

Gastronomiekonzept Wirtshaus zum Hoffeld



Basiskonzept für einen Gastronomiebetrieb:
Wirtshaus zum Hoffeld / Gasthaus zum Hoffeld / Zum Hoffeld
(Cafe – Restaurant – Bar – Events)

Index

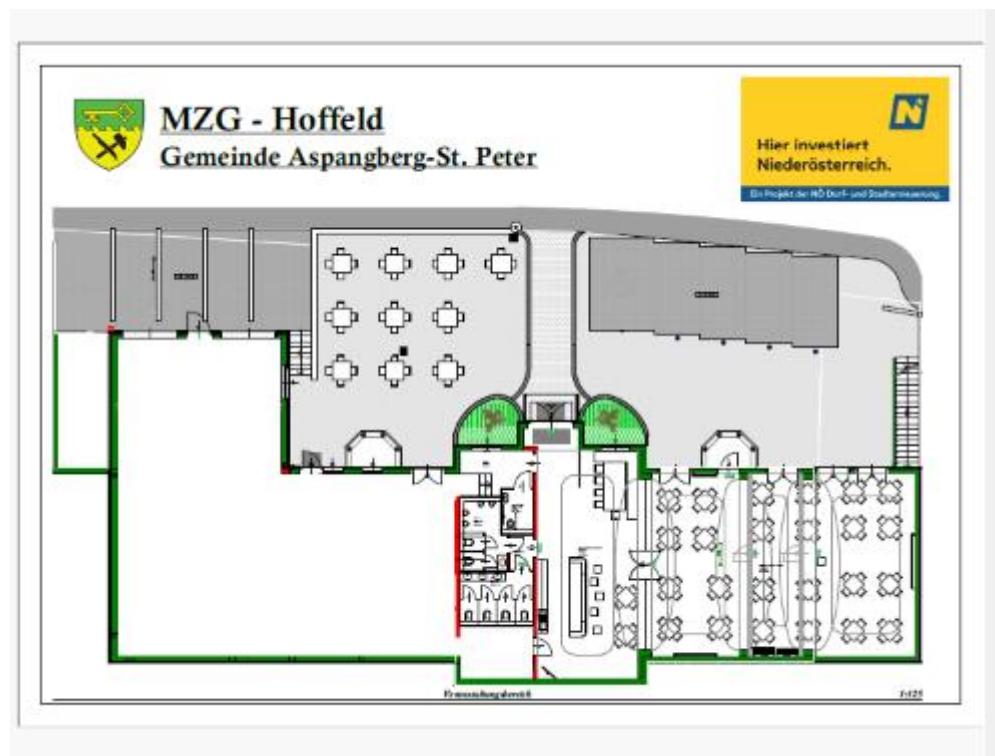
- Ausgangslage
- zukünftige Ausrichtung
- die DNA der Küche
- Definition der Zielgruppen
- Speisen (Schwerpunkte + Konzept)
- Getränke (Schwerpunkte)
- Mitbewerber
- Design & Ambiente
- Marketingstrategie
- Preisgestaltung/Investitionen
- Kriterienkatalog
- Speisenauswahl/Vorschläge

1. Ausgangslage

das bestehende Gasthaus befindet sich im Erdgeschoss eines Mehrzweckgebäudes, welches im Jahr 2022 fertiggestellt und eröffnet wurde (Baustart im Jahr 2020). Das Gasthaus ist in 3 Bereiche unterteilt, einen Eingangsbereich mit einem großen Holztisch sowie Barbereich, Restaurantbereich/Gaststube (getrennt vom Barbereich mittels einer Glaswand), sowie einen multifunktionalem Veranstaltungsbereich für Seminare, Vorträge, private Feiern und Veranstaltungen. Durch den Einsatz einer mobilen Trennwand kann der Restaurantbereich für größere Veranstaltungen hinzugefügt werden. Im Gebäude befindet sich ebenfalls eine Arztpraxis sowie der Musikerheim des Musikvereines Aspangberg-St. Peter.

