

Inspiration

+ SYSTEMGASTRONOMIE À LA ITALIA
Smart, aber herzlich

+ DIGITALISIERTE GASTRONOMIE
Jetzt geht's App



INNOVATIONSKRAFT DER BRANCHE

Gastronomie im Wandel

WIBERG

EDITORIAL

- 03 Aktuelles:
World Wide WIBERG!
- 04 Trends:
Jetzt geht's App in
der Gastronomie
- 08 Gastrokonzept:
Smart, aber herzlich
- 12 Rezepte Team Inspiration
- 20 Wissenswertes:
Verpackungskonzepte
- 22 Neuprodukte:
Rosenblüten Blätter &
Lemon-Chili-Pepper
- 24 Reportage:
Hochgenuss im Microshop

LIEBE LESERINNEN UND LESER,

in welchen Zeiten leben wir eigentlich? In spannenden allemal! Kaum eine Branche ist so innovativ und wandelbar wie die Gastronomie. Wir stellen Möglichkeiten der Digitalisierung vor, die Betrieben – unabhängig von der Größe – helfen können. Als Kette setzt L'Osteria auf smarte Technologien der Systemgastronomie – und stellt das emotionale Gästerlebnis in den Mittelpunkt. Seit der Pandemie boomt Take-away. Doch welche Verpackung passt zu welchem Gericht und welche Ansprüche stellen die Konsumenten? Spannende Neuprodukte bieten neue kulinarische Möglichkeiten, von zart-betörend bis feurig-scharf. Selbstverständlich tüftelte das WIBERG Team Inspiration auch diesmal wieder an besonderen Rezepten, perfekt geeignet für Lieferung, Take-away oder die Kochbox mit persönlicher Handschrift.

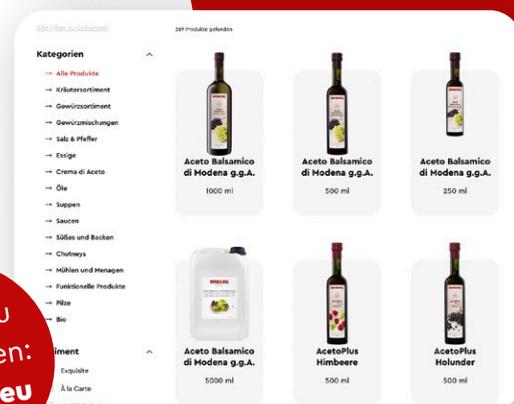
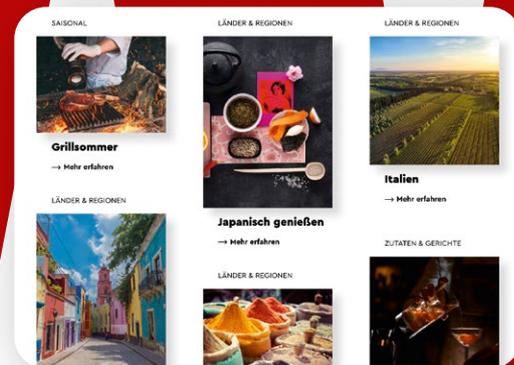
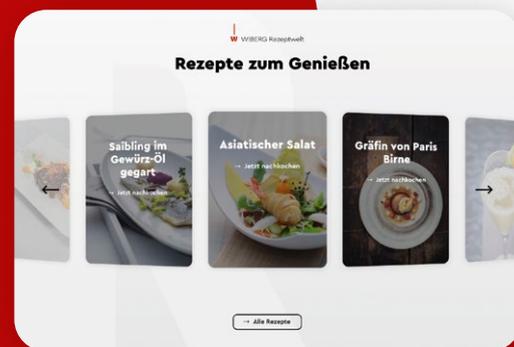
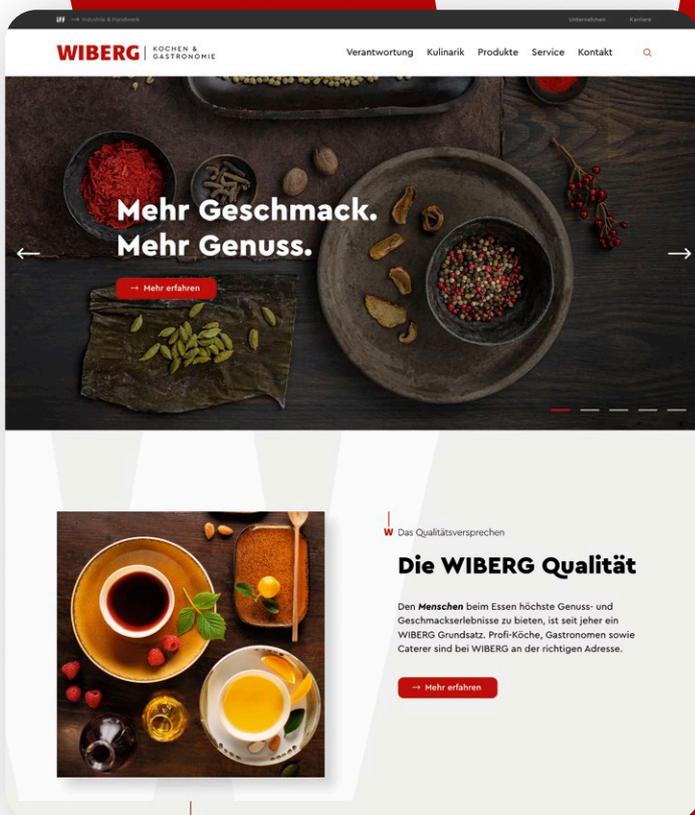
In diesem Sinne: viel Vergnügen beim Lesen, Nachkochen und Genießen!



IMPRESSUM

MEDIENINHABER / HERAUSGEBER / VERLEGER:

FRUTAROM Savory Solutions Austria GmbH / A.-Schemel-Straße 9 / 5020 Salzburg | Offenlegung gem. §25 Mediengesetz: Das Magazin ist ein Kundenmagazin von FRUTAROM Savory Solutions Austria GmbH. Mehr Informationen finden Sie auf www.frutarom.eu | FRUTAROM REDAKTION: Daniela Haslinger-Hild / Jakob Hirsch / Nina Ferner / Philipp Kohlweg / Franziska Lipp / E-Mail: kommunikation@frutarom.eu | FRUTAROM GESTALTUNG | LITHO: David Dietrichstein | LEKTORAT: Elisabeth Skardarasy | FOTOS: Florian Stürzenbaum / FRUTAROM / Adobe Stock / Patrick Art / Jörg Lehmann | DRUCK: Offset5020 | COPYRIGHT: Inhalt, Layout und Bildmaterial sind urheberrechtlich geschützt. Die Vervielfältigung oder die Verwendung der Inhalte bzw. Bilder ist ohne ausdrückliche schriftliche Zustimmung des jeweiligen Urhebers untersagt. Um die leichte Lesbarkeit des Kundenmagazins sicherzustellen, bezieht sich bei personenbezogenen Bezeichnungen die männliche Form auf alle Geschlechter in gleicher Weise. Druck- und Satzfehler, Änderungen von Produkten sind ausdrücklich vorbehalten.



World Wide WIBERG!

Seit Jahrzehnten überzeugt WIBERG seine internationalen Kunden aus Hotellerie und Gastronomie mit hochwertigen Produkten. Mit dem neuen Internetauftritt lässt sich nun noch tiefer in die Welt der Kräuter, Gewürze sowie bester Essige und Öle eintauchen.

GEBALLTES WISSEN IM WWW

Während sich die Produktpalette des umfangreichen WIBERG Sortiments laufend weiterentwickelt hat, blieb wenig Zeit, den Online-Auftritt auf den neuesten Stand der Technik zu bringen. Mit viel Energie und Liebe wurde dies endlich nachgeholt. Angepasst an die Wünsche der Kunden stehen nun viele verbesserte Funktionen auf www.wiberg.eu zur Verfügung.

So findet sich beispielsweise in der Kategorie „Geschmackswelten“ ein breiter Überblick zu den verschiedensten internationalen Länderküchen. Auch zu saisonalen Themen – vom Grillen über Salate bis zu Wildgerichten – oder einzelnen Zutaten finden Interessierte eine Vielzahl an gut recherchierten Texten und anregenden Bildern. Wer tiefer in einzelne Rohstoffe eintauchen möchte, wird nicht nur im WIBERG Gewürzlexikon fündig, sondern bekommt einen exklusiven Blick hinter die Kulissen: Detaillierte Beiträge informieren vom Allergenmanagement über das WIBERG Qualitätsversprechen bis zu den strengen internen Laborprüfungen und unterstreichen, warum so viele Kunden auf die einzigartigen WIBERG Produkte setzen.

Jetzt neu
entdecken:
wiberg.eu

GEWÜRZE IN IHREM NATÜRLICHEN LEBENSRAUM

Wo sonst fühlen sich authentische Gewürzmischungen, kaltgepresste Öle und edle Essige wohler als in liebevoll zubereiteten Gerichten? Dabei ist es egal, ob man sich durch das Sortiment klickt – wobei jedes einzelne Produkt detailliert beschrieben und präsentiert wird – oder ob man sich über lesenswerte Geschichten aus der Welt der Kulinarik annähert: Eine große Auswahl passender Rezepte ist immer nur einen Klick entfernt! Alle Rezepte entstammen dem immensen Erfahrungsschatz des WIBERG Teams. Inspiration, sind mehrfach nachgekocht und speziell für die Anforderungen von Profis rezeptiert. Und mit der richtigen Würzung wird das Essen zur Mahlzeit!

1



Jetzt geht's App in der Gastronomie



„Digitalisierung“ ist das Schlagwort, das alle Bereiche unseres Lebens seit Jahren nachhaltig prägt. Gerade in der Arbeitswelt kann es sich heute kaum ein Unternehmen leisten, auf innovative Technologien zu verzichten. Dies gilt insbesondere für die Gastronomie.

