



# DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen – [www.durstzeitung.ch](http://www.durstzeitung.ch)  
Nr. 10 | Oktober 2015



## Heisse Umsätze an kälteren Tagen

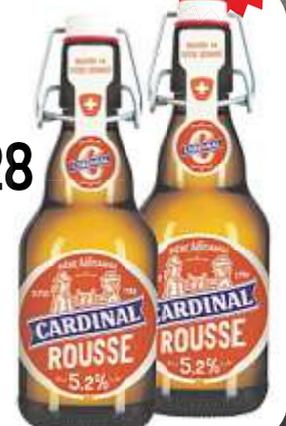
10 wertvolle Tipps: Seite 10

**HIT**

Cardinal  
Rousse

**1.28**

Nettopreis  
statt 1.58  
MW Harass  
20x0,33  
Art. 13142



### Newsletter

Profitieren Sie von den exklusiven Angeboten für die Gastronomie

**Seite 5**

### Swiss Indoors

Gewinnen Sie Tickets für die Tennisspiele von Roger Federer & Co.

**Seite 26**

Food & Wine Pairing Oktober

# KRÄFTIGE PARTNER. MALBEC JUAN BENEGAS AUS MENDOZA ZU EINEM SAFTIGEN RINDERFILET.

*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](http://www.bottle.ch)

**THE  
BOTTLE**  
WEIN FÜR GÄSTE



Bestellen Sie unter [www.myfeldschloessen.ch](http://www.myfeldschloessen.ch) 0848 805 010

Editorial

# Alles für eine erfolgreiche Übergangszeit



**Liebe Leserinnen, liebe Leser**

Der wunderbare Sommer ist vorbei und der hoffentlich nicht minder schöne Winter noch Zukunftsmusik. Die Übergangszeit von der warmen in die kalte Jahreszeit bietet für Sie als Gastronom viele Chancen, sie hält aber auch grosse Herausforderungen bereit. Ab **Seite 10** gibt Ihnen die DURST-Redaktion 10 wertvolle Tipps für heisse Umsätze an kälteren Tagen.

Der Herbst duftet nach Laub und Früchten, nach Marroni, Kürbis, Metzgete und Wild. Im umfangreichen Sortiment von Feldschlösschen finden Sie zahlreiche Biere, die perfekt mit den Düften der dritten Jahreszeit korrespondieren. Auf **Seite 11** finden Sie eine kleine Auswahl, Ihr Sales Manager berät Sie gerne im Detail. Ganz besonders empfehlen möchte ich Ihnen das neue Feldschlösschen Braufrisch, das es jetzt neu und selbstverständlich exklusiv für die Gastronomie auch als Offenbier gibt.

Ergänzend zum DURST erhalten Sie in unserem monatlichen Newsletter ebenfalls regelmässig Tipps und Anregungen. Auf **Seite 5** erfahren Sie in der neu kreierte Newsletterbox, wie Sie Monat für Monat von den Angeboten und Aktionen profitieren können, die es nur im Newsletter gibt. Abonnieren können Sie den Newsletter übrigens auf [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch)

Daniel Zemp, Area Sales Director  
Zürich West, Stadt und Oberland

**IMPRESSUM**

**DURST**

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen  
[www.durstzeitung.ch](http://www.durstzeitung.ch)

**Herausgeberin**

Feldschlösschen Getränke AG  
Theophil-Roniger-Strasse  
4310 Rheinfelden  
Telefon 0848 125 000  
[www.feldschloesschen.com](http://www.feldschloesschen.com)

**Gesamtverantwortung**

Daniela Fernández

**Redaktionelle Verantwortung**

Daniela Fernández

**Inserate**

[durst@fgg.ch](mailto:durst@fgg.ch)

Daniela Fernández

**Redaktion, Gestaltung, Litho, Korrekturen, Übersetzung, Druck und Versand**

Generalunternehmen  
Vogt-Schild Druck AG  
Gutenbergstrasse 1  
4552 Derendingen

**Projektverantwortung:** Pamela Güller

**Chefredaktion:** Marcel Siegenthaler/  
Textension GmbH, [www.textension.ch](http://www.textension.ch)

**Erscheinungsweise**

Monatlich in deutscher, französischer und italienischer Sprache

**Jahrgang:** Neunter Jahrgang

**Auflage**

Deutsch 24000, Französisch 10000, Italienisch 2000

**Urheberrechte**

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

**Bildnachweis**

Freshfocus, Textension, fotolia.de, Shutterstock, Feldschlösschen



gedruckt in der  
**schweiz**



Bier des Monats 4



Erfolg in der Übergangszeit 10

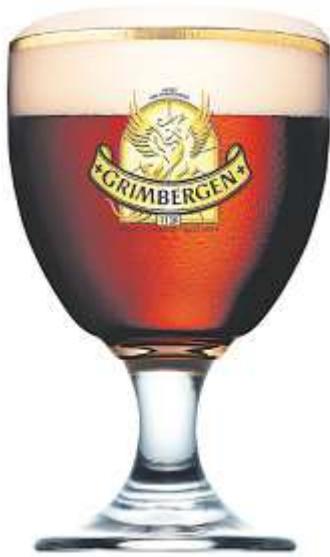


Eidgenössisches Hornusserfest 16



Grimbergen Rouge

# Perfekt für den Herbst und Halloween



Das Rouge von Grimbergen kombiniert die süßen Aromen von Holunder, Cranberry und Erdbeere mit den würzigen Noten eines Abteibieres. Das ausgewogene Bier ist in der belgischen Tradition fruchtiger Biere gebraut und hat sechs Prozent Alkohol. Weil Bier im Mittelalter zu den favorisierten Getränken gehörte und vor allem in den Klöstern das ganze Jahr hindurch gebraut wurde, experimentierten die Ordensbrüder von Grimbergen gerne. Sie benutzten rote Früchte aus der näheren Umgebung und erschufen daraus ihr berühmtes Grimbergen Rouge.

Sein bittersüßer und fruchtiger Geschmack, der üppige, dichte und rosafarbene Schaum, die rubinrote Farbe und der intensive Duft machen Grimbergen Rouge zu einem erfrischenden Meisterstück. Das Abteibier passt perfekt zu kühleren Tagen und dank seiner Farbe natürlich auch zu Halloween.

Jetzt bestellen!

**5.09 CHF**

pro Liter

Grimbergen Rouge  
Art. 12616 20 Liter Fass

[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)



## DAS PERFEKTE BIER



**Wussten Sie**, dass Bier nicht nur durch Wärme, sondern auch durch zu viel Kälte beim Lagern Schaden nehmen kann?

### Tipp des Monats

Gehen Sie auf [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch) in den Bereich Training/Wissenscenter/Das perfekte Bier. Dort erfahren Sie noch mehr interessante und nützliche Tipps über die richtige Lagerung und Ruhezeit des Bieres.



## WEIN DES MONATS

### Sforzato di Valtellina DOCG ZANOLARI

Der **Sforzato di Valtellina DOCG** hat ein süßes, kräftiges Bouquet, etwas Cassis, Kandis und kalte Raucheraromen. Ein kräftiger Körper begleitet die üppige Aromatik. Er ist ausgewogen, mit feinsandigem Tannin und cremigem Schmelz. Tolle Länge mit süßem, verführerischem Finish.

#### Passt perfekt zu...

Der Sforzato di Valtellina DOCG passt optimal in die mediterrane Küche, vor allem zu Fleisch- und auch zu Wildgerichten.

«THE BOTTLE» – Food & Wine:

[www.bottle.ch](http://www.bottle.ch)



Jetzt bestellen!

**19.90 CHF**

pro Flasche

Sforzato di Valtellina DOCG  
Art. 13925  
6 x 75cl EW Karton

[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)



Diese neun jungen Menschen haben mit der Ausbildung begonnen.

