

PAGO QUALITÄT MIT (GASTRO)TRADITION

Pago ist wie Mannerschnitten, Mozartkugeln oder die Lipizzaner, ein Teil österreichischer Identität. Viel mehr als eine Marke ist Pago, das Synonym für flüssiges Obst, es ist irgendwie ein Teil von uns. Umso enttäuscht ist man, wenn man sich Pago-Geschmack erwartet und dann keinen bekommt. ♦

Text: Peter Eder



Die Wiener Gastro-Ikone Elisabeth Kolarik hat ihre „Kolariks Luftburg“ im Prater auf Bio umgestellt, die Pago Bio-Linie ist ein Fixer Bestandteil ihres Angebotes. „Der Inhalt stimmt einfach, Pago ist ein Qualitätsprodukt. Spannend ist natürlich auch, dass es nun viel mehr Sorten gibt“.



Bis zum Jahr 1977 war das Sortiment bereits auf 60 Sorten angewachsen



Die Restaurantkonzepte von Gastro-Profi Thomas Altendorfer sind landesweit einzigartig. Trotz ihrer unterschiedlichen gastronomischen Ausrichtung bleibt die Quintessenz immer gleich: Qualität und Herzlichkeit. Passend zu Thomas Altendorfers Anspruch ist sein Lieblingspago „Pago Passion Muskateller Traube, auf Eis.“

Das „Beste“ bleibt einem immer in Erinnerung, egal was es ist. Besonders einprägsam sind Geschmackserlebnisse. Einmal vom Besten gekostet, messen wir alles weitere an dieser Erfahrung. In Sachen Fruchtsaft hat sich Pago bei vielen als der Beste herausgestellt. Kein Wunder die Pago Qualität hat eine lange Tradition. 1888 wurde die Idee der Brüder Pagitz, flüssiges Obst saisonunabhängig verfügbar zu machen, geboren. Die ersten Sorten Fruchtsaft, waren Apfel, Johannisbeere und Ribisel. Erst 1949 wurde aus dem Familiennamen Pagitz und dem O von Obst die Marke Pago. Bis heute wird der Fruchtsaft schonend gewonnen und gleich abgefüllt, um den Geschmack und die hochwertigen Inhaltsstoffe bestmöglich zu erhalten. Für jede Frucht wird eine eigene Rezeptur entwickelt, wie bei hausgemachter Marmelade wird dann heiß abgefüllt. Daher kommt auch das „Plopp“ beim Öffnen, weil wie bei Marmelade ein Vakuum entsteht. Der Genuss kommt von der einzigartigen Qualität. Pago war mit seinen Säften so erfolgreich, dass bis zum Jahr 1977 das Sortiment auf 60 Sorten angewachsen war, wobei Pago damals eine reine Gastronomiemarke war. 1989 wurde Pago Marktführer in der österreichischen Gastronomie. 2002 eroberte das Fruchtsaft-Unternehmen Europa, es wurde Marktführer im Außer-Haus-Konsum in Italien, Österreich, Kroatien und Frankreich; 2005 war Pago in 30 Ländern vertreten.

Unverwechselbare Qualität

Pago ist bis heute der Qualität verpflichtet und fasziniert, weil ein Pago immer noch ein Pago ist. Ganz egal um welche Frucht es sich handelt jede wird nach eigenem Rezept verarbeitet. Es reicht halt nicht Saft einfach auszupressen. Die besondere Sorgfalt und das Know How macht das Trinkerlebnis so besonders. Deswegen ist Pago bei Gästen auch so beliebt. Kein Wunder viele sind mit der Pago-Qualität aufgewachsen. Um damit auch perfekt in den Tag zu starten stellte das Unternehmen 2010 den Bag-in-Box-Dispenser als neue Lösung für den Frühstücksbereich vor und bot damit eine bequeme Alternative zu herkömmlichen Lösungen.

WOW!

Unverwechselbar nachhaltig

PRODUKT DES JAHRES

Pago Passion, der leichte, erfrischende Fruchtsaft in den Sorten Rhabarber-Birne und Muskateller Traube, wurde vom Marktforschungsinstitut „GfK“ zum Produkt des Jahres 2018 in der Kategorie „Säfte“ ausgezeichnet. 5.000 österreichische Konsumenten haben ihre Stimme für ihr Lieblingsprodukt abgegeben.

Oft verzichten Gäste auf Fruchtsäfte, wenn diese nicht ihren Erwartungen entsprechen. Weil man's ja nicht vorher weiß, schenkt man sich ein Glas ein und lässt es dann aber stehen, weil's doch nicht so schmeckt wie erwartet. Das Pago-Trinkerlebnis steckt halt tief in unseren Genen. Hochwertige Produkte werden einfach wertgeschätzt, man lässt sie nicht stehen. Im Gegenteil, die Nachfrage nach der Pago Bio Linie hat viele Neukun-



Das Eckes-Granini Hauptquartier St. Florian / OÖ. Hier sitzt die Marke mit dem „Plopp“. Produziert wird nach wie vor in Klagenfurt.