Die sogenannte „Gastronomie 4.0“ ist für Hotels, Restaurants, aber auch Bars oder Cafés zu einem entscheidenden Themenfeld geworden. Nicht zuletzt weil Fachkräftemangel und steigende Kosten in allen Bereichen den Druck auf die Kalkulation ständig erhöhen. Eine Umstellung auf digitale Anwendungen erleichtert viele Arbeitsprozesse in der Gastronomie. Doch wo genau kann der einzelne Betrieb technische Hilfsmittel nutzen? Und lohnt sich das für alle?

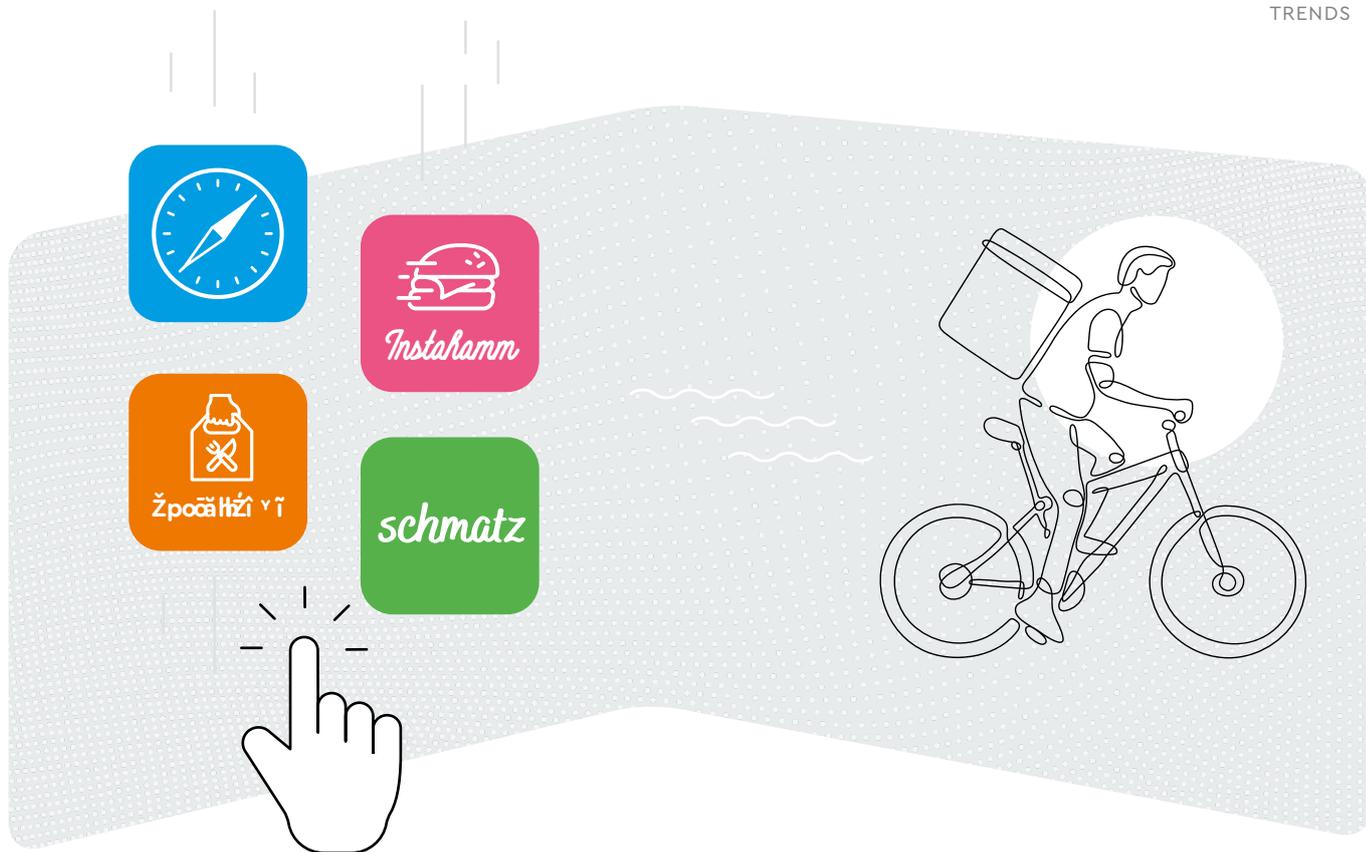
DIGITAL HINTER DEN KULISSEN

Ohne ordentliches Mise en Place geht nichts. Was Küchenprofis am Herd wie selbstverständlich praktizieren, lässt sich leicht auf alle vorgelagerten Arbeitsschritte erweitern. So gibt es etwa einige unabhängige Anbieter, die digitale Warenwirtschaft und Bestellplattformen für die Gastronomie und Hotellerie anbieten – benutzerfreundliche Apps inklusive. In der Regel können Gastronomen bei all ihren Großhändlern und regionalen Lieferanten bestellen.

Das spart viel Zeit, lästige Zettelwirtschaft verschwindet und man behält stets den Überblick über alle Bestellungen. Wenn sich überdies ein besserer Überblick über Angebote oder Rabatte ergibt, rentieren sich diese Programme auch finanziell sehr schnell.

Wer es nicht ohnehin im eigenen Betrieb spürt, erfährt es beinahe jeden Tag aus den Medien: Der Fachkräftemangel betrifft kaum eine Branche so stark wie die Gastronomie. Die von Mitarbeitenden so sehr gewünschte Planungssicherheit bei den Arbeitszeiten bereitet vielen Arbeitgebern Kopfzerbrechen. Hier können digitale Dienstpläne teilweise helfen. Zwar schaffen diese kein zusätzliches Personal, sie vereinfachen aber die Planung und ermöglichen eine transparentere und anschaulichere Kommunikation im Team.

Umsatzrelevant wird es nicht zuletzt bei der Vergabe der vorhandenen Plätze. Gerade Betriebe mit einer mittleren bis höheren Anzahl an Tischen können durch digitale Tischpläne für eine bessere Auslastung sorgen. Zudem machen innovative Tischplanlösungen die tägliche Tischplanerstellung schnell umsetzbar und weitestgehend fehlerfrei. Hier kommt ein weiterer wichtiger Aspekt dazu, der sich auch direkt an die Gäste wendet: Je mehr Möglich-

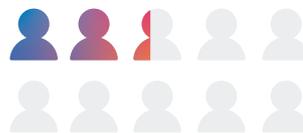
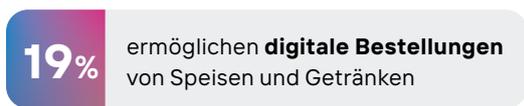
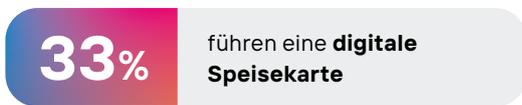
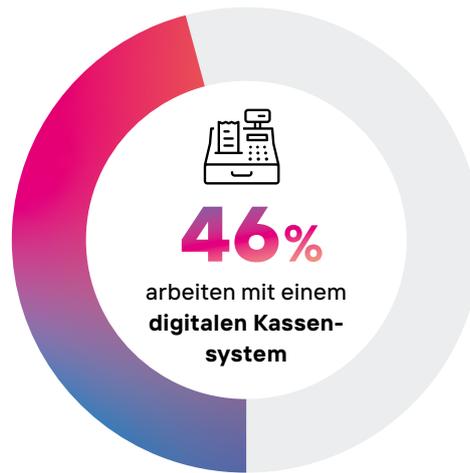


keiten der Tischreservierung sich den Kunden bieten, desto besser. Natürlich greift ein gewisser Teil der Gäste zum Telefon und ruft einfach an. Gerade in touristisch geprägten Gegenden holen sich potenzielle Genießer aber Ideen über Google, TripAdvisor und Co. Wer dann, vielleicht auch durch sprachliche Barrieren, den Anruf scheut, sollte mit wenigen Klicks einen Tisch reservieren können. Intelligente Tischplansysteme verbinden also alle Reservierungsmöglichkeiten, die man dem Gast bietet. Und bei der immer knapper werdenden Kalkulation der Preise ist die bestmögliche Auslastung aller Sitzplätze – gerade zu den Stoßzeiten – unerlässlich.

ERWEITERTER KUNDENSERVICE

Die größten digitalen Veränderungen lassen sich in den letzten Jahren aber auf Seiten der Gäste ausmachen. Während Take-away und Liefergeschäft bereits vor der Corona-Krise konstante Zuwächse verzeichneten, ging es damit ab dem Beginn der Pandemie durch die Decke und für viele Betriebe wurden diese Wege zwangsläufig zur einzigen Möglichkeit, ihre (Stamm)gäste weiterhin zu verwöhnen. Während das Abholen oder die Lieferung der hauseigenen Köstlichkeiten mittlerweile für den Großteil der Betriebe zum Standard gehören, bieten vor allem Bistros und Cafés immer öfter





erfassen **Gästedaten digital** zur Kontaktnachverfolgung
(aber 36% in der Individualgastronomie)

Quelle: Digitalisierungsindex Mittelstand 2020/2021
(im Auftrag der Deutschen Telekom)

die Möglichkeit, online oder per App Gerichte und Getränke für bestimmte Uhrzeiten zu bestellen, um sie dann im Lokal zu verzehren. Insbesondere beim Mittagstisch bzw. beim Business-Lunch sparen die Gäste so Zeit. Auch hier liegt der Vorteil für den Gastronomen in der besseren Planbarkeit, vom Einkauf bis zur Auslastung. Mehr und mehr beliebt bei Gast und Gastronom gleichermaßen sind fix bestellte, größere Pakete beziehungsweise „Kochboxen“. Erstmals rund um den Lockdown im Herbst 2021 verlagerten viele Küchenchefs das traditionelle Martini-Gansl-Essen an den privaten Esstisch der Kunden – fixfertig mit allen Beilagen und nach fristgerechter Vorbestellung.

