HOTEL Touristik

DIESE TRENDS DAUERN AN (1/6)

Hotel & TouristikAusgabe 04/2019 | Seite 22, 23, 24, 25, 26, 27 | 5. April 2019
Auflage: 20.000 | Reichweite: 58.000

Hotel Sans Souci Wien

DIESE TRENDS DAUERN AN

Nur Gemüse, exotisches Superfood oder seltene Sorten: beim Essen gibt es fast so viele Trends wie in der Mode. Wir haben uns umgehört, welche Entwicklungen zu wichtig sind, um wieder von der Bildfläche zu verschwinden.

AUTORIN: MARGARETHA JURIK

Kennen Sie grünes Bananenmehl? Verwenden Sie schon länger regionale Köstlichkeiten? Brauchen Sie den kulinarischen Durchblick? Zulieferer, Produzenten und Köche verraten, was gerade Saison bei ihnen hat, und welchen Stellenwert die Herkunft der Produkte immer noch einnimmt.

Im letzten Jahrzehnt sind die Speisekarten vielfältiger und kreativer geworden, findet auch Thomas Panholzer, Geschäftsführer von Transgourmet Österreich: „Analog dazu hat sich das Einkaufsverhalten der Gastronomie verändert. Die großen Trendthemen waren und sind biologische und regionale Produkte – im Optimalfall Hand in Hand gehend.“ Grundlegend kaufen die Gastronomen seiner Meinung nach angebotsorientiert ein, immer wichtiger werden saisonale und regionale Angebote. „Wir setzen seit jeher auf österreichische und saisonale Produkte“, für ihn ist Regionalität ist das Trend-Thema schlechthin und „gekommen, um zu bleiben.“ Gastronomen müssen sich laufend an den Bedürfnissen ihrer Gäste orientieren, denn sie geben vor, was auf der Speisekarte stehen soll.

Transgourmet hat acht Saisonen definiert, in denen bestimmte Produkte forciert werden, darunter beispielsweise Spargel, Beeren, Grillfleisch sowie Wild aus Österreich. „Es ist die Pflicht eines Unternehmens, Ökonomie mit Ökologie zu verknüpfen“ – so das Credo bei Transgourmet Österreich.

REGIONALITÄT NICHT ZU ENG FASSEN!

Regionalität bedeutet bei Kröswang immer schon Qualität aus Österreich, diese Definition wird auch von Experten

Foto © karepa - stock.adobe.com, AGM/Neumayr

Alle nötigen Lizenzgebühren sind vertraglich geregelt.

HOTEL Touristik

DIESE TRENDS DAUERN AN (2/6)

Hotel & TouristikAusgabe 04/2019 | Seite 22, 23, 24, 25, 26, 27 | 5. April 2019
Auflage: 20.000 | Reichweite: 58.000

Hotel Sans Souci Wien

unterstützt. Beim „Lebensmitteldialog Österreich“ im November 2018 ging Thomas Guggenberger von der Höheren Bundeslehr- und Forschungsanstalt Raumberg-Gumpenstein auf den Begriff „Regionalität“ ein, der für ihn viel zu eng gefasst ist. Denn in den touristischen Kernregionen sei es gefährlich, denn Regionalitätsbegriff zu eng zu fassen. Das führe dazu, dass alles, was es nicht direkt vor der Haustür gäbe, gleich am internationalen Markt eingekauft wird, meint Guggenberger. Als Konsequenz daraus fordert der Fachmann, endlich das ganze Bundesgebiet als zentralen Regionsbegriff zu akzeptieren, denn auch hier würden die hohen Standards aus den jeweiligen Kleinregionen gelten.

„Wir als österreichischer Familienbetrieb werden das Thema Regionalität weiterhin forcieren, denn natürlich verkaufen wir lieber Lebensmittel aus Österreich als Ware aus dem Ausland. Schließlich bleibt damit die Wertschöpfung im Land, die heimische Wirtschaft wird gestärkt und die Arbeitsplätze in Österreich werden gesichert“, so Manfred Kröswang abschließend.

