

# SEMINARBERICHT

PLV – BRUSH UP 2025

Mo, 23. JUNI – Do, 26. JUNI 2025 IN ST. PÖLTEN

## Montag, 23. Juni 2025

„SIMPLY STRONG“ – Einfach viel erreichen!

| Mag. Doris Trajer / Rosemarie Wagner, BEd

## Das schulische Förderprogramm für Geist und Körper

### Ziele & Motivation

- Lösung gegen mentale Überforderung, Konzentrationsmangel und körperliche Beeinträchtigung durch Sitzzeiten
- Förderung von Lernfähigkeit, Stressresistenz, Fitness und Selbstvertrauen

### Drei Bewegungsprogramme („Vital4...“)

- **Vital4Brain:** 255 Übungen – steigert Konzentration & Merkfähigkeit
- **Vital4Heart:** 103 Übungen – fördert Entspannung & Achtsamkeit
- **Vital4Body:** 120 Übungen – stärkt Fitness & Beweglichkeit

### Markenkern

- **Simply** = einfache Übungen ohne Geräte, überall umsetzbar
- **Strong** = mentale, körperliche und kognitive Stärke durch Bewegung

### Peer-Coaching (Schüler:innen als Coaches)

- 2,5-tägige Schulungen (Herbst, BMBWF-finanziert) mit Zertifikat
- Schulinterne Varianten (4 Schulstunden) mit Coach vor Ort
- *Schülerinnen unterrichten Mitschülerinnen* – praktische Anwendung vor Ort

### Schulpartnerschaft

- Partner-Schulen erhalten Fortbildung, Materialien, Gütesiegel, Goodiebag, finanzielle Unterstützung (z. B. für T-Shirts mit Logos)
- Jahres-Update & Austausch mit simplystrong

## Fortbildung für Lehrer:innen

- Vital4Brain & Vital4Heart über PH-Fortbildungen (SCHILF/SCHÜLF) buchbar
- Online-Videos, Kartensets & Materialien für Lehrkräfte und Eltern verfügbar

## Besonderes Highlight

- **Super5:** Spielbasierte Bewegungseinheit für Volksschulen (48 Übungen, Sticker-System, Gewinnspiel)
- 

## Fazit in Schlagworten

- Mentale & körperliche Stärkung
- Einfache, überall umsetzbare Übungen
- Schüler:innen aktiv einbinden (Peer-Coach)
- Nachhaltige Integration ins Schulprogramm
- Positive Ergebnisse und hohe Reichweite

## Durchgeführte Übungen:

### Vital4Brain

- Finger Memory
- Puppenspieler

### Vital4Body

- Walking Kid

### Vital4Heart

- Säbelzahn tiger & Schularbeit

<https://www.simplystrong.at/>

**Second Screening** bezeichnet die gleichzeitige Nutzung eines zweiten Bildschirms – meist eines Smartphones oder Tablets – während man fernsieht.

Zum Beispiel: Während man eine TV-Serie schaut, surft man parallel im Internet, chattet oder liest Informationen zur Sendung.

Dieses Verhalten ist heute weit verbreitet und verändert, wie Menschen Medien konsumieren – oft auch interaktiv, z. B. durch Live-Kommentare in sozialen Netzwerken.

## Lunch in der HTS St.Pölten



## LUNCH

Praxislehrer:innen Brush up 2025

23. Juni 2025

### Vorspeisen im Glas

Cous-Cous-Salat | Zitronengras | bunter Paprika

Entenbrust | Rotkraut | Orange

### Suppe

Geeiste Steinpilz-Consommé | Blätterteig

### Hauptgang

Boeuf Stroganoff | Butterspätzle

Gemüse-Lasagne | Blattsalate

### Dessert im Glas

Tiramisu | Mohn

Nougatmousse | Erdbeerragout

Obstsalat

## Sponsoren:

- HTS St.Pölten
- St.Pölten
- Wine Wallet
- Probeschluck
- Urbanihof
- Sine Vino
- KäseHeldin
- Zwettler

## Daten und Fakten zur HTS St. Pölten

- 230 – 250 SuS
- 13 Klassen
- 2x HLT / 1x GGS pro SJ
  - 2/3 Food Design
  - 1/3 Digitales Marketing
- € 1.950,-- / Jahresbeitrag
- inkl. Schulgeld, Kopierbeitrag, LM- & Spezialisierungs-Beitrag, Ausflüge & Exkursionen (exkl. Bus - meist € 5,-), ...
- 3x SK-Räume & 3x LK à 12 pax [inkl. Messer-Set's]
  - 3x ThermoMix
  - 1x PacoJet
- HTS Lounge für Freistunden
  
- 1.Jg Kaffee FG
- 2.Jg Käse FG
- 3.Jg JS Spez. + FG & Vegan (ohne Vegucation) FG
- 4.Jg JBK Spez. + FG
  
- Maturazeugnis-Übergabe:  
Erwähnung von Wettbewerben, Erfolge, Zusatzquali's,...

## **WINE WALLET – Weinlagerung am Puls der Zeit | Raphael Barbi**

### **Die Herausforderungen für private WeinsammlerInnen:**

- Lagerungsprobleme
- Fehlende Übersicht
- Wenig Know-How
- Begrenzte Services

### **WineWallet: Die smarte Art zu lagern & zu reifen:**

- Optimale Bedingungen
  - 70% Feuchtigkeit
  - 14 °C
- Versicherung
- UV-Schutz
- Betreuung durch Personal von T&D Agri GmbH
- Chaotisches Lagerprinzip
  - entweder mittels Regalplätzen oder via Palettenstellplätzen
- Standort: Österreich [D/CH – in Planung]

### **Funktionsweise von Wine Wallet**

#### **Weinmarktrends:**

- Premium-Fokus und Investment
- Bewusster Konsum von Wein
- Digitalisierung

#### **Zielgruppen:**

- Jung gebliebene High Performer
- Urbane Gipfelstürmer
- Cyber-(Hipster-)Adel

*Mehr Infos zum Betrieb:* <https://wine-wallet.at/>

raphael@wine-wallet.at

+43 664 6025921150

# ALKOHOLFREI im TREND | Raphael Barbi

## Alkoholfreie Alternativen zu Wein im Vergleich

### Verkostungsliste Alkoholfrei im Trend

#### Palette Cleanser - Cold Brew Edler Japan Sencha bio

#### Aperitif / Amuse Gueule / Vorspeisen

##### **"Pet Nat" Alkoholfrei Weinschach**

*Weingartenkräuter*

##### **ALPL Golden Times 0,0%, Italien**

*Die alkoholfreie Variante des Alpl Golden Times entsteht durch ein spezielles Fermentationsverfahren (Milchsäurebakterien (z. B. Lactobacillus plantarum)) aus naturtrübem Apfelsaft, bei dem kein Alkohol entsteht.*

##### **Bemuse Calluna Brut, England**

*trockener, alkoholfreier Honigwein aus Heidekraut-Honig, Thai-Basilikum und Cascade-Hopfen*

##### **Three Spirits Sharp, England**

*Kalt gebrühte botanische Mischung aus: (Koseret, Manuka-Blatt), grüner Stachelbeersaft, fermentierter Fruchtwein (Wasser, Aprikosensaftkonzentrat, Weißtraubensaftkonzentrat, Weinhefe), botanischer Extrakt aus: Kalifornischer Mohn, Brennnesselblatt, Muskatellersalbei, Weißweinessig, Weintannin, Mineralsalze aus: (Kalium, Magnesium), Aminosäuren: (L-Theanin, N-Acetyl-L-Tyrosin, L-Histidin), Kokoswasser, Vitamine: (C, D, B3, B6, B7, B12).*

##### **Sine Vino - Pink Sunrise**

##### **Moutain's Goat Alpentonic**

*Chininfreies Tonic aus Bitterkräutern*

#### Zwischengericht / Fisch / Hauptspeisen

##### **Obsthof Retter - WILD Quitte Fruchtessenz Edition Sommelier**

##### **Nivers No 11**

*Wasser, schwarzer und gerösteter grüner Tee, Rohrzucker, Verjus, Kombuchakultur, natürliche Pflanzenextrakte*

##### **Winner Genussmanufaktur Sparkling Tea, Deutschland**

*Sparkling Tea auf Basis von Brennnessel-, Brombeer-, Melissen- und Pfefferminztee, abgerundet mit fermentierter Knollensellerie*

##### **Sein Ferment - LUST**

*Fermentierte Bio-Marille, Bio-Orangensaft, Bio-Karotte, Bio-Sanddornsaft, Bio-Preiselbeere, Bio-Zitrone, Bio-Kräuter und -Gewürze*

##### **Gut Hardegg - Embrizzo**

*Cuvée aus entalkoholisierendem Wein und Kombucha mit Hagebutte und Hibiskus*

##### **Bootch - Kombucha „Hibiskus-Limette“**

##### **Sine Vino - Schlehe Rosa Pfeffer**

##### **RAU REIF - Verjus & Vogelbeere**

#### Digestif

##### **Franz von Fein - Rubin**

Raphael Barbi, BA



Apfel, Birne,  
Marille,  
Johannisbeere,  
Mango, Erdbeere...

“Ein Soda-Zitron´ ist keine  
Alternative zu einer  
Weinbegleitung”

## Alkoholfrei

Meine Geschichte mit Alkoholfrei

Wer bestellt denn bitte Alkoholfrei?!

Definition von “No & Low”

Tasting durch den Produkte-Dschungel

Food Pairing

Service

Trends

Ausbildung/Weiterbildung

## 0% GAST

1. < 18 Jahre
2. Autofahrer/in
3. Religiöse Gründe
4. Meeting nächster Tag
5. Schwanger



33%  
**80%**  
50% 75%

## Henne Ei Dilemma

Warum wurde bis jetzt so wenig  
Alkoholfrei bestellt?

**Akzeptanz & Verfügbarkeit**

*Tian* verkauft 50% alkoholfreie  
Getränkebegleitung

*Hueber der Wirt* verkauft mehr  
alkoholfreie Aperitif als mit Alkohol

## “No” “Low”

< 0,5 % Alkohol

< 5 % Alkohol  
< 4 % Alkohol  
< 2 % Alkohol  
< 1,5 % Alkohol



## Aus-/Weiterbildung

Alkoholfrei Buch - Nicole Klauss

Ausbildung mit Dr. Peter Schropp - Doemens Academy

Verkosten

Getränke selber machen!

