

Geeistes Joghurt verlockend dekoriert

Es erinnert an ein Softeis, ist aber aus Joghurt und wird mit frischen Früchten oder Süßigkeiten aller Art garniert: Das Frozen Yogurt ist in der Schweiz auf dem Vormarsch.

FRANZISKA EGLI

Die Toppings toppen alles: frische Beeren jedwelcher Art, die unterschiedlichsten Nuss-Sorten, Sirup, Schokosplitter und Kokosflocken, Müesli-Streusel und Biscuit-Stückli, Gummibärli oder gar Marshmallows. Keine Süßigkeit, keine Schleckerei, keine Frucht, die sich nicht dafür eignet, das zu zieren, was zurzeit auch hierzulande im Aufwind begriffen ist: das Frozen Yogurt.

Vor wenigen Wochen etwa hat der schweiz-kanadische Gastro-Unternehmer Wolf Wagschal mitten in Zürich die erste «Yoo-Moo»-Niederlassung der Schweiz

eröffnet und ist mehr als zufrieden: «Bis zu 600 Personen täglich kaufen bei uns ein Frozen Yogurt. Das ist deutlich mehr, als wir erwartet hatten», so der CEO des Franchise-Unternehmens Yoo Moo Schweiz AG, das vier verschiedene Sorten Frozen Yogurt und nicht weniger als 23 Toppings bietet. Erst vor zwei Jahren in London

«Bis zu 600 Frozen Yogurts täglich – das ist deutlich mehr als erwartet.»

Wolf Wagschal
CEO Yoo Moo Schweiz AG

nannt wird – heute allein in Grossbritannien 14 Geschäfte, und auch Wagschal sucht bereits Räumlichkeiten für ein bis zwei weitere Zürcher Filialen, so «sensationell» sei die Nachfrage.

In den USA ein grosses Geschäft, bei uns erst im Aufwind begriffen

Punkto Konsistenz ähnelt das «geeiste Joghurt» dem Softeis. Es wird aber statt mit Rahm mit Joghurt hergestellt. Die Vorteile liegen auf der Hand: Die Süßspeise ist leichter, kalorien- und fettärmer, und die joghurt-typische Säure ergänzt sich gut mit fruchtigen und süßen Toppings.

Erstmals wurde das Frozen Yogurt in den 1970er-Jahren in den USA als «Frogurt» angeboten. Dort hat die Süßspeise innert Kürze grosse Popularität erlangt und ist längst ein Milliarden-geschäft, weiss Wagschal, während es sich in Europa nur zaghaft

durchgesetzt hat – dafür tut es das nun umso deutlicher. «In Grossbritannien war der Trend vor zwei Jahren hochaktuell», sagt auch Petra Gierstorfer, die führt zusammen mit ihrem Mann Christian das Gastro-Konzept Energy Kitchen, das nebst Shops in London und Manchester auch eine Filiale in Bern unterhält. Seit letztem Jahr haben sie Frozen Yogurt aus regionalem Bio-Naturejoghurt, Magermilch und Agavensirup im Angebot, das «bestens zu unserer Kernstrategie (gesund, frisch & lifestyle-pass)».

Das ist das Stichwort: Frozen Yogurt wird gerne als gesunde

In der Schweiz besonders beliebt: Fro-Yo aus frischem Nature-Joghurt mit Früchten.

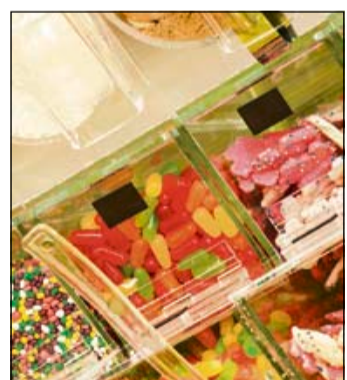


Polartwist.de/zvg

dukten dient», meint SMP-Marketingleiterin Charlotte Hofstetter.

Für Schweizer Anbieter sind Frische und Regionalität wichtig

Auf Frische und Natürlichkeit legen die Schweizer Fro-Yo-Anbieter besonders Wert. Während die Birmensdorfer Gastro-Firma Suc+Juice Bars ihr Geeistes aus halb Magermilch, halb Magerjoghurt von einem regionalen Glacehersteller zubereiten lässt und bevorzugt mit Beeren und Früchten garniert, wird im Candy-Shop Lolipop das Frozen Yogurt gar im Laden selber hergestellt: mittels einer Softeis-Maschine. «Obwohl auch bei uns frische Erdbeeren sehr beliebt sind», so Inhaberin Alexandra Bisaz, «sind wir doch ein Zuckerparadies, dessen Fro-Yos gerne mit Gummibärli oder Smarties garniert werden».



fololia

Toppings der ganz süßen Art: von Gummibärli bis Smarties.

(K)ein kalter Kaffee im «Henrici» Zürich

Im Zürcher Café Henrici wird seit Kurzem kalter Kaffee serviert – mit Absicht: Das Lokal bietet den «Cold Brewed Coffee» an, den kalt gebrühten Kaffee.

