

WWW.KULINARIO.AT




KULINARIO[®]

< KOCHEN ALS KULTUR >

LINZ ~ WIEN ~ RIED

„CHRISTLICHES WERTEPROFIL KULINARIO“

UNSERE WERTE WURDEN PERSÖNLICH WEITERGEREICHT AN:



Kochen als Kultur. Kulinario in Linz, Wien und Ried.

Die gastronomischen Betriebe der Vinzenz Gruppe Service GmbH sind in Linz, Wien und Ried als eigene Geschäftsbereiche und Tochterunternehmen tätig und firmieren unter folgenden Unternehmensbezeichnungen:

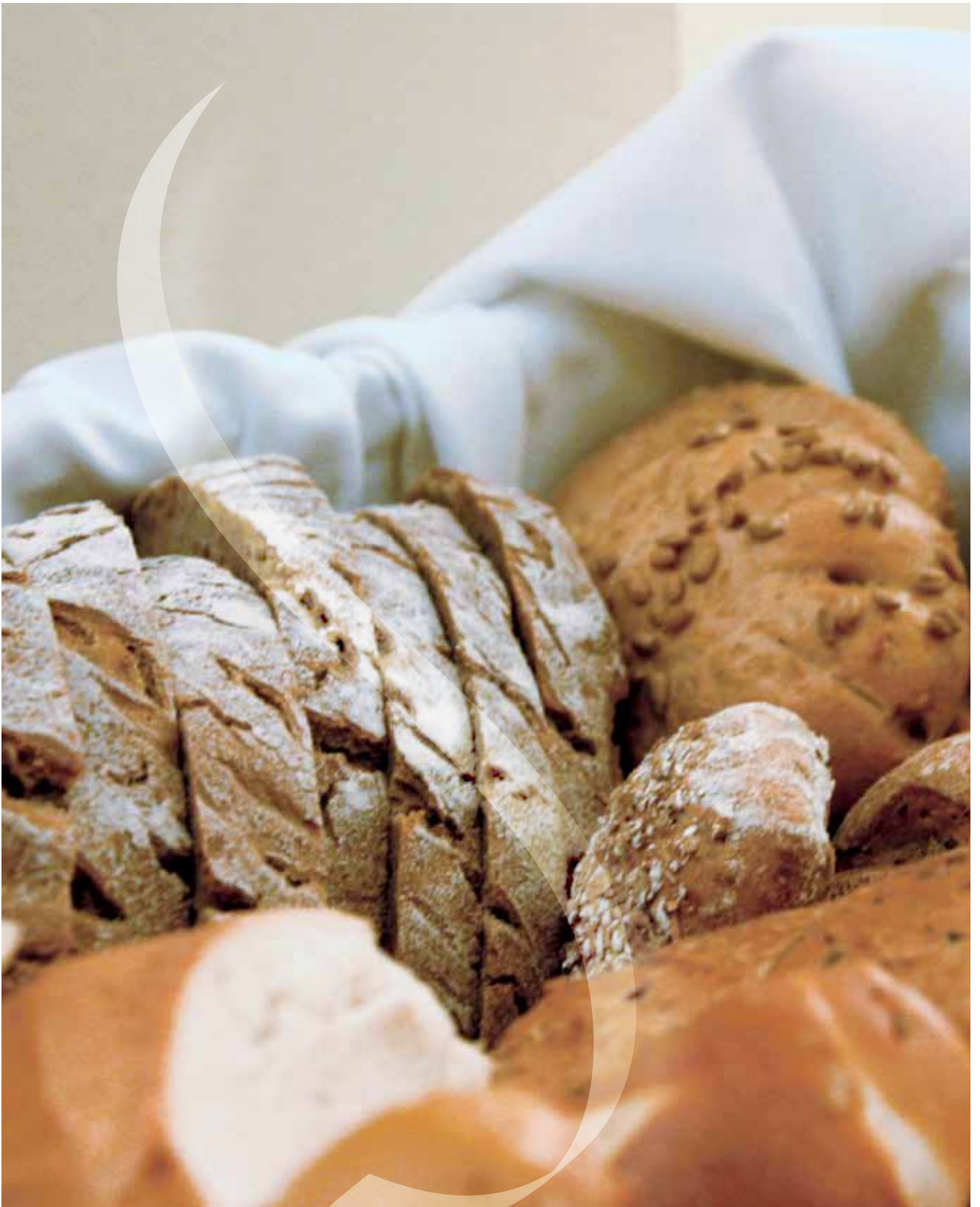
- Seilerstätten Küchenbetriebe GmbH (Miteigentümer: Konvent d. Barmherzigen Brüder)
 - Vinzenz Gruppe Service GmbH, Geschäftsbereich Gastronomie
 - Kulinario Ried Küchenbetriebsgesellschaft mbH
- Allen gemeinsam ist die Marke Kulinario.

