



DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen – www.durstzeitung.ch
Nr. 2 | Februar 2015



Diese Bier-Rechnung geht auf:

Mehr Auswahl = mehr Gewinn

Seite 10

Ideale Bierauswahl

Die Bierlandkarte auf myfeldschloesschen.ch ist eine grosse Hilfe

Seite 23

Neues Design

Schweppes präsentiert sich in neuem Look und mit bekannter Qualität

Seite 29

Knüller!

EVE by Cardinal
Litchi

Nettopreis
statt 1.63

MW Harass 24x0,275

EVE by Cardinal
Passion Fruit

Nettopreis
statt 1.63

MW Harass 24x0,275



UNSERE 3 CHAMPIONS

BARBERA D'ALBA

Der Feine: er ist der kleine
Liebling der Nation

BARBARESCO

Der Wichtige: seine Kraft und
seine Vielseitigkeit sind legendär

BAROLO

Der Grosse: wer gewinnen will,
kommt nicht an ihm vorbei



VAREJ VON FONTANAFREDDA

Für Gastronomiekunden schweizweit exklusiv erhältlich bei
www.bottle.ch

THE
BOTTLE
WEIN FÜR GÄSTE



Brooklyn Lager

American Way of Life in Ihrem Lokal

Holen Sie sich den American Way of Life in Ihr Lokal: **Brooklyn Lager** ist ein wunderbar aromareiches amerikanisches Lagerbier mit ambergoldener Farbe. Diese Ikone der amerikanischen Craft-Beer-Szene überzeugt aber auch mit dem malzigen Aroma. In internationalen Bars verspüren die Amerikaner Heimatgefühl, wenn sie ein Brooklyn Lager geniessen können. Dieses Bier wird aber auch von Schweizer Kennern geschätzt und passt natürlich besonders gut zu American BBQ, Burgern und TexMex. Brooklyn Lager gibt es für Sie als Gastronom als Offenbier im 30-Liter-Fass und in der 33,5-cl-Flasche. Wenn Sie definitiv auf den Geschmack dieses US-Bieres gekommen sind, können Sie bei Feldschlösschen auch **Brooklyn Brown Ale** und **Brooklyn East India** bestellen. Cheers!



Jetzt bestellen!

4.89 CHF
pro Liter

Brooklyn Lager
30 Liter Fass
Art. 12169
www.myfeldschloesschen.ch

Jetzt bestellen!

2.08 CHF
pro Flasche

Brooklyn Lager
25x 35,5 cl EW Glas
Art. 11980
www.myfeldschloesschen.ch



PRODUKTWISSEN BIER

FELDSCHLÖSSCHEN ACADEMY

Wussten Sie, dass Betriebe, die verschiedene Spezialitäten- und Spezialbiere anbieten, einen höheren Profit machen und dank ihrem Bierangebot neue Stammkunden gewinnen können?



Tipp des Monats

Gehen Sie auf myfeldschloesschen.ch in den Bereich Training/Wissenscenter und schauen Sie sich die kulinarische Landkarte an. Ganz einfach verschaffen Sie sich einen Überblick, welche Biere zu welchen Speisen passen. Zu allen Speisen haben wir passende und für Sie profitable Biere im Angebot!



WEIN DES MONATS

Ripasso Valpolicella

CANTINA DI NEGRAR

Das Bouquet des **Ripasso della Valpolicella** ist komplex, von roten Früchten, weinig und würzig. Der Italiener überzeugt mit harmonischem Gaumen, voll und samtig, und einem ausgeglichenen Verhältnis zwischen Tanninen und Säuregehalt.

Passt perfekt zu ...

Der Ripasso della Valpolicella passt perfekt zur Schweizer Küche und eignet sich besonders gut zu Fleischgerichten.

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



Jetzt bestellen!

14.90 CHF
pro Flasche

Ripasso della Valpolicella
Art. 12302
6x 75 cl EW Karton
www.myfeldschloesschen.ch

Neue Accessoires

Cap und Gürtel für unsere Chauffeure

Seit über einem halben Jahr sind unsere Chauffeure in neuer Arbeitskleidung unterwegs. Die traditionelle Fuhrmannoptik ist ein attraktiver Blickfang. Als optische Ergänzung gabs für unsere Chauffeure zu Weihnachten ein ganz spezielles Geschenk: ein Cap als sommerliche Alternative zum Hut und einen stabilen und

robusten Gürtel – beides natürlich mit Feldschlösschen-Logo versehen.

«Optimale Ergänzung»

Die neuen Accessoires passen perfekt zu den Arbeitskleidern. «Wir Chauffeure haben uns sehr über Cap und Gürtel gefreut. Sie ergänzen unsere Arbeitskleider optimal», sagt Niklaus Sahli.



Chauffeur Niklaus Sahli freut sich über die neuen Accessoires.



Bière riche

Teuflich gute Eier

In den USA sind «Deviled Eggs» ein beliebter Appetizer. Die halbierten Eier werden mit scharfen Zutaten wie Tabasco und Chili-Pulver angereichert. Teuflich gut sind sie auch mit Thon oder Avocado. Der passende Snack zu amerikanischem und natürlich auch zu anderem Bier.

Deviled Eggs mit Thon & Avocado

ZUTATEN FÜR 24 PORTIONEN: 12 Eier, 1 Avocado, 15 g Mayonnaise, 3 TL Limettensaft, Knoblauchpulver, rotes Cayennepfeffer, Salz zum Abschmecken, Karotte zum Garnieren. 200 g Thon, 2 TL frische Petersilie, 2 TL gehackte Oliven, 1 TL Senf, 2 TL Zitronensaft, 1 TL Weissweinessig, 2 TL Olivenöl, Salz, Pfeffer zum Abschmecken, Speck zum Garnieren.

ZUBEREITUNG: Eier hart kochen, schälen, halbieren. Eigelb vorsichtig auslöffeln, Menge halbieren und in zwei Schüsseln geben. Mit Avocado bzw. Thon vermengen. Restliche Zutaten begeben, gut vermischen und abschmecken. Mischung mit einem kleinen Löffel in die halben Eier füllen. Garnieren.

Mitmachen und gewinnen:

Perfekter Schirmtrockner für Gastronomie

Nie mehr nasse Schirme im Lokal: Der Schirmtrockner iBags der Firma Alpdreams Distributions eignet sich perfekt für die Gastronomie. Machen Sie mit und gewinnen Sie einen iBags!

Draussen regnet es, und die Gäste kommen mit tropfnassen Schirmen ins Lokal: Sofort weicht die Gemütlichkeit der Nässe. Dem schafft der Schirmtrockner iBags Abhilfe: Der nasse Schirm wird geschlossen durch eine runde Öffnung kurz von oben nach unten durch den iBags gestossen. Nach nur einer Sekunde steckt er geschützt in einer Plastikhülle. Die Nässe ist weg und ein Schirmständer überflüssig. Diese asiatische Erfindung

funktioniert ohne Strom, und die Plastikhüllen können wiederverwendet werden. iBags ist bei Alpdreams Distributions in Bulle in zwei Grössen erhältlich: Das Modell für einen Schirm kostet 599 Franken, jenes für zwei Schirme 999 Franken.

Gewinnen Sie einen iBags DURST verlost einen von Alpdreams Distributions zur Verfügung gestellten iBags für einen Schirm.

So machen Sie mit: Schrei-

ben Sie eine Mail mit dem Stichwort «Schirmtrockner» und mit Ihren Koordinaten an durst@fgg.ch. Wir wünschen Ihnen viel Glück.



Schirmtrockner für einen Schirm.



Schirmtrockner für zwei Schirme.

Fruchtiger Klassiker

Natürlich leicht – das neue Rivella Grün

Rivella Grün startet in diesem Februar frisch durch: Das beliebte Getränk mit dem Grüntee-Extrakt wird neu lanciert. Die neue Rezeptur ist erfrischend leicht, sie besteht zu 100 Prozent aus natürlichen Zutaten und entspricht den wichtigsten Konsumententrends. In der ebenfalls neu gestalteten Flasche erzeugt Rivella Grün eine grosse Aufmerksamkeit, die bestimmt auch Ihre Gäste zu Bestellungen anregt. Zudem wird diese innovative Erfrischung mit dem bewährten Rivella-Geschmack im Februar umfangreich beworben, unter anderem mit einem attraktiven TV-Werbespot.

