



DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen – www.durstzeitung.ch
Nr. 10 | Oktober 2014

Food & Wine Pairing

Perfekte Weine zu Ihren Menüs

VR vetro



Gastronom Markus Wicki:
Darum ist «The Bottle»
eine echte Bereicherung
Seite 10

Mineralwasser

Swiss Premium Selection
für die Hotellerie und die
gehobene Gastronomie

Seite 15

Longdrinks

House Selection Spirits
sind die perfekte Basis
für raffinierte Kreationen

Seite 29

Knüller!

Feldschlösschen
Alkoholfrei

Nettopreis
statt 1.19
MW Harass 24 x 0,33

0.95

Feldschlösschen
Alkoholfrei

Nettopreis
statt 1.44
MW Harass 20 x 0,50

1.20





HALLOWEEN SPECIAL

Bestellen Sie jetzt 3 Trays Dr Pepper.
Die ersten 100 Bestellungen erhalten
kostenlos ein **Halloween-
Dekorationskit**
im Wert von CHF 60.-

Tel.: 0848 805 010

Dr Pepper 4x6x33-cl-Dose, Art. Nr. 11898, CHF 1.18 pro Dose*

DR PEPPER ONE OF A KIND

Das Set enthält 1 Spinnennetz für ca. 30 m², 3 Hexenhüte, 12 Kunststoffeiswürfel mit Insekten, 2 Kürbisgirlanden, 60 Dekospinnen, 6 x 2 m Fledermäuse als Deckenhänger und 20 Tischsteller zur Absatzförderung.

*Es gelten die üblichen Lieferbedingungen der Feldschlösschen Getränke AG, exkl. MWSt und Recyclinggebühr.

Editorial

Profitieren Sie von unserer Weinkompetenz



Liebe Leserinnen, liebe Leser

Bier ist die Kernkompetenz von Feldschlösschen. Wir überraschen unsere Kunden immer wieder mit Innovationen wie dem Feldschlösschen Naturfrisch. Und wir bieten Ihnen als Gastronom eine breite Palette an ausländischen Bieren an. Lesen Sie auf **Seite 26**, warum die Barbershop Bar in Genf dank den US-Bieren der Brooklyn Brewery einen Traumstart hingelegt hat.

Vor einem Jahr haben wir das Weinkonzept «The Bottle» lanciert und unsere Weinkompetenz ausgebaut. Auf **Seite 10** sagt der Gastronom Markus Wicki, wie er seine Gäste dank dem «Food & Wine Pairing» von «The Bottle» mit raffinierten Weinempfehlungen verblüfft. Auf **Seite 13** erfahren Sie zudem, wie Sie sich dank der Bestselleraktion von «EasyWine» eine Traumarge sichern können.

Als kompetenter Getränkepartner der Gastronomie liefern wir Ihnen selbstverständlich auch das passende Mineralwasser. Lesen Sie auf **Seite 15**, warum die Swiss Premium Selection der Marken Rhäzünser und Arkina perfekt sind für die Hotellerie und die gehobene Gastronomie.

Auch in Sachen Hochprozentiges sind Sie bei Feldschlösschen goldrichtig. Auf **Seite 29** erfahren Sie, wie Sie mit unseren House Selection Spirits wunderbare Longdrinks mixen können.

Kilian Furrer, Area Sales Director
Wallis, Tessin und Innerschweiz

IMPRESSUM

DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen
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, Gabriela Bättig,
Martin Jossen, Kevin Suter, Fotolia.de



Wasser 15



Brooklyn 26



Wein 10, 13 & 19



Leise und emissionsfreie Kundenbelieferung: Der Elektro-LKW von Feldschlösschen fährt mit Strom aus Wasserkraft.

Wissenschaftliche Vergleichsstudie der ETH Zürich beweist:

Elektro-LKW schont die Umwelt

Das Unternehmen Feldschlösschen setzt seit September 2013 den ersten 18-Tonnen-Elektro-LKW der Schweizer Firma E-Force One für die Belieferung von Kunden ein. Der LKW fährt mit Strom aus Wasserkraft und verkehrt vor allem im Stadt- und Agglomerationsverkehr. Nach einem Jahr hat die ETH Zürich eine Vergleichsstudie

zwischen dem 18-Tonnen-Elektro-LKW und einem 18-Tonnen-Diesel-Lastwagen durchgeführt.

Stadt: fünfmal weniger Energie

Die Studie zeigt: Im dichten Stadtverkehr und bei kleiner Geschwindigkeit ist der Elektro-LKW besonders effizient: Er verbraucht fünfmal weniger Energie als der Diesel-LKW. Auf der

Autobahn ist der Elektro-LKW immerhin noch 2,2 Mal so energieeffizient wie der Diesel-Lastwagen. Über alle Teststrecken gesehen, beträgt der durchschnittliche Verbrauch des Elektro-LKW 83kWh/100km. Das entspricht einer Dieseläquivalenz von 8,4l/100km und ist nur rund ein Drittel des Verbrauchs des Diesellastwagens. Feld-

schlösschen ist glücklich und stolz, seine Kunden derart nachhaltig beliefern zu können.

Kunden schätzen Elektro-LKW

Eine Umfrage hat ergeben, dass für ein Drittel der mit dem Elektro-LKW belieferten Kunden die umweltschonende Belieferung ein wichtiger Punkt bei der Wahl des Getränkelieferanten ist.



AKTIVES VERKAUFEN



FELDSCHLÖSSCHEN
ACADEMY

WUSTEN SIE, dass 82% der Gäste erst im Lokal entscheiden, was sie trinken möchten?

Tipp des Monats

Erstellen Sie auf myfeldschloessen.ch Ihre ganz persönlichen Bierkarten mit Ihrem Bierangebot und stellen Sie die Bierkarten auf die Tische. So weiss der Gast immer, welche verschiedenen Biere angeboten werden, und ist bestimmt interessiert, einmal etwas Neues auszuprobieren.



WEIN DES MONATS

Prosecco Spumante DOC

VINICOLA SERENA

Der **Prosecco Spumante DOC** begeistert mit einem wunderbar blumigen Auftakt, der einen filigranen und delikaten Prosecco ankündigt. Im Gaumen kräftige Mousse und viel Frische mit fruchtigen Nuancen.

Passt perfekt zu...

Der Prosecco Spumante DOC passt perfekt zu leichten Begleitern beim Apéro und an der Bar.



Jetzt bestellen!

8.50CHF
pro Flasche

Prosecco Spumante
Art. 10941
6x75cl EW Karton

www.myfeldschloessen.ch



Bière riche

Scharf und mit Wild:
herbstliche Jalapeños

Diese Fleischvariante der beliebten «Jalapeño Poppers» vereinigt zünftiges Wildfleisch, scharfe Jalapeños und saftigen Speck. Ein köstlicher Appetizer, der durstig macht.



Jalapeños mit Wildfleisch

ZUTATEN FÜR 6 PORTIONEN: 250 g Wildfleisch (Steak oder Filet), 12 frische Jalapeños, 12 Speckstreifen, 200 g Frischkäse, Salz und Pfeffer.

ZUBEREITUNG: Wildfleisch in Streifen schneiden und nach Belieben marinieren. Jalapeños aufschneiden und entkernen. Je mit einem Streifen Wildfleisch belegen und mit einem Teelöffel Frischkäse bedecken. Mit Speck umhüllen und mit einem Zahnstocher befestigen. Mit Pfeffer und Salz würzen. Beidseitig etwa 10 Minuten anbraten, bis der Speck knusprig ist.

Grapillon

Ist und bleibt so gut

Ein Nektar, noch erfrischender für noch größeren Genuss bei jeder Gelegenheit. Mit einer verjüngten Etikette, die die Lebensfreude und Authentizität der Marke betont: Das ist der neue Grapillon.

Dem berühmten Slogan «c'est si bon» bleibt das reine Naturprodukt treu. Grapillon enthält 100% Traubenzucker, der vom Körper sofort absorbiert und in Energie umgewandelt wird. Damit unterstützt Grapillon körperliche und mentale Hochleistungen. Vom 13.10 bis am 24.10. gibt es den neuen Grapillon im Sonderangebot.



www.grapillon.ch

Jetzt bestellen!

1.38 CHF

pro Flasche

Grapillon Nektar Rot
Art. 10851
30x0.20 MW Glas

www.myfeldschloessen.ch

Jetzt bestellen!