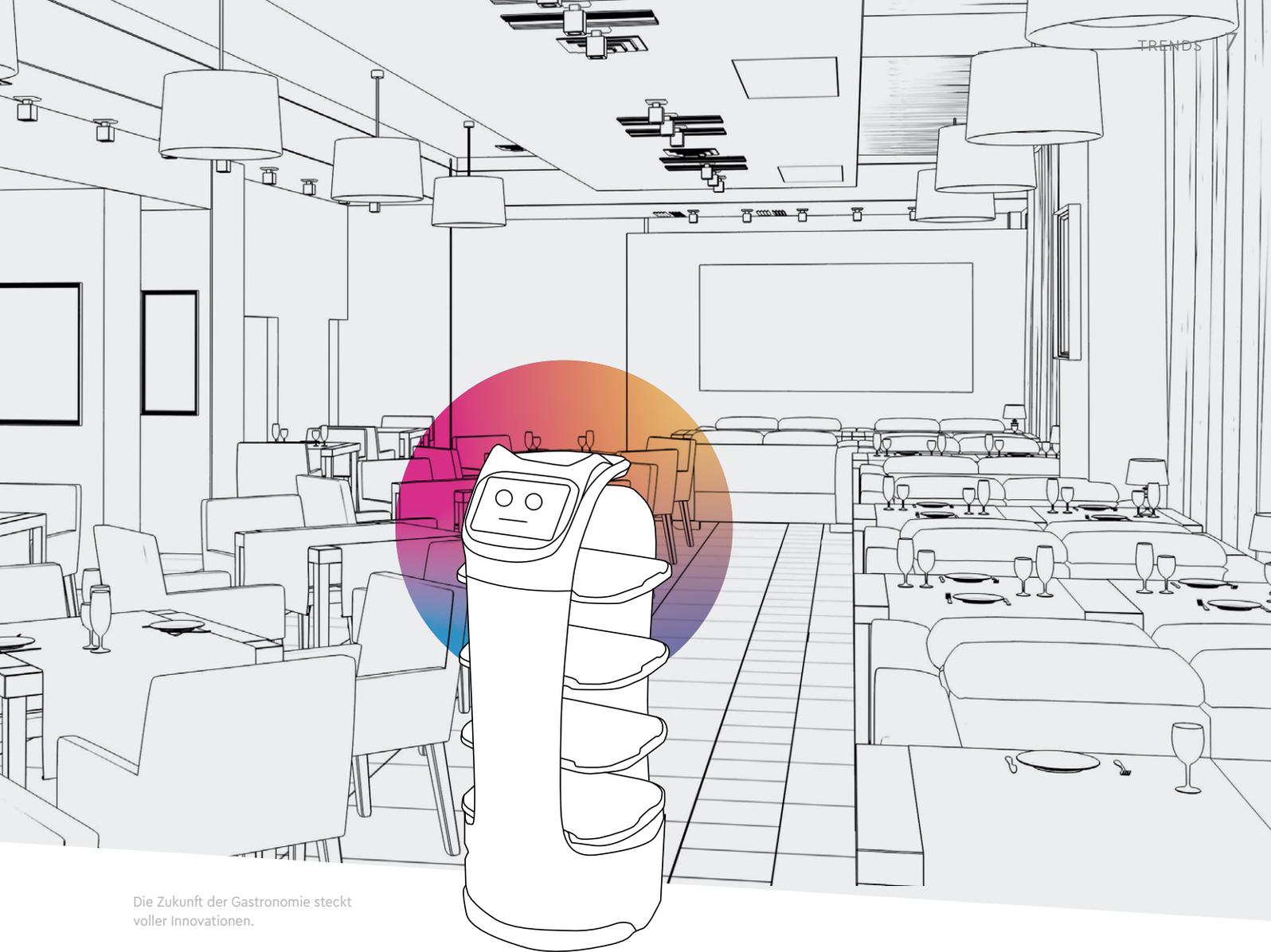
Generell zeichnen sich beim Liefergeschäft zwei unterschiedliche Herangehensweisen ab: Die einen setzen auf große und bekannte Lieferdienste wie etwa Lieferando oder Mjam. Hier steht der großen Reichweite und einem perfektem Online-Auftritt in der

Regel jedoch eine hohe Provision pro Bestellung entgegen. Dies sollte vorab gut kalkuliert werden! Wer seine Karte selbst im Netz an den Mann und die Frau bringen will, kann dies nicht nur auf der eigenen Website, sondern auch über Google, Facebook, Instagram und Co machen. Hier gibt es ebenso eiserne Regeln: Das eigene Angebot muss immer aktuell sein. Am Höhepunkt der Spargelsaison noch immer die Silvester-Highlights zu präsentieren, gilt beim Gast nicht unbedingt als vertrauenserweckende Maßnahme. Wer ausschließlich Abholung anbietet, hat die Chance, neue Gäste vom eigenen Betrieb zu überzeugen. Wenn Ambiente und Service stimmen, lassen sich viele Kunden beim nächsten Mal direkt im Lokal verwöhnen.

DIE EIGENEN GERICHTE IN ALLER MUNDE

Touristische Laufkundschaft, Stammgäste und solche, die es noch werden





Die Zukunft der Gastronomie steckt voller Innovationen.

wollen: Alle lesen Bewertungen. Auch wenn deren Glaubwürdigkeit in den letzten Jahren immer wieder gelitten hat. Sternchen, Daumen und erst recht ausführliche Beschreibungen geben aber eine gewisse Tendenz vor. Die Speisen sind köstlich, der Service zuvorkommend, der Gastgarten gepflegt und geschmackvoll – doch wie bringt man die Gäste dazu, das kundzutun? Hier ist sogenanntes „Nudging“ angesagt. Mit kleinen „Stupsern“ kann man die Motivation steigern. So kann ein QR-Code am Tisch oder auf der Rechnung direkt zum Bewertungsbereich auf der eigenen Facebookseite oder dem eigenen Google-Account führen. Hotels können für eine gemütliche Atmosphäre während der Bewertung sorgen: „Wir laden Sie auf ein Glas Wein ein, während Sie in unser digitales Gästebuch schreiben.“

GEHT ES NICHT OHNE ROBOTER?

Kommen wir noch einmal aufs Personal zu sprechen. Ein Thema, das in vielen

Gastronomiebetrieben aktuell heiß diskutiert wird, sind Serviceroboter. Ein kurzer Rundruf unter WIBERG Kunden, die bereits auf die kleinen elektronischen Helfer zählen, ergab ein eindeutiges Bild, was die Einsatzgebiete und Vorteile betrifft. Gerade beim Abräumen der Tische und bei längeren Wegen kommt der Roboter zum Einsatz. Viele sehen die kleinen Technikwunder auch als Marketingmaßnahme und Teil einer gewissen „Erlebnissgastronomie“. Keiner der Befragten gab an, durch den Einsatz eines Roboters Personal eingespart zu haben. Im Gegenteil sei die Servicemansschaft noch wichtiger geworden und habe durch das unterstützende Arbeitsgerät mehr Zeit mit dem und für den Gast. Wenn das in weiterer Folge für zusätzliche Umsätze und Mehrverkäufe sorgt, so kann sich die Investition rechnen. Doch auch hier will genau kalkuliert werden, denn günstig sind die Wunderwerke der Ingenieurskunst nicht. Einstiegsmodelle beginnen bei gut 10.000 Euro,

je nach Funktion und Können steigen die Anschaffungskosten auf bis zu 25.000 Euro.



Ihr Betrieb setzt bereits auf „Gastronomie 4.0“? Sie sind in der digitalen Welt angekommen oder führen gerade Innovationen ein?

Schreiben Sie uns unter

kommunikation@wiberg.eu

und mit Ihrem Einverständnis präsentieren wir Ihre Ideen auf unserer neuen Website www.wiberg.eu.



Das Open-Kitchen-Konzept ist Teil des Gästelerlebnisses bei L'Osteria.