Ab sofort bestellbar

Bei Ihrem bewährten Getränkepartner Feldschlösschen können Sie das neue und

Jetzt bestellen!

1.22 CHF

pro Flasche

Rivella Grün
Art. 10336
24x33 cl MW Glas

www.myfeldschloesschen.ch

noch erfrischendere Rivella Grün ab sofort in der für die Gastronomie idealen 33cl-Mehrweg-Glasflasche bestellen. Zudem gibt es Rivella Grün in der 50cl- und der 150cl-PET-Flasche.





OB GIN TONIC, GIN FIZZ
ODER SINGAPORE SLING,
DIESER GIN BELEBT
IHR LOKAL.

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

BESTELLEN & PROFITIEREN
www.myfeldschloesschen.ch 0848 805 010



**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.



DRINK DES MONATS

Der Limbo ist zum Davonschweben

Setzen Sie doch in diesem Monat im Zeichen des Valentinstages einen Cocktail in der Farbe der Liebe auf die Karte. Der «Limbo» wird garantiert nicht nur frisch Verliebte in andere Sphären heben. Wie sein Name schon sagt, versetzt dieser Drink jeden Geniesser in einen angenehmen Schwebeszustand.

Fruchtig erfrischend

Erdbeeren, Erdbeer- und Kokossirup sowie Ananassaft verleihen dem Drink einen fruchtig-süssen Geschmack. Auch der «Santa Cruz»-Rum aus unseren «House Selection Spirits» ist von einer leicht süsslichen Note umrahmt. Das Schweppes Tonic rundet den Cocktail mit seinem leicht bitteren Geschmack erfrischend ab.

Zutaten

3 cl Santa Cruz Rum (weiss)
8 cl Schweppes Indian Tonic
6 cl Ananassaft
2 cl Kokossirup
1 cl Erdbeersirup
Erdbeeren
Eiswürfel

Zubereitung

Mit dem Mixer aus einigen frischen Erdbeeren ein Erdbeermus herstellen. Mit allen flüssigen Zutaten ausser Schweppes Tonic und Eiswürfeln in den Shaker geben und kräftig schütteln. Die Mischung in ein Longdrinkglas abgiessen und je nach Geschmack mit eiskaltem Schweppes Tonic auffüllen.

Jetzt bestellen!

18.90 CHF

pro Flasche

Ron Santa Cruz Silver Dry
White Rum 38%
Art. 12027
6x100-cl EW-Karton

www.myfeldschloessen.ch



Hotel St. Joseph gewinnt im DURST-Wettbewerb

Grosse Freude über Nescafé Milano 2.0

Gemeinsam haben sie den DURST-Wettbewerb gelöst, gemeinsam freuen sie sich jetzt über den Gewinn, der ihnen das Kaffeegeschäft erleichtern wird: Mathilde und Eduard Spagni vom Naturpark-Hotel St. Joseph in Gänsbrunnen haben eine

Nescafé Milano 2.0 für ein Jahr gewonnen. Der Wert dieses von Nestlé zu Verfügung gestellten Preises beträgt 3500 Franken.

«Kaffeestem der Zukunft»

«Die Nescafé Milano 2.0 ist das Kaffeestem der Zukunft. Dank

einfacher Menüführung über den Touchscreen können Gastromomen alle Wünsche ihrer Gäste erfüllen und ihr Kaffeegeschäft mit Trendgetränken ergänzen», sagt Alexander Scharf, Head of Beverage bei Nestlé. Er erklärt Mathilde Spagni auch die Blending-Funktion: «Damit können Sie Ihre eigene perfekte Kaffeemischung kreieren und so Ihr neues Markenzeichen.» Zudem liefert die Nescafé Milano 2.0 alle Daten auf den PC, «sodass Sie Ihr Kaffeegeschäft vom Büro aus überwachen können».

«Alles geht viel schneller»

Schon kurz nach der Installation durch einen Nestlé-Techniker ist Mathilde Spagni begeistert von der Nescafé Milano 2.0: «Alles geht viel schneller als bei unserer alten Maschine. Das wird uns die Arbeit während Stosszeiten, wenn alle möglichst schnell

ihren Kaffee wollen, enorm erleichtern.» Die Feldschlösschen-Kundin und Kaffeeliebhaberin freut sich zudem darauf, mit der Nescafé Milano 2.0 «auch mal etwas Neues auszuprobieren».

www.nescafe-solutions.ch



Feldschlösschen-Kundin Mathilde Spagni mit Nestlé Sales Manager Yves Branchi (links) und Nestlé Head of Beverage Alexander Scharf.



Neu: natürlich leicht



new

- ✓ *Mit Zutaten
natürlicher Herkunft*
- ✓ *Ohne künstliche
Süßungsmittel*
- ✓ *Mit Grüntee-
Extrakten*

www.rivella-gruen.ch

natürlich leicht
MIT GRÜNTÉE-EXTRAKTEN

St. Patrick's Day

Es werde grün – für Pubs steht der wichtigste Tag vor der Tür

Am 17. März ist es wieder so weit: Irland-Fans auf der ganzen Welt stossen mit einem Guinness auf den Schutzpatron der grünen Insel an. Der St. Patrick's Day findet in diesem Jahr an einem Dienstag statt. Beste Voraussetzungen also, um unter der Woche für einen enormen Absatz in Ihrem Betrieb zu sorgen.

Vor über 1500 Jahren soll der Heilige Patrick den heidnischen Iren die heilige Dreifaltigkeit mit einem grünen Kleeblatt erklärt haben. Heute ist das Kleeblatt das irische Nationalembem und der Heilige Patrick der Schutzpatron von Irland. An seinem Todestag wird der irische Nationalfeiertag begangen.

Die Welt sieht grün

Nicht nur in Irland herrscht an diesem Tag Ausnahmezustand, denn der St. Patrick's Day wird weltweit gefeiert. Auch wenn der geschichtliche Hintergrund in den letzten Jahren etwas in

den Hintergrund gerückt ist, hat der 17. März auch in der Schweiz immer mehr an Bedeutung gewonnen. Im letzten Jahr wurde gar der Rheinfall in grüne Farbe getaucht.

Garantiert gute Stimmung

Grün ist alljährlich die vorherrschende Farbe und auf der ganzen Welt gehen Fans in den Pub, trin-

ken ein Guinness mit Freunden und feiern den Schutzpatron Irlands. Gute Stimmung garantiert!

Visibilitätskits für Outlets

Als irisches Bier ist Guinness DAS Getränk am St. Patrick's Day. Für die Irish Pubs ist der irische Nationalfeiertag mit Abstand der wichtigste Event im Jahr und meist auch der Tag

mit dem grössten Bierumsatz. 2015 ist der 17. März ein Dienstag – entsprechend haben Sie als Gastronom die Chance, unter der Woche für einen enormen Absatz zu sorgen.

Guinness stellt unterstützend Visibilitätskits zur Verfügung. Wenden Sie sich gleich jetzt an Ihren Sales Manager, denn wie der Ire sagen würde: The early bird gets the worm!



Wenn das kein Beweis ist, dass der St. Patrick's Day endgültig auch in der Schweiz angekommen ist: Im letzten Jahr wurde der Rheinfall zum irischen Nationalfeiertag in grün getaucht.



Nutzen Sie die Gelegenheit

Die Pubs sind am St. Patrick's Day gestossen voll, die Gäste in guter Stimmung und das Bier fliesst in grossen Mengen. Der ideale Zeitpunkt also, um den irischen Nationalfeiertag zu Ihren Gunsten zu nutzen:

- Lassen Sie eine eigene Promotion laufen.
- Ein Bierpass oder ein Sampling können den Absatz zusätzlich ankurbeln.
- Organisieren Sie Live-Musik. Auch Pub Games werden immer beliebter.

Ihr Sales Manager steht Ihnen gerne beratend zur Seite.

