



DURST

Das Gastronomie-Magazin der Feldschlösschen Getränke AG – www.durstzeitung.ch
Nr. 11 | November 2013

Neue Medien

Hotspot Gastronomie

- @ Unser neues Online-Angebot für Sie als Gastronom
- @ Kunden: So nutzen wir myfeldschloesschen.ch
- @ Experte: Tipps für mehr Erfolg im Internet

Seite 10



Knüller!

Feldschlösschen
Original

1.24

Nettopreis
statt 1.68
24×50cl Dose Tray
4×6×50cl Dose Tray
2×12×50cl Dose Tray

Cardinal Blonde

1.29

Nettopreis
statt 1.73
4×6×50cl Dose Pack



The Bottle:

Neues Weinangebot für die Gastronomie – auch Sie können profitieren!

Seite 9

Arkina:

Neues, hochwertiges und frisches Design für das bewährte Mineralwasser

Seite 29

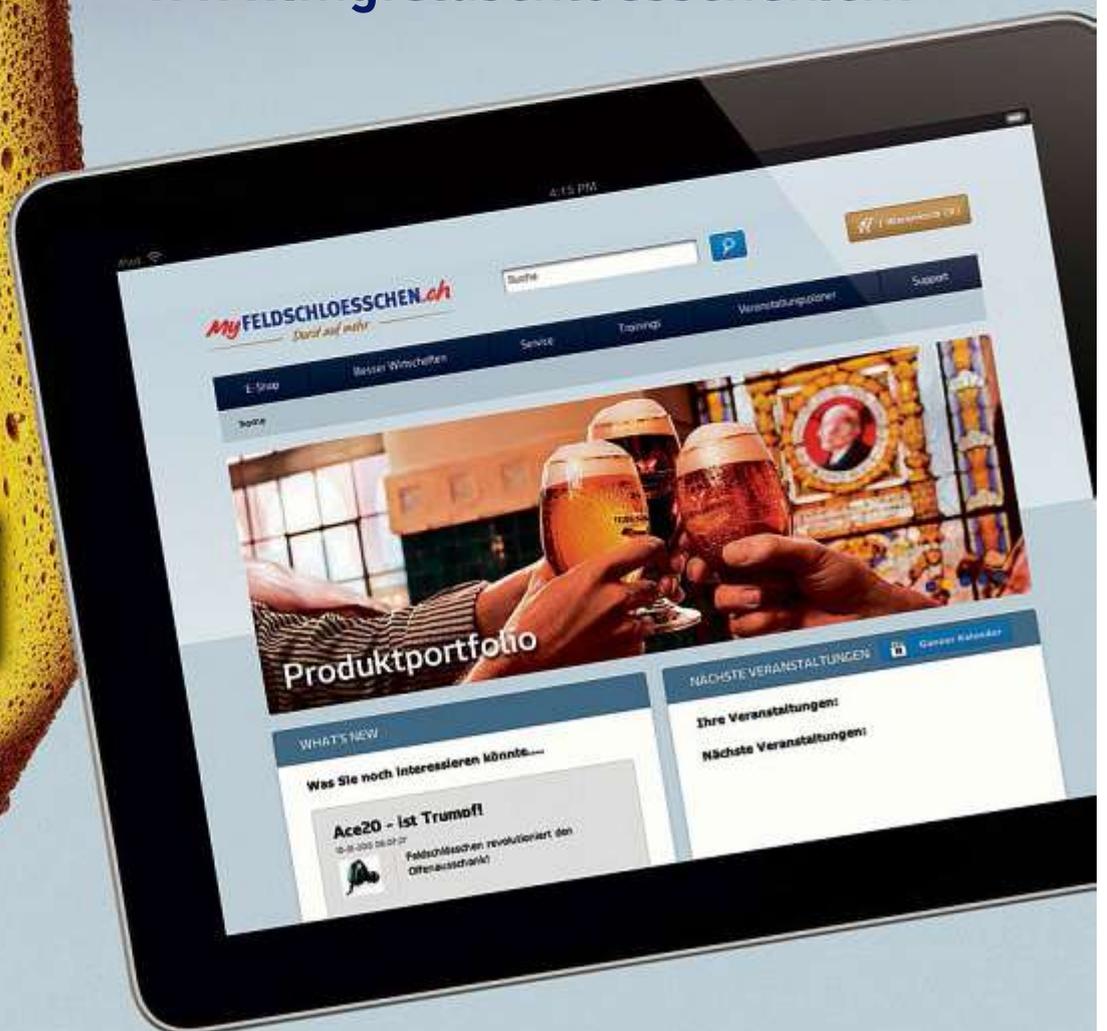
Durst auf mehr?

Sie möchten...

- besser wirtschaften und mehr Umsatz erzielen?
- jederzeit bequem online einkaufen?
- Sortimentsanalysen durchführen?
- personalisiertes Werbematerial mit Ihrem Logo?
- informative Statistiken für volle Transparenz?
- persönliches Training mit einem Bier-Sommelier?
- am liebsten alles zusammen und noch mehr?

Dann besuchen Sie jetzt die revolutionäre Online-Plattform die alles vereint:
www.myfeldschloessen.ch!

Sofort anmelden
und profitieren!



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch
Durst auf mehr

Editorial

Sensationelles Online-Angebot



Liebe Leserinnen, liebe Leser

➔ Ein grosser Teil des Geschäfts findet heute im Internet statt. Deshalb sind wir stolz darauf, auch im Online-Bereich der perfekte Partner für die Gastronomie zu sein. Auf **Seite 15** erzählen begeisterte Kunden, wie effizient sie unsere umfassende Plattform myfeldschloesschen.ch nutzen und sich so die tägliche Arbeit erleichtern. Sie schätzen ganz besonders, dass sie rund um die Uhr und mit dem Smartphone auch von jedem Ort aus Ware bestellen, Aktionen entdecken und wertvolle Informationen herunterladen können.

Jetzt machen wir Ihnen ein neues Angebot, das Ihren Betrieb einen entscheidenden Schritt weiterbringt: Lesen Sie auf **Seite 13**, was in unserem sensationellen Online-Paket für die Gastronomie alles enthalten ist. Sie werden sehen: Ein wirk-samer Online-Auftritt muss keinen grossen Aufwand bedeuten und auch nicht teuer sein. Er kann aber viel zum Erfolg beitragen. Ihr Partner Feldschlösschen hilft Ihnen auch dabei gerne.

Unser Kerngeschäft ist das Bier. Bei Feldschlösschen können Sie aber fast alle Getränke bequem aus einer Hand bestellen. Exklusiv für unsere direkt belieferten Kunden aus der Gastronomie haben wir jetzt ein neues Weinkonzept kreiert. Es heisst «The Bottle» und umfasst mehr als 80 geprüfte und selektierte Qualitätsweine, die perfekt zu Ihren Speisen passen. Lesen Sie auf **Seite 9**, wie kompetent wir Sie im Weinbereich unterstützen. Und profitieren Sie davon! ●

Ulrich Reinhard, Area Sales Director
Bern/Berner Oberland/Solothurn/Jura

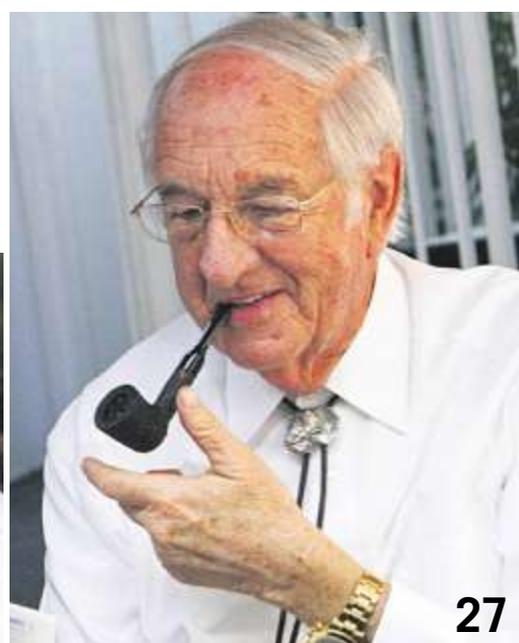
Inhaltsverzeichnis



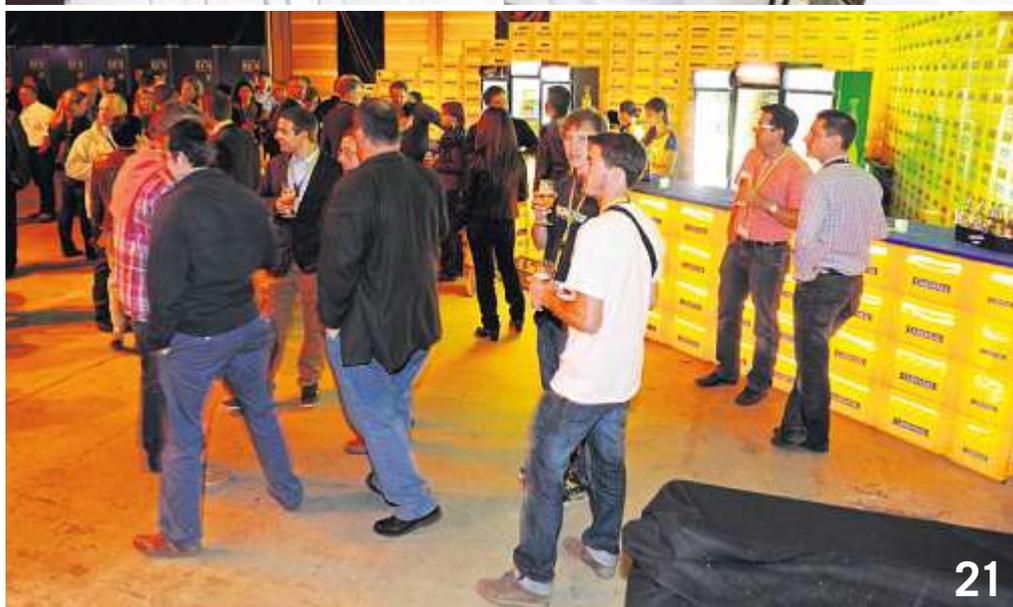
9



10



27



21

NEWS&PRODUKTE

Bier des Monats: Grimbergen Blonde 4

Bierteig weckt die Lust auf Bier 4

Wein des Monats: Amarone 5

myfeldschloesschen.ch: Neu können Sie noch einfacher von Aktionen profitieren 5

Granini: zweimal neuer Fruchtgenuss 5

Drink des Monats: Jäger Tonic 7

Carlsberg-Partys jetzt in den Bergen 7

The Bottle: unser neues Weinkonzept 9

GASTRONOMIE&NEUE MEDIEN

Tipps vom Experten: So können Sie im Internet Ihren Erfolg steigern 10

Profitieren Sie vom neuen Online-Angebot 13

So nutzen Kunden myfeldschloesschen.ch 15

PEOPLE&UNTERHALTUNG

Best Swiss Party Ever auf dem Pilatus 16

Tanzparty in Churer Einkaufszentrum 17

Lieblingsbier: Feldschlösschen Original 17

Kolumne: die Durstigen 19

Unser Kundenservicecenter 19

Gute Laune an der«Soirée Cardinal» 21

Wettbewerb: Vintage-Bier zu gewinnen 23

MARKT&TRENDS

Blick über den Tellerrand:
Dinner-Jumping im Schwarzwald 25

In der Basler «Schluggstube» wählen die Gäste die Musik über eine App 26

Tipps vom Gastronomen: So werden die Weihnachtsessen zum Erfolg 26

Der Churer Architekt Thomas Domenig baut seit 20 Jahren auf Feldschlösschen 27

Arkina kommt in neuem Kleid daher 29

Das passt: Omelette und Weissbier 30

AUSBLICK

Igheo, Zibelemärit und Weihnachtsfunkeln 31



Grimbergen Blonde
Fruchtig-malzig und ideal zu Fleischgerichten

Grimbergen Blonde ist ockerfarben und mild im Geschmack. Durch den Einsatz von Gatinais-Malz, kombiniert mit sorgfältig ausgesuchtem Hopfen, erhält das belgische Klosterbier eine fruchtig-malzige Note, die wunderbar in die kalte Jahreszeit und zur schon bald aufkommenden vorweihnächtlichen Stimmung passt. Besonders in Pubs und Bars werden Sie als Gastronom die vielen Bierkenner unter Ihren Gästen mit dieser Spezialität begeistern. Ein frisch gezapftes Grimbergen Blonde steht aber auch der gehobenen Gastronomie gut an. Zudem ist es der ideale Begleiter zu def-