Der Umfang der Produkte und Services reicht einerseits von der Verköstigung der Patienten, Mitarbeiter und Besucher in den Krankenhäusern, der Organisation der Speisentransporte und Geschirreinigung, Bereitstellung von Buffets für Besprechungen und Großveranstaltungen bis hin zur Unterstützung mit Fach Know-how bei der Neugestaltung oder Reorganisation von Großküchen in den Unternehmen der Vinzenz Gruppe.

Darüber hinaus sind die drei Standorte auch als Belieferungspartner und Dienstleister für Unternehmen, Schulen, Kindergärten, Altenheime, Bildungseinrichtungen sowie für Veranstaltungszentren in den jeweiligen Regionen tätig.

Frische Speisen, Getränke und Services werden derzeit für insgesamt rund 5.000 Gäste täglich bereitgestellt.

Seit dem Jahr 2008 haben die gastronomischen Betriebe eine gemeinsame, registrierte Dachmarke: „Kulinario®“. Sie repräsentieren damit die qualitätsvolle Tradition der „kulinaria“ – der alten Klosterküchen – die schon immer für Güte und Gastlichkeit sowie für Speisen, die „Leib und Seele zusammenhalten“, bekannt waren. Gekoppelt mit modernster Technik und wirtschaftlichen Küchenkonzepten wird diese Tradition in den Kulinario-Betrieben weitergeführt und lässt „Kochen als Kultur“ erlebbar werden.



Kulinarie Christliches Werteprofil

1. Die Basis unserer Arbeit. Kommunikation.

HALTUNG

- Wahrhaftige und klare Standpunkte sowie aktives Zuhören bilden die grundlegende Basis unserer Arbeit. Dies gilt sowohl den Kunden und den Mitarbeitern, als auch den Partnern gegenüber.
- Es ist uns wichtig, dass wir ehrliche und sachliche Rückmeldungen (Feedbacks) geben und einholen. So können wir unsere Produkte und unsere Zusammenarbeit verbessern sowie die persönliche Entwicklung jedes Einzelnen fördern.
- Wir achten darauf, dass wir wichtige Informationen weitergeben und austauschen, damit die Zusammenarbeit mit Kunden, Mitarbeitern und Partnern reibungslos funktioniert.

SICHTBARES

- Es gibt Kommunikationsschulungen für Führungskräfte und für alle, die in direktem Kontakt mit unseren Kunden stehen. Neben Grundsätzen der Kommunikation wird auch der professionelle Umgang mit Beschwerden geschult.
- Es gibt die Leitlinie „Grundsätze für Reflexions- und Feedbackgespräche“, die den Mitarbeitern bekannt ist.
- Kundenbefragungen werden regelmäßig durchgeführt.
- Kundenbeschwerden werden professionell entgegengenommen und verarbeitet.
- Regelmäßige Gespräche mit Kunden, Mitarbeitern und Partnern werden durchgeführt. Hier werden wichtige Informationen ausgetauscht und die Zusammenarbeit besprochen.