Ruhige Lage direkt im Ortsteil Hoffeld der Gemeinde Aspangberg-St. Peter, nahe Aspang-Markt, St. Corona am Wechsel mit den Wexl Trails sowie Mönichkirchen mit der Erlebnisalm sind in 15-20 Minuten mit dem Auto zu erreichen.

Nach 2 Pächter/Betreiber soll das Gasthaus neu konzipiert werden, um dann, in Absprache mit der Gemeinde Aspangberg-St. Peter, die nächsten Schritte für eine Wiederbelebung zu definieren.



Kapazitäten und Ausstattung der 3 Bereichen : sind noch zu definieren

Küchenausstattung : ist noch zu definieren

2. zukünftige Ausrichtung

Vision: das Wirtshaus zum Hoffeld soll als Gastronomiebetrieb bestehend aus 3 Säulen am lokalen/nationalen Markt positioniert werden.

1. ein klassisches Wirtshaus, welches eine traditionelle österreichische Küche geprägt von lokale/regionale Einflüsse anbietet (Einbindung von lokalen und regionalen Partnern) inklusive Barbetrieb
2. ein Gasthaus mit einem Kaffee- und Teeangebot sowie hausgemachten Mehlspeisen (11.00 – 16.00 Uhr) für lokale Kaffeerunden
3. ein Gasthaus als Treffpunkt und Veranstaltungsort für Sitzungen, Tagungen, private Feiern sowie geschlossene Veranstaltungen

Mission: Gästen ein kulinarisches Erlebnis mit Wohlfühlcharakter bieten, dass die Werte von Heimat, Genuss und Gemeinschaft in den Mittelpunkt stellt, dies in gemütlicher Atmosphäre sowie unter Einbindung der 3 Säulen der Kulinarik in Niederösterreich: Weinkultur, Wirtshauskultur und regionale Produktkultur.

3. die DNA der Küche

- die Vielfalt und Weite des Wechsellandes bzw. Wiener Alpen spürbar und sichtbar machen
- auf das ‚Einfache‘ fokussieren : Gäste haben mehr Interesse an ehrliche, bodenständige Küche sowie Gerichte mit Geschichte bzw. wo die Herkunft deutlich hervorgehoben wird als an vielgängige Menüs aus Luxusprodukten
- Nachhaltigkeit : wichtig ist die Verwendung von saisonalen und regionalen Produkten, die umweltgerecht, fair und gesund hergestellt werden

4. Definition der Zielgruppe(n)

Zielgruppe 1: die Einwohner von Hoffeld (Ortsteil der Gemeinde Aspangberg-St. Peter mit 400+ Einwohner), Aspangberg – St. Peter, Aspang-Markt sowie Nachbargemeinden im Wechselland und angrenzende Gemeinden in der Buckligen Welt. Menschen, die Wert auf hochwertige Speisen sowie die heimische Wirtshauskultur (niederösterreichische Wirtshauskultur) legen.

Zielgruppe 2 : Familien, Touristen und Genießer, die eine lokale authentische, aber auch leicht kreative Küche schätzen und erleben möchten.

Zielgruppe 3 : lokale Firmen und Vereine (Vereins- und Gemeindesitzungen, Veranstaltungen, Meetings, kleinere Events sowie private Feiern)

5. Speisen (Schwerpunkte + Konzept)

Schwerpunkt der Speisekarte liegt auf der klassischen österreichischen Küche mit Einbindung von lokalen Partnern (Bergkäserei, Wechselforelle, Hofladen Fam. Kronaus etc) im Wechslland sowie in der Region Wiener Alpen

1. Saisonale Specials (z. B. Spargelwochen, Wildgerichte im Herbst, winterliche Schmankerl, Fisch am Hoffeld, Burger Days, Frühling am Hoffeld)
2. Vegetarische Gerichte
3. Kindergerichte: angepasste Portionen mit spielerischen Elementen
4. Kleine Karte / Wochenkarte