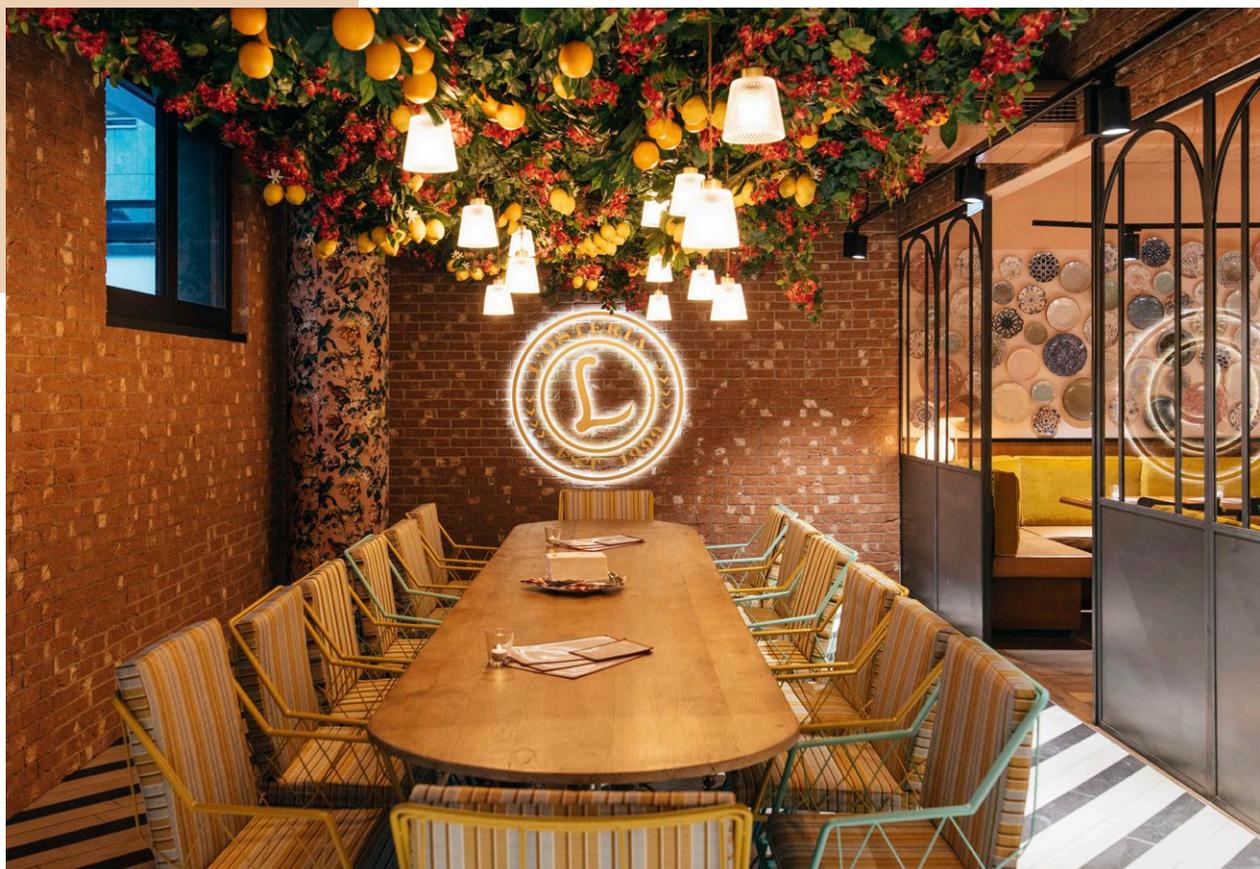
SMART, ABER *herzlich*



La vita é bella – erst recht mit Cappuccino.

Es duftet nach Pizza, Basilikum und Espresso: Obwohl L'Osteria einer der größten und erfolgreichsten Vertreter der Markengastronomie ist, fühlen sich Gäste hier doch immer so, als säßen sie gerade bei ihrem Lieblingsitaliener in ihrem Lieblingsferienort. Im vergangenen Jahr – und damit noch mitten in der Corona-Pandemie – hat L'Osteria 21 neue Restaurants eröffnet und Pasta-Premium-Fertiggerichte für den Lebensmitteleinzelhandel gelauncht. Bereits im April 2020 wurde ein eigener Lieferservice gegründet. Kein einziges Restaurant musste krisenbedingt schließen und L'Osteria wird vom Portal „Food Service“ auf Platz 9 der erfolgreichsten Topmarken der Gastro-Branche geführt. Wir wollten wissen: Hat es die Systemgastronomie in Zeiten wie diesen grundsätzlich leichter? Oder geht die L'Osteria ihren ganz eigenen, smarten Erfolgsweg? Das Gespräch über gutes Essen, Krisen und neue Ideen führten wir mit Mirko Silz, CEO der FR L'Osteria SE.

Feiern und
genießen
wie in Italien.



Herr Silz, lassen Sie uns vorab über ein paar Zahlen und Daten reden. Worüber sprechen wir, wenn von der Markengastronomie L'Osteria die Rede ist?

Aktuell gibt es über 150 L'Osteria-Restaurants in Deutschland, Österreich, der Schweiz, England, Tschechien, den Niederlanden, Frankreich und Luxemburg. Aktuell beschäftigen wir rund 6.000 Mitarbeiter und der Gesamtumsatz betrug im Jahr 2021 über 200 Millionen Euro systemweit.

Die Gastronomie hatte in den letzten Jahren arg zu kämpfen. Im Gegensatz zu vielen anderen setzte man bei L'Osteria auf Expansion.

Wir konnten 2021 tatsächlich 21 Restaurant-Neueröffnungen realisieren. Besonders wichtige Meilensteine bilden das erste unternehmenseigene Restaurant der FR L'Osteria SE im Ausland – im Mai 2021 im französischen Lyon – sowie das 150. Restaurant der Gesamtmarke in München-Bogenhausen. In den nächsten Jahren möchten wir unsere Expansionspläne im gleichen Maß vorantreiben, uns noch internationaler ausrichten und sogar noch Tempo zulegen. Besonders interessant sind hier-

bei die Märkte Polen, Portugal, Spanien und die skandinavischen Länder. Doch auch der Kernmarkt Deutschland sowie die bereits bestehenden europäischen Ländermärkte werden für das weitere Wachstum eine wichtige Rolle spielen – besonders im französischen Markt sehen wir viel Potenzial.

Wie sind Sie mit den Herausforderungen der letzten Jahre umgegangen?

L'Osteria ist der Krise mit Innovationen entgegengetreten. Als Unternehmen haben wir uns mit all unseren Neuerungen breiter aufgestellt, ohne dabei den Fokus auf den Kern der Marke und das Kerngeschäft aus den Augen zu verlieren.

Wie wurden Franchise-Partner in der Krise unterstützt?

Wir haben unsere Franchise-Partner national und international sowie unsere operativen Kräfte und Headoffice-Mitarbeiter in regelmäßigen Videocalls abgeholt. Zudem haben wir ein zentrales Krisenteam, das allen Restaurants – unabhängig davon, ob Eigenbetrieb oder nicht – Leitfäden, Checklisten und Vorlagen für verschiedenste Szenarien zur Verfügung stellte.



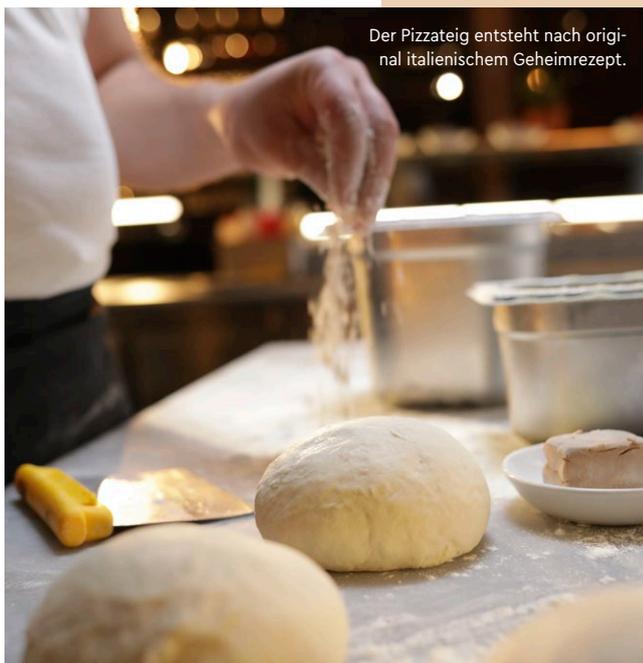
ZAHLEN, DATEN, FAKTEN

21 Restaurant-
Neueröffnungen
im Jahr 2021

150 Restaurants
in ganz Europa

200 Millionen Euro
Gesamtumsatz

6.000 Mitarbeiter
angestellt



Der Pizzateig entsteht nach original italienischem Geheimrezept.



L'Osteria-Fans haben viele Möglichkeiten, ihre Lieblingsgerichte zu genießen.



Die eigene Lieferflotte wurde wie das Take-away-Geschäft ausgebaut.



Frische Pasta in bester Qualität.

Von Corona zum Krieg in Europa: Wie geht L'Osteria mit der aktuellen Situation um?

Als Unternehmen in der Systemgastronomie sind auch wir stark von den steigenden Preisen im Rohstoff- und Materialmarkt betroffen, genauso wie von steigenden Energiepreisen. Wir erleben Preissteigerungen noch nie dagewesenen Ausmaßes und Tempos und ein Ende dieser Entwicklung ist nicht abzusehen. So verzeichnen wir aktuell steigende Kosten, die nur zum Teil perspektivisch an die Verbraucher weitergegeben werden können, da deren Konsum- und Ausgabenbereitschaft nach zwei Jahren Pandemie und Krieg eher zurückhaltend ist. Wir sind dabei, dort, wo Handlungs-

bedarf besteht, langfristige Kontrakte zu schließen und uns so erforderliche Mengen zu sichern. Bei einzelnen Rohstoffen wird dieses Unterfangen zunehmend schwerer, dennoch sehen wir aktuell für uns keine Rohstoffausfälle.

Welche Dinge haben sich durch Corona irreversibel geändert?

Hybrid-Lösungen, sprich eine Kombination aus On- und Offsite-Gastronomie, werden auch zukünftig überdurchschnittlich erfolgreich sein. Gerade der Außer-Haus-Bereich wurde durch Corona hyperbeschleunigt und wird weiterhin eine wichtige Rolle spielen. Mit der Verlagerung des Lebens in die eigenen vier Wände sind Take-away und Delivery

in den letzten Jahren rasant gewachsen und für viele auch praktikabel geworden. Wir haben darauf reagiert, indem wir unsere eigene Lieferflotte gegründet und noch einmal deutlich ausgebaut haben: Diese macht nunmehr ca. 20 Prozent des Gesamtumsatzes aus. Dennoch wird das Gästeelebnis im Restaurant weiterhin ein zentrales Thema bleiben und sogar eine noch höhere Wertschätzung erhalten.

„Tisch reservieren“ und „Bestellen“ werden auf der Website der L'Osteria gleich stark kommuniziert. War das immer schon so oder ist das eine Folge von Corona?

Das Thema „Tisch reservieren“ haben

wir bereits vor Corona stets sehr prominent gespielt, wengleich die zunehmende Digitalisierung bestimmter Prozesse den Vorgang an sich über die Jahre noch einfacher gestaltet hat. Das Thema „Bestellen“ bzw. unseren eigenen Webshop für Delivery und Take-away spielen wir erst seit Corona so stark. Dabei hat Corona den Aufbau von L'Osteria Delivery mit allem, was dazu gehört – eigenem Webshop, eigener App sowie eigener Flotte –, nur stark beschleunigt, die ersten Ideen hierzu gab es bereits vor Corona.

