

Q NEWS

EDITION NO. 19 Juli 2025

Coffee with Alexander Langgruber

Ein Gespräch über Public Relations und wo es das beste Essen in Wien gibt

Behind the Scene

Was passiert eigentlich bei QimiQ?

Flash News

QimiQ als Problemlöser



international Hong Kong

und weitere internationale Kunden

RETAIL

Was tut sich beim Endverbraucher?

Digitale Präsenz

und warum sie so wichtig sind!

Contents



04 QimiQ Industrie
Hinter den Kulissen
bei QimiQ.



06 Foodservice
Wo war QimiQ
unterwegs?

Features Topic

09 VeganMania Wien
Alle Infos zur erfolgreichen Messe in Wien!

20 QimiQ Opinion
Was hilft gegen Fachkräftemangel?

23 Welcome to the Team
Wir begrüßen neue Team Mitglieder



10 QimiQ Export: Hong Kong

09

QimiQ International

12

Digital Marketing

14

QimiQ Retail



16

Coffee with
Alexander
Langgruber



22 NEWS

Editor's Note



“Immer am Genuss bleiben”

Das zweite Quartal dieses Jahres war für QimiQ geprägt von Wachstum, spannenden Projekten und vielen gemeinsamen Erfolgen. Wir haben es geschafft, in mehreren internationalen Märkten unsere Präsenz auszubauen und neue Partnerschaften zu etablieren – ein starkes Zeichen dafür, wie gefragt unsere Produkte weltweit sind.

Ein besonderes Highlight war der erfolgreiche Start von QimiQ Vegan, unserer neuen pflanzlichen Produktlinie, die wir erstmals auch über den Webshop anbieten. Das Feedback von Kundinnen und Kunden, Influencern und Köchen war durchweg positiv – viele haben betont, dass es bislang kein vergleichbares Produkt am Markt gibt. Das bestätigt uns darin, dass wir mit QimiQ Vegan genau den Nerv der Zeit treffen.

Auch im Team hat sich viel bewegt: Mit Michael Schlüchter als neuem Head of Culinary und Emanuel Miedl als Verkaufsleiter für Österreich und CEE konnten wir zwei erfahrene Experten gewinnen, die unser Unternehmen mit wertvollem Know-how bereichern.

Darüber hinaus freuen wir uns, in dieser Ausgabe eine neue Reihe vorzustellen: „Auf einen Kaffee mit ...“. In diesem Format geben wir Einblicke in die Zusammenarbeit mit unseren Partnern und Lieferanten. Zum Auftakt konnten wir Alexander Langgruber, Geschäftsführer unserer PR-Agentur YIELD, für ein Gespräch gewinnen.

Diese Ausgabe unseres Magazins zeigt, wie breit QimiQ inzwischen in Gastronomie, Handel und Industrie verankert ist, wie wir Trends aufgreifen und welche Menschen hinter unseren Ideen stehen. Ich freue mich auf ein weiteres Quartal voller Tatkraft, Innovation und gelebtem Teamgeist.

Herzlichen Dank an alle, die QimiQ jeden Tag mitgestalten!



IMPRESSUM: Redaktion: QimiQ Marketing & YIELD, Fotos: Felix Weinberger, QimiQ & MehrWert, Herausgeber: QimiQ Handels GmbH, Konzept und Gestaltung: QimiQ Marketing



Das Team in der

QimiQ Industrie

Agile Prozesse und moderne Technik – die Basis für internationale Projekterfolge

Die agile Struktur unseres Culinary Teams ist kein bloßes Schlagwort, sondern gelebte Praxis – und einer der entscheidenden Gründe dafür, dass wir Projekte effizient, kundenorientiert und international erfolgreich umsetzen können. Durch kurze Kommunikationswege, interdisziplinäre Zusammenarbeit und eine hohe Anpassungsfähigkeit gelingt es uns, flexibel auf neue Anforderungen zu reagieren – ganz gleich, ob es sich um kurzfristige Änderungen in der Rezeptur, technische Rückfragen oder kostenseitige Optimierungen handelt.

Diese Agilität ergänzen wir gezielt durch Investitionen in unsere Infrastruktur. Mit dem Bau unserer neuen, topmodernen Industrieküche schaffen wir ideale Bedin-

gungen, um noch schneller und praxisnäher zu entwickeln. Herzstück ist unter anderem eine Koruma-Anlage – ein leistungsstarkes Gerät, das speziell für industrielle Prozesse wie Emulgieren, Dispergieren und Mischen konzipiert ist. Sie ermöglicht es uns, komplexe Produktideen direkt im Haus unter realitätsnahen Bedingungen zu testen und zu optimieren.

Für unsere Kunden bedeutet das: kürzere Entwicklungszeiten, maximale Produktsicherheit und ein effizienter Weg vom ersten Konzept bis zum serienreifen Produkt. Und für uns bei QimiQ ist es ein weiterer Schritt hin zu exzellenter Produktentwicklung auf höchstem Niveau – flexibel, lösungsorientiert und immer am Puls des Marktes.



QimiQ Marinade ohne Tierische Stoffe

QimiQ hat die Marinade ohne tierische Inhaltsstoffe entwickelt, da viele Metzgereien sowie Länder im Nahen Osten großen Wert darauf legen, keine Molke oder tierischen Bestandteile in ihren Anlagen oder Produkten zu verarbeiten. Mit viel Fachwissen hat Chef Florian eine Rezeptur geschaffen, die diesen Anforderungen entspricht und zugleich höchste Qualität bietet. Im Vergleich zu den meisten Marinaden am Markt, die häufig Phosphate enthalten, sorgt QimiQ phosphatfrei für saftigere Stücke, gleichmäßige Bräunung und verlängerte Haltbarkeit.

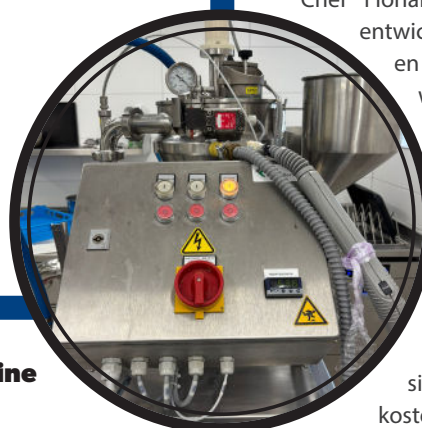
Während der Entwicklung wurden zahlreiche Muster bei voller Hitze homogenisiert, um die Stabilität zu prüfen. In anschließenden Tests wurden Hühner getumbled, vakuumiert, eingefroren und gegart – das Ergebnis: perfekte Bräunung, eine saftige Textur und deutlich reduzierter Garverlust.