# Entalkoholisierter Wein

## KULINARIK WORKSHOP – „So ein Käse & ...“ | Eva Scharnagl & Martin Pichler

KäseHeldin Krems	Zwettler Bier & Weitra Bräu
<b>KRÄUTERBINKERL</b> Premiumkäserei Pranz Österreich SCHAF	Das HELLE   Weitra Bräu
<b>LINGOT</b> From. Guilloteau Frankreich KUH	ZWICKL – Das Naturtrübe   Zwettler
<b>GEBSENKÄSE</b> – 10-12 Mo. gereift Anton Sutterlüty Österreich KUH	SAPHIR – Das Premium Pils   Zwettler
<b>GOUDA</b> – 48 Mo. gereift Gütshöfer Holland KUH	Das SCHWARZE   Weitra Bräu
<b>LÖFFELGORGONZOLA DOP</b> Cas Arrigoni Italien KUH	MAGIC MOMENTS ORANGE   Zwettler creativ

### Wer ist die Käseheldin?

Eva Scharnagl – aufgewachsen in Spitz in der Wachau – ist eine ausgebildete Käsesommelière und hat nach Stationen in Spitzenrestaurants ihre Leidenschaft für Käse weiterentwickelt. Zunächst mit einem mobilen Käsewagen auf dem Genussmarkt aktiv, eröffnete sie Ende 2021 ihren eigenen Feinkostladen in der Krems Innenstadt.

Mehr Infos zum Betrieb:

<https://www.kaeseheldin.at/cheese/index.php>

<https://www.zwettler.at/>

<https://www.bierwerkstatt.at/>



KRÄUTERBINKERL, Premiumkäserei Pranz,  
Österreich - SCHAF

LINGOT, From. Guilloteau,  
Frankreich - KUH

10-12 Monate gereifter GEBSENKÄSE, Anton Sutterlüty,  
Österreich - KUH

48 Monate gereifter GOUDA, Gütshöfer,  
Holland - KUH

LÖFFELGORGONZOLA DOP, Cas Arrigoni,  
Italien - KUH

# Das Helle

Kräftige Malzaromen, unterlegt mit frischen, fruchtigen Hopfennoten, Duft nach Honig. Im Antrunk erfrischend, gering dosierte Kohlensäure. Ausgewogener weicher Körper. Ein Wechselspiel von leichter Süße und milder Bittere. Dieser heimische Märzenbiertyp passt ausgezeichnet zu Frischkäse wie leichten Käsesorten, zu gebackenem Schnitzel, Salaten oder gedünstetem Fisch.

Bierstil: österreichisches Märzen  
 Bierkategorie: Vollbier  
 Bierart: untergärig  
 Optik: helles, leuchtendes Goldgelb

Stammwürze: 11,8°  
 Alkoholgehalt: 5,0 % vol.

Zutaten: Wasser, Gerstenmalz, Naturhopfen

- 🍷 Hopfensorte: Waldviertler Tradition
- 🌾 Gerstenmalz: Waldviertler Pilsner, Karamellmalz hell
- 🍄 Hefe: untergäriger Stamm
- 👉 Schaum: feinporig & cremig
- 🍷 Rezens: erfrischend : 5,1 g/l
- 🍷 Bitterwerte: 23 IBU
- 🌡️ Trinktemperatur: 7-8 °C
- 📅 Haltbarkeit: Flasche: 8 Monate  
 Fass: 6 Monate

leicht ○○○○ kräftig  
 hell ○○○○ dunkel  
 hopfig ○○○○ malzig



## Charakteristik



## Nährwertangaben

Energie pro 100ml	169kJ/41kcal
Fett	0,0 g
- davon gesättigte Fettsäuren	0,0 g
Kohlenhydrate	7,0 g
- davon Zucker	0,0 g
Eiweiß	0,7 g
Salz	0,0 g

## Verfügbarkeit

Gebinde	Artikelnummer
LONG KEG 20 Liter	154
KEG 50 Liter	153
Kiste 20 x 0,33 Liter	5702 <small>exklusiv für Gastronomie</small>
Träger 6 x 0,5 Liter	3701
Kiste 20 x 0,5 Liter	262
Pinole 18 x 0,5 Liter	3700

**BIERWERKSTATT WEITRA** im Unternehmensverbund mit der  
 Karl Schwarz Zwerttler Getränkevertrieb GmbH, Syrnauer Straße 22-25, 3910 Zwerttli  
 Tel.: +43 2822/500-0, E-Mail: info@zwettlicat, bierwerkstatt.at

# Weitra Bräu

## Das Naturtrübe

Lebhafter Hefeton im Duft, vielschichtiges Geschmacksensemble mit vitaler Säure, feinerbe Hopfennoten und zartbitteren Aromen. Samtig-weich am Gaumen, vollmundig, runder Körper.

*Passt gut zu:* herzhaften Grillgerichten, hellem Fleisch, Vegetarischem oder Weichkäse

*Zutaten:* Wasser, Gerstenmalz, Weizenmalz, Hopfen, Hopfenextrakt, Hefe

- 📍 *Hopfensorte:* Waldviertler Magnum, Waldviertler Tradition
- 🌾 *Malz:* Pilsner Malz - aus heimischer Braugerste, Weizenmalz
- 🍷 *Hefe:* untergäriger Stamm
- 👉 *Schaum:* feinporig, cremig
- 👉 *Rezens:* elegant
- 🍷 *Bitterwerte:* 28 IBU  *5,0 g/l*
- 🌡️ *Trinktemperatur:* 6-8 °C
- 📅 *Haltbarkeit:* Flasche: 8 Monate  
Fass: 5 Monate

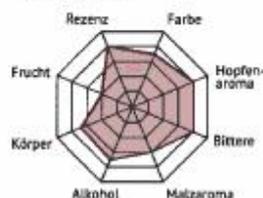
Bierstil: Zwickl Bier  
Bierkategorie: Vollbier  
Bierart: untergärig, unfiltriert  
Farbe: akazienhonig-farben

leicht ○○○○● kräftig  
hell ○●○○○ dunkel  
hopfig ○●○○○ malzig

Stammwürze: 12,5°

Alkohol: 5,5 % vol.

### Persönlichkeit



### Nährwertangaben

Energie pro 100ml	182kJ/44kcal
Fett	0,0 g
- davon gesättigte Fettsäuren	0,0 g
Kohlenhydrate	2,6 g
- davon Zucker	0,0 g
Eiweiß	0,7 g
Salz	0,0 g

### Gebinde

Gebinde	Artikelnummer
Dose 5 l	302
LONG KEG 20 l	4110
KEG 50 l	174
Träger 6 x 0,5 l	216
Kiste 18 x 0,5 l	215
LONG KEG 20 l Bock - P16*	117

\*saisonal verfügbar

zwettler.at

# ZWICKL BIER



EUROPEAN BEER STAR 2022  
German-Style Kellerpiils - Silver Award

Zwettler 

## Das Premium Pils

Mit blumig-grasigen Noten - an Bergwiesen erinnernd. Getragen von einer komplexen Hopfenaromatik und fruchtigen Noten. Frisch-spritzig, schlank, elegant. Spürbar ein Hauch von Süße, die jedoch von einer betonten Edelbittere dominiert wird. Der trockene Abgang animiert zu mehr von diesem köstlichen Edelpils! Ein knackig-trockenes Bier mit hochkomplexer Hopfenaromatik.

*Passt gut als Aperitif sowie zu: Salaten, hellen Fleischsorten, knackigem Gemüse, scharfen Gerichten, würzigen Käsesorten*

*Zutaten: Wasser, Gerstenmalz, Hopfen, Hopfenextrakt*

- ♦ *Hopfensorte: Mühlviertler Saphir, Waldviertler Tradition*
- ♣ *Gerstenmalz: Waldviertler Pilsner Malz extrahell*
- ☞ *Hefe: untergäriger Stamm*
- ☁ *Schaum: feinporig*
- 🍷 *Rezeanz: spritzig*
- ☹ *Bitterwerte: 40 IBU*       *5,1 g/l*
- 🌡 *Trinktemperatur: 6-8 °C*
- 📅 *Haltbarkeit: Flasche: 8 Monate*  
*Fass: 6 Monate*

Bierstil: Pils norddeutscher Typ

Bierkategorie: Vollbier

Bierart: untergärig

Farbe: helles Strohgelb

leicht ○○○○ kräftig  
hell ○○○○ dunkel  
hopfig ●○○○ malzig

Stammwürze: 12,3°

Alkohol: 5,3 % vol.

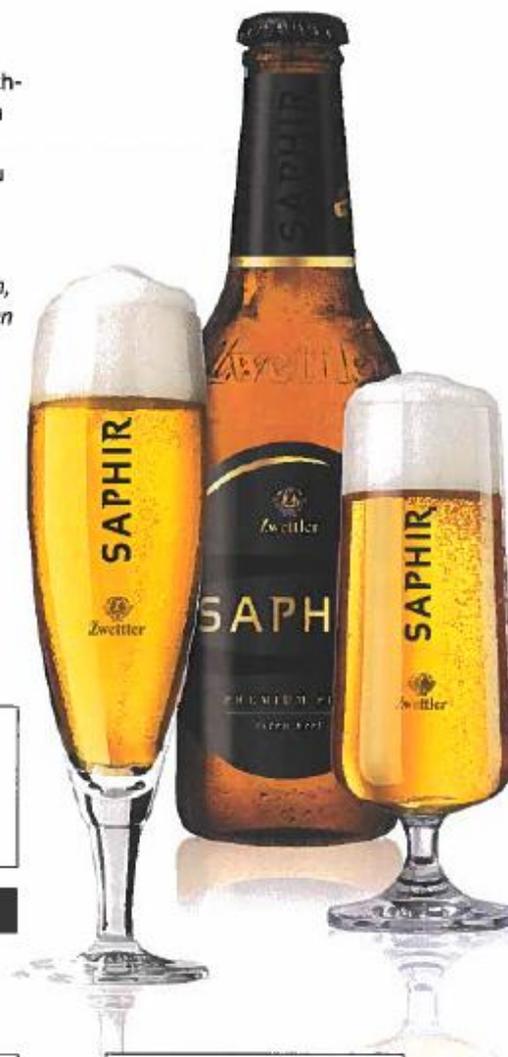


### Nährwertangaben

Energie pro 100ml	164kJ/39kcal
Fett	0,0 g
- davon gesättigte Fettsäuren	0,0 g
Kohlenhydrate	1,8 g
- davon Zucker	0,0 g
Eiweiß	0,7 g
Salz	0,0 g

### Gebinde

Gebinde	Artikelnummer
LONG KEG 20 l	3603
KEG 50 l	3607
Karton 8 x 0,33 l EW	3600
Tray 3 x 8er 0,33 l EW	3601



**SAPHIR**  
0,33 Liter Einweg  
Dreh-Kronenkorken



# Das Schwarze

Mehrweg 0,33 Liter



Feine Röstmalzaromen geben diesem tiefschwarzen Bier seinen individuellen Geschmack, dezente Hopfennoten seine blonde Seele. Mit einem bunten Geschmacksensemble nach röstfrischem Kaffee und zartbitterer dunkler Schokolade. Passt ausgezeichnet zu Geräuchertem oder Muscheln, zu saftigen und zarten Beef Ribs vom Grill und zu edelbitteren Schokoladespezialitäten!