Restaurant, Café, Bar Goldauerhof in Goldau

Gäste fragen: «Habt Ihr wieder ein neu

Acht Offenbiere, die man in einem kleinen Lokal auf dem Land kaum erwartet: In Goldau setzen Laszlo Godo und Silvi Kunz seit letztem Frühling erfolgreich ihre Multibrand-Strategie um. Die Goldauer sind begeistert.

Grimbergen, Hoegaarden, Schneider Weisse, Magners, Guinness, Kilkenny, Gurten und Bodingtons im Offenausschank sowie Cardinal Brunette, Feldschlösschen Bügel, drei verschiedene Schneider Weisse und weitere Biere in der Flasche: Im «Goldauerhof» haben die Gäste die grösste Auswahl an Bieren in und um Goldau.

Multibrand-Strategie

Das war nicht immer so: Bis letzten Frühling wurde im Offenausschank nur gerade Cardinal angeboten. Dann übernahm Laszlo Godo den Betrieb gemeinsam mit seiner Partnerin Silvi Kunz. «Schon in meinem früheren Lokal in Küssnacht setzte ich mit Erfolg auf die Multibrand-Strategie», erzählt der schon seit mehr als zehn Jahren zufriedene Feldschlösschen-Kunde.

Begeisterte Goldauer

Laszlo Godo ist überzeugt: «Eine grosse Bierauswahl ist gut für den Umsatz.» Zuerst war er sich aber nicht sicher, ob die Goldauer sein Konzept akzeptieren würden: «Es war mit einem gewissen Risiko verbunden, als Fremder im Dorf so viele Biere anzubieten», sagt er. Die Goldauer seien aber sofort begeistert gewesen.

Regelmässig neues Bier

Eines der acht Offenbiere wechseln Laszlo Godo und Silvi Kunz regelmässig. «Oft kommen Gäste ins Lokal und fragen: «Habt Ihr wieder

ein neues Bier?»», erzählt der Gastronom. Das ist der beste Beweis dafür, dass sein Multibrand-Konzept im ländlichen Goldau aufgeht!

Frage der Gemütlichkeit

«Du musst machen, was dir selber Freude bereitet», sagt Laszlo Godo. Eine grosse Bierauswahl verbinde er mit etwas Gemütlichem. «Wenn ich in ein Lokal komme und nur einen Zapfhahn sehe, fühle ich mich nicht wohl. Ich will ja auch nicht die gleichen Schuhe tragen wie alle anderen.» Deshalb bietet er kein einziges Offenbier an, das man in einem Dorf wie Goldau erwartet. «Viele schätzen das extrem. Auf dem Land sind wir auch weltoffener geworden.»

Kriterien für Bierauswahl

Laszlo Godo erklärt, warum er sich für einzelne Biere entschieden hat:

- «**Gurten** ist in unserer Gegend etwas ganz Exklusives. Auch weil meine Partnerin aus Bern stammt, passt dieses hopfige Bier ausgezeichnet zu unserem Lokal.»
- «**Guinness** ist eine starke Marke und gehört einfach dazu. Wir haben auch einen beliebten Guinness Club.»
- «**Hoegaarden** kommt gut an, weil es leichter ist als die Weissbiere aus München.»



Silvi Kunz und Laszlo Godo stossen mit einem Grimbergen und einem Hoegaarden an.

Der kleine Biergarten indes ist ganz auf Schneider Weisse eingestellt. Laszlo Godo: «Hier passen dieses Bier und seine Kultur perfekt.»

Motto-Monate mit Bier

Im «Goldauerhof» wird auch zum Essen gerne ein Bier getrunken. In den Motto-Monaten gibt es spezielle Kombinationen. Silvi Kunz: «Wenn Detektiv Magnum das Motto ist, servieren wir zu Hot-Dog mit Sauerkraut ein Brooklyn Lager.» Zur Bierkultur gehören laut der Gastronomin auch eine gepflegt gestaltete Bierkarte und Saisonbiere. Schon bald

werde man ein Frühlingsbier aus dem Feldschlösschen-Sortiment anbieten, ergänzt Laszlo Godo.

Live-Musik und DJs

Ob sie einfach nur ein Bier trinken kommen, sich auf einem der drei grossen Bildschirmen ein Fussballspiel ansehen oder am Wochenende eine Party mit Live-Musik oder DJ feiern: Von Jung bis Alt schätzen die Gäste des «Goldauerhofs» die grosse Bierauswahl. Wie für ihre Gastgeber ist auch für sie Biervielfalt «etwas Gemütliches».

www.goldauerhof.ch



Die liebevoll gestaltete Bierkarte des «Goldauerhofs».



Die acht Offenbiere des «Goldauerhofs».

Hotel Schweizerhof in Sils-Maria

es Bier?»

Dank Grimbergen Blonde trinken Langläufer länger

Seit dieser Wintersaison ist das Hotel Schweizerhof in Sils-Maria Kunde von Feldschlösschen. «Wir haben unser Biersortiment erweitert und damit schon in den ersten Wochen sehr gute Erfahrungen gemacht», sagt Hotelier Nico Röthlisberger.

Wie seine drei Partner-Hotels Victoria-Lauberhorn in Wengen, Valaisia in Crans-Montana und Altein in Arosa hat auch der «Schweizerhof» in Sils-Maria im Engadin auf diese Wintersaison hin zum Getränkepartner Feldschlösschen gewechselt. Nico Röthlisberger, der den «Schweizerhof» zusammen mit seiner Gattin Katharina führt: «Wir haben mit mehreren Anbietern gesprochen und uns wegen des attraktiven Angebots, des umfassenden Services und der breiten Produktpalette für Feldschlösschen entschieden.»

1664 und Grimbergen Blonde

Das Ehepaar Röthlisberger nutzte den Wechsel zum neuen Getränkepartner Feldschlösschen, um das zuvor rudimentäre Biersortiment zu erweitern:

- **In der gemütlichen Arvenstube** bietet Nico Röthlisberger seinen Gästen nebst dem Feldschlösschen Original das französische Premium Bier 1664 an. «Hier befindet sich das À-la-carte-Restaurant, und hier wird nach dem Skifahren und dem Langlauf viel gejasst», erzählt der Gastronom. Deshalb habe man sich mit 1664 für ein «bekömmliches Lagerbier» entschieden. Nico Röthlisberger lobt «das schöne, elegante 1664-Glas» und sagt, man mache die Gäste, die «eine Stange» bestellen, speziell auf 1664 aufmerksam. «Viele probieren das neue Bier gerne aus und finden auch Gefallen daran.»

- **Auch im Dancing «Bella Festa»** haben sich die Röthlisbergers einen Doppelhahn installieren lassen. «Hier gibt es Live-Musik

und es wird getanzt», sagt Nico Röthlisberger. «Deshalb wollten wir hier nebst dem Feldschlösschen Original etwas Exklusives anbieten. Wir entschieden uns für das gehaltvolle belgische Abteibier Grimbergen Blonde.» Dieses Bier «im wunderschönen Kelchglas» werde nach dem Nachtessen gerne getrunken. Nico Röthlisberger: «Es kommt sehr gut an. Schon nach wenigen Tagen lernte eine ganze Langlaufgruppe diese Spezialität kennen und lieben.»

Mehr Bier, mehr Gewinn

Bei der Auswahl der Biere wurden die Röthlisbergers von Feldschlösschen Sales Manager Remo Flütsch unterstützt. «Er machte uns interessante Vorschläge», sagt Nico Röthlisberger. «Gemeinsam wählten wir ein für die Gäste passendes Sortiment. Unser Ziel ist, dass der Kunde mehr Bier verkauft und mehr verdient», erklärt Remo Flütsch.

Schon nach wenigen Wochen war klar: Die Rechnung geht auf! Nico Röthlisberger: «Die erweiterte Bierauswahl ist ein Gewinn für unseren Betrieb.»

www.hotel-schweizerhof-sils.ch



«Erweiterte Bierauswahl ist ein Gewinn für unseren Betrieb.»

Katharina und Nico Röthlisberger, Hotel Schweizerhof in Sils-Maria.



Grimbergen Blonde und 1664 haben im «Schweizerhof» schon viele Fans gefunden.



Das Hotel Schweizerhof in Sils-Maria.

Bitte umblättern



«Eine grosse Bierauswahl ist gut für den Umsatz.»

