

Der Frischespezialist

DAS KUNDENMAGAZIN VON NÖM GAST

AUSGABE 2 | 2022



HEIZ' DEN GRILL AN!

KREATIVES GRILLEN MIT HONEY&BUNNY

Quelle: adobe.stock.com - DisobeyArt

NÖM VORSTAND ALFRED BERGER ÜBER DIE LAGE DER MILCHWIRTSCHAFT

HAKUMA – NATÜRLICHE DRINKS FÜR EINE BESSER ZUKUNFT

VOLLER GESCHMACK AUS DER NATUR – HÖLLINGER-BIOSÄFTE



Frischer Kaffeegenuss bringt Umsatzplus!



Neu!

100% NATUR

- ✓ frisch im Kühlregal
- ✓ 100% Arabica Kaffee aus nachhaltigem Anbau



nöm
Bleib frisch.



Liebe Leserinnen, liebe Leser!

„Wenn die Blüten sprießen und die Bienen fliegen...“

Der Frühling ist ins Land gezogen, deshalb beschäftigen wir uns in der aktuellen Ausgabe vor Allem mit Chancen, kreativen Weltverbessern und bedingungslosen Idealisten. Wir beleuchten kritisch die massiven Preisanpassungen im Lebensmittelbereich und stellen Hersteller vor, die Produkte kreiert haben, die unsere Welt nicht nur kulinarisch, sondern auch nachhaltiger bereichern. Der deutsche Schriftsteller Gerd W. Heyse schreibt: „Chancen muss man sich nehmen“ und schenkte uns mit dieser Aussage vielleicht einen ganz sinnvollen Tipp für schwierige Zeiten. Manchmal müssen sich UnternehmerInnen neu erfinden, alternative Ansätze wählen und mögliche Chancen einfach ergreifen. Möglicherweise finden sie in unseren Vorstellungen die eine oder andere Innovation, die Ihr Geschäftsfeld ergänzen oder verbessern kann. Auf jeden Fall soll sie diese Ausgabe positiv inspirieren und verschiedene Blickwinkel ermöglichen.

Mit frischen Grüßen

Thomas Tirmantinger & Andreas Hofbauer
Geschäftsleitung nöm Gast Lebensmittel GmbH

Inhaltsverzeichnis Diese und viele weitere Themen erwarten Sie in dieser Ausgabe.	Milchmädchen(ab)rechnung, Interview mit NÖM-Vorstand Alfred Berger nöm 04	HAKUMA - natürliche Drinks für eine bessere Zukunft 06	Honey&Bunny: Die Grillsaison kann beginnen! 08
NÖM AG als zertifizierter Leitbetrieb ausgezeichnet 13	Voller geschmack aus der Natur - Höllinger-Biosäfte 14	Helli&Leo - Eisgenuss in Schwarz-Weiß 16	Wer soll das bezahlen? Freie Gedanken eines Gastronomen 18

IMPRESSUM Herausgeber und für den Inhalt verantwortlich: nöm Gast Lebensmittel GmbH, Murbangasse 2, 1100 Wien, www.noem-gast.at, Geschäftsführer: Thomas Tirmantinger, Andreas Hofbauer, Firmenbuchnummer: FN 174182a, Gerichtsstand: Handelsgericht Wien, UID: ATU 45427202, Unternehmensgegenstand: Lebensmittelgroßhandel. Der Frischespezialist erscheint 4x im Jahr. Preisänderungen, Irrtümer & Druckfehler vorbehalten. Corporate Publishing: FELLNER-HAFERL Agentur für integrierte Kommunikation www.fellner-haferl.at, Fotos: Ben Leitner www.benleitner.com, Hersteller: NÖM AG, nöm Gast Lebensmittel GmbH, www.stock.adobe.com, elements.envato.com, pexels.com, Druckerei: Riedeldruck GmbH, 2214 Auersthal. Namentlich gekennzeichnete Beiträge und Gastkommentare stimmen nicht unbedingt mit der Meinung des Herausgebers überein. Blattlinie: Informationen zu den Angeboten von nöm Gast Lebensmittel GmbH



Milchmädchen(ab)rechnung

NÖM-VORSTAND ALFRED BERGER SPRICHT ÜBER DIE DERZEITIGE ENTWICKLUNG UND DIE DIREKTEN AUSWIRKUNGEN VON COVID, DER KLIMAKRISE UND DEM KRIEG IN DER UKRAINE AUF DEN ÖSTERREICHISCHEN MILCHMARKT.

Bisher sind wir es gewohnt, nahezu jegliches Lebensmittel in unerschöpflichen Überfluss zu bekommen. Aufgrund der Covid-Krise und des Krieges in der Ukraine wurde immer mehr Menschen bewusst, dass unsere Lieferketten sehr sensibel und teilweise krisenanfällig sind. Wie krisensicher ist die NÖM AG und ihre Tochter nöm Gast?

Berger: Solange wir Gas haben, sind wir sehr krisensicher, ab Mitte Mai können wir technisch auf Heizöl umstellen, dann sind wir quasi voll krisensicher. Vielleicht wird es auf Grund von schlechten Ernten und exorbitant hohen Preisen einzelne Früchte nicht geben, aber wir haben einen Nahversorgungsauftrag für Wien und Niederösterreich und diesen werden wir erfüllen.

Die Preisspirale dreht sich seit den letzten Wochen immer stärker nach oben. Was verschuldet Ihrer Meinung nach diese Teuerungen?

Berger: Die Rohstoffe sind knapp, alle Faktoren am Wege der Produktionskette haben sich verteuert und diese Addition bringt dann eine dramatisch hohe Preisentwicklung mit sich. Natürlich verdient der Staat

mit den Benzinpreisen wahnsinnig viel, es müssen ja die 60 Corona Millionen wieder reingespielt werden. Die eine oder andere Spekulation ist sicher auch dabei, aber der größte Teil der Erhöhungen ist realen Situationen geschuldet.

Werden Molkereiprodukte in Österreich teurer und kann der Rohstoff knapp werden oder gar ausgehen?