Bierstil: österreichisches Schwarzbier  
Bierkategorie: Vollbier  
Bierart: untergärig  
Optik: tiefschwarz

Stammwürze: 11,4°  
Alkoholgehalt: 4,8 % vol.

Zutaten: Wasser, Gerstenmalz, Naturhopfen

📍 **Hopfensorte:** Waldviertler Tradition

🌿 **Gerstenmalz:** Waldviertler Pilsner, Münchner, Röstmalz

🍷 **Hefe:** untergäriger Stamm

👉 **Schaum:** feinporig & cremig

👉 **Rezenz:** erfrischend  : 5,0 g/l

🔥 **Bitterwerte:** 29 IBU

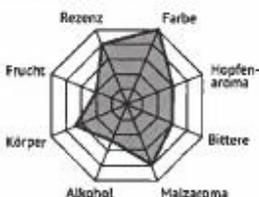
🌡️ **Trinktemperatur:** 7-8 °C

📅 **Haltbarkeit:** Flasche: 12 Monate  
Fass: 12 Monate

leicht ○○○○● kräftig  
hell ○○○○● dunkel  
hopfig ○○○○● malzig



## Charakteristik



## Nährwertangaben

Energie pro 100ml	155kJ/37kcal
Fett	0,0 g
- davon gesättigte Fettsäuren	0,0 g
Kohlenhydrate	2,0 g
- davon Zucker	0,0 g
Eiweiß	0,6 g
Salz	0,0 g

## Verfügbarkeit

Gebinde	Artikelnummer
LONG KEG 20 Liter*	146
Kiste 20 x 0,33 Liter*	3703 <small>eMusik für Gastronomie</small>

\* Individualpfand für EURO-Flasche 0,33l und Kiste, näheres in unserer Preisliste

**BIERWERKSTATT WEITRA** im Unternehmensverbund mit der Karl Schwarz Zwettler Getränkevertrieb GmbH, Syrner Straße 22-25, 3910 Zwettl.  
Tel.: +43 2822/500-0, E-Mail: info@zwettler.at, bierwerkstatt.at

# Weitra Bräu

*magic*  
**moments**  
**orange**

## ■ Magic Moments Orange

*Zwettler Black Magic Austrian Porter mit selektiv, auf Black Magic abgestimmtem, magischen Orangenfruchtgeist der Destillerie Rogner, Roiten veredelt!*

*Fruchtig und belebend!  
Nuancen von Aranzini, Bitterschokolade, Zimtnelke.  
Passt hervorragend zu festlichen Anlässen,  
bereichert süße Genussmomente, wie beispielsweise zum Weihnachtsstollen.*

*Einmalig limitierte Auflage von 757 Flaschen 0,33 Liter.*

Bierstil: untergäriges Starkbier	leicht ○○○○● kräftig
Bierkategorie: Spezial-Starkbier	hell ○○○○● dunkel
Trinktemperatur: 10°C	hopfig ○○○●○ malzig

Stammwürze: 19,1°

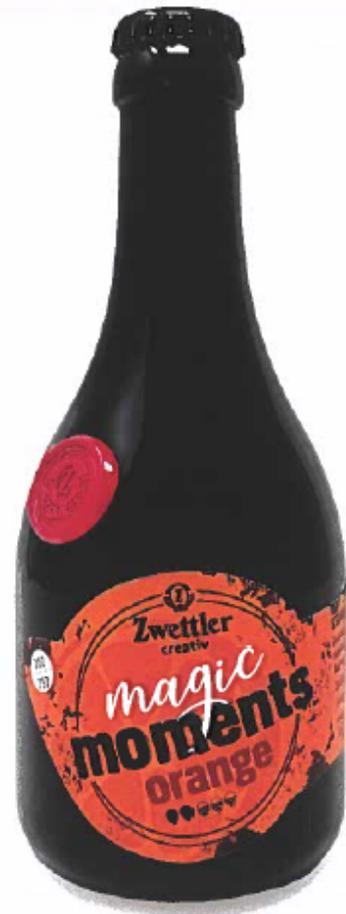
Alkoholgehalt: 7,9 %

Zutaten:  
Wasser, Gerstenmalz, Weizenmalz, Hopfen,  
Orangenfruchtgeist (1,2%), Hefe.

Mindestens haltbar bis: 24. Dezember 2027  
Zur Überlagerung geeignet.

Magic Moments Orange 0,33 L

Artikelnummer	3705
Bestelleinheit/Colli	6er Transportkarton



[zwettler.at](http://zwettler.at)

**Zwettler**



**Dienstag, 24. Juni 2025**

## **MOSTELLERIA – Destillerie Farthofer | Familie Farthofer**

- Familienbetrieb in 5. Generation, mit Wurzeln seit 1867 – gegründet von Katharina & Ignaz Sträßler
- Starkes Bio-Commitment: seit 2003 biozertifiziert, komplett integrierte Kreislaufwirtschaft „Vom Feld in die Flasche“
- Eigener Bio-Landbau auf 45 ha, inklusive alter Getreidesorten und Mostbirnbäume
- Umfangreiches Sortiment: etwa 50 Bio-Spirituosen (Edelbrände, Liköre, Wodka, Gin, Rum, Whisky...)
- Seit 2018 betreibt man eine eigene Mälzerei
- Dampfkessel beheizt mit Photovoltaik + Biomasse (Miscanthus, Hackschnitzel, Fruchtkerne), sogar Restwärme für Gemeindeversorgung
- 2012: „Bester Wodka der Welt“ (IWSC London)
- „Mostelleria“ im historischen Kellergewölbe (seit 1874) als Ausflugsziel mit Führungen und Verkostungen

### **Fazit:**

Destillerie Farthofer verbindet tief verwurzelte Tradition mit moderner, nachhaltiger Technik – vom eigenen Acker über die Mälzerei bis zur hochwertigen Bio-Spirituose. National und international prämiert für Produkte und Umweltbewusstsein. Ein Besuch ist gleichermaßen lehrreich wie genussvoll – mit allem, was Region, Qualität und Innovation ausmacht.

## **MOSTELLO**

Der MOSTELLO ist eine innovative Birnendessertwein-Komposition und Erfindung aus unserem Hause. Vom Portwein inspiriert, veredeln wir nur beste Rohstoffe aus unserer Region – Mostbirnen – nach der Portweinmethode. Während aufgespritzte Weine weltweit in sehr warmen bis heißen Gebieten in Lagerhäusern reifen, lagert und reift unser MOSTELLO mindestens ein Jahr lang an der kühlen, würzigen Luft des Alpenvorlandes. Nach etlichen Jahren des Ausprobierens ist 2005 der allererste Jahrgang entstanden. Diese besondere Spezialität kam 2014, nach neun Jahren der schonenden Reife und behutsamen Lagerung, erstmals auf den Markt.

## Herstellung

Vier vollreife und gesunde autochthone Mostviertler Birnensorten wurden händisch geerntet und schonend gepresst. Der Saft wurde angegoren und die Gärung wenig später bewusst durch Zugabe von hauseigenem Bio-Mostbirnendestillat gestoppt. Diese Mischung reifte anschließend im gebrauchten Eichenholzfass: für mindestens drei Jahre in unserem Öhlinger Kellerhaus sowie ein Jahr im Freien an der frischen Mostviertler Luft. Bei bis zu +30 Grad im Sommer und bis zu -20 Grad im Winter gewinnen wir so einzigartige Aromen. Der Dessertwein ist ungeschönt und unfiltriert und somit völlig naturbelassen abgefüllt. Von MOSTELLO 2005 gibt es genau ein Fass: Dieses lagerte an der Spitze der Pyramide vor unserer Destillerie, wodurch es zu einer höheren Aromenkonzentration durch die intensiven Temperaturschwankungen kam.

## VERKOSTUNG:

- Mostello 2012
- Birnen-Most
- Speckbirnen Bio Edelbrand

Mehr Infos zum Betrieb: <https://www.destillerie-farthofer.at/mostelleria/>

## LIEGLHOF – Obstverarbeitung | Familie Zarl

Der Lieglhof ist ein familiengeführter Betrieb mit Fokus auf nachhaltige Landwirtschaft, Direktvermarktung und hochwertige Lebensmittelproduktion. Hier einige zentrale Punkte:

- **Geflügelhaltung:**
  - 9.000 Hühner
  - Eier aus Bodenhaltung mit Freilauf
  - Direktverkauf ohne Zwischenhändler
  - Start mit nur 120 Hühnern

- **Obstverarbeitung:**
  - 300–400 Tonnen Obst jährlich
  - Produktion von Direktsaft und Most
  - Pasteurisierung: 15 Sekunden bei 95 °C
  - Gegenstrom-Abkühlung auf 25 °C - bei Tanklagerung
  - Hauptsaison: Mitte September bis Ende Oktober
  - Abfüllung ausschließlich in Glasflaschen (größtenteils Mehrweg)
  - CO<sub>2</sub>-Abfüllung erfolgt extern, alles andere direkt am Hof
- **Vermarktung:**
  - Selbstvermarktung von Wien bis Vorarlberg
  - Versand in Nachbarländer möglich
- **Eigene Brotproduktion**

Mehr Infos zum Betrieb: <https://www.lieglhof.com/>

## **MOSTHEURIGER HAUER – Mittagessen | Familie Hauer**

Mehr Infos zum Betrieb: <https://hauer-hof.at/>

## **STADTMARKETING-Vortrag | Tourismusdirektor Bauer**

Sankt Pölten hat in den letzten 15 Jahren eine starke Entwicklung durchlaufen – sowohl wirtschaftlich als auch touristisch. Als jüngste Landeshauptstadt Österreichs positioniert sich die Stadt heute als dynamischer, moderner Standort mit wachsendem Potenzial im Tourismus- und Freizeitbereich.