Laszlo Godo, Goldauerhof in Goldau



UNSER BROWN ALE AUS DER ROMANDIE

KREIERT AUS FREUNDSCHAFT - GEBRAUT MIT LEIDENSCHAFT



**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloessen.ch

Restaurant Bonap in Signy

«Die Erweiterung des Bierangebots ist für uns ein grosser Erfolg»

Feldschlösschen-Kunde Dzezmin Bilali hat den Umbau seines Lokals zum Anlass genommen, um das Bierangebot zu vergrössern. Dabei nahm der Wirt des Restaurants Bonap in Signy die professionelle

Hilfe seines Getränkepartners Feldschlösschen in Anspruch. Schnell war für Dzezmin Bilali klar: «Die grosse Biervielfalt wird von den Gästen geschätzt und zahlt sich für mich aus.»

Dzezmin Bilali blickt auf die vielen Getränke, die auf der Theke vor den drei Zapfhähnen aufgestellt sind. «Wow, so gross ist unser Sortiment an Bieren und anderen Getränken von Feldschlösschen bereits!», sagt der Wirt des Restaurants Bonap im waadtländischen Signy zu Sales Manager Assunta Charbonney. Kürzlich wurde die einstige Brasserie du Centre im Einkaufszentrum von Signy umgebaut und modernisiert. «Früher verkauften wir nur gerade 1664 im Offenausschank – das aber schon seit 17 Jahren und mit Erfolg», erzählt Dzezmin Bilali.

Umbau und Ausbau

Der Gastronom hatte den Umbau zum Anlass genommen, um das Biersortiment zu erweitern. Dzezmin Bilali, der das Restaurant mit dem dazugehörigen Take-away gemeinsam mit seinem Vater Kalos führt, konnte bei der Auswahl neuer Biere auf die langjährige Erfahrung von Feldschlösschen zurückgreifen: Dzezmin Bilali: «Assunta Charbonney hat uns bei der Zusammenstellung des neuen Getränkeangebots optimal begleitet.»

Welcher Typ von Gästen?

Für Sales Manager Assunta Charbonney stellte sich die Frage, welcher Typ von Gästen das «Bonap» besucht: Sind es Besucher des Einkaufszentrums? Oder Leute, die das für seine gepflegte Küche bekannte Restaurant gezielt ausgewählt haben? «Schnell war mir klar, dass bei der Auswahl der Biere beide Kategorien berücksichtigt werden müssen», sagt sie. Zudem



Ein starkes Team: Gastronom Dzezmin Bilali und Feldschlösschen Sales Manager Assunta Charbonney.

galt es, die modernisierte Innenausstattung in die Überlegungen miteinzubeziehen und deshalb auch Spezialitätenbiere ins Angebot aufzunehmen.

Promotionen und Bierkarte

Dzezmin Bilali: «Tagsüber ist 1664 immer noch ein Renner, aber am Abend zahlt sich das vergrösserte Angebot aus.» Der Entscheid, das Sortiment mit den beiden zusätzlichen Offeneren Grimbergen Blanche und Grimbergen Rouge sowie den Flaschenbieren Brooklyn Lager, Feldschlösschen Bügel, Feld-

«Bei der Erweiterung des Angebots hat Feldschlösschen uns optimal begleitet.»

Dzezmin Bilali, «Bonap» in Signy

schlösschen Alkoholfrei und Cardinal Brunette zu erweitern, sei ein grosser Erfolg: Dzezmin Bilali: «Die riesige Erfahrung und die hohe Professionalität von Feldschlösschen haben mir sehr geholfen. Die Gäste probieren jetzt gerne einmal ein neues Bier aus und schätzen das gros-



se Angebot.» Dazu würden auch die Promotionen von Feldschlösschen und die individualisierte Bierkarte beitragen.

Erfahrungen austauschen

Für Dzezmin Bilali ist der Prozess der Angebotserweiterung noch nicht abgeschlossen: «Zusammen mit Assunta Charbonney beobachten wir genau, auf was unsere Gäste wirklich ansprechen. Das kann dazu führen, dass wir ein Bier aus dem Sortiment nehmen und es durch ein Neues ersetzen.»

Für Sales Manager Assunta Charbonney ist der Erfahrungsaustausch wichtig: «Nur so können wir genau herausfinden, welche Produkte sich für unsere Kunden am besten eignen.»

Bitte umblättern

FEIER MIT CARLSBERG IN DEN BERGEN!

**JETZT
PROFITIEREN!**

**KIT BESTELLEN &
GÄSTE GEWINNEN
LASSEN**



AROSA ELECTRONICA

15. - 22. März

**MANDY, ANIMAL TRAINER,
KAROTTE, ...**

VERBIER HIGH FIVE
BY Carlsberg

11. April

REMARY & MANU-L

Mit Verantwortung
genossen.



Carlsberg

Probably the best beer in the world

Frische Trendsorten aus dem Rauch-Tal.

RAUCH
seit 1919

**Preis-Aktion
im HT-Flash
März 2015**

Bieten Sie Ihren Gästen das Besondere:
exotische Spezialitäten pur oder als Mixgetränk.

Viele tolle Rezepte unter:
answers.rauch.cc oder **rauch.cc**

Rauch. Frucht, Familie & Natur. Seit 1919





Geniessen gehört in der Ski Lodge Engelberg zum obersten Gebot. Zum vollkommenen Genuss gehört auch ein breites Biersortiment.

Ski Lodge Engelberg

«Unsere Gäste probieren gerne ein neues Bier aus dem Sortiment»

Gemütliche Zimmer, gutes Essen und eine neue Terrasse für Après-Ski an der frischen Luft: In der «Ski Lodge Engelberg» tut man einiges, um es den Gästen so angenehm wie möglich zu machen. CEO Niklas Danielson erklärt, warum es sich auch lohnt, den Gästen eine grosse Bierauswahl anzubieten.

Mit der «Ski Lodge» haben sich zwei Schweden in Engelberg den Traum des eigenen Hotels erfüllt. Die zwei Kollegen Eric und Niklas unterlassen nichts, um auch ihre Gäste glücklich zu machen. So wurde die Terrasse auf die laufende Wintersaison wetterfest gemacht. «Grosse Schirme, eine Heizung und viel Licht sorgen dafür, dass dem Après-Ski nie etwas im Wege steht», erklärt Niklas Danielson.



«Bier ist bei uns das mit Abstand wichtigste Getränk.»

Niklas Danielson, Ski Lodge Engelberg

Biersortiment ausgebaut

Auch die Bierkarte wurde ausgebaut. Neu wird zusätzlich zu Feldschlösschen Amber, Carlsberg und Franziskaner Weissbier ein der Saison angepasstes viertes Bier im Offen-

ausschank angeboten. «Bier ist bei uns das mit Abstand wichtigste Getränk», sagt Niklas Danielson. «Wir möchten un-



seren Gästen eine noch bessere Auswahl bieten.» Ergänzt wird das Offenbierangebot mit Carlsberg, Brooklyn IPA und Feldschlösschen Bügel aus der

Flasche. Die neue Vielfalt kommt sehr gut an, sagt Niklas Danielson: «Die Gäste sind sehr gewillt, in der nächsten Runde etwas Neues auszuprobieren.»

Christmas Tattoo mit Weihnachtsbier und Sechsspänner

Grosser Auftritt für Feldschlösschen

Zum zweiten Mal hat das Christmas Tattoo in der Adventszeit die Besucherinnen und Besucher in eine zauberhafte Vorweihnachtsstimmung versetzt. In der Basler St. Jakobshalle interpretierten die 500 Mitwirkenden aus 15 Formationen, drei Vocals sowie zahlreiche Schauspieler und Statisten insgesamt 70 Lieder und Musikstücke.

Einer der Stars der Show war Walter Belcher. Der US-Sänger singt wie Whitney Houston in vier Oktaven. Er interpretierte «Purple Rain» stimmungsgewaltig.

Kunden an der Premiere

Feldschlösschen trug als Supplier zum Erfolg des Christmas Tattoo 2014 bei, wobei der weihnachtlich geschmückte Sechsspänner einen grossen Auftritt hatte. Zudem passte das Feldschlösschen Weihnachtsbier wunderbar zu diesem festlichen Anlass mitten im Advent. Davon konnten sich auch die Kunden von Feldschlösschen überzeugen, welche zur Premiere eingeladen worden waren.



