



EIS IST STARKER UMSATZBRINGER

Hügli informiert Gastronomen über das glücklich machende Eis

von Kurt Guggenbichler



Wo wurde das Eis erfunden? Woraus besteht Eis? Wie erzeugt man gutes Eis und wie präsentiert man das Produkt seinen Kunden? Bei Valentino, in der gläsernen Eismanufaktur in Deutschlandsberg (Steiermark), ließen sich unlängst an die 50 Gastronomen aus Ost-Österreich bei einem Workshop der Firma Hügli über das Thema Eis informieren.

„Wer möchte probieren?“ Fragend blickt Hügli Geschäftsführer Wolfgang Halbauer in die beeindruckten Gesichter der versammelten Gasthaus-, Restaurant- oder Eisdienbetreiber. In der Hand hält er einen mit Eiskugeln, Schokoladensauce, Schlagobers und Waffeln kunstvoll drapierten Becher, bei dessen Anblick jedem Betrachter das Wasser im Munde läuft und wer gedacht hätte, dass

Menschen, die von Berufs wegen mit Speiseeis zu tun haben, kein solches mehr sehen oder gar schmecken können, der irrt. Die von Herrn Halbauer dargebotenen Becher gingen weg wie die sprichwörtlich „warmen Semmeln“.

Vorausgegangen war diesem Gaumenschmaus ein Augenschmaus, denn die Becher waren von einem erfahrenen Speiseeisexperten vor den versammelten Gastronomen angerichtet worden. Dabei zeigte es sich, dass auch Eisklassiker wie Bananensplit, Coup Dänemark oder Birne Helene, noch einmal doppelt so gut schmecken, wenn sie fachmännisch und mit Fingerspitzengefühl – mit einem Wort: gekonnt – dargeboten werden. Dabei können sogar kleine Eiskunstwerke entstehen wie Segelschiffe oder

Fische, die nicht nur bei Kindern gut ankommen dürften. In dieser Hinsicht sind der Kreativität jedenfalls kaum Grenzen gesetzt, ließ der Eisbecherarrangeur durchblicken, abgesehen davon lassen sich diese schönen und wohlschmeckenden Gebilde auch gut verkaufen.

Eis ist nämlich für die meisten Geschäfte ein guter Umsatzbringer. Denn Studien zufolge könne jeder Gastronom durch einen Eisverkauf auch den Absatz seiner übrigen Produkte um 25 Prozent steigern. Die Zuhörer vernahmen es mit Wohlgefallen wie sie zuvor auch schon den Ausführungen über die Geschichte des Eises mit Interesse gelauscht hatten. Die Beantwortung der Frage, woraus

Weiter auf Seite 18



VALENTINO

Besuchen Sie uns
auf der Messe
Hotel & Gast in Wien
7. - 9. April 2013
Halle B, Stand 302

*Eis ist unsere
Leidenschaft!*

Hügli Nahrungsmittel-Erzeugung GesmbH
kundendienst.at@huegli.com, www.premiueis.at



Fortsetzung von Seite 17

Speiseeis eigentlich bestehe, wäre den meisten Workshop-Teilnehmern sicher noch einigermaßen leicht gefallen, doch wie und auf welche Weise die Konsistenz des Eises zustande komme, ließ sich schon nicht mehr so leicht sagen.

Der Vortragende informierte verständlich und konnte auch technisch nicht so versierten Zuhörern nahebringen was Emulgatoren, Stabilisatoren oder Pasteurisieren, Homogenisieren und Reifen bedeuten und wie wichtig dies alles für die Erzeugung eines guten Speiseeises à la Valentino ist. Wer kennt schon die fünf

Vanille, Schoko, Erdbeere, Nuss und Zitrone

Die beliebtesten Sorten

Eisfaktoren? Richtig: Es sind Wasser, Luft, Kälte, Zucker und Fett!

Eismachen sieht so einfach aus und im Grunde könnte es auch jeder, doch wirklich gutes Eis herzustellen, ist schon weitaus schwieriger. Wer weiß schon, dass erst die Luft im Eis das Eis zum Speiseeis macht? Daher muss beim Einfrieren ständig gerührt werden, um Luft ins Eis zu bekommen. Wie aber wird das Eis cremig? Der Hügli-Eisworkshop ließ letztlich keine Fragen offen, auch nicht die, welche die beliebtesten Eissorten nach wie vor sind: Vanille, Schokolade, Erdbeere, Nuss und Zitrone. Eis ist jedenfalls immer gut, „aber es ist auch flüchtig wie das Leben“ wie Halbbaauer gleich zu Beginn der Veranstaltung eine italienische Eis-Expertin zitierte: „Du kannst es nicht festhalten.“ Dafür macht es nachweislich glücklich wie das Psychiatrische Institut in London erforscht hat: Ein Löffel Eis reicht demnach aus, um die Lustzentren im menschlichen Gehirn zu aktivieren – ein weiteres Verkaufsargument! ■



Der Hügli-Eisworkshop ließ keine Fragen offen.



Auch Klassiker schmecken doppelt so gut, wenn sie fachmännisch zubereitet werden.



Eisverkauf steigert Umsatz der restlichen Ware um 25%.