## Unternehmen Feldschlösschen

# Neun neue Lernende

An mehreren Standorten in der Schweiz bildet das Unternehmen Feldschlösschen Lernende in sieben Berufen aus. Den jungen Menschen wird eine erstklassige Ausbildung geboten, die sie optimal auf die Berufswelt vorbereitet. Anfang August sind beim Unternehmen Feldschlösschen diese neun Lernenden in die Arbeitswelt eingestiegen (auf dem Bild von links): **Vinzenz**

**Weishaupt** (Chemielaborant, Rhäzüns), **Milos Djordjevic** (Logistiker EFZ, Dietikon), **Timo Helbling**, **Fabio Giuoco** (beide Kaufmann, Rheinfelden), **Nora Allenspach** (Kaufrau, Rheinfelden), **Dominik Müller**, **Luca Kurz** (beide Lebensmitteltechnologe, Rheinfelden), **Michelle Hugo** (Kauffrau, Rheinfelden) und **Ivo Duttweiler** (Elektroinstallateur, Rheinfelden).

Neu auch als Offenbier

# Braufrisch bringt frischen Wind in die Gastronomie



Junge Braumeister aus dem Schloss haben das neue Feldschlösschen Braufrisch entwickelt. Das trübe, unfiltrierte und naturbelassene Bier ist die moderne und süffige Interpretation eines klassischen Bieres. Nach seinem fulminanten Start im Detailhandel ist Feldschlösschen Braufrisch jetzt auch als Offenbier erhältlich. Es hat mit seinen Malz- und Caramelnoten sowie der leichten Hopfenbitterkeit einen einzigartigen Geschmack und passt perfekt zu den verschiedensten Speisen.

## Profitieren Sie von attraktivem Werbematerial

Im Internet und in TV-Spots hat Feldschlösschen Braufrisch seit dem Frühling einen frischen Auftritt, von dem auch Sie als Gastronom profitieren. Wenn Sie das neue Offenbier jetzt bestellen, schenken wir Ihnen als zusätzlichen Umsatzbringer attraktives Werbematerial.

[www.braufrisch.ch](http://www.braufrisch.ch)

Jetzt bestellen!

**3.67 CHF**

pro Liter

Feldschlösschen Braufrisch  
Art. 14529 20 Liter Fass

[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)



Die jungen Braumeister testen das neue Feldschlösschen Braufrisch.



## Bière riche

# Feierabendbier mit frischen Feigen

Dieser kleine Happen ist einfach zuzubereiten und passt perfekt zum Feierabendbier, wenn die Temperaturen langsam tiefer sinken.

Feigen mit Ziegenkäse

**ZUTATEN FÜR 10 STÜCK:** 10 frische Feigen, 150 g Ziegenkäse, 50 g Rucola, 1 Scheibe Schinken, in Streifen geschnitten.

**ZUBEREITUNG:** Feigen waschen, trockentupfen und den oberen Teil entfernen. Über Kreuz tief einschneiden. Mit Ziegenkäse füllen, einem Blatt Rucola und einem Schinkenstreifen garnieren.

## Jameson

# Feinster Whiskey aus Irland

«Es gibt keine richtige oder falsche Art, deinen Lieblingswhiskey zu geniessen», heisst es auf [jamesonwhiskey.com](http://jamesonwhiskey.com). Bereits im Jahre 1780 entdeckte der Master Distiller John Jameson, dass drei Destillationsvorgänge für seinen Jameson Irish Whiskey genau richtig waren. Sein Vermächtnis wird bis heute so fortgeführt.

Dank der dreifachen Destillation ist der irische Jameson Whiskey besonders harmonisch, mild und ausgewogen. Er trinkt sich pur und on the Rocks ebenso gut wie als Grundlage in einem Drink. Er ist auch in Einzelflaschen bestellbar.



Jetzt bestellen!

**23.65 CHF**

pro Flasche

Jameson Irish Whiskey  
Art. 23112 1x70 cl EW Glas

[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)



## NEWSLETTER

# Exklusive Angebote für Sie als Gastronom

Aktionen und Sonderrabatte, die es sonst nirgends gibt, dazu ein Wettbewerb mit attraktiven Preisen: Als Abonnent des Newsletters von Feldschlösschen können Sie, als unser Kunde aus der Gastronomie, Monat für Monat von exklusiven Angeboten profitieren.

Sind Sie interessiert? Dann gehen Sie auf [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch). Dort können Sie den Newsletter abonnieren.



**My FELDSCHESSCHEN.ch**

Durst auf mehr

# AI AI AICY!

VIER FRUCHTIGE LIKÖRE  
FÜR COOLE DRINKS  
UND SOMMERLICHE SHOTS



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

**BESTELLEN & PROFITIEREN**  
[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch) 0848 805 010

**HOUSE  
SELECTION  
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.



## DRINK DES MONATS

# Premium Tonic, bester Gin, frische Zutaten: Der perfekte Gin Tonic für Top Bars

Gin Tonic wird weltweit immer lieber getrunken. Vor diesem Hintergrund hat Schweppes zusammen mit Experten die Schweppes Premium Mixers kreiert.

### Drink bleibt länger frisch

Sie zeichnen sich aus durch eine längere Karbonisierung – so bleiben Drinks länger frisch. Mit Alkohol kombiniert erweitern sie deren Aroma ideal, anstatt es zu verschleiern. Es entsteht eine intensive und köstliche Geschmackssensation. «Orange Blossom & Lavender Tonic», «Premium Tonic»,

«Ginger & Cardamom Tonic» und «Pink Pepper Tonic» – mindestens eine dieser vier Kreationen passt perfekt zu jedem Gin.

### Der perfekte Mix

Ein Beispiel: Gurke und Pfeffer passen perfekt zusammen. Hendrick's Gin enthält Gurkenessenzen – «Pink Pepper Tonic» Pfefferessenzen. Kombiniert mit frischem Pfeffer und frischer Gurke ergibt das den perfekten Mix für Ihre Gäste.



### Pink Pepper Tonic & Hendrick's

4–7 cl Hendrick's Gin  
Pink Pepper Tonic  
Eiswürfel, Schwarzer Pfeffer, Gurkenscheiben

### Zubereitung

Glas mit Eis füllen, Hendrick's Gin begeben, langsam mit Pink Pepper Tonic auffüllen. Kurz umrühren und mit Pfeffer und Gurke garnieren.



Jetzt bestellen!

**31.50 CHF**  
statt 34.50 CHF

pro Flasche

Hendrick's Gin 41,4%  
Art. 14399  
6 x 0,70 EW Glas

[www.myfeldschloessen.ch](http://www.myfeldschloessen.ch)



Promotion auf  
Hendrick's Gin vom  
12.10.–23.10.

**JETZT  
PROFITIEREN!**

## Eidgenössisches Schwingfest 2016 in Estavayer

# Feldschlösschen-Fohlen heisst **Fleur d'Estavayer**

Der dreifache Schwingerkönig Jörg Abderhalden hat das Fohlen, das Feldschlösschen am Eidgenössischen Schwingfest 2016 in Estavayer zur Verfügung stellt, auf den Namen Fleur d'Estavayer getauft.



Fleur d'Estavayer – ein schöner Name für ein schönes Fohlen.

Feldschlösschen ist Goldsponsor des Eidgenössischen Schwing- und Älplerfestes vom nächsten Jahr in Estavayer. Wie schon 2013 in Burgdorf stellt das mit dem Schwingsport eng verbundene Unternehmen ein Fohlen als Lebendpreis zur Verfügung. Auf Facebook konnte man Vorschläge für den Namen des Fohlens machen und schliesslich aus drei Namen auswählen. Zur Auswahl standen diese Namen:

- Fleur d'Estavayer
- Feldini
- Feldy

### Prominenter Taufpate

Die Teilnehmerinnen und Teilnehmer haben sich für Fleur d'Estavayer (Blume von Estavayer) entschieden. Am 29. August wurde das Fohlen an der Veranstaltung «Ein Jahr vorher» auf diesen Namen getauft. Taufpate war kein Geringerer



Taufpate Jörg Abderhalden mit Feldschlösschen-Fuhrmännern auf der Kutsche.

als der dreifache Schwingerkönig Jörg Abderhalden.