tigen Fleischgerichten und auch zu Wild sowie Schlachtplatten. Als Gastronom profitieren Sie zudem von der hohen Marge dieses Spezialitätenbieres aus der Abtei von Grimbergen. Diese Abtei in Belgien wurde mehrere Male durch Brände zerstört und immer wieder aufgebaut. Gut so, denn sonst könnte das Grimbergen Blonde jetzt Ihre Gäste nicht durch die kalten Winterabende begleiten.

Jetzt bestellen!

5.09 CHF

pro Liter

Grimbergen Offenbier
Art. 10791 30 Liter Fass

www.myfeldschloessen.ch

FELDSCHLÖSSCHEN
ACADEMY

EINFACH. MEHR. ERFOLG.

Wussten Sie, dass die Schweiz eines der Länder mit der höchsten Smartphone-Dichte ist?

Viele Schweizerinnen und Schweizer bevorzugen die elektronische Form der täglichen Informationsaufnahme. Nützen Sie als Unternehmer diese einfache Form der Wissensvermittlung: Auf myfeldschloessen.ch können Sie ganz bequem Unterlagen downloaden und per E-Mail versenden.

Frage des Monats:

Wie viele Factsheets des Feldschlösschen Portfolios finden Sie online?

Wissenswertes zur Feldschlösschen Academy finden Sie online im Bereich Trainings auf myfeldschloessen.ch.

Produktwissen Bier



Bière riche

Bierteig weckt die Lust auf Bier

Was passt im Zibelemärit-Monat besser zum Bier als Zwiebelringe? Mit dem Berner Gurten Bier als Zutat für den Bierteig gibt das eine richtig runde Sache. Der unaufdringliche Geschmack im Snack weckt bei Ihren Gästen die Lust auf ein Glas Bier.

Zwiebelringe im Bierteig



In zwei Schüsseln 250 g Mehl und 1 Teelöffel Backpulver geben und vermischen. Genug Öl in einer Pfanne erhitzen. Die Zwiebelringe sollen schwimmen.

Die Zwiebelringe in die Eiermischung tauchen und in der ersten Mehlschüssel wenden. Wieder in die Eiermischung geben und in der zweiten Mehlschüssel wenden.

Die Ringe in kleinen Mengen ins heisse Öl geben und ca. 3 Minuten goldbraun backen, dabei einmal wenden.

Die Zwiebelringe mit einem Schaumlöffel auf ein Küchenpapier zum Abtropfen legen. Mit grobem Salz bestreuen und sofort servieren.

Rezept zur Verfügung gestellt von: GuteKueche.ch - das Gourmetportal.

Zutaten für 8 Portionen

- 2 TL Backpulver
- 300 ml Gurten Bier
- 5 Eier (verquirlt)
- 500 g Mehl
- 300 ml Milch
- ¾ l Öl
- 1 Prise Salz (grobkörnig)
- 5 Zwiebeln

Zubereitung

Die Zwiebeln schälen, in 1,5 cm grosse Scheiben schneiden und in Ringe zerlegen.

Eier, Milch und Bier mischen.

Nestlé

Dieser Punch heizt ein

→ Der Rum-Punch und der Apfel-Punch von Nestlé wärmen Ihre Gäste an kalten Wintertagen von innen. Für Sie als

Gastronom ist auch die Marge interessant. Und praktisch sind die Produkte auch: Der wiederverschliessbare 1-Kilogramm-Beutel eignet sich perfekt für die Zubereitung von grösseren Mengen Punch sowie zur Aufbewahrung. Ob unten im Tal oder beim Skifahren in den Bergen: Nestlé-Punch ist ein heisser Wintertipp.



→ www.nestleprofessional.com

Wein des Monats

Amarone

Der **Amarone Valpolicella Classico** verführt im Auftakt mit einer schokoladigen Note sowie Aromen, die an Feigenkompott denken lassen. Im Gaumen erinnert der Italiener an Weihnachtsgebäck und Rosinen mit einer leichten Zimtnote. Im Abgang ist er ausgewogen und elegant. Dieser schwere Amarone macht es Ihren Gästen leicht, ihn zu geniessen.

Leicht macht es der Amarone auch Ihnen als Gastgeber: Bei einem Flaschenpreis (7,5 dl) von 24.50 Franken machen Sie im Offenausschank mit jedem Glas eine hervorragende Marge:

**Einkaufspreis
pro dl × Marge
= Verkaufspreis
pro Glas (dl)**

Im konkreten Fall
des Amarone Valpolicella
Classico heisst dies:
**CHF 3.27 × 2.5 =
8.20 Franken**

Jetzt bestellen!

24.50 CHF 75cl

pro Flasche

Amarone
Art. 11583
6 × 75 cl EW Karton

www.myfeldschloesschen.ch



Granini

Neuer Fruchtgenuss

→ Die Marke Granini ist bekannt für ihre fruchtig-feinen Geschmacksrichtungen. Mit «Granini Apfelschorle» und «Granini Pink Grapefruit» haben

wir für Sie als Gastronom zwei neue Granini-Produkte im Sortiment: Damit ist für jeden Geschmack und jede Gelegenheit das Richtige dabei.

Jetzt bestellen!

1.45 CHF

pro Flasche

Granini Apfelschorle
Art. 11665
4 × 6 × 0,5 EW PET

www.myfeldschloesschen.ch



Jetzt bestellen!

1.60 CHF

pro Flasche

Granini Pink Grapefruit
Art. 11666
24 × 0,33 EW PET

www.myfeldschloesschen.ch



Granini Apfelschorle

Für den täglichen Genuss eignet sich Granini Apfelschorle besonders gut – Ihre Gäste werden den fruchtigen Geschmack der prickelnden Schorle lieben.

Granini Pink Grapefruit

Genuss für die besonderen Momente bieten Sie Ihren Gästen mit Pink Grapefruit. Dieser Saft hat einen überraschend milden, herb-süssen Geschmack.

myfeldschloesschen.ch

Jetzt können Sie noch einfacher profitieren

Von den vielen Aktionen aus dem HITFlash profitieren: Auf myfeldschloesschen.ch geht das für Sie als Gastronom jetzt noch einfacher und schneller.

→ Wir entwickeln unsere Gastronomie-Plattform myfeldschloesschen.ch laufend weiter. Die monatlichen Aktionen aus dem HITFlash finden Sie im E-Shop jetzt im neuen Bereich «Aktionen». Dort können Sie die Artikel einfach in den Warenkorb legen und so noch bequemer von unseren Aktionen profitieren. So müssen Sie also nicht mehr das PDF anschauen und dann via Telesales bestellen.

Aktionen sind neu rot gekennzeichnet

Auch wenn Sie nicht den Direkteinstieg über «Aktionen» wählen, erkennen Sie im E-Shop neu alle Aktionen auf einen Blick. Diese sind nämlich rot mit «Cent Off» gekennzeichnet, und die entsprechenden Artikel können auch auf diesem Weg per Mausklick bestellt werden. So entgeht Ihnen bestimmt keine Aktion mehr.

→ MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Was Sie noch interessieren könnte...

Ihre Veranstaltungen:

HITFlash
Profizieren Sie von unseren tollen Angeboten!

▲ HITFlash-Angebote jetzt noch übersichtlicher.

◀ Einfach nur E-Shop und dann Aktionen anklicken.

HITFlash Oktober (07.10. - 10.10.2013)

Die HITFlash-Angebote mit Cent Off auf einen Blick.

Cent Offs sind auf der ganzen Plattform gut sichtbar.

FEIER MIT CARLSBERG DURCH DEN WINTER!

Carlsberg
PARTY UP THERE

VERBIER⁺
ST-BERNARD

7. DEZEMBER 2013

Arosa Lenzerheide

20. & 21. DEZEMBER 2013

ADELBODEN
Ski World Cup 2014

11. & 12. JANUAR 2014

JETZT CARLSBERG BESTELLEN!



TANJA LA CROIX

That calls for a Carlsberg

Mit Verantwortung
genossen.



Zum Nachmischen: der Drink des Monats



Nervenkitzel für den Gaumen und das Gemüt

Das Rezept

Zutaten

| | |
|------|------------------|
| 4 cl | Jägermeister |
| 2-3 | Eiswürfel |
| | Schweppes Tonic |
| | Limettenscheiben |

Zubereitung

Jägermeister mit Eiswürfeln in ein Longdrinkglas geben und mit Schweppes Tonic auffüllen. Mit einer Limettenscheibe garnieren.

Bringen Sie mit dem «Jäger Tonic» Spannung in den November-Alltag.

➔ Es ist sein einzigartiger Geschmack, der den Jägermeister so beliebt macht. Dafür verantwortlich sind nicht weniger als 56 Zutaten.

Nervenkitzel garantiert

Mit seinem Kräutergeschmack verbindet sich Jägermeister hervorragend mit dem bitteren

Schweppes Tonic Water. Dieser Mix garantiert Geschmacksnervenkitzel für Ihre Gäste! Gerade im oft tristen November bietet sich ein «Jäger Tonic» als Drink des Monats an. Zu dieser Jahreszeit ist dieses Getränk genau das Richtige, um Gemüt und Gaumen in Hochstimmung zu versetzen.



Gut für Skigebiete, Partyvolk und Gastronomie

Carlsberg-Partys in den Bergen

Jetzt lässt Carlsberg die Partys in den Skigebieten steigen und schafft damit eine Win-win-Situation: Von der Aktion des After-Ski- und Nightlife-Bieres profitieren sowohl das Partyvolk als auch die Skigebiete und die Gastronomie.