Wolfgang Haas, Geschäftsführer der Werzer's Hotels am Wörthersee, zeigt das der See 365 Tage im Jahr Saison hat. Auch er setzt auf PAGO Qualität. PAGO Bio-Marille in Kombination mit Käse ist seine Empfehlung. „Ich mag das harmonische Zusammenspiel aus Frucht- und Milchsäure.“



Petra Nothdurfter, PAGO General Manager: „Für Eckes Granini ist PAGO eine Marke mit enormem Potential, die Erfolge von PAGO Passion oder PAGO Bio zeigen das ganz eindeutig“



»PAGO ist ein Qualitätsmerkmal«

– THOMAS TASCHNER / PAGO SALES DIRECTOR –

den gebracht. Fruchtgenuss aus streng kontrolliertem biologischem Anbau, reinsten und unverfälschten Geschmack der Frucht begeistert gerade Gastronomen, die auf das Vertrauen Ihrer Gäste setzen. Wie alle PAGO Produkte eignet sich die Biolinie auch als Basis für Mixgetränke mit oder ohne Alkohol, da bleibt kein Tropfen im Glas.

Unverwechselbarer Look

Die grüne Glasflasche mit gelbem Verschluss und dem roten Logo, inklusive dem Plopp-Sound beim Öffnen ist eindeutig. Grün, Gelb, Rot und der Plopp – kann nur PAGO sein.

Eine neue Ära

Seit Anfang 2013 gehört PAGO zum Marken-Portfolio von Eckes-Granini – seit mehr als 150 Jahren steht das deutsche Traditionsunternehmen für gesunde und natürliche Fruchtsaftgetränke in bester Qualität. Nach der Übernahme blieb die Abfüllung für den österreichischen Markt bis heute am Standort Klagenfurt, da sich die Expertise der Firma Kärntnerfrucht seit dem ersten Tag bewährt hat. ●

VORTEILE

- + 131 Jahre Erfahrung
- + intensiver Geschmack
- + vollreife Früchte
- + fruchtige Vielfalt
- + höchste Qualität
- + vegan
- + reines Naturprodukt
- + schonende Abfüllung
- + natürlich haltbar gemacht
- + schont Vitamine
- + ohne künstliche Farbstoffe
- + ohne künstliche Konservierungsstoffe
- + die grüne Flasche = Lichtschutz
- + Heißabfüllung
- + das „Plopp“

WAHRHEIT IST ZUMUTBAR

ELEKTRISCH IST ERST DER ANFANG

Zu schützen, was Ihnen wichtig ist: Ein Leitgedanke, der die Marke Volvo inzwischen seit über 90 Jahren prägt. Egal, ob mit der Entwicklung des revolutionären Dreipunkt-Gurts im Jahr 1959 oder durch Maßnahmen wie die „Equal Vehicles for All“-Initiative* – die Sicherheit der Allgemeinheit war immer schon die Maxime unseres Handelns. Damals wie auch heute. ●

Text: Peter Eder

Damit Volvo diesem Versprechen auch in Zukunft noch gerecht werden kann, gilt es, sich jetzt schon mit den Herausforderungen von morgen zu beschäftigen. Gerade als Automobilhersteller drängt sich dabei eine zunehmend unangenehme Wahrheit auf: Wir sind Teil des Problems. Und wir sehen uns damit auch in der Verantwortung. Wir wollen selbst Teil der Lösung sein.

Der Klimawandel ist eine Tatsache. Und obwohl die Folgen unberechenbar sind, steht fest: Die globale Erwärmung wird nicht ohne Konsequenzen bleiben. Führende Wissenschaftler geben uns noch 11 Jahre, um die weltweiten CO₂-Emissionen um knapp die Hälfte zu reduzieren.

Mit dem neuem T5 Twin Engine für den Volvo XC40 ist es uns gelungen, jedes unserer Modelle zu elektrifizieren. Ein wichtiger Meilenstein, aber nur ein Anfang – denn elektrisch allein ist nicht genug. Bis 2040 wird Volvo die vollständige Produktionskette klimaneutral gestalten. Ein Schritt in Einklang mit dem Pariser Abkommen**, mit dem wir unseren Beitrag zum Erhalt des Planeten leisten werden. Denn wir möchten ihre Familie schützen. Jetzt und in Zukunft. ●



Gute Aussichten: Bis 2040 ist Volvo vollständig klimaneutral

WICHTIG

*E.V.A.-Initiative Nur Volvo erhebt seit 40 Jahren Daten aus echten Unfällen, um zu verstehen, was bei einer Kollision passiert. In diesen Daten sind Männer, Frauen und Kinder gleichermaßen berücksichtigt. Mit E.V.A. bietet Volvo die Ergebnisse zum öffentlichen Download. Damit möchte Volvo dazu beitragen, alle Fahrzeuge für jeden Insassen sicherer zu machen. [volvo.at](https://ec.europa.eu/clima/index_de)

** Pariser Abkommen Vereinbarung der 197 Vertragsparteien der Klimarahmenkonvention der Vereinten Nationen mit dem Ziel des Klimaschutzes (#1,5 Grad celsius) https://ec.europa.eu/clima/index_de

