



DURST

Das Gastronomie-Magazin der Feldschlösschen Getränke AG – www.durstzeitung.ch
 Nr. 3 | März 2014

Der Lord bringt Apple Original

Dieser Sommer wird Somersby

Seite 10

Spirituosen
 House Selection Spirits:
 Unser neues Sortiment
 zu attraktiven Preisen

Seite 5

Mineralwasser
 Swiss Premium Selection:
 Arkina und Rhäzünser
 in neuer Flaschenform

Seite 9

Knüller!

Cardinal Draft
 Original

Nettopreis **1.16**
 statt 1.40
 MW Harass 24x33cl

Cardinal Draft
 Lime Cut

Nettopreis **1.22**
 statt 1.46
 MW Harass 24x33cl



SWISS PREMIUM SELECTION



NEU FÜR DIE
GEPFLEGTE
GASTRONOMIE
UND HOTELLERIE.

SYMPATHISCH. WIRTSCHAFTLICH. AUTHENTISCH.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

Editorial

Biermarkt 2014: Chancen für die Gastronomie



Liebe Leserinnen, liebe Leser

Im fünften Jahr in Folge verzeichnete der Biermarkt 2013 im Gastgewerbe einen Rückgang um 3 Prozent, während im Detailhandel ein geringes Wachstum registriert wurde. Im Vergleich mit den anderen Produktkategorien wie Mineralwasser, Weine und Spirituosen entwickelte sich die Kategorie Bier im Gastgewerbe erfreulicherweise gleich gut oder besser!

Was die Entwicklung der Gebinde betrifft, ist das Offenbier mit einem Anteil von 80% am Gesamtvolumen bei Weitem die wichtigste Kategorie, gefolgt von – in abnehmender Reihenfolge – den Mehrwegflaschen, den Einwegflaschen und den Dosen.

Der Trend geht in Richtung Heimkonsum

Die stark rückläufige Frequenz in der Gastronomie vor allem an Wochentagen führt dazu, dass heute im Vergleich zum Jahr 2009 pro Tag 380.000 Stangen Bier weniger konsumiert werden. Dieser massive Rückgang hat den Druck auf die gesamte Branche stark erhöht! Dies gilt sowohl für das Gastgewerbe als auch für die Produzenten und Lieferanten.

Was die Kategorie Bier betrifft, steigt die Zahl der Brauereien stetig an. Dies ist eine gute Nachricht, weil damit das Angebot für die Konsumenten und

die Konsumentinnen umfangreicher und damit auch vielfältiger wird.

Für den Erfolg ist eine gute Abstimmung der Chancen für unsere Kunden und der Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten erforderlich.

Für unsere Kunden im Gastgewerbe bieten sich folgende Chancen:

- Innovation mit neuen Produkten, neuartigen Gebinden und neuen Technologien
- Differenzierung mit Produkten, die ausschliesslich für das Gastgewerbe bestimmt sind.

Die Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten im Gastgewerbe sind klar:

- Bier vom Fass ist das bevorzugte Bier.
- Der Service und die Qualität des Bierzapfens sind ausschlaggebende Kriterien.
- Die Auswahl des Sortiments muss an das Konzept des Lokals angepasst sein.

**Die Vision von Feldschlösschen als Marktführer**

Wir möchten unsere Kunden im Gastgewerbe dabei unterstützen, den Umsatz um eine Stange Bier pro Tag und Verkaufspunkt zu steigern. Diese Vision basiert auf 3 Säulen:

• **Erste Säule: Produktesortiment, das dem Verkaufspunkt entspricht:** Mit über 38 Fassbieren haben wir 2012 grosse Anstrengungen zur Bearbeitung des Marktes lanciert und über 5000 Kunden davon überzeugt, von einer Monomarkenkultur zu einem Mehrmarkenangebot zu wechseln. Die ersten Ergebnisse liegen vor: Die Kunden mit einem diversifizierten Sortiment weisen eine überdurchschnittliche Entwicklung auf.

• **Zweite Säule: Schulung des Personals unserer Kunden:** Dies haben wir mit der Feldschlösschen Academy realisiert, die dazu dient, die Kenntnisse in den Bereichen Produktwissen, Service und Beratung auszubauen. Die Kombinationsmöglichkeiten für

FELDSCHLÖSSCHEN ACADEMY

Bier und Essen sind ein weiterer wichtiger Aspekt, den wir unseren Kunden vermitteln. So schaffen wir Mehrwert für unsere Kunden und Konsumenten. Ein zentraler Punkt innerhalb des Schulungskonzeptes sind die Servicequalität und das Wissen, wie Bier perfekt gezapft wird. In diesem Jahr ist die Personalschulung weiterer 2500 Kunden geplant.



• **Dritte Säule: Entwicklung des Sortiments mit exklusiven Produkten für das Gastgewerbe:** Den Konsumentinnen und Konsumenten ermöglicht dies eine einzigartige Erfahrung. Mit Produkten wie Grimbergen, Cardinal Brunette und vielen anderen möchten wir unsere Kunden dabei unterstützen, sich vom Detailhandel mit einem besonderen Angebot zu differenzieren. Dabei handelt es sich um einen langfristig ausgerichteten Ansatz, der umfangreiche Investitionen erfordert. Wir werden die dafür benötigten Mittel einsetzen.

Ich danke Ihnen allen für die wertvolle Zusammenarbeit und wünsche Ihnen weiterhin viel Erfolg.

Gérard Schaller
Leiter Verkauf Gastronomie



Guinness

Ein Hoch auf Irland

Am 17. März ist «St. Patrick's Day». Eines darf am irischen Nationalfeiertag auf keinen Fall fehlen: das Nationalgetränk Guinness. Es ist kohlschwarz, schmeckt vollmundig nach geröstetem Malz und entwickelt eine kräftige, andauernde und sehr cremige Schaumkrone. Irlandfans und Geniesser auf der ganzen Welt lieben das einzigartige Stout. Umso mehr noch, wenn es perfekt gezapft worden ist. Ein Guinness braucht seine Zeit, am besten geht es in zwei Etappen: Zunächst schwungvoll drei Viertel des Glases aus



dem Zapfhahn füllen.

Danach das Bier setzen lassen. Erst nachher wird das Glas mit dem fein-cremigen Schaum gefüllt. Den Guinness-Profi erkennt man, wenn er danach noch ein irisches Kleeblatt in den Schaum zaubert. Erhältlich im 30-Liter-Container.

Jetzt bestellen!

5.39CHF

pro Liter

Guinness
30 Liter Fass
Art.10795

www.myfeldschloesschen.ch



PRODUKTWISSEN BIER

Frage des Monats:

Welche Anforderungen stellt der Brauer an sein Brauwasser?

Erkundigen Sie sich auf der Plattform myfeldschloesschen.ch. Im Bereich Produktwissen Bier bietet Ihnen die Feldschlösschen Academy alles, was Sie über die Rohstoffe und den Brauprozess erfahren wollen.

FELDSCHLÖSSCHEN
ACADEMY

Wussten Sie, dass für die Herstellung von 100 Litern Bier rund 400 Liter Brauwasser benötigt werden?

Ein grosser Teil dieses Wassers wird für Heizungs-, Kühlungs- und Reinigungszwecke gebraucht.



WEIN DES MONATS

Aigle AOC Chablais

BADOUX VINS

Im Gaumen brilliert der **Aigle AOC Chablais** von Badoux Vins mit seiner kompakten, seidenweichen Textur und mit einer schmeichelnden, ausgewogenen Struktur. Bemerkenswert sind seine Harmonie und die Intensität im lange anhaltenden Finale.

Passt perfekt zu...

Der Aigle AOC Chablais passt optimal zur Schweizer Küche, allen voran Fischgerichten.

«THE BOTTLE» – Food & Wine: www.bottle.ch

Jetzt bestellen!

15.90CHF

pro Flasche

Aigle AOC Chablais
Art.11770
6x 75cl EW Karton

www.myfeldschloesschen.ch



Bière riche

Fit in den Frühling mit leichten Wraps

Vegetarische Wraps sind ein wunderbarer Begleiter in den Frühling. Sie sind leicht und lassen zusammen mit einer Stange die kalten und dunklen Wintertage vergessen.