Wann wurden die neuen Fertiggerichte kreiert und vor welchem Hintergrund?

Die L'Osteria Premium-Fertiggerichte wurden im Mai 2021 nach etwa sechsmonatiger Planungsphase gelauncht. Zum einen möchten wir unseren Gästen damit die Möglichkeit geben, sich ihren L'Osteria-Moment nach Hause zu holen und ihn zu genießen, wann und wo immer sie wollen – unabhängig von Öffnungszeiten oder Lieferradien. Zum anderen eröffnen wir uns mit der Einführung unserer Produkte in den Lebensmitteleinzelhandel einen weiteren spannenden Geschäftszweig neben dem klassischen Restaurantgeschäft und unserem eigenen Lieferservice. Das wird sich langfristig sicherlich auch positiv auf unsere Markenbekanntheit auswirken.

Auf welche Food-Trends setzen Sie aktuell?

Anfang des Jahres haben wir erstmals am Veganuary teilgenommen und eine komplett vegane Monatskarte mit sieben Gerichten angeboten. Hinzu kam, dass wir passend zum Veganuary auch eine pflanzliche Milchalternative und veganen Pizzaschmelz eingeführt sowie die Rezeptur unseres Pizzateigs überarbeitet haben, sodass nun auch unser Kernprodukt vegan bestellbar ist. Diese Änderungen haben auch über den Aktionszeitraum des Veganuary hinaus Bestand. Wir konnten damit neue Gäste bzw. Follower aus einer neuen Zielgruppe gewinnen. Diese gilt es nun, mit weiteren attraktiven veganen bzw. vegetarischen Angeboten zu halten sowie auszubauen. Unser klares Ziel ist es, auf jeder Monatskarte zukünftig mindestens ein veganes Gericht anzubieten.

Welche Abläufe und Prozesse führen zum Erfolg der L'Osteria?

Wir versuchen, das Beste der Systemgastronomie mit dem Besten der Individualgastronomie zu vereinen – sprich:

Das System findet bei uns vor allem hinter den Kulissen statt, in Form von vereinheitlichten Abläufen, Rezepturen etc. Gegenüber unseren Gästen setzen wir jedoch auf Individualität mit unserem herzlichen, offenen Service sowie unseren individuell designten Restaurants. Hier setzen wir bewusst nicht auf Gleichheit, sondern auf Wiedererkennungswert. Dennoch können sich unsere Gäste auf eine gleichbleibende Qualität in all unseren Restaurants verlassen.

Apropos Qualität: Gehört die hauseigene Pasta-Manufaktur zu den Prozessen hinter den Kulissen?

Genau. All unsere Restaurants werden mit unserer eigenen Pasta versorgt. In unserer Pasta-Manufaktur in Nürnberg werden im Monat zwischen 50 und 60 Tonnen Pasta produziert. Damit wir alle Nudeln frisch an all unsere Standorte liefern können, nutzen wir einen riesigen Schockfroster. Dabei verzichten wir auf Konservierungsmittel und die Pasta ist nicht pasteurisiert.

Was ist grundsätzlich der Erfolg der Systemgastronomie?

Ein ausgeklügeltes Lieferanten- und Dienstleisternetzwerk sowie bestimmte

Konditionen sind ein großer Vorteil der Systemgastronomie. Hinzu kommt die grundsätzliche Infrastruktur der Firma: Franchise-Partner profitieren durch den Einstieg in ein bereits erfolgreich etabliertes Konzept, Mitarbeiter von internen Schulungen, Weiterbildungsmöglichkeiten sowie Aufstiegsperspektiven.

Welche Innovationsprozesse stehen nun an?

Die drei wichtigsten Säulen unserer Expansionsstrategie bilden die Bereiche Wachstum, Digitalisierung und Nachhaltigkeit sowohl in Bezug auf unsere Umwelt als auch die soziale Verantwortung. Im Bereich Digitalisierung geht es vor allem darum, unsere Prozesse noch effektiver zu gestalten, zum Beispiel durch eine digitalisierte Warenwirtschaft. Doch auch unsere Gäste sollen von mehr Digitalisierung profitieren, beispielsweise durch den kontinuierlichen Ausbau unseres Webshops sowie unserer App.

L'OSTERIA – EINE ERFOLGS- GESCHICHTE

1999 eröffnete in Nürnberg die erste L'Osteria, die schnell zum Geheimtipp wurde. Der Erfolg des „netten Italienerers von nebenan“ bestärkte die Gründer Friedemann Findeis und Klaus Rader, das Konzept weiterzubreiten. Schon bald ging es von Bayern nach ganz Deutschland, bis 2011 das erste Mal in Österreich Auslandsluft geschnuppert wurde. Mit der Schweiz, England, Tschechien, den Niederlanden, Frankreich und Luxemburg kamen sechs weitere europäische Länder hinzu. Aktuell ist L'Osteria an über 150 Standorten in acht Ländern vertreten. Seit 2016 ist Mirko Silz als CEO mit an Bord.



Mirko Silz, CEO der FR L'Osteria SE.



FR L'Osteria SE
Otl-Aicher-Str. 60
80807 München
losteria.net/at



Marinierte SARDINEN

MIT KRÄUTER-FOCACCIA & BALSAMICO-ZWIEBELN

ZUTATEN FÜR 10 PERSONEN

Marinierte Sardinien

1 kg Sardinien, 300 g Zwiebeln geschält und in Ringe geschnitten, 40 g frische Petersilie gehackt, 20 Stk. Kirschtomaten halbiert

WIBERG Produkte: 2 EL Fisch Del Mare, BIO Natives Oliven-Öl Extra Italien, 20 g Knoblauch Scheiben eingeweicht, 150 ml Weißwein Balsam-Essig, 1 EL Salat Italian Style, Ursalz pur fein, 2 EL Tomatenflocken

Kräuter-Focaccia

30 g frische Petersilie gehackt, 200 g Butter, 10 Scheiben Focaccia-Brot

WIBERG Produkte: 1 EL Italienische Kräuter gefriergetrocknet, 50 ml BIO Natives Oliven-Öl Extra Italien, 1 TL BIO Ursalz Mediterran

ZUBEREITUNG

Marinierte Sardinien

Sardinien mit Fisch Del Mare würzen, in Oliven-Öl von beiden Seiten goldgelb braten und herausnehmen. Zwiebeln und Knoblauch Scheiben ebenfalls anbraten, mit 100 ml Essig ablöschen und weichdünsten. 50 ml Essig mit Oliven-Öl und Salat Italian Style, Ursalz pur fein und Tomatenflocken verrühren. Zwiebelmischung und frische Petersilie über die Sardinien verteilen und einige Stunden marinieren. Auf Kräuter-Focaccia zusammen mit gegrilltem Fenchel und Kirschtomaten anrichten.

Kräuter-Focaccia

Frische Petersilie mit italienischen Kräutern und Oliven-Öl pürieren. Butter cremig aufschlagen, mit Ursalz Mediterran abschmecken und dem Kräuter-Öl verrühren. Focaccia-Brot mit Kräuterbutter bestreichen und im Ofen knusprig backen.

Garnitur: 10 Zitronenspalten, gegrillter Fenchel, getrocknete Kirschtomaten



ZUTATEN FÜR 10 PERSONEN

Orientalischer Bulgursalat mit Feigen und Gojibeeren

1,2 l Wasser, 400 g Bulgur, 150 g Datteln in Würfel geschnitten, 100 g Gojibeeren, 100 g Rosinen, 1 Stk. rote Zwiebel in kleine Würfel geschnitten, 5 Stk. Feigen geviertelt, 10 Stk. Okraschoten

WIBERG Produkte: 1 EL Ras El Hanout, BIO Granatapfel-Essig, Sesam-Öl, Marrakesch Style, Ursalz pur fein

Hummus

1 kg Kichererbsen gekocht, 1 l Kichererbsen-Kochfond, 200 g Tahin (Sesampaste),

20 ml Zitronensaft, 150 g Tomatenwürfel

WIBERG Produkte: 1 EL Knofi Pur, 100 ml Sesam-Öl, Marrakesch Style, Ursalz pur fein, 1 EL Paprika geräuchert

ZUBEREITUNG

Orientalischer Bulgursalat mit Feigen und Gojibeeren

Wasser mit Ras El Hanout würzen und Bulgur darin weichkochen, bis die Flüssigkeit aufgenommen wurde. Trockenfrüchte sowie Zwiebeln hinzugeben und mit Granatapfel-Essig, Sesam-Öl, Marrakesch Style und Ursalz pur abschmecken. Die

Feigen und Okraschoten in Sesam-Öl braten, mit etwas Granatapfel-Essig ablöschen und mit Ursalz pur abschmecken.

Hummus

Kichererbsen mit dem Fond, Tahin, Zitronensaft, Knofi Pur und Sesam-Öl fein pürieren. Zum Schluss mit Ursalz pur abschmecken und mit Marrakesch Style, Tomatenwürfeln und Paprika geräuchert garnieren.