### Für einen Kranzschwinger

Traditionell geht das Fohlen an einen der Kranzschwinger (je nach Platzierung). Der Gewinner kann wählen, ob er das Tier oder den finanziellen Gegenwert haben möchte. Entscheidet er sich für das Geld, bleibt das Fohlen beim Züchter und wächst dort auf, wo es geboren worden ist.

# Das Beste am Apéro: Die Beilage.



Wir tun alles für die besten Chips.



DIE CHIPS-  
EXPERTEN

## Rauch &amp; House Selection Spirits

## Fruchtig-frische Cocktail-Ideen

Exotische Rauch-Fruchtsäfte kombiniert mit der neuen Mixlinie der House Selection Spirits. Da sind Happy-Cocktail-Tage garantiert!

Ein Daiquiri Mango, ein Summer Breezer oder doch lieber ein Babouin? Ob neue Kreationen wie diese oder Klassiker, ob mit oder ohne Alkohol: Bei den Mixmöglichkeiten, die die House Selection Spirits aus dem Hause Feldschlösschen und Rauch Fruchtsäfte bieten, fällt die Wahl schwer.

## Geschmackliche Vielfalt

«Viele Kunden schätzen die Vielfalt bei Happy Day, insbesondere der exotischen Sorten», erklärt Heiner Schäublin, Geschäftsführer Rauch Schweiz. Wie vielseitig die zahlreichen

Sorten des Fruchtsaftspezialisten sind und wie gut sie mit den House Selection Spirits harmonieren, betonen die hier vorgestellten Rezepte, die in Kooperation und als Dank an die Konsumenten entstanden sind.

## Testen Sie es selbst aus

Um Sie auf den Geschmack zu bringen und damit Sie selbst weitere Mix-Möglichkeiten austesten können, haben wir im Oktober Knüllerangebote auf Happy Day Produkte und House Selection Spirits. So sind Ihren eigenen Drinkkreationen keine Grenzen mehr gesetzt.



Leidenschaft für die Frucht ist die Basis für die Erfolgsgeschichte des Familienunternehmens Rauch-Fruchtsäfte, das bereits in vierter Generation geführt wird. Von der Frische der Früchte über die Produktion und Verpackung bis hin zur Vermarktung wird bei Rauch Qualität besonders gross geschrieben. Der Rauch-Baum, das zentrale Symbol, steht für Natürlichkeit, Tradition und Innovationskraft. Die Rauch-Gruppe ist inzwischen in fast 100 Ländern vertreten.

## HOUSE SELECTION SPIRITS

Die House Selections Spirits sind ein exklusives, auserlesenes und smartes Sortiment, das auf die Bedürfnisse der Gastronomie abgestimmt ist. Hier trifft Exklusivität auf Qualität. Das Sortiment beinhaltet Wodka, Gin, Rum, Whisky und Tequila. Ob pur oder als Basis für Cocktails: Das exklusive Sortiment der House Selection Spirits ist für jeden Einsatzbereich die richtige Wahl.

Knüller-Angebot auf Happy Day Produkte und House Selection Spirits. Hitflash-Aktion vom 12.10.-23.10. 2015.



## Summer Breezer

4 dl Aicy Vodka  
1,5 dl Holunderblütensirup  
Happy Day Cranberrysaft  
Apfelsaft  
4-5 Minzblätter  
Crushed Ice

Wodka, Sirup und Minzblätter in den Mixer geben, mit Cranberry- und Apfelsaft auffüllen und auf Crushed Ice gut shaken.

## Daiquiri Mango

50 ml Ron Santa Cruz Rum  
20 ml Frisch gepresster Limettensaft  
10 ml Läuterzucker  
40 ml Happy Day Mango  
Eiswürfel

Alle Zutaten in den Shaker geben und mit Eiswürfeln füllen. 10 bis 15 Sekunden kräftig schütteln. Drink in vorgekühlte Martinischale abseihen und mit Johannisbeerzweig dekorieren.

## Babouin alkoholfrei

4 cl Happy Day Maracujasaft  
2 cl Happy Day Orangensaft  
1 cl Zitronensaft  
3 cl Happy Day Ananassaft  
5 cl Kirschsaff  
Eiswürfel

Die Säfte mit einigen Eiswürfeln in den Shaker geben und kräftig schütteln. Mischung durch das Barsieb auf weitere Eiswürfel in ein Longdrinkglas abgessen.



Den Sommer verlängern und gleichzeitig den Winter einläuten

# 10 heisse Tipps für eine umsatzstarke Übergangszeit

Die Tage werden kürzer, die Temperaturen tiefer. Die Sonne kann aber noch immer warm vom Himmel scheinen. Jetzt haben viele Menschen das Bedürfnis, den Sommer zu verlängern und noch immer viel Zeit

im Freien zu verbringen. DURST zeigt Ihnen, wie Sie die Outdoor-Saison verlängern und Ihren Gästen auch drinnen im Lokal Spezielles bieten können. 10 heisse Tipps für eine umsatzstarke Übergangszeit.

**1 Wärme & Decken:** «Das war ein Supersommer in jedem Augenblick. Wir liessen uns're Träume einfach schweben.» Was Udo Jürgens in seinem Lied «Die Sonne und du» so schön besungen hat, wollen die Menschen jetzt auch im Herbst noch erleben. Sie wollen draussen sitzen und den Lunch, das Nachtessen oder das Feierabendbier möglichst lange unter freiem Himmel geniessen.

Wenn Sie Ihren Gästen wärmende Decken zur Verfügung stellen, können Sie die Outdoor-Saison auf Ihrer Terrasse oder in Ihrem Garten verlängern und damit den Umsatz steigern. Auch Wärmepilze verschaffen die ersehnte Wärme. Je nach Kanton gibt es allerdings unterschiedliche Vorschriften für deren Einsatz.

**2 Biere & Sauser:** Exklusiv für Sie als Gastronom gibt es das neue Feldschlösschen Braufrisch (Art. 14529, 3.67 Franken pro Liter) jetzt auch als Offener. Das trübe, unfiltrierte und naturbelassene Spezialbier hat mit seinen Malz- und Caramelnoten sowie der leichten Hopfenbitterkeit einen einzigartig erfrischenden Geschmack. Es duftet auch nach Herbst und korrespondiert damit wunderbar mit der Übergangszeit zwischen Sommer und Winter. Ebenfalls zur Jahreszeit passend sind die Feldschlösschen Dunkle Perle und das



**1** Wenn Sie Ihren Gästen wärmende Decken anbieten, bleiben sie länger draussen sitzen.

Feldschlösschen Amber. Auch die im House of Beer erhältlichen belgischen Abteibiere von Grimbergen und Franziskaner Weissbier korrespondieren wunderbar mit den verschiedenen Gerüchen und Gefühlen des Herbsts. Eines ist gewiss: Bier wird auch an kälteren Tagen gerne genossen.

Auf die saisonale Spezialität unter den Getränken sollten Sie auf keinen Fall verzichten: Der Ramseier Sauser (Art. 11185, 3.22 Franken pro Liter) gehört zum Herbst wie die goldenen Blätter. Für Sie als Gastronom ist er solange Vorrat in der praktischen 1-Liter-Mehrwegflasche erhältlich.

**3 Wanderer & Ausflügler:** Im Herbst ist das Wandern des Schweizers grösste Lust. Es macht durstig und hungrig. Ein Wanderplättli mit einem pas-



**3** Wandern macht hungrig und durstig. Auch die vielen Ausflügler wollen gepflegt werden.

senden Feldschlösschen Braufrisch als Kombimenu kommt ganz bestimmt gut an. Wenn Sie Lunchpakete schnüren und diese bewerben, finden garantiert auch diese reissenden Absatz.