VERHALTEN

- Wir vertreten klare Standpunkte.
- Wir erklären Hintergründe und Zusammenhänge, damit unsere Gesprächspartner uns auch verstehen können.
- Wir lassen den anderen ausreden und fragen aktiv nach, um Missverständnisse auszuschließen. Dabei prüfen wir selbstkritisch unsere eigenen Standpunkte.
- Wir vertreten Kunden, Mitarbeitern und Partnern gegenüber, was wir können und was für uns machbar ist. Wir äußern offen, wenn etwas nicht zu realisieren oder nicht sinnvoll ist.
- Auf Gespräche, in denen wir unsere Zusammenarbeit reflektieren und Rückmeldung geben, bereiten wir uns gut vor. Diese Gespräche führen wir nach den „Grundsätzen für Reflektions- und Feedbackgespräche“.
- Anregungen und Kritik von Anderen nehmen wir mit Interesse auf und nutzen sie als Chance für Weiterentwicklung.
- Wir achten einerseits auf die Weitergabe von Informationen, die für Kunden, Mitarbeiter und Partner wichtig sind. Andererseits sorgen wir aktiv dafür, dass auch wir notwendige Informationen erhalten.
- Informationen, Gespräche und Besprechungen sind strukturiert aufbereitet und wir nutzen dazu geeignete Instrumente (z. B. Tagesordnung, Protokolle etc.).

2. Kochen als Kultur. Produktkultur & Gastlichkeit.

HALTUNG

- Uns ist das Nahrungsmittel als solches etwas Wertvolles. Es ist uns ein Anliegen, den Nährstoffgehalt des Produkts optimal an den Kunden weiterzugeben. Damit wollen wir eine Qualität erbringen, die der Gesundheit unserer Kunden förderlich ist.
- Der Kunde soll unsere „Gastlichkeit“ erleben. Der persönliche Kontakt zu unseren Kunden ist uns dabei wichtig. Wir wollen den Kunden mit unserem Speisenangebot und Dienstleistungen Freude und Wohlbefinden bereiten.
- Wir sind uns mit unseren Produkten und Dienstleistungen unserer wirtschaftlichen Verantwortung bewusst.

SICHTBARES

- Für den Einkauf sind klare Kriterien festgelegt (Auswahl der Produkte und Lieferanten, Wareneingangsprüfung etc.), welche die Produktqualität von Beginn an absichern.
- Wir setzen auf Produktionsverfahren, die den ernährungsphysiologischen Wert der Produkte bestmöglich erhalten.
- Mit unseren Produkten leisten wir einen bewussten Beitrag zur Gesundheit – insbesondere dort, wo spezielle Bedürfnisse erfüllt werden müssen. Das spiegelt sich in den Speiseplänen und in jener Tatsache wider, dass ein Großteil der Fachkräfte eine diätologische Ausbildung erfahren hat.
- Hygiene und Qualität werden anhand von definierten Richtlinien auf hohem Niveau umgesetzt und sichergestellt (HACCP). Interne wie auch externe Überprüfungen bestätigen uns einen hohen Hygienestandard.
- Transparenz über unsere Arbeitsweise und unsere Prozesse schaffen wir u. a. durch Dokumentation.