Garnitur: Fladenbrot, Pfefferminze



Orientalischer
BULGURSALAT

MIT FEIGEN, GOJIBEEREN,
HUMMUS & FLADENBROT

SÜß- KARTOFFEL- Curry

MIT PILZEN &
ROSENBLÜTEN-REIS



ZUTATEN FÜR 10 PERSONEN

Süßkartoffel-Curry mit Pilzen

2 kg Süßkartoffeln geschält und in Würfel geschnitten, 500 g Zwiebeln geschält und in Würfel geschnitten, 400 ml Orangensaft, 300 ml Wasser, 1,5 l Kokosmilch, 700 g Pilze in mundgerechte Stücke geschnitten, 500 g Kohlsprossen blanchiert, 700 g Soja-Joghurt

WIBERG Produkte: 80 ml Sesam-Öl, 3 EL Curry Orange, 7 g Veggie-Bouillon mit Ursalz, 1 EL Ursalz pur fein, 350 g Chutney Orange-Mango

Rosenblüten-Reis

600 g Jasminreis, 900 ml Wasser

WIBERG Produkte: Ursalz pur fein, Exquisite Rosenblüten Blätter

Rosenblüten-Soda

10 EL Wasser, 9 EL Kristallzucker, Sodawasser

WIBERG Produkte: 1 EL Vanille zuckersüß, 1 EL Exquisite Rosenblüten Blätter

ZUBEREITUNG

Süßkartoffel-Curry mit Pilzen

Süßkartoffeln in Sesam-Öl anschwitzen. Zwiebeln und Curry mitschwitzen lassen und mit Orangensaft und Wasser aufgießen. Veggie-Bouillon hinzufügen und Süßkartoffeln weichkochen. Kokosmilch und Pilze hinzugeben. Vor dem Servieren die Kohlsprossen beimengen und mit Ursalz pur abschmecken. Nach dem Anrichten mit Soja-Joghurt und Chutney Orange-Mango verfeinern.

Rosenblüten-Reis

Jasminreis unter kaltem Wasser gründlich waschen. Jasminreis zusammen mit Wasser und Ursalz pur fein 10 Minuten quellen

lassen. Anschließend erhitzen und 20 Minuten zugedeckt garen, bis das Wasser verdunstet ist. Rosenblüten Blätter hinzugeben und mit einer Gabel durchrühren.

Rosenblüten-Soda

Wasser zusammen mit Zucker und Vanille zuckersüß aufkochen. Sobald der Sirup abgekühlt ist, die Rosenblüten Blätter hinzugeben und über Nacht ziehen lassen. Anschließend durch ein feines Sieb seihen und in saubere Glasflaschen füllen. Mit gekühltem Soda servieren.



Filet vom Iberico-Schwein

mit würzigem Ratatouille
& überbackener Polenta

ZUTATEN FÜR 10 PERSONEN

Filet vom Iberico-Schwein

1,4 kg Filet vom Iberico-Schwein küchenfertig, 200 g Bauchspeck geräuchert

WIBERG Produkte: 2 EL Natives Oliven-Öl Extra Andalusien, Exquisite Black BBQ

Ratatouille

350 g bunte Paprika in Würfel geschnitten, 200 g Auberginen in Würfel geschnitten, 200 g Zwiebeln geschält und in Würfel geschnitten, 350 g Zucchini in Würfel geschnitten, 50 g Tomatenmark, 500 g Tomaten aus der Dose

WIBERG Produkte: 100 ml Natives Oliven-Öl Extra Andalusien, 2 EL Knoblauch Scheiben, Kräuter der Provence gefriergetrocknet, Exquisite Red Dhofar, Würzsauce N°1

Polenta

200 g Polenta, 40 g Butter, 400 ml Wasser, 200 ml Milch, 200 ml Obers/Sahne, 200 g Parmesan gerieben

WIBERG Produkte: BIO Natives Oliven-Öl Extra Italien, 9 g Hühner-Bouillon, Italienische Kräuter gefriergetrocknet, BIO Ursalz Mediterran

ZUBEREITUNG

Filet vom Iberico-Schwein

Schweinefilet in Oliven-Öl anbraten und mit Black BBQ würzen. Anschließend in Bauchspeck wickeln, vakuumieren und im Wasserbad bei 60 °C drei Stunden lang garen. Danach sofort abkühlen. Vor dem Servieren in der Pfanne von allen Seiten knusprig braten und im vorgeheizten Backrohr bei 60 °C Umluft 20 Minuten ziehen lassen.

Ratatouille

Paprika, Auberginen und Zwiebeln in Oliven-Öl anrösten. Anschließend Zucchini hinzugeben und tomatisieren. Tomaten aus der Dose hinzugeben und würzig abschmecken.

Polenta

Polenta in einer Butter-Öl-Mischung kurz anschwitzen lassen. Anschließend heißes Wasser mit der Hühner-Bouillon verrühren, mit Milch sowie Obers/Sahne aufgießen und cremig einkochen lassen. Mit italienischen Kräutern sowie BIO Ursalz Mediterran abschmecken. Auf ein mit Backpapier belegtes Blech gießen und gleichmäßig verteilen. Sobald die Polenta kalt ist, in gewünschte Stücke schneiden und mit geriebenem Parmesan bestreuen. Einfrieren und vakuumieren. Bei Bedarf im vorgeheizten Backrohr bei 180 °C überbacken.

Geschmorte Kalbsbackerl

mit Ackergemüse
& bunten Pürees



ZUTATEN FÜR 10 PERSONEN

Geschmorte Kalbsbackerl

1,8 kg Kalbsbackerl küchenfertig, 100 ml Speise-Öl, 1 kg Zwiebeln geviertelt, 2 EL Tomatenmark, 2 EL Kristallzucker, 500 ml Rotwein, 500 g Pastinaken geschält und in Scheiben geschnitten, 500 g Hokkaidokürbis in Stücke geschnitten

WIBERG Produkte: Exquisite Forest Flair, Exquisite Bourbon Pfeffer, Braune Grundsauce pastös, Rotwein Balsam-Essig, Ursalz pur fein

Bunte Pürees

300 g Hokkaidokürbis in feine Scheiben geschnitten, 300 g gelbe Rüben geschält und in Scheiben geschnitten, 300 g Pastinaken geschält und in Scheiben geschnitten, 150 g Butter, 300 ml Obers/Sahne
WIBERG Produkte: Ursalz pur fein, Muskatblüte gemahlen

ZUBEREITUNG

Geschmorte Kalbsbackerl

Kalbsbackerl in grobe Würfel schneiden und in heißem Öl anbraten. Anschließend

herausnehmen und Zwiebeln goldgelb braten. Tomatisieren, dann karamellisieren und mit Rotwein ablöschen. Um die Hälfte einkochen lassen. Mit vier Litern Wasser aufgießen. Mit Forest Flair und Bourbon Pfeffer abschmecken. Fleisch sowie Pastinaken und Kürbis hinzugeben und weich schmoren. Die fertigen Bäckchen sowie Pastinaken und Kürbisstücke aus der Sauce nehmen, die Sauce durch ein feines Sieb gießen. Anschließend mit Brauner Grundsauce Pastös verrühren, aufkochen und mit

Rotwein Balsam-Essig und Ursalz pur fein abschmecken. Zuletzt in Rex-Gläser füllen und bis zum Gebrauch einkühlen bzw. tiefkühlen.

Bunte Pürees

Sämtliche Gemüsesorten separat voneinander weichkochen und anschließend mit Butter und Obers/Sahne fein pürieren. Mit Ursalz pur und Muskatblüte abschmecken und in Rex-Gläser füllen. Bis zum Gebrauch einkühlen bzw. tiefkühlen.

Green VITAMIN- BOWL

MIT POCHIERTEM EI &
PASSIONSFRUCHT-
CURRY-DRESSING

ZUTATEN FÜR 100 PERSONEN

Green Vitamin-Bowl

50 Stk. Avocados, 200 Stk. Kohlsprossen blanchiert, 5 kg Erbsenschoten blanchiert, 5 kg Brokkoli blanchiert, 5 kg Romanesco blanchiert, 5 kg Erbsen blanchiert, 2 kg Rucola, 5 kg Gurken blanchiert, 100 Stk. Eier
WIBERG Produkte: 1 | WIBERG BASIC Weißwein-Essig, 200 g Ursalz pur grob, 650 g Gomashio grob

Passionsfrucht-Curry-Dressing

WIBERG Produkte: 4 | WIBERG BASIC Wok-Sauce Curry, 2 | AcetoPlus Passionsfrucht, Ursalz Pur fein, 1 | Sesam-Öl

ZUBEREITUNG

Green Vitamin-Bowl

Sämtliches Gemüse in gewünschte Größe schneiden und dekorativ anrichten. Wasser erhitzen, mit Ursalz und WIBERG BASIC Weißwein-Essig verrühren und die Eier darin pochieren. Die Bowl vor dem Servieren mit Gomashio grob bestreuen.

Passionsfrucht-Curry-Dressing

Alle Zutaten zu einem glatten Dressing verrühren.





Asiatische NUDELPFANNE

MIT LEMON-CHILI-PEPPER-LACHS
UND WASABINÜSSEN

ZUTATEN FÜR 100 PERSONEN

Asiatische Nudelpfanne mit Lemon-Chili-Pepper-Lachs und Wasabinüssen

8 kg Lachsfilet küchenfertig, 5 l Kokosmilch, 2,5 kg Udonnudeln gekocht, 2 kg Blattspinat, 2,5 kg Wasabinüsse

WIBERG Produkte: 100 g Ursalz pur fein, 150 g Vanille zuckersüß, 420 g Lemon-Chili-Pepper, 15 Liter WIBERG BASIC Wok-Sauce Thai-Chili

Garnitur: Limettenspalte, Chilischote, frischer Koriander

ZUBEREITUNG

Asiatische Nudelpfanne mit Lemon-Chili-Pepper-Lachs und Wasabinüssen

Lachsfilet mit Ursalz, Vanille zuckersüß und Lemon-Chili-Pepper für mindestens 24 Stunden marinieren. Anschließend in Streifen schneiden. Kokosmilch zusammen mit der Wok-Sauce erhitzen und die gekochten Nudeln darin gemeinsam mit Blattspinat schwenken. Mit gebeizten Lachstreifen verfeinern und mit Wasabinüssen garnieren.



AUßEN *hui* - INNEN *jui!*

„Zum Mitnehmen, bitte!“ oder „Könnt ihr auch liefern?“ Mehr und mehr Gäste genießen Gerichte aus Profihand zuhause. Der Take-away und Lieferboom hat folgerichtig auch die Verpackungsbranche in Schwung gebracht. Denn die Anforderungen an Becher, Schale und Co sind vielfältig und komplex.

