

BIO, NACHHALTIGKEIT & REGIONALITÄT

Der Marine Stewardship Council (MSC) hat das Ziel, die weltweite Überfischung der Meere zu verringern. „In den letzten Jahren haben wir einen Großteil unseres Fisch-Sortimentes von konventioneller Fischerei auf zertifizierte MSC-Herkunft umgestellt“, so Manfred Kröswang. Damit leistet der Frische-Lieferant einen wertvollen Beitrag, die Überfischung der Meere zu verringern.

GANZ SCHÖN BIO – DIESE FRÜCHTCHEN

Da lässt sich gute Qualität auch mit gutem Gewissen genießen, wenn Frucht und Zucker aus biologischem Anbau kommen. Biologisch-fruchtigen Hochgenuss versprechen die BIO Fruchtaufstriche der Unterweger Fruchteküche. Die BIO Fruchtaufstriche sind im modernen Rundglas mit 260 g Füllgewicht und grünem Deckel erhältlich. Die fünf Sorten: Marille, Erdbeer, Himbeer, Heidelbeer-Cassis und Preiselbeer haben jeweils 60 Prozent Fruchtanteil. Durch das transparente Etikett ist der hochwertige Inhalt schon von außen sichtbar.

EINMAL LIEBLINGSWIRT, IMMER LIEBLINGSWIRT

Dass die Gastronomie besonders hart von den Corona Maßnahmen getroffen wurde, steht außer Zweifel. Gerade in dieser Zeit zeigte sich aber eine große Solidarität in der

Bevölkerung. „Die Österreicher wollen ihren Lieblingswirt unterstützen“, berichtet Peter Krug, Geschäftsführer Eurogast. Genau aus diesen Gründen boomten „to go“ und „delivery“, von der einfachen Pizzeria bis hin zum Haubenlokal. Eurogast hat als Partner der Gastronomie und Hotellerie diesen Trend aufgegriffen und somit die Gastronomen mit dem sogenannten „Best.Delivery Paket beim Aufbau eines eigenen Lieferservices“ unterstützt. „Mit Best.Delivery haben wir den Gastronomen ein Komplettpaket an Informationen und Services geboten, um kurzfristig einen Abhol- oder Zustellservice starten zu können. Es ist ein System, das den gesamten Bestell- und Bezahlungsprozess digitalisiert, damit sich die Restaurants auf das Wesentliche konzentrieren können – die Zubereitung der Speisen!“, zeigt sich Peter Krug stolz über diese Innovation.

MASSENWEISE IM MÜLL

Seit Jahren werden innerhalb der KASTNER Gruppe Maßnahmen gesetzt, um die Menge der Lebensmittelabfälle auf ein Minimum zu reduzieren. Anlässlich des Tages gegen Lebensmittelverschwendung hat KASTNER einmal mehr auf den achtsamen Umgang mit Lebensmitteln aufmerksam gemacht, denn rechnerisch landen von Jahresbeginn bis zu diesem Tag alle produzierten Lebens-

mittel im Müll. Ein Drittel der produzierten Lebensmittel geht entlang der gesamten Wertschöpfungskette verloren, vom Feld bis zum Teller. In Österreich fallen jährlich rund 587.000 Tonnen an vermeidbaren Lebensmittelabfällen an (www.wwf.at). Daher wurde der 2. Mai als symbolischer Tag gegen Lebensmittelverschwendung festgelegt.

Aufgrund einer gemeinsam durchgeführten Studie von der KASTNER Gruppe mit dem WWF und dem österreichischen Ökologie Institut ist es nun erschreckende Gewissheit: Pro Jahr landen im österreichischen Lebensmittelgroßhandel insgesamt 10.300 Tonnen Lebensmittel im Wert von 21,5 Millionen Euro im Müll.

Essen darf nicht einfach im Müll landen. Darüber sind sich die Verantwortlichen der KASTNER Gruppe schon seit Jahren einig. Mit rund zwei Prozent am gesamten Aufkommen ist der Großhandel zwar „nur“ für einen kleinen Teil der Verschwendung entlang der Wertschöpfungskette verantwortlich, nichtsdestotrotz gilt es auch hier, die Mengen an verschwendeten Lebensmitteln zu reduzieren.