Die abschließenden Tests haben bestätigt, dass die laktosefreie QimiQ Marinade dieselbe Qualität wie die klassische Variante liefert. Sie eignet sich ideal für Fleisch, Fisch und Geflügel und bietet eine funktionelle Lösung, die das Gargut hochwertig veredelt und die Haltbarkeit verlängert.

“**UNSERE KUNDEN
ERWARTEN HEUTE NICHT
NUR QUALITÄT, SONDERN
AUCH GESCHWINDIGKEIT
UND FLEXIBILITÄT.**

Rudolf F. Haindl

Koruma Maschine



Geschwindigkeit und Flexibilität

Der Lebensmittelmarkt ist heute schnelllebig, denn je: Jede Woche verschwinden rund 80 Produkte aus den Supermarktregalen – und etwa ebenso viele neue kommen hinzu. Wer in diesem dynamischen Umfeld erfolgreich sein will, muss nicht nur innovative Ideen liefern, sondern diese auch zügig zur Marktreife bringen. Deshalb sind Schnelligkeit und Flexibilität in der Entwicklung entscheidend. Nur wer rasch auf Trends, Kundenwünsche und Marktveränderungen reagiert, bleibt wettbewerbsfähig. Bei QimiQ setzen wir genau hier an: Mit unserem agilen Culinary Team und einer topmodernen Industrieküche schaffen wir die Voraussetzungen, um neue Rezepturen effizient zu entwickeln, zu testen und marktfertig umzusetzen – und das in Rekordzeit.



White Pizza Sauce

In den vergangenen Wochen wurde intensiv an der Weiterentwicklung der weißen Pizza Sauce für eine große Fast-Food-Kette in Australien gearbeitet. Während das Backverhalten der bisherigen Rezeptur sowohl unser Team als auch den Kunden überzeugte, stellte der Zielpreis weiterhin eine Herausforderung dar. Chef Florian nahm sich der Aufgabe an und entwickelte auf Basis alternativer Zutaten mehrere neue Rezepturen. Diese wurden anschließend auf ihr Verhalten beim Backen, ihre Konsistenz sowie auf Frier- und Tauprozesse getestet – selbstverständlich immer mit Fokus auf den Geschmack. Die ausgewählten Muster wurden im Anschluss an unseren langjährigen Partner TAG Food Solutions in Melbourne übermittelt, wo sie gemeinsam mit dem Kunden verkostet und im Detail besprochen wurden.



Aramark Regionalleiter Meeting

Beim Regionalleiter-Meeting von Aramark präsentierten Martin und Chef Florian erstmals QimiQ Vegan vor einem großen Fachpublikum. Das gesamte Team zeigte sich begeistert von den vielfältigen Einsatzmöglichkeiten und der unkomplizierten Verarbeitung der neuen pflanzlichen Linie. Die positiven Rückmeldungen bestätigen einmal mehr, dass QimiQ Vegan genau den Zeitgeist trifft und großes Potenzial für die Gemeinschaftsverpflegung bietet.



Gastwirtschaft Jäger

In der Gastwirtschaft Jäger am Golfplatz Donnerskirchen hat Christian kürzlich einen inspirierenden Workshop durchgeführt. Im Mittelpunkt standen raffinierte Dessertkreationen, die sowohl optisch als auch geschmacklich überzeugten. Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer konnten live erleben, wie vielseitig und effizient QimiQ in der Patisserie eingesetzt werden kann – von klassischen Schichtdesserts bis hin zu modernen Interpretationen. Ein gelungener Nachmittag, der viele neue Ideen und Begeisterung für kreative Süßspeisen weckte.

QimiQ Foodservice

„Business, like life, is all about how you make people feel. It's that simple, and it's that hard. You are in the hospitality business, no matter what you sell. In the end, people may forget what they ate or what you said, but they will never forget how you made them feel.“

- Danny Meyer, Union Square Hospitality Group

Gesundheitsresort Donaupark

In Ehingen hat Jürgen kürzlich die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Liebherr umfassend in der Anwendung von QimiQ geschult. Im Fokus standen verschiedene Dessertideen, die nun erstmals gemeinsam kalkuliert und für den Einsatz in der Betriebsgastronomie vorbereitet wurden. Das Feedback war durchweg positiv – die Teilnehmer zeigten sich überzeugt von den vielfältigen Möglichkeiten und der unkomplizierten Verarbeitung der Produkte. Besonders geschätzt wurde der persönliche Support und die Fachkompetenz, mit der Jürgen das Team begleitet hat. Nun wird auf das Feedback gewartet, wann die QimiQ Desserts ins Sortiment aufgenommen werden.





Sea Chefs

Diese Woche waren Martin und Chef Florian an Bord der Hanseatic Spirit, um die Sea Chefs umfassend auf das neue QimiQ Vegan zu schulen. In einer intensiven Praxis-session stellten sie zahlreiche Anwendungsmöglichkeiten vor – von cremigen Desserts bis hin zu pflanzlichen Basisrezepturen für die Bordküche.

Mit viel Fachwissen, Charme und Begeisterung zeigten die beiden, wie unkompliziert sich QimiQ Vegan verarbeiten lässt und welche kreativen Ideen sich damit umsetzen lassen. Das gesamte Küchenteam war beeindruckt von der Qualität und Vielseitigkeit der Produkte.

Der Einsatz hat sich gelohnt: Noch während des Termins ging eine erste große Bestellung ein. Ein gelungener Auftakt für viele weitere Einsätze an Bord – und ein schöner Beleg dafür, dass QimiQ Vegan auch auf hoher See überzeugt.



Metro Lanzersdorf

Christian hat in der Metro Langen-zersdorf das Sales Team umfassend auf QimiQ geschult. Auf eine erfolgreiche Zusammenarbeit – und viele gemeinsame Erfolge im Handel!



Metro Salzburg

Nebo hat die Markttagge bei Metro Salzburg erfolgreich gemeistert und zahlreiche Kundinnen und Kunden von den Vorteilen der QimiQ Produkte überzeugt. Ein starker Auftritt, der für viel positives Feedback und neue Kontakte gesorgt hat!



Interspar Bäckerei

Christian war in der Interspar Konditorei, um gemeinsam mit dem Produktionsleiter verschiedene vegane Desserts zu testen. Auf dem Programm standen unter anderem eine vegane Schokoladencreme, und Vanillecreme.



Palfinger

Nebo und Chef Udo waren in Bergheim, um bei Palfinger einen Workshop abzuhalten. Die Brigade wurde praxisnah auf die neuen QimiQ Produkte eingeschult – ein gelungener Termin mit großem Interesse und vielen neuen Ideen für den Küchenalltag.