MEHR BEDARF VERBESSERT DAS ANGEBOT

Die seit Jahren steigende Nachfrage nach am Liefermarkt sorgt auch in der Verpackungsindustrie für Bewegung. So zeigt sich die Forschung sehr aktiv und treibt die Entwicklung von Verpackungen voran, die einem nachhaltigen Konsum Rechnung tragen.

Ein kleiner Blick auf die vielzitierte „Pyramide der Nachhaltigkeit“ macht sicher: Die beste Option sind Verpackungen, die über

viele Zyklen immer wieder verwendet werden. Im To-go-Geschäft lässt sich das am einfachsten realisieren, indem die Speisen in vom Gast mitgebrachte Dosen und Schüsseln gefüllt werden.

Aber wenn geliefert wird? Hier gibt es bereits eine Vielzahl an Pfand- und Mehrweganbietern. Beim ersten Abholen wird eine Kautions zwischen fünf und zehn Euro bezahlt. Wird wieder etwas bestellt, entfällt diese Gebühr. Wer die Behältnisse ohne erneute Befüllung zurückgibt bekommt die Kautions erstattet.

WO DAS HERKOMMT, WÄCHST NOCH MEHR

Wenn Einwegverpackungen, dann unbedingt aus nachwachsenden Rohstoff-





fen! Varianten aus Karton sollten unbedingt unbeschichtet sein oder aber eine umweltfreundliche Beschichtung haben. Andernfalls sind sie oft wie Plastik zu entsorgen.

Werden heiße, flüssige oder fettige Speisen verpackt, muss das Material dem standhalten. Hier kommt eine dünne Kunststoffschicht infrage, die aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt wird, wie etwa Polylactiden (PLA) oder Polybutylensuccinat (PBS).

Generell gibt es viele verschiedene Ausgangsprodukte für nachhaltige Verpackungen wie beispielsweise Zellulose, Bambus, Maisstärke und Bagasse. Bei Letzterem handelt es sich um ein Abfallprodukt der Zuckerproduktion. Die zerkleinerten Pflanzenfasern, die nach dem Auspressen von Zuckerrohr übrigbleiben, sind die Basis für Bagasse. Das Endprodukt ist also vollkommen plastikfrei, komplett biologisch abbau-

bar und zu seiner Herstellung werden keine Lebensmittel verwendet.

DES EINEN VERPACKUNG IST DES ANDEREN WERBUNG

Neben einer metaphorischen Visitenkarte des eigenen Betriebes zu Fragen der Umweltfreundlichkeit, der Klimaneutralität oder der Nachhaltigkeit können Verpackungen auch als tatsächliche Visitenkarte dienen.

Viele Verpackungen lassen sich kostengünstig und auch in sinnvoller Stückzahl bedrucken und sind damit ein effizienter Werbeträger. Der Name des eigenen Betriebes, Öffnungszeiten und Kontaktdaten, ein kleiner Kochtipp oder ein lustiger Spruch – alles, was dazu beiträgt, dem Gast in positiver Erinnerung zu bleiben, ist sinnvoll und hilft!



Neuprodukte Jetzt erhältlich!



Feurig, süß, facettenreich

Sie sind die internationalen Stars der Gewürzwelt: Frisch-saure Limonen, feurige Chilis, dezent-süßer Rohrzucker und aromatisch-scharfer Pfeffer. Erstmals vereinen sich diese facettenreichen Geschmackshelden in einer einzigartigen Mischung.

WIBERG Lemon-Chili-Pepper passt perfekt in die moderne Küchenwelt. Vielseitig einsetzbar ist er in so gut wie allen Geschmackswelten zu Hause. Die ausgewogene Komposition spannt dabei einen unnachahmlichen Bogen von fruchtiger Säure zu anregender Schärfe. Abgerundet wird diese besondere Mischung mit harmonischer

Süße – so sind der Kreativität keine Grenzen gesetzt!

Lemon-Chili-Pepper präsentiert eine völlig neue Kombination geschmacklicher Empfindungen. Perfekt abgestimmt entführen ausgewogene Nuancen von sauer, scharf, süß und salzig den Gaumen auf eine kulinarische Entdeckungsreise. Hervorragend geeignet ist der neue Lemon-Chili-Pepper für Fisch, Rind, Geflügel sowie alle hellen Fleischsorten. Selbstverständlich harmonisieren seine frischen Noten auch ideal mit köstlichen Gemüsekreationen.

NEU!



Die Königin unter den Blumen



Die Rose spricht wie kaum eine andere Blume die Empfindungen der Menschen an. So gilt sie seit der Antike als die „Königin unter den Blumen“. Rosen verführen mit sinnlichen Farben und feinem Duft und sind gleichzeitig sowohl Sinnbild der Liebe als auch zarter Eleganz.

Die „Rose de Resht“ gehört zu den alten Rosensorten. Ihr leuchtender Farbton variiert von Fuchsia bis Purpurrot



Schönheit und Duft in höchster Qualität.

und ihr betörender Duft ist einzigartig. Beste Bedingungen für Wachstum und Blüte findet diese besondere Rosensorte in den Südtiroler Alpen, wo sie von einem Familienbetrieb in bester Bio-Qualität für das WIBERG Exquisite Sortiment angebaut wird.

HANDVERLESENE BIO-QUALITÄT AUS SÜDTIROL

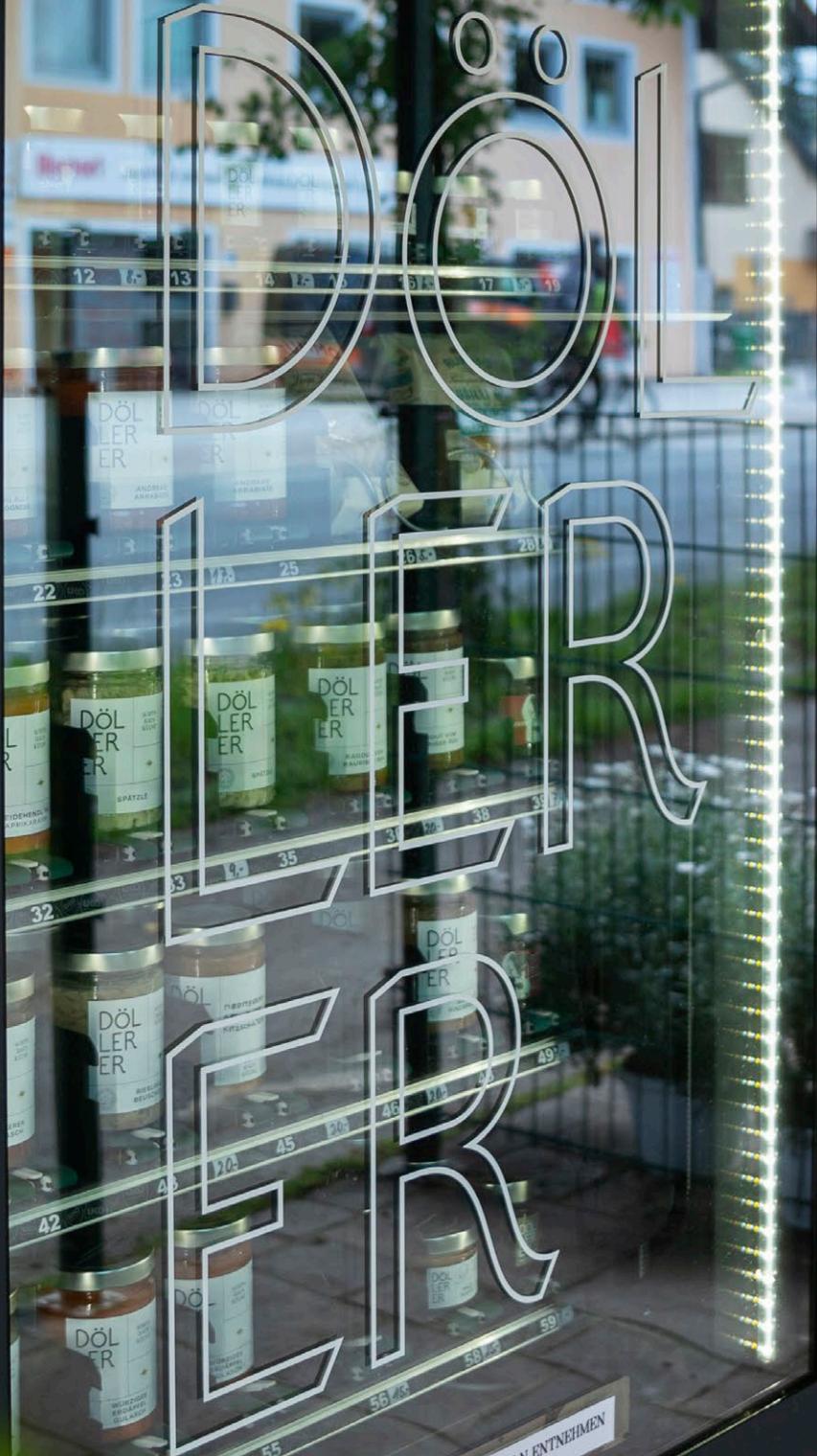
Die mystische Schönheit und der liebliche Duft der Rose verbinden sich in diesem Produkt aus der Exquisite Linie. Die feinen Rosenblüten werden mit viel Liebe und ausschließlich in Handarbeit von einem kleinen Familienbetrieb in Südtirol angebaut und geerntet. Nur so lassen sich die zarten Blüten in ihrer Gesamtheit erhalten und können mit ihrer intensiven Farbkraft überzeugen.