Berger: Ausgehen wird die Milch nie, aber die Knappheit in Deutschland und Holland hat eine massive Nachfrage ausgelöst, die sich stark auf unsere Preise durch die Grenze zu Deutschland auswirkt. Auch die Haltungsformen 3 und 4 sowie stark gestiegene Futter- und Betriebsmittelkosten haben viele Bauern in Deutschland bewogen, aufzuhören. Daher ist die Milch knapp und es wird Milch auch in Österreich „gesucht“. Wenn unsere Futtergrundlage (siehe die Trockenheit im Frühjahr) sich nicht gut entwickelt, werden auch wir in Milchknappheit kommen.

Das vermeintlich günstige Nachbarland Deutschland hat die Milchpreise über österreichisches Niveau angehoben, warum?

Berger: Wie bereits vorhin erwähnt, die Nachfrage ist groß und erstmals sind sich auch die Molkereien einig den Handel die Ware nicht zu „schenken“, da die Landwirte sonst noch stärker aufhören werden.

Kann ein österreichischer Bauer von seiner Milch gut und fair leben?

Berger: Ab einer gewissen Größe und einen Preis ab 45 Cent, denke ich ja. Aber es geht hier um jahrhundertlange Familien Betriebsstrukturen und den Erhalt unserer Kulturlandschaft, daher sollte jedem Bauern ein faires Einkommen zustehen. Aber Handel und Politik haben den KonsumentInnen gelehrt, dass dies alles nichts kosten darf. Dies rächt sich nun.

Wie wird sich der österreichische Milchmarkt Ihrer Meinung nach in den nächsten Jahren entwickeln?

Berger: Zwei Handelspartnern (ohne die drei Diskonter) stehen 10 Molkereien gegenüber. Mehr brauche ich dazu nicht sagen.

Die NÖM und ihre Tochter, die nöm Gast, beliefert neben der großen Supermarktketten, systemrelevante Einrichtungen wie Schulen, Kindergärten, Spitäler, Altenheime, Bäckereien und Nahversorger. Kann hier eine Versorgungssicherheit ausgesprochen werden?

Berger: Ganz klares Ja! Wir haben Prioritätslisten für die Versorgung von wichtiger Infrastruktur. Spitäler, Altersheime etc. werden immer dementsprechend priorisiert behandelt werden.

Wie problematisch sehen Sie die klimatischen Veränderungen für Ihr Unternehmen?

Berger: Für unsere Bauern – und damit indirekt auch wir – sehr dramatisch. Nur durch gute Futtergrundlagen kann die Milchmenge stabil gehalten werden. Wir sehen uns hier als nachhaltiger Partner, der im Rahmen seiner Verantwortung alles unternimmt, was möglich ist. Nicht umsonst waren die ersten „Gentechnikfreien“ in Europa und sind auch am Standort in Baden seit 2016 CO2 neutral. Das schulden wir unserer Umwelt und unseren Nachfahren.

Im Moment werden wir medial von Tierwohl, Herkunftsgarantie und regionaler Wertschöpfungsketten beschallt. Wie steht die Niederösterreichische Molkerei zu diesen Themen?

Berger: Wir reden offensichtlich zu wenig darüber. Alles was Sie aufgezählt haben, gibt es seit Jahren bei der NÖM, mit der üblichen Vorreiterrolle.

Die österreichische Industrie ist von russischen Gaslieferungen abhängig, ist die NÖM AG ebenfalls davon betroffen?

Berger: Momentan sind wir noch zu 100% von Gas abhängig. Gibt es kein Gas mehr, steht nicht nur die Produktion, sondern auch die Milchabholung still, da wir nicht einmal erhitzen und lagern können. Ab Mitte Mai sind wir unabhängig, zwar mit den 4fachen Kosten (!), aber unabhängig.

Herr Berger, ich danke für das Gespräch!

HAKUMA.COM

HAKUMA steht für natürliche Drinks mit dem Ziel, eine bessere Zukunft für alle zu schaffen. Wie Sie das machen? Fair Trade ist ein Teil im großen Puzzle einer gelebten Unternehmensphilosophie. Denn Nachhaltigkeit bedeutet für HAKUMA, die Wertschöpfungskette so klimaneutral wie möglich zu gestalten und damit Transparenz zu schaffen.

DER FRISCHESPEZIALIST IM INTERVIEW
MIT HAKUMA CO-FOUNDER UND CSO LUKAS WESSELICH



HAKUMA klingt nach dem beschwingten Disney-Song aus König der Löwen. Wie kommt es zu diesem Namen?

Wesselich: Tatsächlich klingt es ein bisschen nach König der Löwen, aber der Hintergrund ist eine japanische Raumlehre, die besagt: „Nur wo nichts ist, kann etwas Schönes, Neues entstehen.“

Wer steckt hinter dem Unternehmen?

Wesselich: Drei beste Freunde: Christian macht die Geschäftsführung und die Finanzen. Max leitet das Marketingteam. Und ich leite den Vertrieb und das gesamte Sales Team.

Ihr seid bei der Fernsehshow „2 Minuten - 2 Millionen“ gefeierte Start-ups gewesen, was hat die Investoren so begeistert?

Wesselich: Ich glaube es ist das Team, die Gründungs-Story und dass wir uns in einem so umkämpften Markt durchgesetzt haben.

Kundenanfragen häufen sich, was macht euer Getränk so erfolgreich?

Wesselich: Wir verfolgen konsequent unsere Mission den Getränkebereich von tierischen, stark zuckerhaltigen und unnatürlichen Produkten zu befreien. Damit helfen wir Menschen Ihren tierischen Konsum nachhaltig zu reduzieren und ein gesünderes Leben zu leben. Dafür kämpfen wir jeden Tag und ich glaube das spüren die Menschen.

Ihr beschäftigt euch sehr viel mit dem Thema Nachhaltigkeit und Umwelt. Wie könnt ihr diese Themen bei eurem Produkt umsetzen?