1



2



3

1 Grosser Auftritt für den beliebten Sechsspänner von Feldschlösschen.

2 Das Feldschlösschen Weihnachtsbier passte wunderbar zum Anlass.

3 Internationale Gäste genossen den Jingle-Bells-Apéro von Berchtold Catering.

4 Michael Spreiter (Sales Manager Feldschlösschen), Marcel Schroeder (Restaurant Elsbethenstübli) und Urs Zimmermann.

5 Erik Julliard (CEO & Produzent Basel Tattoo Productions), Lieutenant Colonel Nick Grace, Major Matt Sheldrick, Major Ian Wilson und Captain (retired) Stuart Samson.

6 Auch die VIP-Damen erlebten am Christmas Tattoo eine einmalige Weihnachtsstimmung.



4



5

in Basel



Die Newsletter-Gewinner freuen sich auf den Auftritt von Bryan Adams im Hallenstadion.

Feldschlösschen-Newsletter

Bryan Adams begeistert Gewinner

«Let's Make A Night To Remember»: Rocker Bryan Adams hielt das Versprechen seines Hits und bescherzte seinen Fans im Zürcher Hallenstadion unvergessliche Stunden. Sechs Feldschlösschen-Kunden aus der Gastronomie genossen das Konzert mit Begleitung in der Feldschlösschen-Loge, wo sie sich zu-

erst bei einem feinen Essen und den passenden Weinen auf den Auftritt des Superstars einstimmten. Sie hatten die VIP-Tickets im Wettbewerb des neuen Feldschlösschen-Newsletter gewonnen. Möchten auch Sie den Newsletter erhalten? Dann schreiben Sie uns eine Mail an myfeldschloesschen@fgg.ch.



In der Loge ist für das leibliche Wohl gesorgt, auf der Bühne sorgt Bryan Adams (oben rechts) für den Ohrenschmaus.

MEIN LIEBLINGSBIER

«Zur Abwechslung ein Cardinal Brunette»

«Wir spielen in der Nähe des «Rock Café» Beachvolleyball. Nach dem Sport geniessen wir hier auf der Terrasse gerne eine kühle Stange. Das Pub hat eine gute Bieraus-

wahl. Heute haben wir uns für das **Cardinal Brunette** entschieden. Es schmeckt erfrischend und ist eine gute Abwechslung zum normalen Lagerbier.»



Annette und Sylvie, Gäste im Rock Café Bern.



SCHWEIZER TRADITION AUS DER BÜGELFLASCHE



**JETZT
BESTELLEN!**

NATURFRISCH
DAS HERRLICH TRÜBE

BÜGEL
DAS CHARAKTER-
VOLLE LAGER



EIN DRINK MIT RAMONA IMPERIALE

«Das grosse Biersortiment ist ein Erfolgsfaktor und wird geschätzt»



RAMONA IMPERIALE VOM EISENBÄHNLI-PUB IN REICHENBURG (LINKS) UND STEFANIE GRUBER, SALES MANAGER FELTSCHLÖSSCHEN

Stefanie Gruber (Sales Manager): Im letzten Oktober hast du das Eisenbähnli-Pub übernommen und von Anfang an auf eine grosse Biervielfalt gesetzt. Erzähl doch bitte einmal von deinen ersten Erfahrungen.

Ramona Imperiale: Früher hatte es hier einen einzigen, uralten Carlsberg-Hahn, aus dem Cardinal ausgeschenkt wurde. Ich habe von Feldschlösschen eine schöne Offenausschankanlage mit vier Zapfhähnen installieren lassen und biete den Gästen im Offenausschank neben dem in dieser Gegend sehr beliebten Cardinal auch Feldschlösschen Original, Guinness und Saisonbiere wie das Weihnachtsbier an. Meine ersten Erfahrungen sind durchwegs positiv. Viele Gäste probierten die neuen Biere sofort aus und lernten neue Vorlieben kennen. Neben dem Cardinal kommt das Guinness besonders gut an. Ich darf tatsächlich neue Gäste begrüßen, die extra ins Eisenbähnli-Pub kommen, weil wir Guinness jetzt im Offenausschank anbieten.

Warum hast du Feldschlösschen als Getränkepartner gewählt?

Weil ich als Angestellte schon in mehreren Lokalen gearbeitet habe und mit

Feldschlösschen mit Abstand die besten Erfahrungen gemacht habe. Bei euch klappt immer alles, und wir Gastronomen werden vorbildlich unterstützt. Du hast mir bei der Auswahl der Biere zum Beispiel sehr viel geholfen.

Wir haben zusammen die Bierlandkarte angeschaut, du hast die Biere selbst ausprobiert und ich habe dir Tipps gegeben. Die Auswahl hast du dann aber selber getroffen.

Das stimmt, aber ganz ehrlich: Ohne deine kompetente Beratung hätte ich



Stefanie Gruber (links) und Ramona Imperiale.

nicht den Mut gehabt, hier im «Eisenbähnli» auf eine so grosse Biervielfalt zu setzen. In der Flasche haben wir ja auch Feldschlösschen Bügel, Cardinal Draft, Cardinal Spéciale und Schneider Weisse. Unser Publikum ist sehr gemischt – vom Rocker bis zum Banker kehrt alles bei uns ein. Und ich habe schon nach wenigen Wochen feststellen dürfen: Das grosse Biersortiment wird geschätzt und ist für mein Pub ein Erfolgsfaktor. Schliesslich machen wir fast zwei Drittel des Umsatzes mit Bier.

Im Eisenbähnli-Pub kann man auch essen. Was trinken die Gäste zu einer feinen Speise?

Wir bieten einfache Gerichte an – Fleisch auf heissem Stein, Pommes frites, Pizzen und Snacks. Die meisten Gäste trinken auch zum Essen am liebsten ein Bier. Ich bin überzeugt, dass es sich auszahlt, auch bei den vielen Promotionen von Feldschlösschen mitzumachen. Die Gäste schätzen Abwechslung und bestellen gerne auch mal ein Saisonbier. Was mich besonders freut: Viele Gäste, die vor langer Zeit im Eisenbähnli-Pub verkehrt haben, kommen jetzt wieder und fühlen sich wohl bei uns.

Du und dein Team, ihr bietet euren Gästen ja auch so einiges.

Wir pflegen eine familiäre Atmosphäre im Pub. Und wir wollen innovativ sein – nicht nur was die Biervielfalt betrifft. So veranstalten wir am letzten Freitag im Monat jeweils eine Party mit Live-Musik. Auch in diesen Nächten wird natürlich sehr viel Bier konsumiert.

EISENBÄHNLI-PUB IN REICHENBURG

Im letzten Oktober hat Ramona Imperiale das Eisenbähnli-Pub in Reichenburg SZ übernommen. Sie arbeitet schon lange in der Gastronomie und besuchte das «Eisenbähnli» früher oft als Gast. Als neue Betreiberin des Pubs hat sie von Anfang an mit Erfolg auf eine grössere Biervielfalt gesetzt.

WIR BRBEN IN SNOW

**ZWEIFEL VERLÄNGERT
DIE GRILLSAISON!**

**Mitmachen und coole Preise
im Gesamtwert von
CHF 35'000.- gewinnen**



TITLIS
WALDSEE

weber

STÖCKLI
outdoor sports

Gratislieferung und mehr Infos auf www.zweifel.ch

Wir tun alles für die besten Chips.

Z
ZWEIFEL

DIE CHIPS-
EXPERTEN

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

zweifel.ch/gastro

Wettbewerb – zu gewinnen:

Fünf Carlsberg Winterausrüstungen

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. In welcher US-amerikanischen Stadt wird das Brooklyn Bier gebraut?