AUSKUNFT ÜBER DIE HERKUNFT

Kurze Modeerscheinungen erregen schnell Aufsehen und Interesse, aber genauso schnell verschwinden diese auch wieder. Anders bei der Regionalität. Als starker Partner der Hotellerie, Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung weiß AGM, dass heimische Produkte keine Eintagsfliege sind und auch heuer eine wichtige Rolle spielen: Sicherheit und Transparenz in Bezug auf die Herkunft von Lebensmitteln spielen nach wie vor eine große Rolle und sind weiterhin wesentliche Kriterien für den Einkauf. Gerade der Kauf von Fleisch ist Vertrauenssache. Die österreichische Großhandelsmarke AGM ist seit mittlerweile über 50 Jahren Experte auf diesem Gebiet. Peter Buchner, Geschäftsführer, C&C Abholgroßmärkte (AGM) erzählt, dass Regionalität auch zukunftsfähig und innovativ sein kann: Das junge Unternehmen „vegini“, mit Sitz und Produktionsstätte in Österreich, hat sich auf das Veggie-Gebiet spezialisiert: vegan, laktose-, soja- und glutenfrei und ohne von Gentechnik – ganz dem Zeitgeist entsprechend.

„Gerade der Kauf von Fleisch ist Vertrauenssache“, weiß Peter Buchner, Geschäftsführer C & C Abholgroßmärkte Gesellschaft m.b.H.

GRÜNEN KLASSIKERN FRISCHES LEBEN EINHAUCHEN

Im Bereich der Ernährungstrends legt Wiberg großen Wert darauf, dass die beiden Qualitätsmerkmale Regionalität und Frische Hand in Hand gehen, wie bei den Wiberg Premium-Ölen. Mit besonderer Sorgfalt angebaut und geerntet stehen die Rohstoffe für diese Produkte sinnbildlich für die schonende Nutzung von Natur und Landschaft. Dabei kommt der kulinarische Genuss keinesfalls zu kurz. Im Gegenteil, klassische Themen der Kulinarik können so neu belebt werden. Aufgeteilt in die vier Bereiche, Salatsaucen & -dressings, Salatklassiker, Inspirationen und Toppings, rückt der Salzburger Gewürzprofi das Thema Salat in den Mittelpunkt und zeigt mit seinen speziellen Oliven,- Kern- und anderen hochwertig kaltgepressten Pflanzenölen, wie einfach und doch gleichzeitig genussvoll das Zubereiten „grüner Gerichte“ sein kann.

DIE GROSSEN MIT DEN KLEINNEN

Neben der Regionalität und Qualität unserer Produkte achtet Eurogast auch auf die Umwelt, denn Ressourcenscho-

Alle nötigen Lizenzgebühren sind vertraglich geregelt.

HOTEL Touristik

DIESE TRENDS DAUERN AN (3/6)

Hotel & TouristikAusgabe 04/2019 | Seite 22, 23, 24, 25, 26, 27 | 5. April 2019
Auflage: 20.000 | Reichweite: 58.000

Hotel Sans Souci Wien

Kröswang legt Wert auf regionale Partner, besonders bei Fleisch, doch dürfe Regionalität nicht zu eng gefasst werden.

Das „Regionah"-Label von Metro bewirkt, dass der Kunde sofort weiß, was er kauft.

Kaltgepresste, hochwertige Pflanzenöle peppen die gesunde Küche und vor allem klassische Salate auf.

nung liegt dem Unternehmen sehr am Herzen. Eurogast möchte zusätzlich der lokalen Landwirtschaft etwas Gutes tun und auch die Produkte kleinerer Betriebe mit in das vielfältige Sortiment aufnehmen. So kann es gelingen, durch die vielen verschiedenen Lieferanten und Partner vor Ort die Wertschöpfung in der Region zu behalten. Eurogast vereint Frische und Regionalität mit Vielfältigkeit und Tradition. „Als Vermittler zwischen Landwirten, Lieferanten und Gastronomen sind wir gleichermaßen österreichweit und trotzdem regional tätig", erklärt Susanna Berner, Geschäftsführung Eurogast Österreich.