Aktuell verfügt Sankt Pölten über rund **2.300 Gästebetten**, doch die vorhandenen Kapazitäten spiegeln nicht das volle Potenzial der Stadt wider. Eine **neu aufgestellte Tourismusstrategie** zielt daher auf eine nachhaltige Weiterentwicklung des Angebots und eine klare Positionierung am Markt. Trotz derzeit noch **geringer Erwartungen vieler Gäste**, erleben diese beim Aufenthalt häufig eine **positive Überraschung**, was auf eine unterschätzte Qualität des touristischen Angebots hinweist.

Die Stadt setzt auf **enge Kooperationen**, insbesondere mit **Mostviertel Tourismus** und **Niederösterreich Werbung**, um Synergien zu nutzen und den Bekanntheitsgrad weiter auszubauen.

Unter dem Stadtmarketing-Motto „**Jung, frech, frisch**“ spricht Sankt Pölten gezielt jüngere Zielgruppen und Familien an. Der Fokus liegt dabei auf einem vielfältigen Freizeitangebot, darunter:

- **Familienfreundliche Attraktionen**
  - **Kinder Erlebnisweg**
  - **Kinder-Kunst-Labor**
- **Rad-Tourismus**, der durch das gut ausgebaute Wegenetz im Umland unterstützt wird
- **Wein- und Kulinarik-Tourismus**, der regionale Qualität und Genuss in den Mittelpunkt stellt
- **Geschäftstourismus** im **VAZ** (Veranstaltungszentrum) & den Hotels

Als **Ausbildungsstadt** bietet Sankt Pölten zudem ein attraktives Umfeld für junge Menschen und Studierende, was zur lebendigen und urbanen Atmosphäre beiträgt.

Nicht zuletzt wird der Auftritt der Stadt auch durch **aktive Social-Media-Kommunikation** gestützt, um ein zeitgemäßes und nahbares Image zu vermitteln.

#### **Fazit:**

Sankt Pölten verfolgt eine klare Strategie zur touristischen Weiterentwicklung. Mit gezielten Maßnahmen, innovativen Angeboten und starker regionaler Vernetzung ist die Stadt auf einem vielversprechenden Weg, ihr Potenzial im Stadtmarketing und Tourismus vollständig auszuschöpfen.

#### **STYX – Naturkosmetik / Schokoladenmanufaktur | Familie Stix**

Die Firma **Styx Naturcosmetic GmbH** mit Sitz in **Obergrafendorf (Niederösterreich)** blickt auf eine lange Erfolgsgeschichte zurück. Das Familienunternehmen wurde **1965** gegründet und wird mittlerweile in der **dritten Generation** geführt. Heute beschäftigt Styx rund **60 Mitarbeiter** und hat sich als Spezialist für Naturkosmetik etabliert.

Seit **1991** ist der Betrieb in Obergrafendorf ansässig. Von hier aus produziert und exportiert Styx rund **700 Produkte** in über **40 Länder weltweit**.

Ursprünglich begann alles mit **Tinkturen für Arbeiter**, doch inzwischen zählen international geschätzte Naturkosmetiklinien zum Sortiment.

Drei Produkte sind besonders hervorzuheben:

- **Kartoffel-Hand-Balsam**  
Erdäpfelwasser – bewährte Pflege für beanspruchte Hände
- **W4tler Ziegenbutter Massage Creme**  
Entzündungshemmend, ideal bei Gelenkbeschwerden
- **Chin Min**  
wärmende Creme gegen Muskelverspannungen und Muskelkater,  
ohne Kampfer (kein Tigerbalsam)
  - **Chin Min CBD** – keine Wärmewirkung

Neben Kosmetik engagiert sich Styx auch kulinarisch:

**Seit 2011 betreibt das Unternehmen eine hauseigene Schokoladenmanufaktur**, die hochwertige Bio-Schokolade herstellt.

**2022** wurde zudem das **Welcome Center** eröffnet, das Besucher durch die Welt der Naturkosmetik und Schokolade führt.

Für besondere Anlässe stehen die **Styx Remise** als stilvolle Eventlocation und das **Bahnhofs-Bräu** – ein Gastraum für geschlossene Gruppen – zur Verfügung.

Mehr Infos zum Betrieb: <https://www.styx.at/>

## CHAMÄLEON BAR | Markus Kalwoda

Mehr Infos: <https://www.chameleonbar.at/>

## PARAGON-Workshop | Daniel Bouton, Brand Manager Monin

Paragon = perfekt geschliffener Diamant

Masterclass – Welcome to the Cordial Journey

Single Botanical Cordial – Pepper Collection

„Paragon“ ist eine hochwertige Produktlinie von Monin, die **botanische Cordials** (alkoholfreie Likör-Sirupe) umfasst und sich durch exklusive, seltene Aromen auszeichnet. Hier ein kompakter Überblick:

### Was ist Monin Paragon?

- **Premium-Cordials:** Anders als klassische Monin-Sirups bieten Paragon-Cordials konzentrierte Aromen, hergestellt mit Techniken aus der Parfüm- und Molekularküche
  - Infusion
  - Alkoholat-Destillation
  - CO<sub>2</sub>-Extraktion
- **Single-Botanic-Konzept:** Jede Variante fokussiert sich auf eine außergewöhnliche Pflanze oder ein botanisches Element – ohne Zusatz von Süße oder Säure, denn Süße und Säure sind bereits perfekt dosiert

### Paragon-Sorten

Typische Ausführungen (je circa **485 ml Flasche**):

- **Timur Berry** – auch „Nepal-Pfeffer“ genannt, mit Grapefruit- und kräuterwürzigen Tönen
- **Rue Berry** – herbe Beerenaromen (Ruta chalepensis, Afrika/Äthiopien)
- **White Penja Pepper** – weißer Pfeffer aus Kamerun mit Menthol- und kampferartigen Noten
- **Labdanum** – balsamisch-holzig, aus dem Harz der Labdanum-Pflanze
- **Vetiver** – erdige, grasige Nuancen
- **Palo Santo** – mystische Holz- und Harznoten

## Warum ist Paragon besonders?

- 2.000 kg Pfeffer => 350 ml Extrakt
- ~ 550 g Zucker pro Liter
- **Aromen aus der Natur:** Monin nutzt seltene Pflanzen auf Terroirs weltweit (Nepal, Äthiopien, Kamerun).
- **High-End-Extraktion:** Kombination aus schonender CO<sub>2</sub>-Extraktion, Destillation und Infusion für maximale Aromenreinheit
- **Ready-to-go:** Aromen sind perfekt ausbalanciert – keine Extra-Süße oder Zitrus erforderlich
- **Chef-/Barkeeper-Level:** Entwickelt in Zusammenarbeit mit Experten wie Alex Kratena – gedacht für anspruchsvolle Drinks, Cocktails und Premium-Zubereitungen

## Verwendung & Inspiration

- **Mixen & Mixologie:** Ideal für Cocktails, Longdrinks, Soda-Getränke oder Mocktails – z. B. „Timur & Soda“, „Timur Fashioned“, „Timur 75“ mit Grapefruit- und Holzakzenten
- **Kreative Küche:** Verfeinerung von Desserts, Tees, Kaffees oder kreativen Speisen durch tiefe Aromenprofile ohne Zusatzstoffe.
- **Professionelle Präsentation:** Edle Flaschen, perfekt dosierbar – ein Hingucker für Bars und gehobene Gastronomie.

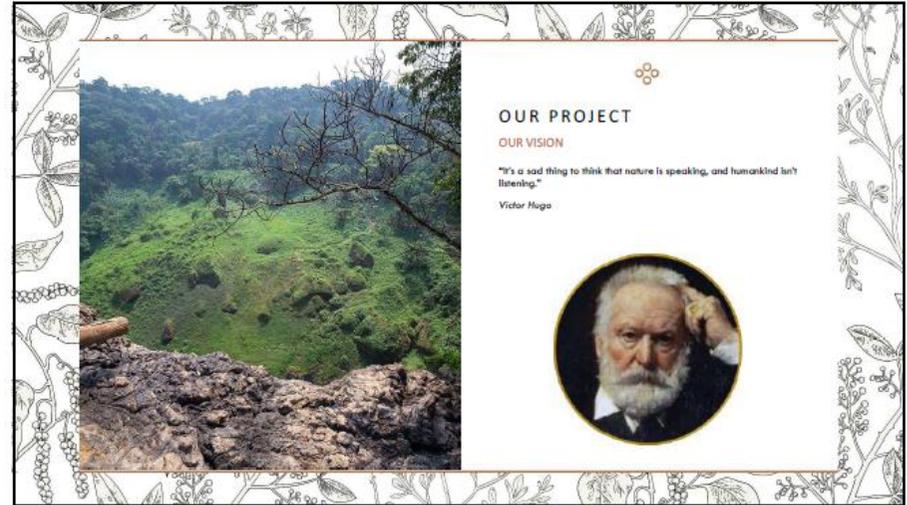
## Fazit

Monin Paragon ist eine **edle Linie botanischer Cordials**, die traditionelle Sirup-Kategorien sprengen. Mit hochkonzentrierten Aromaprofilen aus seltenen Pflanzen und professionellen Extraktionstechniken eignen sich die Produkte für kreative Cocktails und gehobene Küche. Wer einzigartige, naturbelassene Aromen auf Cocktails und Drinks mag, findet hier eine spannende Palette.

Mehr Infos: <https://paragoncordial.com/the-concept/>



1



2



3



4



❁

## WHAT IS A CORDIAL?

The word *cordial*, is a little ambiguous, encompassing both liqueurs and nonalcoholic syrups.

The word has popped up on cocktail menus as a more interesting modifier than a typical simple syrup.