QimiQ International



Belgien

Chef Florian war in Belgien und hat mit unserem Partner Cnudde Workshops durchgeführt. Präsentiert wurden klassische Produkte und QimiQ Vegan für Kunden. Verkostet wurden Aufstriche, Dressings und Desserts für den Buffetbereich – mit durchweg positivem Feedback.



Azerbaidjan

Es gab wieder eine erfolgreiche Video-Schulung: Chef Jakob hat unsere Partner in Aserbaidschan online auf QimiQ eingeschult. Ein wertvoller Austausch, der viel Begeisterung und neue Ideen geweckt hat!



Polen

Chef Flo hat diese Woche mit unseren neuen Partnern aus Polen einen Workshop durchgeführt. Das Vater-Sohn-Duo reiste mit vielen frischen Ideen und wertvollen Informationen für ihre Kunden zurück nach Hause.



USA

Chef Udo ist in New York auf der nächsten Fancy Food Show – Summer Edition vertreten. Er hat zahlreiche Dessert- und Vorspeisenmuster vorbereitet und unterstützt unseren Partner GFI vor Ort bei allen Fragen rund um QimiQ.



Kroatien

Chef Udo ist gemeinsam mit Felix in Kroatien unterwegs! In verschiedenen Orten halten sie Workshops ab und präsentieren erstmalig QimiQ Vegan. Unter anderem waren sie bei Jadranka, wo das Interesse besonders groß war.



Malaysia

Chef Jakob war in Malaysia unterwegs und hat zahlreiche Kunden auf den Einsatz von QimiQ geschult. Bei Cas Cas wurde eine Pasta-Sauce entwickelt, die optimal an der Nudel haftet – und genau hier konnte QimiQ seine Stärke beweisen!

VeganMania MQ Messe Wien

QimiQ begeistert auf der Veganmania Wien – ein starkes Zeichen für pflanzlichen Genuss

Bei der Veganmania Wien, die vom 6. bis 8. Juni 2025 am MuseumsQuartier stattfand und mehr als 35.000 Besucherinnen und Besucher anzog, war der QimiQ Stand ein echter Publikumsmagnet. Schon kurz nach Messebeginn bildeten sich die ersten Warteschlangen, denn viele wollten wissen, wie QimiQ jetzt auch vegan funktioniert und wie vielseitig sich das Produkt einsetzen lässt.

Ein besonderes Highlight waren die vorbereiteten Verkostungen: Das Rote Rüben Tatar überzeugte mit seiner feinen Würze und der cremigen Konsistenz, während das dunkle Schokoladenmousse viele Gäste nachhaltig beeindruckte. Immer wieder hörte man begeisterte Rückmeldungen über den authentischen Geschmack und das angenehme Mundgefühl – Aussagen wie „Endlich ein veganes Produkt, das man einfach einsetzen kann!“ fielen nicht nur einmal.

Neben den Verkostungen konnten die Besucherinnen und Besucher sich umfassend über Anwendungsmöglichkeiten informieren. Das QimiQ Team beantwortete zahlreiche Fragen zu Rezeptideen, Verarbeitungstipps und Bezugsquellen. Viele nahmen Rezepte und Broschüren mit nach Hause, um die Produkte gleich selbst auszuprobieren. Auch der neue Webshop, über den QimiQ Vegan erstmals direkt bestellt werden kann, stieß auf großes Interesse.

Die Resonanz zeigte deutlich: Pflanzliche Ernährung ist längst kein Nischenthema mehr, sondern im Alltag vieler Menschen angekommen. Besonders Gastronomiebetriebe, Caterer und ambitionierte Hobbyköche suchten das Gespräch, um sich Anregungen zu holen, wie sie ihre Speisekarten zeitgemäß erweitern können.

Die Veganmania war für QimiQ nicht nur eine Plattform, um das neue Sortiment vorzustellen, sondern auch ein wichtiger Austausch mit einer Zielgruppe, die großen Wert auf Qualität, Nachhaltigkeit und einfache Handhabung legt. Das durchweg positive Feedback bestärkt das Team, den eingeschlagenen Weg konsequent weiterzugehen und das vegane Sortiment kontinuierlich auszubauen.

Vielen Dank an alle, die vorbeigeschaut, probiert und mit uns über die Zukunft der pflanzlichen Küche gesprochen haben – wir freuen uns schon auf die nächste Veganmania!



QimiQ International Hong Kong



QIMIQU UND CFF: 15 JAHRE PARTNERSCHAFT IM DYNAMISCHEN FOODMARKT HONGKONGS

Seit über 15 Jahren arbeitet QimiQ eng mit dem global tätigen Feinkostspezialisten CFF zusammen, um den Markt in Hongkong und Macau erfolgreich zu bedienen. Das österreichische Markenprodukt ist dort längst in der Spitzengastronomie ebenso zu Hause wie in der industriellen Lebensmittelherstellung.

Heute setzen zahlreiche Hotelketten, Restaurants und Cafébetriebe auf die vielseitigen QimiQ-Produkte – von klassischer Sahneveredelung über Dessertcremes bis hin zu modernen Convenience-Lösungen. Besonders Aufmerksamkeit erregte zuletzt die Einführung eines Tiramisu im Becher, das eine bekannte Café-Kette 2024 exklusiv mit QimiQ Tiramisu auf den Markt brachte und seither in sämtlichen Filialen anbietet. Auch

einer der größten Food & Beverage Catering-Konzerne der Metropole, der ein umfangreiches Portfolio an Restaurants, Quick-Service-Konzepten und Bäckereien betreibt, nutzt QimiQ seit vielen Jahren als zuverlässige Basis für Cremes, Kuchen und Sandwichfüllungen.

Dynamischer Markt mit wachsender Nachfrage

Die Foodservice-Branche in Hongkong entwickelt sich in hohem Tempo. Laut aktuellen Marktdaten wird der Lebensmittel- und Getränkemarkt 2024 und 2025 jährlich um über 5 Prozent wachsen, getragen von einer stark steigenden Nachfrage nach Premium-Produkten, Bequemlichkeit und modernen Genusskonzepten. Besonders





Innovation

Chef Jakob zeigt den Bakery Shops neue Zubereitungen für ihre Ready Made Torten und Pastries.

Desserts und Backwaren verzeichnen einen Boom: Der Bereich Bakery & Confectionery gehört zu den am schnellsten wachsenden Segmenten und erreicht laut Hong Kong Foodservice Market Report eine jährliche Zuwachsrate von mehr als 6 Prozent.

Internationale Restaurantketten und Cafémarken wie Café de Coral, Pacific Coffee oder Maxim's prägen das Stadtbild ebenso wie zahlreiche kleinere Premium-Konzepte, die innovative Lösungen suchen, um Qualität, Effizienz und Zeitersparnis zu vereinen. Für diese Anforderungen gilt QimiQ als bevorzugte Zutat, da sich die Produkte ohne großen Aufwand verarbeiten lassen und konstante Ergebnisse liefern.

