

Der Frischespezialist

DAS KUNDENMAGAZIN VON NÖM GAST

AUSGABE 1 | 2022



ECHTES HANDWERK

WEINVIERTLER BÄCKEREIEN
ZEIGEN, WAS SIE KÖNNEN

TRADITIONSREICHE,
STARKE MARKEN VON
ALPINE BRANDS

KULINARISCHE
PARTNERSUCHE:
WEIN TRIFFT KÄSE

DIE ÖSTERREICHISCHE
GESCHICHTE DES
KRAPPENS



Mein Genussmoment!



Bleib frisch.



Liebe Leserinnen, liebe Leser!

Wir freuen uns, die ersten Monate des Jahres der „süßen Versuchung“ zu widmen. Gerade im Osten Österreichs hat die Mehlspeise eine ganz besondere kulinarische Bedeutung. Viele Mythen und Geheimnisse ranken sich um die Entstehungsgeschichten einiger Süßspeisen und deren Erfinder. Ob Sachertorte, Apfelstrudel, Topfengolatsche, Kipferl, Punschkrapferl, Krapfen oder Kaiserschmarrn, überall gibt es charmante, humorvolle und interessante Geschichten dazu. Als der Frischespezialist und Qualitätslieferant der angesehensten und erfolgreichsten Bäckereien, Konditoreien und Pâtisseries Wiens, Niederösterreichs und des Burgenlands durften wir in die Backstuben der Hersteller schauen. Jeder Produzent hat ein gängiges Standardsortiment, aber für welches Produkt ist er über seine regionalen Grenzen bekannt? Welche süße Leckerei bevorzugen denn die Eigentümer selbst? Wir sind an Menschen und deren Geschichten interessiert und möchten diese gerne weitererzählen – und vielleicht schaffen wir es ja gemeinsam, den einen oder anderen Mythos entstehen zu lassen.

Mit frischen Grüßen

Thomas Tirmantinger & Andreas Hofbauer
Geschäftsleitung nôm Gast Lebensmittel GmbH

Inhalts- verzeichnis

Diese und viele weitere
Themen erwarten Sie
in dieser Ausgabe.

Topfengolatschen & mehr: Bäckerei Stoiber



04

Alpine Brands: Guter Geschmack aus Leidenschaft



06

Bäckerei Geier



10

Service pur - Kübel retour



13

Käse trifft Wein: Kulinarische Partnersuche



14

Die Geschichte des Faschingkrapfens



18



Die Bäckerei Stoiber ist ein Handwerksbetrieb mit dem Bestreben, täglich frische und qualitativ hochwertige Lebensmittel zu produzieren.

Im Betrieb werden so weit es geht regionale Rohstoffe verarbeitet. Den Teigen und den Massen wird die Zeit gegeben, die sie brauchen, damit sie ihren natürlichen Geschmack optimal entfalten können.

Die Teige werden von Hand geformt und es werden nur dort Maschinen eingesetzt, wo sie zur Verbesserung der Qualität und Einhaltung strengster Hygienestandards dienen.

Die täglich kultivierten Sauerteige geben den Brot- und Gebäckspezialitäten ihren individuellen Geschmack, so können notwendige Backmittel auf ein Minimum reduziert werden.

Bäckerei-Konditorei Stoiber
 Thayapark 6, 2136 Laa an der Thaya
www.konditorei-stoiber.at

Philipp Stoiber in seinem Reich, die Backstube in Laa an der Thaya

In 3 Tagen zur perfekten Topfengolatsche

DER FRISCHESPEZIALIST IM INTERVIEW
 MIT DEM BÄCKERMEISTER PHILIPP STOIBER

Das Stoiber Heidelbeer-Joghurt-Törtchen ist eines der süßen Flaggschiffe Ihrer Konditorei. Was macht Ihren süßen Schatz so beliebt und einzigartig?

Für unsere Heidelbeer-Joghurt-Törtchen kommen neben viel Liebe nur die besten regionalen Rohstoffe zum Einsatz. Ein wichtiger Bestandteil ist hier, das sagt der Name ja schon, das Joghurt. Ich verwende für unsere Süßspeisen ausschließlich nöm-Produkte, das versteht sich. Unser Heidelbeer-Joghurt-Törtchen bekommt genügend Zeit in der Produktion und wir produzieren täglich frisch. Durch den kurzen Transportweg von unserer Backstube zu der Konditorei am Stadtplatz (2 km) kommt der Geschmack der verarbeiteten Produkte voll zum Tragen. Und das schätzen unsere Kunden.

Einheimische Kunden haben uns verraten, dass Ihre Topfengolatschen fast schon einen „Mord wert sind“. Was ist dran an dem Geruch?