- H** New York
- S** Los Angeles
- G** Boston

2. Wie heisst die Genuss-Reise für Paare im Hotel Eden im Park?

- R** Himmel und Hölle
- O** Feuer und Flamme
- C** Lust und Frust

3. Welcher Drink hat die Farbe der Liebe und ist zum Davonschweben?

- P** Limbo
- D** Himbo
- U** Bimbo

4. Wie heisst der Nationalfeiertag der Iren, der weltweit am liebsten mit einem Guinness gefeiert wird?

- A** St. Alfred's Day
- F** St. Patrick's Day
- D** St. Martin's Day

5. Warum kann Gastronomin Romana Imperiale in ihrem Eisenbahnli-Pub neue Gäste begrüssen?

- B** Wegen des Gratis Eintritts
- E** Wegen der Biervielfalt
- N** Wegen der Take-away-Gerichte

6. Wie heisst das weltweit erste kohlenstoffhaltige Softgetränk, das 1783 erschaffen wurde?

- N** Schweppes
- D** Coca-Cola
- R** Fanta

Das Lösungswort lautet:

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

So machen Sie mit

Senden Sie das Lösungswort und Ihre Kontaktdaten per Fax an **058 123 42 80** oder per E-Mail an **durst@fgg.ch**. Mit ein wenig Glück gewinnen Sie eine von fünf Carlsberg Winterausrüstungen.

Einsendeschluss ist der **10. Februar 2015**



Sporttasche, Mütze, Weste und Sonnenbrille: Winterausrüstung von Carlsberg.

Mit Carlsberg kommen Sie perfekt durch den Winter!

Carlsberg ist im Schweizer Nightlife stark verankert und auch im Après-Ski eine feste Grösse. Mit Carlsberg machen Sie aber schon vor dem Après-Ski

eine gute Figur. Lösen Sie das Quiz auf dieser Seite. Mit etwas Glück gewinnen Sie eine von fünf Carlsberg Winterausrüstungen. Die Winterausrüstung enthält

eine Sporttasche, eine Mütze, eine Weste und eine trendige Sonnenbrille. Mit Carlsberg kommen Sie perfekt durch den Winter. Wir wünschen Ihnen viel Glück.

Wettbewerbsgewinner DURST Dezember 2014

Je zwei Tickets für das Christmas Tattoo gewonnen haben **Gerda Saam** (Seltisberg), **Josiane Lesage Vonnard** (Lausanne), **Freddy Egartner** (Klostertal Dorf), **Ruedi Wunderli** (Rouss Getränke GmbH, Pfäffikon SZ), **Yvonne Bernhardsgrütter** (Vilters), **Cornelia Dali** (Uerkheim), **Christine Grau** (Basel), **Fredy Pletscher** (Pletscher Getränke, Steckborn), **Anna-Marie Fischer** (Pfunggen) und **Gaby Mariniello** (Hotel Stadthof, Bremgarten). Wir gratulieren.



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



Grosse Biervielfalt: Nicht nur für ein Pub ist eine grosse Auswahl an in- und ausländischen Offenbieren gut für den Umsatz.

Mehr Umsatz dank grösserer Vielfalt

Auf **myfeldschloessen.ch** können Sie Ihr Biersortiment optimieren

Viele Feldschlösschen-Kunden bestätigen: Eine grössere Auswahl an Bieren führt zu mehr Umsatz und kann sogar zusätzliche Gäste ins Lokal locken. Auf **myfeldschloessen.ch** können Sie Ihr Biersortiment bequem vom Büro aus optimieren und so den Umsatz maximieren.

«Seit wir im Offenausschank Guinness anbieten, kommen einige neue Gäste extra deswegen zu uns», erzählt Ramona Imperiale vom Eisenbähnli-Pub in Reichenburg auf Seite 19 dieses DURST. Das grössere Biersortiment habe ihr zudem viel Lob eingetragen und dazu geführt, dass die Gäste häufig ein neues Bier ausprobierten. Das ist gut für Ramona Imperiale, denn mit einem Spezialitätenbier wie Guinness kann sie pro Glas bis 50 Prozent mehr verdienen.

Interessante Tools

Wollen auch Sie Ihr Biersortiment optimieren und damit den Umsatz maximieren? Dann gehen Sie auf **myfeldschloessen.ch** in



Holen Sie alles aus Ihrem Sortiment raus.

Sortimentsoptimierung auf **myfeldschloessen.ch**

den Bereich «Besser wirtschaften». Dort stehen Ihnen diese Tools zur Verfügung:

■ **Sortimentscheck:** Mit diesem schnellen Check Ihres Sortiments erkennen Sie mögliche Potenziale innerhalb von Sekunden.

■ **Sortimentsempfehlung:** Vergleichen Sie unsere Sortimentsempfehlung für Ihr

Lokal mit Ihrem aktuellen Sortiment und erschliessen Sie so weitere Potenziale.

■ **Produktevergleich:** Wenn Sie eine Sortimentsoptimierung identifiziert haben, können Sie hier die entsprechenden Produkte miteinander vergleichen.

■ **Umsatzmaximierung:** Holen Sie das Maximum aus Ihrem optimierten Sortiment heraus! Führen Sie beispielsweise Promotionen durch oder optimieren Sie den Einsatz von Werbemitteln in Ihrem Lokal. Hier können Sie zum Beispiel mit wenig Aufwand eine für Ihren Betrieb individualisierte Bierkarte erstellen.



Eine grosse Auswahl regt die Gäste an, auch einmal ein neues Bier auszuprobieren.



Gestalten Sie Ihre eigene individualisierte Bierkarte.

My FELDSCHESSCHEN.ch

*Für einen
prickelnden
Valentinstag.
Jetzt bestellen!*



Swiss Nightlife Award

«Das ist eine ideale Plattform für Carlsberg und den neuen Claim»

Am 7. Februar werden in Zürich zum fünften Mal die besten Protagonisten des Schweizer Nachtlebens ausgezeichnet. Carlsberg ist Presenting Partner des Swiss Nightlife Award. Lukas Porro, Head of Sponsoring & VIP-Events beim Unternehmen Feldschlösschen, über die Vertragsverlängerung mit dem Veranstalter, die Neuerungen und den Profit für die Gastronomie.

Warum hat Carlsberg den Vertrag als Presenting Partner um vier Jahre verlängert?

Weil der Swiss Nightlife Award alle Protagonisten des Schweizer Nachtlebens zusammenbringt. Zu diesen Protagonisten gehört auch der im Nightlife stark verankerte Brand Carlsberg. 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 war schon bei der

Verleihung der ersten Awards dabei und hat den Event gemeinsam mit dem Veranstalter weiterentwickelt.

Wie können die Kunden aus der Gastronomie von diesem Sponsoring-Engagement profitieren?

Jeder unserer nachtgastraffinen Kunden kann sich für die Teilnahme anmelden und mit etwas Glück in den Genuss umfassender Kommunikationsleistungen und Visibilität kommen. Es profitieren aber auch jene Kunden, die sich nicht bewerben, denn Carlsberg wird auch dank dieses Engage-

«Probably the best after-party in the world.»

ments als glaubwürdiger Nightlife-Brand wahrgenommen und deshalb in der Gastronomie vermehrt konsumiert. Dazu wird auch der neue Claim beitragen.

Wie heisst der neue Claim?

Probably the best beer in the world. Wir werden den Swiss Nightlife Award nutzen, um davon einen ersten Geschmack zu geben. Man wird sehen, wie wir diesen Gedanken künftig umsetzen wollen.

Das macht neugierig.

Kommen Sie am 7. Februar in den «Komplex457» und las-



Vor einem Jahr nahm Lukas Porro im Namen des Zürich Openair den Award für Paul Kalkbrenner entgegen.

sen Sie sich überraschen! Nur so viel: Im Zentrum steht der Servicegedanke und auch scheinbare Statisten spielen eine Hauptrolle.

Was wird sonst noch neu sein am Carlsberg-Auftritt am Swiss Nightlife Award?

Wenn die Türen des «Komplex457» um 23 Uhr für die

Öffentlichkeit geöffnet werden, steigt erstmals eine exklusive Carlsberg After-Party, probably the best after-party in the world. Zudem haben wir unsere Kommunikation verstärkt und allen für einen Swiss Nightlife Award Nominierten mit einer Drei-Liter-Carlsberg-Flasche gratuliert.

www.swissnightlifeaward.com



Carlsberg ist am Swiss Nightlife Award eine feste Grösse.