Fokus auf Wachstum und Innovation

Aktuell arbeitet QimiQ gemeinsam mit CFF daran, den Foodservice-Vertrieb weiter auszubauen. Ein neu aufgestelltes

Hong Kong Food Market

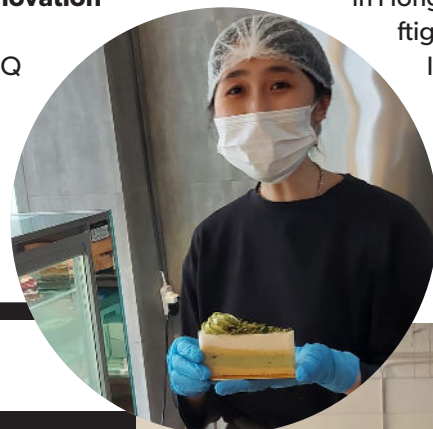
Hongkong ist einer der dynamischsten Foodservice-Märkte Asiens mit einem Jahresvolumen von über 14 Milliarden USD und einem erwarteten Wachstum von 5,4 %. Besonders stark wächst der Bereich Bakery & Confectionery mit 6,1 % jährlich, da hochwertige Desserts und Backwaren stark gefragt sind. Rund 60 % der Umsätze entfallen auf große Ketten wie Café de Coral, Maxim's oder Pacific Coffee. Mit über 5.000 Restaurants und Cafés vor Ort bietet Hongkong enormes Potenzial für innovative Convenience-Produkte – ein Trend, dem QimiQ mit seinen vielseitigen, einfach einsetzbaren Lösungen perfekt entspricht.

Verkaufsteam konzentriert sich auf Gastronomiekunden, während parallel mehrere neue ready made Produkte für bestehende Hersteller entwickelt werden. Damit will das Unternehmen die Umsätze in Hong Kong in den kommenden Jahren mehr als verdoppeln und das starke Vor-Covid-Niveau zurückerobern.

QimiQ legt zudem Wert auf die enge Zusammenarbeit mit kleineren Manufakturen, Bäckereien und Cafés. Hier entstehen maßgeschneiderte Rezepturen und moderne Dessertkonzepte, die den steigenden Ansprüchen der Kundschaft gerecht werden und neue Impulse im Markt setzen.

Mit ihrer langjährigen Partnerschaft, lokaler Marktkennntnis und einem klaren Bekenntnis zu Qualität und In-

novation bleiben QimiQ und CFF in Hongkong auch künftig ein wichtiger Impulsgeber für eine der dynamischsten Foodservice Regionen Asiens.



Workshops

Chef Jakob ist für die Workshops in ganz Asien zuständig.

Digital Präsenz als Erfolgsrezept

QimiQ Instagram

Auf Instagram teilen wir regelmäßig Rezeptvideos und News rund um QimiQ. Unsere Inhalte sind saisonal abgestimmt und bieten kreative Ideen für jede Jahreszeit – von sommerlichen Desserts bis hin zu herbstlichen Wohlfühlgerichten. Die Rezeptvideos und Rezeptpostings erscheinen nicht nur auf Instagram, sondern auch auf Facebook, wo unsere Community direkt mit dem Content interagieren kann. Likes, Kommentare und geteilte Beiträge zeigen uns, was gut ankommt – und geben uns wertvolle Einblicke für die Weiterentwicklung unserer Inhalte. So entsteht ein lebendiger Austausch mit unseren Followern, bei dem Inspiration und Feedback Hand in Hand gehen.



Schnell. Kreativ. Digital.
Wie QimiQ Social Media nutzt, um Nähe zu schaffen und Umsatz zu steigern

Mit einem agilen Team, viralen Rezeptideen und direktem Community-Feedback setzt QimiQ neue Maßstäbe im digitalen Food-Marketing. Was früher klassische Werbung über Print oder TV war, ist heute ein Zusammenspiel aus authentischem Content, digitalem Gespür und der Fähigkeit, Trends blitzschnell aufzugreifen. In einem Markt, in dem wöchentlich rund 80 Produkte aus dem Regal verschwinden und durch neue ersetzt werden, entscheidet nicht nur die Produktqualität über den Erfolg – sondern auch Sichtbarkeit und Relevanz im Netz.

Wir machen Food digital erlebbar

Bei QimiQ steht Social Media im Mittelpunkt der Markenkommunikation. Ob Instagram, Facebook oder TikTok – wir

nutzen diese Plattformen, um unsere Produkte emotional zu inszenieren, Geschichten zu erzählen und echten Mehrwert zu bieten. Unser Culinary Team arbeitet Hand in Hand mit dem Marketing, um inhouse Rezeptvideos zu produzieren, die nicht nur schön anzusehen sind, sondern auch zum Nachmachen einladen. Wir greifen virale Trends auf und bringen sie in unsere Welt – ganz gleich, ob es sich um Feta-Pasta, Ninja Creami Ice Creams oder den nächsten Matcha-Hype handelt. Wir haben alles umgesetzt – schnell, kreativ und markengerecht.

Content mit Substanz – für Kund:innen und Community

Doch unser Content ist mehr als Unterhaltung: Er liefert konkrete Anwendungsbeispiele für unsere Produkte und

zeigt deren Vielseitigkeit im Alltag. Neben Videos erstellen wir hochwertige Rezeptpostings mit professionellen Fotos, die direkt in unsere QimiQ-Rezeptdatenbank einfließen – ein wachsendes digitales Nachschlagewerk mit über 4.500 Rezepten, das Kund:innen und Partner:innen Inspiration und Sicherheit bei der Anwendung bietet.

Direkte Kommunikation – echte Nähe

Unsere Nähe zur Community ist dabei kein Zufall, sondern Teil unserer Philosophie. Wir reagieren auf Nachrichten, nehmen Rezeptwünsche auf und entwickeln auf dieser Basis neue Gerichte – persönlich, unkompliziert und in direktem Dialog mit unseren Nutzer:innen. Diese Agilität verdanken wir einer offenen Unternehmenskultur, kurzen Abstimmungswegen und dem Vertrauen in unsere Kreativteams.

