

XO-Beef x XO-Grill – Die Freunde der alten Kuh expandieren

Das verbindende Element zwischen dem hippen Burgerladen „XO Grill“ und dem Fleischhandel von „XO Beef“ sind alte Milchku?he. Wie Benjamin Hofer und Robert Weishuber ihre Liebe zu diesen speziellen Rindern entdeckten, erfuh Roland Graf im Gesprach mit den beiden Obero?sterreichern.



Robert Weishuber und die „extra alten“ Englischen. © Ricardo Herrgott

Robert Weishuber kommt gerade vom Kroatien-Urlaub zuru?ck, als Fleisch & Co ihn in der Wiener Kettenbrueckengasse trifft. Doch selbst in den Ferien ging es um Feldforschung zur Akzeptanz von „**XO Beef**“. Beim

Grillen unter südlicher Sonne fanden „von zehn Leuten vielleicht drei den Geschmack richtig geil“, hielt Weishuber aufmerksam fest. Er hatte bewusst das 100 Tage lang abgehangene Fleisch seiner alten Milchkuhe mitgenommen: „Denn diesen Geschmack muss man als Konsument mögen.“ Nicht zuletzt aufgrund Erfahrungen wie dieser ist Robert Weishuber ebenso wie sein Grunderkollege Benjamin Hofer überzeugt davon, „dass es sich um ein sehr erklärungsbedürftiges Produkt handelt“. Denn neben dem sehr „fleischigen“ Geschmack ist das „XO Beef“ eben auch nie standardisiert.

Durch den Ankauf in der Milchwirtschaft „verdienter“ Rinder kommen die Tiere aus ganz Österreich. „Das kann aus dem alpinen Raum sein oder der Ebene – die Unterschiede aber sind da“, hebt man sich bewusst von einem uniformen Geschmacksbild ab. Eine Seltenheit in Österreich, aber auch nicht unbedingt ein Marketing-Vorteil. Der allerdings ergibt sich bei einem genauen Blick auf dieses Fleisch: Im Unterschied zum Durchschnittsalter, das ein Rind in Österreich aufweist (das sind 18 Monate), liegt dieser Wert bei Milchkühen bei 76 Monaten. „XO Beef“ geht darüber noch hinaus und verwertet auch 15 Jahre oder noch ältere

Benjamin Hofer und das „Philly Cheese Steak“, natu?rlich mit der Austro-Version des baskischen „Txogitxu“-Fleisches. © Beigestellt

Das lesen Sie in diesem Artikel

- **Via London zum OO?-Rinder-Start-up**
- **Almtaler Know-how fu?r den Start**
- **Burger-Macher durch Lockdown**
- **Neue Filiale & Produkt-Offensive**
- **„Oid is Goid“: alte Ku?he als Klimaschu?tzer**

Via London zum OO?-Rinder-Start-up

Der Weg zu dieser ungewo?hnlichen Vorliebe, die allen Unternehmungen von Hofer und Weishuber den Namen gibt (XO steht u.a. bei Spirituosen fu?r „extra old“, also besonders alt), war kein gerader. Benjamin Hofer arbeitete im beru?hmten Londoner Luxushotel „**Claridge’s**“ an der Seite von Sternekoch **Simon Rogan**. Im Restaurant „Fera“ lernte der O?sterreicher auch das Rind im reiferen Alter scha?tzen –, „allerdings kam das alles aus Spanien oder Frankreich“. Es war jenes Fleisch, das etwa Jose? Gordo?n von der „**Bodega El Capricho**“ als eines der besten Steaks der Welt bekannt gemacht hatte. Der ba?rtige Spanier war einer der Stars im fleischtiger-Kultfilm „**Steak Revolution**“. Parallel suchten Spitzko?che auch au?erhalb Spaniens nach dem baskischen „**Txogitxu**“-Fleisch, das als Ma? aller Ribeye-Dinge galt. Genaue Gespra?che mit dem Ku?chenchef ergaben aber schnell, dass ein Gro?teil der Ku?he hinter den begehrten Steaks eigentlich von o?sterreichischen Weiden stammte. Denn wa?hrend Spaniens Gourmets die Qualita?t schätzten war hierzulande das Fleisch weit jüngerer Tiere gefragt. Die logische Frage Hofers lautete: Warum exportieren wir denn derart gutes Fleisch? Sein Jugendfreund Robert kam da gerade recht, denn er hatte in Obero?sterreich eine Art „rollenden Bio-Supermarkt“ entwickelt. Basis dafu?r waren die Erzeugnisse eines befreundeten

