Fazit: Überhaupt sei es heute völlig unmöglich, ein Gasthaus zu betreiben, in der es ganztägig eine warme Küche in hoher Qualität gäbe.

Obauer habe sicherlich recht, wenn er damit die Restaurants und Lokale seiner Liga im Auge hat, sagen viele Wirte und Köche, obwohl diese im eigenen Lokal trotzdem noch ganztägig aufkochen, wenn auch nicht auf Hauben- oder Sterne-Niveau. Aber auch wenn deren Arbeiten nicht mit Hauben oder Sternen gewürdigt werden, schmeckt es ihren Gästen dennoch, sonst hätten sie keine.

So ist auch das Gasthaus Hellmayr in Haid immer gut besucht. So ist auch das Gasthaus Hellmayr in Haid immer gut besucht, denn der Wirt hat seine Stammklientel, die auch gut bedient sein will, weshalb auch er froh ist, nun endlich, nach langer Suche, eine Servierkraft gefunden zu haben. Er hat seine einheimische Stammklientel, die auch gut bedient sein will, weshalb auch er froh ist, nun endlich, nach langer Suche, eine Servierkraft gefunden zu haben.

Andere Wirtshausbetreiber suchen noch immer und ohne Ergebnis. Dieselbe Klage hört man auch aus der Hotellerie. Warum nur tut sich diese Branche so schwer, gute Mitarbeiter zu finden? Weil es sich die Leute heute aussuchen können, wo und wie sie arbeiten möchten, erläutert AMS-Vorstand Johannes Kopf, „und für wieviel Gehalt“, ergänzen Betroffene. Damit lassen sie durchblicken, dass es mit der Bezahlung in der Branche oft nicht zum Besten steht, was Hoteliers und Gastronomen allerdings bestreiten. Wir zahlen heute mehr als üblich, sonst haben wir nicht einmal eine Chance, jemanden zu bekommen, heißt es.

Oft ginge es aber gar nicht mehr so sehr ums Geld, weil auch die Beschaffenheit der Unterkunft für die Mitarbeiter und die Art der Verpflegung wie auch die Arbeitszeit (5- oder 6-Tage-Woche) heute eine große Rolle spielen, erläutert Kopf. Denn vor allem die jüngeren Arbeitslosen nähmen Jobangebote nicht wahr, wenn sie bei ihrer neuen Tätigkeit über Gebühr eingespannt würden, was

immer das auch heißen mag. Doch das ist auch die Erfahrung vieler Gastronomen. „Will eigentlich niemand mehr arbeiten?“, fragte unlängst Oliver Pink in der Zeitung „Die Presse“ zumal der Staat bei den Arbeitslosen ohnehin für eine solide Basis Sorge und den Rest, so mögen viele denken, verdienen wir uns dann eben „schwarz“ dazu. Ganz so einfach sei die Sache allerdings nicht, schreibt Pink. Viele aus der Gastronomie hätten seit den Lockdowns angenehmere Jobs gefunden, was auch viele Servicekräfte aus den südöstlichen Nachbarstaaten betrifft, die wieder in ihre Heimat zurückgegangen sind. Deshalb haben schon viele Wirte dichtgemacht oder ihr Angebot zurückgefahren.

Aber wie geht es weiter? Mit Rentnern, die wieder aus der Pension geholt werden? Manch Ältere aus der Gastronomie würden nach der Pensionierung noch gern zwei, drei Tage in der Woche weiterarbeiten, was sich aber kaum auszahlt für sie, weil sich der Fiskus sofort wie ein gieriger Geier auf ihren Zusatzverdienst wirft. Auch in der Hotellerie könnten topfitte 65-Jährige viele Personallücken füllen, wenn diese am Ende des Monats mehr Netto vom Brutto im Börserl hätten. Doch meist haben sie dann noch weniger Geld als vor ihrem Einspringen. Sie werden dann nämlich sofort besteuert und müssen zwei Mal Sozialversicherung bezahlen, rund 35 Prozent vom Bruttoeinkommen. Damit sind sie für den Arbeitsmarkt leider verloren, bedauert Walter Veit, der Präsident der Hoteliervereinigung. Auch Studenten fallen für den Arbeitsmarkt aus, weil diese mit einem Bruttoeinkommen von mehr als 15.000 Euro jährlich sofort ihre Studienbeihilfe verlören.

„Das ist hausgemachte staatliche Abzocke, die in Jahrzehnten perfektioniert und etabliert wurde, und die den Mittelstand ruiniert“, macht ein Salzburger Gastronom seiner Verärgerung Luft. Die Verärgerung bei ihm wird noch größer, wenn er erläutert, was mit unseren Steuergeldern passiert. Vieles, was wir sauer verdienen mussten, wird schlichtweg verpulvert, schimpft er aus voller Kehle: „Trotz der Teuerung leistet sich die Staatsspitze neue Luxuslimousinen und wirft mit unserem Geld nur so herum. Probleme werden wie immer aufgeschoben oder erst gar nicht gelöst. Ich kenne Kollegen, die noch immer aufs Corona-Geld hoffen. Andere wiederum wurden überaus großzügig damit bedacht. Nach welchem System das genau funktionierte, weiß aber niemand.“

Der Wiener Gastronom und Sebastian Kurz-Freund Martin Ho durfte sich über eine 1,7 Mio. Euro-Zuwendung der Corona-Hilfe freuen, die er für seine vier Lokale erhielt und auch die Kaffeehauskette Starbucks streifte 800.000 Euro ein, obwohl das Unternehmen, das 2019 fast 15 Millionen Euro Umsatz machte, nur 2.850 Euro Steuern in Österreich zahlte. Damit hat Starbucks das 280fache seiner Steuerleistung bekommen. Insgesamt hat die COFAG, die Covid-19-Finanzierungsagentur des Bundes, 42 Milliarden Euro an Wirtschaftshilfen ausbezahlt. Ob sich auch Gastronomiebetriebe in dem Firmenkonglomerat von René Benko befinden, ist nicht bekannt, aber auch dieser Kurz-Freund und Milliardär wurde mit acht Millionen Euro großzügig entschädigt.

„Mir hätte schon weniger gereicht“, sagt ein Gastronom aus dem Wiener Raum. „Aber ich habe erst 2019 eröffnet und bin folglich leer ausgegangen. Dabei ist mein Geschäft gut angelaufen – bis die Lockdowns alles ruinierten.“

◀ Von Kurt Guggenbichler

STIMME ZUR REGIO- NALITÄT

Gabriela Maria Straka
Brau Union Österreich



© Brau Union Österreich

Der Griff zu Regionalem

Bleiben wir zunächst im Lande. Die aktuelle Studie zum noch unveröffentlichten Bierkulturbericht 2022 geht der Frage nach, wie regional die Österreicher den Bierkonsum sehen. So wurde etwa die Frage gestellt, zu welchem Bier Herr und Frau Österreicher greifen, wenn sie in einer anderen österreichischen Region urlauben. Und siehe da: Zwei Drittel (63 Prozent) zeigen sich probierfreudig und greifen zu dem regionalen Bier aus der Urlaubsregion lieber als zu einer anderen österreichischen Biersorte.

Regionalität im Glas

Besonders auffällig ist das Ergebnis bei den reisenden Wienerern: Sie greifen überdurchschnittlich (68 Prozent) zu der regionalen Sorte. Wenn man sich die Studien ansieht, spricht einiges dafür, dass unsere Landsleute im Österreichurlaub gerne die Biere vor Ort probieren, was dank einer enormen Brauereidichte auch in jedem Winkel des Landes in exzellenter Qualität möglich ist.

Ein Schluck Heimat in der Fremde

Wem es ein Anliegen ist, sich auch im Urlaub einmal als Abwechslung zu den bierigen Spezialitäten des Landes, einen Schluck Heimat zu gönnen, wird in vielen Ländern der Welt fündig. Besonders stark vertreten sind die Biermarken Gösser, Zipfer, Villacher und Fohrenburger in beliebten Urlaubsländern wie Deutschland, Italien, Schweiz, Slowenien und seit diesem Sommer auch in Kroatien.

Zum Wohle und Prost

Ein Spitzenreiter bei unseren deutschen Nachbarn ist übrigens Gösser Bier und vor allem Gösser Natur Radler, von dem jährlich mehr als 400.000 Hektoliter über den Tresen wandern. In Italien ist vor allem der Norden bestens mit österreichischem Bier versorgt, so ist es im Friaul, in Venetien und in Südtirol überhaupt kein Problem, beispielsweise an ein Gösser, Zipfer, Villacher oder auch an ein Fohrenburger zu kommen, wenn man von gustatorischem Heimweh geplagt wird.

Gewinn für die Umwelt

Aber auch der Nachhaltigkeitsgedanke wird im bierigen Kontext zunehmend wichtiger: 76 Prozent der Österreicher geben an, dass CO₂-neutrale Bierproduktion wichtig für die Zukunft ist. Gut, dass viele österreichische Brauereien hier bereits Pionierarbeit leisten!



Ein sagenhaftes Bier

Die Braukunst der Brauerei Fohrenburg hat sich im Laufe ihrer 140-jährigen Geschichte in einer märchenhaften Landschaft entwickelt und unter der Schirmherrschaft des Einhorns an die regionalen Gegebenheiten angepasst.