Wesselich: Wir kompensieren unseren gesamten CO₂-Ausstoß. Zudem arbeiten in allen Bereichen daran, den CO₂-Ausstoß so gut wie möglich zu minimieren. Außerdem werten wir unseren CO₂-Ausstoß jährlich neu aus, um an Verbesserungen in allen Abteilungen zu arbeiten.

Unsere Verpackungslösung besteht aus 70% aus nachwachsenden Rohstoffen und das wollen wir weiter ausbauen.

Welche Sorten produziert ihr derzeit und was steht noch auf dem Programm?

Wesselich: Zurzeit haben wir zwei Eistee Sorten im Programm: HAKUMA Focus - Grüntee mit Mango und HAKUMA Refresh - Jasminetee mit Grapefruit. Und ein Getränk auf Hafermilchbasis: HAKUMA BIO Kokos Latte - Grüntee mit Hafermilch und Kokos. Dieses Jahr werden wir noch einen weiteren Eistee und ein weiteres Getränk auf Hafermilchbasis auf den Markt bringen.

Eurer Kokos Latte schmeckt fantastisch. Was für Rohstoffe verwendet ihr hierfür?

Wesselich: Danke, das freut uns sehr! Wir verwenden, wie auch bei unseren Eistees hochwertigsten BIO Matcha Tee (gemahlener Tee), Hafermilch, Kokosnussmilch und Vanille. Alles in Bio Qualität.

Jeder kennt den aufgeweichten, sehr gewöhnungsbedürftigen Geschmack von feuchtem Karton. Eure „nachwachsende“ Dose entwickelt sich selbst nach längerem herumnuckeln gar nicht so. Was habt ihr hier anders gemacht?

Wesselich: Wir arbeiten eng mit unserem Produzenten zusammen, der sich schon Jahrzehnte mit der Entwicklung der Kartondose auseinandersetzt. Gemeinsam wollen wir die Verpackung in Zukunft noch nachhaltiger und auch robuster machen.

Wo siehst du euer Produkt? Welche Kunden wollt ihr ansprechen?

Wesselich: Unsere Produkte lassen sich sehr vielschichtig einsetzen.

Sowohl im Kaffeehaus, wo unser neuer Kokos Latte mit dem Milchschäumer aufgeschäumt wird und als Matcha Latte verkauft wird, über Take-Away Lokale, wo man zum Mittagessen im Büro ein HAKUMA mitnimmt. Seit heuer kann man HAKUMA auch über den Wolken in jedem Flug der Austrian Airlines genießen. Grundsätzlich verbindet HAKUMA weder Alter noch Geschlecht. Was sie verbindet, ist der Wunsch, etwas zu bewegen und ein selbstbestimmter Teil unserer Zeit zu sein.

Gerade in Spitälern, Pflegeheimen, Schulen und öffentlichen Einrichtungen wird immer mehr auf sinnvolle österreichische Limonaden Alternativen gesetzt. Ist Hakuma hier verkäuflich?

Wesselich: Wir sehen ein sehr großes Potenzial in diesen Einrichtungen. Wir beobachten auch den Trend, dass hier immer mehr auf gesündere und nachhaltigere Produkte gesetzt wird. Wir sind bereits in einigen Schulbuffets und auch in diversen Automaten in Universitäten vertreten. HAKUMA funktioniert dort richtig gut. Mit diversen Firmenkantinen haben wir sehr ebenfalls positive Erfahrungen gemacht. Die Kanäle wollen wir in Zukunft noch stark ausbauen.

Ist die Dose für Automaten geeignet?

Wesselich: Ja, unsere Carto Can ist perfekt für Automaten und wir sind auch schon in vielen Automaten vertreten.

Mit welchen Sorten sollte man anfangen?

Wesselich: Das hört sich wie eine Fangfrage an... zum Aufstehen ein HAKUMA Kokos Latte, am Vormittag ein HAKUMA Focus Mango für die nötige Konzentration, zur Erfrischung am Nachmittag ein HAKUMA Refresh und dann wieder von vorne beginnen.

Haben Bäckereien bereits Erfahrungen mit Hakuma sammeln können?

Wesselich: Wir sehen sehr großes Potential für HAKUMA bei Bäckereien, insbesondere unsere neue vegane Eiskaffee Alternative HAKUMA Kokos Latte eignet sich perfekt für die To-Go Kühlschränke.

Was kostet der Gastronomie Hakuma?

Wesselich: Die HAKUMA Produkte werden je nach Kalkulation zwischen € 2,90 und € 4,50 verkauft.

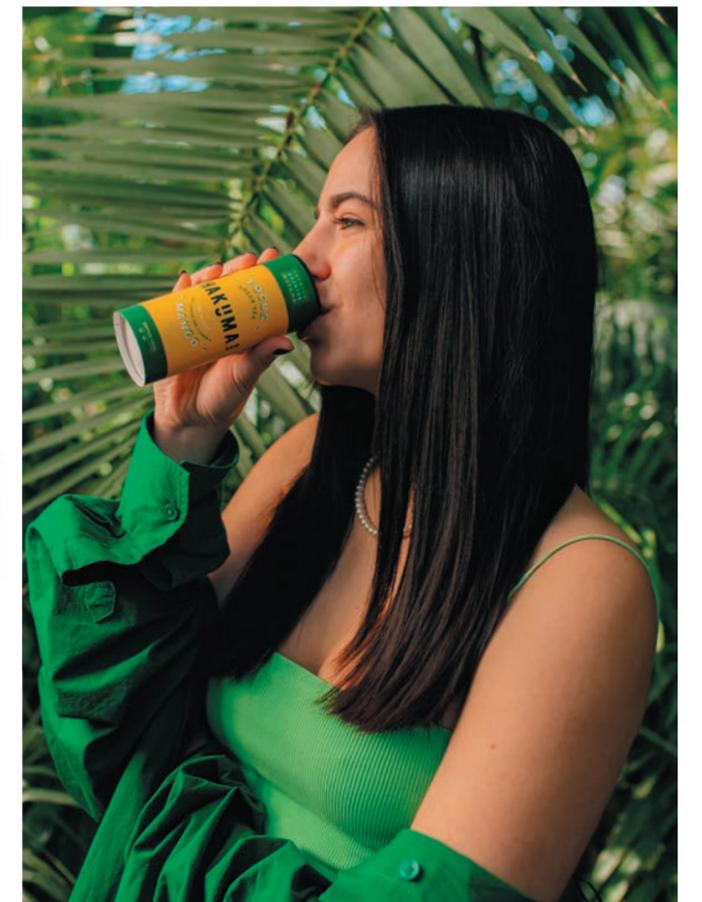
Die Kostentreiber Logistik, Energie und Verpackung lassen die Einkaufspreise hochschnellen. Ist auch Hakuma davon stark betroffen?

