

MEDIENSERVICE

Genuss ist unser Bier!

Bei den öö. KultiWirten steht
wieder Brausilvester im Kalender

Linz, 22. September 2021

Ihre Gesprächspartner:

Markus Achleitner
Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat OÖ

Thomas Mayr-Stockinger
Fachgruppenobmann der öö. Gastronomie

Reinhard Guttner
Obmann-Stellvertreter der öö. KultiWirte

Oö. KultiWirte laden wieder zum Brausilvester

„Oberösterreichs KultiWirte sind keine Schaumschläger. Was sie kredenzen, ist echt“, versichert Reinhard Guttner, Obmann-Stellvertreter der oö. KultiWirte, und lädt unter dem Motto „Genuss ist unser Bier“ auch heuer wieder zum Brausilvester ein.

Die rund 70 Mitgliedsbetriebe der oö. KultiWirte nehmen dieses in Braukreisen traditionsreiche Datum heuer bereits zum 4. Mal zum Anlass, mit ihren Gästen auf ein „happy new beer“ anzustoßen und den ganzen Oktober über Bier in all seinen Facetten in den Mittelpunkt des Wirtshausalltags zu rücken. Der Bogen spannt sich dabei von einer erweiterten Bierauswahl auf der Getränkekarte über echt „bierige“ Gerichte bis hin zu Menüabenden, bei denen die KultiWirte ihrer Kreativität rund ums Bier keine Grenzen setzen, betont Guttner.

Eigens für Brausilvester hat die Brau Union nach der erfolgreichen Premiere im Vorjahr erneut ein spezielles Bier eingebraut, das bei allen teilnehmenden KultiWirte-Betrieben ausgeschenkt wird. Das KULT ist ungefiltert, leuchtend bernsteinfarben und besonders charakterstark mit intensiver Malzblume und feiner Karamellnote. Mit 5,3 Volumsprozent Alkoholgehalt und 12,5 Grad Stammwürze präsentiert sich dieses Bier am Gaumen sehr vollmundig, malzig, mild und zart gehopft, macht Verkaufsdirektor Josef Paukenhaider Gusto auf einen genüsslichen Schluck.

Bier-Eldorado Oberösterreich

Das Brausilvester-Gebräu KULT darf auch als Beispiel dafür gesehen werden, wie aktiv unsere Brauereien an der Realisierung des strategischen Ziels mitwirken, dem Land Oberösterreich ein eigenständiges, unverwechselbares Kulinarik-Profil zu verschaffen. Sie haben es in der Hand, Oberösterreich zu einem international anerkannten Bier-Eldorado zu entwickeln.

Die Kreativität der Brauer unseres Landes, ob in der Bierregion Innviertel oder in der Bierweltregion Mühlviertel, steigert die Vielfalt des bierigen Angebots enorm - von süffig leichten Biersorten über die trendigen Craft-Biere bis hin zu erlesenen Bockbier-Spezialitäten kommt jeder Bierliebhaber auf seine Kosten. Ergänzt wird diese Vielfalt zusätzlich durch das hopfige Programm der diversen Wirtshausbrauereien und Hobbybrauer.

Profilierung mit Genuss-Lifestyle

„Wir sind alle hungrig auf echt. Was könnte also treffender zur erfolgreichen Umsetzung unserer Kulinarik-Strategie beitragen als Schwerpunktaktionen wie das Brausilvester“, ist Wirtschafts- und Tourismus-Landesrat Markus Achleitner von diesem mehrwöchigen Kulinarik-Event der oö. KultiWirte begeistert.

Die Kulinarik ist in der Landes-Tourismusstrategie 2022 ein zentrales Thema. Die Entwicklung eines geschärften Kulinarik-Profiles für Oberösterreich wurde deshalb als einer der vier Meilensteine dafür definiert. „Wir wollen den Gast mit einem umfassenden Genusslebnis, das alle relevanten Branchen und Bereiche einbezieht, verwöhnen und begeistern“, nennt Landesrat Achleitner das vorrangige Ziel der Kulinarikstrategie. Zur Definierung von Kulinarik als Genuss-Lifestyle gehört auch die emotionale und erlebnisorientierte Inszenierung der Genussangebote, die neben den Produkten und Angeboten auch die dahinterstehenden Menschen auf die Bühne holt. Die oö. KultiWirte haben diese Inszenierung unter anderem mit dem Brausilvester bereits erfolgreich gestartet.

„Die KultiWirte sind auch ein wertvoller Partner des Biernetzwerks und der dazu gehörenden Kampagne ‚Bierjuwel Oberösterreich‘, die von Brauereien, den Tourismusverbänden und der Gastronomie unter Koordination des Oberösterreich Tourismus umgesetzt wird“, so Landesrat Achleitner. Das „Bierjuwel Oberösterreich“ steht für exklusive Erlebnisse rund um das Thema Bier in Oberösterreich, von der Verkostung exklusiver Spezialitäten über Brauseminare bis hin zu Veranstaltungsreihen.

Die Kulinarik ist einer der wesentlichen Kontaktpunkte, mit denen der Gast die Lebenskultur Oberösterreichs kennenlernen und genießen kann - und dem er einen hohen Stellenwert beimisst: 39 Prozent der Urlauber besuchen während ihres Aufenthaltes ein Gasthaus bzw. Restaurant, 23 Prozent wollen explizit die typischen Speisen und Getränke der Region konsumieren, zitiert Achleitner aus T-MONA, dem Tourismus Monitor Austria. „Es ist unser Ziel, eine branchen- und betriebsübergreifende Allianz von der Produktion und Veredelung von Lebensmitteln bis hinein in die Gastronomie aufzubauen, die diese Stärken bündelt und für den Gast am Gaumen erlebbar macht“, verrät der oö. Tourismus-Landesrat.