Der geheimnisvolle Weg des Vorarlberger Biers beginnt im Arlberg-Silvretta-Massiv, von wo das kristallklare Quellwasser in die brauereieigenen Brunnen fließt und anschließend unbehandelt in die Braukessel gelangt. Verfeinert mit regionalem Braumalz und Hopfen entsteht aus diesem Naturschatz das Fohrenburger Bier – gebraut nach dem Reinheitsgebot von 1516 – und prägt so Geschmack, Farbe und Qualität der umfangreichen Produktpalette aus dem Ländle.

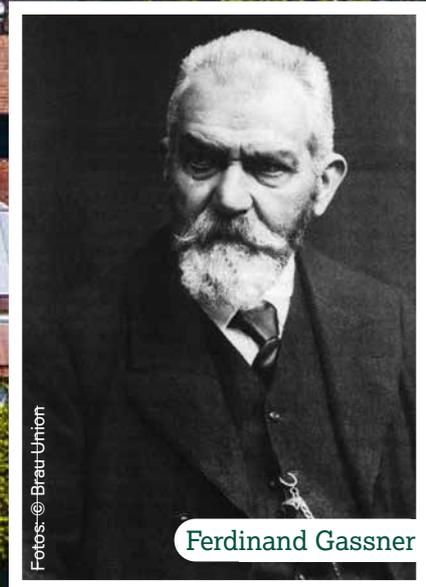
Am Anfang war das Wort

Die Geschichte der Brauerei Fohrenburg nimmt seinen Anfang 1880 mit einem Versprechen, das der Bludener Textilfabrikant Ferdinand Gassner seinen Kameraden am Stammtisch gab. Demzufolge wollte er ihnen ein „anständiges Bier“ brauen. Darüber hinaus hatte er noch eine ganz bestimmte Zielgruppe vor Augen, nämlich tausende Arbeiter, die gerade mit dem Bau der Bahnstrecke über den Arlberg beschäftigt waren. Gesagt, getan: Zusammen mit elf Gesellschaftern realisierte er sein ambitioniertes Vorhaben. Er erwarb ein Grundstück rund um die ehemalige Heilquelle Bad Fohrenburg in der Parzelle Hinterplärsch oberhalb von Bludenz und gründete dort die Bierbrauerei „Fohrenburg

F. Gassner und Comp.“ Rückblickend lag es fast auf der Hand, die jahrelang ungenutzte Heilquelle Bad Fohrenburg einer neuen Bestimmung zuzuführen. Zu erklären ist der Name „Fohrenburg“ im Übrigen mit der damaligen Lage inmitten ausgedehnter Föhrenbestände.

Perfektionierte Produktion

Im Jahr 1881 nahm die Brauerei schließlich mit 21 Mitarbeitern den Betrieb auf und zählte bereits im Jahr der Inbetriebnahme mit einem Ausstoß von 800.000 Litern zu den größten und modernsten Brauereien im Westen Österreichs. Die Gründung erfolgte in einer Zeit, in der die Produktion durch den Einsatz von Maschinen maßgeblich revolutioniert und perfektioniert werden konnte. Die Einführung von Dampfsudwerk und mechanischen Maisch- und Läuterapparaten führte damit nicht nur zu einer Verringerung der Herstellungskosten, sondern auch zu einer verbesserten Qualität. Nach der Vergrößerung der Gär- und Lagerkeller konnte die Produktion sogar auf das Vierfache angehoben werden. 1884 begann die Brauerei mit der Herstellung von Flaschenbier und einer automatischen Abfüllung. 1896 erzeugte man bereits fünf Millionen Liter Bier im Jahr. Durch die steigende Bier-



Fotos: © Brau Union

Ferdinand Gasser

Nachfrage und einen wachsenden Absatz wurde schließlich 1897 ein umfassender Umbau fällig, bei dem die Lagerkeller abermals erweitert und die Leistungsfähigkeit der Sudanlage mehr als verdoppelt wurde. Ab 1889 erfolgte abermals eine Erweiterung der gesamten Betriebsanlage, womit auch der Bau der Fohrenburgstraße einherging. Der Gründer, Ferdinand Gasser, führte die Geschäfte bis zu seinem Tod 1926. Im selben Jahr wurde das erste Fohrenburger Bierdepot in Landeck errichtet. Acht Jahre später trat das Bludener Textilunternehmen „Getzner, Mutter & Cie.“ als größter Gesellschafter in die Brauerei Fohrenburg ein. 1938 erwarb die Brauerei Fohrenburg das Bad Diezling, dessen Quellwasser als äußerst gesund galt und in die Limonadenproduktion von „Dieziano“ floss.

Erweiterte Expansion

Nach schwierigen Kriegs-, Zwischenkriegs- und Nachkriegsjahren investierte die Brauerei Fohrenburg in den 1970er Jahren in den Aufbau regionaler Exportmärkte in der Ostschweiz, Oberitalien und Liechtenstein. Ein weiterer Meilenstein wurde 1980 mit dem Einsatz der Bierkugel gesetzt, was eine kleine Revolution in der Bierzustellung bedeutete: Es handelte sich dabei um 1.000 Liter fassende Tanks, die im Keller von Gaststätten aufgestellt wurden und für eine konstant hohe Bierqualität beim Ausschanken sorgten. Als 1981 das 100-jährige Jubiläum der Brauerei gefeiert wurde, betrug der Bierausstoß 150.000 Hektoliter. Zum genannten Zeitpunkt war die Brauerei damit die größte in ganz Vorarlberg. Nach dem Fall des Bierkartells und der damit einhergehenden Freigabe des Wettbewerbs expandierte das Unternehmen stark: Es folgte 1984 eine große Kapazitätserweiterung durch Aufstellung von 21 Hochtanks für eine neue Gärtankanlage mit einem Fassungsvermögen von je 172.000 Litern Bier.



Wichtige Wegzeichen

2001 kam es zu einer Vergrößerung der Produktionsflächen um nahezu 100 Prozent. Darüber hinaus wurde eine vollautomatische Fassabfüllerei mit einer Leistung von 120 Fässern pro Stunde installiert. Im Frühjahr 2008 wurde ein neuer Hefekeller in Betrieb genommen, womit erstmals die Herstellung des eigenen Fohrenburger Weizenbiers am Standort Bludenz stattfinden konnte. Seitdem wird die Hefe in der hauseigenen Reinzuchtanlage herangezogen, die den Fohrenburger Bierspezialitäten ein ganz besonderes Aromaprofil verleiht. Trotz wirtschaftlich schwieriger Zeiten investierte die Brauerei Fohrenburg 2010 in einen ressourcenschonenden Filterkeller, um das fertig gereifte Bier auf natürliche Weise von Trübstoffen zu befreien. Durch den Einsatz modernster Technologien wurde bei diesem Vorgang nicht nur der Wasserverbrauch, sondern auch der Energieaufwand reduziert. Im Jubiläumsjahr 2011 wurde das Investitionsprogramm mit dem Neubau des Sudhauses fortgesetzt und die Brauerei Fohrenburg zu den modernsten Brauereien Österreichs erkoren. Das älteste Gebäude der Brauerei, die alte Schreinerei, wurde 2014 renoviert und seither für Brauereiführungen, Biervorkostungen und das hauseigene Brauerei-Museum genutzt. Im selben Jahr ist auch Wolfgang Sila zum Geschäftsführer der Brauerei Fohrenburg ernannt worden.



Alles fließt

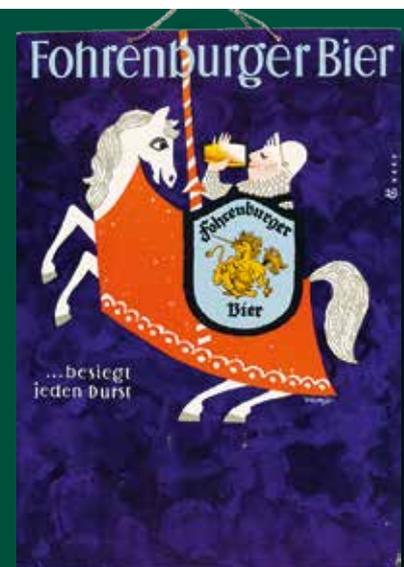
2018 hat die Brauerei Fohrenburg erkannt, dass Regionalität in Bio-Qualität den Zeitgeist trifft und in Zusammenarbeit mit Bio Vorarlberg und Bio Austria Vorarlberg ein Bio-Bier lanciert. Das Fohrenburger Hofbier wird zu 100 Prozent mit biologischer Braugerste von Vorarlberger Bauernhöfen eingebraut und ist somit in höchster Bio Austria-Qualität das erste seiner Art. Im November 2019 ging die Mehrheit der Anteile vom Fruchtsafthersteller Rauch an die Brau Union Österreich AG über und die Beteiligung an der Fohrenburg Beteiligungs-AG wurde von 11 Prozent auf 74 Prozent erhöht. Die verstärkte Zusammenarbeit bringt seither neue Möglichkeiten und Chancen, etwa ein 2022 gestartetes Leuchtturmpro-

jekt, bei dem Braukunst auf Energiebewusstsein trifft. Die Brauerei Fohrenburg produziert seit Anfang des Jahres CO₂-neutral. Dabei setzt man zu 100 Prozent auf erneuerbare Energie mit Ökostrom aus österreichischer Wasserkraft und Biogas, das aus biologischen Hausabfällen und landwirtschaftlichen Reststoffen erzeugt wird. Für frischen Wind in der Brauerei sorgt seit Sommer dieses Jahres Felix Schiffner als neuer Braumeister und Kapitän der Mannschaft. Der gebürtige Oberösterreicher kümmert sich gemeinsam mit dem langjährigen Geschäftsführer Wolfgang Sila und einem 135-köpfigen Team darum, dass das kristallklare Wasser aus dem Arlberg-Massiv nun umweltschonend in das sagenhafte Bier mit dem Einhorn fließt.