➔ Nach der Carlsberg Nightlife Challenge im Sommer belebt Carlsberg in diesem Winter das Nachtleben in den Skigebieten Verbier, Arosa/Lenzerheide und Adelboden/Frutigen. Von der Aktion profitieren nebst den Partyfreudigen und den Skigebieten auch die rund 200 beteiligten Carlsberg-Kunden: Sie erhalten attraktive Promotions-Sets und können ihren Gästen die beliebten Carlsberg-Bierpäs-

se anbieten. Einen Nutzen haben sie auch von der Werbung rund um die Promotion in verschiedenen Medien.

Attraktive Preise

In den Lokalen der beteiligten Gastronomen können die Gäste Sofortpreise, Skitageskarten und sogar ganze VIP-Packages mit Übernachtungen und Tickets für die Partyhighlights gewinnen. Die Gastronomen selber haben

die Möglichkeit, ein VIP-Weekend für vier Personen in einem Skigebiet zu gewinnen.

Auch die Skigebiete dürfen sich freuen: «Ihnen ermöglichen wir eine Bewerbung in den Städten sowie in Regionen und bei Zielgruppen, die für sie sonst nur schwer erreichbar sind», sagt Channel Marketing Manager Alexandra Schwarz.

Tanja La Croix und Yves Larock

«Die Aktivierung findet in zwei Wellen mit jeweils zwei Highlights bis in den Frühling hinein statt», erklärt Group Activation Manager Ivo Frei. Die erste Welle startet bereits im Oktober.

Auf die Rechnung kommen auch die Fans von Tanja La Croix und Yves Larock: Wie bereits an der

Carlsberg Nightlife Challenge stehen die beiden Star-DJs wiederum am Mischpult. Am Opening-Wochenende in Verbier heizt Yves Larock dem Partyvolk ein und am Pre-X-Mas-Wochenende in Arosa Tanja La Croix. Grund genug für die Partyfreunde, in die Berge zu fahren.

Am Abend steigen in den Skigebieten die Partys bei den Kunden von Carlsberg.



Am Tag Wintersportvergnügen wie hier in Arosa.



Food & Wine Pairing

WEINE, DIE ZU IHREN SPEISEN PASSEN.

Zum Beispiel «Schweizerische Küche»
Schweinsschnitzel & Merlot Ticino



NEU
THE BOTTLE
by Feldschlösschen

Bestellungen unter
www.myfeldschloesschen.ch
0848 805 010

Gschnetzlets und Rösti &
Perseus Pinot Noir Barrique



Gebratene Forelle &
Dézaley



Käsefondue &
Johannisberg



The Bottle selektiert Qualitätsweine, die zu Ihren Speisen passen.
Unser Sortiment sowie Unterstützung zur optimalen Speise-Wein-
Kombination finden Sie online unter www.bottle.ch

THE
BOTTLE
WEIN FÜR GÄSTE

Unser neues Weinkonzept: exklusiv für direkt belieferte Kunden

«The Bottle»: Ihre Speisen bestimmen die Weinkarte

Das neue Weinangebot von «The Bottle» ist exklusiv für Sie als direkt beliefertes Restaurant erhältlich. Es umfasst 85 zertifizierte und perfekt zu Ihren Speisen selektierte Qualitätsweine. Finden Sie gemeinsam mit unseren Weinspezialisten Ihren perfekten «Wein für Gäste».

→ «The Bottle» steht für qualitativ hochstehende Weine zu fairen Preisen, die ausgezeichnet zu den beliebtesten Gerichten der Schweiz passen.

Selektiert und geprüft

Um diesem Anspruch zu genügen, werden aus Hunderten von Weinen die besten Tropfen selektiert. Dabei arbeitet «The Bottle» eng mit der «École d'Ingénieurs de Changins» in Nyon zusammen.

Die unabhängigen Qualitätsprüfer dieser weit über die Landesgrenzen hinaus bekannten Weinschule prüfen jeden einzelnen Wein, bevor er ins vorerst 85 Weine umfassende Sortiment aufgenommen wird. «The Bottle» enthält ausschliesslich Weine von namhaften Produzenten aus aller Welt – von



«Wir stimmen Ihr Weinsortiment perfekt mit Ihrer Speisekarte ab.»

Lukas Neulen, Wine Director

Fontanafredda aus Italien bis J. & M. Dizerens aus der Waadt.

Neu Wein Sales Manager

Unter der Leitung von Lukas Neulen hat unsere Weinabteilung ihr Know-how erweitert.



Zu jeder Speise der passende Wein: «The Bottle», das neue Weinkonzept von Feldschlösschen.

Neu stehen Ihnen als Gastronom neben den kompetenten Bier Sales Managern auch ebensolche Wein Sales Manager zur Seite. «Gemeinsam mit unseren Weinspezialisten können die Gastronomen ein individuelles Sortiment zusammenstellen, das perfekt zu ihrer Speisekarte passt», sagt Lukas Neulen.

Ob schweizerisch, mediterran oder asiatisch, ob zu Grilladen, einer Zvieriplatte oder zum Apéro: Wir haben die passenden Weine für Sie und für Ihre Gäste.

Neue Empfehlungen

Sind Sie bereit, Ihre Gäste zu überraschen? Unsere Weinexperten helfen Ihnen gerne dabei! Nehmen wir als Beispiel Sushi: Der rohe Fisch ist kein einfacher Partner für Wein, paart man ihn jedoch mit einem schlanken und mineralischen Schweizer Chasselas, werden Ihre Gäste erstaunt sein, wie herrlich die beiden Geschmacksprofile harmonieren.

Wir beraten Sie gerne

Profitieren auch Sie von unserem einzigartigen Weinkonzept, das exklusiv für die Gastronomie entstanden ist. Mehr über «The Bottle» erfahren Sie auf myfeldschloesschen.ch und auf der Homepage www.bottle.ch. Oder rufen Sie uns unter der Telefonnummer 0800 000 100 an. Wir freuen uns darauf, im Weinbereich gemeinsam mit Ihnen neue Wege zu gehen und damit Ihre Umsätze zu steigern. ●

→ www.bottle.ch

Selektiert



«The Bottle» hat nur Weine im Sortiment, die exzellent mit Ihren meist-konsumierten Gerichten harmonieren.

Geprüft



«The Bottle» lässt das gesamte Sortiment vom neutralen Qualitätspartner École d'Ingénieurs in Changins testen.

Exklusiv



Alle Weine sind nur für direkt durch Feldschlösschen belieferte Kunden verfügbar.

Experte Matthias R. Koch gibt Tipps zum Online-Marketing

«Einfachere Gratiswerbung gibt es wirklich nicht»

Das richtige Online-Marketing verhilft den Gastronomen zu mehr Frequenz und mehr Umsatz. Matthias R. Koch erklärt, warum eine eigene Webseite und ein kostenloser WLAN-Zugang für die Gäste weder viel Aufwand bedeuten noch viel Geld kosten müssen.

Punkto Online-Marketing orten Sie im Gastgewerbe Nachholbedarf. Es ist aber nicht ganz einfach, bei all den Möglichkeiten den Überblick zu behalten.

Das stimmt, die Möglichkeiten sind unerschöpflich. Es gibt immer neue, darunter relativ exotische Ideen, bei denen Aufwand und Ertrag nicht übereinstim-

Was muss zwingend auf der Webseite zu finden sein?

In vielen Fällen reicht es, die Öffnungszeiten, den Standort und einen Kontakt zu erwähnen. Ganz wichtig ist es, die Webseite nicht zu überladen. Es gibt nichts Schlimmeres, als wenn man sich minutenlang durch eine Seite klicken muss, um eine Telefonnummer zu finden.

«**Ganz wichtig ist es, die Webseite nicht zu überladen.**»

men. Ich rate, sich auf das Wesentliche zu konzentrieren – auf eine einfache Webseite, einen kostenlosen WLAN-Zugang für die Gäste und die Präsenz auf den wichtigsten Social Networks.

Zum Webauftritt: Ist es für Gastronomen wirklich unerlässlich, eine eigene Webseite zu betreiben?

Sobald ein Betrieb Zusatzleistungen bietet, etwa Events veranstaltet, ist ein eigener Webauftritt zur Information unerlässlich. Eine Dorfbeiz hingegen braucht meiner Meinung nach nicht unbedingt einen eigenen Webauftritt. Schaden tut ein solcher aber nie, zumal der Aufwand wirklich nicht gross ist. Hinzu kommt, dass eine Webseite heute nicht mehr teuer ist.

Lohnt es sich, die Webseite von einem Profi erstellen zu lassen?

Ja, um die Seite einzurichten, ist professionelle Hilfe sehr wichtig. Eigene, zusammengebastelte Webseiten wirken sich negativ auf das Image eines Betriebes aus. Ausserdem weiss der Profi, was er zu tun hat, damit die Webseite von Suchmaschinen wie Google gefunden wird.

Sie haben weiter den WLAN-Zugang für Gäste angesprochen. Warum?

Das Bedürfnis nach WLAN-Zugang ist gewachsen, seit praktisch jeder ein Smartphone hat. Früher war ein kostenloser WLAN-Zugang eher etwas für die Hotellerie und den Flughafen: Das Internet wurde von un-



Matthias R. Koch sagt, welche Online-Marketingmassnahmen sinnvoll sind.

Matthias R. Koch, Experte und CEO der Monzoon AG

Das Schweizer Telekommunikationsunternehmen Monzoon Networks AG ist einer der ersten europäischen Anbieter von Public Wireless Internet Access und Services. Monzoon betreibt ein ausgedehntes WLAN-Netz, das einen schnellen und kabellosen

Internetzugang über Hotspots bietet. Zu den Hotspots von Monzoon gehören viele Flughäfen, Hotels, Konferenzzentren und Restaurants sowie verschiedene Stadtzentren in der ganzen Schweiz. → www.monzoon.net

terwegs vor allem benutzt, wenn man Zeit hatte. Mit den Smartphones ist das Internet allgegenwärtig geworden, wir sind ständig online.

Und dieser WLAN-Zugang muss für die Gäste gratis sein? Auf jeden Fall, der Gast muss kostenfrei aufs Internet zugreifen können. Viele Smartphone-Benutzer sind jung und schauen durchaus aufs Geld.

Das ist gut und schön. Aber was ist mit den Kosten, die beim Gastonomen anfallen? Für einen Public Hotspot muss ein Restaurant mit etwa 60 Sitzplätzen nicht tief in die Tasche greifen. Wir reden hier von einmaligen Installationskosten um die 200 Franken und um die 40 Franken, die monatlich anfallen.

« Mit einem gratis WLAN-Zugang für Gäste kommt man einem grossen Bedürfnis nach. »

Wie sieht es mit sonstigem Aufwand aus? Gastonomen haben im Tagesgeschäft schon genug um die Ohren, sie möchten sich nicht noch mit technischen Problemen herumschlagen müssen.