Gesunde Gemüse-Wraps

ZUTATEN FÜR 4 PERSONEN: 1 Prise Chilipulver, 400 g Hüttenkäse, 1 Dose Mais, 1 Prise Pfeffer, 1 Prise Salz, 1 Bund Schnittlauch, geschnitten, 5 Stück Tomaten. Für den Teig: 2 EL Butterschmalz, 200 g Mehl, ½ TL Salz, 5 EL Wasser.

ZUBEREITUNG: Zutaten für den Teig in eine Schüssel geben, zu einem Teig verarbeiten und zugedeckt etwa 30 Minuten ruhen lassen. Teig auf einer bemehlten Arbeitsfläche zu dünnen Fladen mit einem Durchmesser von etwa 20 cm ausrollen. Fladen in einer heissen Pfanne ohne Fett beidseitig etwa 2 Minuten hellbraun backen. In einer Schüssel Mais, Tomatenwürfel, Hüttenkäse und Schnittlauch vermischen. Mit Salz, Pfeffer und Chilipulver würzen. Fladen in der Mitte mit der Füllung belegen, aufrollen und servieren.

Rezept zur Verfügung gestellt: GuteKueche.ch – das Gourmetportal.

NEU IM SORTIMENT!
Jetzt profitieren und gleich bestellen.

HOUSE SELECTION SPIRITS

House Selection Spirituosen

Exklusiv für Sie: Beste Qualität, die Mehrwert schafft

Entdecken Sie die neuen «House Selection Spirits»: ein auserlesenes und smartes Sortiment der beliebtesten Spirituosen. Es beinhaltet Wodka, Gin, Rum, Whisky und Tequila. Mit den «House Selection Spirits» trifft Exklusivität auf Qualität und schafft täglich Mehrwert für Sie.

Unser Spirituosen-Sortiment ist perfekt auf die Bedürfnisse von Ihnen als Gastronom und Ihren Gäste abgestimmt.

- Die «House Selection Spirits» stehen für beste Qualität zu attraktiven Preisen.
- Die ergiebigen 100-cl-Abfüllungen erleichtern Ihnen das Handling hinter der Bar und ergeben mehr Drinks pro Flasche.

Umfangreiche Serviceleistungen

Unser Spirituosen-Sortiment bieten Ihnen aber weit mehr als exklusive Qualitätsprodukte. Die einfachen Bestellmöglichkeiten, persönliche Beratung sowie schnelle und pünktliche Lieferungen zeichnen die Services von Feldschlösschen aus. Wir liefern Ihnen die beliebtesten Spirituosen zusammen mit unserem umfangreichen Getränkesortiment aus



©FOTOLIA

Der ideale Mix: Beste Qualität für Ihre Gäste, exklusiver Mehrwert für Sie als Gastronom.

einer Hand – exklusiv für Gastronomie-Kunden. Wollen auch Sie für weniger mehr erhalten? Dann bestellen Sie unsere «House Selection Spirits»!

Für jeden Bereich die richtige Wahl

Ob pur oder als Basis für Mixgetränke – unser Sortiment ist für jeden Einsatz-

bereich die richtige Wahl. Die Spirituosen sind ausschliesslich in 100-cl-Flaschen erhältlich und bieten Ihnen damit einige Vorteile. **Das gesamte Sortiment mit allen weiteren Informationen wie Preisen und Artikelnummern finden Sie im beiliegenden HITFlash abgebildet.**



Ihre Vorteile auf einen Blick

- Exklusiv für Gastronomie-Kunden
- Auserlesene Qualität
- Attraktive Konditionen
- Umfangreiche Serviceleistungen
- Wertige 100-cl-Flaschen: Bis zu 25 Drinks*
- Einfacheres Handling
- Weniger Flaschenwechsel
- Profitable Mixer für die beliebtesten Drinks

*Basis 4 cl pro Drink, +8 Drinks mehr gegenüber 70-cl-Flaschen.

Mit unseren «House Selection Spirits» erhalten Sie mehr Inhalt zu attraktiven Preisen.

NEU IM SORTIMENT!
Jetzt profitieren und gleich bestellen.

HOUSE SELECTION SPIRITS

*Exklusiv für die
Gastronomie*

*Auserlesene
Qualität*

*Attraktive
Konditionen*



GET MORE FOR LESS.



DRINK DES MONATS

Der Wodka Bitter Lemon ist ein köstlicher Klassiker

Der Wodka (russisch für «Wässerchen») gehört seit Jahren zu den meist getrunkenen Spirituosen. Besonderer Beliebtheit erfreut sich auch das Mixgetränk Wodka Bitter Lemon.

Ideal kombiniert

Mit dem Wodka aus den «House Selection Spirits» (vgl. Bericht auf Seite 5) erhalten Sie nicht nur die beste Qualität, sondern auch die ideale Grundlage, um Ihren Gästen den köst-

lichen Klassiker zu servieren. Dank 100cl Inhalt lassen sich aus einer Flasche bis zu 25 Wodka Bitter Lemon mixen.

Raffinierter Geschmack

Gemixt wird der Wodka mit Schweppes Bitter Lemon. Das höchste der bitter-süssen Gefühle wurde 1957 kreiert. Es enthält Quinin für all jene, die den raffinierten Geschmack mit einmalig vollendeter Note geniessen möchten.

Zutaten

4 cl Wodka
10 cl Schweppes Original Bitter Lemon
Eiswürfel

Zubereitung

Eiswürfel in ein Martini-Glas geben, Wodka hinzufügen und dann mit Schweppes Bitter Lemon auffüllen.



Neu im Kadi-Sortiment

Knusprige Super-Country-Frites

Knusprig, unverkennbar und kostengünstig zubereitet: Mit den Super-Country-Frites bietet die Kadi AG in Langenthal Ihnen als Gastronom ein interessantes Produkt an.

Das Geheimnis hinter den Kartoffelbeilagen von Kadi ist der Knuspermantel, der die Super-Crisp-Produkte nicht nur knuspriger macht, sondern auch rentabler. Durch die schnell-

le Zubereitung können Sie als Gastronom nämlich eine höhere Portionenleistung erzielen. Zudem wirkt sich der geringere Frittierverlust positiv aus, und da die Super-Crisp-Produk-

te weniger Öl aufnehmen, können auch Warenkosten eingespart werden.

Wie selbstgemacht

Was Ihre Gäste besonders schätzen: Mit ihrem rustikalen Schnitt und ihrem Durchmesser von 12x12mm sehen die Super-Country-Frites aus wie selbstgemacht. Sie sind dank ihrer Schale unverkennbar und auf jeden Fall eine passende Beilage zu jeder wärschaften Mahlzeit.

www.kadi.ch

Unverkennbar: die Super-Country-Frites.



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Happy Birthday

Unsere Gastronomie-Plattform myfeldschloesschen.ch hat sich im ersten Jahr prächtig entwickelt. Folgende Zahlen werden pro Woche im Durchschnitt verzeichnet:

- **5800** Besuche
- **80000** besuchte Seiten
- **11** Minuten durchschnittliche Besuchsdauer
- **Über 2000** Getränke- und Werbematerial-Bestellungen
- **Über 100** Bestellungen für personalisiertes Werbematerial (600 Bierkarten, 200 Poster und Tischsteller sowie 4500 Bierpässe und Bierbons)
- **50%** der Besucher loggen sich via Tablet oder Smartphone ein.

Ihre Arbeit erleichtern

Wir haben myfeldschloesschen.ch entwickelt, um Ihnen die tägliche Arbeit zu erleichtern. Seit einem Jahr können Sie als Gastronom auf unserer Plattform bequem rund um die Uhr bestellen und sich über Aktionen informieren. Zudem finden Sie im Wissenscenter umfangreiches Material mit wertvollen Tipps der Feldschlösschen Academy.

myfeldschloesschen.ch

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

Swiss Premium Selection

Diese Flaschen gehören auf jeden schön gedeckten Tisch

Arkina und Rhäzünser präsentieren die neue «Swiss Premium Selection» für die gehobene Gastronomie. Die schlicht-klassische und exklusiv designte Flaschenform geht einher mit gewohnter Schweizer Produktequalität.

Sympathisch, wirtschaftlich und authentisch: Das sind die neuen Premium-Mineralwasser von Arkina und Rhäzünser. Bestes Mineralwasser, in edle Flaschen abgefüllt – das passt perfekt zu einem guten Essen. Die «Swiss Premium Selection» ist der ideale Begleiter zum Essen in der gehobenen Gastronomie und deshalb exklusiv für diese erhältlich.

