

KOSTPROBE



SO SCHMECKT DER FRÜHLING

Die Girls von „Pop Up Gschichtln“ holen den Lenz auf den Teller, freche Weinetiketten nehmen die Nase voll und Gruppeninspektor Michael Göschl erklärt, wie Graz isst.



14

Foto: Boris

INHALT



Knapp fünf Minuten brauche ich normalerweise vom Büroschreibtisch mit dem Radl zum Tresen des Ramenlokals „Ichi go Ichi e“. Die Schüssel „Tan Tan Men“ wird beinahe zeremoniell geschlürft und mit Glücksgefühlen im Bauch geht es wieder voller Tatendrang zurück an die Arbeit. Normalerweise. Jetzt halt Lockdown. Homeoffice und so. Und je länger dieser Ausnahmezustand andauert, desto stärker wurde das Verlangen. Bis ich jetzt unlängst begann, selbst Hühnerbrühe einzukochen. Und Faschirtes mit Bohnenpaste, Ingwer und Chiliöl vermengte. Mich eben selbst an „Tan Tan Men“ versuchte. Meine Frau meint: „Besser als das Original.“ Das freut mich natürlich. Stimmt aber nicht. Zumindest für mich. Ich weiß auch nicht genau, was es ist. Aber der Moment, an dem die heiße Brühe über den Holzlöffel meinen Gaumen hinunterrinnt, ist einfach unbeschreiblich. Und wahrscheinlich ist es eben nicht nur der Geschmack alleine: Es sind die Winkekatzen, der Blick in die Schauküche, die Düfte aus den Töpfen und das Stimmgewirr des Lokals. Das Leben geht natürlich weiter, auch ohne Lokale. Doch geliebte Gastro: Hoffentlich darfst du bald wieder aufsperrn! Du fehlst. Sehr.

Foto: Barbara Majcan Photography



04 Kulinarische Gschichtldrucker

Wie drei Freundinnen mit ihren „Pop Up Gschichtln“ kulinarischen Analphabeten die Leviten lesen.

08 Wenn die Jungen übernehmen
Sechs Fragen, sechs Antworten: Drei Jungwinzer und wie sie den Generationswechsel erlebt haben.

10 Flaschenkunst

Da schau her: Warum das Etikett einer Weinflasche eine Art Mini-Schaufenster ist.

Foto: Casa Rojo



12 Aufstand der Beilagen

Weniger Fleisch essen: Ein Trend, für den sich längst nicht nur Vegetarier begeistern.

13 Abgeschmeckt

Die Erzfeindin der Küche spricht.

14 Rezept für Kuchenmuffel

Israels Star-Koch Eyal Shani zeigt, wie man das eigentlich fade Gemüse zum Star des Dinners macht.



Foto: Nadja Fuchs

16 Sozialer Esswerker

Michael Göschl weiß genau, wie und wo die Grazer essen und erzählt vom Erfolg seiner Facebook-Gruppe.

19 Zum Einschlafen

Blue Moon Milk: Diese Milch sieht nicht nur cool aus – sie hilft auch beim Einschlafen.

NACHHALTIGE GADGETS

Küchen-Helfer, die Ihnen mit wenigen Handgriffen die Möglichkeit bieten, Essen **länger haltbar** zu machen - und gleichzeitig **weniger Müll** zu produzieren.

SILIKONDECKEL

Angebrochene Lebensmittel ohne Frischhalte- oder Alufolie abgedeckt im Kühlschrank aufbewahren? Eine nützliche und deutlich **umweltfreundlichere Alternative** bieten spülmaschinenfeste und äußerst dehnbare Silikondeckel, die langlebig und auslaufsicher sind.



TOASTBAGS

Mit wiederverwendbaren Toastbags können Sie die Scheiben **problemlos und krümfrei toasten**. Durch die Teflonbeschichtung kann das belegte Brot im Toaster erhitzt werden, ohne den zerlaufenen Käse aus dem Gerät kratzen zu müssen.



BIENENWACHSTUCH

Sinnvoll sind auch eingewachste Baumwolltücher, die wie Frischhalte- oder Alufolie genutzt werden. Sie besitzen **antibakterielle Eigenschaften**. Darüber hinaus können sie nach dem Gebrauch gewaschen und wiederverwendet werden.



FRISCHHALTEKUGELN

Auch schon mehr Zwiebeln oder Knoblauchzehen geschält, als Sie tatsächlich benötigen? Durch die **fest verschlossenen Hälften** von Frischehaltekegeln bleibt Ihr Kühlschrank geruchlos und die angebrochenen Lebensmittel weiterhin haltbar.



EDELSTAHLSEIFE

Schon gewusst? Rostfreie Edelstahlseife ist genauso effektiv und obendrein auch noch viel länger haltbar und **umweltschonender** als chemische Seifen.



Fotos: Westmark, Philippi, Duran®, Doca, Kinnter

ANZEIGE

Ihr Messerspezialist in Graz!



Miyabi
5000 MCD 67

Favorit
beim Falstaff
Profitest



Nesmuk
Exklusiv



Zwilling
4 Sterne

www.SCALA-MURGASSE.at
SCALA-MURGASSE, Murg. 1, 8010 Graz, 0316 82 91 83

ANNA CARINA MAJCAN

Gründerin

Wie sind Sie zu den „Pop Up Gschichtln“ gekommen?

Ich hab sie gegründet. (Anm.: siehe Interview rechts)

Wie hat sich Ihre Leidenschaft für das Kochen entwickelt?

Das war wohl ein schleichender Prozess, zwischen Kindergarten-Kochabenteuern mit meinem Opa und meinem zunehmenden Interesse für Ernährung in meiner Jugend, dem Experimentieren mit Rezepten aus verschiedenen Nationalküchen und dem Binge-Watching von Jamie Olivers Kochsendungen.

Was treiben Sie sonst so beruflich?

Neben den „Pop Up Gschichtln“ arbeite ich als freiberufliche Foodstylistin für WerbekundInnen und Magazine. Und ich studiere, wann immer ein bisschen Zeit bleibt, auch noch BWL an der Uni Graz.

Was treiben Sie sonst so privat?

Ich liebe die Natur und versuche, so viel Zeit wie möglich draußen zu verbringen – bei einem guten Buch, bereichernden Gesprächen mit meinen Lieblingmensen oder einer ausgezeichneten Tasse Kaffee.

LUISE HOEGGERL

Gestaltungsqueen & Tüftlerin

Wie sind Sie zu den „Pop Up Gschichtln“ gekommen?

Anna hat mir von ihrem Projekt, das damals noch „Frühstückszirkus“ hieß, erzählt und ich war sofort total begeistert und beeindruckt. Ich wollte unbedingt einmal mitmachen und dabei sein. Wir haben dann ein Probe-Event gemeinsam veranstaltet und haben dort als Team schon ganz gut funktioniert. Vor allem was die Dekoration und die atmosphärische Gestaltung anging, konnte ich Annas Kochkünste gut ergänzen. So sind wir dann ein gutes Team geworden.

Was treiben Sie sonst so beruflich?

Ich studiere an der FH Joanneum Informationsdesign. Sonst schlag' ich mich mit Nebenjobs und unseren „Pop Up Gschichteln“ durchs Leben.

Was treiben Sie sonst so privat?

Als es noch möglich war, war ich gern unterwegs und auf Konzerten. Hoffentlich geht das bald wieder!