VERHALTEN

- Wir legen Wert auf ein Ausarbeiten individueller Angebote, worin die Kundenbedürfnisse abgebildet sind. Hierfür stehen uns Checklisten und Vorlagen zur Verfügung.
- In unserem Speiseplan vereinen wir Regionales und Internationales – Abwechslung und ein breites Angebot sind uns wichtig. Auch aktuelle Trends in der Gastronomie und im Ernährungsverhalten, die unserer Philosophie entsprechen, werden nach Möglichkeit integriert.
- Wir servieren und präsentieren unsere Speisen so, dass auch „das Auge gerne mit isst“ (z. B. Ambiente im Speisesaal, Geschirr, Dekoration, Anrichten der Speisen). Der persönliche Kontakt und die Gestaltung der Buffetanlagen lässt aus dem vorhandenen Angebot das Eingehen auf individuelle Wünsche zu.
- Die Produktionsmengen orientieren sich am tatsächlichen Bedarf – wir halten die Überproduktion so gering wie möglich.
- Die Produktionsplanung sorgt für eine gleichmäßige Ressourcenauslastung und einen effizienten Personaleinsatz.
- Mit Lieferanten- und Produktvergleichen sowie internen Verkostungen sichern wir die Qualität unserer Produkte zusätzlich ab.
- Bei unserer Produktion von Speisen greifen wir auf Rezepte zurück, die wir in unserer jahrelangen Erfahrung entwickelt und erprobt haben. Ebenso kommen wir unserem Anspruch zur Kundenorientierung nach, indem wir laufend neue Rezepte entwickeln.
- Verantwortliche in unserem Unternehmen führen Marktbeobachtungen durch. Verknüpft mit dem Erfahrungswissen ist dies die Basis für unsere Produktentwicklung.
- Kulinarik handelt als verlässlicher „Gastgeber“:
 - Wir reagieren rasch auf Kundenanfragen.
 - Wir halten laufenden Kontakt und gewährleisten Erreichbarkeit.
 - Bei Fehlern bemühen wir uns um eine rasche Wiedergutmachung.
 - Wir setzen unsere Arbeitszeit effizient ein und gehen mit Materialien und anderen Ressourcen verantwortungsbewusst um.
 - Jeder Kulinarik-Betrieb verpflichtet sich, für die Umwelt in der Form Sorge zu tragen, dass der Energie- und Wasserverbrauch optimiert wird.

3. Gegenseitiges Vertrauen. Partnerschaften.

GRUNDPHILOSOPHIE

Partnerschaft ist eine vom gegenseitigen Vertrauen getragene Zusammenarbeit zwischen zwei oder mehreren Interessensgruppen und ermöglicht wechselseitiges Beeinflussen beim Wachsen und Entwickeln. Vom christlichen Menschenbild her sind wir überzeugt, dass wir aufeinander angewiesen sind und dann Zukunft haben, wenn wir in einem Netzwerk von Partnern leben. Einerseits sichern wir einander unsere wirtschaftliche Zukunft, andererseits schaffen wir dadurch Freiräume, um gezielte Wertearbeit im betrieblichen Alltag umsetzen zu können.

Eine faire und vertrauensvolle Partnerschaft streben wir bei folgenden Zielgruppen an:

INTERNE PARTNER

- Die Kulinaris Standorte untereinander
- Alle Unternehmen der Vinzenz Gruppe und der Vinzenz Gruppe Service GmbH
- Alle Einrichtungen der Barmherzigen Schwestern

EXTERNE PARTNER

- Kunden
- Lieferanten

HALTUNG

- Ehrlichkeit, Verbindlichkeit und Transparenz sind für uns die zentralen Voraussetzungen für die Entwicklung einer stabilen und langfristigen Partnerschaft.
- Wir sind Partner mit Verlässlichkeit – damit das möglich ist, führen wir faire Verhandlungen und schließen Vereinbarungen zum Nutzen der beteiligten Partner ab.
- Wir arbeiten systematisch am Aufbau von gegenseitigem Vertrauen, sodass alle Beteiligten von einer langfristigen Partnerschaft profitieren.