Das Speisenkonzept und die finale Speisekarte sollten in Absprache mit der Gemeinde erstellt werden, mit einem starken Fokus auf „Rezepturen mit Geschichte, die ein Verständnis für die Region mitliefern“, dazu die Einbindung von Betrieben aus der Region (bäuerliche Betriebe, landwirtschaftliche Produktion), traditionelle Schwerpunkte (z.B. Bachforelle, Spargel, frische Kräuter, Betriebe mit Ab-Hof-Verkauf etc.) sowie das Eingehen auf besondere Bedürfnisse (z.B. Vegetarier:innen, nicht-alkoholische Alternativen, Allergien etc.), Lebensmittel aus dem nahen Umkreis beziehen – und als absolutes Muss – Kriterium die Regionalität und Saisonalität mit Convenience Food als No-Go.

6. Getränke (Schwerpunkte)

1. regionale Weine und Biere: eine starke Zusammenarbeit mit lokalen/regionalen Brauereien und Winzern (Schwarzbräu in Krumbach, Raxbräu in Hirschwang an der Rax, Wolfsbräu in Thernberg, Membier aus St. Valentin im Schwarzatal, Schneebergbräu in Würflach, Haßbacher Braueck/Privatbrauerei Martin Gruber in Haßbach) bzw. Brauereien und Winzern in Niederösterreich (Region Wiener Alpen)
2. Brauerei Puntigam als Hausmarke
3. hausgemachte Limonaden: mit Kräutern und Früchten der Saison.
4. Eine kleine Auswahl an Spritzer, klassische Cocktails/Longdrinks, Aperitifs und lokale Schnäpse und Brände
5. Alkoholfreie Getränke, eine Wassermanke sowie Leitungswasser
6. Kaffee- und Teespezialitäten

7. Mitbewerber

das Grimenstein in Grimenstein, Zum Fally in Warth, s'Hutwisch in Hochneukirchen, Gasthof Grüner Baum in Kirchberg am Wechsel, Hubertushof in Trattenbach, der Krumbacherhof in Krumbach, Gasthaus Höning in Kirchschlag.

8. Design & Ambiente

Stil:

Mischung aus Tradition und Moderne, rustikale Holzelemente kombiniert mit minimalistischer Einrichtung (siehe Stammtisch als Holz), passende Deko-Elemente aus Holz oder Metall



Farben:

warme Naturtöne, ergänzt durch Akzente in Grün, Braun/Beige und Kupfer.





Besondere Features:

- Eingangsbereich aus Glas mit Glasdach, Garderobe, ein großes Schild aus Holz mit Beschriftung (Wirtshaus am Hoffeld)
- lange Bartheke mit Barbeleuchtung und Barhocker
- Weinschrank und Präsentationstisch
- gemütliche Kaffeecke (Eckbank, 3-4 Kaffeetische samt Bestuhlung) mit Kuchenvitrine
- sowohl runde als auch eckige Tische im Restaurant (Stehtische vorhanden)
- großer Holztisch (als Stammtisch und Lesetisch mit Zeitungen und Magazinen)
- Terrasse mit Terrassenbestuhlung und Pflanzenbegrünung
- Moderne Bilder mit Sehenswürdigkeiten aus der Umgebung bzw. Landschaftsbilder
- Rückwände Bereich Bar und Restaurant entweder in 2 unterschiedliche Farben (grün und/oder braun) oder mit einer klassische Holzvertäfelung mit Wandbeleuchtung
- Trennwände aus Metall oder Holz
- Veranstaltungsbereich mit Leinwand, Beamer, weitere Tagungstechnik und passende Bestuhlung
- Besonderes Highlight ist ein ‚Heimat-Markt‘ oder Dorfladen, ein kleiner integrierter Shop oder eine Verkaufsecke, in dem Gäste regionale Produkte bzw. Produkte von Partnerbetrieben (z. B. Marmeladen, Honig, handgemachte Nudeln) kaufen können

Landschaftsbilder (Wechslland / Wiener Alpen):



Beleuchtung:

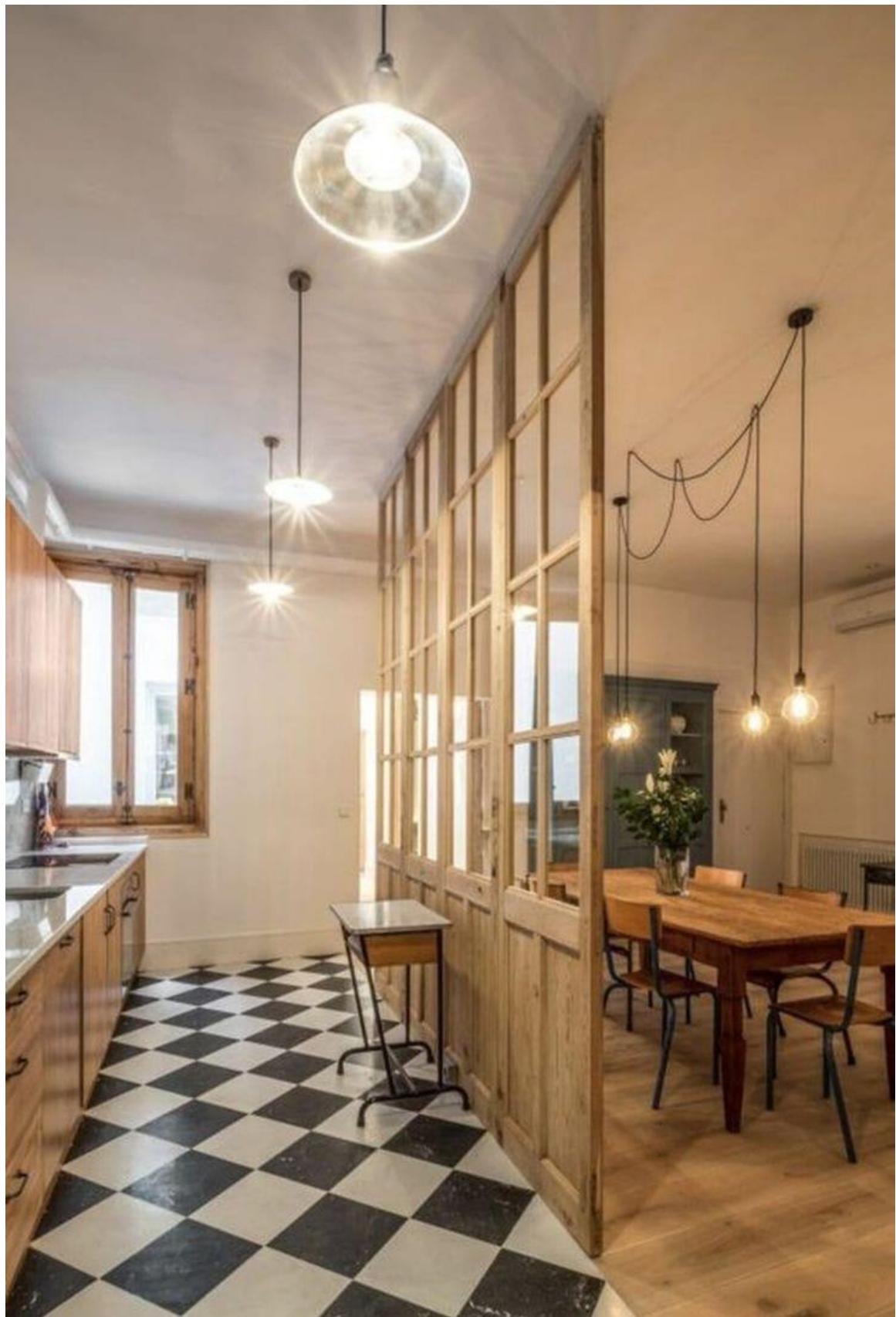
warme Beleuchtung über den einzelnen Tischen im Restaurantbereich, angenehme Barbeleuchtung, Wandbeleuchtung, Gläser mit Kerzen und/oder Teelichern.