Bitte nicht (lacht), keine Gewalt. Ich mach sie eh jeden Tag frisch. Natürlich freut es mich sehr, dass meine Golatschen so gut ankommen. Ein wichtiger Grund ist hier wieder der Faktor Zeit. Unser Plunderteig wird über 3 Tage hergestellt. Am ersten Tag wird nur der Teig gemischt und

portioniert und anschließend darf der Teig in der Kühlung über Nacht rasten. Am darauffolgenden Tag wird der Teig touriert (dabei wird Fett in den Teig laminiert, damit viele einzelne Fettschichten entstehen, die den Teig dann locker machen) und schließlich werden die Topfengolatschen geschnitten, gefüllt und geformt. Anschließend darf der fertig geformte Golatschen-Teigling wieder über Nacht entspannen und wird am dritten Tag genussfertig gebacken. Großbäckereien haben die Zeit nicht mehr, sie müssen billig und damit schnell produzieren. Das Produkt bekommt schon mal viel zu wenig zeitliche Aufmerksamkeit. So hetzen werde ich meine Produkte nicht und bei den Rohstoffen wird auch nicht gespart. Stoiber steht für bedingungslose regionale Qualität.

Was schätzt die Familie besonders an der Zusammenarbeit mit nöm Gast?

Zuverlässigkeit, Frische, Streben nach maximaler Qualität und trotzdem ein faires Preis-Leistungsverhältnis.



Steckbrief: Bäckerei-Konditorei Stoiber

Bäckermeister: Philipp Stoiber, 33 Jahre
Geschichte: Familienbetrieb in 3. Generation, seit 1998 in Laa an der Thaya
Legendäre Süßspeisen: das Stoiber Heidelbeer-Joghurt-Törtchen und die original Laaer Topfengolatschen
Die Superkraft: bäckt an 365 Tage im Jahr
Gastronomie: Café-Konditorei am Stadtplatz in Laa an der Thaya
Frühstücksangebot: Spezialitäten vom Laaer Bio-Ei, dazu warmes Handsemmerl
Belieferung von Hotels und Gastronomie: Ja

Alpine Brands

Guter Geschmack aus Leidenschaft



AUER gehört seit 1920 zur renommierten österreichischen Backtradition. Durch Geschmack, Konsistenz und Form werden die AUER-Waffeln einzigartig und unverwechselbar – sie sind wie geschaffen zum Teilen und machen den Genuss zu kostbaren Erinnerungen.

Alpine Brands

Passion for taste



ALPINE BRANDS BEGEISTERT SICH FÜR STARKE MARKEN. MIT EINEM BREITEN SORTIMENT AN TRADITIONSMARKEN IM LEBENSMITTEL- UND GETRÄNKEBEREICH WIE GASTEINER, AUER, HONIGMAYR, BLASCHKE, PUCHHEIMER UND GOAL LIEGT DER FOKUS AUF ÖSTERREICHISCHEN PRODUKTEN.

*Der Frischespezialist im Interview mit Thomas Redl,
Geschäftsführer von Alpine Brands*

Lieber Herr Redl, Sie sind Geschäftsführer der Alpine Brands, einer 100%-igen Tochter der Spitz GmbH. Welche Marken vertritt Alpine Brands und was ist die Unternehmensphilosophie des Unternehmens?

2021 wurde mit Alpine Brands ein Unternehmen – das sich immer noch in der Spitz-Familie befindet, aber in jeder Hinsicht eigenständig ist – gegründet. Unsere Unternehmensphilosophie ist „Passion for Taste“, was die Vielfalt an köstlichen Lebensmitteln in unserem Portfolio widerspiegelt. Im Portfolio von Alpine Brands sind Gasteiner und Auer die zwei stärksten Marken, welche ca. zwei Drittel des Umsatzes ausmachen. Aber auch im übrigen Alpine Brands-Sortiment nennen wir Produkte unser Eigen, die aus den Regalen nicht wegzudenken sind. Die Blaschke Kokskuppel beispielsweise ist unangefochtener Marktführer und seit Jahrzehnten Garant für einzigartigen, süßen Genuss. Stolz bin ich aber auch auf die Entwicklung der Marken Honigmayr und Goal.

Welchen Produktfokus setzen Sie im Jahr 2022? Gibt es spezielle Schwerpunkte?

Für 2022 werden wir unsere „100% Natural“-Innovationen der Marke Gasteiner weiter forcieren. Diese On-the-go-Getränke bestehen aus bestem Gasteiner Wasser mit einem Hauch von direkt gepresstem Saft – kommen ganz ohne Konzentrat aus, ohne zugesetzten Zucker und ohne

Konservierungsstoffe. Die Gasteiner 100% Natural sind in den Sorten Orange, Lemon und Apfel in der 0,33L-Dose erhältlich und konnten sich nachhaltig im Markt behaupten.

Seit Sommer letzten Jahres haben wir die 100% Natural Range um die „Energy Water“-Varianten Mango/Maracuja und Lemon/Minze mit zugesetztem Koffein (32mg/100ml) erweitert. Diese sind in der 0,25L-Dose erhältlich.

Als spezielles Einführungsangebot über unseren Partner nöm Gast bieten wir eine 3+1-Aktion an.

Die letzten Jahre, verstärkt durch die Pandemie, haben gezeigt, dass das Online-Geschäft ein klarer Wachstumsmarkt ist. Wie ist hier die Strategie von Alpine Brands? Gibt es spezielle Kooperationen oder Produktinnovationen, die auf dieses Geschäftsmodell ausgerichtet sind?

