



© Sofia Gómez Kubeka/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 CO<sub>2</sub>-neutral geliefert. Bisherige Kooperationspartner sind u.a. Restaurants wie das Stüwer, 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% re-PET) 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: „Genau so 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.