◀ Von Katharina Baumhake

Auf den Spuren des Einhorns

Bis heute rätselt man, wie die Vorarlberger Brauerei das scheue Fabelwesen als Wappentier für sich gewinnen konnte. Ob die heilende Wirkung von Bad Fohrenburg auch einst das sagemwobene Einhorn anzog, ist nicht belegt. Der Mythos schreibt dem unnahbaren Einhorn unbändige Kraft, ausdauernde Stärke, heilsame Wirkung und besondere Reinheit zu und ist auch auf dem Bludnzer Stadtwappen abgebildet. In Verbindung mit Bludenz tritt es das erste Mal um 1260 auf einem Münzbild in Erscheinung, als Bludenz zur Stadt erhoben wurde. Damals sollen übrigens noch echte Einhörner in den wilden Gebirgswäldern rund um Bludenz gelebt haben. Ferdinand Gassner, der Gründer der Brauerei, durfte von dem Fabelwesen so beeindruckt gewesen sein, dass er es zum Markenzeichen seines Bieres erhob. Womöglich auch deshalb, weil es die gleichen sagenhaften Eigenschaften wie sein Bier besaß: Kraft, Stolz, Einzigartigkeit und Reinheit.





Fotos: © Udo Mittelberger

Wolfgang Sila, Geschäftsführer der Brauerei Fohrenburg

Natürlich verwurzelt

Wolfgang Sila, Geschäftsführer der Brauerei Fohrenburg, weiß ganz genau, was die Gastronomie braucht: Zuverlässigkeit und Qualität. Im Gespräch verrät er Details über kräftige Investitionen, ressourcenschonende Braukunst und eine frisch gezapfte Kooperation mit einem Wiener Traditionsunternehmen.

Herr Sila, was zeichnet die Brauerei Fohrenburg aus?

Unsere Grundphilosophie ist massiv vom Qualitätsgedanken geprägt. Wir garantieren unseren Kunden durch modernste Brautechniken, höchste Hygienestandards und bestens qualifizierte Mitarbeiter gleichbleibende Frische und höchste Qualität.

Die Brau Union Österreich hat 2019 ihre Anteile an der Brauerei Fohrenburg erhöht. Was bedeutet die Eigentümerschiebung für die Brauerei und ihre Kunden?

Fohrenburger bleibt Fohrenburger. Für unsere Kunden ändert sich nichts und das verstärkte Engagement der Brau Union tut dem Standort und der Marke Fohrenburger richtig gut. Am Standort Bludenz wird kräftig investiert. Die Bauarbeiten für die neue Kommissionierungshalle laufen bereits auf Hochtouren. Ein neues Gebäude für die Eventlogistik und den Kundendienst ist in Planung. Dafür wird die Brauerei 6,5 Millionen Euro investieren. Da wird richtig Geld in die Hand genommen. Das ist ein klares Bekenntnis zum

Standort. Davon profitieren auch die ausführenden Firmen, die vorwiegend aus der Gegend stammen.

Welche neuen Möglichkeiten und Synergieeffekte hat die Zusammenarbeit bislang eröffnet?

Seit vergangenem Jahr wird in Bludenz auch der Gösser-Radler für den deutschen Markt abgefüllt. Um dies möglich zu machen, wurden zwei Millionen Euro investiert und eine zweite Schicht eingeführt. Das hilft uns wirtschaftlich in aktuellen Zeiten enorm.

Was macht das Fohrenburger Bier zu einem Vorarlberger?

Wir gehen in Bludenz gerade neue Wege, um unsere Naturschätze zu bewahren. Denn im Frühjahr 2022 haben wir die gesamte Produktion auf Strom aus 100 Prozent österreichischer Wasserkraft und 100 Prozent Vorarlberger Biogas umgestellt. Wir brauen CO₂-neutral und sind somit die erste grüne Brauerei Vorarlbergs: In Summe sparen wir mehr als 2.000 Tonnen CO₂ pro Jahr ein. ▶

Was werden die nächsten Schritte im Sinne der Nachhaltigkeit sein?

In den kommenden Jahren investieren wir rund 7,8 Millionen Euro, um die selbstgesetzten Nachhaltigkeitsziele unserer grünen Agenda bei sämtlichen Betriebsabläufen zu erreichen.

Sie produzieren seit geraumer Zeit Bio-Bier. Wie kam es dazu?

Wir haben als erste Brauerei in Vorarlberg erkannt, dass Regionalität in Bio-Qualität den Zeitgeist trifft und erfüllen seit 2018 die Anforderungen, um biologische Erzeugnisse herzustellen und abzufüllen.

Was waren die Herausforderungen bei der Herstellung von regionalem Bio-Bier?

In Vorarlberg spielt der Anbau von Gerste aufgrund der Topografie und des Klimas eine eher untergeordnete Rolle. Aufgrund unserer Initiative, ein echtes Vorarlberger Bio-Bier auf den Markt bringen zu wollen, wurde der Stein ins Rollen gebracht. Heute stellen sich sieben innovative Bio-Bauern aus Vorarlberg dieser Herausforderung mit Erfolg.

Was sind die Besonderheiten des Bio-Hofbiers?

Unser Hofbier ist Bio Austria zertifiziert und ein Prosit auf unsere Region. Denn diese Bierspezialität wird zu 100 Prozent mit Braugerste unserer Bio-Bauern eingebraut. Als untergäriges, helles und naturbelassenes Vollbier mit einer Stammwürze von 11,8° und einem Alkoholgehalt von 4,8 Vol.-% erfreut es jeden Biergenießer durch seine milde, weiche Hopfenbittere, begleitet von fruchtigen Hopfen- und milden Zitrusaromen. Es ist eine Empfehlung für alle, die neben einem guten Bier auch lokale Kooperationen schätzen, denn regionaler kann ein Bier nicht gebraut werden und die Wertschöpfung bleibt im Ländle.

Sie beliefern das größte Bio-zertifizierte Restaurant der Welt mit rund 1.500 hl Bio-Hofbier pro Jahr. Wie ist die Kooperation mit dem Restaurant „Luftburg – Kolarik im Prater“ entstanden?

Die „Luftburg“ hat sich unter allen Bio-Bieren aus Österreich für unser Bio-Hofbier entschieden. Umgekehrt war unser Bio-Hofbier auch der Schlüssel zu 100 Prozent Bio in der Luftburg. Die Kolariks haben nach einer Brauerei gesucht, die gewisse Ansprüche in puncto Menge, Qualität und Geschmack erfüllen kann und möglichst aus Österreich kommt. Wir haben alle diese Kriterien erfüllt und das ist ein unglaublicher Erfolg für uns. Die Anbauflächen für den Braugerstenanbau in Vorarlberg konnten jetzt sogar verdoppelt werden. Der Großauftrag aus Wien ist auch ein Beweis dafür, dass man mit biologisch und regional erzeugtem Bier am Markt erfolgreich sein kann.

Was liegt Ihnen bei der Zusammenarbeit mit der Gastronomie am Herzen?

Wir wollen ein verlässlicher und innovativer Partner sein. Gerade auch in Zeiten wie diesen.





Was schätzen die Partner der Gastronomie an der Zusammenarbeit mit Ihnen?

Unsere Partner schätzen vor allem die Freundlichkeit und Kompetenz vom gesamten Team und darauf können wir richtig stolz sein. Vielen Dank an dieser Stelle an unsere Mitarbeiter für den Zusammenhalt und unermüdlichen Einsatz!

Seit Sommer schaltet und waltet Felix Schiffner als neuer Braumeister an den Sudkesseln und Gärbottichen. Welche Ideen oder Fertigkeiten bringt er mit ein?

Die Leidenschaft zum Bier wurde Felix bereits in die Wiege gelegt, denn er hat lange Zeit im elterlichen Biergasthaus als Biersommelier gearbeitet. Als erfahrener Braumeister ist er jetzt direkt in die Produktentwicklung eingebunden und begleitet somit die Innovationsprozesse von Anfang an mit. Erstaunlich ist, dass er als Oberösterreicher von den Vorarlberger Nachrichten in kürzester Zeit zum Vorarlberger des Tages gewählt wurde. Das ist schon eine beachtliche Leistung!

Sie sind bereits seit 2014 Geschäftsführer der Brauerei Fohrenburg. Was waren für Sie rückblickend die größten Meilensteine?

Das waren die Produkteinführungen vom Weizen Alkoholfrei, dem Oberländer Ur-Spezialbier und natürlich dem Bio-Hofbier. Wir sind die einzige Brauerei in Vorarlberg, die alkoholfreies Bier braut und das Oberländer Ur-Spezialbier ist ein großes Liebesbekenntnis an unsere Vorarlberger Bierkultur. Auch das Bio-Hofbier hat sich zu einem einzigartigen Erfolgsmodell entwickelt.