Wenn man nicht aufwändige Marketingmassnahmen machen möchte, verursacht WLAN keinerlei Aufwand. Anbieter offerieren meistens einen Komplettservice. Bei einfachen Lösungen steckt der Gastronom die Hotspot-Box an seinen ADSL-Anschluss, und es funktioniert. Das ist wirklich ganz einfach.

Und was, wenn sich doch einmal Probleme mit dem Zugang ergeben?

Auch das ist dank einer Gratis-Hotline, die rund um die Uhr zur Verfügung steht, kein Problem.

Ein Public Hotspot lohnt sich also für jeden Betrieb?

Das kommt auf die Atmosphäre und die Kundschaft an. In einem

Restaurant, das edle Galadinner anbietet, wird WLAN weniger ein Bedürfnis sein als in einem Restaurant, das vor allem Geschäftskunden anzieht. Dort ist er ein absolutes Muss, genau wie in den Betrieben, die ein junges Publikum ansprechen. Weil der Dienst unauffällig ist, stört er aber grundsätzlich nirgends. So lohnt sich die kleine Investition auf jeden Fall.

Warum?

Das hat viele Gründe. Sie bieten Ihren Stammkunden etwas, das diese immer mehr verlangen. Die Gäste bleiben länger sitzen und konsumieren mehr.

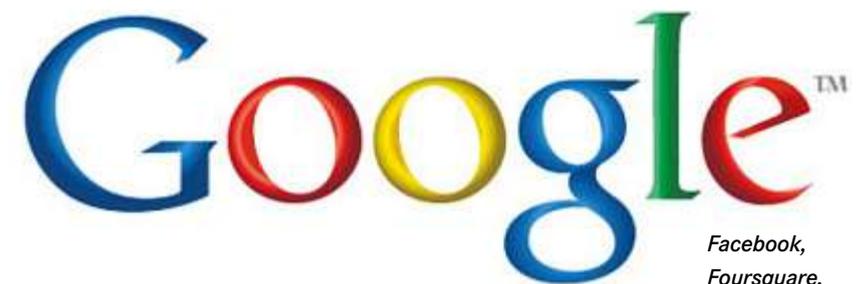
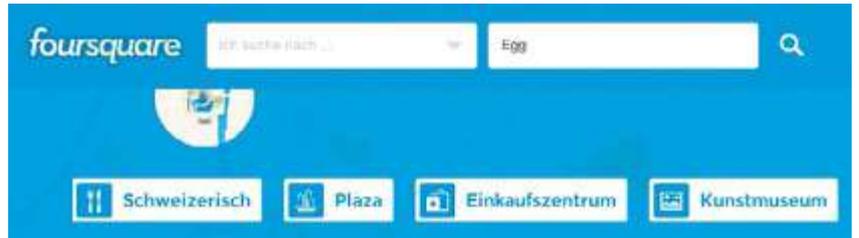
Es kann aber auch dazu verführen, stundenlang bei einem Glas Mineral sitzenzubleiben. Das ist nicht immer

erwünscht, gerade wenn damit Tische für andere Gäste blockiert werden.

In so einem Fall muss und kann der WLAN-Service anders ausgerichtet werden. Zum Beispiel kann der Zugang über die Mittagszeit ab einer bestimmten Zeitspanne kostenpflichtig gemacht werden. Am Nachmittag, wenn wenig Betrieb ist, wird er unabhängig von der Nutzungsdauer geöffnet und der Gast kann unbeschränkt gratis surfen.

Wo lassen sich mit diesem Gäste-Service weitere Pluspunkte sammeln?

Durch das Angebot bietet sich die Möglichkeit, den Betrieb zu präsentieren. Braucht der Gast eine Verbindung, muss er sich zunächst über eine Registrierungsseite im Stil der Webseite des Restaurants registrieren. Dort kann man aktiv auf Sonderangebote hinweisen. Das kann durchaus dazu führen, dass ein neuer Gast auf das Restaurant aufmerksam



Facebook, Foursquare, Google: Matthias R. Koch sagt, welche Plattformen und Dienste für die Gastronomie geeignet sind.

wird - wenn er zum Beispiel auf einer Bank in der Nähe sitzt und die Verbindung beansprucht. Gut möglich, dass man damit schon einen neuen Gast gewonnen hat.

Das klingt kompliziert: Wie läuft diese Registrierung ab?

Völlig unkompliziert über die Handynummer. Gesetzlich ist es nötig, dass sich die Nutzer bei einem öffentlichen Zugang identifizieren. Auch diesbezüglich kann der Gastronom aber die gesamte Verantwortung an den Anbieter abtreten.

Weg vom Zugang hinein ins World Wide Web: Wann ist es sinnvoll, auf einen Social-Media-Auftritt zu setzen, zum Beispiel auf Facebook?

Ein eigener Auftritt auf Facebook setzt die Interaktion mit Gästen voraus. Das ergibt Sinn, wenn ein Restaurant Events durchführt. In diesem Fall ist Facebook der richtige Ort und fast noch wichtiger als eine eigene Webseite. Für ein normales Restaurant ist Facebook

Fortsetzung auf Seite 13 ►

Die Must-Haves im Online-Marketing

1 Eigene Webseite mit Kontakt, Standort und Öffnungszeiten. Setzen Sie auf eine einfache Lösung und lassen Sie die Seite von einem Profi erstellen.

2 Gratis WLAN-Zugang ist unerlässlich, wenn junge Menschen oder Geschäftskunden zu Ihrem Zielpublikum gehören. Aber auch sonst kann der Dienst ein entscheidendes Verkaufsargument sein.

3 Präsenz auf den wichtigsten Social Networks. Führen Sie in Ihrem

Betrieb Events durch, eignet sich eine Facebook-Seite besonders gut, weil Sie dort unkompliziert mit Ihren Gästen interagieren können. Dazu lohnt es sich, auf den wichtigsten standortbezogenen Social Networks (Foursquare, Google mit Google Places und Google Local, Yelp, Qype, My Table) präsent zu sein.

- www.facebook.com
- www.foursquare.com
- www.google.ch
- www.yelp.ch
- www.qype.com
- www.mytable.com

Gratis-Internetzugang für Ihre Gäste



Wir schenken Ihnen
Hardware im Wert von
199 Franken

In Zusammenarbeit mit der Monzoon AG ermöglichen wir Ihren Gästen Gratis-Zugang ins Internet. Am besten bestellen Sie gleich für drei Jahre: Dann schenken wir Ihnen nämlich die Hardware im Wert von 199 Franken, und die monatlichen Betriebskosten betragen nur gerade 28 Franken.

Weitere Informationen sowie das Bestellformular finden Sie auf MyFELDSCHLOESSCHEN.ch unter «Besser Wirtschaften/Deals».



weniger wichtig. Allerdings sollte man wissen, dass man die Plattform auch ohne eigene Facebook-Seite für seine Vorteile nutzen kann: Indem man etwa dem regionalen Fussballclub auf dessen Facebook-Seite zum Gewinn gratuliert und ein Bier offeriert. So kann man Werbung machen und von bereits bestehenden Plattformen profitieren.

Wo lauern Gefahren auf solchen Plattformen?

Alle Seiten, die interaktiv sind, also auch Webseiten mit einer Gästebuchfunktion, müssen gepflegt werden. Wenn dafür die

Zeit fehlt, lässt man es besser sein. Denn im ständigen Austausch mit Gästen zu sein, kann aufwendig werden. Gerade hier sehe ich aber eine gute Chance für einen Betrieb, dem Nachwuchs das Zepter in die Hand zu geben. Jüngeren Leuten fällt der Umgang mit Social Networks oft leichter.

Gibt es nebst Facebook weitere Social Networks, auf die zu setzen sich lohnt?

Vor allem sogenannte standortbezogene Social Networks sind für Gastronomen interessant. Damit sind Portale wie Four-

square gemeint, die hauptsächlich über Smartphones ihre Anwendung finden. Der Service nutzt die GPS-Funktion des mobilen Gerätes, um den aktuellen Standort des Users herauszufinden. Über eine App können User Kommentare und Tipps zu interessanten Plätzen, darunter Restaurants, abgeben. So lassen sich neue Gäste gewinnen. Damit die User ihre Bewertungen abgeben können, muss sich der Gastronom in diesen Portalen registrieren. Dieser einmalige und kostenlose Aufwand lohnt sich allemal. Eine einfachere Gratiswerbung gibt es nicht. ●



Immer mehr Gäste haben das Bedürfnis, im Lokal mit ihren Smartphones zu surfen.

Unser neues Internet-Angebot: Exklusiv für Sie als Feldschlösschen-Kunde

Gratis-Internetzugang für Ihre Gäste

Wir schenken Ihnen Hardware im Wert von 199 Franken

In Zusammenarbeit mit der Monsoon AG ermöglichen wir Ihren Gästen Gratis-Zugang ins Internet. Am besten bestellen Sie gleich für drei Jahre: Dann schenken wir Ihnen nämlich die Hardware im Wert von 199 Franken, und die monatlichen Betriebskosten betragen nur gerade 28 Franken.



Professionelle Website

nur 750 Franken

In Zusammenarbeit mit der Toweb GmbH richten wir für Ihren Betrieb eine professionelle Website ein. Bei einem Preis von nur 750 Franken sparen Sie 50% vom Normalpreis. In den ersten 12 Monaten ist unter anderem Folgendes inbegriffen:

- **Moderne, ästhetische Website mit 8 Unterseiten**
- **Registrierung des Domainnamens**
- **5 Updates von Bildern und Texten pro Monat**
- **Hosting**
- **4 Web-Mail-Adressen**
- **Kontaktformular auf der Website**
- **Besucher-Zähler und Online-Statistik-Modul**
- **Wöchentliches Back-up**
- **Support per E-Mail und Telefon**

+++Zusatzangebot+++

Facebook-Seite Ihres Betriebes

nur 549 Franken

Lassen Sie sich für nur 549 Franken eine professionelle Facebook-Seite Ihres Betriebes auf Basis Ihrer neuen Website erstellen.



Weitere Informationen sowie das Bestellformular finden Sie auf myfeldschloesschen.ch unter «Besser Wirtschaften/Deals».

Unser neues Internet-Angebot: Exklusiv für Sie als Feldschlösschen-Kunde

Professionelle Website

nur 750 Franken

In Zusammenarbeit mit der ToweB GmbH richten wir für Ihren Betrieb eine professionelle Website ein. Bei einem Preis von nur 750 Franken sparen Sie 50% vom Normalpreis. In den ersten 12 Monaten ist unter anderem Folgendes inbegriffen:

- **Moderne, ästhetische Website mit 8 Unterseiten**
- **Registrierung des Domainnamens**
- **5 Updates von Bildern und Texten pro Monat**
- **Hosting**
- **4 Web-Mail-Adressen**
- **Kontaktformular auf der Website**
- **Besucher-Zähler und Online-Statistik-Modul**
- **Wöchentliches Back-up**
- **Support per E-Mail und Telefon**

+++ Zusatzangebot +++

Facebook-Seite Ihres Betriebes

nur 549 Franken

Lassen Sie sich für nur 549 Franken eine professionelle Facebook-Seite Ihres Betriebs auf Basis Ihrer neuen Website erstellen.



