

SHORT

Limette und Chili in einem Essig vereint

Wels. Die Sommerkombination für die Trendküche: Limette + Chili. Dieses feurig-fruchtige Duo fängt Hengstenberg unter dem Qualitäts-Siegel „Essig des Jahres 2009“ in einer modernen Essig-Komposition ein. Die Basis des Hengstenberg „Limetten & Chili Essigs“ bildet ein feiner Weißweinessig, der durch Chili-



Auszüge und Limettensaft eine frische Note erhält. Zusammen mit Zitronengras, Ingwer und Koriander kamen Limetten und Chilis mit dem Thai-Trend nach Europa. Inzwischen haben die beiden Thai-Klassiker auch die leichte Trendküche erobert und sind für moderne Kreationen ein absolutes Muss.

Der Essig des Jahres 2009 kommt von Hengstenberg.

Obst und Gemüse sind wieder deutlich billiger

Wien. Die Großhandelspreise befinden sich seit Monaten im Sinkflug. Im Mai 2009 sind sie im Vergleich zum Vorjahresmonat um satte 10,5% gesunken. Wie die Statistik Austria am Freitag mitteilte, entspricht dies der höchsten negativen Jahresveränderungsrate seit Beginn der Berechnung des Großhandelspreisindex im Oktober 1948. Im Mai 2008 war der Großhandelspreisindex aufgrund stark gestiegener Preise insbesondere für landwirtschaftliche Produkte noch um 11,7% über jenem vom Mai 2007 gelegen. Im heurigen Mai sanken aber die Preise für Obst, Gemüse und Kartoffeln im Jahresvergleich um nicht weniger als 15,3%. (APA)

Eferding sagt die Gemüsemesse ab



Das Eferdinger Gemüse bekommt heuer keine eigene Messe.

Eferding. Der Verein Eferdinger Gemüselust hat die ursprünglich für Oktober 2008 vorgesehen und auf Juni 2009 verschobene Gemüsemesse jetzt endgültig abgesagt.

Als Begründung wurden mehrere Punkte aufgezählt, darunter folgender: „Seit Anfang Oktober des Vorjahres macht sich eine weltweite Wirtschaftskrise bemerkbar, welche auch vor Europa und Österreich nicht halt gemacht hat und weshalb der Bund bislang noch keinen fixen Budgetrahmen vorgeben konnte.“ Man wolle aber weiter versuchen, das OÖ-Gemüse bekannt zu machen.

Jahreszahlen Die Geschäftsführung verweist vor allem auf die Qualitätsstrategie, die zu erhöhten Umsätzen führt

LGV-Bilanz leicht im Plus

Im Jahr 2009 verspreche der Trend zu heimischen Gemüse wieder positive Zahlen für die LGV.

Wien. Mit einem Umsatz von 69,3 Mio. € 2008 konnte die LGV Frischgemüse GmbH ein Plus von knapp sieben Prozent vermelden. Frischgemüse aus regionalem Anbau liege also weiterhin im Verbrauchertrend, meinte LGV-Vorstand Gerald König. Dies zeige auch die Frischgemüsesaison 2009.

„Grundlage dieses Erfolgs ist unsere Hochqualitätsstrategie, die wir seit Jahren konsequent verfolgen und in die wir – auch 2008 – wieder massiv investiert haben“, resümierte König.



Für 2009 sieht König eine diffizile Ausgangsposition, zeigt sich aber letztlich optimistisch, dass LGV auch in diesem Jahr wieder positiv bilanzieren wird. In der augenblicklich wirtschaftlich

anspannten Lage würden sich nicht nur Fachleute mit Prognosen schwertun, meint König: „In einer solchen Sonder-situation tun auch wir uns als Produzent natür-

lich schwer mit Voraussagen. Fakt ist, dass wir durch die schwierigen Witterungs- und Lichtverhältnisse in den Monaten Jänner bis März erst zwei Wochen nach dem sonst üblichen Termin mit der Ernte beginnen konnten. Wir werden daher auch im laufenden Jahr wohl kein Mengenwachstum erzielen können.“

Die Herausforderung 2009

Demgegenüber werde aber ein deutlich verstärkter Griff heimischer Konsumenten zu österreichischen Produkten registriert – „und das ist mit Sicherheit ein Trend, der für uns spricht“. Wachstumspotenzial sieht LGV vor allem in zwei Bereichen: in einer neuerlichen Wertsteigerung durch die gut nachgefragten LGV-Premiumprodukte sowie im Export. König: „Die größten Chancen sehe ich in Süd- und Norddeutschland.“ (red)