Foto: Barbara Majcan Photography



CHARME, DER SCHMECKT

Anna, Luise und Stefanie kochen mit Stil die Steirer ein. Bei ihren „Pop Up Gschichtln“ geht es vor allem um eines: unvergessliche **Glücksmomente**.

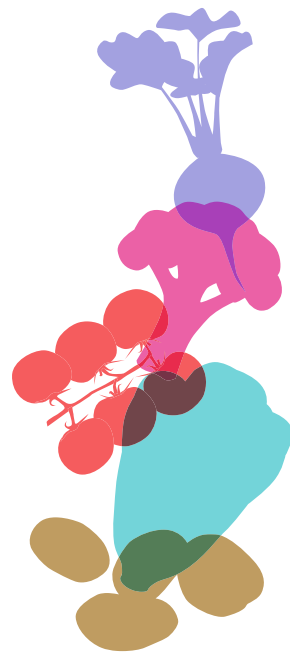
VON GEORG HOFFELNER

Sie träumten in der BWL-Vorlesung statt von Marketing und Unternehmensführung lieber von eigenen kulinarischen Projekten. Und weil Träume nur Schäume sind, haben sie es ganz einfach gemacht. Anna Majcan, Luise Höggerl und Stefanie Tomaschitz lesen mit ihren „Pop Up Gschichtln“ kulinarischen Analphabeten die Leviten und sorgen für bezaubernde Geschmackserinnerungen. Gründerin Anna Majcan im Interview:

Euer spannendes Konzept würde man eher in Hipsterhausen Berlin vermuten und nicht in der Homebase Bad Radkersburg. Wie kommt man als Südoststeirerin auf die Idee, kulinarische Pop-up-Events zu veranstalten?

Die Idee zu den „Pop Up

Gschichtln“ stammt aus London – 2017 habe ich dort im Zuge meiner Ausbildung an den Tourismusschulen ein dreimonatiges Praktikum in einer indischen Küche gemacht und mich vom Pop-up-Hype mitreißen lassen. Zurück in Österreich habe ich für meinen Abschluss an den Tourismusschulen eine Diplomarbeit zum Thema „Pop Up Trend in Kombination mit Frühstücksservice“ verfasst, weil Auswärts-Frühstücken damals gerade am Boomen war. Und weil eine Diplomarbeit ohne Praxisteil nur eine halbe Arbeit ist, habe ich für den praktischen Part mein theoretisches Konzept für einen Tag umgesetzt – in Bad Radkersburg, in einem alten Spielwaren-, dann Weinladen. Für einen Tag gab es dann Frühstück à la Anna, die Gäste wurden mit einer Facebook-Veranstaltung lukriert, und nach dem Event durften alle ▶



STEFANIE THERES TOMASCHITZ

Feelgoodmensch & Striezelkönigin

Wie sind Sie zu den „Pop Up Gschichtln“ gekommen?

Wir haben schon vor zwei Jahren über gemeinsame (Gastro-)Ideen gesprochen, das war neben meinem Vollzeitjob damals allerdings nicht möglich. Letztes Jahr war ich flexibler und habe Anna sofort zugesagt, als sie mich gefragt hat.

Wie hat sich Ihre Leidenschaft für das Kochen entwickelt?

Durch meine Mama – sie ist selbst Köchin und hat auch zuhause gemeinsam mit mir und meinem Bruder gekocht und gebacken. Im Laufe der Jahre ist die Begeisterung weiter gewachsen und ich habe ständig etwas Neues ausprobiert.

Was treiben Sie sonst so beruflich?

Ich habe Journalismus studiert und arbeite eigentlich in der Medien- und Kommunikationsbranche.

Was treiben Sie sonst so privat?

Ich bin Naturliebhaberin und klettere am liebsten irgendwo in den Bergen herum.



noch eine Umfrage ausfüllen, deren Ergebnisse unglaublich positiv ausfielen. Und irgendwann zwischen London und meinen Pop-up-Experimenten wurde die Idee zur Selbstständigkeit geboren.

Ihr sucht für eure Pop-ups ja immer tolle Örtlichkeiten. Drei Dinge, die eine Location mit-

bringen muss, um euer Interesse zu wecken?

Schwierig – oft ist das ein Gefühl, das wir verspüren, wenn wir über eine potenzielle Pop-up-Location stolpern. Klingt kitschig, ist aber tatsächlich ein magischer Moment. Ich werde dabei immer ganz aufgeregt und mein ganzer Körper kribbelt, wie beim Sich-Verlieben. Dennoch: Sie muss in irgendeiner Art die BesucherInnen verzaubern – ob Ausblick, Architektur oder Gesamteindruck. Und Strom und Wasser wären ganz nett.

Man könnte euch als kulinarische Gschichtl-Druckerinnen bezeichnen. Welche möchtet ihr eigentlich erzählen?

Wir sind keine Lügenbeutel. (lacht). Wir möchten Geschichten drucken, die man gerne weitererzählt und an die man sich gerne zurückerinnert: von schönen Momenten mit lieben Menschen, authentischem Essen, das nach Wohlfühlen schmeckt.

Geschichten über eine gute Zeit, Geschichten über das gute Leben.

In der Kulinarik geht es ja vor allem auch um Emotion. Wie schafft ihr es zu berühren?

Die schönste Zeit im Leben ist die, die wir mit gemeinsamem Essen, Genießen und Lachen verbringen. Das ist die Zeit, die unser Leben verlängert. Die Erinnerungen, die uns ein Lächeln ins Gesicht zaubern – denn „beim Essen kommen die Leute zamm“. Wir erfinden mit den „Pop Up Gschichtln“ genau solche Orte: Orte, die

sich ein bisschen nach „zu Hause“ anfühlen, weil unsere Gäste sie mit ihren Lieblingsemenschen aufsuchen und die Momente zelebrieren.

Wie findet man bei euren Projekten eigentlich das Gleichgewicht zwischen Disziplin und Freude?

Ich glaube, gerade weil die „Pop Up Gschichtln“ mehr Projekt als Erwerbstätigkeit, mehr Nebenverdienst als Existenzgrundlage und mehr Freizeit als Arbeit sind, hat sich das Gleichgewicht zwischen Disziplin und Freude fast von selbst eingestellt. Außerdem sind die Aufgaben innerhalb des Teams gut verteilt, beispielsweise verbindet Luise als „Head of Decoration“ in der Gestaltung der Atmosphäre ihr Talent und ihre Leidenschaft mit der Arbeit für die „Pop Up Gschichtln“ und hat dabei auch völlige Entscheidungsfreiheit. Die Disziplin entsteht aus der Leidenschaft und Freude, und damit einhergehend auch das Gleichgewicht.

Gibt es etwas, das euch noch fehlt? Ein Mitarbeiter, ein Investor oder ein Büro?

Einen richtig guten Food Processor! Meiner hat leider vor kurzem den Geist aufgegeben. Aktuell mieten wir uns vor den Events eine externe Gastroküche an, in der wir vorbereiten. Das ist zwar immer ein bisschen umständlich und aufwendig, aber auch ressourcenschonend und finanziell die einzige Möglichkeit, die für uns machbar ist. Somit würde ich mir schon eine eigene Produktionsküche und Lagerhalle



wünschen, die ich ständig für jegliche Kochexperimente zur Verfügung hätte. Aber „fehlen“ tut uns vielleicht am ehesten die Zeit, um all die schönen und kulinarischen Dinge umzusetzen, die in unseren Köpfen herumschwirren.

Denken Sie, dass Sie Ihre Eltern kulinarisch geprägt haben? Oder waren es andere Faktoren wie etwa Reisen oder auch Graz?