3.39 CHF

pro Flasche

Grapillon Nektar Rot
Art. 10850
30x1.00 MW Glas

www.myfeldschloessen.ch



Eve Hugo

Kultgetränk
in der Flasche

Eve bringt das Kultgetränk «Hugo» neu interpretiert auf den Markt. Mit seiner erfrischend fruchtigen Art und dem leichten Alkoholgehalt ist Hugo wie gemacht für die typische Eve-Konsumentin. Weil das Kultgetränk in der Flasche vor allem Frauen begeistert, die gerne Cocktails und Longdrinks trinken, können Sie mit Eve Hugo ein noch breiteres Segment von Kundinnen ansprechen. Die Kombination aus zarten Holunderblüten, frischen Limetten und Minzblättern wird das ganze Jahr

über gerne getrunken. Der zarte, süsse Duft und die helle, goldene Farbe verführen in der kalten wie der warmen Jahreszeit.

Der neueste Streich von Eve ist limitiert und bis im Frühling 2015 erhältlich.



Jetzt bestellen!

1.97 CHF

pro Flasche

Eve Hugo
Art. 12477 6x4er-Pack

www.myfeldschloessen.ch

Swiss Nightlife Award

Die Show geht mit
Carlsberg weiter

Carlsberg hat seinen Vertrag als Presenting Sponsor des renommierten Swiss Nightlife Award um weitere vier Jahre verlängert. Der Anlass zeichnet die wichtigsten Protagonisten des Schweizer Nachtlebens aus und findet Anfang 2015 bereits zum fünften Mal statt.

«Eine ideale Plattform für Carlsberg

«Der Swiss Nightlife Award ist unser Flaggschiff», sagt Lukas Porro, Leiter Sponsoring & VIP-Events, und fügt an: «Mit Carlsberg haben wir an diesem Topanlass die ideale Plattform, um die Marke im affinen Umfeld erlebbar zu machen und weiter an Glaubwürdigkeit zu gewinnen.»

Carlsberg ist als Partner diverser Partyreihen («Verbier High Five», «Electronica» in Arosa, «Modernity» in Davos etc.) aus dem Schweizer Nachtleben nicht mehr wegzudenken.

www.swissnightlifeaward.com



CARLSBERG LÄDT DICH ZUR WTP-TOUR EIN!

VON SEPT. - NOV.
AN 60 PARTIES!



HOL DIR DEINEN
GRATIS BIERPASS SCHON JETZT!
AUF FACEBOOK.COM/CARLSBERGSWITZERLAND
TOURDATEN AUF WWW.CARLSBERG.CH

Carlsberg
WHERE IS
THE PARTY?
Club Tour

That calls for a Carlsberg

NEU: Eve Hugo

*Die unwiderstehliche Limited Edition inspiriert
vom kultigen Trendgetränk.*



Jetzt
bestellen!

eve
BY CARDINAL

Mit Verantwortung
genießen.





DRINK DES MONATS

Ginger Ale Mint: Unverwechselbar im Geschmack und einfach köstlich

Schweppes Ginger Ale, frische Minzblätter und Eis – fertig ist ein alkoholfreier Drink, der trotz aller Einfachheit mit ausgeklügeltem Geschmack überzeugt.

Mehr als ein Softdrink

Schweppes Ginger Ale gilt nicht umsonst als «Champagner unter den Softdrinks». Sein unverwechselbarer Geschmack basiert vor allem auf den natürlichen Aromen der Ingwer-

wurzel. Das macht den Softdrink, der bereits im Jahr 1870 erfunden wurde, so herrlich erfrischend.

Für extra Minzgeschmack

Und hier noch ein kleiner Tipp für noch mehr Frische: Wenn Sie den «Ginger Ale Mint» mit stärkerem Pfefferminzgeschmack servieren möchten, mixen Sie acht bis zehn Pfefferminzblätter direkt im Glas, bevor Sie den Rest begeben.

Zutaten

20 cl Schweppes Ginger Ale
2 St. Minzweige & Eiswürfel

Zubereitung

Glas mit Minzweigen leicht ausreiben. Die Blätter in das Glas zupfen, Eiswürfel hinzufügen und mit Schweppes Ginger Ale auffüllen.

Jetzt bestellen!

1.14 CHF

pro Flasche

Schweppes
Ginger Ale
Art.10013
30×20cl MW Glas

www.myfeldschloessen.ch



Online-Newsletter für die Gastronomie

Teilnehmer an Umfrage gewinnen fünf iPads

Damit wir unseren geplanten Newsletter für die Gastronomie gezielt auf die Wünsche und Bedürfnisse unserer Kunden ausrichten können, haben wir eine Online-Umfrage durchgeführt. Unter den vielen Teilnehmenden verlost wir fünf iPads im Wert von je 789 Franken.

Feldschlösschen plant die Lancierung eines Online-Newsletters für die Gastronomie. Ziel ist es, alles Neue über Produkte und Aktionen übersichtlich aufzuzeigen. Dank dem Newsletter können Sie als Gastronomiekunde noch gezielter von guten Angeboten profitieren und zusätzlich Zeit sparen.

Angebote und Rabatte

Weil bei uns die Kunden im Mittelpunkt stehen, haben wir unter ihnen eine Umfrage durchgeführt. Diese hatte eine hohe Teilnehmerquote und lieferte unter anderem folgende Ergebnisse:

- Hauptgründe, um einen Newsletter zu lesen, sind interessante Angebote und Rabattvorteile.
- Newsletter werden hauptsächlich am PC oder am Laptop gelesen.
- Fast 50% wünschen den Newsletter einmal im Monat.
- Die Befragten wünschen eine Informationszustellung

per Mail. Auch die Option online (myfeldschloessen.ch) wurde häufig ausgewählt.

Die iPad-Gewinner

Wir danken unseren Kunden für die Teilnahme an der Umfrage. Unter allen Teilnehmenden haben wir fünf iPads Air Wi-Fi + Cellular 32 GB im Wert von je 789 Franken verlost. Das sind die Gewinner:

- **Restaurant Weisses Kreuz** in Mellingen (Maja Gasser)
- **Hotel Walensee Trattoria** in Weesen (Reto Ziegler)
- **Pizzeria Primavera** in Locarno (Giuseppe Salsano)
- **Restaurant de Mategnin** in Meyrin (François Abbe)
- **Restaurant Romantic** in Thun (Patrick Näf).

Sind Sie interessiert?

Sind Sie an unserem neuen Newsletter interessiert? Dann registrieren Sie sich auf myfeldschloessen.ch. Wir freuen uns, Sie künftig auch per Online-Newsletter informieren zu dürfen.



Maja Gasser und Hanspeter Bärswyl (Mitte) vom «Weissen Kreuz» in Mellingen erhalten von Denise Freiermuth (Projektleiterin Online-Newsletter, links) und Luca Sgura (Sales Manager, rechts) das gewonnene iPad.

SCHWEIZER TRADITION AUS DER BÜGELFLASCHE



**JETZT
BESTELLEN!**

FELDSCHLÖSSCHEN
N° A01876
NATURFRISCH

FELDSCHLÖSSCHEN
BÜGEL

FELDSCHLÖSSCHEN
NATURFRISCH
ALC. 5.0% VOL
ERLEBEND, SÜFFIG UND HERRLICH TRÜBE

FELDSCHLÖSSCHEN
BÜGEL
ALC. 4.8% VOL
SEHR WÜRZIG UND HOPFENAROMATISCH

NATURFRISCH
DAS HERRLICH TRÜBE

BÜGEL
DAS CHARAKTER-
VOLLE LAGER

Somersby Apple Original

Nach diesem Sommer ist Somersby endgültig in der Schweiz angekommen

Den ganzen Sommer lang war Lord Somersby in der gesamten Schweiz unterwegs und brachte Konsumenten auf den Geschmack. Auch im Herbst lohnt es sich für Sie, Somersby Apple Original auf die Karte zu setzen. Denn wer Somersby mag, ist offen für Neues zu jeder Jahreszeit.

Von Mai bis August tourte Lord Somersby mit seinen Helferinnen durch die Schweiz und verteilte gratis Somersby-Muster. So konnten mehrere Tausend Konsumentinnen und Konsumenten in der ganzen Schweiz das Apfelgetränk degustieren. Das Feedback war überragend: Somersby Apple Original schmeckt erfrischend anders!

Die Party geht weiter

Parallel zu den Promotionen war Lord Somersby mit dem neuen Somersby-Bus unterwegs und feierte unvergessliche Pop-up-Partys in der ganzen Schweiz. Der Somersby-Bus war eine grosse Attraktion. Im nächsten Jahr geht die Party selbstverständlich weiter. Lord Somersby freut sich jetzt schon auf ein grandioses 2015.