WISSEN STÄRKT DEN GASTRONOMEN

Foodtrends sind vielfältig und werden auch in den heimischen Küchen aufgegriffen. Das

„Karnerta legt wert auf regionale Spezialitäten, regionale Sortimente, regionale Standorte und auch regionale Mitarbeiter", sagt GF Franz Tremschnig.

Handelshaus Wedl hört hier auf seine Kunden und adaptiert sein Sortiment dahingehend. Neben den Kundenwünschen, die direkt über die Außendienstmitarbeiter kommen, führt das Handelshaus regelmäßig Studien durch. So erhält Wedl fundierte Einblicke in Österreichs Foodtrends. Um Gastronomen und Kunden den Zugang zu den Produkten und Informationen zu erleichtern, gibt es im Web-Shop verschiedene Labels, die zeigen, ob es sich um ein Bio-, regionales oder hauseigenes Produkt handelt. Zudem werden die Ergebnisse der jährlich durchgeführten Studie im Wedl Food Report den Gastronomen zur Verfügung gestellt.

DER REGION EIN EIGENER PLATZ

Übersicht und Transparenz sind im Großhandel ganz wichtig, das erklärt auch Metro-

FOODTRENDS IN DER KÜCHE:

Rene Poysl, Chef de Cuisine im Relais & Châteaux Restaurant At Eight im The Ring Hotel.

Was setzt sich durch, was wird nachgefragt, was ist wohl eher nur ein Hype?

Rene Poysl: Foodtrends entwickeln sich stetig weiter und der schon länger andauernde Gemüse-Trend wird sich weiter durchsetzen und überhaupt die kulinarische Aufwertung von pflanzlichen Nahrungsmitteln wird sich weiterentwickeln. In diesem Jahr werden sicherlich einige Produkt-Hypes wie Teff oder grünes Bananenmehl bekannter werden.

Vom Trend auf den Teller: was ist ihr „Top Foodtrend 2019"?

„Essen muss schmecken und Spaß machen", Rene Poysl, Restaurant At Eight

Essen muss schmecken und Spaß machen. Neben der bewussten Ernährung steht auch der Genuss im Vordergrund. Auf meinen Tellern kommen nachhaltige, biologische und klimafreundlichere Produkte kombiniert mit Wiener/Österreichischer Küche.

Bedeutung der Regionalität und ihre Anforderungen an die Gastronomie?

Der Regionalität messe ich große Bedeutung bei und daher arbeite ich mit ausgewählten Produzenten oder direkt mit dem Gemüsebauern zusammen, oder einer Bio Dampfbäckerei aus Niederösterreich, die unsere Werte widerspiegeln.

Foto © Kröswang, Metro, Wiberg, Karnerta, Stefan Gergely, Handelshaus Wedl, Eurogast

Alle nötigen Lizenzgebühren sind vertraglich geregelt.

HOTEL & Touristik

DIESE TRENDS DAUERN AN (4/6)

Hotel & TouristikAusgabe 04/2019 | Seite 22, 23, 24, 25, 26, 27 | 5. April 2019
Auflage: 20.000 | Reichweite: 58.000

Hotel Sans Souci Wien

„Die enge und langjährige Zusammenarbeit mit regionalen Bauern ermöglicht uns höchste Frische und Qualität aus kontrolliertem Anbau", bestätigt Lorenz Wedl, GF Wedl.

Österreich-CEO, Xavier Plotitza: „Gewünschte Produkte aus der unmittelbaren Umgebung – aus der Heimat – verfügbar zu machen und ihre Herkunft transparent auszuzeichnen, das ist für uns gelebte Kunden- und Serviceorientierung." Daher tragen die aktuell 1.800 regionalen Produkte nun das ‚Regionah'-Label, durch das der Kunde sofort weiß, was er kauft. Ein Ab-Hof-Regal bietet zudem die Chance, an jedem Standort besonders regional einzukaufen. Regionalität bei Metro heißt, das Sortiment verantwortungsbewusst zu gestalten und daher österreichische Produzenten und Produkte zu fördern. Sie alle bekommen auch die Chance, ihre Produkte und ihr Unternehmen auf der Metro-Website zu erklären und zu präsentieren.