Humor, Herz & Hashtags

Besonders auf TikTok setzen wir auch auf humorvollen, unterhaltsamen Content, der Emotionen weckt, zum Lachen bringt und unsere Marke auf sympathische Weise in den

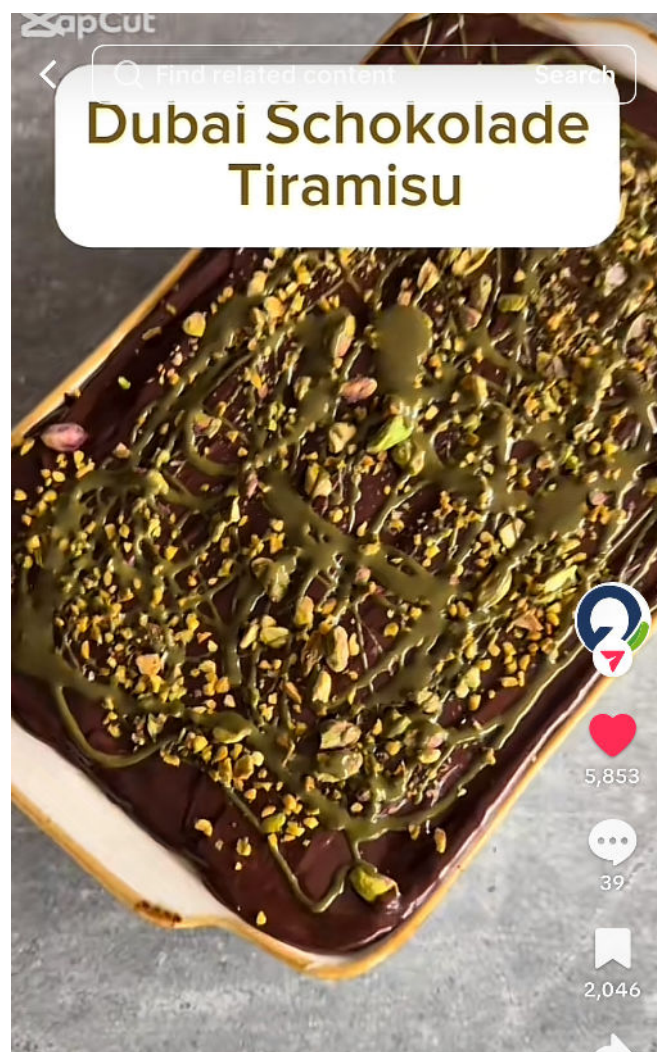
Alltag der User:innen integriert. Denn wir wissen: Wer lacht, erinnert sich – und wer sich erinnert, greift auch im Supermarkt oder Onlineshop zum Produkt.

Digitaler Content mit handfestem Ziel

All das machen wir nicht zum Selbstzweck. Unser digitales Marketing ist eng mit unseren Verkaufszielen verknüpft: Die gesteigerte Sichtbarkeit zahlt direkt auf den Umsatz im Lebensmitteleinzelhandel, bei Diskontern sowie in unserem Onlineshop ein. Jede Story, jedes Reel und jeder Post verfolgt ein klares Ziel – und ist zugleich Teil einer größeren Markenstrategie, die auf Nachhaltigkeit, Innovation und Nähe setzt.

Fazit: Wer digital denkt, gewinnt

Digitales Marketing ist heute mehr als eine Ergänzung klassischer Kanäle – es ist das Herzstück moderner Markenführung. Bei QimiQ kombinieren wir kulinarische Expertise mit digitaler Kreativität und schaffen so eine Markenwelt, die begeistert, verbindet und verkauft.



QimiQ Retail

Influencer Event 'Plant Based' bei QimiQ - Wie Marken von authentischer Reichweite profitieren.



Workshop

Es wurden gemeinsam plant based Köstlichkeiten gekocht und verspeist.

Viel mehr als nur ein klassisches PR-Format: Influencer Events sind heute ein zentraler Bestandteil moderner Markenkommunikation. Sie bieten Raum für Begegnung, Austausch und echte Markenbindung – fernab von inszenierter Werbung. QimiQ lud kürzlich elf pflanzlich lebende Influencer:innen aus Österreich und Deutschland zu einem besonderen Event in die hauseigene Versuchsküche ein. Das Motto: Plant Based.

Einige der bekanntesten Stimmen der veganen Community waren dabei, darunter Eat this!, Veganerathlet, Darumpflanzlich, vegansparen, nourished by anna, annibackvegan, Betti_licious, Alina the Vegan Austrian und Bowl.fusion. Gemeinsam mit dem QimiQ Culinary Team entwickelten sie kreative vegane Rezeptideen, die mit QimiQ Vegan zubereitet, fotografiert und auf Social Media geteilt wurden.

Glaubwürdigkeit und Nähe sind in der digitalen Kommunikation zentrale Erfolgsfaktoren – und genau hier setzen Influencer Events an. Sie ermöglichen Marken, ihre Produkte auf authentische Weise zu präsentieren, wertvolle Inhalte zu generieren und langfristige Beziehungen zu starken Multiplikator:innen aufzubauen. Wer mit Influencer:innen zusammenarbeitet, erhält ehrliches Feedback und direkten Zugang zu aktiven Communities.

Auf Instagram, TikTok und Blogs sorgten die entstandenen Inhalte für hohe Reichweiten bei einer ernährungsbewussten Zielgruppe. Gleichzeitig wurde ein vertrauensvolles Netzwerk geschaffen, das weit über das Event hinaus Wirkung zeigt. Influencer Marketing ist damit nicht nur ein Trend, sondern ein nachhaltiger Baustein erfolgreicher Markenführung.

Nicht zuletzt beweist QimiQ mit dem „Plant Based“-Event einmal mehr, wie moderne Markenkommunikation aussehen kann: kreativ, glaubwürdig, gemeinschaftlich – und mit klarem Fokus auf Qualität, Genuss und Zukunftsfähigkeit.



The Challenge

Ein Highlight des Events war die Torten-Challenge: Innerhalb von 30 Minuten sollten die Influencer:innen eine zweilagige Mini-Torte gestalten – inklusive selbst gewählter Cremefüllung und individueller Dekoration. Dabei kam QimiQ Vegan zum Einsatz, das sich durch seine unkomplizierte Anwendung und stabile Textur auszeichnet – perfekt, um im Handumdrehen kreative Dessert-Kreationen zu zaubern. Mit einer geschmacklich wie optisch überzeugenden Torte sicherte sich Veganerathlet den Sieg der Challenge.



Gemeinsames Dinner

Zum Abschluss des Tages lud QimiQ die Influencer:innen zu einem gemeinsamen Dinner ins Green Garden im Salzburger Stadtteil Nonntal ein – einem der bekanntesten vegan-vegetarischen Restaurants der Region. In entspannter Atmosphäre wurde nicht nur hervorragend gegessen, sondern auch weiter genetzt, gelacht und Erfahrungen ausgetauscht. Für viele war es die erste persönliche Begegnung mit anderen Content Creators, die denselben pflanzlichen Lifestyle leben und ihre Leidenschaft über Social Media teilen.