Wie Sie richtig sagen, das Online-Geschäft ist ein Wachstumsmarkt, welcher pandemiebedingt deutlich an Dynamik gewonnen hat. Jedoch befinden sich in unserem Portfolio keine Produktinnovationen, die einzig auf den Online-Vertrieb ausgerichtet sind. Vorrangig ist unsere Strategie, über die Online-Bestellplattformen unserer Vertriebspartner mit unserem breiten Portfolio vertreten zu sein.



Mit der klaren Herkunftsangabe gehen wir weit über die gesetzlich vorgeschriebene Kennzeichnungspflicht hinaus und bieten unseren KonsumentInnen somit einen klaren Mehrwert.

Thomas Redl, Geschäftsführer Alpine Brands

Sie haben 3 Jahre lang die Marketing-Geschicke von Danone geleitet, einem Global Player. Spitz hingegen ist eines der traditionsreichsten Familienunternehmen Österreichs. Wofür steht Ihr Unternehmen, welche Werte vertritt es und was unterscheidet Spitz von internationalen Großkonzernen?

Das Unternehmen Alpine Brands wurde im April 2021 innerhalb der Spitz-Unternehmensgruppe als jüngste Tochter neu gegründet. Diese organisatorische Ausgliederung des Markengeschäfts in eine eigene Gesellschaft hatte in erster Linie Fokussierungs- und Abgrenzungsgründe. Bei Spitz war man immer damit konfrontiert, einerseits ganz klar einer der Lebensmittel- und Getränkehersteller und Industriepartner im B2B-Bereich zu sein und andererseits eigene Premiummarken aus der Gasteiner-, Auer-, Blaschke-, Honigmayr-Range zu positionieren und zu distribuieren. Intern war die Abgrenzung bereits in der Vergangenheit gut gelebt, im Außenverhältnis mit unseren Kunden war das manchmal etwas anspruchsvoller. Mit der Ausgliederung und in der seitdem verstrichenen Zeit ist es uns schon sehr gut gelungen, diese Linie klarer zu ziehen. Auf der einen Seite gibt es die produzierende Spitz-Unternehmensgruppe mit ihren Standorten in Attnang-Puchheim, Bad Gastein und Tenneck. Mit Alpine Brands haben wir nun – immer noch in der Familie, aber in jeder Hinsicht eigenständig – ein Unternehmen, das sich um den Aufbau und die Distribution der Marken kümmert und das streng genommen ein Kunde wie jeder anderer der produzierenden Unterneh-

mensgruppe ist. Synergien werden auch in der neuen Konstellation nach wie vor optimal genutzt. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund, dass die produzierenden Spitz-Unternehmen einen Großteil des Alpine Brands-Sortiments entwickeln und herstellen. Spitz als österreichisches Familienunternehmen mit einem unvergleichlich breiten Produktportfolio und einem enorm breiten Spektrum an Produktionstechnologien bei gleichzeitig bester, auch unabhängig zertifizierter Qualität ist für uns bei Alpine Brands nach wie vor der wichtigste Partner für die Herstellung unserer Produkte. Ein Vorteil sind außerdem kurze und pragmatische Entscheidungswege und dass innerhalb einer Unternehmensfamilie das gemeinsame Ziel und der gemeinsame Erfolg am wichtigsten sind.

Bei Alpine Brands vertreiben Sie Blaschke und Auer, zwei in Österreich sehr positiv behaftete Marken. Was haben Sie mit diesen „Klassikern“ vor?

Auer und Blaschke sind Marken mit über 100-jähriger Geschichte. Mehrere Generationen sind mit Tortenecken, Baumstämmen und Kokoskuppeln aufgewachsen. Unsere Konsumenten verbinden mit diesen Produkten Kindheitserinnerungen, eine herzliche Atmosphäre im Kreise der Lieben, die Freude an der Kommunikation. Auer und Blaschke wurden zu österreichischen Kultmarken. Unsere „Klassiker“ werden wir weiterhin unterstützen, vor allem durch direkte Kommunikation mit unseren Konsumenten in den sozialen Medien. Dies ermöglicht es uns, näher an



1921 wurde die Original Blaschke Kokoskuppel von Konditormeister Johann Blaschke erfunden. Die Blaschke Kokoskuppel ist seit jeher ein beliebter süßer Snack bei den Österreichern und längst zur Kultmarke geworden – ein perfektes Zusammenspiel erlesener Zutaten und Qualität.

unseren Verbrauchern zu sein und ihnen die seit Jahrzehnten unveränderten Werte unserer Marken zu vermitteln: Tradition und Verbindung zwischen den Generationen sowie menschlich herzliche Beziehungen.

Wie wichtig sind Ihnen die Rohstoffe in Ihren Produkten? Wo kommt's her?

Wir setzen bei all unseren Rohstoffen auf langjährige und zertifizierte Partner. Wichtig ist uns dabei vor allem auch ein transparenter Umgang. Das wird insbesondere am Beispiel unseres innovativen „Beetrackers“ bei der Marke Honigmayr deutlich: Honigmayr verarbeitet besten Honig aus Österreich. Doch nicht nur: Da der Eigenversorgungsgrad an Honig in Österreich unter 50 % liegt*, muss Honig von ausgewählten internationalen Partnern zugekauft werden. Dabei setzt Honigmayr verstärkt auf eine transparente Rückverfolgbarkeit der Herkunft. Über die Eingabe der Chargennummer auf der Website von Honigmayr wird es den KonsumentInnen ermöglicht, die internationale Herkunft jedes einzelnen Produktes bis in die einzelnen Ursprungsländer nachzuverfolgen. In einer Welt, in der immer mehr verfälscht wird, setzen wir daher bewusst auf Transparenz und Authentizität.