Meine Eltern haben mich kulinarisch nicht wirklich geprägt, bei uns zu Hause hat es meistens sehr gute Hausmannskost gegeben. Die kulinarische Prägung war dennoch ein Potpourri aus Faktoren: Das Taj Mahal in Graz hat mich zum ersten Mal mit der indischen Küche in Berührung gebracht, und ab diesem Tag war ich ihr komplett verfallen. Wenn ich auf Reisen bin, wähle ich meine Ziele meistens nach Nationalküche aus, daher haben mich eine längere Israelreise und meine Wintersaison in Sri Lanka sowie mein Praktikum in der indischen Küche in London ganz bestimmt in eine kulinarische Richtung gelenkt, die ich von selbst vermutlich nicht eingeschlagen hätte.

Kochbücher oder Foodblogs - was verwenden Sie mehr und warum?

Eindeutig Kochbücher. Für mich sind Kochbücher Inspirationsquelle, Gute-Nacht-Lektüre und auf Papier gebrachte Kunstwerke in einem. Kochbücher vermitteln Gefühle, erzählen mit Bildern eine eigene Geschichte und das Durchblättern eines Kochbuchs ist immer wieder eine kulinarische Reise.

Was für eine kulinarische Entdeckung haben Sie erst kürzlich gemacht?

„Sambusa & Injera“ aus der äthiopischen Küche bzw. die äthiopische Küche in Graz - und ich war restlos begeistert von dieser neuartigen kulinarischen Entdeckung, die ich jeder/m wärmstens empfehlen kann!



Auf welches Küchenutensil könnten Sie auf gar keinen Fall verzichten?

Auf eine Rührmaschine oder einen Stabmixer. Mir ist es immer wieder ein Rätsel, wie die Menschen vor hundert Jahren ohne elektronische Hilfsmittel kaiserlich auftischen konnten.

Gibt es etwas, das Sie für kein Geld der Welt tun würden?

Ein Tier schlachten - für mich als Vegetarierin sowieso ein No-go. In meinem Praktikum in London hatten wir einen eigenen Metzger-Bereich in der Küche, und abwechselnd waren die diensthabenden Köche eingeteilt, dort Fleisch und Fisch für die einzelnen Sections vorzubereiten. Als ich eingeteilt war, wurden gerade frische Wachteln mit Kopf und Federn angeliefert. Bei jedem Kopf-Abhacken sind mir Tränen in die Augen geschossen - das war eine unglaublich schwierige Aufgabe. Zum Glück hat mich der Head Chef nur ein einziges Mal dafür eingeteilt, er hat ziemlich schnell gemerkt, dass meine Stärken in einem anderen Bereich liegen.

Ohne welche App oder welchen Social-Media-Kanal wollt ihr nicht mehr leben?

Beruflich gesehen - Instagram. Instagram ist das Werbe- und Kommunikationsmittel Nr. 1 für uns, und kostenlos ist es noch dazu. Unsere Events sind schon recht instagrammable, Menschen machen Fotos vom Essen und der Location, posten sie und machen damit ihre Instagram-Bubble auf uns aufmerksam. Das verbreitet sich schnell. Wie ein hipbes Lauffeuer.

Wie geht es weiter? Stehen spannende Projekte an?

Für den hoffentlich halbwegs normalen Sommer, ja! Wir freuen uns auf ein neues Format, das wir uns überlegt haben: „Pop Up Yoga & Breakfast“. Auch ein Weingarten-

frühstück und Brunch im Wald stehen an - ich hoffe, dass wir alles so umsetzen dürfen, wie wir es uns vorstellen!

Und was steht heute noch auf dem Herd?

Die Rest'In der Osterjause - „Echte KulinarikerInnen sind nämlich keine Foodsnobs“, hat mir kürzlich jemand gesagt, und ich finde die Aussage unheimlich passend.



DIE TRADITION UMKREMPELN

Sechs Fragen, sechs verschiedene Antworten: Wir haben drei **innovative Jungwinzer** gefragt, wie sie den Generationswechsel im Weingut erlebt haben.

VON GEORG HOFFELNER

JÜRGEN TRUMMER www.weingut-trummer.at

- **Anbaufläche?** Ich baue Wein auf 7,5 Hektar teils sehr steilem Hügelland an.
- **Wichtigste Auszeichnung?** Natürlich ist die Zufriedenheit, ja, auch das Glück, meiner Kunden die größte Auszeichnung und Anerkennung.
- **Wie viele Generationen sind auf dem Weingut tätig?** Ich verkörpere die dritte Generation auf dem Weingut. Und alle drei Generationen arbeiten mit, wo Arbeit zu tun ist.
- **Wie haben Ihre Eltern Sie geprägt?** Meine Eltern hatten natürlich Einfluss auf mich und haben auch meine Ausbildung zum Winzer maßgeblich geprägt. Zudem haben sie mich bei meinem Wirtschaftsstudium immer unterstützt und motiviert und mich bereits in jungen Jahren finanziell für Weinreisen nach Neuseeland, Kalifornien oder Frankreich unterstützt.
- **Was machen Sie anders als Ihre Eltern?** Erstens ist wichtig, hier keine Diskussion ausbrechen zu lassen, welche Generation es besser macht. Jede Generation macht jene Weine, die die Weinkultur und der Markt nachfragen und obendrein dem Winzer der jeweiligen Generation schmeckt. Und da hat sich in einer Generation tatsächlich viel geändert. Ich keltere heute Weine, die mehr auf Eleganz und das Potenzial der Böden ausgerichtet sind.
- **Was heißt es für Sie, in einem Familienunternehmen tätig zu sein? Welche Verantwortung bringt das mit sich?** Ein Familienbetrieb hat den Vorteil und Nachteil zugleich, dass Konflikte nie auf die lange Bank geschoben werden können. Man muss abends ausdiskutiert haben, was einen morgens bewegte oder ärgerte. Aber letztlich ist ein Familienbetrieb auch immer eine Drei-Musketiere-Idee: „Einer für alle. Und alle für einen.“