Das Menü bot eine bunte Auswahl kreativer, saisonaler Gerichte – rein pflanzlich, regional inspiriert und liebevoll zubereitet. Bei gutem Essen und inspirierenden Gesprächen wurde deutlich, wie wichtig echte Begegnungen für den Aufbau nachhaltiger Kooperationen sind. Das gemeinsame Dinner war damit nicht nur ein genussvoller Ausklang, sondern ein weiterer Baustein für langfristige Partnerschaften zwischen QimiQ und der veganen Community.



Kreationen der Influencer: Von der Vorspeise bis zur Torten Challenge.



Coffee with Alexander Langgruber

Alex Langgruber ist Gründer und Geschäftsführer der Agentur YIELD PR. Mit seinem Team vereint er klassische PR, Social Media und Performance Marketing – immer mit dem Anspruch, Kommunikation authentisch und relevant zu gestalten. Im Gespräch erklärt er, warum Glaubwürdigkeit wichtiger ist als Reichweite, wie TikTok die Regeln verändert hat und was QimiQ mit SK Rapid verbindet.

QimiQ: Ihr bezeichnet eure Agentur YIELD als eine Agentur, die Kommunikation in der DNA hat. Warum ist Kommunikation heute so essenziell für Unternehmen?

Alex Langgruber: Weil gute Kommunikation das Einzige ist, was bleibt, wenn Produkte vergleichbar, Märkte gesättigt und Zielgruppen ungeduldiger werden. Wer nicht klar, stetig und glaubwürdig kommuniziert, verliert.

Q: Ihr macht nicht nur klassische PR-Arbeit sondern auch Social Media Marketing und Performance. Wie passt das zusammen?

AL: Sie ergänzen die klassische PR sogar sehr gut. Die Medienlandschaft befindet sich in einem starken digitalen Wandel. PR heute bedeutet, Geschichten strate-

gisch zu erzählen – mit klaren Botschaften und klaren Zielen. Es wird immer wichtiger alle Kommunikationskanäle in einer Strategie zu vereinen, um diese Ziele zu erreichen. Dabei bieten Social Media und Performance Marketing die Tools, um Reichweite und Wirkung zu messen, zu steuern und zu skalieren.

Q: Wie sieht Public Relations deiner Meinung nach in der Zukunft aus?

AL: Ich bin überzeugt, dass Public Relations in Zukunft noch an Bedeutung gewinnen wird, gerade weil der klassische Medienmarkt immer vielfältiger wird. Für Unternehmen wird es immer schwieriger, mit ihren Botschaften durchzudringen. Umso wichtiger sind PR-Profis, die über belastbare journalistische Netzwerke verfügen

und diese im Sinne ihrer Kund:innen strategisch nutzen können, um relevante und authentische Informationen zu kommunizieren. Authentizität wird auch für Journalist:innen immer zentraler und Authentizität kann nur von Menschen kommen, nicht von KI.

Q: Welche Marken oder Unternehmen kommunizieren heute besonders gut – und warum?

AL: Natürlich unsere Kunden! Aber ganz im Ernst: Es ist schwer, die Besten zu küren, da die Umstände für jedes Unternehmen unterschiedlich sind. Der Flughafen Wien zum Beispiel sieht sich aufgrund von Flugausfällen mit viel Krisenkommunikation konfrontiert und schafft es hier klar, schnell und transparent zu kommunizieren. In der Formel 1 bietet Williams auf Social Media immer de-

taillierte Einblicke, wenn etwas schief läuft und ein Fahrer vielleicht ausscheidet. Beide Beispiele tragen dazu bei, Vertrauen zu den Zielgruppen aufzubauen. Und das ist es letztendlich, was eine gute Kommunikation ausmacht.

Q: Wie kommuniziert man QimiQ?

AL: Zum einen steht natürlich das Produkt im Mittelpunkt – seine Vielseitigkeit, Qualität und die Anwendungsmöglichkeiten. Zum anderen erzählen wir bewusst auch die Geschichte dahinter: QimiQ als familiengeführtes Unternehmen, das in turbulenten Zeiten Stabilität zeigt und als Vorzeigebetrieb in Österreich gilt. Diese Kombination aus konkreten Produktinformationen und authentischen Menschen hinter dem Produkt, macht unsere Kommunikation aus.

QimiQ: Was ist in der heutigen Kommunikation wichtiger: Reichweite oder Relevanz?

AL: Relevanz. Reichweite ohne Relevanz ist nur Lärm. Relevanz erzeugt Vertrauen – und Vertrauen verkauft.

Q: Man hat manchmal das Gefühl, es wird nur noch Lifestyle verkauft – und nicht mehr die tatsächliche Leistung eines Produkts. Wie sehr hat TikTok die Werbung verändert?

AL: TikTok hat die Spielregeln grundlegend verändert: Heute gewinnen nicht mehr die größten Budgets, sondern die besten Ideen. Lifestyle und Trends spielen dabei sicher eine große Rolle, aber nicht im klassischen Sinne. Wer auf TikTok erfolgreich sein will, setzt auf Authentizität statt Hochglanzinszenierung. Nutzer identifizieren sich eher mit einem glaubwürdigen Creator als mit einer klassischen Werbebotschaft.

Q: Mark Cuban meinte kürzlich auf X, dass uns KI wieder mehr zu persönlichen Face-to-Face-Gesprächen zurückführen wird. Glaubst du, dass sich

Werbung und PR langfristig wieder von KI entfernen werden?

AL: Wichtig ist es sich mit den Möglichkeiten der Technologie aktiv auseinanderzusetzen. Klar ist auch: KI kann viel, aber keine Empathie. Wenn wir KI als Werkzeug einsetzen, gewinnen wir Zeit und genau diese Zeit können wir nutzen, um unsere Kund:innen besser zu beraten, um zuzuhören, nachzufragen und kreative Lösungen zu entwickeln.

Q: Wie wichtig ist Haltung in der Markenkommunikation? Müssen Unternehmen heute politisch sein?

AL: Haltung ist kein Trend, sondern Erwartung. Menschen wollen wissen, wofür Marken stehen und wofür nicht. Politisch sein heißt nicht, Parteipositionen zu vertreten, sondern klarzumachen: Das ist unser Wertekompass.

Q: Dein Lieblingsrezept mit QimiQ?

AL: Eierschwammerlsauce mit Knödel

Q: Als bekennender Fußballfan: Was haben QimiQ und SK Rapid gemeinsam?

AL: Mehr als man denkt: Beide stehen für echte Leidenschaft, für ein starkes Teamgefühl und für das Ziel,

Menschen zu begeistern, sei es mit einem Produkt oder einer sportlichen Leistung. Die Partnerschaft zwischen QimiQ und der Frauenmannschaft von SK Rapid ist ein klares Statement für Chancengleichheit und Fortschritt im Sport. Genau solche Geschichten erzählen wir bei YIELD am liebsten.