Wesselich: Die letzten zwei Jahre waren für uns alle sehr herausfordernd und mit der aktuellen Kriegs-Situation in der Ukraine hat sich die Lage leider nicht verbessert. Uns treffen die Preiserhöhungen in allen Bereichen auch massiv und wir hoffen, dass sich die Märkte schnell wieder beruhigen.

Die Eissaison ist voll im Gange, oftmals suchen Eissalons kreative Alternativen zu konventionellen To-go-Produkten. Möchtest du unseren Kunden ein Einführungsschnäppchen anbieten?

Wesselich: Ich denke auch in Eissalons passen wir perfekt als To-Go Alternative hinein. Für alle Neukunden bei NÖM gibt es den ganzen Sommer eine HAKUMA Aktion. 2+1 Tray gratis. Der perfekte Moment um die HAKUMA Produkte mal auszuprobieren.

Danke für das Interview!





Indirektes Grillen

Das Grillgut befindet sich nicht direkt über der Hitze. Kugelgrill: man füllt nur eine Hälfte des Grillers mit Briketts oder Kohle an, die andere Hälfte lässt man frei. Gasgriller: hat man z.B. einen Dreiflammigen Gasgriller, entzündet man nur die beiden äußeren Flächen und platziert das Grillgut in der Mitte. Wichtig für das indirekte Grillen sind Geräte mit gut schließendem Deckel, damit die Heißluft um das Grillgut zirkulieren kann.

Foto von RODNAE Productions von Pexels



Die Grillsaison kann beginnen!

KREATIVES GRILLEN MIT DEN PRODUKTEN VON HONEY & BUNNY

Wer kennt es nicht, nach den grauen und tristen Monaten kitzelt die Frühlingssonne in der Nase. Der Wunsch nach gemütlichem Beisammensein mit Freunden und der Familie ist gerade nach den entbehrlichen Zeiten von Covid größer denn je. Was bietet sich hier besser an als eine „Grillage“ mit seinen Liebsten? Oftmals fehlen Ideen, einfach umzusetzende Rezepte und die Grundkenntnisse, um seine Gäste mit wenig Zeitaufwand begeistern zu können. Wir haben uns die kreativsten und spannendsten Grillrezepte von den Profis zeigen lassen.



Marinierte Hühnerbrustwürfel

- 1kg Hühnerbrustfilet in Würfel, 3cm
- 250ml dunkle Sojasauce
- 3 Stk. Chilischote grün, fein hacken
- 1 TL Kreuzkümmel gemahlen
- Pfeffer
- 1/2 Zitrone
- Salz
- 3 EL **Honey&Bunny Bio Honig**
- 210g **Honey&Bunny Zwiebel Chutney**
- 6 Knoblauchzehen gehackt

ZUBEREITUNG Aus der Sojasauce, Chilischote, Kümmel, Pfeffer und Salz eine Marinade anrühren. Die Hühnerwürfel auf einen Spieß stechen und in der Marinade bedeckt mindestens 2 Stunden gut verschlossen im Kühlschrank ziehen lassen. Die Spießchen gut abtropfen lassen und zur Seite stellen. Den Grill auf ca. 180 Grad vorheizen. Die Spieße 10 Minuten indirekt grillen, dann wenden und nochmals 10 Minuten indirekt grillen. Nun die Spießchen bei hoher Hitze kurz direkt grillen (also der direkten Hitze aussetzen). Somit erhalten die Spießchen eine wunderschöne, goldbraune Farbe. Am besten die Teller vorbereiten, einen großzügigen Honey&Bunny Zwiebel Chutney Spiegel darauf geben und die fertig gegrillten Spießchen darauflegen. Das Auge ist bekanntlich mit, pflücken sie im Vorfeld frische Kräuter (Rosmarin, Basilikum, Minze) und legen sie diese auf den fertig angerichteten Teller.



Hähnchen "Tandoori"

- 1kg Hühnerbrust oder -keule
- 250g **10% NÖM Joghurt** (für Marinade)
- 500g **10% NÖM Joghurt** (für Dip)
- 3 EL Rapsöl
- 2 TL Tomatenmark
- Salz, Pfeffer und Paprikapulver
- 1 ½ Bund frische Minze
- Cherrytomaten
- Basilikum

ZUBEREITUNG 250g NÖM Joghurt und Rapsöl mit 2 Teelöffel Tomatenmark verrühren. Mit Salz, Pfeffer und Paprikapulver abschmecken. 1 Bund frische Minze waschen und fein hacken und ebenfalls zur Marinade untermischen. Nun legen Sie das gut gewaschene Hähnchenfleisch für mindestens 1 Stunde, gekühlt und gut verschlossen in dieser Marinade ein. Anschließend grillen Sie das marinierte Fleisch (indirekt) für ca. 25 bis 30 Minuten. Wenden Sie das Fleisch öfters, so erlangt es eine schöne Farbe. 500 Gramm NÖM Joghurt 10% wird nun mit dem Zitronensaft und einem ½ Bund der frisch gehackten Minze mit Salz und Pfeffer verrührt und abgeschmeckt. Das Fleisch wird direkt auf die Sauce gelegt und serviert. Garnieren Sie das Gericht mit halbierten Cherrytomaten und frischen Basilikumblättern.