The appeal of cordials lies in their stand-alone complexity. A great cordial doesn't just balance sugar and acid (and the resulting flavors of sweet and sour); it often combines fruit, spices and/or herbs to create something that's as exciting when combined with club soda as it is with your spirit of choice.

In few word a cordial is flavoured base with a Sweet & Sour profile.

**Versus a syrup it is far more acidic & less sweet**

5



❁

## OUR CONCEPT

**BOTANIC ENCYCLOPEDIA**

**Why Pepper & Peppercorn?**

**Singular & Plural**

**Singular** because like the vine and wine, each pepper functions according to its variety, terroir and preparation, giving it a flavour footprint that is its own.

**Plural** because the pepper (piperaceae) family includes around 3600 species, and plants that belong to this family are creepers, plants or shrubs



6

❁

## WHY THIS SELECTION?

We evaluated more than 100 peppers & pepper berries in this project, and we found so many great profiles that it was a stark choice.

Alex Kratena did a fantastic job assessing each of them and choosing 5 from our selection.

We've shortlisted to 3 for this first chapter

We chose 1 pepper & 2 pepper berries :

**White Perla pepper**, because for us it is one of the best peppers in the world and it offers rare animal notes.

**Timur** because it is a wild berry from Nepal that we need to protect, with a fantastic woody & grapefruit profile.

**Rue** is the most astonishing, it is truly a UFO with amazing Passion, Hay and Jasmine notes. If you're curious and you wish to surprise your guests, then this is for you.



7

❁

## EXTRACTION EXPLORATION

**OUR CONCEPT**

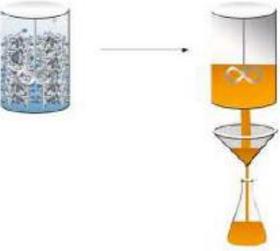
**Perfume technology**

Our project uses a combination of three techniques: Infusion, alcoholate (distillation) and supercritical CO2 extraction.

Supercritical CO2 extraction takes advantage of the properties of carbon dioxide to reproduce the smell of an aromatic material most accurately, without altering the plant.




8



### INFUSION

**THE RESULT OF THE INFUSION**

Raw materials are infused in a blend of water and pure alcohol (96.2%) depending on the kind of raw material used (dry, fruits ...), constantly mixed, and under pressure to maximize the effect of the flavor extraction.

Temperature and time of infusion will vary depending on raw materials to extract the maximum of flavors.

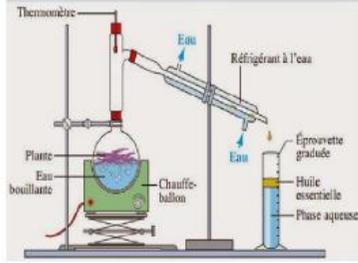
This process can be done in one day up to a few weeks.

For example, it takes 3 weeks for the White Peñya Pepper infusion.

Once the process is final, the infusion is filtered and then can be used like this into formulation.

- An infusion can measure between 30 to 89 % vol
- For instance, Rue infusion is 86% vol.

9



### ALCOHOLATE

**ALCOHOLATE IS THE RESULT OF THE DISTILLATION**

The still is loaded with a mix of raw material /Alcohol/ Water then distilled.

The still is heated, the particles of steam full of flavour, go up, then go through a refrigerated part and get back to a liquid statement.

At the end of the process the alcoholate is 70% ABV

10



### CO2 SUPERCRITICAL

- 1- The CO<sub>2</sub> is heated between 32°C and 40°C then compressed at 73 bars. With this parameters the CO<sub>2</sub> gas will reach its **Supercritical State** between gas and liquid, like a fog or steam.
- 2 - Raw materials are loaded into the "E" extractor chamber.

Peppers and berries are grounded to get the maximum of flavours molecules.

The CO<sub>2</sub> Super Critical is passing through the grounded peppers to collect all flavours.

- 3 - Pressure is release in the "E" Expansion chamber it so the CO<sub>2</sub> gas comes back at its gas state, leaving behind a pure liquid extract of the raw material.
- 4 - The gas is recycled infinitely and reused during next processes.

For the White Peñya Pepper a second CO<sub>2</sub> extraction is done at 200 bars to collect the "piperine", the molecule that gives the typical pepper spiciness.

It comes like a dry mustard paste. It is then combined with the first White Peñya pepper to achieve the fullest aromatic profile.

11

### EXTRACTION METHODS

**DISTILLATION - ALCOHOLAT**



The mixture is then distilled.

**INFUSION**



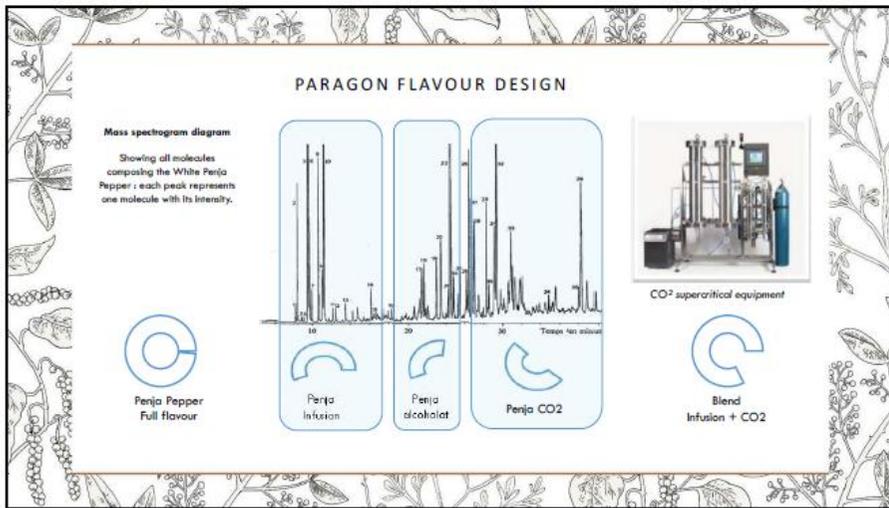
Raw material (pepper) is being stirred with water and alcohol for 7 days and then filtered.

**CO<sub>2</sub> SUPERCRITICAL**

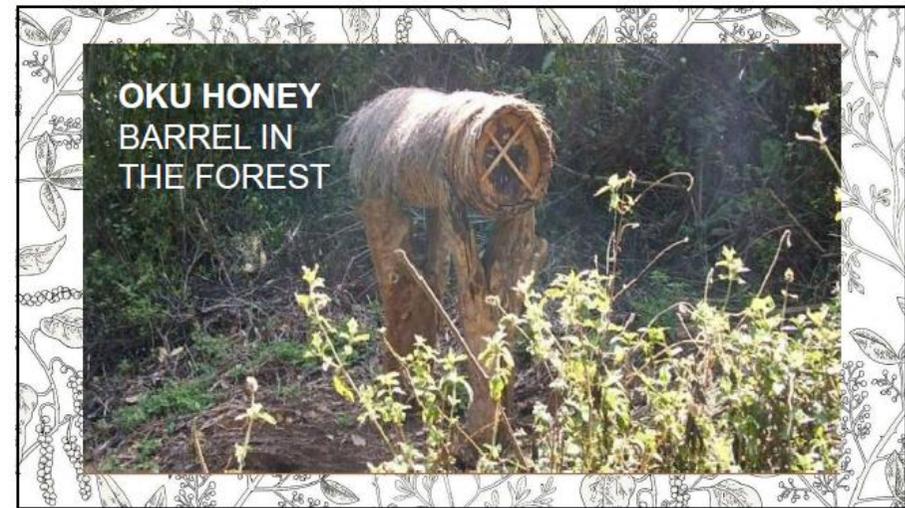


The CO<sub>2</sub> is transformed into a supercritical state between gas and liquid by placing it under pressure, at a temperature below 40°C, and then used to extract the most subtle flavors of the raw material, reproducing it exactly. Each method extracts a particular flavour profile and brings something different to the table - it's their combination that achieves the complete flavour spectrum.

12



13



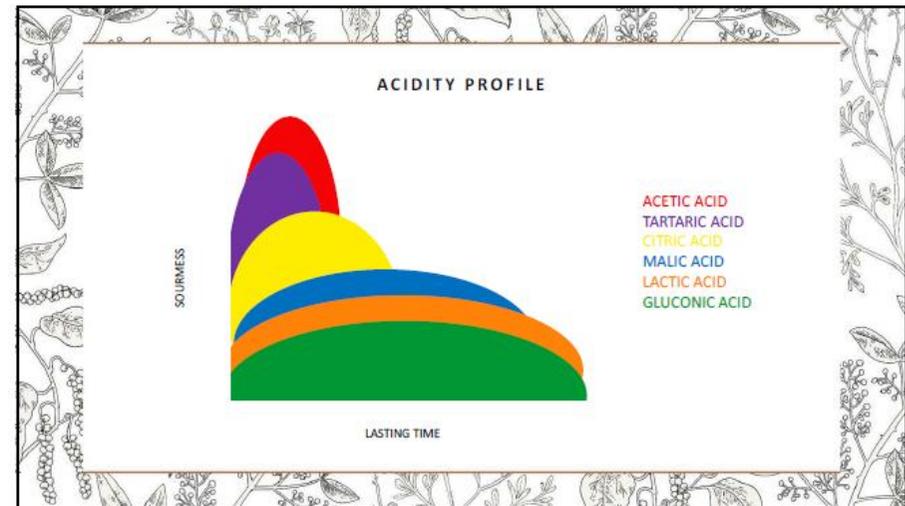
14

### HONEY'S SECRET

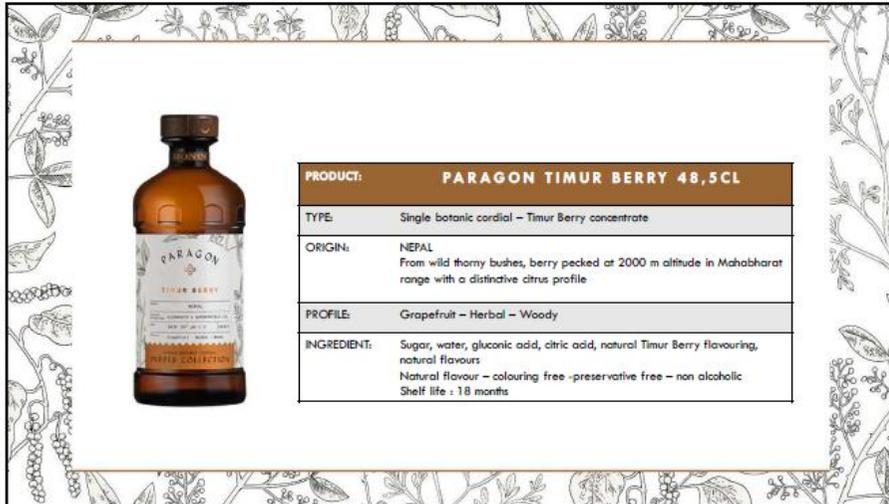
**GLUCONIC ACID**

- ◆ Discovery of white Oku honey, from Kilum Ijm forest on Mount Oku in Cameroon.
- ◆ Naturally contains gluconic acid, due to gluconobacter bacteria, transforming glucose into honey maturation process.
- ◆ Gluconic acid properties : low level of acidity but with extra long lasting in mouth, superior to other acids.
- ◆ Real taste enhancer, without parasite rates, perfect for our project.