Q: Welches Stadionessen darf im Allianz Stadion nicht fehlen?

AL: Riesenbreze

Q: Dein Lieblingsfilm?

Alex Langgruber: „Die üblichen Verdächtigen“

Q: Dein aktueller Lieblingsswein für den Sommer?

AL: Grüner Vetliner Rotes Tor (Hirtzberger)

Q: Dein Lieblingswirt in Wien?

AL: Pronto da Salvo

Q: Deine Lieblingsbar in Wien?

AL: Kleinod Prunkstück

Q: Und zum Schluss: Warum ist QimiQ dein Lieblingskunde?

AL: Weil ihr alles mitbringt, was



Seit April 2024 steht YIELD für alles PR und Social Media an QimiQ's Seite



SALZBURG TOP FAMILIEN- BETRIEB

Michele Haindl profitiert als zukünftige Geschäftsführerin von der langjährigen Erfahrung ihrer Mutter Nicola.

QimiQ in den Medien – Sichtbarkeit weit über die Fachpresse hinaus

In den vergangenen drei Monaten konnte QimiQ zahlreiche erfolgreiche PR-Geschichten in reichweitenstarken Medien platzieren. So waren Nicola und Michele Haindl prominent am Cover des Weekend Business Magazines zu sehen, das Einblicke in die Unternehmensphilosophie gab. In der Mein Bezirk standen Frauen in Führungspositionen im Mittelpunkt – ein Thema, das bei QimiQ aktiv gelebt wird. Zudem sprach Rudolf Haindl in der Kronen Zeitung über die Internationalisierung und den weltweiten Exporterfolg der Marke.

Auch in der Gusto wurde berichtet – dort stand der QimiQ Vegan Workshop im Gusto Kochstudio im Fokus und zeigte, wie vielseitig pflanzliche Rezeptideen umgesetzt werden können.

Gerade die Präsenz in allgemeinen Wirtschafts- und Publikumsmedien ist ein wichtiger Baustein, um QimiQ auch außerhalb der Fachwelt bekannt zu machen und neue Zielgruppen zu erreichen.

Qin

in the

Die heimische Freilandernte beginnt

Im April sind sie noch aus unseren Glashäusern und Folientunneln gekommen, schauen auch im Garten immer mehr rote Erdbeeren zwischen den Blättern he



Archäologische Funde haben den Beweis geliefert, dass es bereits in der Steinzeit in Europa, Zentralasien und Nordamerika kleine Erdbeeren gegeben hat, die vorwiegend in Wäldern wuchsen. Trotz langer Versuche gelang es nicht, aus dieser wildwachsenden Walderdbeere eine größere Sorte zu kultivieren.

1714 brachte der französische Seeoffizier Amédée-François Frézier die von einheimischen Völkern kultivierte Chile-Erdbeere

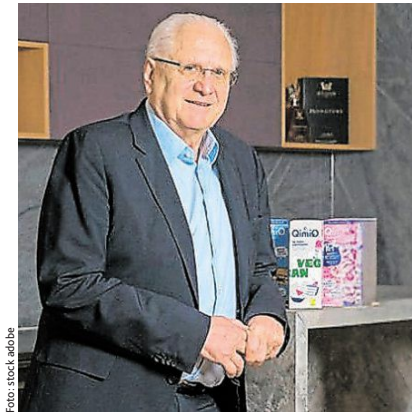
her auf mittel- bis spätreifende Sorten warten, die aromatischer und weicher sind, und nach dem Verrühren mit Zucker oder Geller-

zucker ? gekocht Masse e

Erdbeertorte
Zutaten für eine 26 cm Tortenform
1 kg Erdbeeren

Biskuitboden
• 3 Dotter

Zubereit
Für den B
gegeben
mit Back
Eischnee
ten Back



Firmengründer Rudolf Haindl im „Krone“-Gespräch: „Dieses Jahr konzentrieren wir uns auf Asien, nächstes Jahr steht Südamerika an.“



ROTE RÜBE / WILDBACHFORELLE /

Salzburger QimiQ will weltweit umrühren

Familienbetrieb expandiert mit Milchprodukt heuer in acht asiatische Länder. Nächstes Jahr soll Südamerika folgen.

Ein Mix aus Rahm und Gelatine kommt auf der ganzen Welt zum Einsatz. Produzent der Schlagobers-Alternative „Quick Milk“ ist das Salzburger Familienunterneh-

neue Märkte ein“, so Haindl. Darunter fallen etwa Thailand, die Philippinen, Vietnam oder Malaysia. Die Beliebtheit von Backwaren wie Kuchen und Torten steigert die

len große Hotelketten zu den Abnehmern. Im Einzelhandel steht QimiQ nur in der Schweiz und Österreich in den Regalen, bald auch in Australien. Ein weiterer Lizenzpartner ist

JR DAS ROTE RÜBEN ANNA COTTA
500 g QimiQ Classic
200 g Rote Rüben, vorgegart
50 g Crème fraîche
10 g Salz

JR DIE GIN MARINADE
100 g QimiQ Marinade
850 ml Apfelsaft
50 ml Gin
20 g Salz
2 g Wacholderbeeren
2 g Rosmarin
750 g Wildbachforellenfilets

JR DIE KREN CHIPS
100 g Tapioka-Perlen
600 ml Wasser
50 g Kren, frisch
4 g Salz



3. Back
4. Die tr
brechen und
5. Auf Küchen
3. Für die ro
1. Alle Zutaten
2. Die Wildba

QimiQ News

“ SO WIRD PR ZUR BÜHNE FÜR UNSERE THEMEN, UNSERE PRODUKTE - UND FÜR DIE MENSCHEN HINTER QIMIQ.