Landwirts mit Schwerpunkt Schweinehaltung. Aus einem klassischen „Ins Gai-Fahrer“ erwuchs u?ber die Monate allma?hlich eine Produktpalette, die von Milchprodukten bis zu fertigen Suppen reichte. Womit Weishuber in Hofers Augen quasi der Agrar-Fachmann war. „Allerdings hatte der Hof keine einzige Kuh“, begann damals der Lernweg fu?r das Duo erst so richtig.

Almtaler Know-how fu?r den Start

Wie der Handel mit den auch o?kologisch wertvollen Rindern funktionieren ko?nnte, erfuhr man schließlich bei der Bio-Produktion von „**Alpenrind**“ in Salzburg. Anfangs war die Mini-Produktion – gestartet wurde mit einer Kuh – auch dort eingemietet. Doch schnell ging die Hobby-Dimension von „XO Beef“ in dem großen Betrieb unter. „Als wir den Markt im Linzer Steaklokal ‚Pauls‘ sondierten und gleich einen ganz Englischen verkaufen, fu?hlten wir uns wie die Weltmeister“. Dass diese vermeintliche Riesenmenge im Restaurant fu?r keine zwei Tage vorhalten wu?rde, erklarte ihnen der Wirt kurz darauf.

Es ging also um andere Dimensionen, um die Gastronomie zu beliefern. Denn dieser Vertriebsweg stand nach wie vor im Fokus des Start-ups, das im obero?sterreichischen Peuerbach gegrundet wurde. Als dritter Partner wurde ebenfalls ein Landsmann gefunden: Im **Schlachthof** von Karl und Gu?nther Po?ll im idyllischen St. Konrad im Almtal bei Gmunden werden die „XO Beef“-Rinder bis heute zerlegt. Die „**Almtalerfleisch GmbH**“ ku?mmert sich dabei auch um den Ankauf und die Qualita?tskontrolle der „verdienten“ **Milchku?he**.

Burger-Macher durch Lockdown

Die Partnerschaft der drei Obero?sterreicher funktionierte gut. Der schulungsintensive Verkauf in der Gastronomie befand sich gerade so richtig im Aufwind, als 2020 der Lockdown zuschlug. Spitzenko?che wie **Philip Rachinger** (Neufelden), **Lukas Mraz** oder **Walter Leidenfrost** (Wien) konnten die bisherige Menge an Rindfleisch u?ber Nacht nicht mehr abnehmen. Woraus sich ein zweites Standbein ergab: „**XO Grill**“ startete als Pop-up in der Wiener Gumpendorfer Stra?e mit einem klaren Ziel, na?mlich als Burger-Lokal mo?glichst viel Fleisch des jungen Unternehmens zu verwerten. Erneut hatte man Glu?ck; die flach

geklopften „Smash Burger“ mit hochwertigen Saucen dazu entwickelten sich schnell zu einem Hit in der Abhol-Gastronomie der ersten Pandemie-Monate. Auf diesen Erfolg beim Publikum baute der mittlerweile fixe Lokal-Standort in der Kettenbrückengasse auf. Im Januar 2022 eröffnet, hat sich der „XO Grill“ nicht nur unter Streetfood-Fans der Umgebung etabliert. Spezielle Zubereitungen wie das „Philly Cheese Steak“ oder der „Reuben Sandwich“ – natürlich mit „XO Beef“-Pastrami – haben eine echte Fangemeinde erworben. Sie folgte auch zu einem weiteren Pop-up, das diesen Sommer mit den Pizza-Experten von „**Sette**“ in der Praterstraße für Furore sorgte. Tartar vom Rind als Pizza-Belag wurde bei „**Moon Crust**“ von einer Bresaola-Variante flankiert, die der Lackenbacher Fleischermeister **Othmar Tschürtz** eigens für die „Beef-Buben“ kreiert hatte.