Verraten Sie uns Ihr Lieblingsbier?

Das legendärste Vorarlberger Bier natürlich: unser Fohrenburger Jubiläum. Mit 12,8° Stammwürze ist es ein Spezialbier, wie es typisch ist für Vorarlberg: frisch, würzig und aus den besten Zutaten, wie kristallklarem Wasser aus dem Silvretta-Arlberg-Massiv. Es ist kräftig-vollmundig im Geschmack, gut gehopft und hat einen ganz besonderen Charakter – wie wir Vorarlberger. Bei der Bier Trophy 2022 konnten wir mit unserem Jubiläum sogar den ersten Platz erreichen. Einfach genial!

Und welches Bier trinken Sie gerne, wenn es kein Fohrenburger im Angebot gibt?

Wenn ich im Urlaub in Großbritannien bin, gönne ich mir gerne auch einmal ein Guinness.

Worauf dürfen sich die Fohren-Freunde in Zukunft freuen?

Wir waren in den letzten Jahren sehr innovativ und haben viele neue und in Vorarlberg einzigartige Produkte auf den Markt gebracht. Diesen Weg werden wir zukünftig weiterverfolgen. Auch die kontinuierliche Verbesserung der Umweltbilanz ist uns ein großes Anliegen, um unsere Naturschätze für zukünftige Generation zu bewahren.

◀ *Von Katharina Baumhake*

Ein Hoch auf die Luftburg

Die familiengeführte Institution „Luftburg – Kolarik im Prater“ zelebriert heuer ihr 30-jähriges Bestehen. Grund zum Feiern bieten auch das hundertprozentige Bekenntnis zu Bio, ein sagenhaftes Bierangebot und die kürzlich erfolgte Neugestaltung des Lokals.

Zwei Traditionsbetriebe sind unmittelbar mit dem gastronomischen Angebot im Wiener Prater verbunden. Beide heißen Kolarik und sind für ihr unwiderstehliches Angebot von Bier und Stelzen bekannt: Dazu gehört das 102-jährige, sehr bodenständige „Schweizerhaus“ und das Familien-Restaurant „Luftburg – Kolarik im Prater“, das mit seinen 30 Jahren noch relativ jung, aber umso dynamischer ist. Was mit der namensgebenden Erfindung der Luftburg für kleine und große Springinkerln begann, darf sich heute mit Stolz als größtes, Bio-zertifiziertes Lokal der Welt bezeichnen. Neben dem Bio Austria Siegel trägt das Restaurant auch das Österreichische Umweltzeichen und das goldene Gütesiegel „Natürlich Gut Essen“. Wie es dazu kam und welche Veränderungen damit verbunden waren, verrät Paul Kolarik, der 38-jährige Sohn der Luftburg-Gründerin Elisabeth Kolarik. Er hat den Familienbetrieb 2020 übernommen und den Lockdown genutzt, um die Weichen für eine nachhaltige Zukunft zu stellen.

Think big and green

Das Restaurant „Luftburg – Kolarik im Prater“ ist mit seinen 1.200 Sitzplätzen und bis zu 140 Mitarbeitern der beste Beweis, dass sich Bio auch in großen Dimensionen etablieren kann. Von der Stelze bis zum Bier werden seit 2019 alle Speisen und Getränke ausschließlich in Bio-Qualität serviert.

Von Natur aus auf Nachhaltigkeit bedacht, wurde das Bekenntnis zu Regionalität und Bio seit 2010 laufend ausgebaut. „Wir haben nach und nach begonnen auf biologische Lebensmittel zu setzen. 2017 ist meine Mutter schließlich



Fotos: © Deretiko

auf die Initiative ‚Natürlich gut essen‘ aufmerksam geworden, bei der die Stadt Wien Betriebe unterstützt hat, die einen nachhaltigen Weg einschlagen wollten“, erzählt Paul Kolarik. Was über die Initiative zunächst mit einer Bio-Teilzertifizierung und einem bronzenen Gütesiegel begann, wurde innerhalb kürzester Zeit in Gold umgemünzt. Denn es zeigte sich schnell, wie gut sich biologische Lebensmittel in das bestehende Gastronomiekonzept integrieren ließen. Angespornt vom positiven Feedback der Gäste, Lieferanten und Mitarbeiter entstand schon bald der Wunsch aufs Ganze zu gehen. „Wir wollten unseren Gästen beste Qualität bieten und dabei unserer Umwelt unter die Arme greifen. Als Gastronomen können wir zwar nur sehr kleine Schritte setzen, aber viele kleine Schritte bewirken auch Großes“, ist der Geschäftsführer überzeugt.

Die Luftburg is(s)t bio

„Wir sind in Österreich mit dem Bio-Angebot gesegnet“, schwärmt Kolarik. Demnach war es gar kein Thema, die benötigten Mengen an Gemüse, Eiern und Milchprodukten aus der Region zu finden. „Die größte Challenge lag in der Beschaffung von jährlich 75 Tonnen Stelzenfleisch aus Österreich.“ Durch ausführliche Gespräche mit Produzenten und Lieferanten konnten auch diese Schwierigkeiten behoben werden. „Ohne unsere Produzenten, wie Berger Schinken, Sonnberg, Adamah, Föhrenburger oder Wiener Dirndl wäre das alles nicht möglich“, lobt Kolarik. Auch die Kooperation mit Biogast lasse keine Wünsche offen: „Wenn wir irgendetwas in Bio-Qualität brauchen und nicht finden, hat es Biogast innerhalb von 48 Stunden aufgetrieben. Das ist wirklich großes Kino!“



Drei Generationen Kolarik in der Luftburg

Trotz zahlreicher Veränderungen werden in der Luftburg lieb gewonnene Traditionen gehegt und gepflegt. „Wir können auf eine dreißigjährige Vergangenheit zurückblicken und wissen ganz genau, was unsere Gäste wollen.“ Deshalb setzt Kolarik beim Speisenangebot auf Kontinuität auf hohem Niveau. „Wir haben über die Jahre immer wieder experimentiert, aber im Endeffekt sind es die Klassiker, die ziehen. Man isst bei uns Stelze, Ripperln und Schnitzel und dann kommt dann lange nichts.“

Um das kulinarische Angebot jedoch abzurunden, werden auch vegetarische und vegane Gerichte angeboten. „Gerade, wenn größere Gruppen zu Gast sind, ist es klar, dass nicht nur Fleischesser dabei sind.“

Natürlich gut trinken

Durch die Bio-Zertifizierung wurden auch neue Wege beim Getränkeangebot beschritten. Das Bier zur Stelze kommt nun aus Vorarlberg. „Da sich unser langjähriger Partner in Budweis bei der Produktion von Bio-Bier nicht gesprächsbereit zeigte, haben wir uns nach einem neuen Lieferanten umgesehen“, erzählt Kolarik. Der Wechsel des Bierproduzenten habe am Markt für Staunen gesorgt, doch mit der Brauerei Fohrenburg konnte für den bierigen Bio-Genuss ein kongenialer Partner gewonnen werden. „Die Brauerei Fohrenburg ist – genau wie wir – ein innovatives Traditionsunternehmen. Sie braut ein fantastisches Bio-Bier und konnte unseren Bedarf in Bio-Qualität garantieren.“

Gleichzeitig durfte Familie Kolarik bei der Entwicklung des Bio Hofbiers mitwirken. „Es war ursprünglich als Zwickl geplant, weil die Brauerei Fohrenburg den Anspruch hatte, ein möglichst natürliches und daher unfiltriertes Bio-Bier zu produzieren.“ Hier reagierte die Bludenzener Brauerei sehr aufgeschlossen und aus dem geplanten Zwickel wurde kurzum es ein klassisches Helles. „Die Brauerei ist auf diesen Wunsch gleich eingegangen“, freut sich Kolarik und streut seinem Lieferanten Rosen: „Wolfgang Sila ist ein großartiger Geschäftsführer, der die Brauerei wirklich toll führt.“

Ein bieriges Schlaraffenland

Für jene Bierliebhaber, die Abwechslung im Glas schätzen, bietet die Getränkekarte eine Bierreise quer durch Österreich. Neben dem Bio Hofbier aus Vorarlberg gibt es Grieskirchner Dunkel aus Oberösterreich vom Fass sowie Schladminger Zwickl und Weißbier aus der Steiermark. Flaschenweise ▶

Der Umstieg sei zwar mit einem gewissen Aufwand verbunden gewesen, „aber im Nachhinein betrachtet war es leichter als gedacht“, resümiert der Bio-Burgenbesitzer. „Wenn man zu 100 Prozent Bio-zertifiziert ist, ist der bürokratische Aufwand total überschaubar.“ Zudem entwickelten sich die Bio-Preise derzeit zu seinem Vorteil: „Ich habe keine exorbitanten Preissteigerungen zu verzeichnen. Das Konventionelle gleicht sich im Preis immer mehr an Bio an, teilweise kaufen wir Bio-Produkte sogar günstiger ein.“

Nachhaltige Erlebnisse

Paul Kolarik nutzte den Lockdown nicht nur, um das Bio-Konzept zu professionalisieren, sondern auch, um einen bereits geplanten Umbau vorzuziehen. Getreu dem Leitsatz „Gastfreundschaft spürbar nachhaltig“ wurde dies mit neuem Interieur erlebbar gemacht. „Bei den Materialien haben wir auf Kork, Stein, Pflanzen und Holz gesetzt.“ Natürliche Farben finden sich nun in der Raumgestaltung wieder, Pflanzen sorgen für ein natürliches Flair in den Gasträumen. „Das Nachhaltigkeitskonzept endet bei uns keineswegs an der Küchentür, auch das Holz stammt aus ökologischem Anbau“, merkt Kolarik an. Für die Neugestaltung der Innenarchitektur setzte man wie auch in den vergangenen Jahren auf das Wiener Design & Projektmanagementbüro Derenko.