15

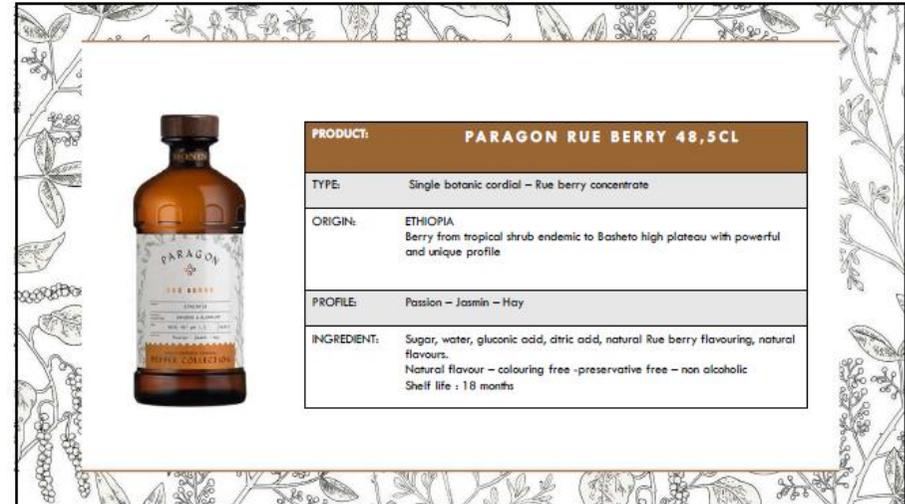


16



<b>PRODUCT:</b>	<b>PARAGON TIMUR BERRY 48,5CL</b>
<b>TYPE:</b>	Single botanic cordial – Timur Berry concentrate
<b>ORIGIN:</b>	<b>NEPAL</b> From wild thorny bushes, berry picked at 2000 m altitude in Mahabharat range with a distinctive citrus profile
<b>PROFILE:</b>	Grapefruit – Herbal – Woody
<b>INGREDIENT:</b>	Sugar, water, gluconic acid, citric acid, natural Timur Berry flavouring, natural flavours Natural flavour – colouring free -preservative free – non alcoholic Shelf life : 18 months

17



<b>PRODUCT:</b>	<b>PARAGON RUE BERRY 48,5CL</b>
<b>TYPE:</b>	Single botanic cordial – Rue berry concentrate
<b>ORIGIN:</b>	<b>ETHIOPIA</b> Berry from tropical shrub endemic to Basheto high plateau with powerful and unique profile
<b>PROFILE:</b>	Passion – Jasmin – Hay
<b>INGREDIENT:</b>	Sugar, water, gluconic acid, citric acid, natural Rue berry flavouring, natural flavours. Natural flavour – colouring free -preservative free – non alcoholic Shelf life : 18 months

18



**ADVENTURE TO NEW FLAVOURS CONTINUING...**

NEPAL

ETHIOPIA

CAMEROON

Merci . Thanks .

@ paragoncordial  
#paragon

19

# DIE FÜNF SINNE IM KONTEXT DER COCKTAILKUNST

*Ein sensorisches Fundament...*

---

## I. EINLEITUNG: MULTISENSORISCHE ERFAHRUNG AN DER BAR

Cocktails sind mehr als Mischgetränke - sie sind multisensorische Kunstwerke. Der Genuss beginnt lange vor dem ersten Schluck. Die fünf Sinne - **Sehen, Hören, Fühlen, Riechen, Schmecken** - sind integrale Bestandteile jeder Cocktailkreation. Für sensorisch geschulte Fachkräfte ist ein tiefes Verständnis dieser Sinne essenziell, um sowohl Produktqualität als auch Gastwahrnehmung zu optimieren.

---

## II. DER GERUCHSSINN (OLFAKTORISCHES SYSTEM)

### 1. Physiologie des Riechens

- **Primärer Sinneseindruck** durch flüchtige Moleküle
  - (VOCs = volatile organic compounds)
- **Erinnerungswert** eines Geschmackes - wenn positive Kindheitserinnerung durch ein Geschmackserlebnis geweckt werden können haben Sie den Gast gewonnen.
- **Aufnahme** durch Riechzellen im oberen Nasengang, Weiterleitung über den Bulbus olfactorius direkt ins limbische System - **starke emotionale & erinnerungsbezogene Verankerung**
- Zwei Wahrnehmungswege:
  - **Orthonasal** (über die Nase)
  - **Retronasal** (über den Rachenraum beim Trinken und Kauen)

### 2. Bedeutung in der Barkultur

- Der Geruch prägt den Gesamteindruck eines Cocktails zu über 70% und kann somit einen gewaltigen Unterschied bieten.
- Einsatz von Duftträgern: Zitruszesten, Wurzeln, Blüten, Pilzen, Rauch, Kräutern und vielem mehr...
- Einsatz retronasaler Kompositionen: z. B. Fat-washed spirits, Sous Vide Infusionen, Rapid Infusions etc...



### 3. Praktische Anwendung

- Glasauswahl beeinflusst nasale Aufnahme: Coupette vs. Tumbler (Eiswürfel JA/NEIN ?)
  - Aromatische Öle können gezielt auch erst zum fertigen Drink tröpfchenweise beigefügt werden.
  - Einsatz von Duft als Storytelling-Element, der rote Faden kann aufrechterhalten werden und die Gäste können mittels Geruchsmanipulation geleitet werden. (Auch ein Teil der Corporate Identity und des Event Designs.)
  - Wichtig: Balance zwischen Primär- und Sekundäraromen
    - **Primäraromen** sind die sofort wahrnehmbaren, charakteristischen Aromen frischer Zutaten wie Kräuter, Früchte oder Spirituosen.
    - **Sekundäraromen** entstehen durch Verarbeitung, Reifung oder Kombination und bringen Tiefe, Komplexität und Nachhall in einen Drink.
- 

## III. DER GESCHMACKSSINN (GUSTATORISCHES SYSTEM)

### 1. Anatomie und Wahrnehmung

- Geschmacksknospen (ca. 5.000-10.000) auf Zunge, Gaumen, Rachen
- Fünf Grundgeschmäcker:
  - **Süß** (z. B. Sirupe, Liköre, Zucker)
  - **Sauer** (Zitrus, Essige, shrubs)
  - **Salzig** (Salzlösungen, Salzränder, Salzige essbare Garnitur)
  - **Bitter** (Amari, Bitters, Enzian, Tonic etc...)
  - **Umami** (Tomateninfusionen, fermentierte Zutaten, Pilztinkturen, Thunfisch, Fleisch etc...)

### 2. Komplexität in der Cocktailentwicklung

- Ziel: Strukturierte Geschmackskomposition in Phasen: Auftakt - Körper - Abgang
- Säure-Süße-Balance als Fundament moderner Rezepturen
- Umami als „Mundfülle-Generator“ → verlängert den Geschmackseindruck
- Bitterstoffe als Intelligenzverstärker des Profils - sie erzeugen Länge und Charakter

### 3. Sensorische Tiefe & Textur

- Temperatur moduliert Geschmack: kalte Getränke maskieren Süße, betonen Bitterkeit



- Viskosität (durch Zuckergehalt, Eiweiß, Emulgatoren) beeinflusst die Wahrnehmung
  - Fat-Washing, Milch-Clarification & Kombucha-Infusionen als fortgeschrittene Methoden
- 

#### IV. DIE ANDEREN SINNE IN DER PRAXIS

##### 1. SEHSINN (VISUELLER EINDRUCK)

- Farbe signalisiert Aromenerwartung: z.B. grün = frisch / pflanzlich, rot = süß / fruchtig
- Klare Drinks suggerieren Eleganz, getrübte Drinks „Handwerk“ oder Natürlichkeit
- Garnituren & Gläser schaffen Markencharakter - visuelle Unterschrift jeder Kreation

##### 2. TASTSINN (HAPTİK)

- Glasoberfläche, Temperatur, Viskosität & CO<sub>2</sub>-Druck als haptische Sensoren
- Haptik der Garnitur (z.B. crunchy Salzrand vs. samtiger Schaum) ergänzt das Geschmackserlebnis
- Trockeneis, gecrushtes Eis, Glasformen (doppeltwandig vs. Kristall) bewusst einsetzen

##### 3. GEHÖR (AUDITIVER SINN)

- Klang beim Einschenken, Klirren von Eis, Sprudeln von Tonic - unterschätzter Erlebnisfaktor
  - Hintergrundmusik beeinflusst Aromawahrnehmung und emotionale Bewertung des Gesamteindrucks
- 

#### V. FAZIT: *SENSORIK ALS HANDWERK & KUNST*

Für Küchen- und Servicepädagogik ist sensorisches Training ein zentrales Werkzeug der Qualitätssteigerung. Cocktails bieten als sensorische Kompositionen eine ideale Bühne, um Theorie und Praxis zu verbinden. Der bewusste punktuelle Einsatz von Gerüchen und gezielte Geschmacksveränderungen machen nicht nur Produkte besser, sondern vermitteln Gästen bleibende Erinnerungen.



Was werden wir jetzt verkosten?

**1. Margarita aber etwas anders**

Rapid Infused Tequila Reposado mit Orangenblüten, Zitronenbaumblättern, Shiitake und Szechuan Pfeffer. Dazu Cointreau, frischer Limettensaft und Honig-Orangenblütensalz.