Mit der klaren Herkunftsangabe gehen wir weit über die gesetzlich vorgeschriebene Kennzeichnungspflicht hinaus und bieten unseren KonsumentInnen somit einen klaren Mehrwert.

nöm Gast und Alpine Brands haben 2022 eine strategische Partnerschaft begonnen, was erwarten Sie sich von dieser Partnerschaft?

Wir freuen uns sehr über diese strategische Partnerschaft mit nöm Gast! Wir von Alpine Brands bringen, wie oben beschrieben, ein breites Portfolio an österreichischen Marken- und Produktklassikern mit. Gemeinsam wird es uns gelingen, weiteren Absatz- und Umsatzausbau zu generieren sowie Neukunden zu akquirieren. Wir freuen uns auf eine gelebte Partnerschaft mit kundenspezifischen Verkaufsprogrammen/ Werbemaßnahmen.

Im Unternehmensleitsatz der nöm Gast heißt es „Zeit und Innovation schlägt alles“, was macht Ihr Unternehmen schneller und innovativer als andere Wettbewerber?

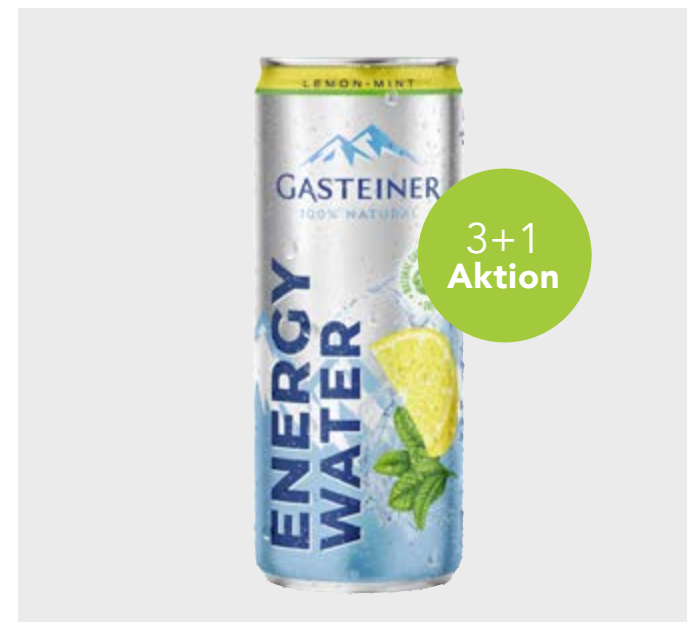
Langjährige Expertise in der Getränke- und Lebensmittelbranche, höchste Qualitätsstandards durch zertifizierte Produktsicherheit und Produktion in Österreich, gepaart mit Innovationskraft und jungen Ideen. Diese Kombination sowie unser voller Fokus auf das Markengeschäft und unsere Konsumenten, machen uns zum unschlagbaren Partner der Gastronomie und des Lebensmittelhandels.

Vielen Dank für das Gespräch, Herr Redl!

In jedem Glas von Honigmayr stecken garantiert 100 % Natürlichkeit.



Gasteiner Energy Water-Einführungsangebot: 3+1-Aktion



ALPINE BRANDS
GmbH & Co. KG
www.alpinebrands.at



„Wir sind keine „Marketingbäcker“, bei uns bekommt man die Summe unserer Lebenseinstellung verbacken.“
Gerald Geier



Heimat, die sich schmecken lässt!

Eine Erfolgsgeschichte - weit über die Grenzen des Weinviertels hinweg

DER FRISCHESPEZIALIST IM INTERVIEW MIT GERALD GEIER

Seit 120 Jahren verwöhnt die Bäckerei Geier ihre Kunden, aber viele Bäckereien haben in der Vergangenheit ihre Tore für immer geschlossen. Was macht die Bäckerei Geier so beständig und erfolgreich?

Ich denke, dass viele Bäcker in der Vergangenheit vergessen haben, warum und für wen sie backen. Die Wertigkeit des Gebäcks wurde oftmals nebensächlich. Profit und Masse rückte in den Vordergrund. Die Handsemel wurde ebenso wie viele andere Gebäcksorten zum Massen-Diskont-Artikel, bei Tankstellen und in Supermärkten sind diese Produkte jederzeit verfügbar. Verwendete Rohstoffe, Inhaltsstoffe und Hersteller rückten in die Bedeutungslosigkeit. Unsere Familie hat sich dafür entschieden, einen anderen, nachhaltigeren Weg zu gehen. Natürlich muss für den Kunden der Preis nachvollziehbar sein, es muss fair kalkuliert werden – Bäcker wie auch Kunde müssen damit glücklich sein. Bei Geier weiß der Konsument, was er bekommt. Unsere Produkte werden nach überlieferten Familienrezepten hergestellt und ressourcenschonend, nachhaltig und vor allem regional bezogen. 80 % unserer Rohstoffe beziehen wir mittlerweile aus einem Umkreis von 50 km. Um höchste Brotqualität erzeugen zu können, ist neben den technischen Voraussetzungen, dem qualifizierten Personal und den besten Rohstoffen auch Zeit ein wichtiges Kriterium. Unsere Sauerteigbrote zum Beispiel brauchen diese Zeit, um die typischen Aromen voll entfalten zu können. Gut Ding braucht nun mal Weil, wahrscheinlich sind wir deshalb mit 120 Jahren Bäckerhandwerkserfahrung für unsere Kunden glaubwürdig.