AUCH MILCH SORTENREIN SAMMELN

Berglandmilch-Geschäftsführer Josef Braunshofer betont die hohe Bedeutung der Regionalität bei Berglandmilch: „Schon die Anzahl an verschiedenen regionalen Milchsorten, die wir getrennt voneinander sammeln, beweisen das. Unsere Herausforderung ist es auf

Eurogast nimmt auch die Produkte kleinerer Betriebe ins Sortiment, informiert die Kunden lückenlos über die Herkunft zum Beispiel des Schinkens.

Alle nötigen Lizenzgebühren sind vertraglich geregelt.

HOTEL Touristik

DIESE TRENDS DAUERN AN (5/6)

Hotel & TouristikAusgabe 04/2019 | Seite 22, 23, 24, 25, 26, 27 | 5. April 2019
Auflage: 20.000 | Reichweite: 58.000

Hotel Sans Souci Wien

Transgourmet deckt mit seinem Vonatur-Eigensortiment die großen Trendthemen wie biologische und regionale Produkte ab.

Die Bio-Linie von Pago ist die ideale Ergänzung vor allem für Betriebe mit einem Frühstücksangebot, für den kleinen Bio-Luxus.

Ein beliebter Klassiker von Toni Kaiser ist der Apfelstrudel mit steirischen Äpfeln.

die unterschiedlichen Bedürfnisse der Partner entsprechend einzugehen um die größtmögliche Wertschöpfung für jede Region und jeden Milchbauer zu erwirtschaften." Das Unternehmen beobachtet auch in der Gastronomie einen Umbruch zu mehr Regionalität, „den wir sehr unterstützen."

> **Die Gäste geben vor, was auf der Speisekarte stehen soll.**
>
> **Thomas Panholzer, GF Transgourmet Österreich**

KLEINER BIO-LUXUS FÜR ZWISCHENDURCH

Die Früchte für die Pago-Bio-Range kommen aus streng kontrollierter, biologischer Landwirtschaft aus den besten Anbaugebieten. Die Pago Bio-Säfte sind vegan und mit dem EU-Bio-Logo zertifiziert. Die Abfüllung erfolgt ausschließlich in umweltfreundlichen Mehrweg-Glasflaschen. „Unsere Kunden verbinden mit der Marke Pago Genuss und eine hohe Produktvielfalt. Pago ist der kleine Luxus, den man sich zwischendurch gönnt. Mit dem neuen Bio-Sortiment lässt sich der besondere Moment jetzt noch intensiver erleben: Pago Bio überzeugt mit Natürlichkeit, Authentizität und reinem, bestem Geschmack", so Petra Nothdurfter, Geschäftsführerin von Eckes-Granini Austria.

RASCH UND TROTZDEM REGIONAL

Regionale Produkte und Rezepturen liegen im Trend. Gut für Frisch & Frost, denn das Unternehmen setzt durch und durch auf Österreich – vom Standort, den Rezepten bis hin zu den Rohstoffen. Ein beliebter Klassiker ist der handgemachte Premium Apfelstrudel von Toni Kaiser aus hauchdünn gezogenem Strudelteig, hergestellt in Wiens einziger Strudelmanufaktur. Das Geheimnis der Frische liegt in der manuellen Zubereitung und der Verwendung regionaler Rohstoffe. Brösel, die durch vorheriges Rösten ihren vollen Geschmack entfalten, gefolgt von fein geschnittenen, frischen

FOODTRENDS IN DER KÜCHE:

Jeremy Ilian, Chef de Cuisine im Restaurant Veranda im Hotel Sans Souci Wien:

Was setzt sich durch, was wird nachgefragt, was ist wohl eher nur ein Hype?

Jeremy Ilian: Das Ernährungsbewusstsein der Menschen steht immer mehr im Vordergrund. Immer wichtiger ist es zu wissen, woher die Produkte kommen und was genau in den Speisen enthalten ist. Die Geschichte und der Ursprung der Produkte werden immer interessanter.

Vom Trend auf den Teller: was ist ihr „Top Foodtrend 2019"?