Notitzen:

**2. Sexy Vermouth Tonic**

Rapid Infused Martini Bianco mit Zitronenzesten, Arrabica Kaffee und Tonka Bohne. Top up mit Thomas Henry Tonic Water.

Notitzen:

**3. Tease me Twice**

London Mule Twist mit Kalamansi Vanille Espuma und Galgant Wurzel Sous Vide Infused Gin.

Notitzen:

**Mittwoch, 25. Juni 2025**

**GELATO SHOWROOM – Speiseeis-Workshop | Fa. Stölner**

### **Die 3 Bestandteile von Eis:**

- **Die LUFT**

wird beim Gefriervorgang eingearbeitet und ist zuständig für VOLUMEN und LOCKERUNG des Speiseeises.

LUFT macht ein Cremiger => idealerweise 25 – 35 %  
(Industrie bis 50 %)

- **Das WASSER**

wird in Form von Milch, Schlagobers, Früchten und Ähnlichem zugegeben

Das Wasser ist die AUSHÄRTENDE SUBSTANZ im Eis, weil es durch das Gefrieren die EISKRISTALLE bildet.

- **Die TROCKENMASSE**

wird in Form von Zuckern (Saccharose, Glucose, Dextrose, ...), Fetten (Butter, Öle, ...) und Zellulose zugegeben.

Sie gibt dem Eis STRUKTUR und den KÖRPER.

Mehr Infos zum Betrieb: <https://www.stoelner.at/leistungen/gelato>

Hier geht's zum aktuellen  
**Gelato-Katalog**



Hier geht's zum aktuellen  
**Gastro-Katalog**



<b>Eisart</b>	<b>Definition laut Verordnung</b>	<b>Mindestanforderungen</b>	<b>Besonderheiten / Hinweise</b>
<b>Milcheis</b>	Speiseeis auf Milchbasis	Mind. <b>2,5 % Milchfett</b>	Enthält Milch, Magermilch, Sahne etc.
<b>Cremeeis</b>	Reichhaltiger als Milcheis	Mind. <b>8 % Milchfett</b>	Creziger Geschmack
<b>Rahmeis</b> (Sahneeis)	Hoher Fettanteil aus Milch	Mind. <b>18 % Milchfett</b>	Sehr sahnig und fettreich
<b>Fruchteis</b>	Milchbasis + Frucht	Mind. <b>20 % Frucht</b> (bzw. 10 % bei Zitrus- oder tropischen Früchten)	Muss echten Fruchtanteil enthalten
<b>Sorbet</b>	Wasserbasis + Frucht	Mind. <b>25 % Frucht</b> (bzw. 15 % bei Zitrus- /tropischen Früchten)	Kein Milchfett erlaubt
<b>Wassereis</b>	Wasserbasis, aromatisiert	Keine Mindestmenge Frucht oder Fett	Zucker, Aroma, Farbstoffe erlaubt
<b>Eis mit Pflanzenfett</b>	Ersatz von Milchfett durch pflanzliches Fett	<b>Kennzeichnungspflichtig</b>	Muss z. B. als „Eis mit Kokosfett“ bezeichnet werden
<b>Eiscreme</b>	Bezeichnung oft für Eis mit Milchanteil (meist industriell)	Kein rechtlich definierter Begriff, aber oft analog zu Cremeeis	In DE teilweise anders geregelt als in AT
<b>Veganes Eis</b>	Frei von tierischen Zutaten	<b>Keine Milch, Eier, Honig etc.</b>	„Vegan“ nur bei vollständigem Verzicht und sauberer Produktion erlaubt

## **FIRELAND FOODS – Chili-Manufaktur /-Workshop**

Fireland Foods hat sich von einem regionalen Chili-Hobby binnen weniger Jahre zu einer international ausgezeichneten Chili-Manufaktur entwickelt. Neben einem reichen Produktportfolio steht besonders die Erlebniswelt im Fokus.

- **Anfang & Ursprung**

Gegründet 2007 von Richard Fohringer – sein Chilihobby startete mit 6 Jungpflanzen, daraus entstand im Laufe der Jahre (2012 – Fireland Foods) die Leidenschaft zur professionellen Chili-Manufaktur. Heute sind 14 MitarbeiterInnen beschäftigt, welche rund 600.000 Flaschen produzieren.

- **Sortenarchiv**

Mehr als 1.200 Chili-Sorten in der Sammlung, davon 20–30 wichtige Sorten (zB Habanero oder Cheyenne) im Einsatz – darunter extrem scharfe wie Carolina Reaper, Red Savina, Moruga (allerdings verzichtet man auf Pepper X)

- **Jährlicher Output**

Über 20 Tonnen Chilis werden jährlich geerntet und weiterverarbeitet, regional auf mehreren heimischen Betrieben (Österreich + Spanien) angebaut

- **Produktpalette**

Umfasst Chili- & BBQ-Saucen, Ketchup & Senf, Gewürzmischungen, Snacks, frische & getrocknete Chilis sowie Anzuchtzubehör.

- **Neuestes Projekt**

Seit heuer auch Paradeiser in eigener Produktion

- Jänner – ziehen
- März – ins Freiland (Tunnel - beheizt)
- gegen Blattläuse > Marienkäfer

Mehr Infos zum Betrieb: <https://www.fireland-foods.com/>

## **STADTFÜHRUNG – St.Pölten | Tourismusbüro Anita Schuster**

### **3 Säulen:**

- Altstadt - Barock
- Regierungsviertel - Glas & Beton
- Seen - Natur (Erholung & Sport)

### **2 Färbungen:**

- Altstadt St.Pölten ROT
- Regierungsviertel SCHWARZ

Das historische Rathaus von St. Pölten beeindruckt durch seine barocke Prägung, insbesondere durch den Einfluss von **Jacob Branddauer und seinen Neffen**, die das Stadtbild maßgeblich mitgestalteten. Während des Rundgangs konnten typische Elemente dieser Zeit bewundert werden, darunter das Rathaus mit den **Renaissance-Fenster** und den **gotische Nischensitzbänke**, die den Wandel der Stilepochen anschaulich machen.

Ein besonderes Highlight war das **Tellerhaus**, bekannt für seine Fassade mit **168 Tellern**, und das Haus selbst, im beliebten **Zwiebelmuster** bemalt sind. Dieses Gebäude verweist auf die lange Geschichte des Tischkulturhandels in der Stadt, unterstrichen durch das ehemalige **exklusive Geschirrgeschäft Schreiber**, das für Eleganz und Elitarismus stand.

Mehr Infos: <https://www.stpoeltenham.at/stadttouren>

## **EMPFANG im Rathaus | Vizebürgermeister Harald Ludwig**

- Absolvent der TS Bludenz
- Sehr positive Worte über die TS im Allgemeinen

## **Allgemeines**

- **St. Pölten** ist seit **1986** die Landeshauptstadt von **Niederösterreich**.
- Die Stadt zählt rund **60.000 Einwohner**.

## **Wirtschaft & Infrastruktur**

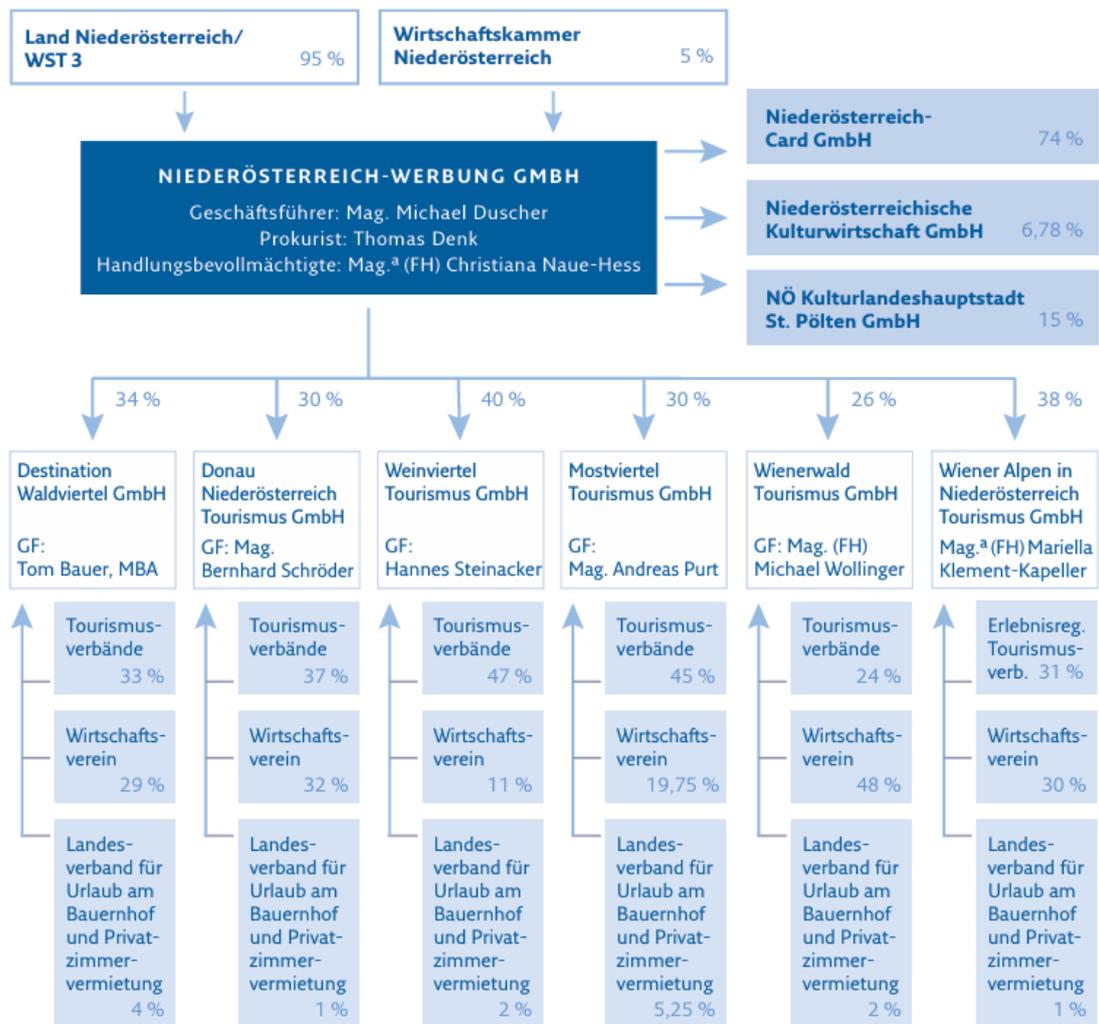
- **Größter Arbeitgeber:** Der **Gesundheitssektor** mit etwa **3.500 Beschäftigten**.
- Weitere wachsende Branchen: **Gastronomie und Hotellerie** befinden sich im **Aufschwung**.
- **LUP (Stadtbus-System):** Der Name ist inspiriert vom **Passauer Wolf**, der auch im Stadtwappen vorkommt.