Ihre nagelneue Produktion in Strasshof spielt auf gut Weinviertlerisch „alle Stückeln“. Was hat Sie dazu bewegt, dieses kostspielige Projekt in die Tat umzusetzen?

Einerseits haben wir stets an traditionellen Weinviertler Rezepten und altbewährten Herstellungsmethoden festgehalten, andererseits verschließen wir uns nicht dem Fortschritt. Stehen zu bleiben, sich nicht weiterzuentwickeln oder die Augen vor Marktveränderungen zu verschließen, ist für uns keine Option. Wir tragen gegenüber unseren Mitarbeitern und Kunden eine Verantwortung, die wir sehr ernst nehmen. Modernste Technologien setzen wir dort ein, wo es unseren Mitarbeitern die Arbeit erleichtert, wo es jedoch für die Qualität einen Unterschied macht, verzichten wir keinesfalls auf Handarbeit. Um die gewohnte Geier-Qualität erzielen zu können und laufend weiterzuentwickeln, braucht es Platz und Luft zum Atmen. Für uns war jetzt der richtige Zeitpunkt, um diese wichtigen Investitionen zu tätigen und damit die Weichen für die Zukunft zu stellen. Wir richten unser Geschäftsmodell nicht auf 10, sondern auf 100 Jahre aus.

Mittlerweile ist die Bäckerei Geier weit über die regionalen Grenzen des Weinviertels hinaus vertreten. Besonders in Wien erfreut sich ihr Gebäck großer Beliebtheit. Worin sehen Sie die Gründe für diesen Erfolg?

Die neue Produktionshalle in Strasshof als Investition in die Zukunft



Das traditionelle Bäckerhandwerk wird in der Backstube hochgehalten





Bäckerei Geier – ein Weinviertler Familienbetrieb seit 1902



Jedes Backwerk wird mit viel handwerklichem Geschick hergestellt

Unser Credo „echt regional, echt natürlich, echt Handarbeit“ entspricht auch den Werten vieler Konsumenten, wenn es um Nahrungsmittel geht. Wir folgen diesem Weg schon seit Jahrzehnten und daher ist er für unsere Kunden auch glaubwürdig. Produktqualität, ein umfangreiches Sortiment und unser hervorragend geschultes Personal sind maßgeblich am Erfolg beteiligt, wir sind nun mal ein Familienbetrieb und das merkt man am Zusammenhalt und dem Arbeitsklima. Wir sind keine „Marketingbäcker“, bei uns bekommt man die Summe unserer Lebenseinstellung verbacken. Ehrlich, geradlinig, transparent, bodenständig, verantwortungsbewusst und innovativ.

Die Gastronomie lässt sich von Bäckereien ihr Gebäck liefern. Wir haben festgestellt, dass das Thema „Brot und Gebäck“ immer mehr in den kulinarischen Mittelpunkt rückt. Gäste fragen oftmals nach, wer das Gebäck produziert. Woher rührt dieses Interesse Ihrer Meinung nach?

Gäste und Kunden werden immer informierter und ähnlich wie vor vielen Jahren beim Wein erleben wir aktuell ein immer stärkeres Interesse an Brot und Gebäck. Der Gast will heute wissen, wie der Sauerteig im Brot hergestellt wird und wo das Getreide dafür gewachsen ist, genauso wie ihm Winzer und Lage beim Wein wichtig sind, oder wo das Fleisch am Teller her ist. Natursauerteig, belebtes Wasser, Nat(UR)salz, lange Teigführung und transparente Auskunft über alle Zutaten, das ist es, was unsere Gäste und Kunden wissen wollen und schätzen. Ein Beispiel für diese Transparenz ist unser BIO-Waldstaudenroggenbrot, für das wir das BIO-Getreide auf eigenen Feldern anbauen und in unserer Backstube selbst vermahlen.

Viele namhafte Betriebe werden von Ihrer Bäckerei beliefert. Was macht Ihre Dienstleistung so besonders?

Wir beliefern schon lange namhafte Gastronomen und Hotels und wir freuen uns, dass es immer mehr werden. Das ist ein klarer Erfolg unserer Dienstleistung. Wir gehen auf die Wünsche und Vorstellungen ein, unsere Kunden schätzen unsere Flexibilität von der Bestellung bis hin zur Lieferung. Wir unterstützen unsere Kunden mit innovativen Ansätzen, die sich vom Wettbewerb abheben. Hilfreich sind hier die faire Preisgestaltung und unser guter Name.

Geier. Die Bäckerei GmbH
www.geier.at

Die Bäckerei Geier ist langjähriger nöm Gast-Kunde, was schätzen Sie besonders an unserer Partnerschaft?