Wandvertäfelung inklusive Wandbeleuchtung:



Beispiel Trennwand / Beleuchtung:



9. Marketingstrategie

Online-Präsenz / Website :

- eigene Website mit Logo, Slogan sowie Mission Statement
- Beispiel Slogan : ***Wo die Liebe den Tisch deckt, schmeckt das Essen am besten.***
- deutliche Navigationsleiste wo die 3 Säulen samt Kapazitäten und Möglichkeiten beschrieben sind
- klare Beschreibung der Küchenlinie (DNA der Küche)
- eine klare ansprechende Fotogalerie mit Bildern vom Wirtshaus (Bar, Restaurantbereich, Veranstaltungsbereich, Bilder von Speisen, Getränken inklusive Personenanzahl), Einbindung von allen Partnerbetriebe mittels Logo + Link zu deren Websites, Imagebilder der Region, Speisekarte, Getränkekarte, Preisliste für Miete, Technik und Tagungspauschale (Veranstaltungsraum) zum Downloaden
- Online-Reservierungstool (aleno, resmio, quandoo, dish.co, GloriaFood), eventuell mit integrierter Chatbot
- Bewertungstool bzw. Listings auf Bewertungsportale
- Gutscheine
- Kontaktdaten und Einbindung von Google Maps
- Einbindung von Social Media Plattformen sowie Logos der Partnerbetriebe, die Gemeinde Aspangberg-St. Peter, Wiener Alpen etc
- Impressum / AGB's / Sitemap / Datenschutz



Offline:

Redaktionelle Beiträge (+ gezielte Anzeigen) in alle lokalen Zeitungen (Wechsllandzeitung, Bote aus der Buckligen Welt, NÖN sowie Gemeindezeitungen), klare und zeitgerechte Kommunikation bzgl. Eröffnung an alle Gemeinden im Wechslland, Eintrag in branchenspezifische Magazine wie zB. das Servus Magazin.

Social Media: Aufbau einer Community, gezielte und regelmäßige Postings auf Facebook und Instagram, themenbezogen (Gerichte, „Behind the Scenes“, Rezepte, Saison-Specials), zu Besuch bei den Partnerbetrieben, Story-Telling, was bietet die Region, Events, mögliche Einbindung von Testimonials /Ambassadoren, das Leben im Dorfswirtshaus, „auf Schwammerlsuche in der Region‘, Eingliederung in definierte Social Media Plattformen

Partnerwebsites: Einbindung in ausgewählte branchenspezifische Webseiten wie zB www.a-list.at (Best of Austria)

Events: Kochkurse mit dem Küchenchef, Themenabende (z. B. Weinproben, regionale Brauerei-Tastings), Produktpräsentationen in Zusammenarbeit mit den lokalen/regionalen Partnerbetrieben, Kooperationen mit Tourismus- und Marketinginstitutionen wie zum Beispiel die diesjährige Eventreihe ‚Gedanken-Gänge, Lieblingsgerichte und Lebensgeschichten‘ der Wiener Alpen Tourismus GmbH

Zukünftiges Ziel : Anstrebung einer Zertifizierung als niederösterreichischer Wirthauskulturbetrieb

10. Preisgestaltung / Investitionen

Preisgestaltung : mittel bis gehoben, mit starker Fokus auf Preis-Leistungs-Verhältnis und gezielte Promotions/Angebote

Umsatztreiber : Abendgeschäft + Events/Veranstaltungen/Feierlichkeiten

Investitionen : Website, runde Tische, Beleuchtung, Kuchenvitrine, Weinschrank, Trennwände, Eckbank + Tische + Bestuhlung für Kaffeecke, Bilder, Wandvertäfelung aus Holz, Shop/Verkaufsecke, Dekoration, neue Menükarten (Finanzierung über Eigenkapital bzw. Gemeinde und regionale Förderungen?).

11. Kriterienkatalog

Kriterien als Leitfaden zur Entwicklung der Kulinarik im Wirtshaus/Gasthaus zum Hoffeld (siehe Impuls zur Entwicklung von kulinarischen Reisen durch das weite Land).