Für uns und unsere Küchenrichtung geht der Foodtrend definitiv in Richtung Minimalismus. Minimalistisch deshalb, da wir uns auf das Wesentliche konzentrieren möchten. Die Hauptprodukte sollen im Vordergrund stehen. Wir legen Wert darauf, dass keine Ablenkung durch zu viel Verspieltheit entsteht. Die Hauptprodukte sollen klar und präsent sein. Der Top-Foodtrend 2019 ist aber auch das Thema Nachhaltigkeit und Regionalität.

„Eine große Bedeutung hat die Herkunft der Produkte", meint Jeremy Ilian, Chef de Cuisine Restaurant Veranda Hotel Sans Souci Wien.

Was ist die Besonderheit der Zusammenarbeit mit regionalen Partnern?

Für uns bedeutet die Zusammenarbeit mit regionalen Partnern vor allem die Möglichkeit, eine gute Beziehung zu unseren Lieferanten aufzubauen und gemeinsam Produkte zu entwickeln. Die Besonderheit sehen wir unter anderem auch darin, kleinere Betriebe und Familienunternehmen zu unterstützen. Der Großhandel sollte unaufgefordert mehr in Richtung Nachhaltigkeit gehen und die Produkte nicht um die ganze Welt fliegen lassen.

Foto © Transgourmet, Eckes-Granini, Zur Verfügung gestellt von Frisch & Frost, Stefan Gergely, Nannerl, Berglandmilch, Oberösterreich Tourismus / Robert Maybach

Alle nötigen Lizenzgebühren sind vertraglich geregelt.

HOTEL Touristik

DIESE TRENDS DAUERN AN (6/6)

Hotel & TouristikAusgabe 04/2019 | Seite 22, 23, 24, 25, 26, 27 | 5. April 2019
Auflage: 20.000 | Reichweite: 58.000

Hotel Sans Souci Wien

Äpfeln aus der Steiermark und vollendet mit saftigen Rosinen. Im Backofen muss der Strudel nur noch circa 30 bis 40 Minuten bei 180 Grad goldbraun gebacken werden.

INTERNATIONALEM DIE STIRN BIETEN

Karnerta gehört zu den heimischen Top-Produzenten sowie -Lieferanten für die Gastronomie und Hotellerie, die auch regelmäßige Innovationen liefern.

Besonders stolz ist Karnerta auf ihre Qualitätsprodukte aus Eigenproduktion wie das Dry-Aged-Beef-Sortiment von heimischen Ochsen und Kalbinnen, das den Import-Steaks aus Amerika kulinarisch Paroli bietet, oder die Kärntner Speck- und Rohwurstspezialitäten, die seit 2010 mit dem AMA-Gütesiegel zertifiziert sind. Ebenso zeigt Karnerta durch laufende Produktinnovationen wie zum Beispiel Beef Ribs slow cooked (zu 100 Prozent aus Österreich), dass auch Traditionsunternehmen sich am Puls der Zeit befinden.

In Nannerls Salzburger Tafelspitzbouillon ist nur Salzburger Tafelspitz drin.

Berglandmilch legt Wert darauf, die regionalen Milchsorten getrennt voneinander zu sammeln und zu verarbeiten.

FOKUS AUF LOKALE PRODUKTION

Regionalität ist auch fest in der Nannerl-Philosophie veranktert, denn „Genuss made in Austria“ ist für das Salzburger Unternehmen mehr als ein Schlagwort.

Seit über 40 Jahren gilt der Leitspruch als Leistungsversprechen und als klares Bekenntnis zum österreichischen Produktionsstandort in Anthering vor den Toren Salzburgs. Langjähriges Know-how, technologische Kompetenz, ausgesuchte Rohstoffe, professionelle Verarbeitung, innovative Rezepturen und Ideen erleichtern Köchen und Gastronomen dabei das Leben. Wo nur irgendmöglich setzen die Spezialisten für den guten Geschmack auf regionale und heimische Rohstoffe. So wird beispielsweise in der Salzburger Tafelspitzbouillon wirklich nur Tafelspitz von Salzburger Fleischerbetrieben verarbeitet. Die spezielle und unverwechselbare Rezeptur der Salzburger Gemüsebouillon basiert auf ausgewählten regionalen Gemüse- und Kräutersorten. &

Alle nötigen Lizenzgebühren sind vertraglich geregelt.