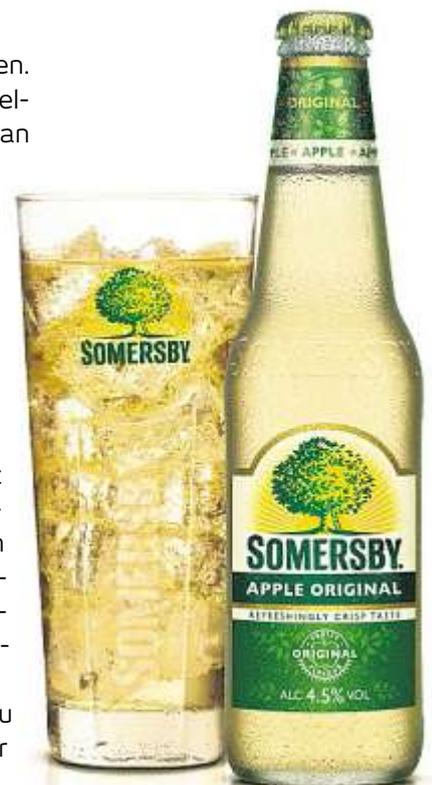
Lord Somersby und seine Helferinnen tourten mit dem Somersby-Bus durch die ganze Schweiz und veranstalteten unvergessliche Pop-up-Partys.

Auch wenn das Wetter in diesem Sommer zu wünschen übrig liess: Lord Somersby brachte mit den Events den Somersby-

Spirit zu den Konsumenten. Wo immer der leichte Apfeldrink serviert wurde, traf man auf Freude, Zusammensein und sonnige Momente. Somersby scheint auf magische Weise aufgeschlossene und gleichgesinnte Menschen anzuziehen.

Das Unerwartete erwarten

Und wer weiss, vielleicht beschert uns der Wettergott ja nach dem durchgezogenen Sommer einen goldenen Herbst mit ungewöhnlich warmen Temperaturen und grosser Lust auf einen erfrischenden Drink wie Somersby. Oder wie Lord Somersby zu sagen pflegt: «Erwarten wir das Unerwartete!»



Seien auch Sie offen für Neues

Somersby Apple Original ist die ideale Ergänzung für Ihr Portfolio. Somersby ist aufgeschlossen und entspannt, hebt sich von der breiten Masse ab ohne rebellisch zu sein, sucht, entdeckt und beschreitet neue Wege.

Seien auch Sie offen für Neues und erfrischen Sie Ihren Umsatz. Mit einem Glas Somersby, über Eis gegossen, schenken Sie Ihren Gästen ein Stück Glück.

Informationen:
www.somersby.ch
www.facebook.com/SomersbySwitzerland

Jetzt bestellen!

1.90 CHF

pro Flasche

Somersby Apple Original
Art. 11926
24x33 cl EW Glas

www.myfeldschloessen.ch



Gastronom Markus Wicki (links) und Feldschlösschen Senior Portfolio Manager Patrick Krapf machen im Hirschen Oberkirch die Probe aufs Exempel. Ihr Urteil: Die Tipps von «The Bottle» sind perfekt, die empfohlenen Weine passen wunderbar zu den Gerichten auf der Speisekarte des Hirschen Oberkirch.

Unser neues Weinkonzept «The Bottle»

Darf es ein Glas mehr sein? Ihre Speisen bestimmen die Weinkarte

Wenn der Wein perfekt zum Essen passt, bestellen die Gäste oft ein Glas oder sogar eine Flasche mehr. Deshalb orientiert sich «The Bottle» an Ihrer Speisekarte. Markus Wicki ist begeistert von den raffinierten Weinempfehlungen, die unser Weinkonzept im Bereich

«Food & Wine Pairing» zu jedem seiner Menüs gibt. Der Gastronom vom Hirschen Oberkirch teilt die Meinung von «The Bottle», dass zu Züri-Gschnätzletem mit Rösti auch ein vollmundiger Weisswein wie der Roero Arneis La Brenta wunderbar harmoniert.

««The Bottle» umfasst viele interessante Weine zu vernünftigen Preisen», sagt Markus Wicki. Der Gastronom führt seit 17 Jahren den Hirschen Oberkirch und ist begeistert vom «Food & Wine Pairing» des Weinkonzepts von Feldschlösschen: «Das ist ein sehr guter Approach, der in der Gastronomie oft zu wenig gelebt wird.»



««The Bottle» hilft uns, den Verkauf zu aktivieren.»

Markus Wicki,
Hirschen Oberkirch

Gast ist offen für «Unkonventionelles»

Mit «The Bottle» empfiehlt das «Hirschen»-Team den Gästen zu den Speisen auf der Karte speziell ausgewählte Weine. Markus Wicki: «Das kommt bei den Gästen gut an und hilft uns, den Verkauf zu aktivieren.» Auch unerwartete Weinempfehlungen wie zum Beispiel der Weisswein Roero Arneis La Brenta zu Züri-Gschnätzletem mit

Rösti stossen laut Markus Wicki auf ein positives Echo: «Der Gast ist offen für unkonventionelle Vorschläge.»

Die Weine passen perfekt zu den Menüs

Zusammen mit Patrick Krapf, Senior Portfolio Manager bei Feldschlösschen, testet Markus Wicki die Empfehlungen von «The Bottle». Und tatsächlich: Der Winkeler Hasensprung Riesling Spätlese korrespon-

diert wunderbar mit dem Roquefort. Auch zu den anderen Gerichten passen die von «The Bottle» empfohlenen Weine perfekt.

Unabhängige Experten arbeiten mit

«The Bottle» arbeitet eng mit der «École d'Ingénieurs de Changins» in Nyon zusammen und umfasst ausschliesslich Weine, die exklusiv für direkt durch Feldschlösschen belieferte Kunden verfügbar sind.

www.bottle.ch, www.hirschen-oberkirch.ch

THE
BOTTLE

Markus Wicki präsentiert: Dreigangmenü mit den passenden Weinen von «The Bottle»

VORSPEISE

Geräucherter Lachs und Chardonnay Pencarrow

«Ich teile die Meinung von «The Bottle»: Dieser Chardonnay ist mit seinen cremigen gerösteten Holzaromen eine perfekte Ergänzung zu geräucherter Lachs und natürlich auch zu geräucherter Forelle. Die ausgeprägten Röstaromen des Chardonnay Pencarrow sorgen dafür, dass dieser Weisswein neben der ausgeprägten Rauigkeit des Fisches nicht abfällt.»

Jetzt bestellen!

12.90 CHF

pro Flasche

Chardonnay Pencarrow
Art. 11829
6 x 75 cl EW Karton

www.myfeldschloessen.ch



HAUPTGANG

Züri-Gschnätzlets, Rösti und Roero Arneis La Brenta

Jetzt bestellen!

13.90 CHF

pro Flasche

Roero Arneis La Brenta
Art. 11722
6 x 75 cl EW Karton

www.myfeldschloessen.ch

«Die Spezialisten von «The Bottle» haben gut ausgesucht: Zu Züri-Gschnätzletem mit Rösti darf es auch einmal ein Weisswein sein. Der vollmundige Roero Arneis aus dem Piemont schafft mit seinem reifen Aroma und seiner milden Säure ein grossartiges Zusammenspiel mit der nicht ganz leichten Speise sowie auch mit dem Aromenreichtum des Kalbfleischs, der Champignons, der Rahmsauce und der Rösti.»



DESSERT

Roquefort und Winkeler Hasensprung Riesling Spätlese

«Auch dies ist eine raffinierte Weinempfehlung von «The Bottle»: Die moderate Säure und die gleichzeitige Süsse dieses Weissweins sorgen zusammen mit der Stärke und dem Salz eines guten Roquefort-Käses für eine angenehme Balance. Die Säure dieses Rieslings schneidet sich gewissermassen durch die Schärfe des Käses und reinigt so den Gaumen mit jedem Schluck.»

Jetzt bestellen!

18.90 CHF

pro Flasche

Winkeler Hasensprung
Riesling Spätlese
Art. 11816
6 x 75 cl EW Karton

www.myfeldschloessen.ch



SELEKTIERT

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



GEPRÜFT

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



EXKLUSIV

Alle Weine von «The Bottle» sind nur für direkt durch Feldschlösschen belieferte Kunden verfügbar.



SWISS PREMIUM SELECTION



NEU FÜR DIE
GEPFLEGTE
GASTRONOMIE
UND HOTELLERIE.

**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloessen.ch

SYMPATHISCH. WIRTSCHAFTLICH. AUTHENTISCH.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

UNSERE HERBSTWEINE. HOLEN SIE MEHR RAUS!



*unverbindliche Preisempfehlung

Bestellen Sie unter **0848 80 50 10** oder www.myfeldschloesschen.ch

easy
WINE

Kaffeespezialitäten! Einfach einfach.

Berechnen Sie jetzt
Ihre mögliche Brutto-
marge mit einer
NESCAFÉ Milano 2.0 auf
nescafe-solutions.ch >
Margenrechner



Die **NESCAFÉ Milano 2.0** ist der Durchbruch in eine neue Kaffeewelt für Hotellerie, Restaurants und Barbetreiber. Mittels attraktiver einfacher Menüführung über den **grossen Touchscreen** erfüllen Sie unkompliziert und schnell alle Kundenwünsche und können Ihr Kaffeegeschäft mit **Trendgetränken** ausbauen wie Caramel-Latte Macchiato, Latte Art oder Iced White Chocolate Macchiato. Mit der neuen Blending-Funktion können Sie Ihre eigene perfekte Kaffeemischung kreieren – Ihr neues Markenzeichen. Handling, Nachfüllen und Reinigung sind hygienisch, sauber und unkompliziert. Zudem profitieren Sie vom technischen und kommerziellen Support des ProCare-Teams.