Innovation, Verlässlichkeit und die Qualität, die ich meinen Kunden zusage, sind davon abhängig, wie sehr unsere Partner diese Werte leben. nöm Gast erfüllt diese Anforderungen schon seit vielen Jahren zu 100 %. Innovative Produkte für unsere Backstube und unsere Standorte, absolute Flexibilität in Bestellung und Anlieferung und das auf höchstem Niveau in der Produkt- und Betreuungsqualität.

Die Bäckerei ist zertifizierter Frischebotschafter und damit Vertreter der regionalen Milchkultur. Selbst eine Kuhpatenschaft übernehmen Sie für das Jahr 2022. Was bewegt Sie, die letzten fünf Weinviertler Milchbauern zu unterstützen?

Unsere Familie ist bekannt für ihren regionalen Patriotismus (lacht). Sagt es nicht schon alles aus, wenn wir von den letzten 5 Weinviertler Milchbauern sprechen? Wie lange soll ich warten? Das ist ein klares Statement unsererseits. Wir kaufen niederösterreichische Rohstoffe, wo und wie es nur geht, damit die regionale Milchkultur ebenso wie die regionale Brotkultur nachhaltig überdauert. Ich wünsche mir von unseren Mitmenschen, verantwortungsbewusst und regional einzukaufen, ihren Bäcker, ihren Fleischer, ihren Bauern, ihre Molkerei, ihren Kaufmann und ihren Gastronomen zu bevorzugen, und das tun auch wir selbst!

Ich bedanke mich für das offene Gespräch!



Brot und Gebäck steht wieder mehr denn je im Interesse der Konsumenten



Service pur – Kübel retour

Unser Mehrwegservice für Ihre nöm-Kübelware

nöm Gast unterstützt Sie dabei, Platz, Müll, Zeit und damit Geld zu sparen. Wir bieten unseren Kunden einen einzigartigen Mehrwegservice an. Sie können Ihre nöm-Kübelware ausgewaschen bei jeder Anlieferung kostenlos retournieren. Damit verstellen Sie sich keinen wertvollen Lagerplatz, blockieren sich keine Arbeitsbereiche, müssen Ihre Mitarbeiter nicht damit beauftragen, Müll zu entsorgen, schonen die Umwelt und helfen dabei, Plastikmüll zu vermeiden. Die sauberen Kübel werden von uns direkt zum Hersteller transportiert, zerkleinert und dem Produktionskreislauf wieder zugeführt. Gut für Sie, gut für unsere Umwelt. Sie möchten diesen Service in Anspruch nehmen? Geben Sie uns bitte kurz Bescheid, damit wir unsere Logistikplanung danach ausrichten können: per Mail an office@noem-gast.at, telefonisch unter 1 688 80 60, oder teilen Sie es einfach unseren Damen im Bestellbüro bei Ihrer nächsten Bestellung mit.



Kulinarische Partnersuche

**Käse der Mostviertler Käsemanufaktur, verkostet
mit den feinsten Tropfen aus dem Weingut Schmidt**



Susanne Knopf, nöm Gast
Käsesommelière auf der Suche
nach den perfekten Harmonien
für die Käsesorten der
Mostviertler Käsemanufaktur.



Bordeaux, Toskana, Burgund? Nein, Niederrußbach im Weinviertel.

In meiner Aufgabe als Markenbotschafterin der niederösterreichischen Milchkultur besuchte ich den Traditionswinzer Roman Schmidt im sonnigen Weinviertel. Viele Jahre schon werden Schmidts Weine in den besten Häusern Österreichs präsentiert und verkauft – ich war gespannt auf ein persönliches Kennenlernen. Es war ein romantisch-mediterraner Eindruck, den ich am Weingut empfand, wo ich herzlich von Tatjana, der besseren Hälfte des Winzers, empfangen wurde. Der Nachwuchs wurde mir auch gleich vorgestellt. Franziska, die älteste Tochter, Roman Junior und Klements, die beiden Söhne, begrüßten mich breit lächelnd. Fast schon ein bisschen kitschig ist es hier, dachte ich mir. Neben einer ausführlichen Führung durch seinen Weinkeller und die romantisch anmutenden Weinberge Niederrußbachs nahm sich der sympathische Winzer Zeit, mit mir die beliebtesten Käsesorten unserer Mostviertler Bio-Käsemanufaktur zu verkosten.



Die Weinberge sind ihre Heimat. Familie Schmidt hat sich voll und ganz dem Weinbau verschrieben.



Begonnen haben wir mit unserer edlen Sophie, unser aus pasteurisierter Bio-Heumilch gewonnener Gouda passt hervorragend zu dem gemischten Satz „Little X“. Schon farblich harmonisieren diese zwei Schönheiten miteinander. Die satte grüngelbe Farbe des Weins lässt eine kombinierte Frische zwischen unserer edlen Sophie und dem feinen Tropfen erhoffen. In der Nase wird diese Vorfreude bestärkt, jung und frisch verspielt, an einen saftig-grünen Apfel erinnernde Aromen fordern mich förmlich auf, einen kräftigen Schluck des Little X zu nehmen und ein ausgiebiges Stück der edlen Sophie abzubeißen. Der Gaumen wird von dem angenehm teigigen Geschmack der Sophie benetzt, kombiniert mit der herzhaften Säurestruktur und den begeisternden Noten von Zuckermelone des charmanten Niederrußbachers – diese Paarung ist einfach nur schön und sehr zu empfehlen.