Vom Charakter her wie unsere Kunden

Die «Swiss Premium Selection» gleicht in ihren Eigenschaften unseren Kunden.

SIE SIND SYMPATHISCH

• Unsere Produkte passen ideal auf jeden gedeckten (und ungedeckten) Tisch.

• Die schlicht-klassische und exklusive Flaschenform fügt sich harmonisch in den Gastronomiebetrieb ein.

Wird nicht auch ein erfolgreicher Gastronom von seinen Gästen als sympathisch beurteilt?

SIE SIND WIRTSCHAFTLICH

• Mit vier Flaschen deckt die «Swiss Premium Selection» das gesamte notwendige Sortiment ab. Sowohl Arkina (ohne Kohlensäure) als auch Rhäzünser (mit Kohlensäure) sind in der 40- und 80-cl-Glasflasche erhältlich.

• Der Drehverschluss mit Sicherheitsring ermöglicht ein einfaches Öffnen, sei es am Büffet, am Tisch, im Seminarraum oder im Hotelzimmer.



Die «Swiss Premium Selection» wurde exklusiv für die gehobene Gastronomie entwickelt.

• Unsere Kunden profitieren von einer einfachen Logistik.
• Die Preise sind sehr fair und ermöglichen eine hohe Marge.
Ein Gastronom kann auch nur erfolgreich sein, wenn er auf längere Sicht wirtschaftlich handelt.

SIE SIND AUTHENTISCH

• Arkina und Rhäzünser haben durch ihre Schweizer Herkunft und Mineralisierung ihren eigenen Charakter.
• Arkina ist das stille Mineralwasser mit mildem Geschmack.

Es ist leicht mineralisiert (Mineraliengehalt 464,5 mg/l), natürlich und ausgewogen.

• Rhäzünser ist das prickelnde Mineralwasser aus den Bündner Bergen. Es ist absolut natürlich, gesund, unbeschwert und weist einen hohen Gehalt an Mineralien (1701 mg/l) auf.

Sind nicht auch erfolgreiche Gastronomen authentisch und überzeugen durch ihre Persönlichkeit?

www.swiss-premium-selection.ch



Rhäzünser BOT Crtr 20×40 cl mit CO ₂	Rhäzünser BOT Crtr 12×80 cl mit CO ₂
Art. Nr. 11851 1.00 CHF pro Flasche	Art. Nr. 11852 1.10 CHF pro Flasche
Arkina blau BOT Crtr 20×40 cl ohne CO ₂	Arkina blau BOT Crtr 12×80 cl ohne CO ₂
Art. Nr. 11849 1.00 CHF pro Flasche	Art. Nr. 11850 1.10 CHF pro Flasche

Mit vier Artikeln werden die Bedürfnisse der anspruchsvollen Gäste gedeckt.

Somersby im Anflug

Der Lord bringt Apple Original in die Schweiz

Lord Somersby hat Napoleon bewirtet und mit Kleopatra getanzt. Zumindest haben wir das gehört. Der legendäre Lord ist der Vater vieler Entdeckungen und Somersby Apple Original die spektakulärste von allen. Der alkoholhaltige Apfel-Drink hat schnell den Ruf

erhalten, unter den Menschen Freude und ein sonniges Zusammensein zu verbreiten. Erfundene Geschichte, echte Erfrischung! Und wahr ist, dass Sie als Schweizer Gastronom Somersby Apple Original ab 1. April bei Feldschlösschen bestellen können.

Bitte umblättern





Interview mit Lord Somersby

Er hat das Tanzen, den Weltfrieden und den erfrischenden Somersby Apple Original erfunden. DURST sprach mit Lord Somersby, der schon seit 1749 im Apfelgeschäft ist.

Lord Somersby, Sie haben schon viel erlebt...

...und ich werde auch noch viel erleben. Anno 1249 for example verwendete ich Somersby, um den Weltfrieden zu erfinden.

Ein halbes Jahrtausend später wurden Sie dann Geschäftsmann.

Oh yes, im Apple Business bin ich schon seit 1749. Damals entdeckte ich auf meinem Somersby-Anwesen einen ganz besonderen Apfelbaum und wusste sofort: Mit diesen Äpfeln lässt sich ein vorzüglicher Drink herstellen. I swear: Wir produzieren wirklich wundervolle Getränke.

Es wird erzählt, auch Lincoln, Kleopatra und Napoleon hätten die legendären Partys auf Ihrem Anwesen besucht.

Wenn Sie das so gehört haben, wird es ja wohl stimmen... By the way: Im Jahr 1735 bin ich auf

einer erschreckend langweiligen Party auf einem Eiswürfel ausgerutscht und habe dabei das Tanzen erfunden.

Eis scheint es Ihnen ja ganz besonders angetan zu haben.

Bei einer Nordpolexpedition im Jahre 1869 war ich the first human being, der Eis entdeckte. This is wirklich amazing, denn mein Somersby Apple Original schmeckt uns allen eisgekühlt am besten.

«The Swiss people wird den Somersby Apple Original lieben.»

Und jetzt bringen Sie diesen erfrischenden Apfel-Drink mit 4,5 Vol. % Alkohol in die Schweiz?

I'm sure, the Swiss people wird meinen Somersby Apple Original auf Anhieb lieben. Und weil ihr ja bekanntlich ein eigenständiges Völkchen in the wonderful mountains seid, habe ich den Apple Original speziell auf euren auserlesenen Geschmack angepasst. Cheers!



Lord Somersby präsentiert den Somersby Apple Original.

Besuchen Sie Lord Somersby im Internet

Diese Video-Clips müssen Sie einfach sehen! Kurz vor seiner Reise mit dem Ballon über den Ärmelkanal und die Alpen hat Lord Somersby eine Schweizer Homepage eingerichtet. Dort erfahren Sie natürlich auch alles zu Somersby Apple Original.

www.somersby.ch

www.facebook.com/somersby

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

Erfrischend anders

Somersby jetzt bestellen und von Gratis-Werbemitteln profitieren

Dieser Sommer wird Somersby: Der erfrischend andere Apfel-Drink mit 4,5 Vol. % Alkohol bringt sonnige Momente und ein heiteres Umsatzplus in Ihr Lokal und auf Ihre Terrasse. Wenn Sie Somersby Apple Original ab 1. April bestellen, schenken wir Ihnen nebst anderen Werbemitteln auch den Somersby Yard mit Hitpotenzial.

Seien Sie offen für Neues und erfrischen Sie Ihren Umsatz: Somersby Apple Original ist ein Muss für jedes Pub und eine Bereicherung für alle Lokale.

Der Schweizer Geschmack

Die Marke Somersby...

- ...ist aufgeschlossen und entspannt
- ...hebt sich von der Masse ab, ohne rebellisch zu sein
- ...sucht, entdeckt und beschreitet neue Wege.

Der international erfolgreiche Apfel-Drink ist dem Schweizer Geschmack angepasst worden und bei uns noch erfrischender. Er basiert auf natürlichen Zutaten und beinhaltet keine künstlichen Süssungsmittel, Farbstoffe und Aromen.

Die ideale Ergänzung

Somersby Apple Original ist die ideale Ergänzung für Ihr Portfolio. 2010 war der alkoholhaltige Apfel-Drink schon einmal für kurze Zeit erhältlich. Viele Feldschlöss-

chen-Kunden schwärmen noch heute von Somersby und freuen sich über die definitive Markteinführung (vgl. Seite 15).

Die perfekten Werbemittel

Für den Somersby Launch haben wir für Sie die ideale Unterstützung für einen reissenden Absatz:

- Somersby Yards (vgl. Artikel unten)
- Bar Runner
- Poster
- Tischaufsteller
- Gläser

Für weitere Auskünfte können Sie ab April Ihren Sales Manager kontaktieren. Er hilft Ihnen gerne weiter. Das Werbematerial ist nur solange Vorrat erhältlich.

Der attraktive TV-Spot

Als Gastronom profitieren Sie auch von verschiedenen Promotionen und natürlich vom attraktiven TV-Spot, der ab Mai der ganzen Schweiz Lust auf Somersby machen wird.



Sonniger Moment der Gemeinsamkeit mit Somersby.