NESCAFÉ
Milano

Swiss Premium Selection

Perfektes Wasser für die **Hotellerie** und die **gehobene Gastronomie**

Für die Hotellerie und die gehobene Gastronomie gibt es gleich mehrere Gründe, ihre Gäste mit der neuen Swiss Premium Selection von Arkina und Rhäzünser zu verwöhnen: Das Design der Flaschen ist schlicht

und sympathisch. Die Gebindegrössen sind praktisch und Schweizer Qualitätsprodukte die Basis von Arkina und Rhäzünser. Zudem besticht die Swiss Premium Selection mit einem top Preis-Leistungs-Verhältnis.

In diesem Frühling wurde mit der Swiss Premium Selection eine speziell auf die Hotellerie und die gehobene Gastronomie ausgerichtete Mineralwasser-Linie lanciert. Ob Ihre Gäste stille Geniesser sind oder das prickelnde Spektakel bevorzugen, die Swiss Premium Selection von Arkina und Rhäzünser bietet beides:

- **Arkina** ist nur leicht mineralisiert (464.5mg/l). Es schmeckt natürlich und ausgewogen. In der Swiss Premium Selection wird es als stilles Mineralwasser geführt.
- **Rhäzünser** ist kohlenensäurehaltig (1701mg/l) und gehaltvoll. Es fördert das Wohlbefinden und die Vitalität.

Ideale Flaschengrössen

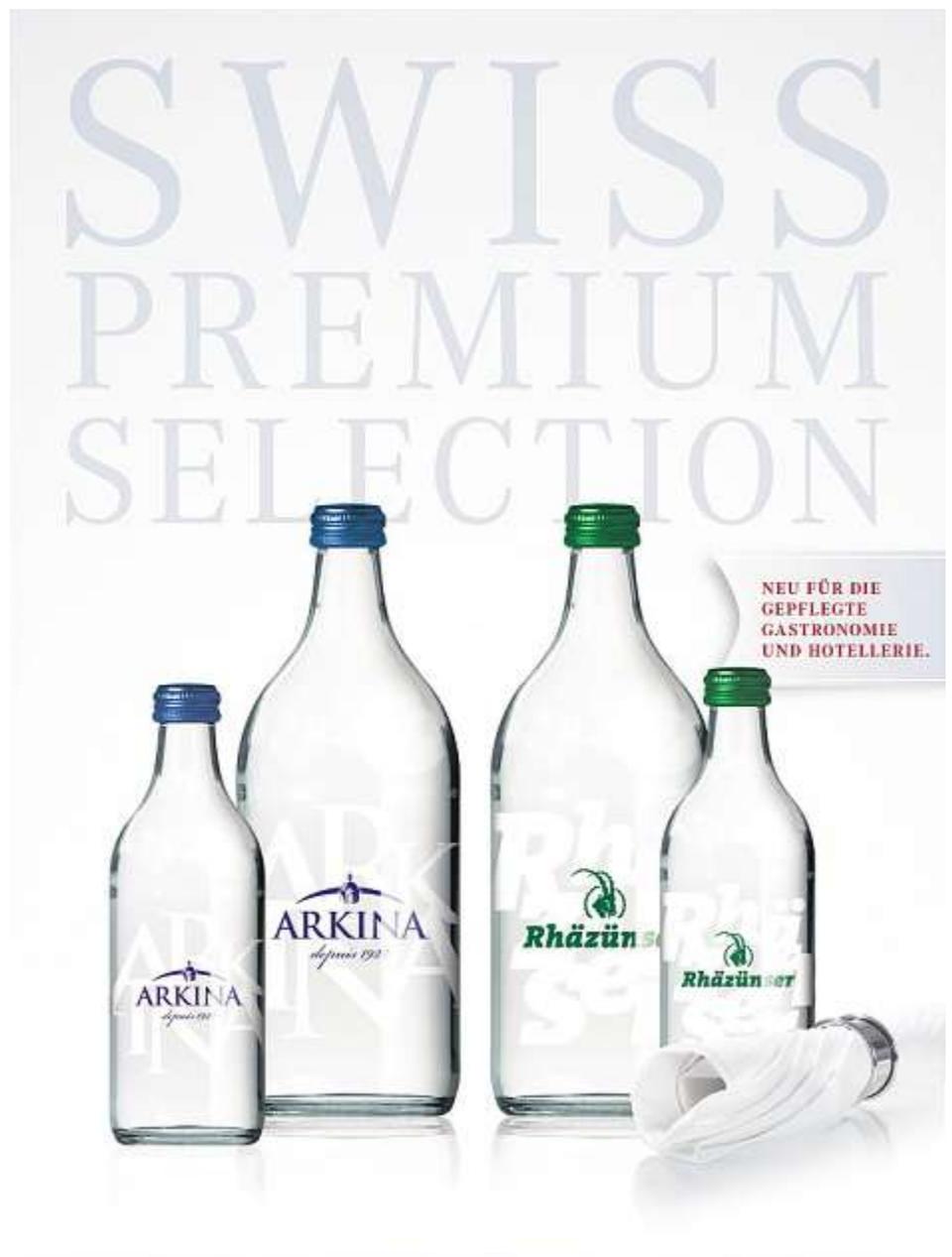
Die zwei Urgesteine aus der Schweiz sind von den Alpen höchstpersönlich verfeinert. Ihr Design ist sympathisch, natürlich, zurückhaltend, und doch markieren die Premium-Flaschen Präsenz auf dem Tisch.

Bei diesen Schweizer Originalen stimmen Qualität, Aufmachung und Wirtschaftlichkeit. Mit nur vier Artikeln (je 40cl und 80cl) decken Gastrobetriebe beim Einsatz der Swiss Premium Selection das ganze Spektrum an Schweizer Qualitätswasser ab.

Der hochwertige Alu-Drehverschluss mit Sicherheitsring ist sowohl für das Servicepersonal einfach zu öffnen als auch geeignet zur freien Verwendung der Flaschen im Hotelzimmer oder im Seminarraum.

Qualität zu einem Top-Preis

Gastronomen sind an Qualität interessiert, erwarten jedoch auch einen fairen Preis. Dieses Kriterium wurde bei der Gestaltung der Swiss Premium Selection berücksichtigt. Das ist ein weiterer Grund, die Gäste mit der Swiss Premium Selection zu verwöhnen.



SYMPATHISCH, WIRTSCHAFTLICH, AUTHENTISCH.
WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

Jetzt bestellen!

1.00 CHF

pro Flasche

Arkina blau ohne CO₂
Art. 11849
20 x 40cl MW Glas

1.10 CHF

pro Flasche

Arkina blau ohne CO₂
Art. 11850
12 x 80cl MW Glas

1.10 CHF

pro Flasche

Rhäzünser mit CO₂
Art. 11852
12 x 80cl MW Glas

1.00 CHF

pro Flasche

Rhäzünser mit CO₂
Art. 11851
20 x 40cl MW Glas

The Irish Pub Company

Jede Menge Fun beim **Besuch in Rhein**



Rund 50 Angestellte der Irish Pub Company besuchten Mitte Juli an zwei Tagen die Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden. Nach der Schlossbesichtigung machten sich die Pub-Experten ans Degustieren der verschiedensten Biere. Anschliessend stand ein Grillplausch in einer Waldhütte auf dem Programm.

Die Leute der Irish Pub Company genossen den Besuch in Rheinfelden in vollen Zügen und hatten jede Menge Fun, wie die Bilder auf dieser Seite zeigen. Der DURST-Fotograf begleitete die Zürcher Crew von «Paddy Reilly's», zwei Tage später besuchte der Rest der Irish Pub Company Feldschlösschen.



So lustig kann ein Besuch bei Feldschlösschen sein: Die Crew des zur Irish Pub Company gehörenden Paddy Reilly's Pub in Zürich geniesst den Tag in Rheinfelden.

felden



Josephine Eggenschwiler (Geschäftsführerin Britannia Pub, Bätterkinden, links) mit Freundin Brandy, Ramon Schärer (Sales Manager, 2. von links) und Christian Gerber (Leiter Berghotel Trübsee).