CAREER MOVES



Personalia der Woche
VON JULIA WENINGER

- QimiQ: Mit Nicola und Michele Haindl stehen erstmals Mutter und Tochter in zentraler Führungsverantwortung
- Gisela Gritzky wird neue Geschäftsführerin von Weleda Österreich
- Neuzugang bei ING Deutschland: Linde Scheers übernimmt Marken- und Kommunikationsführung

KOCHEN & BACKEN MIT QIMIQ VEGAN



Mehr über QimiQ lesen Sie auf qimiq.com

Beim Workshop in der GUSTO-Küche testeten Leser:innen das neue QimiQ Vegan und bereiteten damit sommerliche Köstlichkeiten zu.

in Highlight in der GUSTO-Küche: wie viel Arbeit in die Produktion von tarisch lebt: Von nun an gibt es für all

QimiQ

Flash News



Weniger Hände, mehr Output: Wie Küchen trotz Fachkräftemangel effizient bleiben

Wenn jede Minute zählt, aber die Hände fehlen: Laut WKO fehlen allein in der Gastronomie mehr als 30.000 Arbeitskräfte. QimiQ erleichtert hier den Küchenalltag: Die natürliche, gelingsichere Sahne-Basis reduziert Arbeitsschritte, spart Zeit und entlastet das Personal. Dank One-Bowl-Zubereitung gelangen auch komplexe Gerichte mühelos – selbst für ungelerntes Küchenpersonal. Ein Praxisbeispiel zeigt: 5 statt 17 Minuten Zubereitungszeit. Gleichzeitig werden Kosten und Abfall reduziert. QimiQ wird damit zur strategischen Lösung für effiziente Arbeitsprozesse in der Gastronomie und Hotellerie trotz Personalknappheit.

Der Fachkräftemangel in Österreich spitzt sich weiter zu: Vier von fünf Betrieben kämpfen laut Wirtschaftskammer aktuell mit Personalengpässen, 62 Prozent berichten von starkem bis sehr starkem Mangel. Besonders betroffen: die Gastronomie und Gemeinschaftsverpflegung. Hier stehen Küchenteams unter wachsendem Druck, mit weniger Personal dieselbe Qualität und Quantität zu liefern. Entsprechend groß ist der Bedarf an praktischen Lösungen, die den Alltag in Großküchen erleichtern und dabei helfen, Zeit zu sparen. Ein Ansatz: die Optimierung von Arbeitsprozessen durch Produkte wie jene von QimiQ.

Effiziente Arbeitsprozesse und Entlastung für das Personal

QimiQ ist eine natürliche, gelingsichere Sahne, die es ermöglicht, komplexe Arbeitsabläufe auf wenige Schritte zu reduzieren. Durch die sogenannte One-Bowl-Zubereitung spart man nicht nur Zeit, sondern senkt auch den Schulungsaufwand. „Unsere Kund:innen stehen unter Druck, und wir bieten ihnen praxistaugliche Lösungen, die den Küchenalltag effizienter gestalten“, sagt Michele R. Haindl, Prokuristin und Marketingleiterin bei QimiQ. „Selbst ungelerntes Personal kann mit QimiQ zuverlässig und gelingsicher hochwertige Speisen zubereiten – ein echter Vorteil in Zeiten knapper Ressourcen“. Die hohe

Stabilität der Produkte unterstützt zudem eine effiziente Vorproduktion, die besonders in Zeiten mit dünner Personaldecke oder hoher Auslastung von Nutzen ist.

Kochprozesse optimieren und Zeit sparen

QimiQ erleichtert die Zubereitung von Gerichten, indem zeitaufwendige Kochprozesse wie das Einweichen von Gelatine oder das Abbinden von Suppen und Saucen entfallen. Bei einer Panna Cotta genügt es, alle Zutaten mit QimiQ Classic in einer Schüssel zu vermischen und in Formen abzufüllen – ohne das Erhitzen von Milch, Sahne, Zucker und Vanillemark. Auch bei Gratiniersaucen entfällt der Kochprozess zur Gänze: QimiQ Sahne-Basis wird einfach mit den gewünschten Zutaten kalt angerührt. Diese Zeitersparnis ermöglicht eine einfache Vorproduktion, so dass in ruhigeren Zeiten Grundsaucen oder Desserts wie Mousse vorbereitet werden können, wodurch in Stoßzeiten mehr Kapazitäten für den Service bleiben.

Beispiel aus der Praxis: 5 statt 17 Minuten

Wie groß das Potenzial für Zeitersparnis ist, zeigt das Beispiel einer Schokoladenmousse: Mit QimiQ genügt es, alle Zutaten in einer Schüssel aufzuschlagen und zu portionieren – das dauert rund fünf Minuten. Im Vergleich dazu sind ohne QimiQ vier Arbeitsschritte nötig, die sich auf insgesamt 17 Minuten belaufen. In Groß- bzw. Betriebsküchen, in denen Hunderte Portionen pro Tag produziert werden, macht diese Eigenschaft einen spürbaren Unterschied.

Mehr Effizienz, weniger Verschwendung

Neben der Zeitersparnis punktet QimiQ auch in Sachen Wirtschaftlichkeit. „Restabschnitte“ lassen sich effizient weiterverarbeiten, Produktionskosten sinken und weniger Abfälle entstehen. „QimiQ erspart nicht nur Zeit und Geld, sondern gibt Küchenteams auch Sicherheit und Flexibilität zurück – ein Aspekt, der im hektischen Gastro-Alltag oft unterschätzt wird“, betont Haindl.



Willkommen in der QimiQ Familie

Das QimiQ Team wächst weiter und stellt sich für die Zukunft noch breiter auf: Michael Schlüchter übernimmt ab sofort die Position des Head of Culinary. Mit seiner langjährigen Erfahrung in der gehobenen Gastronomie und Produktentwicklung bringt er wertvolles Know-how ein, um das Culinary Team strategisch weiterzuentwickeln und neue Rezeptideen für nationale und internationale Märkte zu schaffen.

Gleichzeitig verstärkt Emanuel Miedl als neuer Verkaufsleiter für Österreich und CEE (Central and Eastern Europe) den Vertrieb. Er wird künftig die Aktivitäten in diesen wichtigen Regionen koordinieren und eng mit bestehenden sowie neuen Partnern zusammenarbeiten, um QimiQ noch stärker am Markt zu positionieren.

Beide Neuzugänge wurden im QimiQ Headquarter intensiv geschult und umfassend in die vielfältigen Anwendungsmöglichkeiten der QimiQ Produkte eingearbeitet. Sie sind nun bestens vorbereitet, ihr Wissen weiterzugeben, Kund*innen vor Ort zu beraten und für die Vorteile der Marke QimiQ zu begeistern.

“ GREAT VISION WITHOUT GREAT PEOPLE IS IRRELEVANT. ”

- JIM COLLINS,
MANAGEMENTEXPERTE



Die ersten Wochen bei QimiQ sind geprägt von Produktschulungen in der Küche!

Um in den nächsten Jahren nachhaltig und erfolgreich zu wachsen, investiert QimiQ gezielt in den Ausbau seines Teams und in hochqualifizierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mit ihrem Know-how, ihrer Erfahrung und frischen Impulsen tragen sie entscheidend dazu bei, die Marktposition weiter zu stärken und neue Potenziale im In- und Ausland zu erschließen.



30 JAHRE

QimiQ

Lettlweg 5, 5322 Hof bei Salzburg, Austria

Email hello@QimiQ.com Website www.QimiQ.com