



© Sofia Gomez/Kabaka/Culinarius

Culinarius-Geschäftsführer Franz Bernthaler glaubt an das Potenzial des 2020 gegründeten Start-ups.

Starker Partner

Gastro-Mediapartner Culinarius beteiligt sich mit 30% an dem Wiener Kochboxen-Start-up HolyRecipe.

WIEN. Die Beratungs-, Event- und Mediaagentur Culinarius baut ihr Dienstleistungsangebot für Gastronomie und Gourmets weiter aus: Pünktlich zum Relaunch gab das Wiener Restaurant-Kochboxen-Start-up HolyRecipe bekannt, dass sich

die Culinarius-Gruppe mit 30% beteiligt – und somit ein starker Partner für die Zukunft gewonnen werden konnte.

HolyRecipe bietet Kochboxen von Restaurants für zu Hause an; im Rahmen eines Abo-Modells werden drei Gerichte – portio-

niert für jeweils zwei Personen und mithilfe einer Rezeptanleitung zum einfachen Nachkochen – aus der Speisekarte des jeweiligen Lokals für 47 € nach Hause geliefert. Dabei stehen Umweltfreundlichkeit und Regionalität im Fokus: Jede Kochbox wird

österreichweit CO₂-neutral geliefert. Bisherige Kooperationspartner sind u.a. Restaurants wie das Stuver, Toni Mörwald und die Huth Gastronomie.

Powered by Culinarius

Im Vorjahr nach dem ersten Lockdown von Robert Leder und Aline Martinek gegründet, wurde HolyRecipe im März 2021 im Rahmen der bekannten Start-up-Fernsehsendung „2 Minuten 2 Millionen“ einer breiten Öffentlichkeit bekannt; das Feedback nutzte man zu einem umfassenden Relaunch – angestrebtes Ziel sind zumindest 8.000 verkaufte Kochboxen im ersten Jahr.

Mit Culinarius erhält das Start-up in Zukunft deutlich mehr Werbekraft; auf sämtlichen Plattformen der Gruppe – u.a. Gastro News – soll HolyRecipe künftig vermarktet werden. Mit der jahrelangen Erfahrung in der Gastronomie, der großen Expertise sowie den zahlreichen Kontakten wolle man das Start-up in der Erschließung neuer Absatzmärkte für die Gastronomie unterstützen, so Culinarius-Geschäftsführer Franz Bernthaler. (red)



| Connections abseits des Mailverkehrs

Essen zum Lächeln

EatHappy und CliniClowns verkünden Kooperation.

WIEN. Das Sushi-Start-up EatHappy hat sich in den letzten Jahren im heimischen LEH etabliert – und parallel dazu sein soziales Engagement verbreitert. Neben gelebter Nachhaltigkeit (100% rePET) und Regionalität (wo möglich, werden regionale Zutaten bezogen) kooperiert man mit den CliniClowns: Ab sofort werden je 10 c von jedem verkauften Glas Red Beets Curry und Chicken

Curry an die Spitalclowns gespendet.

Darüber hinaus wurde vor wenigen Tagen im neuen EatHappy-Shop in den Ringstrassen-Galerien ein Scheck in Höhe von 15.000 € als Spende von EatHappy übergeben. CEO Florian Bell: „Genauso wie die CliniClowns wollen auch wir für fröhliche Momente sorgen und den Menschen ein Lächeln schenken.“ (red)



© Klaus Vymalek/EatHappy To Go Österreich

EatHappy-CEO Florian Bell mit CliniClowns Austria-Generalsekretärin Liane Steiner und „Dr. Disco“ bei der Scheckübergabe in den Ringstrassen-Galerien.