Die Gäste finden's gut

Die Renovierung und das Bio-Angebot werden von den Gästen sehr gut angenommen, sie seien auch bereit, für Bio-Speisen mehr zu zahlen. „Es ist überhaupt kein Thema für eine Stelze in Bio-Qualität um vier Euro mehr zu verlangen. Wir merken auch, dass uns eine leicht kaufkräftigere Schicht besucht.“



Tischzapfanlagen aus dem Hause Redl

© Philipp Lipiarski

kommt aus Wien das Ottakringer Bio Zwickl, aus Niederösterreich das Weitra Bräu Hadmar, aus dem Burgenland das Kobersdorfer Märzen und aus Kärnten das Loncium Kellerbier. Aus Tirol stammt der naturtrübe Zillertaler Radler und aus Salzburg das glutenfreie Gusswerk Lager „Zum Wohl“.

Eine regelrechte Attraktion für leidenschaftliche Biertrinker sind die Tischzapfanlagen aus dem Hause Redl, wo es das sagenhafte Hausbier zum Selbstzapfen gibt. „Diese sind mit unserem Schanksystem im Keller verbunden“, erklärt der versierte Gastronom und konkretisiert: „Das Bier ist dasselbe wie das aus unserer Schank. Auch hier sind die Leitungen bis zum Zapfpunkt gekühlt. Darüber hinaus muss die Anlage regelmäßig geeicht werden, das heißt, man muss immer wieder überprüfen, ob die Durchflussmenge dem entspricht, was auf der Anzeige steht.“ Ein Freischalten ist via Kassensystem möglich. Die clevere Selbstbedienungs-Zapfanlage verringert damit nicht nur die Wartezeiten für Gäste, sondern entlastet gleichzeitig auch das Personal. Für die Gäste der Luftburg sei es eine wirklich eine gelungene Abwechslung. „Die Tische mit den Selbstzapfanlagen sind sehr beliebt und eignen sich besonders für gesellige Runden“, so Kolarik.

Zum Wohl aller

„Wir kokettieren gerne damit, dass wir unser Bier CO₂-neutral zapfen und setzen jetzt schon auf Photovoltaik“, erzählt der umweltbewusste Unternehmer. Der restliche Energiebedarf wird derzeit mit Energie aus Wasserkraft gedeckt. Sukzessiv werden weitere Ziele in Richtung Abfallvermeidung, Wassereinsparung, Mehrwegsysteme, Wiederaufbereitung und Energieeffizienz verfolgt.

Paul Kolarik betont als Grundlage aller wirtschaftlichen Entscheidungen die Schonung von Ressourcen. Durch cleveres Einkaufsmanagement, gute Verarbeitung und ein straffes Produktsortiment sollen Lebensmittelabfälle so gering wie möglich gehalten werden: „Dank eines optimierten Systems, das wir unter anderem mit Global 2000 entwickelt haben, gibt es bei uns so gut wie keine Lebensmittelreste. Wir verzichten etwa auf Gemüsedekoration, da diese kaum gegessen wird.“

Bei seinen Lieferanten habe er bereits Veränderungen in der Verpackungsweise erzielen können. Zudem arbeitet er mit dem irischen Start-up Unternehmen „Positive Carbon“ zusammen, das eine intelligente Software für Gastrobetriebe entwickelt hat, die



per Videoüberwachung Lebensmittelabfälle trackt und damit nachvollziehbar für deren Eindämmung macht.

Mit seinem nachhaltigen Engagement will Paul Kolarik ein Zeichen setzen: „Wir wollen zeigen, dass nachhaltige Lösungen in der

Praxis umsetzbar sind und andere Betriebe motivieren, es uns gleich zu tun. Denn jeder kann einen Beitrag leisten“, resümiert der umsichtige Gastronom und sinniert: „Die Reise der Nachhaltigkeit geht nie zu Ende.“

◀ *Von Katharina Baumhake*

SILEXA WIPE X6 DIE NEUE GENERATION

Darf's ein bisschen mehr sein? Der SILEXA WIPE X6 Schankbalken kann alles, was Sie von unseren Schankanlagen gewöhnt sind. Zusätzlich legen wir ein paar Extras oben drauf:

- ▶ Das neue, leistungsstarke SILEXA OS 2.0 Betriebssystem
- ▶ Einfache Bedienung via hochauflösendem Touch-Display
- ▶ Erhältlich als Cocktailmodul inkl. patentiertem Hygieneadapter
- ▶ Hochwertiges Edelstahl-Aluminium-Gehäuse mit Holz- oder Corian-Dekorelementen



SCHANKANLAGEN
KASSENSYSTEME
SELF SERVICE-
LÖSUNGEN



Besuchen Sie uns auch heuer
auf der Alles für den Gast -
Stand 06-0528. Wir freuen uns auf Sie!



Redl.net



v.l.: Director of Sales L.-M.Roth, General Manager T.Eder, LR M.Langer-Weninger, Genusland OÖ M.Steinmetz-Tomala

Bekenntnis zur Region

Das Linzer Hotel Courtyard by Marriott und seine kulinarischen Angebote sind neben dem Österreichischen Umweltzeichen seit heuer auch mit dem AMA Genussregion Gütesiegel ausgezeichnet. Nun wurde auch die Partnerschaft mit Genusland Oberösterreich angestrebt und als 140. Partnerbetrieb erfolgreich abgeschlossen.



Das Bekenntnis zur Regionalität ist in der Gastronomie immer stärker spürbar, immer mehr Gäste fragen aktiv nach der Herkunft der verwendeten Produkte. Das Genusland Oberösterreich hat das klare Ziel, Regionalität bei der Lebensmittelherkunft in der Gastronomie fix zu verankern. „Gemütliche Wirtshäuser bis zur urbanen Hotellerie sind Teil der Genusland Gastro-Initiative und zeichnen sich durch besonderes Engagement für Regionalität und eine tiefe Verbundenheit mit der jeweiligen Region aus. Genusland-Wirt:innen sind wichtige Botschafter des kulinarischen Genusses in Oberösterreich“, so Ernährungs-Landesrätin Langer-Weninger.

Größte Gastro-Initiative

Beste Küche gelingt nur mit den besten heimischen Zutaten. Egal ob Fleisch, Fisch, Milchprodukte oder Gemüse, die Wertschöpfung der verwendeten Produkte bleibt in der Region und trägt somit positiv zur Förderung der heimischen Landwirtschaft und Wirtschaft bei.

„Die Vernetzung der Gastronomie mit der regionalen Produktion ist hier ein wesentlicher Faktor und gleichzeitig das Erfolgsrezept. Dabei unterstützt das Genussland Oberösterreich seine Partner:innen bestmöglich“, unterstreicht Agrar- und Ernährungs-Landesrätin Langer-Weninger und ergänzt: „Eine besondere Freude ist der enorme Zuspruch, den wir die letzten Jahre mit der Genussland-Initiative erfahren durften. Mit dem 140. Partner-Betrieb fühlen wir uns in unserem Tun mehr als bestätigt und können stolz behaupten, die größte Gastro-Initiative ganz Oberösterreichs zu sein!“

Schlüssel zum Erfolg

Die Bäuer:innen, die regionale Lebensmittel erzeugen, die Manufakturen und Veredelungsbetriebe, die aus Rohstoffen köstliche Dinge zaubern, die Gastronomie, die einzigartige Gerichte frisch zubereitet und die Hoteliers, die geschmackliche Erlebnisse abrunden – all diese Menschen schaffen ein unglaublich starkes Fundament für die österreichische Kulinarik. Die „Qualitäts- und Herkunftsrichtlinie für die Gastronomie“ regelt ein einfaches, klares und transparentes Qualitätssystem für Gastronomen, das für frische Speisenzubereitung und regionale Herkunft der Rohstoffe steht. „Der Schlüssel zum Erfolg liegt in der engen Zusammenarbeit entlang der Wertschöpfungskette, einem durchgängigen Qualitäts- und Herkunftssicherungssystem und einer gemeinsamen Vermarktungs- und Vertriebsstrategie“, erläutert Margit Steinmetz-Tomala vom Genussland OÖ. So lässt sich ein höherer wirtschaftlicher, gesellschaftlicher und ökologischer Nutzen für unsere Betriebe aber auch für die Gäste schaffen. Das Genussland OÖ hat das klare Ziel, Regionalität bei der Lebens-

mittelherkunft auch in der Gastronomie fix zu verankern. Die Gastronomiebetriebe, von gehobenen Restaurants bis zu gemütlichen Wirtschaftshäusern sind Teil der Genussland-Gastro-Initiative und zeichnen sich durch besonderes Engagement für Regionalität und eine tiefe Verbundenheit mit der jeweiligen Region aus.

