

Thema: Pago

Autor: k.A.



SAFTIGE GESCHÄFTE

Mit einem gut aufgestellten Fruchtsaft-Sortiment lässt sich bei den Gästen Eindruck schinden – und Umsatz machen. Wichtig ist nur, das richtige Offert für den jeweiligen Betrieb und die jeweilige Tageszeit zu finden. Die Markenartikler haben dafür aber jede Menge gute Ideen.

Prinzipiell ist Saft in der Gastronomie von früh bis spät gefragt. Doch je nach Uhr- bzw. Jahreszeit und auch hinsichtlich des Verzehranlasses ändern sich die Vorlieben der Österreicher. Zum Frühstück sind etwa Orangen- und Multivitaminensaft besonders gefragt, während als Essensbegleiter im weiteren Verlauf des Tages besonders häufig Apfel- oder Johannisbeersaft bestellt werden. Je später der Abend, desto probierfreudiger werden erfahrungsgemäß die Gäste: Im Bar-Ambiente entscheiden sich viele gerne auch für ausgefalleneren Geschmacksrichtungen, sei es pur oder als Bestandteil eines Cocktails. Generell sind die Österreicher außerhalb ihrer eigenen Wände etwas offener für exotische Aromen, die als Alltagsgetränk für zu Hause nicht ins Beuteschema passen.

Was jedoch auf At-Home und Out-of-Home gleichermaßen zutrifft, ist ein zunehmendes Bewusstsein für Qualität. Mit einem entsprechend hochwertigen und auf die Zielgruppe des jeweiligen Lokales individuell abgestimmten Angebot kann man sich also positiv vom Wettbewerb abheben – die Hersteller stehen dabei durch die Bank gerne mit Rat und Tat zur Seite. Dem Trend zu besonderem Qualitätsbewusstsein entsprechend haben die

Fruchtsaft-Produzenten übrigens auch alleamt kreative Ideen, um ihre Marke beim Gast optimal in Szene zu setzen. Und dies dürfen auch wir Ihnen wärmstens empfehlen: Wer hochqualitative Markenprodukte serviert, darf und soll dies durchaus auch kundtun.

GENUSS-FAKTOR. Dies geht ganz einfach und kann nebenbei auch den Genuss-Faktor des Getränks deutlich erhöhen – etwa wenn man auf das neue Konzept aus dem Hause Pago setzt: Pago ruft Gastronomen nämlich jetzt auf, die „Pago“-Spezialitäten auf besonders genussvolle Weise zu servieren und dabei auch die Flasche am Tisch eine Hauptrolle einnehmen zu lassen. Je nach Betrieb bzw. den Vorstellungen des Wirtes lässt sich dies unterschiedlich realisieren. Eine besonders attraktive Variante ist etwa der „Pago Genusssträger“, bei dem die Flasche mit einer dezenten Halterung oben auf dem Glas platziert wird. Es geht natürlich auch simpler, z.B. als Kombination aus einem Glas, einer Wasserkaraffe und der „Pago“-Flasche. Wichtig ist dabei aber, dass die attraktive Glasflasche, in der das Getränk für die Gastronomie zur Verfügung steht, immer mit an den Tisch serviert wird. Wer seinen Gästen „Pago“ in einer der

vorgeschlagenen Varianten serviert, hat ab sofort und noch bis September übrigens die Chance auf einen attraktiven Gewinn: Unter allen teilnehmenden Betrieben werden nämlich drei Gutscheine für den Apple Store im Wert von je € 2.500,- für das gesamte Gastronomieteam verlost. Aber auch die Gäste können etwas abstauben: Wer ein Foto von seinem genussvoll servierten „Pago“ hochlädt (z.B. via Facebook oder auf www.pagogenuss.at), kann einen von drei saftigen Jahresvorräten gewinnen.

Fürs Frühstücksbuffet hat man sich bei Pago ebenfalls eine attraktive Präsentationsmöglichkeit einfallen lassen, nämlich einen innovativen 5L-Spender, der mit seiner praktischen Größe besonders für kleine und mittlere Gastronomiebetriebe ideal geeignet ist. Besonders praktisch: Der Dispenser kommt dank eines doppelwandigen Polycarbonat-Behälters in Kombination mit einem Kühllakku im Deckel komplett ohne Strom und Wasser aus und kann entsprechend flexibel eingesetzt werden. Der Saft wird einfach in geschlossenen 5L-Bags im Spender platziert, was nicht nur simpel ist, sondern auch für höchstmögliche Hygiene sorgt. Die Bags stehen in den typischen Frühstücks-Sorten „Orange“ und „Multivitamin“ zur Verfügung und sind nach Anbruch bis zu zehn Tage haltbar.

BEDARFSORIENTIERT. Fruchtsaftprofi Rauch hat natürlich ebenfalls eine sehr attraktive Lösung für den Frühstücksbereich in petto: In diesem Fall lässt sich der Spender mit zwei 10L Bag-in-Box-Einheiten befüllen. Für Situationen oder Betriebe, in denen ein

Thema: Pago

Autor: k.A.

hoher Bedarf vorhanden ist, steht auch eine Postmix-Variante zur Verfügung, bei der aus zwei 10L-Einheiten 120L Saft „gezapft“ werden können.