KASTNER setzt daher bereits seit Jahren Maßnahmen im Rahmen der KASTNER Nachhaltigkeitsinitiative „Aus gutem Grund“ ein, um die Lebensmittelabfälle auf ein Minimum zu senken. Diese wurden entlang des Warenprozesses angeordnet, um Lebensmittel möglichst frühzeitig vor dem Müll zu bewahren. Die Aktivitäten erstrecken sich von der TafelBox über EDV-optimierte Disposition, bedarfsgerechten Verkauf durch Kleinteile-Logistik und Ersatzteile-Logistik bis hin zum verbilligten Verkauf von Waren mit optischen Fehlern oder mit knappen Mindesthaltbarkeitsdatum.

„Lebensmittel sind kostbar und jedes abgebuhte Lebensmittel bedeutet nicht nur einen ideellen, sondern auch einen finanziellen Verlust. Wir achten daher aus ökologischen und ökonomischen Gesichtspunkten seit jeher darauf, diesen Verlust so klein wie möglich zu halten.“, so KR Christof Kastner, geschäftsführender Gesellschafter der KASTNER Gruppe.

ZWEI SEELEN VEREINT

Eine echte Überraschung am Burgermarkt: Der neue Two Soul Burger von Salomon FoodWorld* kommt mit 50 Prozent weniger



Fleisch aus und ist dennoch auf allen Sinnes-Ebenen einem klassischen Beef-Burger zum Verwechseln ähnlich. Ein kleiner Beitrag zur Nachhaltigkeit – ein großes Genuss-Erlebnis!

Für begeisternde neue Produkt-Coups ist Salomon FoodWorld* bekannt! Diesmal überrascht das Unternehmen mit einem fleisch-reduzierten Burger, der wie ein Beef-Burger schmeckt. Die Rezeptur des TWO SOUL BURGER ist zwar Fifty-fifty, aber ganz bestimmt keine halbe Sache!

Die Themen Nachhaltigkeit, Gesundheit und verantwortungsvolle Ernährung haben stark an Bedeutung gewonnen. Dabei soll das bewusste Genießen auch Freude und Sinnlichkeit einschließen. Viele Menschen entscheiden sich deshalb für eine Reduzierung des Fleischkonsums, wollen aber nicht immer auf den authentischen Fleischgeschmack verzichten. Das Angebot an geschmacklich guten „Ersatzprodukten“ ist für Gastronomen noch sehr begrenzt. Diese Lücke schließt Salomon FoodWorld* nun mit einer zeitgemäßen und genussvollen Burger-Alternative, die den

vollen Beef-Geschmack garantiert. 50 Prozent Fleisch – 100 Prozent Genuss.

OHNE SIE GEHT GAR NICHTS

BIO steht für viele Dinge, aber hauptsächlich für die Sehnsucht nach naturbelassenen Lebensmitteln, hoher Qualität und gesunder Ernährung.

WIBERG setzt seit jeher auf natürliche, hochwertige Zutaten in Premium-Qualität: auf Kräuter und Gewürze, die im Einklang mit der Natur erzeugt wurden. Die Verknüpfung von Wohlbefinden und Lebensmittelqualität spielt dabei eine große Rolle. Deshalb liegt es sehr nahe, dass die Marke auch ein reines BIO-Sortiment führt, das in seinem Umfang eine größtmögliche kulinarische Entfaltung für die Gastro-Küche bietet. BIO ist per se nachhaltig, aber wer es besonders genau nimmt, muss auf Kräuter aus der Region oder zumindest auf jene aus dem eigenen Land zu setzen. Als österreichische Marke ist es uns besonders wichtig, Profi-Köchen auch heimische Kräuter anbieten zu können. Die kurzen Produktionsketten und Lieferwege, die die Ernte und



Verarbeitung am selben Tag ermöglichen, haben nicht nur positive Auswirkungen auf die Produktqualität, sondern entlasten auch die Umwelt. Die benötigten Mengen sowie unsere klimatischen Bedingungen machen es notwendig, auch auf internationalen Märkten Kräuter, Gewürze und andere Rohstoffe zu beschaffen, deren hohe BIO-Qualität mit Audits vor Ort gesichert werden.



KASTNER

Einer für alles. Seit 1828.



JETZT ANMELDEN!

www.kastner.at/home-delivery



exklusive Kooperation mit

ORDITO

stampayGO