Fünf auf einen Schlag

Der Somersby Yard hat Kultpotenzial und hilft Ihnen, den Absatz zu steigern. Auf dem 1 Yard (0,9144 Meter) langen Brett hat es Platz für fünf Flaschen und fünf Gläser Somersby. «Bitte noch einen Yard!» Diese Bestellung werden Sie von Ihren Gästen bestimmt des Öfftern zu hören bekommen.

Jetzt bestellen!

1.90 CHF

pro Flasche

Somersby Apple Original
Art. 11926
24x33 cl EW Glas

www.myfeldschloessen.ch



Für jeden Kunden
das richtige Format



JETZT BESTELLEN!
myfeldschloesschen.ch

Prestige
Einwegglas 33 cl & 75 cl



Mehrwegglas
50 cl & 100 cl

JETZT IM
NEUEN DESIGN



Wir tun alles für die besten Snacks.



DIE CHIPS-
EXPERTEN



zweifelchips

zweifel.ch



Im Kennedy's Irish Pub in Zürich stösst Geschäftsführer Kris Watkins mit seiner Angestellten Nadine auf den Erfolg mit Somersby an.

Feldschlösschen-Kunden sind begeistert

«In unserem Pub wird Somersby bestimmt ein grosser Erfolg»

Viele Feldschlösschen-Kunden freuen sich auf Somersby Apple Original. Sie sind überzeugt: Ihre Gäste werden den alkoholhaltigen Apfel-Drink lieben.

KENNEDY'S IRISH PUB IN ZÜRICH

Kris Watkins: «Somersby passt perfekt in ein Pub und wird bei uns bestimmt ein grosser Erfolg. Mir gefallen auch das Marketing und die Werbemittel dieses Brands. An unseren gros-

Entspannt und gut gelaunt mit Somersby Apple Original.

sen Tischen werden viele Gäste gleich einen Yard Somersby bestellen, also fünf Flaschen auf einmal. Ein Plus von Somersby ist auch, dass es etwas süsser schmeckt als klassischer Most und damit bei Frauen sehr gut ankommt.»

LA CIGOGNE + ZEUS BAR IN DELSBERG

Marianne Koller: «Bei uns war Somersby schon vor zwei Jahren ein Riesenerfolg. Die Gäste bestellten den Apfel-Drink viel und gerne. Sie lobten vor allem den Geschmack und das Aroma. Die meisten unserer Gäste waren enttäuscht, als der Drink wieder vom Markt genommen wurde. Jetzt warten sie ungeduldig, bis wir ihnen Somersby wieder anbieten können. Ich bin schon jetzt überzeugt: Der Erfolg ist garantiert.»

3-SIDE BAR IN MOUTIER

Marjorie Vogel Mast: «Als wir Somersby vor ein paar Jahren nach nur kurzer Zeit nicht mehr im Sortiment hatten, suchte ich auf dem



«Somersby ist einmalig und war bei uns ein Renner.»

Marjorie Vogel Mast, 3-Side Bar

Markt vergebens nach einem passenden Ersatz. Doch Somersby ist einmalig und war bei uns ein Renner. Ob jung oder alt: Alle waren begeistert von diesem Drink mit seinem erfrischenden Aroma. Ich freue mich riesig, dass ich meinen Gästen Somersby wieder anbieten kann.»



Weltcup-Riesenslalom in Adelboden

Kunden geniessen Skifest am Chuenis

Über einen Schweizer Sieg konnten sie sich nicht freuen, Carlo Janka belegte als bester Fahrer von Swiss Ski bloss den 20. Rang. Trotzdem genossen die Kunden das Skifest am Chuenisbärgli. Feldschlösschen hatte sie zum traditionellen Riesenslalom in Adelboden eingeladen. Wie am Lauberhorn ist man in Adelboden mit dem Brand Carlsberg präsent.

Am schwierigsten «Riesen»-Hang der Welt setzte sich Felix Neureuther (De) durch. 30 000 Zuschauerinnen und Zuschauer mit Hunderten von Schweizer Fahnen sorgten dafür, dass der Riesenslalom in Adelboden trotz diskreter Schweizer Leistungen ein stimmungsvolles Sportspektakel war.



Kein Schweizer Sieg, aber viele Schweizer Fahnen: Weltcup-Stimmung 2014 in Adelboden.



Fredy Fuchs (Ambassador und Ehrenmitglied Internationale Lauberhornrennen), Hans-Rudolf Regez (Regional Sales Manager Feldschlösschen) und Peter Wille (OK-Präsident Skiweltcup Adelboden).



Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz.



Ursula Krebs (Turm, Thun) und René Niederhauser (Sales Manager, Feldschlösschen).



Rolf Siegrist (Pers... land) mit Manuela... Director Feldschlöss...



Margrit und Peter Toutvent (Toutvent AG).



Alex Reichen (Hotel Restaurant Kreuz, Konolfingen), Daniel Spring (Spitex, Bern) und René Duss (Hotel Sporting, Marbach).



Daniela und Corinne Schlapbach (Rossgagupintli, Steffisburg) mit Chantal Brönnimann und Milena Frei (Altjahrwoche, Schwarzenburg).



Christoph M... Thun).

bärgli



Christian Neureuther auf dem Weg zum Riesenslalom-Sieg am Chuenisbärgli.



onalleiter Intema Group Switzer- und Ulrich Reinhard (Area Sales sschen).



Meyer und Nick Reinhard (Playoff).



Feldschlösschen-Kunde Fredy Fischer (Stadtgarten, Wangen a/A, unten links) mit seinen Bättlerchuchi-Häxle sowie den Sales Managern Wolfgang Wenger und Martin Jossen.

Belalp Hexe

Der Zaubertrank heisst Carlsberg

Rund 1500 Hexen aus dem In- und Ausland trafen sich auf der Belalp und genossen eine verrückte Woche im Schnee. Mit dem Wetter war es bei der 32. Auflage dieses bunten Events wie verhext: Mal schneite es, mal schien die Sonne, ab und zu kam der Nebel. Feldschlösschen lieferte als Partner der Belalp-Hexe nebst vielen anderen Getränken auch den heiss begehrten Zaubertrank: Carlsberg.

www.belalphexe.ch



Diese gut gelaunten Kupferhexen sind aus Karlsruhe angereist.



Die Bebbi-Häxle aus Basel mit viel Farbe im Haar.



Die Fasnachtshexen im Nebel.



Der Eingang zum Kinderparadies.

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.feldschloesschen.com

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:
Achter Jahrgang

Auflage

Deutsch 24000
Französisch 10000
Italienisch 2000

Urheberrechte

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


Bildnachweis

Freshfocus, Textension, fotolia.de, Markus Raub, Alfred Gut

DIE KRÖNUNG EINER FREUNDSCHAFT.

Meisterlich kreiert
von Markus, handwerklich
gebraut von Philippe.
Cardinal Brunette.



 Sag' Markus und Philippe
Deine Meinung auf
facebook.com/cardinalbeer





Stéphane Dugué (r.) und Stéphane Stöckli.

Auf ein Bier mit...

STÉPHANE DUGUÉ, GASTRONOM

**Stéphane Stöckli (Sales Manager):
Herr Dugué, welches sind Ihre ersten
Eindrücke vom Cardinal Brunette?**

Stéphane Dugué: Ich bin nicht nur überrascht, ich bin begeistert – auch vom neuen Design der Flasche. Das ist in unserem Restaurant fast eine kleine Revolution. Diese Flasche ist sowohl retro als auch modern. Die Form ist ein sicherer Blickfang für den Konsumenten und strahlt auch einen

Hauch von Nostalgie aus. Zudem hat die Flasche mit 33 cl genau die richtige Grösse, die von unseren Gästen geschätzt wird. Ein Kompliment an die Marketingabteilung von Feldschlösschen! Wir werden das Cardinal Brunette unseren Gästen im Fribourger Restaurant XXe von Anfang an anbieten.

Neben dem «XXe» haben Sie in der Romandie noch vier weitere Gastrobetriebe. Werden Sie das neue Bier auch dort anbieten?

Natürlich haben wir die Absicht, das neue Bier auch in den anderen Betrieben ins Angebot aufzunehmen. Vorerst machen wir in Fribourg eine Art Testversuch. Ich bin aber felsenfest überzeugt davon, dass Cardinal Brunette auch in unseren Lokalen in Vevey, Bulle, Payerne und Romont ein Verkaufsschlager wird.