Quelle: adobe.stock.com - DisobeyArt



Bulgogi à la Honey&Bunny

- 800g Rindfleisch
- 210g **Honey&Bunny Birnenkonfitüre**
- 4 feingehackte Knoblauchzehen
- 4 EL Sojasauce
- 2 TL roter Pfeffer (zerdrückt)
- 2 EL gehackter Ingwer
- 250g **Honey&Bunny Bio Honig**
- 2 EL Sesamöl
- 4 EL Sonnenblumenöl
- 1 Bund Frühlingszwiebel

ZUBEREITUNG Da das Fleisch mindestens acht Stunden Zeit zum Ziehen braucht, bereits am Vortag in ca. 0,5 - 1 cm dicke Streifen schneiden, die restlichen Zutaten hinzufügen und in einer Schüssel abgedeckt über Nacht kühl stellen. Den Grill auf direkte hohe Hitze vorheizen. Die überschüssige Flüssigkeit vom Fleisch abgießen und die Fleischstücke kurz und scharf in einer Pfanne am Grill anbraten. Nach circa einer Minute die Streifen wenden und nach einer weiteren Minute vom Grill nehmen. Frühlingszwiebel in Ringe schneiden und garnieren.



Pork Belly Burnt Ends

- 800g Schweinebauch-Würfel, 4cm (ohne Knochen und Schwarte)
- 250g **Honey&Bunny Bio Honig**
- BBQ-Rub
- NÖM Waldviertler Bio-Butter**
- BBQ-Sauce

ZUBEREITUNG Die Schweinebauch-Würfel in eine Schale geben und nach Belieben mit dem BBQ-Rub würzen. Grill auf circa 120 Grad einstellen. Die Fleischstückchen werden nun für drei Stunden geräuchert. Nach dem Räuchern werden die Würfel mit Honig und reichlich Butterflocken bestreut. Die Schale wird mit Alufolie abgedeckt und kommt für weitere zwei Stunden auf indirekten Bereich des Grills. Nach zwei Stunden wird die Folie entfernt und die BBQ-Sauce über die Fleischwürfel geben und vermischen. Schale offen lassen und eine weitere Stunde auf den Grill stellen. Fertig!

Knusprige Kartoffelwedges

- 500g **Aviko Kartoffel-Wedges frisch mit Schale**
- 5 EL Olivenöl
- 5 Knoblauchzehen
- 3 EL Semmelbrösel
- 1 TL frisch gemahlener Pfeffer
- 1/2 EL Salz
- 210g **Honey&Bunny Chutneys nach Wahl**

ZUBEREITUNG Die Kartoffel-Wedges in eine Auflaufform geben und dazu Olivenöl, gebiebelen Knoblauch, Semmelbrösel, Salz und Pfeffer geben. Alles miteinander vorsichtig vermengen. Bei 200 Grad werden die Kartoffeln indirekt für ca. 50 Minuten gegrillt. Dazu gereicht werden die Honey&Bunny Chutneys ganz nach individuellem Geschmack und Belieben.



Kartoffel Wedges mit Schale (2kg)
BE=Karton zu 6 Packungen à 2 kg
Art.-Nr. 67765
€ 3,59 | Preis pro Packung



Gegrillte Ananasscheiben

- 1 Ananas
- 3 EL **Honey&Bunny Bio Honig**
- Olivenöl
- Minzblätter
- Vanilleeis

ZUBEREITUNG Die Ananasscheiben mit Olivenöl bepseln und auf den Grill legen, bis sie etwas Farbe bekommen (das dauert circa vier bis fünf Minuten). Die Scheiben auf einer großen Platte anrichten und mit Honig beträufeln. Mit Vanilleeis serviert und Minzblättern garniert schmeckt's besonders köstlich!

Mitmachen & gewinnen!

Beantworten Sie diese Frage & gewinnen Sie eine von 3 Boxen gefüllt mit köstlichen Honey&Bunny Honig und Chutneys.

In welchem Bundesland Österreichs werden die Produkte von Honey&Bunny hergestellt?

Schicken Sie uns Ihre Antwort bis 31. Mai 2022 an sales@noem-gast.at. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen, der Gewinn kann nicht in bar ausgezahlt werden.





KREATIVES GRILLEN MIT DEN CHUTNEYS VON HONEY & BUNNY



Honey&Bunny Bio Honig flüssig
250g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65100
€ 5,89



Honey&Bunny Bio Creme Honig
250g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65099
€ 3,90



Honey&Bunny Bio Creme Honig
500g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65098
€ 7,80



Honey&Bunny Paradieser Chutney
210g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65094
€ 4,99



Honey&Bunny Puszta Chutney
210g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65093
€ 4,99



Honey&Bunny Zwiebel Chutney
210g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65092
€ 4,99



Honey&Bunny Birnen Konfitüre
210g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65097
€ 4,99



Honey&Bunny Paprika Konfitüre
210g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65095
€ 4,99



Honey&Bunny Feigen Konfitüre
210g | Preis pro Glas | Art.-Nr. 65096
€ 4,99

Honey&Bunny hat sich auf die Herstellung von österreichischen Bio-Honigprodukten und die Verarbeitung von regionalen Feldfrüchten spezialisiert. Honey&Bunny produziert im sonnigen Burgenland Chutneys, Marmeladen, Konfitüren, Flüssig- und Creme-Honig. Honey&Bunny hat eine nachhaltige und regionale Symbiose zwischen Bauern und Bio-Imkern geschaffen. Die Bio-Bienen brauchen die artenreichen Weideflächen der Bio-Landwirte. Diese wiederum liefern die Feldfrüchte für die Chutneys, Marmeladen und Konfitüren. Durch die zunehmende Intensivierung der Land-

wirtschaft verlieren Bienen immer mehr Lebensraum und leiden vermehrt unter Futtermangel. Mehr als 400 Arten von Feldfrüchten sind auf die Bestäubungsleistung von Insekten angewiesen, davon 13 ausnahmslos auf die der Bienen. Österreich braucht Produkte mit einzigartiger Qualität, die auch für unsere Umwelt und unsere Kinder Gutes tun. Aus diesem Grund produziert Honey&Bunny zu 100% österreichisch, zu 100% herkunftstransparent und den Honig zu 100% biologisch.

