



# Wo der Gast gern **WURZELN** schlägt

Der Absatz von regionalen, handgemachten Produkten hat seit dem Beginn der Pandemie stärkste Zuwächse erfahren. Doch wie erklärt sich diese Wende hin zu lokalen, nachhaltigen, handgemachten Lebensmitteln? Und wie kann die Gastronomie diesen Trend optimal nutzen?

**D**er Wunsch nach mehr Regionalität, Transparenz und Nachhaltigkeit ist ungebrochen. Die Pandemie hat diesem Trend noch einen starken Aufschwung verliehen. Doch warum greifen wir in turbulenten Zeiten lieber zu regionalen Bio-Produkten? Isabel Eichinger, Marketingexpertein an der WU Wien, hat eine Erklärung für die vermehrte Nachfrage nach lokal und traditionell hergestellten Lebensmitteln gefunden: „Verbraucher haben das Bedürfnis, sich geerdet zu fühlen. Dies führt zu einer Vielzahl wichtiger Verbrauchertrends, einschließlich der Beliebtheit lokaler, handwerklicher und nostalgischer Produkte. In Städten, wo viele Menschen vermehrt digital arbeiten, ist das Bedürfnis nach Bodenhaftung besonders groß.“, so Eichinger.

## **KASLAB'N-BAUER ALS GEFRAGTER LIEFERANT**

Durch den Einsatz von lokalen Lebensmitteln erreicht man mehr als ein gutes Gefühl beim Gast. Die Gastronomie hat auch das Potenzial, das Bauernsterben in der heimischen Landwirtschaft einzudämmen. Seit 2012 haben in ganz Österreich 20.000 Bauernhöfe ihre Tore für immer geschlossen. „Gerade Tourismusregionen sind auf eine attraktive Kulturlandschaft

angewiesen. Weidehaltung in den Bergen, blühende Wiesen im Tal, belebte Bauernhöfe, intakte Dorfkultur – all das lockt die Gäste in die Region. Wird den bäuerlichen Produkten in der Gastronomie eine Bühne geboten, trägt das zum Erhalt unserer Landschaft bei“, so Michael Kerschbaumer. Er ist Bio-Bauer in Radenthein in Kärnten und Gründer der Bio-Heumilch Käseerei Kaslab'n. Für die Kaslab'n ist die Gastronomie ein wertvoller Partner und Abnehmer.

## **NACHHALTIGKEIT MIT FUNDAMENT**

Farm-to-Table nennt man es, wenn ein Produkt ohne große Umwege vom Bauernhof auf den Teller wandert. Verfolgt ein Betrieb eine Farm-to-Table-Strategie, verändert das sowohl den Einkauf als auch die Zubereitung der Speisen. Und auch der Gast soll davon erfahren, was in und hinter den Speisen steckt. Das hat Klaus Buttenhauser, Geschäftsführer des Kulinarik-Beratungsunternehmens Tischgesellschaft, dazu veranlasst, die Farm-to-Table-Akademie aus der Taufe zu heben. Ziel ist es, Mitarbeiter in Gastronomie und Hotellerie in nachhaltiger Küche weiterzubilden. Im Gasteinertal wird der erste Standort der Akademie eröffnet. In naher Zukunft sollen weitere Standorte in anderen Re-



Michael Kerschbaumner ist Bio-Bauer in Radenthein und Gründer der Bio-Heumilch-Käserei „Kaslab'n“.

gionen hinzukommen. „Wir starten im Juni mit Workshops, denen seitens der Gasteiner Hotellerie und Gastronomie in einer Befragung die höchste Priorität zugeordnet wurde: Basiskenntnisse für Saisonkräfte, hochwertige vegetarische und vegane Küche, Servicekräfte als Regional-Botschafter sowie betriebliche Kreislaufwirtschaft.“, so Akademie-Mastermind Buttenhauser über die ersten Schritte.

### EIN LEBEN FÜR DIE QUALITÄT

Ingrid und Gottfried Bachler leben seit jeher radikale Regionalität in ihrem Kulturwirthaus mit drei Hauben. Nach fast 40 Jahren in der Gastronomie treten die Bachlers mit Ende Juni den wohlverdienten Ruhestand an. Als Slow-Food-Mitglieder der ersten Stunde stehen in ihrem Restaurant die Grundprodukte, also die Lebensmittel, stets im Fokus. „Wir sind Regional-Freaks, und da, seit es uns gibt. Uns geht's um die Ehrfurcht vor dem Produkt, vor der Natur, vor der Schöpfung.“, so Ingrid Bachler über ihre Art, einzukaufen. Zu jedem Gang bekommt man nebst perfekter Weinbegleitung stets auch Geschichten



Haben ihr gesamtes Berufsleben der Gastronomie untergeordnet und bezeichnen sich als „Regional-Freaks“: Ingrid und Gottfried Bachler aus Althofen.

serviert. So erfährt man zum Beispiel, dass die Bergamotte für das herrliche Gelée im eigenen Garten wächst. Oder dass sie für ein himmlisches, traditionelles Gericht aus dem Friaul erst nach zahlreichen Versuchen die perfekte Kartoffelsorte gefunden hatten. Nach einem Essen bei Bachlers fühlt man sich tatsächlich mit allen Sinnen fest im Boden verwurzelt. Und auch ein bisschen dem Himmel nah.

Place – People – Passion. Das sind also die neuen 3 Ps des Marketing. Die Geschichten hinter den Gerichten sind es, die dem Gast ein sattes Gefühl von Erdung geben.

>astro<

### Zur Autorin

Anna Strobach ist Agrarökologin, Consulterin für nachhaltige Kulinarik und schreibt für HG V PRAXIS.



winterhalter®



www.winterhalter.at/pt



## PT UTENSIL

Gerätschaften und Geschirr. In einer Maschine.

Sie vereint zwei Anwendungen in einer Maschine. Sie spült sowohl Gerätschaften als auch Geschirr. Und sie liefert in beiden Fällen dauerhaft erstklassige Spülergebnisse: die PT Utensil. Sie ist das Hybridmodell von Winterhalter und erfüllt höchste Ansprüche an Sauberkeit, Hygiene und Ergonomie. Egal, ob Sie zwischen den Anwendungen wechseln oder sortenrein spülen.