Weitere Informationen sowie das Bestellformular finden Sie auf MyFELDSCHLOESSCHEN.ch unter «Besser Wirtschaften/Deals».



Erfolg dank **myfeldschloesschen.ch**

Unsere Kunden erzählen: So nutzen wir die neue Plattform

Jederzeit und überall Ware bestellen, massgeschneidertes Werbematerial gestalten, sich über Aktionen informieren und noch vieles mehr: Unsere Kunden erzählen, wie sie die Gastronomie-Plattform nutzen und was sie an myfeldschloesschen.ch so sehr schätzen.

Vikas Kakkar (Club Kuppel, Basel)

«myfeldschloesschen.ch erleichtert mir die Arbeit»

→ «Im Büro, im Garten, zu Hause, dank dem Smartphone eigentlich überall und natürlich zu allen Tages- und Nachtzeiten: myfeldschloesschen.ch ist immer verfügbar und erleichtert mir die Arbeit extrem», sagt Vikas Kakkar, Chef de Bar im Basler Club Kuppel. Er nutzt die Plattform seit der ersten Stunde und bestellt nur noch über myfeldschloesschen.ch. Früher

mit den Bestellungen per Fax sei auch mal ein Auftrag verloren gegangen; jetzt klappe aber immer alles, sagt Vikas Kakkar. Dank myfeldschloesschen.ch hat er jederzeit die Übersicht über Warenbestände und offene Rechnungen. «Wenn es die moderne Technik gibt, warum soll man da noch mit Papier und Telefon arbeiten», sagt er. ●

→ www.kuppel.ch



Vikas Kakkar von der Basler «Kuppel» kann immer und überall bestellen.

Roland Herren (Flughafen-Beizli, Thun)

«Auch sonntags bestellen»



Bestellt online: das Flughafen-Beizli in Thun.

→ «Es funktioniert immer und ist einfach zu bedienen», sagt Roland Herren. Der Thuner nutzt myfeldschloesschen.ch vor allem sonntags: «Da habe ich Zeit und kann in aller Ruhe und bequem per Mausklick die Bestellungen vornehmen.» Der Ehemann von Wirtin Cornelia Ruchti Herren arbeitet gerne mit dem Internet.

Für das Flughafen-Beizli hat er eine Facebook-Seite erstellt, und Werbematerial gestaltet er auf myfeldschloesschen.ch.

Roland Herren schätzt, dass er an keine Öffnungszeiten gebunden ist und auch an keinen Ort: Er nutzt myfeldschloesschen.ch auch mit dem Smartphone. ●

→ www.thun-airfield.ch

François Terrapon (Bar L'Imprévu, Carouge)

«Keine zeitraubenden Telefone»

→ «Für mich ist myfeldschloesschen.ch die perfekte Lösung», schwärmt François Terrapon. Der Genfer Barbetreiber gehört zu den ersten und regelmässigen Benutzern der Gastronomie-Plattform. Diese würde ihm die Arbeit extrem erleichtern, sagt der Romand: «Meine Präsenzzeiten im (Imprévu) sind hoch. Meistens komme ich zu sogenannten normalen Zeiten nicht dazu, die administrativen Aufgaben zu erledigen. Deshalb schätze ich an myfeldschloesschen.ch ganz besonders, dass ich jederzeit und mit dem Smartphone auch überall Ware bestellen kann.

Aktionen und Neuigkeiten

Doch nicht nur das: François Terrapon informiert sich auf der Plattform auch regelmässig über Aktionen und Neuigkeiten. «Auch da bin ich an keine Öffnungszeiten gebunden und komme ganz ohne zeitraubende Telefonanrufe aus.» ●



«Die perfekte Lösung» für die Bar «L'Imprévu» in Carouge.

Carlsberg Nightlife Challenge – das grosse Finale

Party auf dem Pilatus und gleichzeitig live in drei Szeneclubs

Fast 1000 partybegeisterte Personen haben mit den Star-DJs Tanja la Croix und Yves Larock gerockt. Das grosse Finale der Carlsberg Nightlife Challenge fand auf dem Pilatus und dank Hologramm-Technologie gleichzeitig in drei Szeneclubs statt.

➔ Den ganzen Sommer hindurch waren schweizweit in Clubs von Carlsberg-Kunden Pre-Partys gestiegen. Mitte September fand die Carlsberg Nightlife Challenge nun ihren Abschluss und auch ihren Höhepunkt. An der Best Swiss Party Ever auf dem Pilatus feierte und tanzte das Partyvolk bis morgens um 4 Uhr. Die international bekannten DJs Tanja La

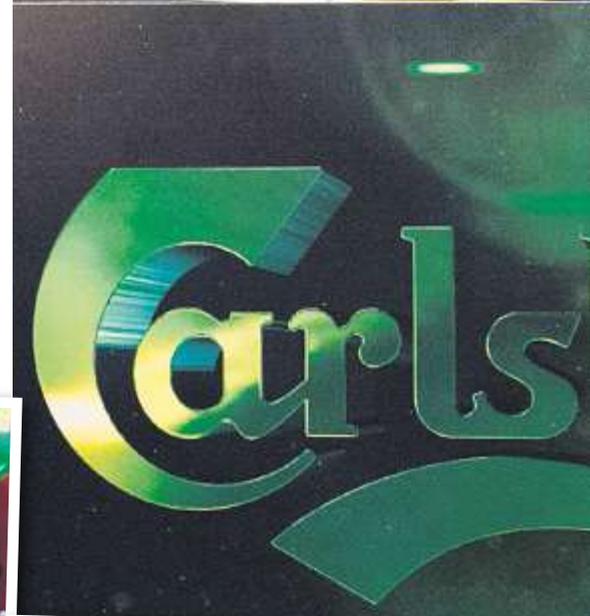
Croix und Yves Larock gaben alles und begeisterten die Partygänger nicht nur auf dem Luzerner Hausberg. Via Hologramm wurde die legendäre Party nämlich auch in die Clubs «Le Ciel» in Bern, «Aura» in Zürich und «MOA» in Genf übertragen.

Erfolg für die Gastronomie

Von der Carlsberg Nightlife Challenge profitierte insbeson-

dere die Gastronomie. Die beteiligten Clubs konnten ihren Gästen etwas Spezielles bieten, sie erhielten sowohl attraktive Promo-Kits als auch Werbung in verschiedenen Medien. ●

Impressionen von der Best Swiss Party Ever auf dem Pilatus.



CalandaRock zieht ins City West Chur

Churer Tanzparty steigt neu im Einkaufszentrum

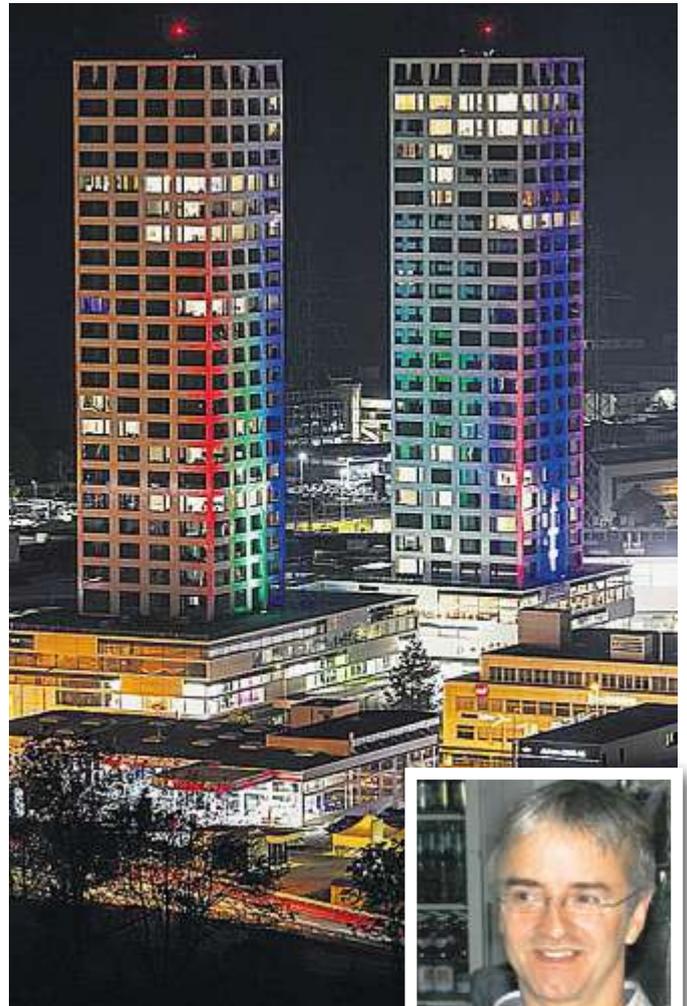
Das ist eine Premiere für die Schweiz: Mit dem traditionellen CalandaRock finden erstmals in unserem Land Tanzpartys in einem Einkaufszentrum statt. Im neuen Churer City West.

➔ Was in Berlin und anderen europäischen Grossstädten ein Publikumsmagnet ist, gibt es jetzt als Schweizer Novum auch in Chur: Party und Tanzen mitten im Shoppingcenter! CalandaRock bezieht seine neue Location in den Twin Towers der Churer Einkaufsmeile City West. Die erste Tanzparty in einem Schweizer Einkaufszentrum steigt am 9. November, danach findet die Tanzparty alle zwei Monate statt.

CalandaRock mit Carlsberg

CalandaRock zieht mit seinem Partner Feldschlösschen und dem Nightlife-Premium-Bier Carlsberg in die Event Hall des City West um. Location-Inhaber und Tanzparty-Veranstalter Rico Böni: «Die Dienstleistungen und auch die Produkte von Feldschlösschen passen bestens zu unseren Tanzpartys. Wir schätzen uns glücklich, das neue Kapitel in der Event Hall mit einem derart guten Partner aufschlagen zu dürfen.»

➔ www.citywest-eventhall.ch



Rico Böni lässt die CalandaRock-Tanzpartys neu im Churer City West steigen.



Live-Übertragung vom Pilatus mit Hologramm: Auch in drei Clubs wie hier im Zürcher «Aura» stieg die Best Swiss Party Ever.

Mein Lieblingsbier: Feldschlösschen Original

«Nach dem Wandern schmeckt nichts so gut wie ein kühles Bier»



« Unten im Tal, im Alltag, trinke ich nur selten Bier. Nach einer anstrengenden Bergwanderung gibt es aber auch für mich nichts Schöneres, als mit einem kühlen Feldschlösschen Original neue Energie für den Rückweg zu tanken. »

Rubini, Gast der SAC Doldenhornhütte auf 1915 m ü. M., Kandersteg.



FrISChe Trendfrüchte aus dem Rauch-Tal: Cranberry, die „trendy berry“ und happy day Mango

Besonders kräftig in Geschmack und Farbe: Rauch bringt die rote Trendbeere in höchster Qualität speziell für die Gastronomie – jetzt auch in der eleganten 0,2l Mehrweg-Flasche für den Gast. Der exotische Geschmack von happy day Mango 1,0l ergänzt das Sortiment für den Barbereich.