Nachhaltig und umweltbewusst

Das Courtyard by Marriott Linz setzt neben einem hohen Regionalitätsfokus auf die Kreation von internationalen Wohlfühl Speisen, vergisst hier jedoch nicht den lokalen Raum Linz und Oberösterreich in die Speisengestaltung miteinfließen zu lassen. Das Hotelrestaurant Kitchen & Bar at Courtyard überzeugt als International Comfort Food Bar mit regionalem Fokus bei Getränken und Speiselieferanten. Es finden sich amerikanische Barklassiker ebenso auf der Speisekarte, wie moderne Interpretationen österreichischer Hausmannskost. Auch die Verköstigung von Veranstaltungsteilnehmer:innen in den insgesamt neun Eventräumen überzeugt mit Kreativität und Saisonalität – täglich wechselnde Angebote sowie modernes Ambiente, schaffen den perfekten Hochgenuss für Gäste des Courtyard by Marriott Linz. „Die Zertifizierung unseres Hotels mit dem Umweltzeichen im Jahre 2008 war der erste Schritt in Richtung Nachhaltigkeit. Das AMA Gütesiegel sowie die Auszeichnung zum „Genussland Oberösterreich Partnerbetrieb“ unterstützen unser Bestreben nachhaltig und umweltschonend zu arbeiten“, sagt Thomas Eder, General Manager Courtyard by Marriott Linz, abschließend.

◀ Von Sonja G. Wasner

**DAS BESTE
MIT WENIGER.**

NEU 4%

GUT BESSER GÖSSER
GÖSSE
BRAUTRADITION SEIT 1860
Natur Hell
4%
ALK. 4,0% VOL
VOLLMUNDIG SÜFFIG

GUT BESSER **Gösse**
BRAUTRADITION SEIT 1860

Zeit für Tee



Johannes Gutmann
Sonnentor Gründer

Der Waldviertler Bio-Spezialist Sonnentor sorgt seit 1988 für abwechslungsreiche Teekreationen aus Kräutern, Früchten und Gewürzen. Gründer Johannes Gutmann im Wortwechsel über raffinierte Kompositionen, würzige Begleiter und fruchtbare Kooperationen.

Herr Gutmann, welche Trends bewegen aktuell den Teemarkt?

Ich glaube, dass der Stellenwert von Tee in der Gastronomie weiter zunehmen wird. Tee ist mittlerweile ein Lifestyleprodukt. Sich für eine Tasse Tee bewusst Zeit zu nehmen und sie zu genießen, dieses Verlangen haben viele Gäste. Sie wollen entschleunigen und genießen. Aus diesem Grund wird auch loser Tee wieder gerne nachgefragt. Hier trennt sich in der Qualität die Spreu vom Weizen.

Wie steht es um die Wertschätzung für Bio-Tee?

Die Gäste interessieren sich vermehrt für das nachhaltige Engagement entlang der Lieferkette und hinterfragen immer mehr, woher die Zutaten kommen und ob man der Qualität vertrauen kann. Das merken wir auch daran, dass unser Gemeinwohlbericht immer stärker von der Hotellerie und Gastronomie angefragt wird. Der Tee ist dabei oft ein Aushängeschild dafür, welche Werte man im Lebensmittelbereich vertritt.

Was liegt Ihnen an der Zusammenarbeit mit der Gastronomie am Herzen?

Die Gastronomie ist ein Ort, wo ein Kunde meist das erste Mal in Berührung mit einer Marke kommt. Da die Präsentation in diesem Zusammenhang sehr wichtig ist, bieten wir eigene Teestationen sowie Geschirr an, um dem Tee eine würdige Bühne zu geben.

Wo kommt Sonnentor Tee verstärkt zum Einsatz?

Sowohl beim Frühstücksbuffet also auch im Wellness-Bereich spielt hochwertiger Tee eine große Rolle. Dort, wo man die Seele baumeln lassen und die Sinne verwöhnen möchte, sind vor allem unsere Teemischungen besonders beliebt. Denn wenn man eine kleine Auszeit vom Alltag nimmt, geht das kaum besser als mit einer Tasse „Happiness is... pure Leichtigkeit“.

Tee ist ein stark unterschätzter Speisenbegleiter. Welche Kombinationen würden Sie zur dringenden Nachahmung empfehlen?

Tees schmecken nicht nur am Morgen. Auch als Begleitung zu einem Menü können sie unseren Gaumen begeistern. Eine Minznote, wie zum Beispiel bei unserem „Taufrisch“-Tee, passt gut zu Desserts mit Früchten oder Joghurt. Minzige Tees sind generell hervorragend als Digestif geeignet und schmecken fein zu Blattgemüse wie Mangold oder Spinat.

Auch würzige Knoblauchgerichte profitieren vom kühlen Minzgeschmack. Kräftige Früchtetees mit säureintensivem Geschmack, wie zum Beispiel unser „Früchtetraum“

mit Hibiskus, Hagebutte, Apfel, Himbeere und Vanille, sind wunderbare Begleiter zu herbstlichen Wildgerichten und gebackenen Speisen, wie Backhuhn oder Wiener Schnitzel. Natürlich mundet ein solcher Tee auch zu Strudeln oder Topfen- und Joghurtspeisen.

Welche Tee-Sorten haben besonders viel Mixpotenzial für raffinierte Cocktails?

Die Blätter unserer Pfefferminze haben sehr viele ätherische Öle. Wer sie mit heißem Wasser aufgießt und dann kühl stellt, hat im Anschluss eine hervorragende Basis für einen Eistee. Sirup aus Holunderblüten und Zitronen verfeinern die frische Kreation. Wer es lieber stärker mag, kann unseren „Durchatmen im Wald“-Tee aus Brombeerblättern, Schlüsselblumen und Fichtennadeln mit einem Schuss Gin probieren. Hinzu kommen zwei Teelöffel Ingwer-Zitronen Sirup und fertig ist ein originaler „Waldviertler Mule“.

Apropos Waldviertel. Sie pflegen mit dem Waldviertler Bio-Großhändler Biogast seit seiner Gründung 1999 eine enge Partnerschaft. Was schätzen Sie an der Zusammenarbeit?

Das Konzept hat uns gleich von Beginn überzeugt. Die Motivation, Menschen mit hochwertigen, biologischen Produkten und Erzeugnissen zu versorgen, die verlässliche Partnerschaft und die geographische Nähe verbinden uns bereits seit vielen Jahren. Kommunikation auf Augenhöhe und Transparenz sind uns entlang der gesamten Lieferkette sehr wichtig und das leben wir auch im alltäglichen Austausch mit Biogast.

Dank der Zusammenarbeit mit Biogast begeistern unsere Tees die Gäste vieler Lokale und Hotels. Auch im Gesundheitssektor ist das Team sehr engagiert. Das schätzen wir sehr.

Mit welchem Tee würden Sie die erfolgreiche Partnerschaft mit Biogast begießen?

Natürlich mit unserem „Gute Laune“-Tee. Denn der Name bringt unsere Partnerschaft auf den Punkt.

◀ *Von Katharina Baumhake*



Fotos: © Sonnenator

Horst Moser

Geschäftsführer Biogast



**STIMME
ZU BIO**



© BIOGAST

Bio ist preisstabil!

Wie inzwischen feststeht, zeichnet sich die Bio-Branche in unserer aktuell schwierigen Zeit der hohen Inflation durch Preisstabilität und Versorgungssicherheit aus. Bio Austria hat vor wenigen Wochen einen Preisanstieg für Bio-Produkte von durchschnittlich 2,5 Prozent veröffentlicht, der damit deutlich unter dem durchschnittlich 6,5-prozentigen Preisanstieg von konventionellen Produkten liegt.

Warum kommt es zu dieser unterschiedlichen Entwicklung?

Für die Herstellung von konventionellen Lebensmitteln werden im Regelfall chemisch-synthetische Kunstdünger und Pestizide benötigt. Deren Erzeugung braucht wiederum einen hohen Energieeinsatz. Die starke Steigerung der Energiepreise wirkt sich daher direkt auf die Herstellungskosten konventioneller Lebensmittel aus und macht diese deutlich teurer. Bio-Lebensmittel, die ohne chemischen Dünger und Pestizide auskommen, sind daher von Preissteigerungen weniger betroffen. Die Unabhängigkeit von Futtermittelimporten aus dem Ausland ist ebenso ein Grund für die hohe Preisstabilität von Bio-Lebensmitteln.

Futtermittel aus Österreich

Fast alle benötigten Futtermittel für Bio-Tierhaltung kommen aus Österreich. Zu berücksichtigen ist auch, dass in der konventionellen Landwirtschaft Folgekosten durch die Verursachung von Umweltproblemen entstehen. Zu diesen zählen etwa die Belastung von Gewässern mit Nitraten und Pestiziden oder stärkere Hochwasserereignisse aufgrund der schlechteren Wasseraufnahme von konventionell bewirtschafteten Böden. Die biologische Landwirtschaft ermöglicht Bio-Diversität und fördert eine Anreicherung der Böden mit Humus. Dies wiederum bietet hohen Schutz vor den Folgen des Klimawandels: Humusreiche Böden binden hohe Mengen an Kohlendioxid. Eine deutlich bessere Aufnahme von Wasser sorgt für eine Reduktion der Folgen von immer häufiger auftretendem Starkregen.