Nicht nur zu Fuss, sondern auch mit dem Auto, dem Motorrad und den öffentlichen Verkehrsmitteln erkunden viele Schweizerinnen und Schweizer in den Herbstferien gerne das eigene Land. Diese Ausflügler sind eine Chance für Sie als Gastronom. Wenn Sie ihnen attraktive Angebote wie Kombimenu und Livemusik bieten, werden diese neuen Gäste auch im Winter gerne wieder in Ihr Lokal einkehren.

**4 Kürbis & Pilze:** Herbstzeit ist Erntezeit. In dieser Jahreszeit drängt es sich besonders auf, die Speisekarte saisongerecht zu gestalten. Mit Kürbissen lassen sich zauberhaft herbstliche Suppen und viele andere Speisen kochen. Pilze aus der Region bereichern so manch wärmendes Menü, auch Zwetschgen, Äpfel, Pflaumen, Quitten und Weinblätter sind herbstliche Gaben der Natur.

Diese Gaben müssen nicht unbedingt auf dem Teller landen, denn viele von ihnen eignen sich, um das Lokal herbstlich zu dekorieren. Auch in dieser Hinsicht erweist sich der Kürbis als der Herbstbote schlechthin. Dieses Gemüse ist nicht nur ein Gaumenschmaus, sondern auch eine Augenweide.



**6** Marroni, Nüsse, Früchte und viele andere Gaben des Herbsts eignen sich zum Kochen und zum Dekorieren des Lokals.



**4** Aus Kürbissen und mit Pilzen lassen sich himmlische Herbstmenüs kreieren. Der Kürbis verzaubert Ihre Gäste auch, wenn Sie ihn für die Dekoration des Lokals verwenden.

**5 Indoor & outdoor:** Tagsüber kann die Sonne noch immer eine grosse wärmende Kraft entwickeln. Mit der Dämmerung kommt jetzt aber auch die Kälte, gegen die auch Decken nicht genügend Schutz bieten. Vergessen Sie nicht, den Gästen auf Ihrer Terrasse oder in Ihrem Garten auch einen Tisch in der warmen Stube zu offerieren. So verabschieden sich diese nicht am frühen Abend gemeinsam mit der Wärme, sondern geniessen auch noch das Nachtessen in Ihrem Lokal. Viele Gäste schätzen es sowohl am Mittag als auch am Abend, den Apéro draussen zu nehmen, während ihnen die Temperaturen fürs Essen dort bereits zu tief sind.

**6 Marroni & Nüsse:** Marroni sind mit Kindheitserinnerungen verbunden, mit Ferien im Tessin, mit dem bereits vor der Türe stehenden Winter. Auch Baum-Hasel- und spanische Nüsse wecken wunderbare herbstliche Gefühle. Während Marroni jedes Wildmenü bereichern, finden in kreativen Küchen auch Nüsse eine mannigfaltige Verwendung. Wie wäre es zum Beispiel mit einer hausgemachten Nusstorte? Wenn Sie dann auch noch Bierkompetenz zeigen wollen, empfehlen Sie Ihren Gästen dazu das Feldschlösschen Braufrisch oder die Feldschlösschen Dunkle Perle. Diese beiden Biere harmonieren wunderbar mit dem Geschmack der Nüsse.

**7 Fondue & Raclette:** Die Schweizer Käsespezialitäten sind Vorboten des Winters und verströmen Gemütlichkeit und Geselligkeit. Bei nicht allzu tiefen Temperaturen sind sie unter freiem Himmel ein besonderer Genuss. Während Herbstfrüchte wie Quitten und Beeren perfekt zu Raclette passen, gibt es schier unendlich viele kreative Fondue-Rezepte. Die meisten Fondues werden mit Weisswein zubereitet, zum Beispiel mit einem trockenen Fendant. Die Säure des Weins kann allerdings auf den Magen schlagen. Deshalb empfehlen wir Ihnen, Ihre Gäste mit einem Bierfondue zu überraschen. Ein dunkles, malziges Bier wie zum Beispiel die



**2** Herbstbiere wie das Feldschlösschen Braufrisch, das Feldschlösschen Amber und Franziskaner Weissber (von links) passen ebenso zum Herbst wie der Sauser (rechts).



**NEW**

# Michel Traube

die ideale Ergänzung für Ihr Sortiment!

Der genussvolle  
Traubennektar mit  
80% Traubensaft.

**HITFLASH**

Promotion vom  
12.-23. Oktober  
auf Michel Traube.

**JETZT  
PROFITIEREN!**

**-.20**  
günstiger

**-.10**  
günstiger



Dunkle Perle von Feldschlösschen verleiht dem Käse ein herrlich würziges Aroma. Das Bierfondue sieht dann zwar etwas dunkler aus als ein herkömmliches Weisswein-Fondue, es ist aber genauso gluschtig und für den Magen erst noch besser verträglich. Bereiten Sie das Bierfondue nach Ihrem gewohnten Rezept zu und verwenden Sie statt Weisswein einfach Bier.

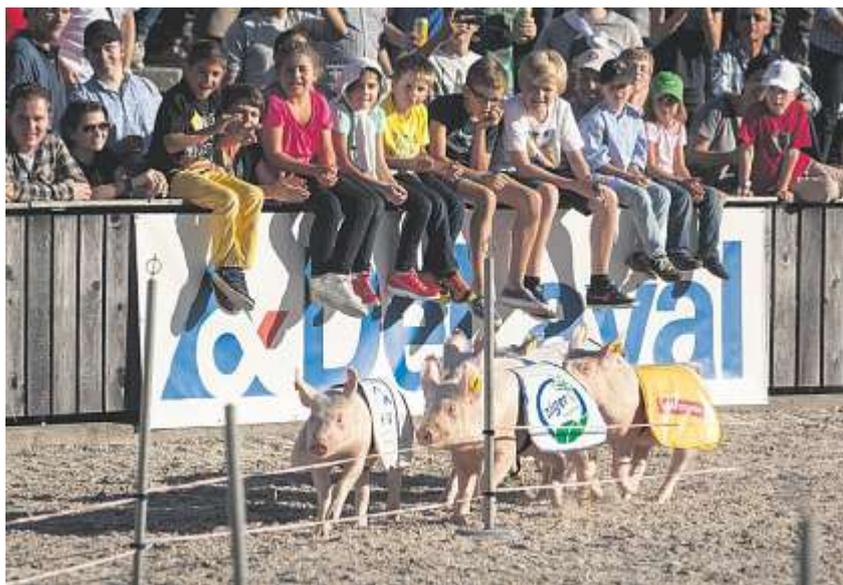
**8 Fussball & Messen:** Unsere Fussballnati will sich für die EM 2016 in Frankreich qualifizieren. Nach dem Startspiel gegen Slowenien und dem Knaller gegen England im Wembley spielt sie am 9. Oktober in St. Gallen gegen San Marino und drei Tage später auswärts gegen Estland (jeweils 20.45 Uhr). Das sind zwei Chancen für Sie als Gastronom, Ihr Lokal zu füllen. Eine Wette und ein Freibier bei jedem Schweizer Tor bringen bestimmt Stimmung ins Lokal.

Die Olma in St. Gallen, die Züspa in Zürich, die Heso in Solothurn und viele andere Herbstmessen locken Zehntausende von Gästen in die Städte. Davon kann auch die Gastronomie in der Umgebung profitieren. ist eine Chance für die Gastronomen in der Umgebung. Nehmen Sie die Themen der Messe in Ihrer Region auf. Damit schaffen Sie für Ihre Gäste einen Mehrwert, der sich bestimmt positiv auf Ihren Umsatz auswirkt.