STEFAN KRISPEL www.krispel.at

- **Anbaufläche?** 34 Hektar plus Vertragstraubenproduzenten.
- **Wichtigste Auszeichnung?** Dass alle Familienmitglieder mitarbeiten und sich im Betrieb entfalten können, ist für uns alle die größte Auszeichnung. Gerade als Jungfamilie ist es uns so möglich, trotz all der vielen Arbeit und Aufgaben, die täglich auf uns einprasseln, mehr Zeit mit unseren Kindern zu verbringen, als es in anderen Branchen der Fall ist. Diese Tatsache wird uns allen bewusst, wenn mittags drei Generationen an einem Tisch sitzen.
- **Wie viele Generationen sind auf dem Weingut tätig?** Derzeit zwei Generationen. Ich hoffe, dass meine Eltern noch lange genug im Betrieb tätig sind, dass wir einst ein Drei-Generationen-Weingut sein werden.
- **Wie haben Ihre Eltern Sie geprägt?** Sehr! Rückwirkend betrachtet, wurden wir mit einer spielerischen Leichtigkeit erzogen. Wir mussten als Kinder auf einem Weinbauernhof nur wenigen Verpflichtungen nachgehen und konnten uns so entfalten, wie wir es eben wollten. Dass ich heute Winzer bin, ist eher ein Glück. Die Entscheidung, ob man Winzer werden will oder nicht, muss man mit 14 Jahren treffen. Meine Eltern haben mich in meiner Entscheidung dafür oder dagegen nicht beeinflusst. Die musste ich selber treffen. Ob diese frühe Lebensentscheidung richtig war oder nicht, zeigt sich erst, wenn man Durchhaltevermögen in der Ausbildung bewiesen hat. Ich bin mit 14 ins Internat nach Silberberg gegangen, habe dort viele neue Freunde getroffen und neben dem Lernstress auch viel Spaß und Freude am Thema Wein erfahren dürfen. Heute bin ich froh, diese Entscheidung getroffen zu haben.
- **Was machen Sie anders als Ihre Eltern?** Das ist eine gute Frage. Damals ist es eher darum gegangen, sich mit dem Weinbau eine Lebensgrundlage aufzubauen, von der die Familie leben konnte. Heute sind wir über 30 Personen im Team und wir stellen uns anderen Herausforderungen. Die Generationen vor mir waren wahrscheinlich weniger offen für Neues. Es musste eben so ablaufen, wie man es gewohnt war beziehungsweise wie es die Tradition vorgab. Bei mir ist es so, dass ich jedem die Möglichkeit geben möchte, mitzuwachsen und seine Ideen und Vorstellungen einzubringen.
- **Was heißt es für Sie, in einem Familienunternehmen tätig zu sein? Welche Verantwortung bringt das mit sich?** Zum einen ist es eine große Freude, aber die Vorzüge habe ich ja schon weitestgehend aufgezählt. Zum anderen ist es eine große Verantwortung! Man trifft Entscheidungen, die für jedes Familienmitglied Veränderungen mit sich bringen. Natürlich sollen es stets Verbesserungen sein, aber diese sind vorher nicht immer ersichtlich. Wir bemühen uns, diese Diskussionen stets im Betrieb und nicht am Mittagstisch zu führen. Es gelingt uns nicht immer.



**ROLAND
RIEGELNEGG**
www.riegelnegg.at

- **Anbaufläche?** 14 Hektar.
- **Wichtigste Auszeichnung?** Sauvignon Blanc Weltmeister (Concours Mondial du Sauvignon) und Jungwinzer Sieger der Steiermärkischen Sparkasse + Landes und Bundessieger
- **Wie viele Generationen sind am Weingut tätig?** Ich bin die zweite Generation.
- **Wie haben Ihre Eltern Sie geprägt?** Darin, bodenständig zu bleiben und als Weinbauer selbst stets bei jeder Arbeit dabei zu sein.
- **Was machen Sie anders als Ihre Eltern?** Ich gönne mir mehr Freizeit um einen kühlen Kopf zu bewahren und Kraft zu schöpfen!
- **Was heißt es für Sie, in einem Familienunternehmen tätig zu sein? Welche Verantwortung bringt das mit sich?** Man muss eine sehr hohe Kompromissbereitschaft besitzen. Entscheidungen können nicht so leicht getätigt werden, vorher wird natürlich alles abgesprochen und diskutiert.



Fotos: Jean Van Lülik, Riegelnegg, Heldentheater/Thorsten Urschler

— ANZEIGE —

In die Zukunft investieren.

Seit 20 Jahren fördert die Steiermärkische Sparkasse mit ihrem „Jungwinzer-Wettbewerb“ junge steirische Winzerinnen und Winzer. Ein klares Bekenntnis zur Unterstützung von Regionalität und Innovation für heute und auch für die Zukunft.

Steiermärkische
SPARKASSE 

Langjährige
Partnerin der


Wein Steiermark
Österreich - Austria

steiermaerkische.at

Waldschenke
BÄCKERSEPPL
 Hörgas 60
 8103 Rein
 Tel: +43 3124 53980
 www.baeckerseppl.com

WeinGut
GLATZ
 Bad Waltersdorf
 8271 Wagerberg 25
 Tel. 0664 22 28 995
 www.glatz-wein.at
 info@glatz-wein.at



Weingut
KAPPER
 Brunn 14
 8350 Fehring
 Tel. +43 664 476 57 22
 office@weingut-kapper.at
 www.weingut-kapper.at

Familienweingut
OBERER GERMUTH
 Buschenschank und Zimmer
 Glanzer Kellerstraße 34
 8463 Leutschach/Weinstraße
 Tel. +43 3454 6734
 www.oberergermuth.com

Heuriger
SCHÖGLER
 Do-Mo ab 14:30 Uhr
 Tomscheweg 109
 8301 Laßnitzhöhe
 Tel: +43 3133 8884
 gertraudneuhold@gmail.com

Weingut
STRAUSS Gamlitz
 Steinbach 16
 8462 Gamlitz
 Tel. 0664/4424128
 office@weingut-strauss.at
 www.weingut-strauss.at




WEINGUT TRAPL
 Fabian Bayr
 Lestein 40
 8511 St. Stefan ob Stainz
 + 43 664 388 65 73
 www.weingut-trapl.at
 office@weingut-trapl.at



DIE ÄRA DER VINOPHILEN HINGUCKER

Ob **markiger Spruch**, gezeichnetes Meisterwerk, Skizze oder Schnapsschuss – **Weinetiketten** verraten mehr als Herkunft und **Alkoholgehalt** des Inhalts.

VON GEORG HOFFELNER

Unsere Weinbauern greifen bei der Beschreibung ihrer edlen Tropfen bekanntlich gerne tief in die Wortschatz-Trickkiste. Von blumigen Aromen ist die Rede, von fruchtig, erdig, würzig, nussig oder vegetativ – um nur einige Ausdrücke zu nennen.

Die Flaschen-Etiketten hingegen waren lange Zeit eher eine nüchterne Angelegenheit. Oft sieht man da schwarze Schrift auf Weiß mit Name, Herkunft, Jahrgang des Rebsaftes und anderen Angaben. In den letzten Jahren, vor allem mit dem Erlblühen der Naturweinszene, hat sich da aber so einiges gewandelt. Klar, ein Weinetikett sagt nichts über die Qualität und den Geschmack des Flascheninhalts aus. Trotzdem: Ein Weinetikett ist oft ein kleines Kunstwerk, ein Statement und Teil des Weingenusses.



Ein guter Wein trägt nämlich immer die persönliche Handschrift seines Winzers – und die verewigt er auch auf dem Weinetikett.

Die Optik ändert sich wie angesprochen immer öfter – mehr und mehr Weinbauern setzen auf kreativ gestaltete Etiketten mit originellen Namen. „Anti-Bullshit-Grauburgunder“, „The Butcher“ oder „Lesestoff“ ist auf manchen Flaschen zu lesen. Ein Rotwein wurde regelrecht biblisch „Unser täglich Rot“ genannt. Ein Wein aus Grauburgunder-Trauben nennt sich: „Nachts sind alle Burgunder grau“.

Diese gezielt schrägen Aufschriften sind ein Trend in der Branche.

Weg von traditionellen, einander ähnelnden Etiketten, hin zur frechen Bildsprache und zu einprägsamen Wörtern – so das Motto junger Winzer.

Denn egal, wie umwerfend gewisse Jahrgänge schmecken, die tatsächlichen Weinverkäufe hängen stark von den ersten Eindrücken ab. Das Weinetikett und das Design der Einzelhandelsverpackung, mit denen Winzer arbeiten, sagen potenziellen Verbrauchern weit mehr als nur, was sich in der Flasche befindet. Gute Weinverpackungen nutzen auch die Käuferpsychologie, um potenzielle Kunden davon zu überzeugen,

dass sie Ihre Marke anstelle der Angebote Ihrer Mitbewerber auswählen sollten. Denn Fakt ist: Die meisten Menschen machen sich innerhalb von Millisekunden erste Eindrücke, bevor sie überhaupt darüber nachdenken können, was sie bewusst tun. Ein spannendes Etikett kann also den Weinverkauf fördern, indem es der Flasche einen Hauch von Autorität verleiht.