SICHTBARES

- Wir bemühen uns, verschiedene Angebotsvarianten kreativ anzubieten, legen transparent Vor- und Nachteile offen, um für die Kunden und für uns einen gemeinsamen Zusatznutzen zu schaffen.
- Einkaufsrichtlinien sind ausgearbeitet und werden mit Lieferanten besprochen.
- Vereinbarungen werden schriftlich festgehalten und regelmäßig überprüft.
- Eine transparente Informations- und Kommunikationspolitik stellen bei der Lieferantenauswahl und -beurteilung, sowie im regelmäßigen Lieferantenkontakt unsere Instrumente für erfolgreiche Kooperation dar.
- Zusammenschlüsse bzw. Kooperationen ermöglichen Synergieeffekte. Dies zeigt sich sowohl in wirtschaftlichen Ergebnissen, aber auch in konkretem Nutzen und im Bündeln von Erfahrungen und Know-how. Diese Partnerschaften werden regelmäßig auf den gemeinsamen Benefit evaluiert, ebenso wird die Zusammenarbeit reflektiert (z. B. in Quartalsgesprächen).
- Zwischen den internen Partnern sichert die gemeinsame Marke „Kulinario“ eine klare Positionierung auf dem Markt und ist die Basis für eine gemeinsame Strategie.
- Jede Partnerschaft zeichnet sich durch klare Ansprechpartner aus.

VERHALTEN

- Produktkataloge erarbeiten und entwickeln wir gemeinsam mit den Partnern.
- Wir kennen unsere Stärken und Entwicklungsfelder und arbeiten an der kontinuierlichen Verbesserung.
- Ergebnisse aus Befragungen, die für den Partner relevant sind, kommunizieren wir an ihn weiter. Wir sorgen für eine realistische Interpretation der Befragungsergebnisse und planen rasch Umsetzungsmaßnahmen.
- Wir halten Vereinbarungen ein. Sollte dies nicht möglich sein, treten wir rechtzeitig mit den Partnern in Kontakt.
- Wir lassen Entscheidungen nicht lange offen.
- Verträge mit Partnern vereinbaren wir so, dass jährliche Preisverhandlungen möglich sind.
- Wir suchen den persönlichen Kontakt mit unseren Partnern.
- Schwierige Zeiten mit Partnern (z. B. Konflikte, wirtschaftliche Krisen des Partners) bearbeiten wir aktiv und lösungsorientiert.

4. Tägliche Zusammenarbeit. Mitarbeiterorientierung.

4.1 MITARBEITERENTWICKLUNG UND WERTEORIENTIERTES FÜHREN

HALTUNG

- Kommunikation hat in unserem Unternehmen einen wichtigen Platz. Eine offene und wertschätzende Kommunikation in allen Organisationsebenen ist Basis für eine gute tägliche Zusammenarbeit.
- Mit dem Erkennen und Fördern der Stärken unserer Mitarbeiter steigern wir ihre Arbeitsfreude und ihre Motivation.
- Klare Aufgabenzuteilung, Ziele und Vorgaben geben den Mitarbeitern Orientierung. Damit fördern wir das gemeinsame Verständnis und sichern das Arbeiten an unseren Unternehmens- und Qualitätszielen ab.

SICHTBARES

- Es gibt Besprechungen und auch andere Instrumente, wodurch die Mitarbeiter über wichtige Vorgänge des Unternehmens informiert werden.
- Leitfäden für Mitarbeitergespräche stellen sicher, dass jeder Mitarbeiter mindestens einmal im Jahr ein Gespräch mit seinem Vorgesetzten hat.
- Die Führungskräfte sind angehalten, die Stärken der Mitarbeiter zu erkennen, weiter zu entwickeln und die Schwächen zu verbessern.
- Für Führungskräfte und für einzelne Fachkräfte mit entsprechendem Potenzial zur Weiterqualifizierung gibt es einen gesonderten Weiterbildungsplan.
- Für alle Mitarbeiter steht ein allgemeiner Fort- und Weiterbildungsplan zur Verfügung.
- Jeder Mitarbeiter kann aus dem Organigramm und dem Stellenplan erkennen, wer sein Vorgesetzter und Ansprechpartner ist.
- Klare Aufgabenbeschreibungen sind in Form von Stellenbeschreibungen, Arbeitsanweisungen, Arbeitsanleitungen, Checklisten etc. kommuniziert.