## **Katastrophenschutz**

- Beim **Hochwasser im September 2024** wurden rund **2.800 Personen** geschädigt – eine der größten Herausforderungen der letzten Jahre.
- Budgeteinschränkungen aufgrund der geringen Einwohnerzahl

# IMPULSVORTRAG – NÖ Werbung | Jürgen Mayerhofer

Event-Marketing / Service Design / Nachhaltigkeit / MedKF-TG



Mehr Infos: <https://tourismus.niederoesterreich.at/>

## Ehemalige SYNAGOGE – St.Pölten

### Historischer Hintergrund

- **Errichtung & Architektur (1912–1913):** Das Jugendstil-Gebäude wurde nach Plänen von Theodor Schreier und Viktor Postelberg erbaut und zählt zu den bedeutendsten Synagogen Niederösterreichs.
- **Zerstörung 1938:** Während der Novemberpogrome am 10. November 1938 wurde das Gotteshaus angezündet, was noch gelöscht werden konnte, aber am 11. November 1938 wurde der Tempel dann schwer beschädigt und „arisiert“, war danach gar als Möbellager oder Zwangsarbeiterunterkunft genutzt.

### Nachkriegszeit & Restaurierungen

- **Restitution & Verfall:** 1945 kam das Gebäude zunächst an die Stadt, 1952 an die IKG Wien, hatte anschließend jedoch kaum Nutzung. 1975 drohte sogar der Abriss, der durch Denkmalschutz verhindert wurde.
- **Erste Restaurierung (1980–1984):** Die prachtvollen Wandmalereien, insbesondere in der Kuppel, wurden aufgrund wiedergefundener Schablonen originalgetreu rekonstruiert. 1988 zog das Institut für jüdische Geschichte Österreichs in das angrenzende Kantorhaus ein. Bei der ersten Restaurierung wurden auch einige Bestandteile nicht restauriert und weggegeben, welche später nicht mehr wiedergegeben werden konnten.

### Heute: Kultur- und Gedenkort

- **Kultur St. Pölten 2024:** Ab 2022 wurde das Gebäude umfassend saniert und barrierefrei umgebaut – unterstützt von Stadt, Land Niederösterreich und Bundesmitteln (ca. 4,6 Mio €).
- **Wiedereröffnung:** Am 18. April 2024 wurde die „Ehemalige Synagoge“ als modernes Kultur- und Gedenkzentrum eröffnet. Sie dient heute Ausstellungen, Konzerten, dem Musikfestival „Jewish Weekends“ und mediengestützter Geschichtsvermittlung.

### Dauerausstellung & Bildungsangebote

- **„Die Synagoge und ihre Gemeinde“:** Präsentiert auf der Frauenempore, mit originalen Objekten, Fotos und Dokumenten zur Geschichte der St. Pöltner Kultusgemeinde.
- **Vermittlungsprogramme:** Führungen und Workshops für Kinder, Jugendliche und Erwachsene regen zur Auseinandersetzung mit jüdischer Geschichte, NS-Zeit und Gegenwart an.

## **Bedeutung & Architektur**

- **Einzigartig in Niederösterreich:** Die Synagoge ist die einzige jugendstil-geschaffene Synagoge der Region, mit aufwendigen Ornamenten im Stil der Wiener Werkstätte.
- **Lichtskulptur als Kunstintervention:** Die jüngste Adaptierung integriert in den Innenraum ein modernes Kunstwerk aus Licht, das symbolisch die Räume durchdringt.

## **Fazit**

Die ehemalige Synagoge St. Pölten verbindet eindrucksvoll Erinnerung, Gedenkarbeit und lebendige Kulturvermittlung. Sie steht als Mahnmal für eine zerstörte jüdische Gemeinde – und gleichzeitig als moderne Plattform für Bildung, Begegnung und künstlerischen Austausch in der Gegenwart.

*Mehr Infos:* <https://www.ehemalige-synagoge.at/de>

## GALA-DINNER – Vinzenz Pauli | Maurice Harant & Werner Punz

Mehr Infos zum Betrieb: <https://vinzenzpauli.at/>



## GALADINNER

Praxislehrer:innen Brush up 2025

25. Juni 2025

## Aperitif

Riesling Sekt „Haus Österreich“, extratrocken  
Winzer Krems – Sandgrube 13, Niederösterreich

## Weinbegleitung

2024 Sauvignon Blanc „Caroline“, trocken  
Weingut Stefan Hagmann, Kremstal

2023 Wagram DAC Roter Veltliner „Sigmund“, trocken  
Urbanihof / Fam. Paschinger, Wagram

2024 Traisental DAC Grüner Veltliner „Ried Setzen“, trocken  
Weingut Leopold Figl, Traisental  
oder

2024 Chardonnay, trocken  
Weingut Leopold Figl, Traisental  
oder

2023 Blauer Zweigelt aus dem kleinen Holzfass, trocken  
Weingut Karl Proidl, Kremstal

2024 Muscaris, süß  
Weingut Karl Proidl, Kremstal

## Menü

### Brot & Butter

### Gurken Gazpacho

Würzige Gazpacho von der Bio Gurke  
Kräuteröl / Linsencracker

### Onsen Ei vom Bio Huhn

fermentiertes Emmerkorn Risotto / Erdäpfelschaum / Mangold Salat

### 36 h geschmortes Bio Rind

gebratene Eierschwammerl / Bio Polentaschnitte  
glasierte Bio-Karotte / Sauce aus Szechuan Blatt

### Bio Joghurt

Ragout & Eis von der Tempelmayr Erdbeere  
Bio Joghurt Mousse / Bio Fenchel Salat / Gewürzmeringe

## Donnerstag, 26. Juni 2025

### **Besuch des WOCHENMARKTES am Domplatz | Michael Gruber / Marktamt**

Die Wochenmärkte in St. Pölten sind weit mehr als Einkaufsmöglichkeiten – sie sind ein Erlebnis-Ort mit regionalem Charme, freundlicher Atmosphäre und kulinarischer Vielfalt. Ideal für alle, die Wert auf frische Lebensmittel und lebendige Gemeinschaft legen.

### **Wochenmarkt am Domplatz & Herrenplatz**

- **Tage & Uhrzeit:** Jeweils **Donnerstag & Samstag von 07:00 bis 12:30 Uhr**
- **Angebot:**
  - Ganzjährig: regionale Produkte wie Obst, Gemüse, Fleisch (inkl. Wild, Geflügel, Kaninchen), Fisch, Käse, Honig, Hausgemachtes usw.
  - Hauptsaison: Kräuter, Zierpflanzen, Säfte, Brot, Marmeladen, lokale Getränke (Bier, Wein, Schnaps) – oft sogar verkostbar
  - Hinzu kommen Textilien, Körbe und Kunsthandwerk
- **Atmosphäre:** Bekannt als der „Bauch von St.Pölten“ – ein sozialer Treffpunkt mit lebendigem Flair. Kaffee, regionale Biere und Gespräche prägen das Marktleben

Mehr Infos: <https://www.st-poelten.at/freizeit/aktivitaeten/maerkte/9135-wochenmarkt-am-domplatz>

### **IMPULSVORTRAG – Gastro-Konzepte „Die Welt der Spiele“ | Otto Raimitz**

#### **Das „-Spiel“ Konzept – Kernelemente**

##### **1. Markenbildung durch Namensgebung**

Jeder Gastronomiebetrieb trägt den Zusatz „Spiel“ – z. B. **Wellen.Spiel, Genuss.Spiel, Schau.Spiel, Markt.Spiel, Klang.Spiel, Heim.Spiel.**

Der Name soll ein spielerisches Erlebnis versprechen und eine starke Wiedererkennbarkeit schaffen.

##### **2. Tageszeitlich abgestimmtes Angebot**

Jeder Standort bietet durchgehend von früh bis spät passende Angebote: Frühstück, ein „Quick-Menu“ zur Mittagszeit, nachmittags Kaffee & Kuchen und abends Fine Dining. Beim **Markt.Spiel** in Krems wird sogar versprochen: „Wenn das Quick-Menu nicht in 5 Minuten da ist, zahlt man nichts.“

### 3. **Individuelle Architektur & Erlebnis**

Die Locations werden mit regionalem und historischem Ambiente entwickelt – ob historische Gewölbe wie beim **Schau.Spiel** in St. Pölten oder umgebaute Bankfilialen beim **Markt.Spiel**. Live-Musik und Unterhaltungselemente wie DJ und Saxophon sorgen zusätzliches Flair.

### 4. **Standort-Vielfalt**

Der Gastro-Unternehmer setzt bewusst auf verschiedene Formate:

- **Heim.Spiel** (Krems-Stein) – Café
- **Wellen.Spiel** (Donau, Krems) – Frühstück & Relax-Lounge
- **Genuss.Spiel** (Mariandl) – Café/Restaurant
- **Schau.Spiel** (St. Pölten) – Café/Bar/Restaurant mit Vinothek
- **Markt.Spiel** (Krems Markt) – kulinarischer Treffpunkt mit Videowand-Schauküche
- **Klang.Spiel** (St. Pölten-Stattersdorf) – neue Ergänzungen im Stil seines modularen Konzepts

### 5. **Flexibilität & schnelles Service**

Der Fokus liegt auf Effizienz – besonders beim Mittagstaschen-Angebot – und Atmosphäre: freundlicher Service, hohe Standards, Musik-Entertainment und offene Kochtische.

Mehr Infos zum Betrieb: <https://www.ottoraimitz.at/>

## **Generalversammlung**

Protokoll wurde an die Mitglieder per E-Mail ausgesendet.