Der Begriff Etikettentrinker ist Ihnen bekannt? Nein? Das hat eher die gegenteilige Bedeutung des gerade Beschriebenen. So werden nämlich gerne Weinsnobs genannt. Also jene, für die statt des Weingeschmacks vor allem der Markenna-

me eines Weins zählt. Soll heißen: man bekommt ein gutes Gefühl, da der Wein teuer war und kann dann so tun, als habe man guten Geschmack.

Doch: Geschmack ist Geschmackssache. Und das vor allem völlig unabhängig vom Preis. So ist es auch beim Weinkauf. Es ist völlig irrelevant, ob man das Weinetikett versteht oder nicht: Bevor man den Wein nicht probiert hat, sucht das Gehirn nach einem Bezugspunkt für die mögliche Qualität des Weines. Der Preis spielt also doch auch immer eine Rolle. Selbst nachdem man den Wein gekostet hat. Und häufig zu Unrecht.

Auch aus psychologischer Sicht ist der Imagewandel im Etikettendesign vielversprechend. Aber mit Einschränkungen. Das Etikett ist tatsächlich oft entscheidend für den Kauf. Winzer haben hier also Chancen, Zielgruppen für sich zu gewinnen. Aufschriften wie „Ohrenschwein“ sind für Konsumenten eine Abweichung vom Erwarteten. Denn jeder neue Reiz zieht Aufmerksamkeit auf sich – solange er neu ist.

Das aber ist die Krux an der Sache: Je stärker die Weinbranche auf kreative Aufdrucke setzt, desto normaler wird es. Und der erhoffte Coolness-Faktor verliert an Wirkung. Deshalb, daher und darum: Hören Sie allein auf Ihren Gaumen!



DIE BEWUSST ANDERSARTIGEN AUFSCHRIFTEN SIND EIN TREND IN DER BRANCHE. WEG VON TRADITIONELLEN, EINANDER ÄHNELNDEN ETIKETTEN, HIN ZUR FRECHEN BILDSPRACHE UND ZU EINPRÄGSAMEN WÖRTERN

Fotos: Testalonga, Michael David Winery, Casa Rojo, Sektkellerei Radgonske Gorice

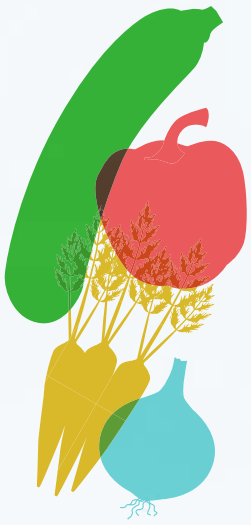
— ANZEIGE —

DIE BESTEN WEGE ZUM WEINGENUSS

Die steirischen Weingasthöfe und Weingüter laden zu einer kulinarischen Entdeckungsreise in die sonnige West-, Süd- und Oststeiermark ein. Das Steirische Weinblattl bietet auch 2021 umfassende Informationen zum Steirischen Weinland.

Kostenlos anfordern unter Tel. 0664-460 52 41 oder per E-mail an weingasthof@gmx.at
Weitere Informationen unter www.weinblattl.at





GEMÜSE AN DIE MACHT!

Egal ob Sie überlegen, sich künftig **vegan oder vegetarisch** zu ernähren oder einfach nur den **Fleischkonsum reduzieren** wollen: Es gibt viele Gründe, warum es eine gute Idee ist, auf Fleisch zu verzichten.

VON GEORG HOFFELNER

Weniger oder gar kein Fleisch zu essen ist besser fürs Klima, die Tiere und uns selbst. Den meisten Menschen ist das bewusst – und doch fällt es häufig schwer zu verzichten. Dabei geht es so einfach, wie uns etwa die Levante-Küche vorzeigt. Mit Levante sind die Länder der östlichen Mittelmeerküste gemeint, im Speziellen der Libanon, Syrien, Israel, Jordanien und die Türkei. Die Hauptrolle in der levantinischen Küche spielen

Gemüse und Fisch. Fleisch ist hier eher nebensächlich. Vor allem das Spiel mit Aromen und Gewürzen wie Kardamom, Zaatar, Bahart, Kumin und Sumach zeichnet diese Küche aus. Sie ist gesund, abwechslungsreich und vielseitig durch ihre schier unendlichen Kombinationsmöglichkeiten. Und das ist genau der entscheidende Punkt: Gemüseküche muss nicht immer gleich sein. Die Variations- und Würzmöglichkeiten sind schier endlos. Überzeugen Sie sich selbst bei einem Ausflug zum nächsten Gemüsemarkt. Selbst der größte Fleischliebhaber und Fleischtiger muss sich dort eingestehen, dass der schöne Anblick der vielen bunten Gemüsesorten einfach mehr Gusto macht, als die traurigen Fleischstücke beim Fleischer. Übertragen Sie dieses „Schaufenster-Prinzip“ auf Ihren Teller. Kombinieren Sie möglichst viele und bunte Gemüsesorten zu einem Gericht. Das sieht nicht nur appetitlich aus, sondern macht auch geschmacklich was her. Viele Kräuter und Gewürze vervollständigen erst verschiedene Gemüsegerichte und gesund sind die frischen Kräuter ebenfalls. Experimentieren Sie einfach, vertrauen Sie Ihrem guten Geschmack: Sie werden sehen, den Gästen und der Familie wird es richtig schmecken!

stehen, dass der schöne Anblick der vielen bunten Gemüsesorten einfach mehr Gusto macht, als die traurigen Fleischstücke beim Fleischer. Übertragen Sie dieses „Schaufenster-Prinzip“ auf Ihren Teller. Kombinieren Sie möglichst viele und bunte Gemüsesorten zu einem Gericht. Das sieht nicht nur appetitlich aus, sondern macht auch geschmacklich was her. Viele Kräuter und Gewürze vervollständigen erst verschiedene Gemüsegerichte und gesund sind die frischen Kräuter ebenfalls. Experimentieren Sie einfach, vertrauen Sie Ihrem guten Geschmack: Sie werden sehen, den Gästen und der Familie wird es richtig schmecken!



GESUNDE HÜLSENFRÜCHTE UND VIEL GEMÜSE DOMINIEREN IN DER LEVANTEN KÜCHE

Foto: diignat

REZEPTIDEEN AUS DER LEVANTE-KÜCHE

Typische Gerichte bestehen aus Falafel, Bulgur, **Kichererbsen**, Hummus und Auberginen, die auch in Österreich sicherlich schon ihre Bekanntheit haben. Auch **Tahin, Joghurt und Oliven** werden gerne für die Zubereitung verwendet.

Shakshuka, Freekeh, Mutabbal, Sheikh Al-Mahshi, Ful, Balila und Taboulé sind ebenfalls beliebte Speisen der **Levante-Küche**.

Kochbuchtipps: **Levante-Küche** by NENI, **PALÄSTINA - Das Kochbuch**, Levante – Gemeinsam orientalisch genießen: 100 Rezepte für opulente Mezze-Bufferets.