Welche Gäste wird das neue Bier vor allem ansprechen?

Unsere Betriebe werden von Gästen aus allen Altersklassen und sozialen

Schichten besucht. Darunter sind natürlich sehr viele Bierliebhaber, die mit Sicherheit Cardinal Brunette probieren werden. Auf deren Urteil sind wir ganz besonders gespannt.

Mit Ihrer langen Berufserfahrung wissen Sie bestimmt ganz genau, was bei den Gästen ankommt?

Ja, mit der Zeit bekommt man so etwas wie ein fast untrügliches Gespür dafür, ob ein neues Produkt ein Erfolg wird und bei den Gästen sofort einschlägt. Ich bin mir nahezu sicher, dass ich beim Cardinal Brunette mit meinem Optimismus nicht falsch liege.

STÉPHANE DUGUÉ

Stéphane Dugué verfügt über 15 Jahre Erfahrung in der Gastronomie und führt heute in der Westschweiz vier Restaurants. Er ist seit vielen Jahren Kunde von Feldschlösschen und schätzt die professionelle Betreuung.

Auch nüchtern betrachtet eine gute Wahl.



DIE NEUEN FORD **TRANSIT**



Go Further

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».

Direktkontakt Toweb GmbH unter: Telefon +41 43 497 93 20, E-Mail support@toweb.ch Stichwort: «Feldschlösschen»

Wettbewerb – zu gewinnen:

Revolutionärer Draught Master™ für die Hopfenperle

Perfekte Qualität, maximale Haltbarkeit und minimale Betriebskosten: Der neue Draught Master™ für die Feldschlösschen Hopfenperle bietet Ihnen als Gastronom viele Vorteile. Sie können ihn jetzt zum Sonderpreis bestellen oder im DURST-Wettbewerb gewinnen.

Der Draught Master™ fasst 10 Liter Feldschlösschen Hopfenperle – und diese 33 Stangen bleiben einen ganzen Monat lang frisch! Damit ist dieses neue Fassbiersystem ideal für Campingplätze, Berghütten, Vereine, Festgesellschaften, Unternehmen etc. Die kleine Offenausschankeanlage hat grosse Vorteile:

• **Qualität:** Die Technologie Draught Master™ garantiert höchste Offenbierqualität. Der Kühlmechanismus sorgt dafür, dass das Bier stets die optimale Temperatur hat. Sie können die Temperatur auch selbst einstellen.

• **Haltbarkeit:** Dank dem geschlossenen System sind die angestochenen Fässer 31 Tage haltbar. Die noch nicht angestochenen Fässer können bis zu sechs Monate gelagert werden.

• **Ersparnis:** Ein bisschen Strom, ansonsten verursacht der Draught Master™ keine Betriebskosten.

• **Convenience:** Der Draught Master™ ist schnell in Betrieb zu nehmen und dank des Trainings durch den Feldschlösschen Gastroservice einfach zu bedienen.

• **Differenzierung:** Gegenüber der Konkurrenz können Sie sich sowohl mit dem



Kleines Gerät mit grossen Vorteilen: der neue Draught Master™.

Draught Master™ als auch mit der Feldschlösschen Hopfenperle klar abgrenzen.

• **Garantie:** Feldschlösschen gewährt eine umfassende Garantie von 2 Jahren. Sollten unerwartet Probleme auftreten, steht Ihnen unser professioneller Gastroservice zur Seite.

• **Werbemittel:** Sie erhalten zum Draught Master™ ein attraktives Werbe-Set, das auch 12 Gläser beinhaltet.

• **Umwelt:** Die Einweg-PET-Fässer sind recycelbar.

So machen Sie mit

Beantworten Sie diese Frage:

Wie lange ist die Feldschlösschen Hopfenperle im neuen Draught Master™ haltbar?

a) 11 Tage b) 21 Tage c) 31 Tage

Senden Sie die Lösung und Ihre Kontaktdaten per Fax an **058 123 42 80** oder per E-Mail an **durst@fgg.ch**. Zu gewinnen gibt es ein Exemplar des neuen und revolutionären Draught Master™.

Einsendeschluss ist der 10. März 2014

Jetzt für 250 statt 500 Franken bestellen

Den Draught Master™ (Artikelnummer 11924) können Sie jetzt zum Sonderpreis von 250 statt 500 Franken bestellen.

Im Internet: myfeldschloesschen.ch

Per Telefon: 0848 80 50 10

Per Fax: 0848 80 50 11

Haben Sie noch Fragen?

Dann wenden Sie sich an Ihren Sales Manager. Er hilft Ihnen gerne.

Wettbewerbsgewinner DURST Januar 2014

Je zwei Tickets «Clubzelt/Tribüne» inklusive Eintritt ins Clubzelt mit Gratissnacks, Getränken und Stehlunch für den Weltcup-Riesenslalom in Adelboden gewonnen haben **Hans-Ueli Leisi**, Hôtel-Restaurant de la Gare, 1786 Sugiez-Vully und **Olivier Telschow**, Garten-Bistro, 4702 Oensingen.





Schmeckt wie frisch vom Baum.

RAUCH Fruchtsäfte bietet attraktive Trendsorten für Ihre Gäste.

Bitte grosse Preisaktion im HT-Flash März 2014 beachten!



NEU!
im Sortiment



NEU!
im Sortiment



Neu:
happy day
Maracuja
und Rauch
Schwarze
Johannisbeere



Im Quellenhof beginnen auch die Lebensgeister wieder zu sprudeln

Das Klima ist mediterran, die Wellness- und Spa-Oase riesig: Das Sport- und Wellness-Resort Quellenhof bei Meran ist die grösste Freizeitanlage im Südtirol. Hier können die Gäste so richtig die Seele baumeln lassen und Bier von Feldschlösschen geniessen.

Ob alleine, als Liebespaar, als Familie mit Kindern oder als älteres Gespann mit hohen Ansprüchen: Der «Quellenhof» erfüllt alle Wünsche auf höchstem Niveau. Hier ist der Gast tatsächlich König. «Nein, geht nicht» gibt es in diesem Hotel nicht. Besitzer wie Angestellte, die teilweise seit vielen Jahren im Betrieb mitarbeiten, sind alle mit viel Herzblut dabei.

Viele Auszeichnungen

Kein Wunder, heimst das grösste Freizeitparadies im Südtirol immer wieder Awards von den verschiedensten Institutionen, Reiseveranstaltern und Gästen ein – als Familien- oder Sporthotel, als Wellness-Oase oder als «Spa of the Year». «Die schönsten Auszeichnungen sind jene, die wir von den Gästen erhalten. Sie zeigen uns, dass wir ihre Bedürfnisse erfüllen und ihnen einen schönen Aufenthalt bieten konnten», sagt Heinrich Dorfer, Chef und Inhaber des Quellenhofs.

Bier von Feldschlösschen

Das Angebot der fünf zum Resort gehörenden Hotels ist einmalig im Südtirol. Es umfasst eine 8000 m² grosse Wellness- und Spa-Oase mit sieben Pools und einem Schwimmteich, einen Golfplatz, Tennisplätze, eine Reithalle, Fitnessräume, einen Kinderclub mit professioneller Betreuung sowie ein Beauty- und Medical-Center. Dies alles ist eingebettet in eine wunderschöne Region mit mediterranem Klima und Rad- und Wanderwegen.

Weil man im «Quellenhof» weiss, was gut ist, verwöhnt man die Gäste mit Bier von Feldschlösschen. Im Offenausschank gibt es Feldschlösschen Hopfenperle und in der Flasche Feldschlösschen Dunkle Perle und Amber sowie Feldschlösschen Premium.

www.quellenhof.it



Perfekte Erholung im Südtirol: Sport- und Wellness-Resort Quellenhof.



Gewinnen Sie einen Aufenthalt im Quellenhof

Gewinnen Sie zwei Übernachtungen für zwei Personen im Doppelzimmer inklusive Verwöhn-Halbpension, Wellness & Spa und allen Inklusiv-Leistungen des Quellenhofs.

SO MACHEN SIE MIT

Beantworten Sie folgende Frage:

Wie gross ist die Wellness- & Spa-Oase des Quellenhofs?

Senden Sie die Lösung und Ihre Kontaktdaten per Fax an **058 123 42 80** oder per E-Mail an **durst@fgg.ch**

Einsendeschluss ist der 10. März 2014





PFLEGEN SIE DIE KUNST
des GENIESSENS.