Ausgezeichnet!

Die NÖM AG wurde neu als
österreichischer Leitbetrieb zertifiziert.

Die Zertifizierungsurkunde, die vorbildhafte Unternehmen, die sich zu nachhaltigem Unternehmenserfolg, Innovation und gesellschaftlicher Verantwortung bekennen, ausgezeichnet wurde im Rahmen eines Empfangs im Café Landtmann von Leitbetriebe Austria-Geschäftsführerin Monica Rintersbacher an die Vorstände Alfred Berger und Josef Simon übergeben.

„Die NÖM ist eines der Unternehmen, die die Erwartungen, die man einem Leitbetrieb gegenüber hat, in jeder Hinsicht zu 100 Prozent erfüllen“, so Monica Rintersbacher anlässlich der Übergabe der Zertifizierungsurkunde. „Als Vermarkter für die Produkte von rund 2500 Milchbauern spielt sie eine Schlüsselrolle für den wirtschaftlichen Erfolg des ländlichen Raums in Niederösterreich, dem Burgenland und Teilen der Steiermark, und ist gleichzeitig auch ein wichtiger Investor in dieser Region. Gleichzeitig arbeitet sie aber auch vorbildlich im Sinne einer verbesserten Nachhaltigkeit, sie ist bereits seit 2016 die erste klimaneutrale Molkerei Österreichs und Innovationen wie die zu 100 Prozent recycelbare Milchflasche geben der gesamten Branche wichtige Impulse. Und nicht zuletzt ist die NÖM wirtschaftlich so erfolgreich, dass sie heute in Österreich praktisch ein Synonym für hochwertige Milchprodukte ist.“

„Wir freuen uns über die Zertifizierung zum österreichischen Leitbetrieb. Diese Auszeichnung zeigt, dass sich unser stetes Engagement in beste Qualität und neue Produkte bezahlt gemacht hat. Nur durch diese konsequente Fokussierung konnten wir uns so entwickeln. Wir haben in den letzten 20 Jahren die Mitarbeiteranzahl verdreifacht, sind in 26 Ländern tätig und ein sicherer Abnehmer der Milch für unsere Bauern in Niederösterreich, der Steiermark und dem Burgenland“, zeigt sich Alfred Berger, Vorstand der NÖM AG erfreut über die Auszeichnung.



v.l.n.r.: Andreas Gnesda (Beiratsvorsitzender Leitbetriebe Austria), Josef Simon (Vorstand NÖM AG), Alfred Berger (Vorstand NÖM AG), Monica Rintersbacher (Geschäftsführerin Leitbetriebe Austria)



**Joya Sojadrink
natur mit Calcium**
1l
Art.-Nr. 64302



**Joya&Dream Erbsen Drink
0% Zucker**
1l
Art.-Nr. 64338



**Joya Hafer Drink
BIO Barista UHT**
1l
Art.-Nr. 64334



Joya Kokosgurt natur
200g
Art.-Nr. 64318

Gerhard Höllinger vor den neuen Lagertanks, © Foto Fischer



Regionalität ist das neue Bio von heute.
 Gerhard Höllinger,
 Geschäftsführer IMS Höllinger GmbH



Für unsere Kinder ist die beste Qualität gerade gut genug!

Dieser Leitsatz prägt die Philosophie von Höllinger und die Qualität der Produkte nach kompromisslosen Bio-Kriterien.

Gerhard Höllinger brachte 1997 als Erster den direkt gepressten Apfelsaft aus steirischen Äpfeln in die Regale. Noch heute ist der steirische Apfelsaft ein Paradeprodukt in Österreich. Er zählt mit seinem naturtrüben Geschmack zu den beliebtesten Fruchtsäften überhaupt. Das Unternehmen sowie das Sortiment sind im Laufe der Zeit beträchtlich und nachhaltig gewachsen. So wurde rechtzeitig zur Apfelernte im Oktober letzten Jahres 50 zusätzliche Lagertanks mit einer Gesamtfüllmenge von bis zu 1,8 Millionen Liter Apfelsaft bereitgestellt. Der Ausbau in der Steiermark habe abgesehen von den eingesparten CO₂-Emissionen und den kürzeren Transportwegen noch weitere Vorteile: Durch die direkte Verarbeitung vor Ort wird maximale Frische garantiert.

z.B. in ebenso einfachen wie köstlichen Rezepturen, im Weglassen von Zusatzstoffen und in der Verwendung von natürlichen, möglichst wenig vorverarbeiteten Rohstoffen. Dabei verfolgt Höllinger sein von Anfang an gesetztes Ziel: Den vollen Geschmack der Natur direkt ins Glas zu bringen - so köstlich wie frisch vom Baum. Ein respektvoller Umgang mit unserer Umwelt liegt bei Höllinger auf der Tagesordnung. So lag es auf der Hand, alle PET-Flaschen auf 100% rePET umzustellen - um den Recyclingkreislauf zu unterstützen und dem Zero-Waste-Konzept gerecht zu werden.