DIESES STIMMIGE REZEPT STAMMT AUS DEM RESTAURANT ARRAVANÈ KANTINA UND KAFÉ IN GRAZ. WWW.ARRAVANE.AT

Foto: ARRAVANÈ

KÄFERBOHNENLAIBCHEN MIT ERBSENCREME

ZUTATEN FÜR 2 PERSONEN

600 g Käferbohnen
2 Zwiebel
2 Eier
6 EL Semmelbrösel
2 TL Petersilie
4-6 EL Olivenöl
½ TL Pfeffer
¾ TL Salz

Für die Erbsencreme:

500 g Erbsen
2 EL Olivenöl
Salz
Pfeffer
3 EL Zitronensaft



ZUBEREITUNG

Den Zwiebel in feine Würfel schneiden, einen EL Olivenöl in einer Pfanne erhitzen und Zwiebel darin anrösten. Die Käferbohnen mit einem Kartoffelstampfer zerdrücken (ein Paar Bohnen nicht stampfen und mariniert als Deko verwenden). Wenn die Käferbohnen roh gekauft werden, muss man sie am Vortag in Wasser einweichen und mit Piment, Lorbeer, Pfeffer, Salz und Kümmel würzen. Am nächsten Tag werden die Bohnen gekocht und dabei wird immer wieder mit Wasser aufgegossen.

Zu den zerstampften Bohnen Zwiebel, Petersilie, Eier, Pfeffer und Salz begeben. Alles gut miteinander verrühren und anschließend die Semmelbrösel

untermischen, sodass die Masse fest genug wird, um Laibchen zu formen. Die geformten Laibchen in Olivenöl langsam knusprig braten.

Für die Creme die Erbsen kurz überkochen und mit Eiswasser abschrecken, damit die Farbe erhalten bleibt. Die kalten Erbsen mit Olivenöl, Zitronensaft, Salz und Pfeffer mischen und mit dem Stab- oder Standmixer cremig mixen. Falls die Creme zu fest ist, einen weiteren Schuss Olivenöl oder Wasser begeben. Die knusprigen Laibchen, die marinierten Bohnen und die Creme anrichten.

Viel Spaß beim Nachkochen!

Nicole schmeckt ab

13



WARUM ICH LIEBER DIE ANDEREN ABLIEFERN LASSE

2021 steht alles im Zeichen der Krise – auch der Food Report. Wie wir Menschen werden auch die Essenstrends einem Stresstest unterzogen, wir erfahren, wie sich die Esskultur im Corona-Jahr entwickelt hat. Wenig überraschend die Erkenntnis: Dank Lockdown und Homeoffice haben wir wieder ausreichend Zeit für drei Mahlzeiten am Tag. Dass dies das untrügliche Ende eines meines liebsten Food-Trends, der Snackification, bedeutet, ist wiederum eine andere Geschichte, aber bitte.

Also was machen alle Foodies? Richtig, sie entdecken angesichts geschlossener Restaurants die eigene Küche neu, endlich können schicke Rezepte ausprobiert werden, der heimische Herd kommt ganz groß raus. Kochen als Krisenbewältigung, kann das auch für mich funktionieren? Immerhin nehmen Heimkoher im Schnitt weniger Kalorien, Zucker und Fett zu sich.

Ich trete mit meinem inneren Lukullus in Kontakt und frage um Rat. Die Antwort erfreut: Kochen füllt keine innere Leere – Essen schon.

Blitzschnell wird sie wieder verworfen, meine Idee von der Kontrolle darüber, was im Kochtopf landet. Und kein bisschen schlechtes Gewissen plagt mich, wenn ich den Lebensretter Lieferservice bemühe. Auch wenn es immer gut ist, wenn Routinen aufgebrochen werden, lass' ich doch die Krise nicht bestimmen, wie ich esse. Ein Wort genügt, um Glücksgefühle auszulösen: Direct-Delivery. Mit einem wesentlichen Mehrwert, denn was vor der Krise einfach gut funktioniert hat, ist jetzt ein Akt der Solidarität.

VON NICOLE FLEISCHANDERL

EINFACH, ABER MMMHHH!

Es ist das banalste, aber auch genialste Rezept der Welt: „**Verbrannter Karfiol**“. Warum auch absolute Kochmuffel hier **nichts falsch machen** können!

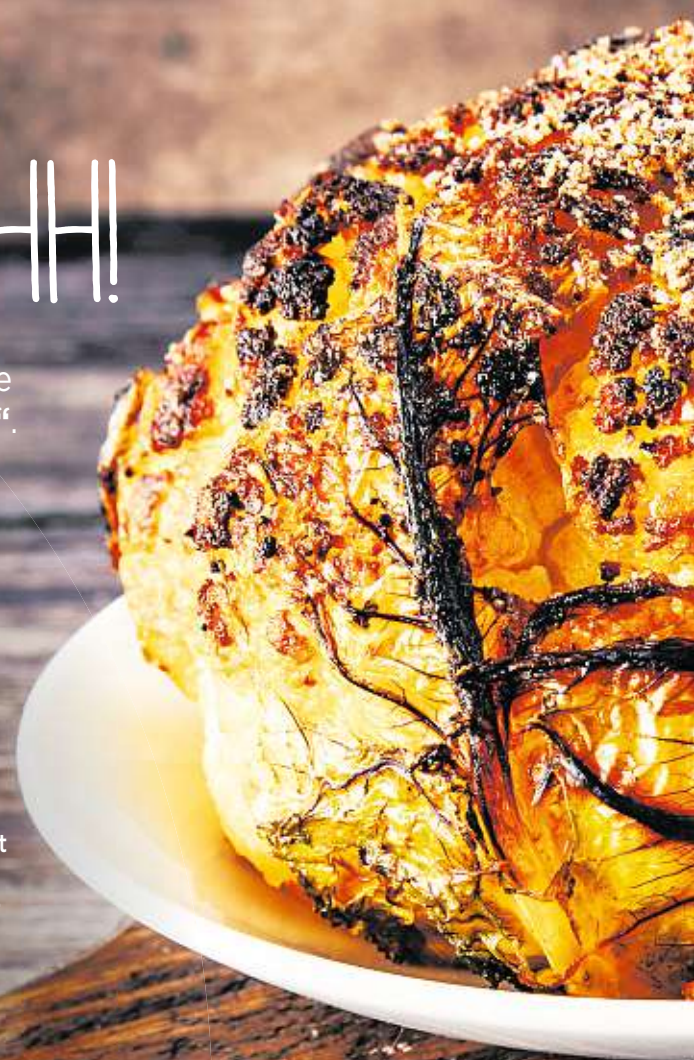
VON GEORG HOFFELNER

Vor einigen Jahren hatte ich das Vergnügen im Wiener Lokal Miznon gleich neben dem Stephansdom einen gewissen Eyal Shani kennenzulernen. Diese wohlthuende Erscheinung von einem Menschen ist israelischer Starkoch, bekannt aus dem TV und Erfinder des Konzepts Miznon. Neben mehreren internationalen Ablegern seines Miznon betreibt er auch noch einige Restaurants in seiner Heimat Tel Aviv. Gut. Was der Mann neben tollen kulinarischen Erlebnissen aber vor allem bietet, sind Geschichten. So hat er mir etwa erklärt: „Die ganze Welt ist in einer Zutat drin. Wenn Sie einen Fisch essen, essen Sie nicht nur das Fleisch. Sie essen auch das Meer, die Stürme, die Farbe des Wassers und die Tiefe des Ozeans.“ Und während ich diesem Kreativkopf mit wachsamen Ohren lauschte, stellte mir sein Team die herrlichsten Gerichte seiner Levanten Küche auf den Tisch. Und ein Gericht, dass ich seither fast einmal wöchentlich selbst zubereite, ist der legendeäre „**Verbrannte Karfiol**“. Das Geheimnis liegt in der Einfachheit. Denn das Rezept besteht aus nur fünf

Zutaten: Karfiol, Salzwasser, Olivenöl, grobem Meersalz und dem richtigen Ofen. Kleine, handverlesene, dicht geformte Köpfe werden in stark gesalzenem Wasser gekocht. Sie werden großzügig mit Olivenöl und grobem Meersalz eingerieben und bei hoher Temperatur schnell geröstet. So entsteht eine herrlich cremige Zartheit, die unübertroffen ist. Probieren Sie es aus!