Live in Italian

Erleben Sie die Geschichte auf youtube.com/SanPellegrinoTV





OK-Koordinator und Feldschlösschen-Kunde Robert Eichmann (links) stösst mit Sales Manager Patrick Lüthi auf den Event an.

Jazz & Blues Days

Bill Haleys Tochter live in Beringen

Drei Generationen rocken, bluesen und jazen am 29. und 30. März die Zimmerberghalle: 26 Jahre nach ihrer Premiere sind die Beringer Jazz & Blues Days über die Landesgrenzen hinaus bekannt.

Den Event stark geprägt hat Feldschlösschen-Kunde Robert Eichmann, der in Neuhausen «Robi's Italian Bar Enoteca» führt. «Wir feiern 60 Jahre Rock 'n' Roll und sind stolz darauf, dass Bill Haley's Comets nach Beringen kommen», sagt der OK-Koordinator. Auch der 1981 verstorbene Bill Haley (Rock Around the Clock) hätte seine helle

Freude an den Comets, bei denen seine Tochter Gina Haley und sein einstiger Gitarrist Bill Turner mittun.

In Beringen kommt auch der Nachwuchs nicht zu kurz: Zum zweiten Mal wird der Jugendmusikpreis vergeben. Er geht an die Blues Kids aus Baden.

Festivalbier Cardinal

Als Eventpartner liefert Feldschlösschen das Festivalbier Cardinal und fast alle anderen Getränke. OK-Koordinator Robert Eichmann: «Dank seiner grossen Event-Erfahrung trägt Feldschlösschen viel zum Gelingen des Anlasses bei.»

www.beringer-jazz-and-bluesdays.ch



Rock 'n' Roll-Geschichte: Bill Haley's Comets spielen in Beringen.

Feldschlösschen Academy

So ist bei Ihnen alles glasklar

Ungetrübter Biergenuss hat viel mit der Pflege der Gläser zu tun. In der Feldschlösschen Academy auf myfeldschloesschen.ch erfahren Sie, wie man die Gläser richtig putzt.

Der Schaum auf dem Bier wird nur dann zum Traum, wenn das Glas richtig geputzt worden ist. Wenn der Schaum in groben Blasen zerfällt, dann ist Fett ins Glas gelangt. Wenn wiederum der Schaum nicht an der Glaswand haftet und abrutscht, dann liegt das meistens an den waschaktiven Substanzen.

Alles, was das Glas begehrt

Die Feldschlösschen Academy hat für Sie wertvolle Tipps parat. Zum Beispiel, dass Sie die Biergläser nicht mit Essensgeschirr waschen sollten. Oder dass Sie es bei der Maschinenreinigung mit Glanzmittel nicht übertreiben sollten. Wer von Hand wäscht, sollte die Gläser zuerst mit heissem Wasser spülen und danach mit kaltem Wasser nachspülen.

Markengläser unterstützen Geschmack

Übrigens: Markengläser für die verschiedenen Biersorten unterstützen mit ihren individuellen Formen den jeweiligen Geschmack des Bieres und helfen, eine perfekte Bierkrone zu formen.

myfeldschloesschen.ch



Gläser

Alles, was das Glas begehrt.

Markengläser für die verschiedenen Biersorten unterstützen durch ihre individuellen Formen den jeweiligen Geschmack und helfen, eine schöne Bierkrone zu formen.

MASCHINENREINIGUNGEN

- Die Biergläser wenn möglich separat und **nicht** mit Essensgeschirr waschen.
- Kaffeemaschinen haben oft much Fettsäure vom Kaffee, die auf die Biergläser übertragen können und so die Schaumentwicklung beeinträchtigen.
- Bei den Maschinenreinigungen darauf achten, dass nicht zu viel Chemikalien freigesetzt sind. Diese Einwirkung erfolgt aber meistens durch den Maschinen-Hersteller.

REINIGUNG MIT DER HAND

- Reinigen Sie Gläser **wirksam** mit **heissem Wasser** und **nicht** zu viel Spülmittel.
- Spülen Sie die Gläser mit **kaltem Leitungswasser** nach.

- Halten Sie das Glas nach unten gegen das Licht um sich zu vergewissern, dass es völlig frei von Fett- und Spülmittelrückständen ist.
- Das Glas **trocknen**, wenn Wasser gleichmäßig abtropft lassen gleichmäßigen Wasserfilm antrocknen.
- Stellen Sie die Gläser **mit der Öffnung nach unten** auf ein Abtropfgitter oder Abtropfmittel, damit das Glas trocknen kann.
- Servieren Sie **unverunreinigtes** Bier **direkt** aus den **belegten** Markengläsern. So vermittelt Sie Ihrem Gast eine **hohe Wertigkeit** und er wird **gerne** besten sein, **mehr zu trinken**.

FELDSCHLÖSSCHEN

Alles, was Sie für die perfekte Gläserpflege wissen müssen: Besuchen Sie auf myfeldschloesschen.ch die Feldschlösschen Academy.

Best of Swiss Gastro

Warum **Frau Gerolds Garten** bei der Award-Verleihung triumphierte

Am Fuss des Zürcher Prime-Tower hat Frau Gerold im Sommer 2012 erstmals ihre Tore geöffnet. Der Nutzgarten, die frische Küche, Shops, Kunst und bunte Anlässe sind die Grundpfeiler dieses urbanen Gastronomie-Konzepts. Bei Best of Swiss Gastro konnte Katja Weber dafür den Hauptpreis entgegennehmen. DURST sprach mit der Mitinhaberin über das Erfolgsrezept von «Frau Gerolds Garten».

Warum ist «Frau Gerolds Garten» derart erfolgreich?

Alles, was bei Frau Gerold vordergründig improvisiert aussieht, erfordert professionelle Prozesse und ein gutes Team. Am Anfang spielte der Überraschungseffekt, die Gäste hatten ein solches Konzept nicht erwartet. Danach haben wir das Konzept kontinuierlich angepasst und auf nachhaltige Qualität gesetzt. Von Kunst über Möbel bis hin zu Gartenelementen gibt es immer wieder Neuerungen.

Wie wichtig ist das Urban Gardening?

Der Garten, in dem wir Kräuter, Gemüse, Obst und Salate anpflanzen, ist das Herz des Konzeptes. Auch wenn er im Trubel eines Abends etwas in den Hintergrund rückt, ist uns der Anbau und das damit verbundene Statement für lokalen Anbau sehr wichtig.

Gärtnern auch die Gäste?

Theoretisch kann jeder aktiv werden. Gartentage und

Workshops laden dazu ein. Mittlerweile hat sich eine kleine regelmässige Community um unser Garten-Team geschart, die uns unterstützt und entlastet. Ausserdem gibt es einige Beete, die ganz an Gäste vermietet werden.

«Der Garten ist das Herz des Konzeptes.»

Was macht Frau Gerold eigentlich im Winter?

Wir haben neu ein Chalet gebaut, das mit Cheminée, Sofas und einem breiten Fondue-Angebot einen Rückzugsort während der kalten Jahreszeit bietet. Wir sind megastolz auf die kleine Hütte, die dem Betrieb nochmals eine ganz neue Perspektive gibt und bei den Gästen ausserordentlich gut ankommt.

Haben Sie Outdoor-Tipps für Gastronomen?

Ich empfehle ihnen vor allem ein grosses Dach

(lacht). Das wechselnde Wetter tut den Pflanzen natürlich gut, ist für die Planung aber anspruchsvoll. Meiner Meinung nach ist es wichtig, mit vielen Details Atmosphäre zu schaffen, ohne überdesignt zu erscheinen. Wir haben wohl vor allem das gemacht, was uns selbst gefällt. Das lässt sich natürlich nicht immer alles umsetzen, ist aber sicher ein guter Indikator.

Sie haben bei Best of Swiss Gastro den Master- und Outdoor-Preis gewonnen. Was bedeutet Ihnen dieser Preis?

Wir haben uns sehr über die Auszeichnung gefreut. Sie zeigt uns, dass wir in die richtige Richtung gegangen sind. Der Bau war für die Stadt Zürich neu, wir mussten eng mit den Behörden zusammenarbeiten. Und wir haben sehr viel selbst gemacht – von den Entwürfen bis hin zu Baggerarbeiten und handwerklichen Tätigkeiten. Da steckt ganz viel von uns allen drin.