Little X Gemischter Satz 2021

12,5 Vol.-%, trocken

Frische, animierende Frucht aus den Sorten Riesling, Weißburgunder und Rivaner ergibt ein exotisch-vielschichtiges Trinkserlebnis mit eleganter Restsüße. Passt perfekt zu leichten Vorspeisen, Fisch und Spargel.



Ich hätte eher auf eine andere Reihenfolge getippt, Roman hat mich jedoch zum Glück überzeugt, unseren feinen Heinrich als nächsten zu paaren. Hierzu empfiehlt der mehrmals goldprämierte Winzer seinen grünen Veltliner DAC Ried Spiegel. Die reifen und keineswegs aufdringlichen Aromen unseres edlen Bio-Bergkäses mischen sich auf eine extrem angenehme Weise mit dem nach frischgepflücktem Kernobst duftenden Veltliner. Ein zarter Biss vom Bergkäse bestätigt meine Begeisterung für dieses Produkt. Der mit Rotschmiere behandelte Heinrich reift nun schon 16 Monate in den Reiferäumen unserer Mostviertler Käserei und konnte seine feine, unaufdringliche Aromatik entfalten. Mit einem kräftigen Schluck vom Grünen Veltliner DAC fühle ich mich mit allen Sinnen an einem traumhaften Urlaubsort angekommen. Die zart-mineralischen Noten und der Hauch von vollreifen Zitrusfrüchten verbinden sich zu einem wunderschön, komplexen Trinkerlebnis. Diese Kombination garantiert einen harmonischen Trinkfluss, also heißt es auf gut Weinviertlerisch „da geht noch mehr“.

Weinviertel DAC - Grüner Veltliner Ried Spiegel 2020

12,5 Vol.-%, trocken

„Der Pfefferstreuer“ unserer Region, frisch mit feiner Pfeffernase und kühlen, mineralischen Noten. Würzig-pfeffrig und mit viel Tiefgang. Empfehlenswert zur typischen österreichischen Küche sowie zu Pizza, Pasta, Fisch- und Geflügelgerichten.



Schwierig, sich von den ersten beiden Harmonien trennen zu müssen, doch unser Käse-Flaggschiff, der milde Leopold, der letzte handgeschöpfte und nach Mostviertler Ur-Rezept produzierte Camembert Niederösterreichs, sucht einen Mitspieler. Unser 10 Tage gereifter Weichkäse bringt in seiner Frische nur sehr zarte Aromen mit, an Heublumen erinnernde Düfte laufen Gefahr, sensorisch überfahren zu werden. Roman schenkt mir eine Cuvée ins Glas ein und zeigt mir stolz beim Blick aus seinem Fenster die prächtigen Weinreben, welche er für seinen Big X verwendet. Zweigelt- und Merlot-Trauben präsentieren sich rubinrot im Glas. Aufgrund der dichten Struktur des Camemberts am Gaumen gebe ich den wundervollen Weichselaromen der Cuvée wenige Chancen, sensorisch durchzudringen. Zu meiner Überraschung begeistert mich eine Geschmacksexplosion aus Rumtopf-Aromen, Vanille und zarten Schokonoten. Der Abgang ist weich, füllig und mild geschmeidig. Eine unseres Landespatrons würdige Kombination.

BIG X - Zweigelt x Merlot Reserve 2019

14,0 Vol.-%, trocken

Diese Cuvée aus Zweigelt und Merlot zeichnet sich durch ein perfektes Zusammenspiel von Frucht und Milde aus. Der Zweigelt gibt dem Wein die Beerenfrucht und der Merlot verleiht ihm Dichte und Eleganz. 14 Monate im kleinen Eichenfass gereift, ist dieser Wein der perfekte Begleiter für Rind, Wild und Käse.

Hier verliert man die Zeit, ein wunderschöner Flecken Niederösterreichs. Roman Schmidt ist stolzer Niederösterreicher und begeisterter Genussmensch, deshalb war ich natürlich nicht verwundert, dass mir eine feine Wurstplatte aus dem Hause Pfennigbauer und frisches Gebäck aus der Bäckerei Burger gereicht wurde. Vielen Dank für die tollen Eindrücke und die begeisternde Verkostung, liebe Familie Schmidt.