Weshalb dieser Tage auch mit einer weiteren Burger-Filiale in den Bezirk Neubau mit seiner jungen Bevölkerung expandiert wird. „Anfang Oktober ist es hoffentlich so weit“, schätzt Benjamin Hofer, der direkt von der Baustelle zum Interview stopft. Während bei diesem „Baby“ des Duos vor allem die Personalsuche Sorgen bereitet, soll es beim Handelsunternehmen in eine andere Richtung weitergehen.

Neue Filiale & Produkt-Offensive

Der Anspruch der ganzheitlichen Verwertung der Tiere („**nose to tail**“) ist beiden Geschäftsführern ein Anliegen, das spätestens 2024 noch mehr Aufmerksamkeit erfahren soll. „Faschiertes hat in den letzten Jahren an Wertigkeit gewonnen“, sieht man die Entwicklung zu höherer Qualität auch abseits der Edelteile als positives Zeichen. „Der nächste logische Schritt ist sicher der Fokus auf verarbeitete Produkte“, so Benjamin Hofer zum geplanten Angebot für den Delikatessenhandel. Versuche mit Leberkäse gab es bereits, auch eine „XO Beef“-Wurst wäre eine Traum des New-York-Fans Benjamin Hofer – „dort sind ja alle Hot Dogs mit Rinderwürsteln befüllt“. Doch gut Ding will auch Weile haben. „Wir machen im Kern ja alles zu zweit und müssen mit den Kräften haushalten“, überlegt das Duo alle Schritte sorgfältig. Und das ist nicht nur bei den ökonomischen Entscheidungen so. „An der Sauce für unser ‚Philly Cheese Steak‘ haben wir über Wochen

getu?ftelt und jede Menge Ka?se ausprobiert“. Aber was sind ein paar Tage schon gegen das Lebensalter einer Kuh, das dank Hofer/Weishuber endlich Wertscha?tzung erfa?hrt?

Bestes Fleisch von der „alten Kuh“. © Beigestellt

„Oid is Goid“: alte Ku?he als Klimaschu?tzer

Ein Kernsatz lautet: „Je a?lter eine Milchkuh werden darf, desto positiver sind die Auswirkungen auf das Klima und die Gewinneder Ho?fe“. „XO Beef“ hat mit Agrarwissenschaftlern die Fakten zu den alten Ku?hen erarbeitet. „Eine o?sterreichische Milchkuh wird im Schnitt sechs Jahre

und vier Monate alt“, zeigte sich unter anderem. Die Simmentaler Rinder als Zweinutzungsrasse (Milch und Fleisch) ermöglichen dieses vergleichsweise hohe Alter. Die noch älteren Tiere für „XO Beef“ bringen mit dem 47%-Anteil von Weiden und Almen an Österreichs Fläche auch einen wichtigen Klimaschutz-Vorteil mit: Grünland ist neben Feuchtgebieten und Mooren weltweit der größte Kohlenstoffspeicher. Mit Verweis auf Ergebnisse der **ETH Zürich** führen die Experten die Effekte älterer Kühe abseits der Intensiv-Tierhaltung für das Klima aus: „Durch eine Erhöhung der Lebensdauer müssen weniger neue Milchkuhe nachfolgen und damit auch weniger Rinder zur Fleischgewinnung aufgezogen werden. Dadurch entstehen nicht nur weniger Treibhausgasemissionen, sondern auch geringere Kosten für die Milchviehbetriebe.“

Autor: Roland Graf

Besuchen Sie uns auf: fleischundco.at