**9 Oktoberfest & Halloween:** Im Herbst wird kräftig gefestet. Mit einem Oktoberfest in Ihrem Lokal können Sie den Umsatz steigern und den Gästen eine zünftige Gaudi bieten. Ihr Getränkepartner Feldschlösschen hat die perfekten Biere für Ihr Oktoberfest.

Wie die Oktoberfeste ist bei uns im Herbst auch Halloween eine feste Partygrösse geworden. Mit einer schaurig-gruseligen Dekoration, speziellen Events, einem Maskenball und natürlich viel Süssem für die Kinder können Sie als Gastronom auch dieses Fest gewinnbringend nutzen. Das perfekte Bier für Halloween ist Grimbergen Rouge (vgl. Artikel «Bier des Monats» auf Seite 4).

**10 Newsletter und das Portal myfeldschloesschen.ch:** Noch mehr heisse Tipps und Anregungen für die Übergangszeit finden Sie auf unserer Plattform myfeldschloesschen.ch und in unserem monatlichen Newsletter. Auf dass die kälteren Tage Ihnen heisse Umsätze bescheren!



**8** Die Spiele unserer Fussballnati und die vielen Herbstmessen in Schweizer Städten sind Chancen für viele Gastronomen.



**9** Wie mit einem Oktoberfest kann man auch mit einer Halloween-Party zusätzliche Gäste ins Lokal locken.

# Das Kultgetränk aus dem Tessin



**frizzante dolcevita**

fizzy.ch



Oben: Die «Seerose»-Gäste geniessen den Herbstnachmittag. Oben rechts: Wenn ihnen kalt wird, stehen ihnen Decken zur Verfügung. Unten rechts: Später am Abend ist es drinnen garantiert warm.



«Seerose» in Wollishofen und «Chez Fritz» in Kilchberg

# Indian Summer am Zürichsee: Feuer, Wasser, Meerluft und viele Details

**Am Zürichsee sitzen die Gäste in der «Seerose» und im «Chez Fritz» auch im Winterhalbjahr gerne auf der Terrasse. Gastronom Thomas Krebs verrät, wie man in der Übergangszeit die Outdoor-Saison verlängern und gleichzeitig herbstliche Gefühle wecken kann.**

Die «Seerose» in Wollishofen und der «Chez Fritz» in Kilchberg liegen direkt am Zürichsee. Wenn es im Sommer schön und heiss ist, füllen sich die Terrassen praktisch von selbst.

**Umsatz draussen wie drinnen**  
Jetzt, in der Übergangszeit von der warmen in die kalte Jahreszeit, lassen sich Gastronom Thomas Krebs und sein Team

einiges einfallen, um einerseits die Outdoor-Saison zu verlängern und andererseits auch im Inneren für Umsatz zu sorgen.

**Woldecken und Liegestühle**  
In beiden Lokalen sitzen die Gäste auch im Winterhalbjahr gerne draussen. «Wir bieten Ihnen auf allen Stühlen Woldecken an; auch auf den Liegestühlen, die wir Ende Sommer nicht ein-

fach im Keller verstauen», sagt Thomas Krebs. Wie die Liegestühle bleiben auch die Sonnenschirme stehen. Ihre Aufgabe ist es nun, die Kälte zu dämmen und die Wärme zu konservieren.

**Feuerschalen und Meerduft**  
Thomas Krebs sorgt an kälteren Tagen mit viel Liebe zum Detail für eine warme Behaglichkeit: Beim Eingang stehen Feuerschalen, überall hat es herbstliche Blumen und viele Kerzen. Am Abend sorgt ein Pianospiele für warme Gefühle, und auf den Toiletten umweht die Gäste ein Hauch von Meerduft.



«Sommerlaune ist auch im Herbst wichtig.»

Thomas Krebs, Gastronom

gen ebenfalls für die richtige Stimmung», sagt Thomas Krebs.



Oben: Thomas Krebs schaut, dass die Decken für die Gäste bereitliegen. Rechts: Auch im Winterhalbjahr stehen den Gästen Liegestühle zur Verfügung.

**Leichte herbstliche Gerichte**  
Auf den Tisch kommen leichte herbstliche Gerichte mit frischen Zutaten aus der Region. «Glühwein am Abend und ein zur Jahreszeit passendes Bier wie zum Beispiel Grimbergen sor-



**Sommerliche Beats**  
Herbstgefühle werden geweckt und auch der Sommer nochmals zelebriert. Thomas Krebs: «Wir servieren nach wie vor Sommercocktails und lassen heisse Beats ertönen. Wichtig ist, dass sich das Personal auch im Herbst in Sommerlaune präsentiert.» Das Personal trägt in der Übergangszeit übrigens trendige Daunengilets. In der «Seerose» und im «Chez Fritz» wird eben jedes Detail gepflegt.

[www.seerose.dinning.ch](http://www.seerose.dinning.ch)  
[www.chezfritz.dinning.ch](http://www.chezfritz.dinning.ch)

Eidgenössisches Hornusserfest in Limpach

# Auch der König geniesst das Bier des

Als sich die Hornusser an den beiden letzten Augustwochenenden im bernischen Limpach zu ihrem eidgenössischen Fest trafen, war Feldschlösschen zum dritten Mal in Folge als Königspartner dabei. Das Unternehmen stellte für die rund 20000 Teilnehmer, Besucher und Besucherinnen die Fest- und Getränke Logistik bereit. Am offiziellen Empfang besuchte unter vielen anderen prominenten Gästen auch Bundesrat Ueli Maurer das alle drei Jahre stattfindende «Eidgenössische».

**Höchstetten räumt ab**

Die HG Höchstetten gewann erstmals die Mannschaftswertung und stellte auch die drei besten Hornusser im Einzel. Neuer Schlägerkönig wurde Simon Erni (23), der sich den Lorbeerkrantz aufsetzen liess und seinen Coup mit einem kräftigen Schluck Feldschlösschen Original feierte.

[www.ehflimpach2015.ch](http://www.ehflimpach2015.ch)



Mit seinem Know-how war Königspartner Feldschlösschen neben der Getränke Logistik auch für die Festabläufe verantwortlich.



Bundesrat Ueli Maurer mit Ehrendamen (links) und beim Abnehmen der Ehrengarde.



Wie Schlägerkönig Simon Erni (links) verschaffen sich auch die anderen Teilnehmer und die Festbesucher Abkühlung mit einem Getränk von Feldschlösschen.

# Königspartners



Feldschlösschen verschafft Abkühlung.



Eidgenössisches Bier für eidgenössische Hornusser.



Die Schöne und das Biest empfinden schöne Gefühle füreinander.

## Musical Theater Basel

# Tickets zu gewinnen: Die Schöne und das Biest

«Die Schöne und das Biest» zählt zu den grössten Erfolgen aus dem Hause Disney. Als der Zeichentrickfilm in die Kinos kam, eroberte er mit hinreissender Geschichte und grandioser Musik das Publikum. Sein phänomenaler Soundtrack verlangte geradezu nach einer Fassung für die grosse Bühne. 1994 feierte die Musicaladaption am Broadway Premiere und eroberte von dort aus ein zweites Mal die Welt.

### Deutschsprachig

Vom 25. November bis 13. Dezember 2015 gastiert das Musical in einer deutschsprachigen Inszenierung des renommierten Budapester

Operetten- und Musicaltheaters im Musical Theater Basel. Über 100 Beteiligte – 21 Musiker, 41 Darsteller, davon 15 Solisten sowie Techniker und Crew – machen die Produktion zu einem opulenten Spektakel.

### 3x2 Tickets

DURST verlost 3x2 Tickets für die Vorstellung vom 26. November (19.30 Uhr). So machen Sie mit: Senden Sie uns Ihre Kontaktdaten mit dem Stichwort «Musical» per Fax an 058 123 42 80 oder per E-Mail an [durst@fgg.ch](mailto:durst@fgg.ch). Einschluss ist der 10. Oktober 2015. Wir wünschen Ihnen viel Glück.