Gleich geblieben sind in all den Jahren allerdings die drei Grundwerte, die von Anfang an im Mittelpunkt der Unternehmung standen. Einfachheit, Natürlichkeit, Beweglichkeit. Diese Grundwerte von Höllinger finden sich in allen Elementen der Unternehmensphilosophie wieder:



Mehr Infos unter
hoellinger-juice.at



Höllinger Steirischer Apfelsaft
 direkt gepresst, naturtrüb
 1 L Elopak



Höllinger Bio Sirup
 div. Sorten
 500 ml Glasflasche



Höllinger Steirischer Apfel Spritzer
 naturtrüb und prickelnd
 500 ml rePET-Flasche



Höllinger Bio Eistee
 div. Sorten
 500 ml rePET-Flasche



Höllinger Bio Sprizz
 div. Sorten
 500 ml rePET-Flasche

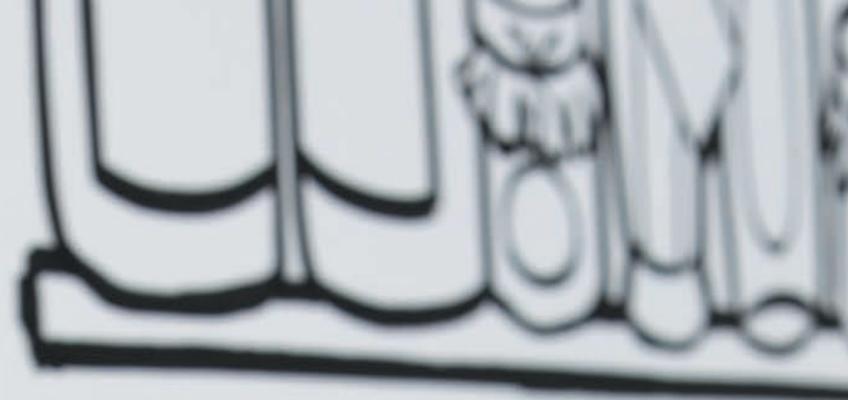


Höllinger Bio Schulsäfte
 div. Sorten
 3x200 ml Tetra Pak



Höllinger Steirischer Vitamin Apfel
 naturtrüb mit stillem Wasser
 3x200 ml Tetra Pak

Das auffallende 2D Design in Schwarz/Weiß lässt die Farben der Eiscreme besonders leuchten und trägt zur Entspannung bei.



Helli&Leo
Rotenturmstrasse 16-18, 1010 Wien
Copa Beach, 1220 Wien (ab Mai)
www.helliundleo.at



Helli&Leo ist mehr als ein klassischer Eissalon. Es gibt zwar Eissorten, die man aus seiner Kindheit kennt, aber auch neue, ausgefallene Varianten. Das Team im Pop-up-Store in der Rotenturmstraße verwöhnt seine Gäste mit täglich rund 24 Sorten, die die Herzen der Eisliebhaber höherschlagen lässt!

DER FRISCHESPEZIALIST IM INTERVIEW
MIT DEM MASTERMIND UND GESCHÄFTSFÜHRER WERNER HELNWEIN



Warum habt ihr ein neues Eisgeschäft gerade in der Rotenturmstraße eröffnet? Gibt es da nicht schon genug davon?

Helnwein: Wir waren auf der Suche nach einem Pop-up-Lokal um unser Konzept zu testen. Und was würde sich wohl besser eignen als die Wiener Eismeile in der Rotenturmstraße! :)

Ich habe die Idee zum Eisladen im langen Lockdown 2020/2021 gehabt, da mir in den sieben Monaten in denen unsere anderen Betriebe geschlossen waren, einfach zu langweilig wurde.

Helli&Leo - wie seid ihr auf den Namen gekommen, wer steckt hinter den beiden Namen?

Helnwein: Helli und Leo sind die Namen meiner Eltern. Ich hatte eine sehr schöne Kindheit und da man Eis ja auch immer ein schönes Gefühl vermittelt, fand ich den Namen perfekt! Und ein kleines Geschenk für meine Eltern war es auch zugleich.

Was macht ihr anders als die anderen Eissalons?

Helnwein: Wir versuchen einfach die bestmögliche Qualität zu liefern und haben nebenbei ein sehr cooles 2D-Design in unseren Läden. Für nächstes Jahr haben wir eine einzigartige Neugier in der Röhre!

Wer hatte die Idee, den Salon wie in einem Comic zu designen? Gib es internationale Vorbilder, die euch inspiriert haben?

Helnwein: Ich hatte die Idee beim Stöbern im Internet. Es gibt international ähnliche Konzepte, aber anders ausgeführt und nichts Vergleichbares mit Eis. Es geht ja ums Gesamtkonzept, aber das Eis sollte doch im Mittelpunkt stehen.

Wo produziert ihr euer Eis?

Helnwein: Wir haben zu Beginn in Gänserndorf produziert, da wir dort eine fertige Produktion übernehmen konnten, sind aber gerade dabei die Produktion nach Wien in unser Schwesterlokal, die Spelunke, zu verlegen.

Wer steckt hinter den kreativen Eissorten?

Helnwein: Wir sitzen regelmäßig zusammen und überlegen uns, was wir verändern bzw verbessern können. Auch die Eissorten werden regelmäßig besprochen, kreiert und überarbeitet. Für unser hervorragendes Eis ist Benjamin Schröder verantwortlich. Er war im Jahr 2020 österreichs Pâtissier des Jahres.

Welches ist deine persönliche Lieblingsorte?

Helnwein: Ich mag alle Sorten! Aber "Sachertorte" liebe ich ganz speziell! :)

Welchen Stellenwert haben Milch, Obers und andere frische Lebensmittel bei euch?

Helnwein: Die Zutaten sind der wichtigste Faktor für Qualität der Eiscreme. Daher steht die Produktqualität bei uns ganz oben.

Ihr seid seit kurzem NÖM Frischebotschafter. Wie seht ihr die Zusammenarbeit mit nöm Gast?

Helnwein: Die Zusammenarbeit mit NÖM ist für uns sehr wichtig, da auch die NÖM für Qualität steht und uns gewährleistet, dass wir mit der leckeren Bio-Milch versorgt werden.

Herzlichen Dank für das Interview!

Wer soll das bezahlen?

