

No. 9/2008

Verlagspostamt 2380 Perchtoldsdorf P.b.b.
GZ 02Z031825

hotel &

TOURISTIK

Rainer Stranzinger:

**Der Shootingstar
vom Tanglberg**

Hotelküche:

**Wellness
zum Anbeißen**

Ferienhotellerie:

**Lifestyle mit
drei Sternen**





Erfolgreiche Pago-Tour

Der Fruchtsaftspezialist brachte auf seiner „Pago Paradise Tour“ auch heuer wieder einen Schluck vom Paradies in die österreichischen Urlaubsregionen, der Ansturm war enorm. Im Herbst folgt ein weiteres Da Capo: Wegen der großen Nachfrage kehrt die Limited Edition Zwetschke zurück.

„Aufgrund des großen Erfolges des letzten Jahres war unser exotisch bunter Pago-Truck auch in diesem Jahr wieder in ganz Österreich unterwegs“, erzählt Renate Pölderl, Sales Marketing Manager Pago Österreich, über die diesjährige Pago Paradise Tour. Startschuss dafür war am 30. Juni im Palais Liechtenstein in Wien. 40 Stationen – mit Fokus auf die Seengebiete – und knapp 150.000 Besucher später ist diese Rundfahrt am 30. August im Wiener Prater zu Ende gegangen. Die Schwerpunkte waren alle Fruchtsaftspezialitäten sowie die Neueinführung des Jahres 2007: die Pago Smoothies und die Limited Edition Lemon Lime. Ein österreichweites Gewinnspiel hat die Pago Paradise Tour besonders spannend gemacht, verlost wurde zehnmals der Jahresbedarf an Fruchtsäften. Eine breite Ankündigung in den Printmedien sowie starke POS-Maßnahmen haben die Tour zusätzlich unterstützt.

DIE ZWETSCHKE IST ZURÜCK

Bereits drei Winter lang war die „Limited Edition Pago Zwetschke“ ein Verkaufsschlager. Auf vielfachen Wunsch, besonders aus der Gastronomie, macht sie auch den Winter 2008/2009 zu einem fruchtigen Erlebnis. Sie veredelt nicht nur Süßspei-



sen wie Kaiserschmarrn, Palatschinken oder Apfelstrudel, sondern empfiehlt sich ebenfalls als hervorragender Begleiter zu diversen Fleischspeisen. Besonders Wildgerichte werden im Geschmack exzellent abgerundet. Ungeahnte Geschmackswelten eröffnen sich auch Cocktail-Freunden: Egal, ob alkoholfreie oder alkoholische Drinks – mit Pago Zwetschke sind der Kreativität des Barkeepers (fast) keine Grenzen gesetzt.

ERFOLGREICHES KONZEPT

Die Idee, eine Limited Edition einzuführen, ist sowohl von der Gastronomie als auch von den Konsumenten von Anfang an hervorragend angenommen worden. Einer der Gründe ist, das saisonal limitierte Produkte auch das Angebot passender kulinarischer Angebote ermöglichen. „Die positive Resonanz macht deutlich, dass unser Konzept, Pago Zwetschke zeitlich limitiert anzubieten, voll aufgeht“, unterstreicht Ferdinand Rotter, Geschäftsführer von Pago Österreich. Neu ist heuer, dass es die Zwetschke darüber hinaus im Lebensmittelhandel zu kaufen geben wird. Speziell dafür kommt sie zusätzlich in einer 0,75-Liter-PET-Flasche auf den Markt.