[www.musical.ch](http://www.musical.ch)



41 Darsteller und 21 Musiker machen das Musical zu einem Spektakel.

## Genuss auf Italienisch

# S.Pellegrino und Acqua Panna: Liebe zur Tischkultur!



S.Pellegrino, das sprudelnde Mineralwasser aus den italienischen Alpen, und Acqua Panna, das stille Mineralwasser aus den toskanischen Hügeln, sind die perfekten Begleiter für gehobene Tafelrunden anspruchsvoller Schweizer Gastronomen.

## Tischkultur trifft italienische Lebenskunst

Seit September bringen S.Pellegrino und das Magazin «Vogue Italia» mit einer nur für kurze Zeit erhältlichen Flasche italienische Eleganz und Lebensfreude in Schweizer Restaurants und Hotels.

Mit ihrem von Vogue designten Etikett feiert die Sonderedition die Partnerschaft der beiden Botschafter von Stil und gutem Geschmack in einem internationalen Wettbewerb, bei dem die vielversprechendsten Talente in Gastronomie und Design gesucht wurden – mehr darüber unter [www.finedininglovers.com](http://www.finedininglovers.com). Prickelnder als je zuvor und im neuen Gewand verleihen die S.Pellegrino-Glasflaschen mit 50, 75 und 100 cl Inhalt gehobenen Tafelrunden in der Schweiz einen neuen, sprudelnden Stil!

**NUTZEN SIE  
DIE AKTION!**

Feiern Sie den italienischen Lebensstil und nutzen Sie die Aktion vom **5. bis zum 23. Oktober 2015** auf den S.Pellegrino- und Acqua Panna-Flaschen.

**Sonderedition.**  
nur solange  
Vorrat erhältlich.



Jetzt bestellen!

**33 ct**

Cents-off

pro Flasche

100 cl

S. Pellegrino  
100 cl Pfandflasche  
Art.10753

Acqua Panna  
100 cl Pfandflasche  
Art.10752

[www.myfeldschloessen.ch](http://www.myfeldschloessen.ch)

Jetzt bestellen!

**30 ct**

Cents-off

pro Flasche

50 cl

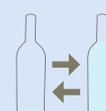
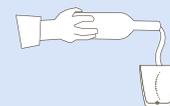
S. Pellegrino  
50 cl Pfandflasche  
Art.10278

Acqua Panna  
50 cl Pfandflasche  
Art.10387

[www.myfeldschloessen.ch](http://www.myfeldschloessen.ch)

## Serviertipps

- 1 Begrüssen Sie Ihren Kunden mit Wasser.
- 2 Vergewissern Sie sich, dass die Etiketten intakt sind und die Temperatur korrekt ist: ca. 10°C. Nicht zu kalt servieren.
- 3 Sagen Sie den Namen *S.Pellegrino*, *Acqua Panna* und zeigen Sie das Etikett wie beim Wein.
- 4 Öffnen Sie die Flasche vor dem Kunden.
- 5 Kein Eis oder Zitrone hinzufügen und direkt aus der Flasche ins Glas giessen.
- 6 Gläser nachschenken und die leeren Flaschen ersetzen.



JE BESSER DER SERVICE, DESTO BESSER DIE TIPPS!



## AUF EIN BIER MIT THOM BICKEL

# «Wenn wir es in Brodhüsi schaffen, dann schaffen wir es überall»



**THOM BICKEL, MITINHABER VON ONKEL THOMS SCHNITZELSCHAUENE (RECHTS) UND SALES MANAGER MATTHIAS GROSSNIKLAS.**

**Matthias Grossniklaus:** Thom, ich erinnere mich, wie wir uns vor einem Jahr an der OHA in Thun trafen. Das Grimbergen Rouge hat euch begeistert, nicht zuletzt wegen den roten Haaren deiner Partnerin Heike.

**Thom Bickel:** Das stimmt, wir haben es von Beginn weg ins Sortiment genommen und offerieren es zusammen mit der Hopfenperle und einem saisonalen Bier im Offenausschank. Das Bier kommt wirklich super an, unsere Gäste möchten nicht mehr darauf verzichten.

**Es passt mit seiner Süsse und fruchtigen Art auch perfekt zum Schnitzel.**

Genau. Als diplomierter Biersommelier konntest du uns da natürlich perfekt beraten. Wir haben auf unserer Speisekarte zu jedem Schnitzel beziehungs-

weise jeder Panade eine Bierempfehlung. Die beliebteste Kombination ist natürlich unser Einmeter-Schnitzel mit dem Bier-Tower.

**Das ist super, das habe ich auch schon bestellt. Wenn du in der Schnitzelscheune bist, vergisst du den Alltag. Der Service ist freundlich, man hat immer einen lockeren Spruch auf der Zunge. Erinnerst du dich noch, wie ihr Ende 2014 gestartet seid?**

Oh ja, daran erinnere ich mich gut: Wir wurden überrannt! Damit, dass die Schnitzelscheune gleich von Beginn weg so gut läuft, hätten wir nicht gerechnet. Wir mussten rasch neue Mitarbeitende einstellen. Mittlerweile läuft alles rund. Wer jetzt am Wochenende bei uns essen will, muss reservieren.

**Wie konntet ihr so schnell so viele Gäste anziehen?**

Wir wussten: Wenn wir hier etwas eröffnen, müssen wir sehr viel Werbung machen. Wir setzen auf Facebook-Marketing: Schon vor der Eröffnung hatten wir 1000 Fans, mittlerweile sind es 4000.

**Die Gäste kommen also auch von weiter her?**

Sie kommen aus einem Umkreis von Gstaad bis Solothurn. Normale Menschen, vom Teenie bis zum Opa, die Schnitzel mögen. Schnitzelfreunde halt.

**Und bei euch ist echt für jeden Geschmack etwas dabei.**

Wir haben immer wieder neue Ideen für Schnitzelvariationen, haben auch eine Saisonkarte. Die Schnitzel vom Wasserbüffel etwa kamen so gut an, dass uns der Produzent bat, etwas zurückzuschrauben (lacht). Wir verwenden nur Schweizer Fleisch, so gut wie alle Zutaten kommen aus der Region. Wir sind übrigens für den Swiss Gastro Award nominiert, das macht uns schon stolz!

**Gratuliere! Was habt ihr für die Zukunft geplant?**

Wir haben grosse Expansionspläne. Ziel sind 20 Onkel Thoms Schnitzelscheunen in der Schweiz, immer nach demselben Konzept wie hier: Wir hauchen einer alten Beiz neues Leben ein, ohne dass sie ihren Charakter verliert. In einem Zweitraum kommt die Schnitzelscheune unter. Ohne überheblich zu klingen: Ich denke, wenn wir es in Brodhüsi schaffen, dann schaffen wir es überall.

**Das denke ich auch! Die Unterstützung deines Getränkepartners Feldschlösschen ist dir jedenfalls gewiss.**

Für uns ist diese Zusammenarbeit perfekt. Ihr seid schweizweit vertreten und könnt trotzdem in jeder Region auch ein regionales Bier anbieten. Das ist genau das, was wir für unser erfolgreiches Konzept brauchen.

### ONKEL THOMS SCHNITZELSCHAUENE

Zusammen mit Lebens- und Geschäftspartnerin Heike Dieffenbach und Küchenchef Roman Lischetti hat Thom Bickel (50) im November 2014 Onkel Thoms Schnitzelscheune im Gasthof «Zum Hirschen» in Wimmis Brodhüsi eröffnet. Bis zu 50 Schnitzelvarianten werden angeboten, vom Klassiker über Poulet bis Lachs, vegetarisch und glutenfrei. Hausgemachte Panaden geben den Schnitzeln die besondere Note. Einmal jährlich findet ein Scheunenfest statt, die Einnahmen fliessen in die Scheunenfest-Stiftung und kommen einem Jugendprojekt zugute.