Open Air Gampel

Kunden geniessen «iischi Party»

93 200 Besucherinnen und Besucher an vier Tagen: Erstmals hat das Open Air Gampel in seiner langen Geschichte die 90 000er-Marke geknackt! Im abwechs-

lungsreichen Line-up hatte von Mundart über Singer/Songwriting, Clubsound, Punk, Rock und Techno alles Platz. Den Abschluss machten am Sonntag-

abend die Altrockers von Krokus. Auch die Kunden von Feldschlösschen genossen «iischi Party» im Wallis und natürlich auch das Festival-Bier Cardinal.



Das Gastro-Service-Team.



Kathrin Schläppi (Barrique, Salgesch) mit Sales Manager Martin Jossen.



Küchenchef Raimar Eggel (vorne) vom Restaurant Staldbach mit einem Kollegen am Grill.



Feldschlösschen-Kunden in der neuen VIP-Lounge.



PFLEGEN SIE DIE KUNST
des GENIESSENS.

AKTION
3+1
S. Pellegrino
& Acqua Panna
50cl & 100cl MWG
13 - 31.10.14

Live in Italian

Erleben Sie die Geschichte auf youtube.com/SanPellegrinoTV





Thomas und Barbara Held mit Sara Tanskanen, Sales Manager Wine (von links).

Trinken die Gäste die Weine zum Essen, oder kehren sie einfach auf ein Glas Wein ein?

Thomas Held: Den Amarone geniessen sie in der Regel zu einem guten Essen. Dieser Wein spricht einfach alle an ...
 Barbara Held: ... sogar mich, die ich keine Weintrinkerin bin. Zu Spaghetti trinke ich aber gerne ein Glas Amarone.
 Thomas Held: Der Amarone macht süchtig, das kann man sagen. Viele finden den Ripasso aber genauso gut.

Was haltet ihr von unserem neuen Weinkonzept «The Bottle»?

Thomas Held: Ich war in diesem Frühling auf Einladung von Feldschlösschen auf der Schiff-Degustation und bin überzeugt, dass «The Bottle» mit der Exklusivität auf Markenprodukten für die weinaffine Gastronomie und sogar für Vinotheken eine Supersache ist. Dank dem neuen Weinkonzept können nun auch diese Betriebe alle Getränke bequem aus einer Hand bei Feldschlösschen bestellen. Die «Eintracht» hingegen ist eine typische Quartierbeiz. Für uns perfekt ist das Konzept «Easy Wine», das ja zum Glück auch einen tollen Ripasso und den Amarone umfasst.

Auf ein Glas Wein mit...

BARBARA UND THOMAS HELD, RESTAURANT EINTRACHT, BASEL

Sara Tanskanen (Sales Manager Wine): Seit ihr die «Eintracht» führt, setzt ihr beim Wein vor allem auf den Ripasso und den Amarone. Warum?

Thomas Held: Weil unsere Gäste diese beiden Weine lieben und auch das Preis-Leistungs-Verhältnis stimmt. Wir haben am Anfang Tischsteller aufgestellt, so sind der Amarone und der Ripasso schnell richtige Renner geworden.

Verkauft ihr diese beiden Weine auch im Offenausschank?

Ja, sowohl den Ripasso als auch den Amarone gibt es bei uns auch offen. Wir machen damit gute Erfahrungen, denn viele Gäste wollen nicht gleich eine ganze Flasche konsumieren und für uns ist so auch die Marge interessant.

Die Weine von Feldschlösschen sind exklusiv für die Gastronomie. Könnt ihr davon profitieren?

Thomas Held: Ja, denn der Gast findet unsere Weine im Detailhandel nicht. Das ist für uns eine gute Sache.

«TYPISCHE QUARTIERBEIZ»

Seit bald drei Jahren führen Barbara und Thomas Held das Restaurant Eintracht in Kleinbasel. Sie haben viele Stammgäste aus der näheren Umgebung und bezeichnen ihr Lokal als «typische Quartierbeiz». www.eintracht-basel.ch

Typisch Zweifel GeNUSS!



Z
ZWEIFEL

ERDNÜSSE
CACAHUËTES · ARACHIDI
gesalzen · salées

HASELNÜSSE
NOISETTES
unbesalzen · non salées

JETZT
IM NEUEN
DESIGN

IM
OKTOBER
10% RABATT

Wir tun alles für die besten Snacks.



DIE CHIPS-
EXPERTEN

f

zweifelchips

zweifel.ch

JETZT
AKTION



Die Kraft der Natur

RAMSEIER steht für

- ✓ Schweizer Obst
- ✓ 100% natürlich
- ✓ ohne Zuckerzusatz



natürlich Ramseier

ramseier.ch

Wettbewerb – zu gewinnen:

Exklusive Weine und «Zünsis»

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. Zu welchen Speisen passt der Weisswein Winkeler Hasensprung Riesling Spätlese optimal?

- A** Zu Pizza und Pasta
- B** Zu schweizerischen Gerichten und Käse
- S** Zu Barbecue und Fleisch

2. Wie heisst das neue Weinkonzept von Feldschlösschen?

- P** The Wine
- K** The Glass
- O** The Bottle

3. Wer kann von Feldschlösschens neuem Weinkonzept exklusiv profitieren?

- T** Die Gastronomie
- C** Der Detailhandel
- L** Die Grossmetzgereien

4. Mit welchen Rotweinen haben Barbara und Thomas Held in der Basler «Eintracht» Erfolg?

- L** Mit Malbec und Barolo
- F** Mit Primitivo und Rioja
- T** Mit Ripasso und Amarone

5. Wie heisst das neue Kultgetränk der Marke Eve?

- B** Eve Caro
- L** Eve Hugo
- S** Eve Sugo

6. Wie heisst die neue Mineralwasser-Linie von Feldschlösschen?

- E** Swiss Premium Selection
- K** Swiss Alpine Selection
- G** Swiss Water Selection

Das Lösungswort lautet:

--	--	--	--	--	--	--	--



Perseus
Pinot Noir
Weingut
Schmidheiny



Roero Arneis
La Brenta d'O



Winkeler Hasensprung
Riesling Spätlese
Weingut Prinz von Hessen

3×3 Flaschen Wein und 3 Zünsis zu gewinnen

Setzen Sie in Ihrem Betrieb auch schon auf die exklusiven Weine aus unserem neuen Sortiment «The Bottle»? Überzeugen Sie sich selbst von deren Qualität: DURST verlost 3× je 1 Flasche Perseus Pinot Noir, Roero Arneis und

Winkeler Hasensprung. Doch damit nicht genug: Zu gewinnen gibt es auch 3×1 «Zünsi». Das Stofftier wirbt für Rhäzünser, das Mineralwasser, das wie Arkina den Weingenuss Ihrer Gäste perfekt abrundet.

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 drei Flaschen exklusive Qualitätsweine oder ein sympathisches Stofftier namens Zünsi.

Einsendeschluss ist der 10. Oktober 2014

Wettbewerbsgewinner DURST August 2014

Je zwei Tickets für das Open Air Gampel (Bild) gewonnen haben: **Singh Lakhveer** (Winterthur) und **Christine Maurer** (Basel).

Je zwei Tickets für Rock Oz'Arènes in Avenches gewonnen haben: **Christian Luisier** (Ovronnaz) und **Konrad Rüegg** (Ebnet-Kappel).

Je zwei Tickets für das Zürich Open Air gewonnen haben: **Beat Eichenberger** (Sulz) und **Sophie Gerum** (Corcelles-près-Payerne).



Sie wollen Lasten schnell und sicher transportieren?

Der EJE 116k ist ein besonders wirtschaftlicher Helfer. Sowohl bei der LKW-Be- und Entladung als auch beim Transport von Paletten über kurze Distanzen. Durch das sehr kurze Vorderbau-Mass kann der EJE auf engstem Raum bewegt werden. Leistungsstark durch wartungsfreien Drehstrom-Fahrmotor.



Ab CHF
129.-*

Neufahrzeug
ab Lager

* CHF 129.- monatliche Leasingrate, Laufzeit 48 Monate, Restwert CHF 600.- /Aktionspreis CHF 5'970.- zzgl. Mehrwertsteuer und Transport

JUNGHEINRICH
Machines. Ideas. Solutions.

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.

**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloesschen.ch



Schlör AG, 5737 Menziken, www.oceanspray.ch

Clubbing 23

Tanzen und feiern im Einkaufszentrum

Clubbing 23 heisst ein Partykonzept, das seit anderthalb Jahren im Einkaufszentrum City West in Chur umgesetzt wird. In Sachen Sponsoring und Getränkebelieferung haben zwei alte Freunde zusammengespant.

Was als gute Idee begann, hat sich für Rico Böni zum waschechten Familienbetrieb ausgeweitet. Der 54-Jährige ist Veranstalter von «Clubbing 23», einer Party, die im Einkaufszentrum City West in Chur stattfindet. Ganz getreu dem Motto: Tanzen und feiern, wo andere einkaufen.