Der tägliche Lebensmitteleinkauf wird daher zu einer wichtigen Stellschraube für unsere gemeinsame Zukunft. Wer zu Bio greift, kauft krisensicher, klimafreundlich und trägt daher zu einem enkeltauglichen Österreich bei.



Domäne Bergstraße | Weingut Kloster Eberbach

Himmlische Weine

Das ehemalige Zisterzienserkloster Eberbach im Rheingau, gegründet 1136 von Bernhard von Clairvaux, ist ein magischer Ort, an dem Wein und Genuss, Tradition und Zukunft, Werte und Ideen eine Symbiose eingehen.

Aus dem Weinbau erwuchs dem Kloster der Reichtum, der zu Größe, Rang und Ansehen führte. Die Domäne Bergstraße ist die südlichste der insgesamt vier Weinbaudomänen des Weinguts Kloster Eberbach. Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die Domäne Teil der Hessischen Staatsweingüter GmbH Kloster Eberbach und trieb den Qualitätsweinbau mit knapp 30 Hektar Rebfläche in der kleinsten deutschen Weinbauregion voran. Verantwortung für die Kulturlandschaft, Umwelt und Ressourcen sind Grundlage der nachhaltigen und besonders naturnahen Bewirtschaftung der Weinberge. Bei einem Besuch der Domäne Bergstraße fühlt man sich wie im Süden Europas: Bunte Blüten, Mandelbäume und sonniges Klima – hier beginnt der Frühling etwas früher und der Sommer endet später als in anderen Weinregionen.

Vielfalt der Rebsorten

Die Weinhänge gleichen einem Mosaik verschiedener Bodentypen. Diese Vielfalt ermöglicht den Anbau einer Vielzahl von Rebsorten und bringt besondere Geschmacksvarianten hervor. Dank erstklassiger Weinbergspflege und Kellerwirtschaft erzielte die Domäne den ersten Eiswein an der Bergstraße. Ein besonderer Fokus wird auf die Burgunderrebsorten Chardonnay, Weiß- und Grauburgunder, welche in dem warmen Bergsträßer Klima hervorragend gedeihen, gelegt.

Hochschulprojekt BioQuiS

Das wahrscheinlich größte der vielen gemeinsamen Projekte mit der Hochschule Geisenheim nennt sich „BioQuiS: Förderung der

Biodiversität durch Querterrassierung im Steillagenweinbau“. Durch die Umgestaltung steil gelegener Weinberge in Querterrassen sowie das Anlegen von blühenden Böschungen wird die Artenvielfalt gestärkt und ein Beitrag zum Gewässerschutz durch die Vermeidung von Erosion geleistet. Bereits über zehn Hektar Steillagen wurde in den vergangenen Jahren querterrassiert und somit auf die neuen klimatischen und sozioökonomischen Herausforderungen ausgerichtet. Ziel ist es, gemeinsam mit der Hochschule Geisenheim die jahrhundertealte Kulturlandschaft zu schützen und mit den Ergebnissen hilfreiche Erkenntnisse für alle Winzer in Deutschland anzubieten. Weitere Forschungsprojekte mit Hochschulen umfassen die Ausbringung von Pflanzenschutzmittel durch Drohnen, optimierte Bewässerungssteuerung in Weinbergen mit geringer Wasserspeicherkapazität, Erhalt von historischem Pflanzgut, Bodenuntersuchungen im Rahmen der Nitratauswaschung und Schwermetallbelastungen im Weinberg.

Handverlesen

Der Hinweis „Gutsabfüllung aus dem Cabinetkeller“ steht für Weine mit einzigartigem Qualitätsanspruch. Auch früher schon gehörten diese Weine zu den bedeutendsten ihrer Zeit. Es werden ausschließlich Trauben aus den wertvollsten Parzellen der besten Lagen des Rheingaus verarbeitet. Die Lese erfolgt von Hand. In den Cabinetkellern werden die Weine sorgsam vinifiziert und reifen dann zu trockenen und edelsüßen Spitzenweinen heran. Die Cabinetkeller befinden sich in den Domänen Assmannshausen und Steinberg.

◀ Von Sonja G. Wasner



Dieter Greiner, Geschäftsführer Weingut Kloster Eberbach



Josef Maria Schuster

Head Sommelier
Kastner AllesWein

REIF FÜR DIE INSEL



Weine von den schönsten Inseln der Welt

Sardinien, Capri, Mallorca, Santorin, Sizilien, Ischia oder Ibiza zaubern wunderbare Bilder in den Kopf und sind Sinnbild für Urlaub und Erholung fernab des Alltags. Weniger im Bewusstsein hat man, dass sie auch die Heimat historisch bedeutender Rebsorten sind.

Eine Insel ist ein Ort, der durch präzise Grenzen bestimmt ist und über eine spezifische Flora und Fauna verfügt. Bedingt durch diese natürliche Begrenztheit waren sowohl die Natur als auch der Inselmensch dazu gezwungen, sich mit dem zu arrangieren, was ihm die Umgebung bot. Dies gilt auch für den Weinbau. Durch mühevollen Bearbeitung des Bodens ist es den Menschen gelungen, Reben zu kultivieren und daraus Weine zu keltern, die einen ganz eigenständigen Ausdruck und Charakter aufweisen. Der konsequente Fleiß der Winzer und die wahrliche Abgeschlossenheit sind die Grundpfeiler für die Einzigartigkeit ihrer Weine. Die Insel ist eine Welt für sich, in der jedes Wesen tut, was es kann, um die vorhandenen Gegebenheiten bestmöglich zu nutzen. Die Weinreben, die seit der Antike hier verwurzelt sind, haben sich weiterentwickelt. Die Natur hat sich geschickt an die verschiedensten Klimasituationen und geologischen Besonderheiten angepasst.

Auf kleineren Inseln findet man oft die originelleren Weine. Eine wahre Schatzkiste sind solche Inseln für alte, in Vergessenheit geratene Rebsorten. So findet man auf der Insel Ustica, einer Insel nördlich von Sizilien, die älteste bekannte Form der Muskateller-Sorten. Zibibbo nennt man sie dort, gemeinhin bekannt als „Muscat d’Alexandrie“. Der Wein daraus war aufgrund seines typischen Muskatblütenduftes und -geschmacks über Jahrhunderte eine begehrte Seltenheit. Von der Insel Ischia kennt man wiederum die Sorte Forastera und als Ursprung der Rebsorte Assyrtiko vermutet man die Insel Santorin.

Auf alle Fälle wäre das ein zusätzlicher überlegenswerter Grund, sich auf diese Inseln zurückzuziehen und sich dort mit den Weinen auseinanderzusetzen.

Kastner AllesWein

www.kastner.at/gastronomie/alleswein

Hier geht's zum Kastner WebShop



Sekt and the City

Die Sekt Austria-Botschafterin Kristina Sprenger und das Österreichische Sektkomitee baten zum exklusiven Get-together für erfolgreiche Frauen aus Kultur, Medien, Wirtschaft und Politik.

Es war ein lauer Sommerabend im wunderbaren Ambiente der Schlumberger Kellerwelten und dem dazu gehörenden parkähnlichen Garten bei bestem Sekt Austria ausgewählter österreichischer Hersteller. Auf Initiative und Einladung von Intendantin und Schauspielerin Kristina Sprenger traf sich eine ausgesuchte Runde an Business-Ladies zum Netzwerken sowie zum Kennenlernen der drei Kategorien von Sekt Austria. „Es ist mir eine Freude, so viele erfolgreiche Frauen zusammenzubringen und auf diese Weise das Netzwerken zu fördern. Der Genuss von Sekt Austria bietet den perfekten Anlass dazu“, so Kristina Sprenger.

Erst im Herbst vergangenen Jahres wurde diese Bezeichnung für die Spitzenkategorie von österreichischem Sekt vorgestellt – zeitgleich mit der Inauguration von Kristina Sprenger als neue Sekt Austria Botschafterin, die in dieser Rolle somit auch Wegbereiterin für jene prickelnden Köstlichkeiten ist, die zu 100 Prozent aus Österreich kommen, geschützten Ursprungs sind (g.U.) und von einer eigenen Verkosterkommission qualitativ geprüft wurden.

Mehr als 30 erfolgreiche Frauen aus Kultur, Medien, Wirtschaft und Politik folgten der Einladung. Nach feierlichen Begrüßungsworten ging es zur Verkostung von Sekt Austria-Spezialitäten

der Top-Hersteller Bründlmayer, Goldeck, Harkamp, Kattus, Malat, Regele, Schlumberger, Szigeti und Zantho in den drei Kategorien Sekt Austria, Sekt Austria Reserve und Sekt Austria Große Reserve.

„Kristina Sprenger hat mit Sekt and the City wieder einmal vor Augen geführt, dass sie in allem, was sie tut, hochprofessionell ist. Frauen sind auch beim Einkauf von Schaumwein wichtige Entscheidungsträgerinnen. Eine fantastische Gelegenheit, in diesem Rahmen Sekt Austria mit seinen drei Kategorien vorzustellen“, freut sich Dagmar Gross, Geschäftsführerin des Österreichischen Sektkomitees.