[www.schnitzelscheune.ch](http://www.schnitzelscheune.ch)



Küchenchef Roman Lischetti und Mitinhaberin Heike Dieffenbach präsentieren das Einmeter-Schnitzel.



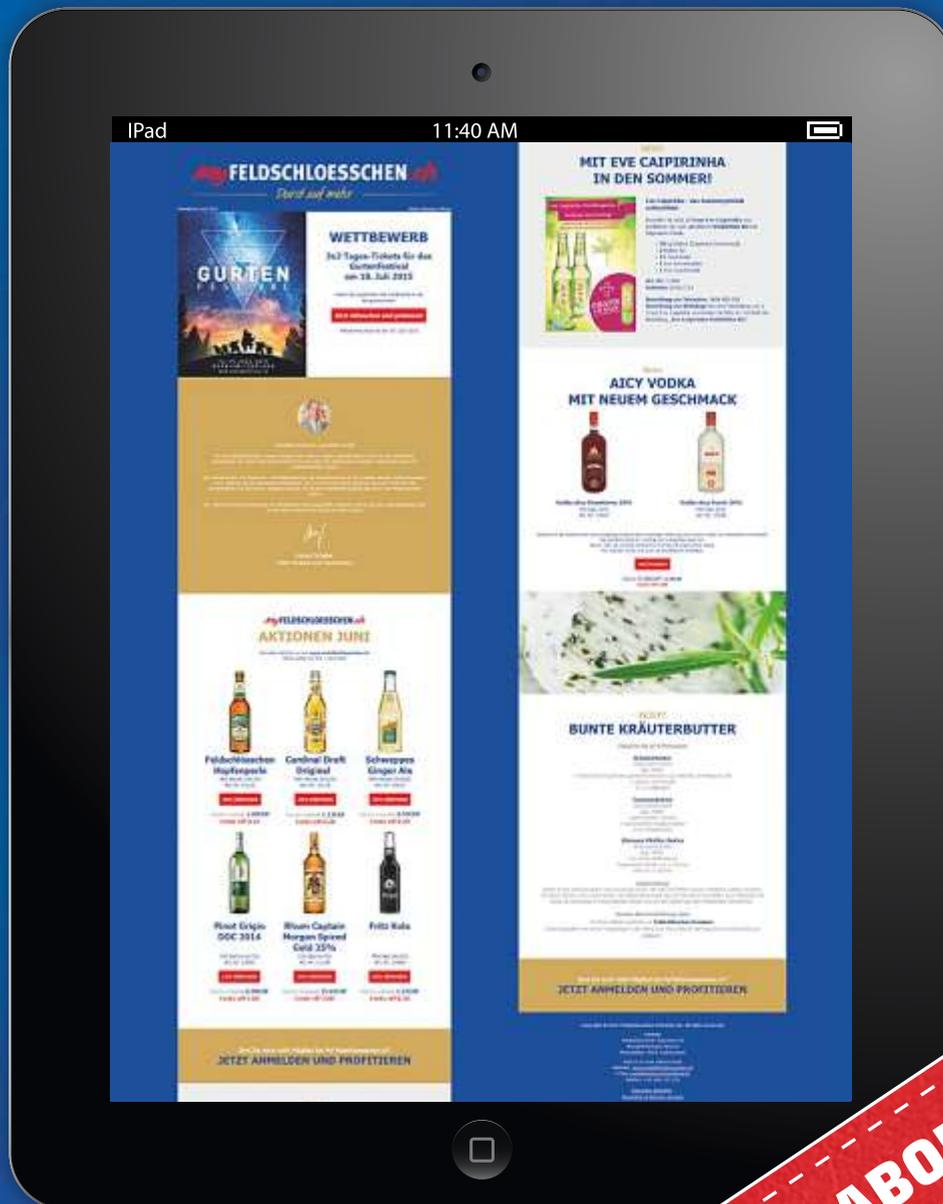
# NEWSLETTER

**My**FELDSCHLOESSCHEN.ch

*Durst auf mehr*

## Als Gastronomiekunde profitieren Sie exklusiv von:

- Attraktiven Angeboten
- Aktuellen Trends
- Produkte-News
- Tollen Wettbewerben
- Spannenden Tipps
- Kulinarischen Inspirationen



**JETZT ABONNIEREN!**  
[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)

Wettbewerb – zu gewinnen:

# Fünf Reka-Rail-Reisegutscheine im Wert von je 100 Franken

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. Welches Getränk passt perfekt zum Herbst und dank seiner markanten Farbe auch zu Halloween?

- F** Grüntee
- C** Schwarztee
- K** Grimbergen Rouge

2. Fritz Gyger leitet zusammen mit Gildekoch Walter Aebischer die «Harmonie». Seit wie vielen Jahren ist das Berner Restaurant in Familienbesitz?

- E** seit 50 Jahren
- V** seit 75 Jahren
- A** seit 100 Jahren

3. Welchen Beruf hat der Zürcher Gastronom Marc Blickenstorfer erlernt?

- E** Rechtsanwalt
- D** Berufsschullehrer
- A** Maurer

4. Wann ist Halloween-Nacht?

- B** vom 30. Oktober auf den 31. Oktober
- L** vom 31. Oktober auf den 1. November
- S** vom 30. November auf den 1. Dezember

5. Wo fand das Eidg. Hornusserfest 2015 mit Partner Feldschlösschen statt?

- T** im bernischen Limpach
- R** im aargauischen Bremgarten
- I** im bündnerischen Domat/Ems

6. Wie heisst die beliebte Fruchtsaftmarke von Rivella?

- K** Marcel
- C** Miguel
- E** Michel



Der Glacier Express im Goms – eine von vielen wunderschönen Bahnstrecken in der Schweiz.

## Rivella stellt Reka-Rail-Gutscheine zur Verfügung

Ob mit dem Zug, dem Schiff oder dem Postauto: Eine Reise durch die Schweiz ist ein Erlebnis. Rivella stellt für den DURST-Wettbewerb fünf Reka-Rail-Gutscheine im Wert von je 100 Franken zur Verfügung. Die Reka Rail sind vielseitig einsetzbar: Sie können für Zug-, Schiff-, Bergbahnen- und Postauto-

Tickets verwendet werden, aber auch für Bikemiete, Eventtickets am Bahnhof und für Reisen in alle Welt.

Billettautomaten direkt zur Zahlung verwendet werden.

[www.reka.ch](http://www.reka.ch)  
[www.rivella.ch](http://www.rivella.ch)

### Essen und trinken

Reka Rail werden auch in Bahnhofbuffets, an Railbars und in Speisewagen akzeptiert. Sie sind automaten-tauglich und können an den



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](mailto:durst@fgg.ch).

Mit etwas Glück gewinnen Sie Reka-Rail-Reisegutscheine im Wert von 100 Franken.  
**Einsendeschluss: 10. Oktober 2015.**

## Wettbewerbsgewinner DURST August 2015

Je zwei Tickets für das Zürich Openair gewonnen haben **Thomas Meier** (Uster), **Reto Utzinger** (Frauenfeld), **Katharina Ewald** (Märwil), und **Martina Gantner** (Wädenswil).

Wir gratulieren.