LAURA NUSSBAUMER

Zwölf Stunden lang wird er gebrüht – und erst noch in kaltem Wasser: Der «Cold Brewed Coffee», einzig im Zürcher Café Henrici erhältlich, hat es in sich. Durch

die lange Brühzeit werden dem Kaffee die besten Geschmacksnoten entzogen – ohne dabei Bitterstoffe auszulösen. Aufgrund des geringen Säureanteils – 70 Prozent weniger als herkömmlicher Filterkaffee – ist der kalt gebrühte Kaffee daher auch für empfindliche Mägen geeignet.

Das Café Henrici im Zürcher Niederdorf ist bekannt für seine Kaffeekunst und gewann 2010 gar den «Best of Swiss Gastro» Award in der Kategorie «Coffee». Immer wieder überrascht das Team mit neuen Kreationen. «Wir haben sehr lange an diesem kalt gebrühten Kaffee getüftelt», so Chris-



zvg

Der «Cold Brewed Coffee»: Stilvoll und erfrischend.

toph Huber, Inhaber des Café Henrici. Jetzt, wo der Sommer endlich da ist, sei der richtige Moment für den erfrischenden Kaffee gekommen, erklärt Huber weiter.

Geeignet für den eiskalten Kaffeegenuss sind dunkel geröstete Bohnen. Diese werden mittelfin gemahlen und mit viel kaltem Wasser aufgegossen. Zwölf Stunden lang wird der Kaffee über Nacht gebrüht. Am nächsten Morgen noch durch den Baumwollfilter, und fertig ist der sommerliche Kaffeedrink.

«Das Feedback der Gäste ist sehr gut», freut sich Christoph

Huber. Der kalt gebrühte Kaffee kostet sechs Franken und wird «on the rocks» im stilvollen Glas serviert, nach Wunsch auch mit Milch und Zucker. Letzterer sei jedoch kaum nötig, erklärt Huber. «Der «Cold Brewed Coffee» hat bereits ein natürlich süßeres Aroma», so der Inhaber weiter.

«Mild, schokoladig und höchst ausgewogen» – so lautet denn auch die Beschreibung von André Huber, dem Autor des «Coffee-Guide Zürich». Auf seinem Blog hat er die besten kalten Kaffee-Getränke der Stadt aufgelistet.

www.cafe-henrici.ch

Events

Erste Messe für Gastronomen im Tessin

Im Frühling 2013 ist es so weit: Unter dem Namen «Tipiace» findet zum ersten Mal eine Messe für Gastronomen und Hoteliers in der italienischsprachigen Schweiz statt. Die als Biennale konzipierte Messe wird vom 4. bis 6. Mai in den Messehallen in Lugano über die Bühne gehen. Wie bereits die Gastronomiefachmessen «Igeho» in Basel und «Gastronomia» in Lausanne wird auch «Tipiace» vom Schweizer Messe-Unternehmen MCH Group lanciert. In

www.tipiace.ch

News

Gastronomie setzt vermehrt auf Couponing

Im ersten Halbjahr 2012 nutzten so viele Gastronomen wie nie zuvor Couponing als Marketing-Tool, um neue Gäste zu gewinnen und ihren Umsatz zu steigern: Das Schweizer Couponing-Portal Daily Deal verkaufte alleine in der Schweiz für Gastro-Unternehmen von Januar bis Juni fast 10000 Gutscheine im Gesamtwert von knapp 900000 Franken, schreibt die Firma. Seit Kurzem können Unternehmen die Gutscheine mit einer Barcode-App für Android und iPhone prüfen und entwerfen. Dadurch entfällt das mühselige Sammeln und Einlösen von Gutscheincodes.

Auf Melchsee-Frutt entsteht ein neues Familienhotel



zvg

Die Eberli Generalunternehmung AG aus Sarnen baut auf Melchsee-Frutt ein weiteres Hotel mit Appartements. Der Baustart für den Hotelkomplex sowie für die 43 Ferienwohnungen ist mit dem Abbruch des ehemaligen Hotels Reinhard bereits erfolgt. Entstehen wird ein familienfreundliches Hotel mit 35 Zimmern mit je zwei Räumen, ein Spa-Bereich für Kinder, ein Kleinkino sowie eine Bowlingbahn. Die Investition beträgt 52 Millionen Franken. Die Eröffnung des neuen Hotels ist auf die Wintersaison 2014/15 geplant.

Europas höchste Hängeseilbrücke auf dem Titlis



zvg

Auf über 3000 Metern Höhe entsteht auf dem Titlis für rund 1,3 Millionen Franken die höchstgelegene Hängeseilbrücke Europas. Grund für den Bau ist das 100-Jahr-Jubiläum der Drahtseilbahn Engelberg-Gerschnialp. Damit wollen sie den Gästen auf dem Titlis die Bergwelt noch näher bringen, teilten die Titlis Bergbahnen mit. Die Arbeiten an der 100 Meter langen Hängeseilbrücke beginnen Ende Juli. Wenn das Wetter mitspielt und alles optimal läuft, kann sie bis Ende November 2012 in Betrieb genommen werden. fe