Katja Weber (links) mit Moderatorin Melanie Winiger auf der Bühne bei der Award-Verleihung von Best of Swiss Gastro in Basel.



Viel Grün mitten in der Stadt: Frau Gerolds Garten in Zürich.

Best of Swiss Gastro 2014 – die Gewinner

- **Master und Outdoor:** Frau Gerolds Garten, Zürich.
- **Trend:** OX Restaurant & Grill, Interlaken.
- **Classic:** Anker, Teufen.
- **Activity:** Restaurant im Wildnispark Langenberg, Langnau am Albis.
- **Gourmet:** Tentazioni, Cavigliano.
- **Bar & Nightlife:** Einfach, Zürich.
- **On the Move:** Pfifferling Deli, Basel.
- **Business & Care:** Google Cafes, Zürich.
- **Coffee:** Café Lang, Zürich.

www.bestofswissgastro.ch

20 Jahre Bühnenjubiläum

Stefan Roos feiert mit Feldschlösschen



Stimmungssänger Stefan Roos.

2009 hat er den Schweizer Final des «Grand Prix der Volksmusik» gewonnen. 2014 feiert Stefan Roos 20 Jahre Bühnenjubiläum. Wenn sich seine Fans am 22. März in Bad Ragaz treffen, sind «Die fidelen Mölltaler», «Oesch's die Dritten» und Marc Pircher dabei.

«Ein Stück Heimat»

Für die heisse Stimmung sorgen die Musiker auf der Bühne, die kalten Getränke liefert Feldschlösschen. Stefan Roos: «Ich bin beeindruckt, wie perfekt und unkompliziert die Partnerschaft mit Feldschlösschen



Plakat für das Jubiläumsfest.

läuft. Sales Manager Jürg Felix arbeitet mit viel Herzblut und kümmert sich um alles. Ich freue mich riesig, dass Feldschlösschen einen

so wichtigen Beitrag zum Gelingen meines grossen Bühnenjubiläums leistet.»

Vorverkauf läuft

Für ihn sei Feldschlösschen «ein Stück Heimat», sagt Stefan Roos. «Mein Onkel hat in Bad Ragaz 20 Jahre ein Restaurant geführt. Dort lernte ich das Schweizer Bier aus Rheinfelden kennen und schätzen.» Der Ticket-Vorverkauf für das «Stefan-Roos-Fest» in Bad Ragaz läuft. Karten bestellen kann man per Telefon (071 622 82 64) oder per Mail (info@stefanroos.ch). www.stefanroos.ch

Brauerei, Herzogenbuchsee

Bier und Fleisch sind in

Das Restaurant Brauerei ist in Herzogenbuchsee seit Jahrzehnten eine Institution. Neu führen Ilda Meskovic und Dural Baydan das Lokal mitten im Dorf. Sie ist in einer Gastromomenfamilie aufgewachsen und er seit 24 Jahren in der Gastronomie tätig.

und dem Amber sowie Schneider Weisse stehen drei Offenbiere zur Auswahl. «Ich arbeite schon ewig mit Feldschlösschen zusammen. Die Leute lieben dieses Bier und der Service ist einfach perfekt», erzählt Dural Baydan.



Ein treuer Kunde

«Die «Brau» ist bekannt für Bier und Fleisch», sagt Dural Baydan. Er verwöhnt die Gäste mit acht verschiedenen Cordons bleus und Fleischfondues. Auch die riesigen Pizzen sind beliebt. Mit dem Feldschlösschen Original



Dural Baydan beim Pizzabacken und mit Kollegin Ilda Meskovic.



Die neuen Gastgeber im Quartierrestaurant «GrüneBode».

GrüneBode, Kriens

Ein frischer Wind

Im «GrüneBode» in Kriens soll man wieder «richtig gut essen» können, sagt Jost Hammer. Seit der Wiedereröffnung ist der Unternehmer Pächter des Quartierrestaurants. Geführt wird der neue «GrüneBode» von seiner Schwester Marianne Waser und seiner Gattin Rosalie Hammer. «Frisch, regional, saisonal: Das ist das Motto des neuen Teams im «GrüneBode». Jost Hammer: «Wir bieten eine ehrliche Gastronomie zu fairen Preisen an.» Das

Lokal wurde renoviert und pflegt eine gutbürgerliche Küche. Es gibt ein «Raucherstübli» und Musikabende im Jazz- und Bluesbereich.

Lob für Feldschlösschen

Im Offenausschank gibt es Feldschlösschen Original und Amber. «Feldschlösschen hat uns bei der Eröffnung stark geholfen», sagt Jost Hammer. Die Chemie mit den Leuten von Feldschlösschen habe «von Anfang an gestimmt».

www.gruenebode-kriens.ch

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.**

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



Direktkontakt Monsoon Networks AG unter: Telefon +41 43 500 04 70, E-Mail: info@monsoon.net Stichwort: «Feldschlösschen»



Schneider Weisse Gourmet Akademie

Inspiration für Ihre Speisekarte



Susanne Hecht von Schneider Weisse lehrt Schweizer Gourmetköche das Kochen mit dem Weissbier.

«Auf die Zutaten kommt es an», sagte sich der Gründer von Schneider Weisse, Georg I. Schneider, und entwickelte 1872 eine so gut abgestimmte Rezeptur, dass das Weissbier heute weltweit bekannt und beliebt ist. Nach demselben Grundsatz bildet Schneider Weisse heute Gourmetköche weiter. Sie lernen, wie man mit den Produkten von Schneider Weisse perfekte Menüs zaubert.

Gourmetköche aus aller Welt haben bereits am ausgefeilten «Beer & Food»-Programm von Schneider Weisse teilgenommen. Im Oktober 2013 wurden erstmals Spitzen-gastronomen aus der Schweiz in die «Schneider Weisse Gourmet Akademie» eingeladen. Acht Köche sind dem Ruf von Susanne Hecht, Exportmanagerin von Schneider Weisse, gefolgt. Sie konnten in Kelheim während zwei Tagen ihr Wissen rund ums Bier erweitern und erhielten frische Inspirationen zur Gestaltung ihrer Speisekarte.

Für Gastronom und Gast

Das Programm kam gut an: Die Gastronomen übernahmen das Gelernte in ihre tägliche Arbeit. Wie etwa Tobias Jochim, Küchenchef im Tschuggen Grand Hotel in Arosa (vgl. Interview im Kasten unten rechts).



Zehn Gewinner eines Schneider-Weisse-Wettbewerbs konnten sich dann direkt vom neuen Angebot überzeugen – und waren alle begeistert. Das beweist: Die «Schneider Weisse Gourmet Akademie» inspiriert nicht nur die Gastronomen, sondern bringt auch deren Gästen viel Genuss.

Ausgefallene Menüs

Die Konsumentinnen und Konsumenten interessieren sich immer mehr für Bierspezialitäten. Mit dem Wissen aus der Akademie werden die Gastronomen dem wachsenden Bedürfnis der Gäste gerecht und können ihnen vollkommen neue und ausgefallene Menüs anbieten.

Die Akademie bietet

- ein attraktives Weiterbildungsangebot für interessierte Gastronomen.

Welches Bier zu welcher Mahlzeit?

Schneider Weisse Unser Original passt besonders gut zu Schweinebraten, Fleischkäse und Bratwurst

Schneider Weisse Mein Blondes passt besonders gut zu Salat, mediterranen Gemüsegerichten, Weisswurst und Zvieri-Teller

Schneider Weisse Unser Aventinus passt besonders gut zu deftigen Braten und Grillspeisen

Schneider Weisse Mein Kristall passt besonders gut zu Fisch und Käsegerichten

«Bei uns gibt es Weissbier zum Frühstück»



Tobias Jochim, Küchenchef im Tschuggen Grand Hotel Arosa

Warum haben Sie an der «Schneider Weisse Gourmet Akademie» teilgenommen?

Das Motto von Georg I. Schneider «Auf die Zutaten kommt es an» ist auch mein Credo. Für mich war es interessant, mehr über die Kombination von hochcharakterisierten Getränken wie Weissbier und Essen zu erfahren. Das Programm bietet das perfekte Portfolio, um in die Tiefe zu gehen.

Wie setzen Sie das Gelernte im Betrieb um?