**Bitte grosse Preisaktion
November 2013 auf
ganzes RAUCH-Sortiment
im HIT-FLASH beachten!**



„Trendy berry“ und „Exotic Mango“ (RANKWEIL/Österreich) „Ob pur oder als Mixgetränk - Cranberry liegt absolut im Trend“, erklärt Heiner Schäublin, Verkaufsförderer Rauch Schweiz. „Deshalb war uns wichtig, ein wirklich hervorragendes Produkt für die Gastronomie zu bringen. Wir verwenden kein künstliches Aroma und haben einen hohen Gehalt an Cranberry-Direktsaft. Dies führt zu einem unverwechselbaren natürlich-intensiven Geschmack und der kräftig roten Farbe.“

Happy day Mango im 1,0l Elopäck überzeugt durch seinen exotischen Geschmack und samtigen Genuss. Die Rezeptur ist harmonisch abgestimmt mit einem Schuss Maracuja und lädt ein zum Mixen im Barbereich.

In der formschönen 0,2l Designglasflasche sorgt Rauch Cranberry für farbige und geschmackliche Erfrischung. Und eignet sich auch bestens für trendige Cocktails.



Cranberry Mojito
6-8 cl Rauch Cranberry
4 cl Rum
1,5-2 cl frischer Limettensaft
1 gestrichener Esslöffel
Rohrzucker
Minze und Soda zum Auffüllen

**JETZT
BESTELLEN!**

auf
myfeldschloessen.ch

Wie Wellness von innen. Nur besser.

Entdecken Sie das Geheimnis der Ocean Spray® Getränke mit Cranberrysaft. Sie erfahren einen fruchtig-herben Geschmack, spüren eine Erfrischung von innen und finden ein ideales Getränk, das pur oder gemixt zu geniessen ist.

Wer's einmal probiert hat, bleibt dabei.



Ocean Spray. Das Original.

Pour un bien-être de l'intérieur.

Découvrez le goût unique d'Ocean Spray® Cranberry. Vous apprécierez son goût authentique légèrement acidulé et délicieusement rafraîchissant. Profitez du plaisir et des bienfaits d'Ocean Spray Cranberry, nature ou en cocktail.

Qui l'a goûtée une fois y reste.



Ocean Spray. L'original.



Die Durstigen



Geräusche

Stephan: Beat, findest du es schlimm, wenn jemand in Gesellschaft rülpst?

Beat: Ich denke, es gibt schlimmere Geräusche.

Stephan: Als da wären?

Beat: Zum Beispiel, wenn man alleine im Hotelzimmer liegt und es nebenan die ganze Nacht zur

Sache geht, oder wenn man auf einer Wanderung an einem Bauernhof vorbeigeht und plötzlich ein Bellen hört.

Stephan: Für mich gibt es kein schlimmeres Geräusch als das Weckergerassel. Oder die Baumaschinen, die immer morgens um halb sieben dröhnen

und erst Ruhe geben, wenn man richtig wach ist.

Beat: Wenn man beim Zahnarzt in Wartezimmer sitzt und aus dem Behandlungszimmer fürchterliche Schreie dringen. Das Läuten an der Türe, wenn man es sich gerade vor dem Fernseher gemütlich gemacht hat.

Die DURST-Kolumnisten:

Stephan Pörtner (l.), Schriftsteller, Übersetzer und Gewinner des Zürcher Krimipreises.

Beat Schlatter (r.), Schauspieler, Kabarettist und Drehbuchautor.

Stephan: Der Rasenmäh-Roboter, den der Nachbar jeden Tag zur Siestzeit fräsen lässt, weil er ihn falsch programmiert hat. Von den Laubbläsern ganz zu schweigen.

Beat: Das metallische Knirschen, wenn man im Parkhaus rückwärts rausfährt und die Säule übersehen hat.

Stephan: Wenn der Wirt von nebenan am Feierabend sein Altglas in den Container kippt. Oder letztthin hat ein Strassenmusiker im Tram so falsch gesungen, das war schlimmer als das Quietschen in der Kurve.

Beat: Aber am Allerschlimmsten ist die Stille. Die Stille, die immer dann einkehrt, wenn man sich einschenken will und die Bierflasche leer ist.

Feldschlösschen Kundenservicecenter

Mit Rat und Tat für Sie da

➔ Ist die Lieferung unvollständig? Spukt der Offenausgang? Oder beschäftigt Sie ein anderes Problem? Feldschlösschen ist immer für Sie da!

Die sieben Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter des Kundenservicecenters haben ein grosses Know-how im sofortigen Be-

heben von brenzligen Situationen. Sie sind speziell dafür geschult und innerhalb von Feldschlösschen bestens vernetzt.

Kompetent und freundlich

«Kompetenz und Freundlichkeit sind unsere beiden obersten Gebote», sagt Manfred

Weiss, Leiter Services. Im Fall von Problemen, die rasch behoben werden müssen, sind die «Feuerwehrlente» im Kundenservicecenter von Feldschlösschen Ihre richtige Anlaufstelle für sofortige Unterstützung.

Also: Wenns mal brennt, einfach 0848 125 101 wählen! ●



Kompetent und freundlich: unser Kundenservicecenter.

Bierlexikon



H wie Hopfen

Der Hopfen gibt dem Bier die typische Würze und den feinerben Geschmack. Der Hopfenanteil des Bieres ist abhängig von der Biersorte und mit 100 bis 400 Gramm pro Hektoliter relativ gering. Der Brauer verwendet nur die unbefruchteten weiblichen Blüten der Hopfenpflanzen, die sogenannten «Dolden». Sie enthalten die Bitter- und Aromastoffe. Feldschlösschen produziert sein Schweizer Bier auch mit Schweizer Hopfen, von dem das Unternehmen der grösste Abnehmer ist. Übrigens: Hopfen ist auch eine Heilpflanze. Er enthält zum Beispiel Stoffe, die gegen Osteoporose wirksam sind.

Gastro-Witz des Monats



«Erika», erzählt Bruno seiner Ehefrau, «gestern hat doch am Stammtisch tatsächlich ein Typ zehn Flaschen Wein für denjenigen versprochen, der niemals während der Ehe eine andere Frau geküsst hat. Stell dir vor, kein einziger hat sich gemeldet.» – Darauf fragt sie vorwurfsvoll: «Aber Hans, warum hast du dich denn nicht gemeldet?» – «Erika», antwortet er, «du weisst doch genau, dass ich nur Bier trinke.»

Probiere das neue Cardinal Draft Absinth ...



... wenn du dich traust.

Jetzt bestellen auf
myfeldschloessen.ch

Mit Verantwortung
genossen.



Rund 600 gut gelaunte Gäste in der Messehalle «Forum»

Die Fribourger zelebrieren an der «Soirée Cardinal» ihr Bier

Die «Soirée Cardinal» hat Tradition. Einmal pro Jahr kehrt die schweizweit bekannte Marke zurück zu ihren Wurzeln in Fribourg. Unter den vielen Gästen befanden sich auch diesmal viele Kunden aus der Gastronomie.

➔ Zahlreiche Persönlichkeiten aus Politik, Wirtschaft und Kultur haben zusammen mit vielen Kunden aus der Gastronomie und dem Detailhandel sowie Mitarbeitenden von Feldschlösschen eine stimmungsvolle «Soirée Cardinal» erlebt.

Die Wurzeln der Marke

Ziel der traditionellen Soirée ist es, die verschiedenen Interessierten zusammenzubringen

und die starke lokale Verankerung der landesweit bedeutenden Marke aufzuzeigen. Cardinal entwickelte sich in der ganzen Schweiz erfreulich und sei überall ein beliebter Brand, sagte Thomas Amstutz. Der Feldschlösschen-CEO betonte aber auch: «Cardinal ist stark mit Fribourg verbunden; mit der Stadt und auch mit dem Kanton. Es ist wichtig, die Wurzeln der Marke zu bewahren.» ●



Thomas Amstutz (CEO Feldschlösschen, links) und Manfred Gauch (Directeur Cave des Rochers in Düdingen) geniessen den Abend in Fribourg.



Stimmungsvoller Empfang: Gelbe Cardinal-Harassen weisen den geladenen Gästen den Weg in die Fribourger Messehalle «Forum».



Cardinal-Ambassador René Zurkinden (links) im Gespräch mit Beat Vonlanthen, Staatsrat des Kantons Fribourg.



Lockere Stimmung: Die Kunden geniessen die «Soirée» und lassen sich gerne ein frisch gezapftes Cardinal schmecken.



APÉRO-TIME

DAZU EMPFEHLEN WIR:



| FLASCHE | CHF |
|---------------------|----------------------|
| PROSECCO 20 CL | 3.30 |
| PROSECCO 75 CL | 8.50 7.70 |
| PALETTENPREIS | 7.20 |
| SPUMANTE ROSÉ 75 CL | 9.80 |


FELDSCHLÖSSCHEN
 Part of the Carlsberg Group

Bestellen Sie unter **0848 80 50 10** oder www.myfeldschloesschen.ch und fragen Sie nach unserer Weinkarte mit dem gesamten Sortiment.

Wein. Ganz einfach.

horeca

Wettbewerb – zu gewinnen:

Preisgekröntes Vintage-Bier

Haben Sie diese Ausgabe des DURST gut gelesen? Dann sollte dieses Quiz für Sie kein Problem sein. Die Buchstaben der sechs richtigen Antworten ergeben das Lösungswort.

1. Wie heisst das neue Weinkonzept von Feldschlösschen?

- E The Glass
- O The Bottle
- I The Cup

2. Was gehört zwingend auf die Homepage eines Lokals?

- N Adresse und Öffnungszeiten
- T Heimatort des Wirte-Paars
- R Biografien des Servicepersonals

3. Wo findet im Herbst jeweils die «Soirée Cardinal» statt?

- F In Zürich
- K In Rheinfelden
- L In Fribourg

4. Wie heissen die beiden DURST-Kolumnisten?

- A Mike Müller und Milena Moser
- I Beat Schlatter und Stephan Pörtner
- E Stan Laurel und Oliver Hardy

5. Aus welchem Land kommt Grimbergen, unser Bier des Monats?

- B Aus Mexiko
- C Aus Holland
- N Aus Belgien

6. In welcher Schweizer Stadt steigen Tanzpartys im Einkaufszentrum?

- V In St. Gallen
- E In Chur
- J In Brig



JAHRGANG 2011



LIMITIERTE AUFLAGE, NR. 052

Eine Spezialität aus dem Sudhaus von Feldschlösschen in Rheinfelden: das Bier «Theophil Vintage II».

«Theophil Vintage II» erhält den «Red Dot Award»

Feldschlösschens limitiertes Spezialbier «Theophil Vintage II» hat eine Auszeichnung des «Red Dot Award» erhalten. Der «Red Dot Award» ist weltweit einer der renommiertesten Designwettbewerbe. Die Agentur Process, die für Feldschlösschen das Design von «Theophil Vintage II» kreiert

hat, durfte den begehrten Award am 18. Oktober dieses Jahres in Berlin entgegennehmen.