12. mögliche Speisenauswahl/Vorschläge

VORSPEISEN:

- Vorspeisenteller aus dem Wechselland (Forelle von der Wechselforelle, Frischkäse von der Bergkäserei auf Blattsalat, Carpaccio, Paradeiser, Roggenbrot von der Bäckerei Dorfstetter aus Mönichkirchen)
- Rote Rüben Carpaccio mit Ziegenkäse und Rucola
- Österreichische Bruschetta auf Schwarzbrot mit Bergkäse von der Bergkäserei
- Blunznradln auf Rotkrautsalat mit Kren
- Mild geräucherter Saibling aus dem Wechselland mit glasierten Weintrauben und leicht geschmortem Rotkraut
- Beef-Tartar mit Streifen aus Süßkartoffeln, Rote Rüben und Zucchini auf Trüffelmayonnaise
- Hoffeld Salat – Salatherzen, Zuckererbsen, Ziegenfrischkäse, Paradeiser, Croutons und eine Parmesan-French Dressing, mit Garnelen oder Hühnerbruststreifen

SUPPEN:

- Rindssuppe mit Frittaten oder Kaspressknödel (Schnittlauch und Karotte)
- Lauchsuppe mit Grün und Wurzel
- Erdäpfelcremesuppe mit knusprigem Speck und Erdäpfelstroh
- Krenschaumsuppe mit Beinschinken

HAUPTSPEISEN:

- Bauern Cordon Bleu gefüllt mit Speck, Zwiebel und Käse mit Beilagen
- Rindsgulasch (Fiakergulasch) vom Hoffeld mit Würstl, Spiegelei und Gürkelfächer
- Wiener Schnitzel vom Schneeberglandschwein mit Salzkartofferl, Reis oder Erdäpfelsalat und Preiselbeeren
- Streifen von der Hendlbrust, knusprig gebacken, auf einem gemischten Salatteller
- Tafelspitz mit Rösterdäpfel, Apfelnkren und Schnittlauchsauce
- Der Hoffeld Burger, saftiger Gourmet-Burger, gegrilltes Rindfleisch aus der Region, Brioche- Brötchen, knusprige Kartoffelwedges oder Pommes
- Blunz'ngröstl mit Senf, Kren, hausgemachter Apfel-Chutney und Röstkartoffel

FISCH:

- Saiblingsfilet aus dem Wechselland mit Röstgemüse und Kartoffelgratin
- Forellenfilet aus dem Wechselland auf roten Linsen mit Weißweinsauce
- In Nussbutter gebratenes Lachsforellenfilet von der Wechselforelle mit Zitronenrisotto und Blattspinat

VEGETARISCH + SALATE

- Kürbis-Kichererbsen-Curry mit Reis und Spinat
- Zucchini-Puffer mit Käse und eine cremigen Joghurtsauce
- Spinatknödel auf Pilzrahmsoße
- Gebackene Süßkartoffelbällchen auf warmen Selleriesalat
- Gerösteter Rote Rüben-, Süßkartoffel- und Karottensalat mit Burrata, Honig-Balsamico Dressing, geröstete Walnüsse, Pinienkerne und frischem Basilikum
- Crostini mit Ziegenkäse von der Bergkäserei, Cranberries und karamellisierten Zwiebeln
- Knusprige Kartoffeln gefüllt mit Cheddar-Käse
- Avocado-Spinat-Eiersalat
- Frischer Gurken-Blaubeer-Salat mit Feta-Käse
- Apfel-Walnuss-Cranberry-Salat

NACHSPEISEN:

- Süße Knödelvariationen auf Erdbeersoße (Fruchtsauce)
- 2 kleine Bratäpfel auf Vanilleeis vom Eis-Greissler
- „Wäschermädl“ Palatschinke, gefüllt mit Marillen mit Vanillesoße
- Apfelringe mit Preiselbeerlkompott
- Powidltascherl mit Birne und Nussbrösel
- Lauwarmer Schoko-Brownie mit Vanilleeis auf Karamellspiegel
- Schneenockerl mit Vanille- und Schokosauce und Obers