Ich brauche Schneider Weisse zum Kochen, in der Pâtisserie, für Saucen oder Fleisch. Jetzt sind wir noch facettenreicher geworden und haben etwa unser Frühstücksbuffet erweitert: Zur Weisswurst gibt es 1dl «Unser Aventinus». Ein Alleinstellungsmerkmal – das findet man hier sonst nirgends.

Wie kommt das bei Ihren Gästen an?

Sehr gut! Vor allem bei unseren deutschen Gästen, weil Weissbier in der Schweiz nicht das Topthema ist. Viele Gäste kennen die grosse Bandbreite von Weissbier gar nicht. Es lohnt sich, mehr daraus zu machen.

- einen Mehrwert für die Gäste, die spezielle Biermenüs geniessen können.
- einen interessanten Mehrwert für die Gastronomen, die sich mit exklusiven Menüs von der Konkurrenz abheben. Wenn das nicht Grund genug ist, das Programm 2014 erneut durchzuführen!

Feldschlösschen Hopfenperle in der Senfsauce

Der Siedfleischsteller mit Bieraromen

Siedfleischsteller mit Bier-Senf-Sauce

BIER-SENF-SAUCE

Zutaten für 4 Personen

1,5 dl Feldschlösschen Hopfenperle
 10 g Butter
 1 EL gehackte Schalotten
 30 g Senf
 Salz
 Pfeffer

ZUBEREITUNG

Die Butter in einer kleinen Pfanne zergehen lassen und Schalotten dünsten, die Feldschlösschen Hopfenperle hinzufügen und warten, bis sich die Flüssigkeit auf rund 70% reduziert hat. Abkühlen lassen, dann Senf hinzufügen und mit Salz und Pfeffer abschmecken.

SIEDFLEISCHTELLER

Zutaten für 4 Personen

500 g Siedfleisch
 500 g Kalbfleisch vom Hals
 1 kleine Zunge
 500 g Rindsschulter
 1 Poulet
 1 Kochwurst
 1 Selleriestengel
 2 Zwiebeln
 3 Karotten
 2 Zucchetti
 4 Kartoffeln
 Pfeffer
 Salz

ZUBEREITUNG

Fleisch: Eine grosse Pfanne mit viel kaltem Wasser aufkochen. Salz, gehackte Zwiebeln und den Selleriestengel hinzufügen. Sobald das Wasser den Siedepunkt erreicht hat, Pfeffer, Rindsschulter und Siedfleisch zugeben und 15 Minuten einkochen lassen. Nach dem Abschäumen auf kleinem Feuer noch 2 Stunden weiterköcheln. In separaten Pfannen die Zunge, das Kalbfleisch vom Hals, das Poulet und die Kochwurst wie oben erwähnt zubereiten. Sobald alle Zutaten gar sind, im Wasserbad warm halten.

Beilagen: Karotten rüsten und während 15 Minuten dünsten. Zucchetti in kleine Stengel schneiden und 10 Minuten dünsten. Kartoffeln rüsten, schneiden und 20 Minuten dünsten.

Im Ristorante Ideal in Coldrerio werden die Gäste mit speziellen Menüs überrascht. Das Wirtepaar und der Küchenchef präsentieren den Tessiner Siedfleischsteller mit Feldschlösschen Hopfenperle.

Das Wirtepaar Laura und Renato Bazzanella hat das traditionsreiche Ristorante Ideal in Coldrerio vollständig renoviert und mit viel Geschmack eingerichtet. In regelmässigen Abständen überrascht es seine Gäste mit kulinarischen Spezialitäten, die Küchenchef Massimo Mogavero mit viel Können zubereitet. Während der zweiten Winterhälfte und der Fasnachtszeit setzen Renato und Laura Bazzanella auf ihren ganz speziellen Tessiner Siedfleischsteller.

Neue Farben und Aromen

Bier ist der perfekte Begleiter zu dieser Spezialität. Der Küchenchef hat sich zudem entschieden, die Senfsauce mit Bier zuzubereiten. Nach mehreren Versuchen erzielte er ein beachtliches Ergebnis: Die Feldschlösschen Hopfenperle gibt der Sauce eine neue Farbe und bringt ungewohnte Aromen in dieses Gericht. Die leicht spürbaren Bieraromen und der harmonisch eingefügte Senf passen wunderbar zu den verschiedenen Fleischsorten. Die Gäste lieben den Tessiner Siedfleischsteller.



Oben: Laura und Renato Bazzanella und Küchenchef Massimo Mogavero (von links) präsentieren den Siedfleischsteller (unten).

Dazu passt ein Urtrüb

Zum Siedfleischsteller passt das Feldschlösschen Urtrüb. Neben Gerstenmalz enthält es auch Weizen- und Roggenmalz. Mit dieser Mischung ist das Urtrüb der ideale Begleiter für alle Fleischsorten auf dem Siedfleischsteller, für die Senfrüchte und natürlich auch für die Bier-Senfsauce.



Rolf Burkhard, Biersommelier und Leiter Feldschlösschen-Standort Taverna.



Ihr Rezept ist gefragt

Schicken Sie uns Ihr Lieblingsrezept mit Foto an durst@fgg.ch oder an Feldschlösschen Getränke AG, Redaktion DURST, Theophil-Roniger-Strasse, 4310 Rheinfelden. Die originellsten Rezepte werden dann im DURST abgedruckt.

Schicken Sie uns Ihr Bier-Rezept!



BIERLEXIKON

L wie Lagerbier

Unter die Bezeichnung **Lagerbiere** fallen untergärige und mild gehopfte Biere mit einer Stammwürze aus Malz und Hopfen zwischen 10 und 12% und einem Alkoholgehalt zwischen 4,2 und 5,3 Vol. %. Lagerbiere sind die mit Abstand beliebtesten Biere der Schweizerinnen und Schweizer. Im Braujahr 2012/2013 lag der Anteil dieser Biersorte am Gesamtabsatz hierzulande bei stolzen 82,6 Prozent. Angefangen beim Feldschlösschen Original und beim Cardinal Blonde hat Feldschlösschen eine grosse Anzahl Lagerbiere in seinem Angebot.



GASTROWITZ des Monats

Der Lehrer hat ein Glas Bier und ein Glas Leitungswasser vor sich stehen und gibt in beide je einen Wurm. Der Wurm im Bier bewegt sich kurz und stirbt. Der Wurm im Leitungswasser schwimmt fröhlich herum. Der Lehrer fragt: «Kinder, was lernen wir daraus?» Daniel antwortet: «Daraus lernen wir: Wer Bier trinkt, hat keine Würmer.»

Agenda präsentiert von **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

Automobilsalon in Genf und Weltfrauentag

• **Automobilsalon in Genf:** Der Salon in Genf ist traditionell die erste europäische Automesse des Jahres und gehört mittlerweile zu den wichtigsten Automessen der Welt. In diesem Frühling findet er vom 6. bis 16. März zum 84. Mal statt. Auf mehr als 100 000 Quadratmetern werden im Messekomplex Palexpo rund 700 Modelle präsentiert und wie in den Vorjahren rund 700 000 Besucherinnen und Besucher erwartet.

www.salon-auto.ch



Logo des 84. Automobilsalons in Genf.

• **Weltfrauentag:** Der Weltfrauentag hat seine Wurzeln in der Zeit des Ersten Weltkrieges und wird seit 1921 jeweils am 8. März begangen. Nachdem in den Anfängen Themen wie Gleichberechtigung und Wahlrecht für Frauen im Zentrum waren, steht der Weltfrauentag 2014 unter dem Motto «Inspiring Change». Ziel ist es, positive Veränderungen auf allen Ebenen zugunsten der Frauen zu erreichen. Übrigens: Seit 14 Jahren gibt es auch einen Weltmännertag. Er findet am 3. November statt.



Am 8. März ist Weltfrauentag.



Unser Original

Schneider Weisse TAP7 Unser Original

Die ganze Fülle der Weizenwelt passt zu herzhaften Genüssen



Braukunst für Weissbierkenner



www.schneider-weisse.de

**DER ERFRISCHEND ANDERE APFEL-DRINK.
AB 01.04. IM HANDEL.**



Somersby Apple Original ist ein erfrischender Apfel-Drink mit 4,5% Vol. Alkohol und einer raffinierten Kombination aus Apfelsaft und Fruchtw Wein. Erfahren Sie mehr auf www.somersby.ch