Alte Freundschaft

Während Rico Böni die Partys zusammen mit seinem Sohn organisiert und im Internet promotet, hilft seine Tochter an der Bar aus, derweil sich seine Frau um die Finanzen kümmert. In Sachen Sponsoring und Getränkebelieferung hat Rico Böni auf einen alten Freund zurückgreifen können: auf Feldschlösschen Sales Manager Jürg Felix. Der war in der Vergangenheit zusammen mit Rico Böni nicht selten an den

Anlässen des Konzeptvorgängers «Clubbing 25» in der «Alte Schoggifabrik» in Chur anzutreffen.

Carlsberg ist Sponsor

Heute liefert Jürg Felix das Flaschenbier Carlsberg, das gleichzeitig Eventsponsor ist, und hilft damit, Rico Bönis Wunsch nach einer niveau- und gehaltvollen Party in die Tat umzusetzen. «Zum Teil kommen so viele Leute, dass wir das Hallenstadion füllen könnten», sagt Böni stolz.

www.clubbing23.ch



Rico Böni.



Partystimmung im Einkaufszentrum: Clubbing 23 in Chur.



Cardinal ist bei freestyle.ch eine feste Grösse.

Peter Hürlimann, CEO freestyle.ch

«Wertvolle Hilfe von Feldschlösschen»

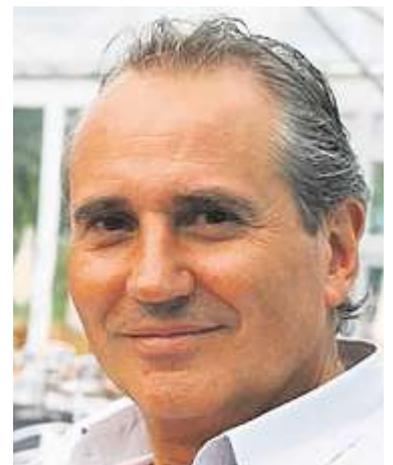
Mit freestyle.ch findet am 27. und 28. September auf der Zürcher Landiwiese der grösste Action-Sports-Event Europas statt. Peter Hürlimann, CEO von freestyle.ch, über die Vertragsverlängerung mit Feldschlösschen und die besondere Partystimmung bei freestyle.ch.

Warum hat freestyle.ch den Vertrag mit Getränkepartner Feldschlösschen verlängert?

Weil wir bei Feldschlösschen alle zu unserem Event passenden Getränke aus einer Hand beziehen können und Feldschlösschen das Know-how besitzt, um einem Eventveranstalter wertvolle Hilfe punkto Gastrologistik zu leisten. Hinzu kommt, dass die Infrastruktur dieses Partners stimmt und wir den Besucherinnen und Besuchern jederzeit kühles Bier anbieten können.

Wie wichtig ist denn Bier an einem Anlass wie freestyle.ch?

Bier ist sehr wichtig, freestyle.ch ist nämlich nicht nur ein Sportanlass, sondern auch ein Lifestyle-Event mit Party bis morgens um 2 Uhr. Unsere Gäste schätzen Bier sehr, und mit dem Festival-Bier Cardinal liefert uns Feldschlösschen einen Brand,



«Bier ist sehr wichtig für freestyle.ch.»

Peter Hürlimann, CEO freestyle.ch

der wunderbar zu unserem Event passt. Zu einem Event notabene, der sich nicht nur an Junge richtet. Auch ältere Menschen sind bei freestyle.ch jedes Jahr begeistert von der Stimmung und der Performance der Freestyler.

LEGEN SIE DEN ALLTAG AUF EIS MIT SOMERSBY.



**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloessen.ch

Mit Verantwortung
geniessen.



Somersby Apple Original bringt mehr Abwechslung in den Feierabend – so sagt man jedenfalls. Servieren Sie Ihren Gästen den erfrischend anderen Afterwork-Drink am besten im Glas auf Eis. Cheers!



Rafael Nadal, Stanislas Wawrinka und Roger Federer (von links): offizielles Plakat der Swiss Indoors.

Swiss Indoors in Basel mit Premium-Bier

Game, Set, Corona!

An den Swiss Indoors in Basel treten in diesem Jahr mindestens zwei Publikumsliebhaber an: Lokalmatador Roger Federer und das Premium-Bier Corona. Die Tennisfans lieben die Abkühlung aus der Flasche und treffen in der Corona Lounge auch mal einen Weltklassemann.

«Mit ATP-Partner Corona haben wir schon ganz spezielle Sachen umsetzen können. Zudem ist die Corona Lounge an unserem Turnier eine feste Grösse», sagt Patrick Ammann. Er ist Managing Director der Swiss Indoors, die in diesem Jahr vom 18. bis 26. Oktober stattfinden.

Eine neue Kultur

In der Corona Lounge treffen die Tennisfans auch einmal auf einen Spieler, der nach getaner Arbeit etwas Abkühlung sucht. Patrick Ammann: «Das mexikanische Bier aus der Flasche ist in. Dieses Produkt passt perfekt zu unserem Anlass. Es gibt den Swiss Indoors eine neue und willkommene Trinkkultur.»

Frische, Party und Genuss

Seit Corona vor vier Jahren als Sponsor in den Tenniszirkus der ATP eingestiegen ist, dürfen sich also auch

Turnierorganisatoren wie Patrick Ammann als Sieger fühlen. Denn das trendige Bier aus Mexiko vermittelt Anlässen wie den Swiss Indoors einen Hauch von Frische, Party und Genuss.

Direkt aus der Flasche

Sogar in den VIP-Zonen lassen die Besucherinnen und Besucher von Tennisturnieren vermehrt die Cüplis stehen und geniessen stattdessen das Kultbier aus Mexiko, das Kenner natür-

lich direkt aus der Flasche trinken. Die Schweizer Tennisfans freuen sich jedenfalls bereits darauf, mit einem Corona auf die Siege von Lokalmatador Roger Federer und von Stanislas Wawrinka anzustossen.

Im House of Beer

Für Sie als Gastronom ist Corona im House of Beer erhältlich. Bestellen können Sie das Premium-Bier auf myfeldschloessen.ch.

www.swissindoorsbasel.ch



Tickets zu gewinnen

Möchten Sie live dabei sein, wenn der Baselbieter Roger Federer in Basel auf andere Weltstars wie Rafael Nadal, Stanislas Wawrinka und Titelverteidiger Juan Martín del Potro trifft? Dann machen Sie mit bei der DURST-Verlosung. Zu gewinnen gibt es 3 x 2 Tickets für den Dienstag, 21. Oktober.

So machen Sie mit: Senden Sie uns eine E-Mail mit dem Stichwort «Corona» und Ihren Kontaktdaten per Fax an **058 123 42 80** oder per E-Mail an **durst@fgg.ch**. Einsendeschluss ist der 10. Oktober 2014.

Wir wünschen Ihnen viel Glück.



Die Corona Lounge und die Corona Bar sind an Tennisturnieren wie den Swiss Indoors ein beliebter Treffpunkt.



Der Brooklyn-Schriftzug über dem Eingang des «Barbershop».

Die Gastronomen Marc Perona und Kevin Boston haben mit den US-Bieren grossen Erfolg.

The Barbershop Bar in Genf

Die Brooklyn-Biere bringen ein schönes Stück Amerika ins Lokal

Die Barbershop Bar in Genf ist schon kurz nach ihrer Eröffnung eine Erfolgsgeschichte. Dazu haben die US-Biere Brooklyn Lager und Brooklyn East India Pale Ale ganz wesentlich beigetragen.

Stolz zeigen Marc Perona und Kevin Boston auf den runden Blickfang mit dem Logoschriftzug «Brooklyn Brewery» über dem Eingang zu ihrer Barbershop Bar. Bei ihnen ist es Trumpf, das Bier, das zu den beliebtesten Marken der Brauerei-Hochburg in New York gehört. Die Barbershop Bar hat vom

ersten Tag an grossen Erfolg mit dem bernsteinfarbenen Bier mit dem besonderen Aroma.

Erfolgreicher Start

Die zwei jungen Gastronomen haben die im US-Stil ausgestattete Bar vor einem halben Jahr eröffnet. Schon jetzt erfreut sich ihr Lokal im Banken-

quartier grosser Beliebtheit. «Beim Start hatten wir ausschliesslich Flaschenbiere im Angebot. Der Erfolg war so überwältigend, dass wir es auch mit Offenausschank versuchten. Es hat sich gelohnt: Innerhalb von sechs Monaten haben wir den Absatz gegenüber dem alten Betreiber verdoppelt», sagt Kevin Boston.

Beliebte US-Biere

Die grossen Renner neben Carlsberg, Grimbergen, Corona und 1664 sind das Brooklyn Lager und das Brooklyn East India Pale Ale. Marc Perona: «In Genf leben viele Amerikaner, die beim Genuss dieser Biere auch Heimatgefühl spüren. Aber auch unter den Genfern stellen wir ein grosses Interesse an den US-Bieren fest.»