- Bei Bedarf werden die Fähigkeiten und das Engagement von Einzelnen mit speziellen Einzelaufträgen und Aufgabenwechsel gefördert.
- Korrekte und nachvollziehbare Stundenaufzeichnungen sorgen für eine faire Abrechnung.

VERHALTEN

- Führungskräfte achten darauf, dass ihre Mitarbeiter wertschätzend und kollegial miteinander umgehen.
- Führungskräfte schaffen Möglichkeiten, dass Kritik, Anregungen und Verbesserungsvorschläge gehört werden.
- Führungskräfte schenken auch zwischendurch den Mitarbeitern mit Gesprächen ihre Aufmerksamkeit.
- Führungskräfte informieren ihre Mitarbeiter über Unternehmens- und Qualitätsziele und neue Entwicklungen im Unternehmen und erklären, was diese konkret für sie bedeuten.
- Führungskräfte nehmen die gut erledigte Arbeit wahr und geben den Mitarbeitern dafür Anerkennung.
- Führungskräfte und Vorgesetzte bereiten die Mitarbeitergespräche für jeden einzelnen Mitarbeiter individuell vor.
- Die Führungskräfte achten auf Begabungen und Vorlieben, die im Einzelfall gefördert werden könnten. Konkrete Förderungsmaßnahmen besprechen sie mit den betroffenen Mitarbeitern persönlich.
- Führungskräfte gehen mit den Mitarbeitern ehrlich und korrekt um und geben ihnen klare Aufträge und Anweisungen.
- Mitarbeiter fragen nach, wenn sie Aufträge nicht verstanden haben. Die Vorgesetzten gehen auf diese Fragen ein.

4.2 MITARBEITER-INTEGRATION

HALTUNG

- Menschen mit unterschiedlichen Kulturen, Herkunftsn und sozialen Hintergründen wollen wir helfen, dass sie im Team einen Platz finden. Eine gute Zusammenarbeit trotz der verschiedenen Kulturen ist uns ein Anliegen.
- Wir wollen im Einzelfall auch für sozial benachteiligte Menschen eine Einsatzmöglichkeit oder Reintegration in den Arbeitsprozess bieten – soweit es für den Betrieb verträglich ist.
- Neue Mitarbeiter begleiten wir am Anfang ihrer Tätigkeit und helfen ihnen, sich an ihrem Arbeitsplatz zu Recht zu finden.



SICHTBARES

- Wir sind ein multikulturelles Unternehmen, dessen Mitarbeiter aus verschiedenen Nationen und Kulturen stammen. Wir kümmern uns um die Vermittlung von Deutschkursen und nehmen auf diese Kurse bei der Dienstplangestaltung Rücksicht.
- Für Mitarbeiter, deren Leistungsfähigkeit und -möglichkeit durch einen Schicksalsschlag eingeschränkt wurde, wird nach einem potenziellen Einsatz gesucht. Sollte sich eine Einsatzmöglichkeit gefunden haben, dann wird vereinbart, unter welchen Bedingungen und Voraussetzungen dieser Einsatz erfolgt.
- Neue Mitarbeiter erhalten für die Einführungszeit einen Mentor. Dieser Mentor hat die Aufgabe, während der Einführungszeit Wichtiges zu zeigen und Fragen zu beantworten. Weiters hilft er, dass Kontakte zu den anderen Mitarbeitern entstehen.
- An neue Mitarbeiter wird am ersten Arbeitstag ein Informationsheft ausgegeben. Es enthält wichtige Grundlagen für die Arbeit bei Kulinaro.