Weingut Schmidt GmbH
Ölbergstraße 82,
3702 Niederrußbach
weingut-schmidt.at



SIGISMUND BIO-KAFFEE DER VOLLMUNDIGE



FÜR JEDEN GESCHMACK:
ESPRESSO, FILTER, GANZE BOHNE UND GEMAHLEN

Sigismund
Bio-Filterkaffee ganze Bohne

250 g | Preis pro Packung
Art.-Nr. 63114

€ 4,19

Sigismund
Bio-Filterkaffee gemahlen

250 g | Preis pro Packung
Art.-Nr. 63115

€ 4,19

Sigismund
Bio-Espresso ganze Bohne

250 g | Preis pro Packung
Art.-Nr. 63110

€ 4,19

Sigismund
Bio-Espresso gemahlen

250 g | Preis pro Packung
Art.-Nr. 63113

€ 4,19

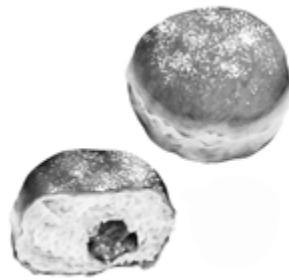
Für den umweltbewussten und geschmacksverwöhnten Espresso-Trinker haben wir die Espresso-Röstung entwickelt. Die Filter-Röstung hingegen kommt den Bedürfnissen des anspruchsvollen Filterkaffee-Liebhhabers entgegen. Dabei können Kaffee-Fans zwischen bereits fein gemahlenem Kaffee oder ganzen Bohnen wählen. Die besten Baristas Österreichs haben diese Mischungen fein abgestimmt und sorgfältig zusammengestellt.

Sigismund wird in naturbelassenen Bestandswäldern im Norden von Peru auf einer Höhe von 1.200 Meter angebaut. Die Ernte erfolgt ausschließlich von Hand. Die Herkunft dieses sortenreinen, 100%-igen Arabica-Kaffees aus nachhaltigem Bio-Anbau wird seit dem Jahr 2002 im Rahmen von jährlichen Audits von „Austria BIO Garantie“ unter der Nummer 4-01558.2011 zertifiziert.

Wir freuen uns auf Ihre Bestellung!

Telefon: 01 / 688 80 60 | Fax: 01 / 688 80 60 - 15 | bestellungen@noem-gast.at

nöm Gast Lebensmittel GmbH, Murbangasse 2, 1100 Wien www.noem-gast.at



Die Geschichte des Faschingkrapfens

WIE AUS DER CILLYKUGEL DER FLAUMIG-SÜSSE FASCHINGSKLASSIKER WURDE

Ja, wer hat's erfunden? Mancher meint, dass im antiken Rom das leckere Schmalzgebäck erfunden wurde, andere schwören darauf, dass das ursprüngliche Rezept auf einem preußischen Schlachtfeld des 18. Jahrhunderts geboren wurde. Ja, schon Karl der Große soll das süße Gebäck genossen haben. Ein großer Mythos um die Entstehungsgeschichte des Krapfens. Wie es in der vergangenen und gegenwärtigen Zeit üblich ist, haben wir uns für die charmanteste, die österreichischste Variante der „Wahrheit“ entschieden.

Die Köchin Cäcilie Krapf ist für uns unbestritten die Mutter aller Krapfen. Die Hofratsköchin, genannt Frau Cilly, lebte Ende des 17. Jahrhunderts im aufstrebenden Wien und war die Erfinderin der „Cillykugeln“. Diese sind die Vorbilder des heutigen Faschingkrapfens und wurden in den adeligen Kreisen als Süßgebäck gereicht. Entstanden sein soll das Gebäck, als Frau Cillys Gatte ihren Unmut auf sich zog. Im heftigen Streit in der Küche soll die energische Wiener Köchin ein Stück Germteig zu einer Kugel geformt haben und mit großer Wucht in Richtung ihres Ehemannes geschossen haben. Dieser konnte, dem leckeren Geschoss geistesgegenwärtig ausweichend, obwohl von einer ausgedehnten

Zechtour noch stark motorisch eingeschränkt, einem Volltreffer gerade so entgehen. Die „Cillykugel“ prallte an der Mauer ab und fiel in einen Topf mit siedendem Fett. Mit dem Verzehr des süßen Projektils war auch der Ehestreit aus der Welt geschafft.

Der Siegeszug dieser kulinarischen, eh klar, österreichischen Erfindung konnte nun grenzübergreifend beginnen.

Wussten Sie, dass ...

- ... während des Wiener Kongresses (1814 bis 1815) mehr als 10 Millionen Krapfen verspeist wurden?
- ... das Gebäck einen eigenen Berufsstand hatte? Den der Krappfenpacherinnen.
- ... ein Krapfen gerade einmal lächerliche 200 bis 300 Kalorien beinhaltet?
- ... man einen Krapfen mit 100 % österreichischen Rohstoffen herstellen kann?
- ... die durchschnittliche Österreicherin 14 Krapfen im Jahr genießt?



Mitmachen & gewinnen!

GEWINN-
SPIEL

GEWINNEN SIE EINE BOX MIT 40 FLAUMIGEN FASCHINGKRAPFEN.
BESUCHEN SIE UNS AUF EINEM UNSERER SOCIAL-MEDIA-ACCOUNTS UND NEHMEN SIE DORT AM GEWINNSPIEL TEIL.



[www.facebook.com/
derfrischespezialist](https://www.facebook.com/derfrischespezialist)



[www.instagram.com/
noem.gast/](https://www.instagram.com/noem.gast/)



Der Rechtsweg ist ausgeschlossen,
der Gewinn kann nicht in Bargeld ausgezahlt werden.



nöm Gast Lebensmittel GmbH | Murbangasse 2 | 1100 Wien

Telefon: 01 / 688 80 60 | Fax: 01 / 688 80 60 - 15

bestellungen@noem-gast.at

www.noem-gast.at