Wer lieber Einzelportionen kredenzt, kann auch bei Rauch aus einem vielfältigen, insgesamt 26 Sorten umfassenden Sortiment an Säften in der 0,2L-Glasflasche (exklusiv für die Gastronomie, entweder als Einweg- oder Mehrweg-Gebinde) wählen. Die jüngsten Neuzugänge waren die Sorten „Himbeer-Pfirsich“ und „Maracuja“. Drei Geschmacksrichtungen („Johannisbeere“, „Marille“ und „Apfel“) stehen zudem auch in einer Bio-Ausführung zur Verfügung. Um den Gästen so richtig Gusto zu machen, offeriert Rauch eine breite Palette an hochwertigen Verkaufshilfen, wie etwa Tischaufsteller, Displays und sogar Thekenkühlschränke. Schließlich bedient Rauch auch den jungen Trend „Cold Pressed“ (also nicht pasteurisiert) und offeriert ein drei Sorten umfassendes „Juice Bar“-Sortiment in der 0,33L-Leichtflasche. Der Gast hat hier die Wahl zwischen den Varianten „Happy Hangover“ (Rote Rübe, Apfel, Limette, Basilikum), „Grünschnabel“ (Apfel, Ananas, Spinat, Chili, Limette) sowie „Vitaminator“ (Erdbeere, Kiwi, Apfel, Ingwer).

EIGENANBAU. Außergewöhnliches bietet auch Zuweg seinen Gastronomiekunden, und zwar innerhalb der Linie „Skipper“. Neben nicht ganz alltäglichen Mixes wie „Pfirsich-Mango“, „Grapefruit-Minze“ oder „Kiwi-Apfel“ oder den exklusiv für die Gastronomie erhältlichen Varianten „Kokos“ und „Heidelbeere“ sind aber auch klassische Erfrischungen erhältlich, und zwar allesamt in der hochwertigen 200ml-Glasflasche. Derzeit umfasst das „Skipper“-Sortiment 21 Sorten, regelmäßig wird dieses durch Neuheiten belebt. Oberstes Credo ist dabei die Qualität der Zutaten: Zum Einsatz kommen nur beste Früchte aus eigenem Anbau.



FÜR ÖKO-SAFTLÄDEN. Wer sich ein gesundheitsbewusstes, bioaffines Publikum wünscht, sollte dies auch in der Gestaltung der Getränkekarte berücksichtigen und findet beispielsweise im Sortiment von Höllinger entsprechende Offerte. Das Unternehmen hat speziell für den Gastrobereich seine „Biothek“ entwickelt, also eine Range an hochwertigen Bio-Säften in den Sorten Apfel, Orange, Johannisbeere und Marille, die in der 200ml-Glasflasche erhältlich sind und in dieser Form nicht nur in Restaurants gerne serviert werden, sondern auch bei Events und Seminaren zum Einsatz kommen können

FÜNF FREUNDE. Neben den etablierten Marken gibt es im Fruchtsaftbereich auch einige spannende Konzepte von (noch) nicht überall bekannten Anbietern. Besonderes steht etwa hinter der Marke „Omi's Apfelstrudel“, genauer gesagt naturtrüber Apfelsaft aus handgepflückten Äpfeln, der dank der Verfeinerung mit Zimt ein ganz besonderes Aroma erhält, das tatsächlich nah an die beliebte Mehlspeise herankommt. Ein junger Player mit jeder Menge Potential ist auch das Start-up Pona mit der gleichnamigen Marke – ideal für Lokale, die sich vom Mainstream abheben möchten und einer anspruchsvollen Zielgruppe Produkte bieten möchten, die man nicht überall bekommt. Gegründet wurde das Unternehmen von fünf Freunden, die sich nach einer coolen und nachhaltigen Alternative zu Mode-Limos gesehnt haben und deshalb kurzerhand ihre eigene Marke entwickelt haben: Hinter „Pona“ stecken erfrischende Drinks aus 60% Bio-Frucht, 40% Quellwasser und ein wenig Kohlensäure – sonst nix. Zu haben sind hier die Sorten „Tarocco Orange“, „Golden Granny Apfel“, „Apfel Ingwer“, „Apfel Limette“ sowie – brandneu als Limited Edition – „Pink Grapefruit“, jeweils in der 330ml-Flasche.

IN BEWEGUNG. Apropos Limited Editions – diese sind ein probates Mittel, um den Gästen Abwechslung zu bieten und sie immer wieder neugierig zu machen. Generell tut es der Nachfrage gut, das Angebot lebendig zu halten und regelmäßig an aktuelle Konsumentenwünsche oder schlicht an die Saison anzupassen. In der Erdbeersaison macht sich etwa Erdbeergeschmack auch auf der Getränkekarte gut. Wer sich darauf einlässt, hier flexibel zu agieren, lässt keine Umsatzpotentiale ungenutzt. *bd*