Mit Fricktaler Kirschen
«Theophil Vintage II» wurde im September 2011 in einer limitierten Auflage von 500 Flaschen zu Ehren der Feldschlösschen-Gründer Theophil

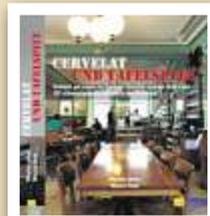
Roniger und Mathias Wüthrich herausgegeben. Feinste Fricktaler Kirschen geben der dunklen Bierspezialität ein intensiv fruchtiges Aroma. Lösen Sie das Quiz auf dieser Seite. Mit etwas Glück gewinnen Sie eine von 20 limitierten und nummerierten Flaschen «Theophil Vintage II».

Das Lösungswort lautet:

So machen Sie mit

Senden Sie das Lösungswort und Ihre Kontaktdaten per Fax an **058 123 42 80** oder per E-Mail an **durst@fgg.ch**. Mit ein wenig Glück gewinnen Sie eine Flasche des erlesenen Spezialbieres «Theophil Vintage II». **Einsendeschluss ist der 10. November 2013**

Wettbewerbsgewinner DURST September 2013



Je ein Dorfbeizen-Buch «Cervelat und Tafelspitz» (links) gewonnen haben **Rudolf Nussbaum**, Péry; **Orlando Grandi**, Fiesch und **André Glaser**, Reinach. Je eine Smartbox «Träumen und Geniessen» (Bild rechts) gewonnen haben **Carole Perucco**, Rebeuvelier; **Jean-Michel Niklaus**, Lugano und **Paul Käppeli**, Merenschwand. Wir gratulieren.



WIN THE GOLDEN POTATO



Gewinne die
goldene Kartoffel
im Wert von
CHF 10'000.–



AGROTURISMUS
SCHWEIZ+
WWW.AGROTURISMUS.CH

Wir tun alles für die besten Chips.

Z
ZWEIFEL

DIE CHIPS-
EXPERTEN

Alle Informationen auf den Chips-Packungen, www.zweifel.ch oder www.zweifel.ch/facebook

zweifel.ch/gastro

Blick über den Tellerrand



Beim Dinner-Jumping wächst der Appetit immer wieder neu



Fotoshooting für die Attraktion: Auch die Wirte haben ihren Spass am Dinner-Jumping.

Das ist doch auch etwas für die Schweizer Gastronomie und für Tourismusgebiete besonders interessant: Dinner-Jumping! Fünf Schwarzwälder Wirte machen vor, wie man den Gästen mit dieser Attraktion etwas ganz Besonderes bieten kann.

→ Diese Zweckgemeinschaft aus fünf Wirten hat es in sich: Statt ihre Gäste einfach sitzen und essen zu lassen, schicken sie sie im Schwarzwälder Ferienort Sasbachwalden von einem Gasthof zum anderen. Im Schwarzwald kommt das sogenannte Dinner-Jumping gut an. Ein kleiner Spaziergang nach jedem Gang zum nächsten Restaurant und zum nächsten Gang fördert die Verdauung und macht Appetit auf die nächste Leckerei. Für die Gastronomen erfüllt das Dinner-Jumping den Zweck des Geschäfts, und die

Gäste erleben etwas Spezielles sowie kulinarische Vielfalt. Das Konzept ist einfach: Fünf Gastronomen bieten zusammen ein Viergang-Menü in vier verschiedenen Restaurants an. Es sind fünf Wirte beteiligt, damit das Dinner-Jumping auch bei individueller Buchung ganzjährig angeboten werden kann.

Unterschiedliche Restaurants Die Spannweite der Restaurants reicht vom rustikalen Gasthaus Holzwurm über den «Fässlewirt» und die «Sonne» bis hin zu den Sterne-Häusern Hotel Restau-

rant Engel und Hotel Talmühle. Drei der Anbieter liegen nahe beieinander, und zu den anderen Restaurants ist der Gast höchstens 15 Gehminuten unterwegs.

Überraschungsmenü

Die Gäste bestimmen die Reihenfolge der Restaurants selbst und erhalten ein Überraschungsmenü serviert. Die erste Station wartet mit einem lokalen Winzersekt als Aperitif und einer Vorspeise auf, die nächste mit

einem Zwischengang. Nach dem zweiten Beinevertreten genießen die Gäste bei Station drei den Hauptgang. Das Dinner-Jumping endet bei Station vier, wo das Dessert gereicht wird.

Im Preis von umgerechnet rund 80 Franken sind die meisten Getränke inbegriffen. Buchen kann man das Dinner-Jumping bei den beteiligten Restaurants und auch beim Tourismusverband Sasbachwalden.

→ www.sasbachwalden.de

Der Gasthof Holzwurm macht mit beim Dinner-Jumping.



Modernes Wunschkonzert in der Basler «Schluggstube»

Paradiesvögel bestimmen die Musik über eine spezielle App

Die «Schluggstube» ist legendär und ihre Einrichtung speziell. Der Familienbetrieb geht auch akustisch eigene Wege: Gastronom Lukas Intlekofer hat eine App entwickelt, über die seine Gäste die Musik bestimmen.

→ Das kuriose Ambiente ist geprägt von Antiquitäten, Kronleuchtern, Spiegeln, Girlanden und anderem charmantem Klimbim. In der Basler «Schluggstube» treffen sich die Paradiesvögel der Stadt. «Bei uns haben es alle möglichen und unmöglichen Menschen lustig miteinander», sagt Lukas Intlekofer über seine mehrheitlich nicht mehr blutjungen Gäste.

«Schluggstube» in Basel und Hinweis auf den speziellen Musikservice.

**Musik via Smartphone**

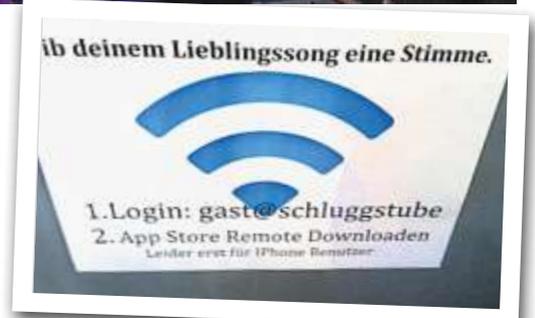
Das Gäste-Kunterbunt verlangt nach individueller Betreuung. Bei Lukas Intlekofer bestimmen die Gäste deshalb auch die Musik. Der 32-Jährige hat eine App entwickelt, die es seinen

Paradiesvögeln erlaubt, mit dem Smartphone ihren Lieblingssong aus einem schier unendlichen Angebot auszuwählen. Dieser musikalische Service kommt gut an und wird rege genutzt.

Auch die vielen Preziosen kommen bei den Gästen gut an. So

kommt es immer wieder vor, dass ein Gast Interesse an einem Gegenstand zeigt. Lukas Intlekofer: «Antiquitäten, die mir noch nicht so sehr ans Herz gewachsen sind, verkaufe ich gerne an jemanden, der sie schätzt.» ●

→ www.schluggstube.ch

**Restaurant La Gérine in Marly**

Mehr Umsatz dank Weihnachtsessen

Tipps von einem Gastronomen, der im Advent besonders erfolgreich ist: Conrad Risse sagt, wie man mit Weihnachtsessen den Umsatz steigert.



Weihnachtsessen im «La Gérine» mit gut gelaunten Gästen und Wirt Conrad Risse am Zapfhahn.

→ Seit Jahren erhöht Conrad Risse in der Adventszeit den Umsatz. Im Dezember und auch noch im Januar gehen in seinem «Gérine» rund 15 Weihnachtsessen mit durchschnittlich 60 bis 70 Gästen über die Bühne. Der Freiburger Gastronom legt grossen Wert auf eine optimale

Vorbereitung dieser Abende. Sein Tipp: «Sprechen Sie mit den Kunden ausführlich über das Menü und gehen Sie auch auf individuelle Wünsche ein.» Das Programm werde meistens von den Firmen selber organisiert, sagt Conrad Risse. Wichtig sei, dass ein grosser Raum zur

Verfügung stehe und der Rahmen stimmungsvoll sei. Und noch einen Tipp hat er: «Es sollte genügend Personal vorhanden sein, denn Wartezeiten sind lästig.»

Der Höhepunkt der Adventszeit ist im «Gérine» das grosse Fest mit den Gästen am Samstag vor Weihnachten. An diesem Tag bedankt sich Conrad Risse bei über 100 Stammgästen für deren Treue während des Jahres. ●

→ www.lagerine.ch

Kunden-Jubiläum: Thomas Domenig

Seit 20 Jahren baut der Churer Architekt auf Feldschlösschen

Thomas Domenig senior ist ein treuer Feldschlösschen-Kunde. Seit 20 Jahren schätzt der bekannte Churer Unternehmer die Zusammenarbeit, die auf gegenseitigem Vertrauen beruht.

→ Kaum einer hat in Chur so offensichtliche Spuren hinterlassen wie er: Mit seinen Bauten – allen voran dem City West mit den «Twin Towers» – hat Thomas Domenig senior die Bündner Hauptstadt stark geprägt.

Unkomplizierte Beziehung

Mit zwölf Gastbetrieben in der Region Chur – darunter die bekannte «Giger Bar» – ist er Feldschlösschen-Kunde. In seinem ersten Restaurant, dem «Lacuna» in Chur, fliesst seit 20 Jahren Bier von Feldschlösschen

aus dem Zapfhahn. «Die Zusammenarbeit läuft seit 20 Jahren auf sehr fairer Basis, die Dienstleistung stimmt einfach», sagt der 80-Jährige.

Auf ein Bier mit dem Nashorn

Köbi Gross, der die Domenig Immobilien leitet, ergänzt: «Mit Sales Manager Jürg Felix können wir auf eine Top-Zusammenarbeit bauen.» Auch Felix schätzt die Kundenbeziehung: «Die Zusammenarbeit ist unkompliziert und beruht auf gegenseitigem Vertrauen.»



Thomas Domenig senior (r.) mit Köbi Gross, Leiter der Domenig Immobilien.

Das operative Geschäft hat Domenig vor ein paar Jahren an seine Söhne übergeben. Die Hälfte des Jahres verbringt er auf seiner «Omaruru Game Lodge» in Namibia – Aug in Auge

mit Nashörnern, Elefanten und Giraffen. Dort genehmigt er sich gerne ein Windhoek-Lagerbier. Was er in der Schweiz trinkt, ist klar: «Es muss einfach ein Feldschlösschen-Bier sein.» ●

Cinema 8, Schöffland

Dieses Kino hat jede Menge Bierkultur



Rolf Häfeli in der Bar seines «Cinema 8».

→ Das «Cinema 8» in Schöffland ist im ganzen Mittelland bekannt. Es besteht aus einem Kino und einer grossen Bar, in der man Kleinigkeiten essen kann. Rolf Häfeli hat das «Cinema 8» vor 14 Jahren konzipiert und umgesetzt. Seine Gäste schätzen das Brunch-Kino und im Sommer das Openair-Kino. Vor und nach den Filmen treffen sie sich in der Bar.

