



„Wir wollen den Einsatz der Gastro-Helden unterstützen und hervorheben“: iSi-Geschäftsführerin Maria Fürnhammer-Roskopf.

Plattform (www.isiheroes.com) zu nutzen.

An ausgewählte Gastro-Betriebe werden zusätzlich 200 € Werbekostenzuschuss vergeben, die iSi für eine reichweitenstarke Bewerbung des Betriebs auf Google, Google Display, Facebook und Instagram nutzt. Parallel startet iSi mit „Zu Gast bei ...“ ein neues Video-Format. Gemeinsam mit Gastronomen zeigen iSi Culinary Chefs auf unterhaltsame Art und Weise wertvolle Tipps & Tricks rund um das iSi-System sowie kulinarische Lösungsansätze, die mithilfe von iSi-Geräten umgesetzt werden können.

Über iSi Culinary

iSi Culinary ist Teil der iSi Group und eine von drei Business Units, die seit 1964 weltweit Druckgaszylinder für verschiedene Branchen produzieren und exportieren. Die Produktwelt umfasst Systeme aus aufeinander abgestimmten Geräten, Chargers und Zubehör. Die Anwendungsbereiche reichen von der Herstellung von Schlagobers, Suppen, Saucen und Desserts bis hin zu Soda und Nitro-Drinks. (red)

Vor den Vorhang!

iSi Culinary launcht eine Unterstützungskampagne für die Gastronomie und bittet die „iSi Heroes“ auf die Bühne.

WIEN. Mediale Reichweite, ein Werbekostenzuschuss und eine öffentliche Plattform, um seinen Betrieb zu präsentieren – damit fördert iSi Culinary die heimische und deutsche Gastro-Szene.

Mit der breit angelegten, von der WKO unterstützten Kampagne

ne „iSi Heroes“ will das österreichische Traditionsunternehmen alle „Heldinnen und Helden der Gastronomie, die Tag für Tag ihr Bestes geben, vor den Vorhang holen“, erklärt iSi Culinary-Geschäftsführerin Maria Fürnhammer-Roskopf.

Startschuss gefallen

Anfang September ist dann der Startschuss zur Kampagne gefallen, gleichzeitig damit startete auch die Einreichphase für alle Gastronomen, um mit ihrem Betrieb bei iSi Heroes dabei zu sein und die reichweitenstarke



| Das Social Media-Tool für alle Branchen-Experten

bi good: Neue Pflegeserie

Die Bipa-Eigenmarke wächst beständig.

WIENER NEUDORF. Im Jahr 2014 launchte Bipa seine grüne Eigenmarke bi good. Kennzeichen des Sortiments: vorwiegend natürliche Inhaltsstoffe, möglichst aus der Region und in Österreich hergestellt; keine tierischen Zusatzstoffe; umweltfreundliche Verpackung. Sämtliche Pflegeprodukte tragen das Nature-Gütesiegel und die gelbgrüne Veganblume.

Mittlerweile hat sich die Marke, die auch eine Reihe an Haushaltsprodukten umfasst, sehr gut etabliert – und wächst beständig weiter. Der jüngste Zuwachs ist die Pflegeserie Birke-Heidelbeere mit den Produkten Pflegedusche und Pflegeshampoo sowie den dazugehörigen Nachfüllbeuteln, die 75% an Verpackungsmaterial gegenüber dem Neukauf einsparen. (red)



Die neue bi good-Pflege-Range Heidelbeer-Birke mit Dusche und Shampoo.