DER ISRAELISCHE KOCH EYAL SHANI HAT DEN VERBRÄNNTEN KARFIOL ERFUNDEN

Fotos: Max Brown, Boris





KARFIOL A LA EYAL SHANI

In einem Kochtopf

gesalzenes Wasser zum Kochen bringen. Den Karfiol kopfüber in den Topf geben. Der Strunk soll nicht mehr als ein bis zwei Zentimeter aus dem Wasser ragen. Auf mittlere Hitze reduzieren und halb zugedeckt 10-15 Minuten kochen.

Ofen auf 250° C vorheizen.

Wenn sich ein Messer leicht in die Mitte des Strunks gleiten lässt, ist der Karfiol gar. Das Wasser vorsichtig abgießen, einen größeren Teller auf den Topf legen und vorsichtig stürzen. Der Karfiol soll nicht zerfallen.

Ein Backpapier zerknüllen,

zu einer Schale formen und den Karfiol darin platzieren. Den Karfiol reichlich mit Olivenöl begießen und mit Meersalz bestreuen. 40 Minuten im Backofen goldbraun backen (Anmerkung: Einfach so lange im Ofen lassen, bis er schön gebräunt ist). Herausnehmen und mit dem Backpapier servieren. Wer mag, träufelt nochmals Olivenöl darüber. Nach Bedarf nachsalzen. Schmeckt pur, oder mit Tahini, passt zu Fisch, aber auch zu Fleisch.

— ANZEIGE —

SEI AMOL G'MIASIG!

Die Kampagne des Gesundheitsfonds Steiermark motiviert Steirer zu mehr Gemüse am Teller.

Gut für die Umwelt, gut für die Gesundheit: Saisonales Gemüse ist heimisches Superfood! Dass eine g'miasige Ernährung ganz einfach ist und Spaß macht, zeigt die Kampagne „Sei amol g'miasig“ des Gesundheitsfonds Steiermark.

Auf gmiasig.at finden Sie viele Rezepte, die schnell und einfach nachzukochen sind sowie Tipps für den Alltag. In der Online-Kostprobe unter kleinezeitung.at/kostprobe haben wir ein g'miasiges Rezept für Bärlauch-Palatschinken für Sie. Und für alle, die regelmäßig Tipps und Rezepte in ihr Postfach bekommen wollen, gibt es außerdem noch die g'miasigen News per



Bärlauch-Palatschinken

SEI AMOL G'MIASIG/LENA REITERER

Mail. So kann jeder beim Gemüse Gas geben.

Am besten gleich auf gmiasig.at anmelden!





MICHAEL GÖSCHL
LIEBT DIE GAST-
RONOMIE UND
ALLES WAS DAZU
GEHÖRT

Foto: Nadja Fuchs

ER IS(S)IT GRAZ

Vom **Geheimtipp** zur Instanz: Knapp 37.000 Mitglieder hat die beliebte Facebook-Gruppe „Essen in Graz“. **Michael Göschl** ist einer der **Administratoren** und plaudert aus dem Klick-Kästchen.

VON GEORG HOFFELNER



Wann und wie hat denn eigentlich euer Erfolgslauf gestartet?

Gegründet hat die Plattform eine meiner Ko-Administratorinnen, die Inga Müller. Am 22. Juni 2013. Ich bin dann etwas später dazu gekommen. Die Seite war zu keinem Zeitpunkt darauf ausgerichtet, irgendwann erfolgreich zu sein. Es ist ganz einfach eskaliert. Wenn man so etwas planen würde, wäre das auch kaum möglich, denke ich. Viele kommen dann natürlich daher und meinen: Da könnte man jetzt aber auch ordentlich Geld machen damit. Ja. Könnte man bestimmt. Wollen wir aber nicht. Dafür haben wir alle Brotjobs. Denn spätestens dann würde das Ganze bestimmt nicht so laufen wie bisher. Und man ist um nichts besser als Tripadvisor oder irgendeine andere Plattform. Wir haben eher ein anderes Credo: Wo die Leute schlecht essen gehen können, wissen sie doch sowieso. Wir wollen keine negative Kritik machen.

Dafür muss man aber auch die Beiträge ständig moderieren?

Richtig. Es kann etwa bei uns niemand ein Thema starten, ohne dass wir drüberschauen. Und zudem gibt es Themen in dieser Stadt, bei denen man schon weiß, dass sie ein gewisses Konfliktpotenzial haben. Etwa wie die Frage: „Wo kann man supertoll vegan essen?“ Da kann man sich schon sicher sein, dass irgendwelche Carnivore überhaupt nicht damit klarkommen. Da muss man dann selbstverständlich sofort ein Auge draufhaben. Der Diskurs

ist schon erwünscht, aber Mitglieder beleidigen oder gar diskriminieren geht gar nicht. Da sind wir doch rigoros.

Also habt ihr tatsächlich jeden Kommentar im Blick?

Jeden würde ich jetzt vielleicht nicht sagen, aber man sieht doch recht schnell anhand der Zugriffe, wo ein Thema die Gemüter erhitzt. Und wir fordern unsere Community natürlich auch auf, starke Verfehlungen gleich an uns zu melden. Das klappt eigentlich auch recht gut.

Welche Trends konntet ihr in den letzten Jahren in Graz bemerken?

Ganz eindeutig einen Anstieg der Asia-Restaurants. Ob Ramen, Bao Buns und natürlich Sushi: Da ist das Interesse bei unseren Beiträgen immer am größten. Wenn zu diesen Themen jemand etwas postet, etwa eine Neuvorstellung, dann geht es im Chatverlauf so richtig ab.

Und was ist kulinarisch im schwierigen letzten Jahr abgegangen?

Man möchte es kaum glauben, aber einiges. Denn es hat sich um

180 Grad gedreht. Ich glaube, dass bei vielen die Lernkurve sehr steil war. To-go oder Lieferservice hatten vor der Pandemie viele Restaurants natürlich nicht eingeplant. Einige haben diese Kurve sehr gut gekratzt. Andere wiederum haben sich damit sichtlich schwergetan. Erstaunlicherweise hat es auch die eine oder andere Neueröffnung gegeben.

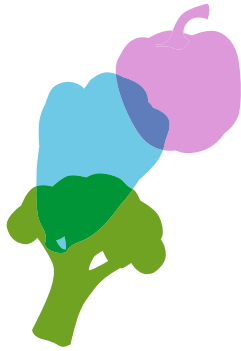
Qualität scheint den Grazern immer wichtiger zu werden. Man beobachte die Bereitschaft in offensichtlich herausragenden Lokalitäten – wie dem Memori – gutes Geld auszugeben.