Jetzt baut Geschäftsführer Rolf Häfeli sein «Cinema 8» aus: Auf dem Areal in Schöffland entstehen ein Hotel, mehrere Kinosäle und Bowlingbahnen. «Wir bauen eines der ersten Hotels

in Europa, in denen man sich vom Balkon der Zimmer bequem die Filme anschauen kann», erzählt Rolf Häfeli.

Wechsel zu Feldschlösschen

Bier ist ein wichtiger Umsatzfaktor. Deshalb hat sich Rolf Häfeli für einen Wechsel zu Feldschlösschen entschieden. Mit dem Offenausschank von Cardinal Spéciale, Hoegaarden und Guinness kommt er gut an. Und noch etwas freut ihn: «Feldschlösschen unterstützt uns besser als unser vorheriger Getränkepartner.» ●

→ www.cinema8.ch

Zeitlose Erfrischung

SEIT 1783

**JETZT
BESTELLEN!**
auf
myfeldschloesschen.ch



UNEXPECTED SINCE 1783

www.schweppes.ch

Modernes Design für das bewährte Mineralwasser

Im neuen Kleid zieht Arkina die Blicke Ihrer Gäste auf sich

Kleider machen Leute. Und Mineralwasser. Arkina kommt in einem neuen Kleid daher, das bestimmt auch Ihren Gästen gefällt. Schon jetzt in der PET-Flasche und im ersten Quartal 2014 auch in der Glasflasche: Das neue Design zieht die Blicke auf sich.

→ Ob mit oder ohne Kohlensäure: Die bewährte Qualität des leicht mineralisierten Arkina ist seit 1922 die gleiche geblieben. Daran ändert sich ebenso nichts wie am neutralen Geschmack und der Herkunft des Mineralwassers. Arkina ist der ideale Begleiter im Restaurant und eignet sich auch perfekt für die Erfrischung unterwegs und am Arbeitsplatz.

Frisches, modernes Design

Neu ist der Auftritt der Marke: Arkina erscheint in einem frischen und modernen Design – in der PET-Flasche schon jetzt und in der Glasflasche im ersten Quartal 2014. Das neue Kleid gefällt bestimmt auch Ihren Gästen.



● *Starker Auftritt: Arkina grün (mit Kohlensäure) und Arkina blau (ohne Kohlensäure) im neuen Kleid.*

Die spannende Geschichte des Mineralwassers

Wie ein Armenier in der Schweiz Arkina erfand



● *Der Name Arkina kommt aus Armenien: der Fluss Arghina im Osten der Türkei.*

→ In den 1920er-Jahren war der armenische Tabak-Industrielle Puzant Masraff oft zur Erholung in der Schweiz. Am 4. Juli 1921 gründete er die Arkina AG, die in der Gastronomie tätig war und ab 1922 das damals neue Mineralwasser verkaufte. «Der Name Arkina kommt vom Dorf Argina am Fluss Arghina im Osten der Türkei», erzählt Monique Bondolfi-Masraff. Die Enkelin von Puzant Masraff lebt in der Westschweiz.

Seit 2008 wird Arkina am Feldschlösschen-Standort Rhäzüns gefasst und abgefüllt.



● *So sahen in den Anfängen von Arkina die Flaschen aus.*

Ein Schuss Franziskaner Naturtrüb gehört in die Eierspeise



Speck-Omelette mit Eierschwämmen und Kräuter-Sauerrahm

Rezept für 4 Personen

Zutaten

| | |
|------------|------------------------|
| 8 | Eier |
| 100 ml | Rahm |
| 8 Scheiben | Frühstücksspeck |
| 400 g | FrISCHE Eierschwämme |
| 1 Schuss | Franziskaner Naturtrüb |
| 200 g | Sauerrahm |
| 1 Bund | Schnittlauch |
| 1 Zweig | Glatte Petersilie |
| | Kerbel |
| | Estragon |
| | Salz |
| | Pfeffer |
| | Geriebene Muskatnuss |
| | Pflanzenöl zum Braten |

Zubereitung

Omelette

Die Eier, den Rahm und den Schuss Weissbier sorgfältig verquirlen, anschliessend mit Salz, Pfeffer und etwas geriebener Muskatnuss abschmecken. Das Öl in einer kleinen Pfanne erhitzen, ¼ der Eiermasse hineingeben und anstocken lassen. Wenn die Unterseite fest und goldgelb ist, die Omelette zusammenklappen und aus der Pfanne heben. Die Omelette sollte in der Mitte noch etwas weich sein. Nach dem gleichen Verfahren mit der restlichen Eimasse vier Omelettes zubereiten.

Speck und Eierschwämme

Speck auf ein Backblech legen und im Backofen bei 180 °Celsius Umluft knusprig backen. In einer Pfanne etwas Öl erhitzen, die geputzten Eierschwämme darin anbraten und mit Salz und Pfeffer abschmecken. Schnittlauch in feine Röllchen schneiden und zu den Pilzen geben.

Kräuter-Sauerrahm

Die Petersilie, den Kerbel und den Estragon waschen und trocken schütteln. Blätter abzupfen und fein hacken. Sauerrahm mit Kräutern verrühren, dann mit Salz und Pfeffer abschmecken.

Deftige Omelette mit fruchtigem Weissbier

Der Schuss Hefeweissbier Naturtrüb von Franziskaner gibt der deftigen Speck-Omelette einen unverwechselbaren Geschmack. Zum Frühstück oder auch später am Tag: Mit dieser Kreation können Sie Ihre Gäste in diesen Herbsttagen verblüffen.

➔ Bis 1363 lassen sich die Wurzeln der Spaten-Franziskaner-Brauerei zurückverfolgen. In diesem Jahr wird erstmals die «Bräustatt bey den Franziskanern» in Bayern genannt. Der Name ist auf das Franziskaner-Kloster zurückzuführen, das schräg gegenüber lag und mit dem reger Austausch stattfand.

Appetit und Durst

Auch Bier als Begleiter zu feinem Essen sowie als Zutat von Speisen hat im Süden Deutschlands eine lange Tradition. Die Spaten-Franziskaner-Brauerei pflegt diese Tradition. In ihrem Genuss-Magazin «Der Franz» führt sie eine Reihe von Rezepten auf, in denen Bier eine wich-



Speck-Omelette mit Eierschwämmen und Kräuter-Sauerrahm.

tige Neben-, wenn nicht gar die Hauptrolle spielt. Probieren Sie doch in diesem Herbst einmal die deftige Speck-Omelette mit Eierschwämmen und Kräu-

ter-Sauerrahm aus. Mit dieser Speise wecken Sie bei Ihren Gästen nicht nur den Appetit, sondern auch den Durst.

➔ www.franziskaner-weissbier.de

Zu dieser Omelette passt ein Franziskaner Naturtrüb

Die Biersommeliers der Spaten-Franziskaner-Brauerei in Bayern und von Feldschlösschen sind sich einig: Zur Speck-Omelette mit Eierschwämmen und Kräuter-Sauerrahm passt am besten das Franziskaner Hefeweissbier Naturtrüb. Seine fruchtigen Düfte sind von edler Würze gestützt. Sein einzigartiges Aroma und der deftige Geschmack der Omelette ergeben ein perfektes Gespann, das einfach Appetit macht. Auf unserer Plattform myfeldschloesschen.ch können Sie als Gastronom das Hefeweissbier Naturtrüb von Franziskaner bestellen.

➔ MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Haben Sie ein Lieblingsrezept?

Schicken Sie uns ihr Bier-Rezept!

Dann schicken Sie uns dieses Rezept mit Foto an durst@fgg.ch oder an [Feldschloesschen Getränke AG](http://FeldschloesschenGetrankeAG), Redaktion DURST, Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden.

Die originellsten Rezepte werden in einer der nächsten DURST-Ausgaben abgedruckt.



Agenda von **myfeldschloessen.ch**

Messe, Zwiebeln und Pferde

■ **Igeho in Basel:** Die Internationale Messe für Hotellerie, Gastronomie und Ausser-Haus-Konsum findet vom 23. bis 27. November in Basel statt. Gastregion ist das Appenzell. Parallel zur Igeho finden die Mefa (Fachmesse für Fleischwirtschaft) und die Mefatec (Fachmesse der Lebensmittelwirtschaft) statt.
→ www.igeho.ch



Die Igeho bietet ein vielfältiges Angebot.

■ **Zibelemärit in Bern:** Der vierte Montag im November steht in Bern wieder ganz im Zeichen der Zwiebel. Am 25. November trifft sich Jung und Alt in der Innenstadt zum traditionellen Zibelemärit.



Der Sechsspänner am Weihnachtsfunkeln.

■ **Weihnachtsfunkeln in Rheinfelden:** Die Weihnachtszeit wird in Rheinfelden mit dem Weihnachtsfunkeln eingeläutet. Der festliche Anlass in der Altstadt findet dieses Jahr am 29. November statt. Eines der Highlights ist der Auftritt des festlich geschmückten Feldschlösschen-Sechsspanners.



IMPRESSUM

DURST

Die Kundenzeitung der Feldschlösschen Getränke AG
www.durstzeitung.ch

Herausgeberin

Feldschlösschen Getränke AG
Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden
Telefon 0848 125 000
www.feldschloessen.ch

Gesamtverantwortung

Gabriela Bättig

Redaktionelle Verantwortung

Gabriela Bättig

Inserate

durst@fgg.ch

Gabriela Bättig

Redaktion, Gestaltung, Litho, Korrektorat, Übersetzung, Druck und Versand

Generalunternehmen
Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
4552 Derendingen

Projektverantwortung: Pamela Güller

Chefredaktion: Marcel Siegenthaler/Textension GmbH,
www.textension.ch

Erscheinungsweise

Monatlich in deutscher, französischer und italienischer Sprache

Jahrgang: Siebter Jahrgang

Auflage

Deutsch 24 000, Französisch 10 000, Italienisch 2000

Urheberrechte

Die in der Zeitung enthaltenen Beiträge sind urheberrechtlich geschützt. Alle Rechte vorbehalten.

Bildnachweis

Freshfocus, Textension

Auch nüchtern betrachtet eine gute Wahl.



DIE NEUEN FORD **TRANSIT**



Go Further

JÄGER TONIC



Schweppes®



www.diwisa.ch
www.schweppes.ch

Ich profitiere von diesem Angebot (s. HitFlash) und bestelle:
2 Harassen Schweppes Tonic und 5 Flaschen Jägermeister und erhalte
Gratis 1 Harasse Schweppes Tonic und 1 Flasche Jägermeister

Kundennummer:

Kunde:

Adresse:

PLZ/Ort:

Telefon:

Fax an 0848 80 50 11

AKTION

REZEPT JÄGER TONIC

4cl Jägermeister
2-3 Eiswürfel
auffüllen mit Schweppes Tonic
Limettenscheibe

DIWISA
DISTILLERIE

DIWISA Distillerie Willisau SA
Menznauerstrasse 23 | CH-6130 Willisau
T +41 41 972 72 72 | F +41 41 972 73 73