Die kommenden prickelnden Termine sind das After Work „It's Sekt o'clock“ am 17. Oktober in der Wiener Hofburg und der Tag des österreichischen Sekts am 22. Oktober, den die Hersteller mit individuellen Programmen begehen.

www.oesterreichsekt.at



v.l.: Markus Graser (Sektellerei Schlumberger)
Kristina Sprenger (Intendantin, Schauspielerin)
Dagmar Gross (Österreichisches Sektkomitee)
Michael Malat (Weingut Malat)
Manfred Schmid (Sektellerei Szigeti)



v.l.: Viktoria Magenschab (Moorheilbad Harbach)
Karin Weißenböck (Moorheilbad Harbach)
Petra Bohuslav (Wiener Staatsoper)
Marika Lichter (Sängerin)
Inge Klingohr (Interspot Film)



© Adobe Stock | 246383208

Dagmar Gross

Wein-Expertin

STIMME ZUM WEIN



Der **Weinstil** und **sein** Zeitgeist

Oft hören wir Winzerinnen und Winzer sagen, dass sie Weine fernab von Trends und Moden machen. Und doch sind auch sie Kinder ihrer Zeit und stehen im Einfluss all der auftretenden gesellschaftlichen, sozialen oder wirtschaftlichen Themen.

Ein Blick zurück in die Geschichte gibt spannende Einblicke in die Evolution des Weinstils als Teil des vorherrschenden Zeitgeists. Nach 1985 beispielsweise, als die Weinkrise die österreichische Weinwirtschaft schwer erschüttert hatte, stand jeder Wein, der nur annähernd süß war, unter Glykol-Verdacht. Daher mussten die Weine schlank und knochentrocken sein, um zu bestehen. In den 1990er-Jahren fassten die Weinliebhaber dank eines ultra-strengen Weingesetzes wieder Vertrauen in den österreichischen Wein. Zugleich ging eine neue Winzergeneration an den Start, die ihre Grenzen ausloten wollte. Das bedeutete damals 15 Volumenprozent Alkohol, manchmal sogar mehr.

Gegen Anfang der 2000er-Jahre war knochentrocken zwar weiterhin in, der Begriff wurde aber zunehmend auch in Verbindung mit ein paar Gramm Restzucker verwendet. Für die Rotweine begann das Zeitalter des Marmeladengeschmacks, zunächst noch geschmäht, und schließlich bejubelt wie Schlager-Stars mit ihren Hits. Bio-Winzer:innen hingegen, das muss man sich auf der Zunge zergehen lassen, waren zu dieser Zeit noch Außenseiter, denen man vielerorts schlechte Qualität unterstellte. Einige produzierten bereits das, was heute unter der Bezeichnung „Orange Wine“ zusammengefasst wird – also von in Amphoren gereift über maischevergoren bis hin zu unfiltriert und ungeschwefelt gefüllt.

Jede Generation versucht sich von der vorangegangenen abzugrenzen, das ist im Weinbau nicht anders. Aktuell keine einfache Sache, wo es im Weingarten und Keller von üppig und wild bis reduziert schon alles gibt und den jungen Winzer:innen außerdem sämtliche Freiheiten zugestanden werden. Abhilfe bietet die mediale Inszenierung oder verbale Abgrenzung, etwa durch Aussagen, dass man sich keinen Zwängen fügen und das eigene Ding machen will oder seine Weine nicht für den Markt produziert. Nicht immer ist es ergiebig, die Bedeutung dessen zu hinterfragen. Spannend bleibt, was der Zeitgeist der Zukunft für uns im Talon hat.

Gemütlich online am Marktplatz stöbern!

Zeit ist kostbar und jeder von uns muss sich seine Zeit gut einteilen. Der digitale Marktplatz von hotel & gastro style ist der perfekte Treffpunkt für Gastronomen, Hoteliers, Touristiker und auch Architekten, um Produktneuheiten aufzustöbern.

Rund um die Uhr, also 24/7, kann man hier stöbern, gute Kontakte knüpfen und Neues entdecken. Der Marktplatz bietet Produzenten eine Plattform, ihre Neuheiten zu präsentieren.

Am Marktplatz (marktplatz.hotelstyle.at) finden Sie exklusive Branchen-Angebote von Ausstellern, die etwas Besonderes für Sie parat haben! Gekennzeichnet ist dieser Marktplatz 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 zögern Sie nicht uns zu kontaktieren! Wir beraten Sie gerne in puncto redaktioneller wie kreativer Möglichkeiten in dieser virtuellen Welt.

**Viel Spaß beim Durchklicken
des hotelstyle-Marktplatzes!**



Hier geht's
zum Marktplatz





JURA Elektroapparate
VertriebsgesmbH



Hier geht's
zum Marktplatz



Eglseergut



Hier geht's
zum Marktplatz



ORGANICS by Red Bull®



Hier geht's
zum Marktplatz



Österreichische
Rinderbörse GmbH



Hier geht's
zum Marktplatz



BIOGAST GesmbH



Hier geht's
zum Marktplatz



CONTAINEX Container-
Handelsgesellschaft m.b.H



Hier geht's
zum Marktplatz



Winzer Kreams eG



Hier geht's
zum Marktplatz



St. Karasek & Co



Hier geht's
zum Marktplatz



WohnKult im Turm



Hier geht's
zum Marktplatz

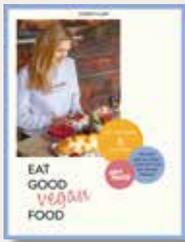


Mein geheimes Rom

Erneut taucht Andreas Englisch mit seinem Sohn Leo als Begleiter in die Geheimnisse der Ewigen Stadt ein und nimmt die Leser mit zu ihren verborgenen Winkeln und versteckten Schätzen. Das Vermächtnis einer alten Dame veranlasst die beiden, rätselhafte Orte aufzusuchen, die eines gemeinsam haben: Bis heute sagt man ihnen

nach, dass dunkle Mächte dort am Werk waren. Die spannende Recherche durch die Geschichte Roms spannt sich von der frühen Kaiserzeit bis in die Gegenwart, immer auf der Suche nach den Mächten der Finsternis und ihren Gegenspielern. Ein Lesevergnügen für alle, die Rom einmal ganz anders entdecken möchten.

Autor: Andreas Englisch | **Verlag:** C. Bertelsmann | **Preis:** 24,70 Euro



Eat good vegan food

Die veganen Rezepte von Bloggerin, Ernährungswissenschaftlerin und Mutter Doris Flury, besser bekannt als Mrs Flury, sind nicht nur alltagstauglich, gelingsicher und ererprobt, sondern auch Grundlage für eine ausgewogene und gesunde Ernährung. Und vor allem sind sie eines: sehr schmackhaft! Doris Flury wurde

1980 in Oberösterreich geboren und studierte an der WU Ernährungswissenschaften. Ihre Begeisterung fürs gesunde Kochen und Backen teilt sie auf ihrem Blog, Social Media und dem Youtube-Kanal „Mrs Flury“ mit einem Millionenpublikum. Sie hat drei Kinder und lebt mit ihrer Familie in der Nähe von Basel (Schweiz).

Autorin: Doris Flury | **Verlag:** Yuna-Publishing | **Preis:** 22,70 Euro



Japan easy vegan

Ob Sie es glauben oder nicht, die japanische Küche ist ziemlich vegan-freundlich. Viele Gerichte sind vegan oder können ganz einfach „veganisiert“ werden. Sie können die unvergleichlich köstlichen, umami-reichen Rezepte des modernen japanischen Soul Food genießen, ohne auch nur ein Produkt aus der

Fleisch- oder Käsetheke zu verwenden. Und das Beste: alles ist super einfach! Egal, ob Sie die vegane oder die japanische Küche neu entdecken wollen (oder beides zugleich), oder Ihr fleischfreies Rezeptrepertoire erweitern möchten, dies ist das ideale Buch für Sie!

Autor: Tim Anderson | **Verlag:** Südwest | **Preis:** 32,90 Euro



Ganz entspannt vegan

Carina Wohlleben zeigt, dass es gar nicht so schwer ist, vegan zu leben – und noch dazu unglaublich vielfältig, nachhaltig und gesund! Sie selbst ernährt sich und ihre Familie seit Langem vegan und hat eine Weiterbildung als vegane Ernährungsberaterin absolviert. Ihr Wissen und viele ihrer ganz persönlichen Erfah-

rungen teilt sie nun mit allen, die sich fragen, womit sie nun ihren Auflauf überbacken sollen, welche tierischen Inhaltsstoffe in Kosmetika stecken und wie man damit umgeht, wenn die eigene Ernährung mal wieder Diskussionsthema Nr. 1 wird. Sie gibt nützliche Tipps für den Alltag und stellt ihre veganen Basics vor.

Autorin: Carina Wohlleben | **Verlag:** Ludwig | **Preis:** 18,50 Euro



Jetzt mit
optimiertem
Lesemodus!



**Wir
haben
mehr
auf dem
Kastner.**
Testen Sie uns.



Das österreichische Familienunternehmen steht mit dem besten Team für persönliches Service und echte Verlässlichkeit – seit über 190 Jahren. KASTNER ist der Österreicher im Gastro-Großhandel! Testen Sie uns an 7 Standorten.
www.kastner.at – Einer für alles.

KR Christof Kastner