FREIE GEDANKEN DES FRISCHEBOTSCHAFTERS TOMAS VOJTKO (EIGENTÜMER STADTGRABEN)

„Wer soll das bezahlen, wer hat das bestellt, wer hat so viel Pinkepinke, wer hat so viel Geld?“ (Lied Jupp Schmitz)

Dieser Gassenschlager wurde 1949 von Jupp Schmitz geschrieben und entstand in der Nachkriegszeit des zerstörten Europas. In der Zeit von 1946 bis 1952 verlor der Schilling fast 90% seines Wertes. Während 1950 die Inflationsrate noch 13,1% betrug, stabilisierte sich diese Mitte der 50er Jahre auf 2-4%. Nach aktuellen Meldungen hat

sich die Geldwertung in Österreich auf derzeit 5,9% erhöht und ein rasches Ende ist nicht in Sicht. Die umgesetzten Covid-Maßnahmen der Regierung kosten dem österreichischen Steuerzahler bereits 50 Mrd. Euro, auch hier dürfte der Plafond noch nicht erreicht sein. Als hätten wir alle damit nicht genug zu kämpfen, überfiel Russland die Ukraine und die sowieso schon angeschlagene heimische Wirtschaft hat mit der nächsten Aufgabe zu kämpfen. Neben tatsächlichen Versorgungsempässen

dürften die einen oder anderen Branchen die Chance eines noch höheren Profits gewittert haben und setzen sich auf die steil bergauf fahrende Preislokomotive. Die Engergiepreise explodieren, Treibstoff ist so teuer wie noch nie, Düngemittel und Saatgut werden knapp und fehlende Arbeitskräfte belasten Gastronomen, Hotellerie, Bauern und Produzenten.

Die Versäumnisse der letzten Jahre holen uns schneller, als vielleicht von vielen erwartet ein. Alles musste in der Vergangenheit billiger, schneller produziert und immer verfügbar sein. Ob die Waren aus China, der Ukraine oder Deutschland kommen war bisher für Viele nebensächlich, Hauptsache günstig. Verfügbar war sowieso alles in Überfluss. Plötzlich sieht sich der Produzent damit konfrontiert, dass in extremen Ausnahmesituationen vermeintlich unerschöpfliche Ressourcen knapp werden. Gott sei Dank, kann sich Österreich im Bereich Lebensmittel größtenteils selbst versorgen. Dann kaufen wir die Ware vorerst in der Heimat, schließlich hat man Verträge zu bedienen, die

Erwartungen von Kunden zu erfüllen, eine Versorgungssicherheit aufrecht zu erhalten.

Der eine oder andere Einkäufer wird diese Tage bemerkt haben, dass es nicht mehr ausschließlich um Preise geht, vielmehr geht es nun darum, rare Rohstoffe zu bekommen. Auch hier holt jeden Einzelnen die Vergangenheit ein. Wie hat man Partnerschaften gepflegt, ließ man in der Vergangenheit diese Partner auch verdienen? Ich sage bewusst nicht „ließ man sie leben“, denn dieser Ausdruck beinhaltet ja schon die unsagbare nicht Wertschätzung seines Gegenübers. Eine erfolgreiche Partnerschaft übersteht auch diese schweren Monate. Partner stehen in den guten und den schlechten Zeiten auf Augenhöhe zueinander. Sie lassen sich nicht überleben, sie unterstützen einander und reden miteinander. Partnerschaft bedeutet auch Ehrlichkeit. Manchmal ist es schwierig und hart, offen über Veränderungen sprechen zu müssen, den Kopf jedoch in den Sand zu stecken und die Herausforderungen dieser Tage zu ignorieren,

ist sicher keine Lösung. Die Teuerungen werden weiter auf uns einschlagen, der Städtetourismus wird auch noch weiterhin schwächeln und die klimatischen Veränderungen werden Wetterextreme wie Trockenheit, Überschwemmungen und Hagel häufiger werden lassen und die damit verbundenen Rohstoffengpässe werden zur saisonalen Normalität mutieren. Umso wichtiger ist es Partnerschaften zu pflegen und fair zu behandeln. Ich nehme mich hierbei als Unternehmer gar nicht aus der Pflicht. Die Covid-Krise hat mir vor Augen geführt, wie wichtig es ist Stammkunden zu pflegen und dankbar für diese loyale Partnerschaft zu sein.

Meine Mitarbeiter stehen mir zuverlässig zur Seite, sowie auch ich sie nicht habe fallen lassen, als es wirtschaftlich enger wurde. Ich bin stolz auch bei meinen Lieferanten größtenteils die richtige Entscheidung getroffen zu haben. Es hat sich für mich bewährt, direkt bei den Herstellern zu beziehen. Ob das Bier der letzten Brauerei Wiens, dem frischen Gemüse der umliegenden Gärtnereien oder der niederö-

sterreichischen Molkereiprodukte. Ich bekomme faire, transparente Preise (nicht immer die günstigsten), zuverlässige Warenverfügbarkeit und ganz viel Partnerschaft auf Augenhöhe. Ich blicke mit Sorge und einer Ungewissheit in die Zukunft. Wie wird sich das Fortgehverhalten meiner Gäste verändern, kann ich die Küchen- und Servicequalität trotz fehlender Mitarbeiter aufrechterhalten und wird trotz empfindlicher Preisanpassungen meine Kundschaft weiterhin essen kommen? Diese Fragen kann mir leider niemand zu 100% beantworten, ich funktioniere und gebe mein Bestes. Meine Partner helfen mir dabei auch die schwersten Schläge zu verkraften, dafür bin ich dankbar.

„Zitat Rocky Balboa: Es kommt im Leben nicht darauf an wie viel du aussteilst, sondern darauf, wie viel du einstecken kannst“



Tomas Vojtko vor seinem Lokal Stadtgraben

Schärdinger Mozzarella – Kulinarische Vielfalt für die Sommerküche



**Schärdinger
Mozzarella Minis 45%**
1kg
Art.-Nr. 55570



**Schärdinger
Mozzarella 45%**
125g
Art.-Nr. 55578





nöm Gast Lebensmittel GmbH | Murbangasse 2 | 1100 Wien

Telefon: 01 / 688 80 60 | Fax: 01 / 688 80 60 - 15

bestellungen@noem-gast.at

www.noem-gast.at