Perfekt auch für andere Lokale

Zeichnet sich da ein Trend für die Biere aus Amerika ab? Feldschlösschen Sales Manager Boris Chamoulaud hat sich je-

denfalls mit seinem Gespür bei der Barbershop Bar nicht getäuscht: «Ich glaubte fest daran, dass Brooklyn hier voll einschlagen wird. Und ich bin überzeugt: Mit den Brooklyn-Bieren können viele weitere Gastrobetriebe Erfolg haben.»

www.lebarbershop.ch



Die Gäste der Barbershop Bar lieben das Brooklyn Lager und das Brooklyn East India Pale Ale.

Jetzt bestellen!	
<p>4.90 CHF pro Liter</p> <p>Brooklyn Lager Art. 12169, 30-Liter-Fass</p>	<p>2.08 CHF pro Flasche</p> <p>Brooklyn Lager Art. 11980, 24×35,5cl EWG</p>
<p>2.08 CHF pro Flasche</p> <p>Brooklyn Brown Ale Art. 11981, 24×35,5cl EWG</p>	<p>2.08 CHF pro Flasche</p> <p>Brooklyn East Ind. Pale Ale Art. 11982, 24×35,5cl EWG</p>

Diese vier Brooklyn-Produkte haben wir für Sie als Gastronom im Angebot.

30 Jahre Restaurant Weingarten, Affoltern am Albis

Familiäre Atmosphäre, Herz und Verstand



Das Wirtepaar Anita und Andreas Häberling anlässlich der Jubiläumsfeier.

Vor zwölf Jahren haben Anita und Andreas Häberling das zuvor seit 1984 von seinen Eltern geführte Restaurant «Weingarten» übernommen. Nun konnte das Wirtepaar mit einem Barbecue, Dixieland-Musik, Getränken von Feldschlösschen und vielen gut gelaunten Stammgästen das 30-Jahr-Jubiläum des beliebten Lokals feiern.

30 Jahre Feldschlösschen

Seit der Eröffnung des Lokals am 24. Mai 1984 schätzt man die Partnerschaft mit Feldschlösschen. Anita Häberling: «Die Produkte sind hervorragend und der Sales

Manager Angelo Antonucci betreut uns perfekt. Er ist ein totaler Schatz.»

Treffpunkt im Säuliamt

Den «Weingarten» führe man «mit Herz und Verstand», sagt das Wirtepaar. Das Lokal hat an 362 Tagen im Jahr offen und ist der Treffpunkt im Säuliamt. Hier kehren viele Vereine ein, hier schätzt man die Qualität der mit regionalen Produkten zubereiteten Speisen. Zudem bietet der «Weingarten» Hotelzimmer, Lokalitäten für Feste und Bankette sowie ein Barbecue-Catering.

www.weingarten.ch

Elite Sierra, Düringen

Gäste wollen Cardinal

«Es war ganz klar der Wunsch unserer Gäste, dass wir Cardinal anbieten», erklärt Jacqueline Brügger vom «Elite Sierra» in Düringen. Der Wunsch war ihr Befehl: Seit dem Frühling sind Jacqueline Brügger und René Buntschu mit dem «Elite Sierra» Feldschlösschen-Kunden. Nach sechs Jahren ist das Pub im Zentrum von Düringen zum festen Bestandteil des Ortes ge-

worden. Mit zahlreichen Events und Spielen zieht das «Elite Sierra» Gäste jeden Alters an.

Aktiv auf die Gäste zugehen

Ob «Happy Damen Day», Pool auf der Terrasse oder Lösli-Gewinnspiele: Die Pächter vom «Elite Sierra» gehen aktiv auf ihre Gäste zu. «Bei uns herrscht immer ein buntes Treiben», sagt Jacqueline Brügger.

www.facebook.com/pubelite.sierra



Seit Frühling zufriedene Kunden von Sales Manager Denis Baumgartner (links); Jacqueline Brügger und René Buntschu vom Elite Sierra in Düringen.



Yan Mey Meier im neuesten «Hong-Kong Food Paradise» in Oerlikon.

Hong-Kong Food Paradise, Oerlikon Schnell erfolgreich

Thomas und Yan Mey Meier führten von 1996 bis zum Ende des Mietvertrags 2007 im Zürcher Seefeld das Restaurant Hong-Kong. Danach setzte das Ehepaar ein neues Konzept erfolgreich um: In Quartieren mit vielen Arbeitsplätzen und Anwohnern eröffnete es im Mai nun schon das vierte «Hong-Kong Food Paradise».

Ayn Mey Meier: «Wir bieten chinesische, thailändische, japanische und neu auch indische Speisen in Topqualität zu moderaten Preisen

an. Eine unserer Stärken ist auch die Geschwindigkeit. Vor allem die Geschäftsleute am Mittag schätzen unseren schnellen Service.»

Lob für Feldschlösschen

Das neueste «Hong-Kong Food Paradise» steht beim CS-Tower in Oerlikon. Die gebürtige Chinesin Yan Mey Meier: «Natürlich beziehen wir auch für dieses Restaurant alle Getränke bei Feldschlösschen. Wir sind mit dem Service ebenso zufrieden wie mit den Produkten.»

www.hongkongfoodparadise.ch



OB VODKA ORANGE, WHITE
RUSSIAN ODER BLOODY
MARY, DIESER VODKA
BELEBT IHR LOKAL.



Grosse Flaschen zum kleinen Preis. Entdecken Sie
die smarten 100cl-Abfüllungen der House Selection Spirits.

BESTELLEN & PROFITIEREN
www.myfeldschloessen.ch 0848 805 010



**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.

House Selection Spirits

Eine Produktpalette und unendlich viele Möglichkeiten

Longdrinks sind bei den Gästen sehr beliebt. Mit den «House Selection Spirits» haben Sie die Basis für die beliebtesten Mixgetränke und damit den passenden Drink für jeden Geschmack immer auf Lager.

«Get more for less»: Seit Anfang Jahr haben sich schon zahlreiche Feldschlösschen-Kunden vom Leitspruch der «House Selection Spirits» überzeugen lassen (vgl. Box rechts: Ihre Vorteile auf einen Blick). Die Spirituosen-Linie erfreut sich grosser Beliebtheit.

Ob Whisky, Rum, Wodka, Gin oder Tequila – mit den «House Selection Spirits» setzen Sie auf ein Sortiment von auserlesener Qualität.

Aicy Vodka: Garant für Qualität

Der Aicy Vodka wird nach einer alten Rezeptur aus dem Jahre

1842 gewonnen und besteht aus feinstem Weizen und frischem Bergwasser. Er zeichnet sich durch seinen neutralen und reinen Abgang aus. Durch den besonders neutralen Geschmack ist er ein Garant für hohe Qualität.

Weisser Rum aus der Karibik

Der Santa Cruz Silver Dry wird aus Zuckerrohr der karibischen Inseln gewonnen. Der Geschmack dieses weissen Rums ist umrahmt von einer leicht süsslichen Note mit einer Prise Lakritze und einem Hauch Zimt im Nachgang.

HOUSE SELECTION SPIRITS

Whisky: spezielle Rezeptur

Der Sailor's Whisky ist ein Blend von verschiedenen Malt- und Grain-Whiskys. Er wird nach spezieller Rezeptur hergestellt und reift unter strikter Kontrolle drei Jahre in kleinen Eichenfässern. Exotische Früchte, Vanille und die richtige Mischung zwischen Süsse und einer Note getorfte Malzes zeichnen den Sailor's aus.

Für Cocktails und Longdrinks

Alle Spirituosen aus dem «House Selection Spirits»-Sortiment eignen sich hervorragend für Cocktails und Longdrinks – am besten probieren Sie es gleich aus.



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.

Alle Informationen zu Preisen, Artikel-Nr. usw. finden Sie im HitFlash.

Drei beliebte Drinks mit Wodka, Rum und Whisky



White Russian

- 3 cl Aicy Vodka
- 3 cl Kahlúa
- etwa 5 cl Sahne

Den Wodka mit dem Kahlúa in einem Rührglas verrühren, danach auf Eiswürfel in ein Glas abseihen. Den Drink mit einer Haube geschlagener Sahne garnieren.



Mojito

- 6 cl Ron Santa Cruz Silver Dry
- viel gestossenes Eis
- 2 cl Sodawasser
- 2 cl Limettensaft
- 4 frische Minzblätter

Die Minzblätter, den Limettensaft und den weissen Rum in einem Glas gut miteinander mischen. Danach mit gestossenem Eis und Sodawasser auffüllen.



Whisky Sour

- 4 bis 5 Eiswürfel
- 3 cl Zitronensaft
- etwas Zuckersirup
- 5 cl Sailor's Whisky

Die Zutaten mit Eiswürfeln in einem Shaker schütteln. Durch ein Barsieb in ein mit Eiswürfeln gefülltes Tumblerglas abseihen.