Kulinarik gastfreundlich serviert

Für Wirteobmann Thomas Mayr-Stockinger kommt das Brausilvester der KultiWirte heuer gelegener denn je. Für einen gelungenen Restart nach der langen Corona-Pause ist jede Aktion willkommen, die Gäste zusätzlich motiviert, wieder ins Wirtshaus zu gehen. „Kulinarik und Geselligkeit dürfen nicht unter die Räder kommen. Das wäre ein gewaltiger Schaden für die Kultur unseres Landes“, so Mayr-Stockinger, der über jede Aktivität froh ist, die den Corona-gebeutelten Wirten wieder Gäste in die Stuben bringen.

Deshalb unterstützt der Branchenverbund Gastronomie und Hotellerie auch tatkräftig die diversen Wirtekooperationen, weil diese nicht nur kulinarisch, sondern auch mit ihrem Auftreten und ihren Aktivitäten dafür sorgen, dass das Ferien- und Urlaubsland Oberösterreich bei den Gästen so authentisch ankommt, wie diese sich das wünschen. Gerade bei den KultiWirten steht dieser Aspekt hoch im Kurs, was sich unter anderem auch in ihrem breitgefächerten Aus- und Weiterbildungsprogramm widerspiegelt, hebt Mayr-Stockinger hervor. Der Gast erwartet nicht nur Qualität am Teller, sondern genauso beim Service. Deshalb findet man neben „Kulinarik“, „Naturräume“ und „Digitalisierung“ auch die „Menschen“ als wesentlichen Meilenstein in der Landes-Tourismusstrategie 2022 verankert.

„Beim Meilenstein ‚Menschen‘ geht es zum einen darum, genügend Lehrlinge und Fachkräfte für die Branche zu finden, die auch im Hinblick auf zukünftige Gästebedürfnisse ausreichend qualifiziert sind. Zum anderem soll das Image der Tourismusberufe nachhaltig erhöht werden“, betont der Wirteobmann. Die Fachgruppen Gastronomie und Hotellerie haben dafür u. a. Projekte wie die Branchen-Frühinformativ-Workshops in Grundschulen „get a job“ und die Imagekampagne „Gastronomie/Hotellerie - das Richtige für mich“ ins Leben gerufen.

KultiWirte - eine starke Marke in der oö. Gastro-Landschaft

Mit aktuell 70 KultiWirten bietet Oberösterreich seinen Gästen wie auch den Einheimischen eine Vielzahl von traditionellen Wirtshäusern, die sich kompromisslos der typisch oberösterreichischen Wirtshauskultur verschrieben haben. Mit frischer regionaler Küche, Z'sammsitzen am Stammtisch, Wirt und Wirtin als Seele und Ansprechperson und dem Flair vertrauter heimi-

scher Gastlichkeit leben die KultiWirte das ganze Jahr über ihr Credo „genussvoll, regional, ehrlich, leidenschaftlich, herzlich und gemütlich“.

Die Wirte bieten den Gästen ein unverkennbares Angebot, das kontinuierlich verbessert wird. Zum Wohle der Gäste investieren sie auch in die Weiterbildung und Mitarbeiterschulung. „Die KultiWirte haben sich zu einer starken Marke in der heimischen Gastro-Landschaft entwickelt. Seit Oktober 2002 repräsentieren sie die ‚Wirtshauskultur des Landes‘. Sie bekennen sich zur oberösterreichischen Gastlichkeit im Spannungsfeld von Tradition und moderner Gastronomie“, nennt KultiWirte-Obmann-Stellvertreter Reinhard Guttner ein wesentliches Kriterium dieser erfolgreichen Wirtekooperation.

Die öö. KultiWirte zeigen sich nicht nur traditionsbewusst und authentisch, sie haben auch das nötige Gespür für den Blick in die Zukunft. Beispielgebend dafür verweist Guttner auf die innovative KultiWirte-App, die auch in den Meilenstein „Digitalisierung“ der Landes-Tourismusstrategie einzahlt. Indem sie digital dazu beiträgt, die Bedürfnisse frühzeitig und leichter zu erkennen, stellt sie ein Win-Win-Tool für Gastronomen und Hoteliers sowie für ihre Gäste dar. Auf dieser App ist natürlich - ebenso wie auf der KultiWirte-Website www.kultiwirte.at unter „Do tuat si wos“ - eine aktuelle Übersicht über alle heurigen Brausilvester-Aktivitäten der KultiWirte zu finden.

Was ist Brausilvester?

Das Brauchtum Brausilvester stammt aus einer Zeit, in der es nicht möglich war, ganzjährig Bier zu brauen, weil man nicht über geeignete Kühlsysteme verfügte. Deshalb wurde vor der Erfindung von Kühlgeräten die Bierherstellung in den heißen Sommermonaten schlichtweg ausgesetzt. Erst Anfang Oktober konnte die Bierproduktion mit Hopfen und Getreide aus der frischen Ernte wieder bedenkenlos aufgenommen werden. Die Brausaison beschränkte sich damals also auf den Zeitraum zwischen Michaeli (29. September) und Georgi (23. April).

Auch wenn moderne Technik die sommerliche Produktionspause mittlerweile obsolet gemacht hat, nutzen die KultiWirte traditionsverbunden das Brausilvester, um dieses Brauchtum - kulinarisch begleitet - wieder aufleben zu lassen, und drücken den nächsten Wochen in ihren Gaststuben einen „bierigen Stempel“ auf.

Den ganzen Oktober über steht bei den oö. KultiWirten die große Vielfalt der heimischen Bierauswahl mit dazu passenden Schmankerln im Mittelpunkt.