VERHALTEN

- Bei der Zusammenstellung von Teams achten wir darauf, dass die Mitarbeiter einander gut ergänzen und die Integration unterstützt wird.
- Das Kennenlernen anderer Arbeitsbereiche innerhalb des Unternehmens wird gefördert – damit können wir die Kollegen besser verstehen lernen. Dies unterstützt eine reibungslose Zusammenarbeit.
- Unsere Führungskräfte achten auf die religiösen Bedürfnisse der Mitarbeiter (z. B. bei der Dienstplangestaltung) – im Rahmen des Möglichen.
- Führungskräfte führen mit den Teams, die Menschen mit eingeschränkter Leistungsfähigkeit integriert haben, und den Betroffenen regelmäßige Reflexionsgespräche.
- Mentoren und Führungskräfte nehmen sprachliche Barrieren wahr und setzen sich dafür ein, dass Kontakte innerhalb des Teams entstehen und gestärkt werden.

4.3 FÖRDERUNG DER GESUNDHEIT UND DES WOHLBEFINDENS

HALTUNG

- Die Führungskräfte fühlen sich für einen sicheren und gesunden Arbeitsplatz verantwortlich.
- Führungskräfte achten auf eine Ausgewogenheit zwischen Arbeitseinsatz und Freizeit (Work-Life-Balance).
- Sozialleistungen, Würdigung von besonderen Verdiensten und das Feiern von besonderen Anlässen stärken das Wohlbefinden im Team.



SICHTBARES

- Es gibt Maßnahmen und Projekte zur Förderung der Sicherheit und Gesundheit (z. B. Betriebsarzt, Angebote im Rahmen der Betriebs- und Organisationspsychologie und eines Gesundheitsförderungsprogrammes).
- Es gibt klare Spielregeln, die dafür sorgen, dass für alle Mitarbeiter eine möglichst optimale Dienst- und Urlaubsplanung geschieht.
- Kleine Geschenke und Aufmerksamkeiten machen zu bestimmten Anlässen deutlich, wie wichtig jeder Mitarbeiter für Kulinario ist.
- Wir stellen den Mitarbeitern eine definierte Anzahl von Speisen und Getränken während der Dienstzeit kostenlos zur Verfügung.
- Geeignete Arbeitskleidung und -schuhe werden vom Unternehmen finanziert.
- Dienstjubiläen werden im Rahmen von Mitarbeiterfeiern begangen.

VERHALTEN

- Mitarbeiter kennen die Sicherheits- und Hygienevorschriften und achten auf deren Einhaltung.
- Mitarbeiter weisen einander darauf hin, wenn Sicherheits- und Hygienehinweise nicht beachtet werden.
- Mitarbeiter werden angehalten, Tätigkeiten mit hoher körperlicher Beanspruchung nicht alleine durchzuführen, sondern Hilfe anzunehmen.
- Mitarbeiter sprechen Unzufriedenheiten und Wünsche für den Dienstplan offen an – nach Möglichkeit wird versucht, diesen nachzukommen.
- Gemeinsame Feste werden organisiert. Dabei wird darauf geachtet, dass möglichst viele Mitarbeiter daran teilnehmen können.

5. Der christliche Glaube. Verwurzelung.

GRUNDPHILOSOPHIE

- Unser Unternehmen wurde von den Barmherzigen Schwestern gegründet, die uns ihren Auftrag übergeben haben: „Im Sinne des heiligen Vinzenz wird die Liebe Christi zu den Menschen in unserem Handeln Wirklichkeit.“
- Für Christen ist ihr Glaube Kraftquelle und Orientierung im wertschätzenden und dankbaren Umgang mit den Menschen und der Schöpfung – und damit im Besonderen auch mit den Nahrungsmitteln.
- Christen achten die Weltanschauung anderer und sehen es als einen besonderen Auftrag, für ein friedliches und konstruktives Miteinander der verschiedenen Religionen und Kulturen zu sorgen.