Andreas C. Studer schreibt exklusiv im DURST

Halloween-Party auch in Ihrem Lokal

Ich liebe Horrorfilme und die Zeit um Halloween, wenn sich auch bei uns immer mehr Menschen gegenseitig erschrecken. So schlimm wie bei meinem Besuch in den Universal Studios in L.A. im Haus des Horrors wird es aber wohl nicht. Da sind mir Franksteins Monster, ein Werwolf und der Typ mit der Kettensäge hinterhergesprungen. Ich bin schreiend aus dem Haus geflüchtet!

Witzige Verkleidungen

Keine Angst, ich will Sie nicht animieren, mit einer Säge auf Ihre Gäste loszugehen! Aber ein bisschen Halloween-Stimmung ist auch in Ihrem Lokal schnell verbreitet – zum Beispiel mit ausgehöhlten Kürbissen, die mit einem Teelicht flackernd für Ambiente sorgen.

Wenn dann am 31. Oktober Ihre Mitarbeitenden witzig verkleidet sind und bei Ihnen



die Halloween-Party steigt, sorgt das im Dorf garantiert für Gesprächsstoff. Serviert werden Speisen mit Kürbis,

die Suppe wird mit Zitronengras abgerundet und zum Wild passen Kürbisspätzli. Als Apérohäppi empfehle ich meine Kürbisschnitze (Rezept unten rechts).

Klassiker «Halloween» von 1978. Kleiner Tipp: Vor dem Filmstart im Kleiderschrank nachsehen, ob wirklich niemand drin versteckt ist ...

Andreas C. Studer: TV-Koch, DURST-Kolumnist und Fan von Halloween.

TV-Koch Andreas C. Studer

Andreas C. Studer wird von seinen Fans liebevoll Studi genannt. Er ist der bekannteste TV-Koch der Schweiz. Für Feldschlösschen hat er

Rezepte mit Bier entwickelt. Nun schreibt er eine exklusive DURST-Kolumne mit wertvollen Tipps für die Gastronomie. www.studionline.de

Film als «Entspannung»

Wenn alles überstanden ist und auch der Umsatz stimmt, schauen Sie zu Hause «zur Entspannung» noch den

Ein gruseliges Halloween und wie immer «En Guete»

Studi

Andreas C. Studer



Ausgehöhlte Kürbisse mit einem Teelicht sorgen für richtige Halloween-Stimmung.

Studis Kürbisschnitze mit Kräuterdip

HÄPPLI FÜR 6 PERSONEN

- 1/2 Hokkaido-Kürbis
- 3 EL Olivenöl
- 250 g Crème fraîche
- 1 Bund Schnittlauch
- 4 EL Kürbiskernöl
- Fleur de sel
- Pfeffer aus der Mühle

ZUBEREITUNG

Kürbis entkernen, in 1,5 cm Schnitze schneiden. Auf Backblech verteilen, mit Öl bepinseln, salzen. Im Ofen bei 190 Grad ca. 15 Min. backen. Inzwischen Crème fraîche mit fein geschnittenem Schnittlauch und Kürbiskernöl mischen, mit Salz und Pfeffer abschmecken. Zu den Kürbisschnitzen servieren.

In der Beiz mit Beat Schlatter

Mit Reggae gegen Krawalle

Ort: Restaurant Hardhof, Zürich

Gesprächspartner: Flo Bobst und Céline Tschanz, Wirtepaar

Beat: Wann würdet ihr in einem fremden Restaurant auf gar keinen Fall etwas zum Essen bestellen? Céline: Also gar nichts?

Beat: Nein, gar nichts, selbst wenn ihr am verhungern wärt. Flo: Als Wirt merkt man sofort, wenn man ein Lokal betritt, ob es sauber ist.

Beat: Gibt es den klassischen Grusel von einem Wirt überhaupt noch? Oder sind die ausgestorben? Flo: Die gibt es noch, aber in Zürich muss man sie inzwischen suchen.

Beat: Werden wir sie irgendwann vermissen? Céline: Ich persönlich nicht. Mir ist es lieber, wenn es sauber ist. Zu Hause benutze ich auch keine verdreckten Pfannen zum Kochen. Wieso fragst du? Verkehrst du gerne in schmutzigen Restaurants?

Beat: Ich weiss gar nicht mehr, wo diese Restaurants sind? Das Letzte, das



Beat Schlatter (Mitte) im Gespräch mit Céline Tschanz und Flo Bobst vom «Hardhof» in Zürich.

ich noch kannte, war der alte Tessinerkeller. Im Volksmund sagte man nur «die Räuberhöhle». Wenn man am Morgen hineinging und nicht eine Stange mit Seitenwagen bestellte, wurde man gar nicht bedient. Aber irgendwann wurde im Tessinerkeller alles neu. Céline: Der Wirt hat aufgehört. Er ist jetzt bei uns Stammgast. **Beat:** An welchem Gast verdient der Wirt eigentlich mehr – am Gast, der das

teuerste Essen von der Speisekarte bestellt, oder am Gast, der eine Menge Alkohol konsumiert? Flo: Am Gast, der viel Alkohol konsumiert.

Beat: Welche Menschen sind für einen Wirt die schwierigsten Gäste? Céline: Jene, die an nichts Freude haben und schon mit einem versteinerten Gesicht hereinkommen. Aus Erfahrung kann man denen nichts recht machen.

Beat: Euer Lokal liegt unmittelbar vor dem Fussballstadion Letzigrund. Vor einem krawallanfälligen Spiel wie FCZ gegen Basel oder einem Derby, zittert ihr da manchmal um euer Mobilier? Flo: An diesen Tagen lassen wir im Lokal über unsere Lautsprecher immer Reggae laufen. Das beruhigt. Hardrock hingegen ist ganz schlecht.

Agenda präsentiert von **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

Viele Oktoberfeste und Olma mit Luzernern

• **Basel Wiesn:** Weil es so schön ist, findet das Oktoberfest «Basel Wiesn» bereits vom 18. bis 27. September statt. An den sechs Festtagen erwartet die Besucherinnen und Besucher eine abwechslungsreiche Gaudi und Bier von Feldschlösschen.

www.basel-wiesn.ch



Wiesn-Gaudi in Basel.

• **Olma.** Die Schweizer Messe für Landwirtschaft und Ernährung in St. Gallen, die Olma, findet in diesem Jahr vom 9. bis 19. Oktober statt. Luzern ist Gastkanton und Feldschlösschen wie immer dabei, unter anderem mit dem beliebten Sechsspänner.

www.olma-messen.ch



Feldschlösschen-Sechsspänner an der Olma.

• **Oktoberfest beim Tannenbaum:** Das Restaurant Tannenbaum in Winznau gibt es nicht mehr. Dafür organisiert ein OK aus Alt und Jung am 10. und 11. Oktober erstmals das «Oktoberfest beim Tannenbaum». Feldschlösschen ist bei dieser Premiere dabei.

www.oktoberfest-tannenbaum.ch



Erstes Oktoberfest beim Tannenbaum in Winznau.



BIERLEXIKON

S wie Schaum

Das Bier schäumt nicht etwa vor Wut. Nein, der **Schaum** entsteht durch die Kohlensäure, die beim Zapfen oder Einschenken freigesetzt wird und mit Resten von Hopfen und Eiweiss feine Bläschen bildet. Der Schaum eines perfekten Bieres ist feinblasig und stabil. Er entsteht, wenn man richtig zapft oder einschenkt und das Glas sauber ist. Fachleuten gibt der Bierschaum aber auch Auskunft über die richtige Zusammenstellung der Würze, die Qualität des Hopfens und den Eiweissgehalt im Malz. Der Schaum des Bieres wird auch Blume, Krone oder Haube genannt.



GASTROWITZ des Monats

Unterhalten sich zwei Schweizer Ärzte: «Sag mal, wie macht sich eigentlich deine neue Arzthelferin aus München?» «Sehr gut! Sie ist immer freundlich und überaus kompetent. Nur eine Sache ist noch etwas gewöhnungsbedürftig. Nach der Blutabnahme schreibt sie immer durch die ganze Praxis: <O'zapft is!>»

Food & Wine Pairing Oktober

KRÄFTIGE PARTNER.

BARBARESCO VAREJ VON
FONTANAFREDDA ZU SAFTIGEN
STÜCKEN WILD UND RIND.

THE BOTTLE selektiert Qualitätsweine, die zu Ihren
Speisen passen. Unterstützung zur optimalen
Speise-Wein-Kombination sowie Informationen zu
unserem Sortiment erhalten Sie von unseren
Sales Managern oder online unter www.bottle.ch

**THE
BOTTLE**
WEIN FÜR GÄSTE



Bestellen Sie unter www.myfeldschloessen.ch 0848 805 010