Die samtigen Blütenblätter eignen sich perfekt zum Garnieren pikanter sowie süßer Kreationen und krönen jeden Teller mit ihrer majestätischen Anmut. Gleichzeitig sorgt ihr umwerfender Duft



DE-ÖKO-006
EU-Landwirtschaft

für exotische Nuancen am Gaumen. So verleihen die aromatischen Blüten Getränken und Speisen eine edle Note und verwöhnen die Sinne. Der Zauber des Orients verbindet sich mit der Reinheit der Südtiroler Alpen, der verführerische Duft blühender Rosen mit der kräftigen Farbe edler Blüten. So lassen anspruchsvolle Küchenprofis ihrer Fantasie freien Lauf.



BITTE JEDES GLAS EINZELN ENTNEHMEN

Wahrer Genuss hat Heimat.



Wahrer Genuss hat Heimat.

DOELLERER.AT



Hochgenuss im Microshop

Die letzten Jahre haben gastronomische Konzepte mit sich gebracht, die zuvor noch undenkbar erschienen – wie etwa, dass einer der besten Köche Österreichs Gerichte in Gläser abfüllt und sie über Automaten verkauft. 4-Hauben-Koch Andreas Döllner macht genau das und die Kunden lieben es.

Gut 30 Kilometer sind es von der Stadt Salzburg bis nach Golling, wo – mitten im historischen Markt – das familiengeführte Stammhaus der Döllners mit Restaurant, Wirtshaus, Feinkostläden und Hotel seine Adresse hat. Hier kocht mit Andreas Döllner einer der meistprämierten Köche Österreichs: Der Gollinger ist nicht nur ein Meister seines Fachs, sondern auch Verfechter von höchster Qualität, Regionalität, Transparenz und Authentizität. Mit seiner Alpine Cuisine lädt Andreas Döllner dazu ein, seine kulinarische Heimat mit all ihren besonderen Produkten, Zutaten und handwerklich hergestellten Lebensmitteln auf höchstem Niveau kennenzulernen und zu genießen.

VIELE VERTRIEBSWEGE

Schon vor drei Jahren hat man im Hause Döllner begonnen, Gerichte der beliebten Wirtshausküche in Gläser abzufüllen und sie vor Ort, über kleinere Feinkostläden im Umkreis und über den eigenen Online-Shop zu verkaufen. Seit Frühjahr 2022 gibt es einen weiteren Vertriebsweg: einen gut gefüllten Automaten im Salzburger Stadtteil Nonntal, direkt bei der Kunstgärtnerei Doll, deren großartige Blumenarrangements einem breiten Fernsehpublikum durch den Wiener Opernball bekannt sind.

Nahezu täglich muss der Automat neu bestückt und Wechselgeld aufgefüllt werden. Die Umsatz- und Verkaufsliste des Microshops erhält Andreas Döllner jeden Abend direkt aufs Handy. Der Automat zeichnet auf, welche Produkte

wann und in welcher Stückzahl verkauft wurden. Der Sonntag, so stellte sich heraus, ist der umsatzstärkste Tag und das, obwohl die Kunstgärtnerei Doll am Wochenende geschlossen hat. „Das hat mich anfangs sehr überrascht, zeigt uns aber auch auf, dass die Leute am Sonntag gerne gut essen möchten, das aber nicht unbedingt auswärts machen oder dafür eine weitere Strecke zurücklegen wollen“, sagt Andreas Döllner.

PERFEKTES SORTIMENT – PERFEKTER STANDORT

Der Automat ist so bestückt, dass man sich ein perfektes Menü aus Vorspeise, Hauptgang und Dessert samt Getränken zusammenstellen kann. Neben 14 verschiedenen Wirthausschmankerln im Glas gibt es Wurst- und Schinkenspezialitäten aus der weitum bekannten Döllner Metzgerei, vier verschiedene Weiß- und ebenso viele Rotweinsorten, Vintage-Negroni, drei Sorten Champagner oder Winzersekt und noch ein paar Feinheiten obendrauf wie hausgemachte Marmelade für das Frühstück am nächsten Tag. „Die Gerichte variieren je nach Saison, so haben wir im Frühjahr beispielsweise Bärlauch- oder Spargelsuppe, aber auch Allzeit-



Hochwertige Wirtshausklassiker und innovative Kreationen stehen rund um die Uhr zur Verfügung.



Mit ansprechendem Design und bester Qualität dient der Automat als attraktive „Außenstelle“.



Köstliches Paprikaweidehendl – einer von Döllerer's Wirtshausklassikern.

klassiker wie das Paprikaweidehendl oder Gulasch, perfekt mit Spätzle als Beilage", erklärt Andreas Döllerer, der diesen neuen Vertriebsweg vor allem als Service an bestehenden, aber auch neuen Gästen betrachtet: „Wir werden damit keine Riesenumsätze erwirtschaften und haben nicht geplant, hunderte Automaten im Land aufzustellen, aber wir betrachten das sehr wohl als Win-win-Situation: Die Kundschaft der Kunstgärtnerei Doll ist deckungsgleich mit unseren Gästen. Die Standortwahl ist ganz wesentlich, wenn man diese Vertriebschiene andenkt. Wir sehen den Automaten als Serviceangebot, aber auch als Inspiration. Es gibt bestimmt auch einige Leute, die durch den Automaten zum ersten Mal unsere Gerichte kosten, andere wiederum werden sich denken: Zum Döllerer sollten wir auch mal wieder gehen. Jedenfalls wollen wir mit dem Automaten niemanden davon abhalten, zu uns nach Golling zu kommen.“

Die Gerichte im Glas verfügen über eine lange Haltbarkeit – auch das ein klarer Vorteil für die Kunden. Man kann die Wirtshauschmankerl durchaus in Vorratshaltung im Kühlschrank lagern und hat damit immer eine Reserve im Haus. Die Verkaufszeiten an Automaten lassen erkennen, dass viele Einkäufe wochentags nach der Arbeit ab 18 Uhr getätigt werden, die Wochentage sind jedoch sehr unterschiedlich. „Erst nach gut sechs Monaten kann man wirklich sagen, ob sich der Automat bzw. der Standort bewährt haben“, sagt Andreas



Perfekt temperiert findet sich auch der passende Tropfen zu den Gerichten.



„ Der Automat ist kein Ersatz und hat nichts mit dem klassischen Auswärts-Essen-Gehen zu tun, aber es ist ein Angebot, das in unsere Zeit passt. “

4-Hauben-Koch Andreas Döllerer

Döllerer, der bei der Wahl des Automaten mit dem Gollinger Unternehmen Unterkofler zusammenarbeitet. Die Nachfrage nach Automaten hat sich während der Pandemie verdoppelt, auch Andreas Döllerer sieht darin einen Beschleuniger: „Die Idee, Gerichte über Automaten zu verkaufen, war schon da und wir waren auch nicht die Ersten. Aber Corona hat die Umsetzung der Idee sicherlich vorangetrieben.“

OPTION FÜR VIELE

Kritische Stimmen gab es zur neuen Idee nicht – ganz im Gegenteil: Haubenküche und die Vertriebschiene Automat scheinen sich nicht mehr zu widersprechen, ganz im Gegenteil: Andreas Döllerer freut sich, dass er hier als Role Model fungiert und immer wieder Anrufe von Kollegen erhält, die ebenfalls an der Idee Interesse bekunden. So etwa rufen Betreiber von Appartementhäusern und Hotel Garnis an: Auch in bekannten Wintersportorten haben viele Restaurants geschlossen, die Gäste wollen aber dennoch gut essen. Automaten sind hier eine interessante Alternative, die

aber auch gut durchdacht werden will: Die Anschaffungskosten dieser Hightech-Geräte sind hoch, auch wenn Mietkauf- oder Leasing-Möglichkeiten angeboten werden. Auch die Kosten für Wartungen – etwa bei Defekten – müssen einkalkuliert werden. Zudem ist ein Microshop serviceintensiv: Der Bestand von Produkten und Wechselgeld muss – je nach Standort – mehrmals täglich kontrolliert werden. Die Wahl des Standorts bzw. des Sortiments will ebenfalls gut überlegt sein: Alle Produkte müssen gekennzeichnet sein, die Etiketten den gesetzlichen Bestimmungen entsprechen, etwa mit Zutatenliste, Nährwerttabelle und Schriftgröße. Für den Gast ist sicherlich auch eine Mischung aus Produkten unterschiedlicher Lieferanten interessant, wie es etwa beim Schloss Aigen – ebenfalls in Salzburg – gehandhabt wird. Hier finden sich im Automaten Tafelspitz und Kalbsgeschnetzeltes aus der eigenen Schlossküche, Andreas Döllerer steuert Wirthausgerichte bei, der Salzburger Fischspezialist Wal-

ter Grill Delikatessen wie Störfilet in Olivenöl oder Kaviar und ein Salzburger Metzgereibetrieb frische Steaks.

EIN ANGEBOT UNSERER ZEIT

Andreas Döllerer freut sich, dass er den Schritt gewagt und – vor allem in der Haubenküche – eine Vorreiterrolle übernommen hat: „Es ist eine witzige Idee, die uns unterm Strich allen Spaß macht und den Kunden eine große Erleichterung bietet. Der Automat ist kein Ersatz und hat nichts mit dem klassischen Auswärts-Essen-Gehen zu tun, aber es ist ein Angebot, das in unsere Zeit passt.“

DÖLLERER GENUSSWELTEN

Markt 56
A-5440 Golling
T: +43 (0)6244 4220 0
www.doellerer.at

Standort Automat:

Kunstgärtnerei Doll
Nonntaler Hauptstraße 79
5020 Salzburg

WIBERG

Ein blühender Kräutergarten



Der neue WIBERG Kräuter-Blüten-Mix verlängert den Sommer und bringt farbenfrohe Vielfalt auf die Teller. Sein dezent würziger Geschmack nach Lauch und Kräutern verbindet sich harmonisch mit den feinen Blütennoten.

Ab jetzt erhältlich!