HALTUNG

- Die Führungskräfte stehen zur christlichen Herkunft des Unternehmens und sind dem Auftrag der Barmherzigen Schwestern verpflichtet. Sie sorgen dafür, den christlichen Hintergrund für Kunden, Mitarbeiter und Partner sichtbar zu machen.
- Wir sind überzeugt, dass die Werte, die vom christlichen Hintergrund abgeleitet sind, für ein erfolgreiches Miteinander hilfreich sind.
- Wir wollen Mitarbeitern, die christlicher Herkunft sind und/oder die Interesse daran haben, Angebote geben, mit denen sie ihren persönlichen Zugang zum christlichen Glauben stärken oder finden können.



SICHTBARES

- Christliche Symbole in den zentralen Bereichen der Kulinarik sind Ausdruck des christlichen Glaubens. Damit wird die christliche Basis von Kulinarik optisch sichtbar gemacht.
- Christliche Bräuche lassen wir weiterleben, z. B. Speisenweihe und gemeinsames Mahl, Nikolausfeier, Herbergsuchen, Weihnachtsgeschichte, ... In Abstimmung mit dem Kunden versuchen wir in unserem Speisenangebot christliche Bräuche zu verankern.
- Führungskräfte werden geschult in:
 - „Werte der Vinzenz Gruppe“,
 - „Werte von Kulinarik“,
 - Theologische Hintergründe des Sendungsauftrages der Orden.
- Es gibt Angebote für christliche Mitarbeiter, an Besinnungs- und Einkehrtagen teilzunehmen.

VERHALTEN

- Wir grüßen. Der formal bevorzugte Gruß ist „Grüß Gott“.
- Führungskräfte arbeiten daran, dass die Mitarbeiter verstehen, worauf es uns im Umgang miteinander ankommt. Sie achten darauf, dass diese Werte von den Mitarbeitern auch gelebt werden.
- Führungskräfte haben ein Grundwissen von anderen Kulturen.
- Führungskräfte und Mitarbeiter nehmen religiöse Bedürfnisse Andersgläubiger wahr und kommen diesen – soweit dies möglich ist – entgegen.
- Führungskräfte setzen sich bewusst mit den christlichen Werten auseinander und laden zu christlichen Veranstaltungen ein.

Wertemanagement heißt für uns, die geistlichen und kulturellen Unterschiede leben zu lassen, sich auf das gemeinsame Christliche zu besinnen und ein gemeinsames Profil zu entwickeln.

Leitgedanken zur Entwicklung und Umsetzung des Werteprofiles.



Projektdaten

PROJEKTMITARBEITER

Melanie Aumüller (dzt. in Karenz)
Thomas Brandstätter
Mag. (FH) Stefanie Gröger
Mag. Rainer Kinast
Hans-Peter Köhn
Gerald Pieslinger
Dipl. KH-Bw. Josef Schachinger
Willibald Sonnleitner
Elisabeth Trausmuth
Wolfgang Weber
Herbert Wiesinger

PROJEKTZEITRAUM

Juni 2007 bis März 2010



IMPRESSUM:

Herausgeber: Vinzenz Gruppe Service GmbH, Geschäftsbereich Gastronomie (Markenname: Kulinarío) Stumpergasse 13 1060 Wien
FN: 139877 b Gerichtsstand: Handelsgericht Wien Firmensitz: Wien UID: ATU 49674703 Prokurist Gerald Pieslinger
Geschäftsbereichsleitung Tel.: 0732/7677 DW 7855 Fax: 0732/7677 DW 7856 E-Mail: gerald.pieslinger@kulinarío.at
Projektleitung: Mag. Rainer Kinast
Gestaltung: SERY* Creative Communications GmbH, Leonding Druck: Salzkammergut Media, Gmunden

Wir bitten im Sinne einer verbesserten Lesbarkeit um Verständnis, dass auf geschlechterspezifische Formulierung verzichtet wird.
Selbstverständlich sind beide Geschlechter gleichermaßen angesprochen.



KULINARIO®

< kochen als kultur >

LINZ ~ WIEN ~ RIED

www.KULINARIO.AT