Frisch & Frost Im Sortiment von Toni Kaiser finden sich die unterschiedlichsten Frucht-Füllungen

Süße Knödel für die Sommerfrische

Wien. Obst macht sich immer gut – überhaupt dann, wenn es in saftige Knödel verkleidet ist. Süße Knödel haben in der österreichischen Küche eine lange Tradition. Im Sortiment von Toni Kaiser finden sich die unterschiedlichsten Variationen, wie Erdbeer- oder Marillenknödel. Die Knödelkreationen sind einfach und schnell zuzubereiten und schmecken wie selbst gemacht. Zu haben sind die süßen Knödel in der 6 Stück-Packung, incl. beigepackten Zuckerbröseln.

trotz ihres „Kleinformats“ und schneller Zubereitung eine Gaumenfreude. Erhältlich sind die Kartoffelteigtaschen in der 410 g-Packung, ebenfalls incl. beigepackten Zuckerbröseln.

Der Klassiker

Das Rezept für den Original Wiener Apfelstrudel von Toni Kaiser wurde streng nach Original-Vorbild gewählt. Frische Scheiben aus saftigen, steirischen Äpfeln, geröstete Brösel und Rosinen kommen in den gezogenen Strudelteig und sorgen für Premium Wiener Mehlspeisqualität.



Die Mehlspeis-Spezialität ist fertig gebacken und vorportioniert in der 375 g-Packung zu haben. (red)

Die frischen Erdbeeren im Teigmantel – nur einige der Früchte im Sortiment.

Charity-Turnier Der Erlös des Events wird in Not geratenen niederösterreichischen Familien zugutekommen

SanLucar: Abschlag für den guten Zweck

Wien. Am 27. Juni 2009 veranstaltet SanLucar im Golfclub Schloss Ebreichsdorf das 1. Golf Charity Turnier.

Nach jahrelangen Sponsoring-Aktivitäten bei sportlichen und sozialen Projekten habe man sich bei dem spanisch-stämmigen Unternehmen dieses Jahr erstmalig

entschlossen, ein SanLucar Golf Charity Turnier ins Leben zu rufen und somit weiter den Nachhaltigkeitsgedanken des Betriebs zu stärken.

„Mit den Erfahrungen der vergangenen Jahre im Handgepäck wollen wir eine unvergessliche Veranstaltung bieten. Neben Sport,

Spiel und Spaß ist es uns ein Bedürfnis, den sozialen Inhalt des Events vorzustellen“, heißt es dazu in einer Mitteilung des Unternehmens. Mit diesem Turnier und dem daraus resultierenden Erlös wird SanLucar in Not geratenen Familien aus der Region Niederösterreich spontane Hilfe zukommen lassen.

Erscheinen sowie einen hohen Erlös. Das Unternehmen selbst widmet bereits seit einigen Jahren einen Teil seiner Öffentlichkeitsarbeit dem Charity-Bereich. Das 1993 von Stephan Rötzer gegründete SanLucar hat seinen Firmensitz im spanischen Puzol bei Valencia, weitere Standorte befinden sich in Deutschland, Österreich, Italien, Frankreich, Portugal sowie in Südamerika.

Umfangreiche Kooperation

In Zusammenarbeit mit der Niederösterreichischen Landesregierung sowie verschiedenen Regionalpolitikern wird eine schnelle und unbürokratische Hilfe versprochen.

„Mit dieser Idee und unserem Engagement konnten wir namenhafte Sponsoren wie beispielsweise Red Bull, Heindl Confiserie, Ströck und noch weitere gewinnen. Weiters unterstützen uns Persönlichkeiten aus dem Sportbereich wie z.B. Franz Wohlfahrt, Andreas Herzog, Josef Hickersberger sowie Oliver Stamm und Claudia Kristofics-Binder und viele mehr“, hofft SanLucar auf zahlreiches

Fairplay für die Natur

SanLucar, das aktuell rund 120 Mitarbeiter beschäftigt, lässt in über 30 Ländern bei den ausgewählten Vertragspartnern zurzeit rund 90 Obst- und Gemüsesorten gedeihen.

Der Leitgedanke des Unternehmens könnte als „Fairplay“ überschrieben werden. Wie es auf der Homepage von SanLucar heißt, sei der wichtigste Partner für bestes Obst und Gemüse „die Natur. Unsere Philosophie ist es, sie zu schützen und zu erhalten. Diese Haltung ist Voraussetzung für alle, die für und mit uns arbeiten.“ (red)



Kommendes Wochenende wird in Ebreichsdorf für den guten Zweck abgeschlagen.