Richtig. Das hat natürlich auch seinen Grund. In den meisten Sushi-Buden bekommst du Fisch, der würde in Japan nicht einmal als Restl durchgehen. Das Memori, oder jetzt auch in der Stadt das Toshi, sind da österreichweit einzigartig. Das hat natürlich seinen Preis, aber es sind, wie man merkt, immer mehr dazu bereit, das auch zu bezahlen.

Die Jammerei bezüglich des Preises beim Essengehen ist in Österreich sowieso ein eigenes Phänomen. Für einen Rausch geben selbst Jugendliche ja bereits an die 200 Euro am Wochenende aus. Beim Essen ist es der Wahnsinn, wenn es über die zehn Euro hinausgeht ...

Genau. Aber hier können wir definitiv unser Scherflein dazu beitragen, dass die Leute tatsächlich darauf schauen, was sie wo für ihr Geld





bekommen. Ein Kalbswiener kostet nun mal sein Geld. Ende. Das wurde von unserer Community mittlerweile akzeptiert. Es gibt ja nach wie vor genug Lokale in Graz, in denen man billig essen kann. Die werden aber bei uns kaum abgehandelt.

Zu welchem Thema gab es denn die meisten Interaktionen?

Kebab. Da scheiden sich anscheinend die Geister. Und es gab Kommentare ohne Ende. Auch Burger und Ramen haben immer für viel Gesprächsbereitschaft gesorgt. Was uns sehr freut und ein über die Jahre hindurch wichtiges Thema ist: Regionalität.



MICHAEL GÖSCHL IST
HAUPTBERUFLICH IN
DER PATENTABTEILUNG
BEI AVL TÄTIG

Foto: Nadja Fuchs

Graz hat ja seit jeher den Ruf, ein schwieriges Pflaster für gehobene Gastronomie zu sein. Warum ist das so? Gibt es dafür eine Erklärung?

Es ist tatsächlich eigenartig, denn die Köche im Süden der Steiermark wie Rauch, Irka, Fuchs und Posch ziehen nicht nur Gäste, sondern auch Hauben an. Wobei man dieses Phänomen in Salzburg auch beobachten kann. Da findet man in der Stadt selbst auch kaum die Besten, dafür aber in den ländlichen Regionen. Ich beobachte das hier in Graz schon seit vielen Jahren. Mir kommt vor, dass sich viele halt damit abfinden und sich an den Markt anpassen. Der einzige, der über all die Jahre sein Ding durchzieht und damit drei Hauben erkocht, ist Didi Dorner. Aktuell im Magnolia.

Was wollen die Grazer dann?

Der geneigte Foodie sucht ohnehin nicht permanent Hauben- oder Sternetempel auf. Nein. Er will meiner Meinung nach viel mehr qualitätsorientierte Genussorte. In ein „Steirereck“ in Wien geht man nicht jede Woche und zahlt dabei für zwei Personen 800 Euro. Das macht man zu einem Anlass gerne einmal im Jahr. Aber in ein „La Meskla“, „Die Amsel“ oder auch ins „Hungry Heart“ geht man auch wöchentlich. Und qualitativ muss sich ein feiner Ort wie die „Genieserei“ am Kaiser-Joseph-Markt nicht verstecken. Solche Konzepte werden sich in Zukunft auch immer mehr durchsetzen.

Wie lange werden Sie mit diesem Engagement die Gruppe noch fortführen?

Eine gute Frage. Die haben wir uns selbst noch nie gestellt. Ich glaube, dass der Bedarf sehr wohl noch länger da sein wird und wir deshalb auch nicht aufhören werden. Es eröffnen ja andauernd neue Lokale, andere sperren zu. Dadurch wird es nicht langweilig.

Abschließend noch der Klassiker: Die Henkersmahlzeit, ausgesucht aus der Grazer Gastro-Szene?

Ganz sicher das Steak-'n'-Cheese-Sandwich mit dem Löffelbrot von der Goldenen Banane.

DIE MUNDPROPAGANDA DER STADT

Eine Gruppe für Graz um **besondere Essenserfahrungen** zu teilen. Laut Betreiber soll es ein Ort des Austausches über Lokale von Gästen für Gäste sein! Michael Göschl ist einer der vier Administratoren der „Essen in Graz“-Seite auf **Facebook**.

Die private Gruppe hat mittlerweile knapp **37.000 Mitglieder**. Eigene Lokale dürfen nicht empfohlen werden, auch nicht von Angestellten. Alle Mitglieder sind aufgerufen **Kritik vor Ort** zu deponieren, oder einfach nicht mehr hinzugehen. Die Gruppe soll nur zum Austausch positiver Erfahrungen dienen.

NA DANN, GUTE NACHT!

Warme **Milch und Honig** waren gestern: Versuchen Sie es lieber einmal mit der beruhigende Wirkung der **Moon Milk**.

VON GEORG HOFFELNER

Die ganze Nacht hindurch wieder im Bett herumgewälzt und beim Blick auf den Wecker nervös geworden? Dann könnte Moon Milk die Lösung sein. Für alle, die davon noch nie gehört haben: Moon Milk bedeutet auf Deutsch Mond-Milch und steht für ein Milchgetränk, das mit speziellen Zutaten dabei helfen soll, besser zu schlafen. Wenn man das Rezept für Moon Milk das erste Mal liest, ist man zugegebenermaßen erst einmal enttäuscht: Warme Milch? Ernsthaft? Das hat uns schließlich schon unsere Omi serviert. Doch dann ist das Interesse doch geweckt. Schließlich ist an über Generationen vermachten Heilmitteln meist etwas dran. Und einfach nur heiße Milch mit Honig ist Moon Milk dann doch nicht.

Moon Milk besteht zu einem großen Teil aus Milch – und die fördert mit dem Stoff Tryptophan das Einschlafen, denn der Körper wandelt diesen in das Schlafhormon Melatonin

um, das dem Körper Müdigkeit signalisiert. Doch nicht nur die Milch ist ein Einschlafhelfer. In eine klassische Moon Milk gehören zudem noch jede Menge weitere Müde-Macher: Dazu zählen entzündungshemmender und antibakterieller Honig, das Antioxidans Zimt und eine Prise der stressreduzierenden Muskatnuss. Außerdem kommen in die Moon Milk noch schlaffördernde und ausgleichende Adaptogene aus ayurvedischen Heilpflanzen, die ebenfalls beruhigend wirken.

Und woher kommt die coole blaue Farbe des Trendgetränks? Das faszinierende Blau der Moon Milk wird durch die indische Heilpflanze *Clitoria ternatea* verliehen, auch Blaue Klitorie genannt. Die Heilpflanze hat es in sich, und zwar nicht nur visuell, sondern vor allem dank ihrer angstlösenden und schmerzstillenden Wirkung. Außerdem ist sie ein sehr effektives natürliches Nootropikum, das Konzentration und Gehirnleistung optimal stärkt.



Foto: Mariia

ANZEIGE

Heumilch

EINFACH URGUT.

Heumilch
schmeckt, weil so
viel Artenvielfalt
in ihr steckt.

Mehr darüber, warum Heumilch
urgut zur Natur ist unter heumilch.com.



Artenvielfalt-
Badetuch
gewinnen!
heumilch.com

Ausgezeichnet als
„garantiert traditionelle Spezialität“.



Mit Unterstützung von Bund, Ländern und Europäischer Union

 Bundesministerium
Landwirtschaft, Regionen
und Tourismus

LE 14-20
Entwicklung für den Ländlichen Raum

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



Du bist mein Wunder Mensch

www.merkur.at