Die Eule ist der begehrte Preis am Swiss Nightlife Award.

Swiss Nightlife Award 2015

Am 7. Februar werden im Zürcher «Komplex457» zum fünften Mal die renommierten Swiss Nightlife Awards in folgenden Kategorien vergeben:

- **Events:** Best Event Serie, Best Event, Best Big Event
- **DJs:** Best Open Format DJ, Best House DJ, Best Electronica DJ
- **Locations:** The Most Original Nightlife Bar, Best Club, Best Big Club
- **Special Awards:** Best Festival, Best New Location, Lifetime Award



HOLEN SIE MEHR RAUS!



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

easy
WINE

Hotel Swiss Star in Wetzikon

Das Business-Hotel hat jetzt neben «Top of Wetzikon» auch einen Saal

Reto Wüthrich ist in einer Zürcher Gastronomen-Familie aufgewachsen – und mit dem Zürcher Hürlimann-Bier, wie er selber sagt. Vor Kurzem hat er die Geschäftsführung des im August 2012 eröffneten Hotels Swiss Star in Wetzikon übernommen und kann bereits erste Erfolge verbuchen.

Saal-Eröffnung im Februar

Die kulinarischen Highlights werden im Panorama Grill Restaurant im 6. Stock serviert, welches nun mit 14 Gault-Millau-Punkten ausgezeichnet wurde. Das Lokal ist damit «Top of Wetzikon», was auch im Logozusatz zum Ausdruck kommt. Das Viersternehotel besitzt auch die Klassifizierung «Seminarhotel». Die sehr gut ausgestatteten Seminarräume werden gut gebucht. Einzig ein grosser multifunktionaler Saal hat bisher gefehlt. Er wird nun im Februar

eröffnet und befindet sich direkt neben dem Hotel. Reto Wüthrich: «Mit runden Tischen bietet der Saal Platz für 256 Personen, bei Konzertbestuhlung sogar für 530 Personen.»

Lob für Feldschlösschen

Reto Wüthrich freut sich darauf, die Gäste jetzt auch im Saal mit Getränken von Feldschlösschen verwöhnen zu können. «Ich bin seit vielen Jahren ein zufriedener Kunde», sagt er und lobt die «stets vorbildliche Betreuung» durch Feldschlösschen.

www.hotel-swiss-star.ch



Top of Wetzikon: Reto Wüthrich im Grill-Restaurant im 6. Stockwerk.



Reto Wüthrich während des Umbaus im neuen Saal.



Gross, festlich und top ausgerüstet: der neue Saal.



Colombe Geiser setzt in der L'Ange Bar auf eine grosse Biervielfalt.

L'Ange Bar in Alle

Colombe Geiser ist seit 30 Jahren treue Kundin

Seit 30 Jahren ist Colombe Geiser zufriedene Feldschlösschen-Kundin. Schon fünf Gastronomiebetriebe hat die heutige Wirtin der L'Ange Bar im jurassischen Alle geführt und dabei immer auf die Partnerschaft mit Feldschlösschen gesetzt.

Auch nach mehr als drei Jahrzehnten ist Colombe Geiser von der Betreuung durch ihren Getränkepartner begeistert: «Qualität wird bei Feldschlösschen in allen Bereichen gross geschrieben», sagt sie. Die Partnerschaft mit Feldschlösschen

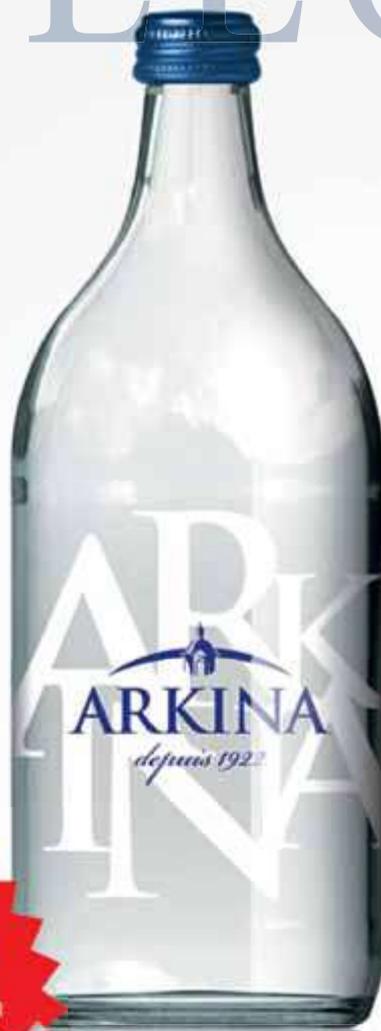
gebe ihr «ein Gefühl der Sicherheit, denn ich weiss, dass jemand da ist, der mir hilft, wenn ich ein Problem habe.» Zu vielen Mitarbeitenden von Feldschlösschen haben sich in all den Jahren sogar «freundschaftliche Beziehungen» ergeben.

Wir bedanken uns für die Treue

Wir bedanken uns bei Colombe Geiser für die lange und angenehme Partnerschaft und wünschen ihr in der Gastronomie weiterhin viel Spass, Befriedigung und Erfolg.

SWISS PREMIUM SELECTION

NEU FÜR DIE
GEPFLEGTE
GASTRONOMIE
UND HOTELLERIE.



**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloesschen.ch

SYMPATHISCH. WIRTSCHAFTLICH. AUTHENTISCH.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

Schweppes

Bewährte Qualität in neuem Design

Durch die reiche Geschichte von Schweppes zieht sich mit der Premium-Qualität eine Konstante. Die neu gestalteten Glasflaschen werden diesem Umstand nun noch gerechter. Dank den farbigen Kronkorken haben Sie das passende Erfrischungsgetränk für Ihre Gäste immer griffbereit.



Weltausstellung eine riesengrosse Fontäne im Londoner Hyde Park installiert wurde. Millionen Menschen aus aller Welt wollten etwas von dem Wunderwasser mit nach Hause nehmen. Die berühmte Fontäne kann man übrigens noch heute bewundern – auf dem Schweppes-Logo. Daran hat auch das neuste Redesign nichts geändert. Ab diesem Februar kommt Schweppes aber in neuen Flaschen daher.

DER Premium-Softdrink

Schweppes steht seit über 230 Jahren für aussergewöhnliche Geschmackserlebnisse und eine ausgezeichnete hohe und konstante Premium-Qualität. Das neue Design macht noch deutlicher: Schweppes ist DER Premium-Softdrink für den erwachsenen Geschmack. Davon profitieren auch Sie als Gastronom.

www.schweppes.ch

1783 gelang dem Juwelier Jacob Schuppe, was vor ihm noch keiner geschafft hatte: Der Deutsche stellte kohlenensäurehaltiges Mineralwasser in grosser Menge her. Damit hatte Schuppe den Grundstein für die Softdrink-Industrie gelegt.

Schnell in aller Munde

Bereits 50 Jahre später war das Sodawasser in aller Munde. Auch bei der britischen Queen: 1831 ernann-

te sie Schweppes offiziell zum königlichen Hoflieferanten. Das Unternehmen durfte sogar mit dem königlichen Wappen werben.

Prominente Werbeträger

In der Folge überraschte Schweppes immer wieder mit einzigartigen Werbeideen und prominenten Werbeträgern – in der jüngsten Geschichte etwa mit den Hollywoodstars Nicole Kidman und Uma Thurman.

Ob als Mixer im Drink oder als Softdrink: Schweppes steht für den erwachsenen Geschmack und Premium-Qualität.

Bereits 1851 erlangte Schweppes dank geschicktem Marketing weltweiten Ruhm, als an der ersten



Das neue Flaschendesign unterstreicht die Premium-Qualität von Schweppes.

Davon können Sie als Gastronom profitieren

- Dank des transparenten Labels auf der Vorderseite wird die Premiumisierung von Schweppes gesteigert.
- An der Form der 20cl-Glasflaschen wurde nichts verändert, sie ist bei Schweizer Gästen sehr beliebt.
- Schweppes Indian Tonic, Bitter Lemon oder Ginger Ale: Die farbigen Kronkorken helfen Ihnen, Ordnung in Ihrer Kühlschublade zu halten.

Hotel Eden im Park: ideales Geschenk zum Valentinstag

Feuer und Flamme – eine romantische Genuss-Reise für Paare

Am Valentinstag schenkt man der Liebsten oder dem Liebsten den Gutschein, eine Woche danach sind die Paare dann Feuer und Flamme für eine romantische

«Genuss-Reise» im Hotel Eden im Park in Rheinfelden. Nach dem Besuch des Solebades steht ein feuriges Überraschungs Menü auf dem Programm.

Geniesser und Neugierige begeben sich im Hotel Eden im Park regelmässig auf kulinarische «Genuss-Reisen». Gemeinsam sind den Anlässen der charmante Service, die schöne Atmosphäre und das themenbezogene Menü.

Ideal als Geschenk

«Feuer und Flamme» ist eine von zehn «Genuss-Reisen», die das Restaurant Makaan im Hotel Eden im Park anbietet. Sie richtet sich an Paare und findet in Anlehnung an den Valentinstag um das Datum herum statt, am 21. Februar. Somit ist diese «Genuss-Reise» ein ideales Valentinstageschenk für den Liebsten oder die Liebste. Gemeinsam kann man sich dann eine Woche auf die «Genuss-Reise» freuen.

Überwältigender Erfolg

«Der Titel «Feuer und Flamme» wurde in Anlehnung an die Verliebtheit und an den Feiertag der Liebenden, den Valentinstag, gewählt», sagt Walburga Kunz. Der Erfolg ist laut der Hotelière überwältigend: «Der Anlass findet bereits zum achten Mal statt und war bisher immer ausgebucht.»

Auftakt im Solebad

«Feuer und Flamme» führt die Liebenden zuerst ins Wasser: «Zur Einstimmung geniessen sie entspannende Augenblicke im 33Grad warmen Solebad mit Sauna und Dampfbad. Der Spabereich ist exklusiv für die an dieser «Genuss-Reise» teil-



Feuer & Flamme

Samstag, 21. Februar 2015, ab 17 Uhr



«Der Anlass war bisher immer ausgebucht.»

Walburga Kunz, Hotelière im Hotel Eden im Park Rheinfelden

nehmenden Paare geöffnet», sagt Walburga Kunz. Danach steht laut dem «Feuer und Flamme»-Flyer des Hotels Eden im Park ein

«Viergang-Romantik-Menü voller feuriger Überraschungen aus der «Eden»-Küche» auf dem Programm.

Paare jeden Alters

«Der Abend findet in einem romantischen Rahmen und bei Kerzenlicht statt», sagt Walburga Kunz. Details will sie keine verraten, schliesslich sollen die Liebenden am

21. Februar im Hotel Eden im Park ja überrascht werden.» Zielpublikum sind laut der Hotelière «Paare jeden Alters – Stammgäste und natürlich auch Erstbesucher.» «Feuer und Flamme» kostet pro Person 92 Franken. Paare, die das Solebad nicht besuchen wollen, zahlen pro Person 10 Franken weniger.

www.hoteleden.ch

«Feuer und Flamme» beginnt mit dem Besuch des Solebades.

In der Beiz mit Beat Schlatter

Nussgipfel und Katzenjammer

Ort:
Restaurant Frieden,
Wehntalerstrasse, Zürich.

Gesprächspartner:
Heinz Kolb, Wirt.

Beat: Wenn ein Vertreter zu dir ins Restaurant kommt: Wie jammert man dem als Wirt am besten etwas vor?
Heinz: Ich habe hinter dem Buffet immer ein Paar Krücker. Er lacht. Sein Mobiltelefon läutet, er nimmt ab, spricht kurz und in freundlichem Ton mit dem Anrufer und hängt wieder auf. Das

war Nöggi, der Musiker. Er ist hier Stammgast.
Beat: Ich habe ihn kürzlich an der GV der Hürlimann Bier AG gesehen. Er hat unglaublich abgenommen. Ist es für einen Wirt eigentlich ein gutes Zeichen, wenn ein Stammgast so stark abnimmt? Ich beisse in einen selbst gemachten Nussgipfel und denke, am Nussgipfel kann es jedenfalls nicht liegen, dass der Nöggi so abgenommen hat. Es ist der beste Nussgipfel, den ich je gegessen habe.
Heinz: Wichtig ist nicht, was ein Gast isst, sondern



Beat Schlatter (links) und Heinz Kolb vom Restaurant Frieden.

dass er immer und gerne wiederkommt.
Beat: Zurück zum Jammern: Wäre es für einen Wirt hilfreich, wenn es Kurse für professionelles Jammern gäbe? In diesen Kursen könnte der Wirt lernen, bei Vertretern neue Tischtücher, Gartenmöbel und vieles mehr herauszujammern. Ein Trick wäre sicher auch, dem Vertreter einen Stuhl anzubieten, bei dem

ein Bein abbricht, wenn er sich daraufsetzt. Heinz: Es gibt schon so Tricks, aber die behält ein Wirt gerne für sich.
Beat: Ich habe da noch eine etwas delikate Frage: Wenn ein Gast mit seiner toten Katze zu dir kommt und dich bittet, sie zuzubereiten: Würdest du das machen?
Heinz: Auf gar keinen Fall!
Beat: Aus ethischen Gründen oder weil du nicht weisst, wie man eine Katze ausnimmt? Heinz: Ich wüsste schon, wie man eine Katze ausnimmt oder einen Hund, das ist kein Problem.
Beat: Und wenn die Katze jetzt ein Stammgast bringt, der einen runden Geburtstag feiern will? Heinz: Ich würde die Katze trotzdem nicht kochen. Ich würde dem Gast vielleicht raten, es ganz weit weg im Fernen Osten zu versuchen.

Agenda präsentiert von **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

Muba und Geburtstag von Feldschlösschen

• **Mustermesse Basel:** 2014 lockte die Muba 164000 Besucherinnen und Besucher aufs grösste Messegelände der Schweiz. Auch in diesem Jahr kann vom 6. bis 15. Februar eine riesige Vielfalt an Produkten zu den Themen Wohnen, Haushalt, Garten, Bau und Renovation, Mode, Gesundheit, Sport, Multimedia, Reisen und Kultur sowie Essen und Trinken erlebt werden. Feldschlösschen verbindet die Messebesucher mit den passenden Getränken.

www.muba.ch



• **Geburtstag Feldschlösschen:** Am 8. Februar 1876 wurde in der «Kollektivgesellschaft Wüthrich & Roniger Brauerei zum Feldschlösschen» erstmals Bier gebraut. Es ist das Gründungsdatum der Marke und des Unternehmens Feldschlösschen, das in diesem Februar seinen 139. Geburtstag feiert. Im ersten Jahr wurden 3600 Hektoliter Bier gebraut. Es war der Anfang einer Erfolgsgeschichte schweizerischen Unternehmertums.

www.feldschloessen.com



BIERLEXIKON

W wie Würze

Die aus geschrotetem Malz gewonnene zuckerhaltige Flüssigkeit nennt man im Brauprozess **Würze**. Die Würze wird in der Würzpfanne mit Hopfen zum Kochen gebracht. Bei diesem Vorgang lösen sich die aromatischen Stoffe aus dem Hopfen und ergeben zusammen mit dem Malz den typischen Biergeschmack. Der Zuckergehalt vor der Vergärung (Stammwürze) schwankt bei Bieren zwischen 6 und 25 Prozent.



GASTROWITZ des Monats

Ein Chinese sitzt in einer Zürcher Brasserie und bestellt ein Bier. Der Kellner bringt ihm eine Stange und stellt sie auf einen Bierdeckel. Nach kurzer Zeit bestellt der Tourist aus Fernost wieder ein Bier. Der Kellner bringt ihm eine zweite Stange, aber der Bierdeckel ist weg. Also legt er einen neuen Bierdeckel unters Glas. Nach einer Weile bestellt der Chinese sein drittes Bier. Wieder ist der Bierdeckel weg. Jetzt stellt der Kellner die dritte Stange direkt auf den Tisch. Darauf fragt der Chinese: «Wo bitte is Keks?»



**JETZT
BESTELLEN!**

1128
+ GRIMBERGEN +
ABDIJBIER - BIÈRE D'ABBAYE