# Per Klick in die neue Kaffeewelt

Berechnen Sie jetzt Ihre mögliche Bruttomarge mit einer NESCAFÉ Milano 2.0 auf [nescafe-solutions.ch](http://nescafe-solutions.ch) auf [Margenrechner](#)



Arbeiten Sie mit der Gewinnerin: NESCAFÉ Milano 2.0



reddot award 2014 winner

Die neue **Kaffee-Komplettlösung** ist der Durchbruch für Kaffees, Restaurants, Hotels und TakeAways. Damit bauen Sie ohne Investitionskosten unkompliziert und schnell ein Kaffeegeschäft mit **Trendgetränken** auf. Wir garantieren Ihnen Zutaten von höchster Qualität: Kaffee, Milch, Schokolade. Dies bei konstant höchster **End-Cup-Qualität**. Handling, Nachfüllen und Reinigung sind hygienisch, sauber und **unkompliziert**. Die NESCAFÉ Milano 2.0 vereint Leistung, Innovation und Design zu einem einzigartigen Objekt, das jeden Raum aufwertet.



fruitake.ch

NESCAFÉ  
Milano

Alle Infos unter [nescafe-solutions.ch](http://nescafe-solutions.ch)

Der Zürcher Gastronomieunternehmer Marc Blickenstorfer:

# «Gastronomen müssen sich an Trends orientieren, sonst bleiben sie stehen»

**Marc Blickenstorfer beobachtet die Trends in der Gesellschaft genau und richtet seine Lokale und Events danach aus. Im DURST-Interview spricht der Gastronomieunternehmer über Craft Biere, Foodies und Chancen sowie Herausforderungen in der Branche.**

## Wie sehr leidet die Branche unter dem starken Franken?

Ich sage es mal so: Wenn du gut bist, spielt die Frankenstärke keine grosse Rolle. Wer heute in der Gastronomie Erfolg haben will, muss aber fit sein und mit der Zeit gehen. Gastronomen müssen sich an Trends orientieren, sonst bleiben sie stehen – vor allem in den Städten.

## Was liegt denn im Trend?

Am Mittag wollen sich viele Menschen schnell und trotzdem gesund ernähren. Deshalb liegt nachhaltiger und schön präsentierter Take-away-Food im Trend. Zudem nimmt die Zahl der Foodies zu. Foodies sind Menschen, die ein raffiniertes Interesse am Essen und Trinken haben und Essen nicht bloss als Nahrungsaufnahme sehen. Dazu gesellt sich der Trend, mit Nahrungsmitteln bewusst umzugehen und das Joghurt nicht einfach fortzuwerfen, weil das Verfallsdatum abgelaufen ist. In seiner extremen Ausprägung führt dies dazu, dass heute sogar versucht wird, mit Abfall zu kochen. Der zeitgemässe Gast schätzt einen nachhaltigen Um-

gang mit Nahrungsmitteln, geschätzt werden zunehmend mit Liebe entwickelte Produkte.

## Zum Beispiel?

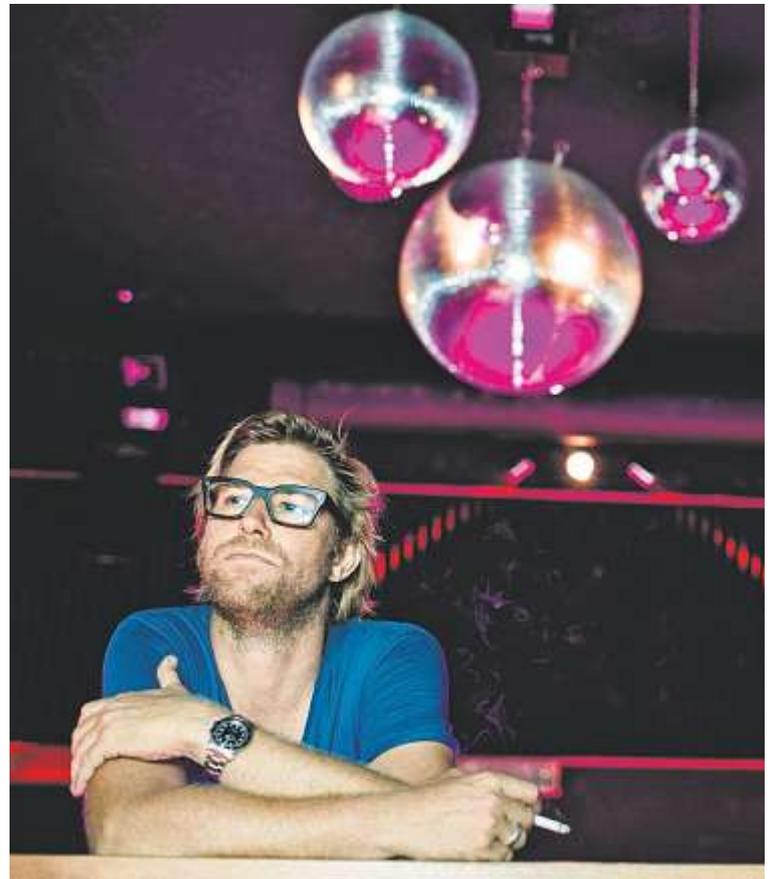
Wer sein eigenes Brot bäckt, kann dafür auch einen höheren Preis verlangen. Wer im Convenience-Tümpel rumschwimmt, hat diesen Vorteil nicht. Die Zeiten der Standardsortimente sind definitiv vorbei.

## Gilt das auch für Getränke?

Ja. Wir führten Anfang September zum vierten Mal in Zürich das Street Food Festival durch. Anfangs haben wir im Getränke-sektor einen Fehler gemacht: Wir sind zu schmal gefahren, was uns in der Community Kritik eintrug. Also haben wir das Sortiment vergrössert. Valaisanne Pale Ale und Brooklyn Lager kommen gut an. Solche Craft Biere und andere Spezialitäten liegen in Lokalen und auch am Street Food Festival im Trend.

## Was ist das Erfolgsgeheimnis des Street Food Festivals?

Dass es von jungen Leuten geprägt wird, die eine Affinität zu Food haben. Sie produzieren mit nachhaltigen Produkten und verkaufen den Food selbst. Es ist die Liebe zum Detail, die die Menschen so sehr schätzen. Diese werden wir auch am Zürcher Weihnachtsmarkt pflegen, den wir vom 19. November bis am 24. Dezember auf dem Sechseläutenplatz erstmals durchführen. Er soll der schönste Weihnachtsmarkt der Schweiz werden – eine Erlebniswelt, ein cooler Markt ohne zuviel Kitsch, der zu dieser wunderbaren Stadt



Marc Blickenstorfer prägt die Zürcher (Nacht-)Gastronomie seit Jahren.

passt. Der nachhaltige Umgang mit Ressourcen wird ebenso dazu gehören wie ein Weihnachtsbier. Auch hier gilt wie in der gesamten Gastronomie: Es braucht Innovationsfähigkeit.

*«Craft Biere wie Valaisanne Pale Ale und Brooklyn Lager sind im Trend.»*

**Sie sind Präsident der Bar & Club Kommission Zürich. Was bedeutet Innovation für die Nachtgastronomie, in der Sie sich stark engagieren?**

Innovation ist auch hier wichtig; in der Nachtgastronomie geht es aber vor allem darum, sich selbst Sorge zu tragen. Wir haben damit zu kämpfen, dass die Toleranz der Leute sinkt. Das Bedürfnis, auch spät in der Nacht in den Ausgang zu gehen, ist zwar riesig. Man will in-

teressante Städte und ein Nachtleben mit internationaler Ausstrahlung. Man ist aber nicht bereit, die Begleiterscheinungen wie zusätzlichen Lärm zu akzeptieren. Das beisst sich, und da sind Lösungen zu finden.

## Wie kann man eine höhere Akzeptanz erreichen?

Indem man die Gäste und die Anwohner sensibilisiert, Rücksicht aufeinander zu nehmen. Zudem kämpfen wir für mehr Rechtssicherheit. Es darf nicht sein, dass wir Gastronomen viel Geld investieren und dann verwundbar sind. Hier geht der Trend leider dahin, dass uns immer mehr angelastet wird und die Auflagen verschärft werden. Zürich ist eine der attraktivsten Städte in Europa und auf ein interessantes Nachtleben angewiesen. Unsere Branche ist wichtig für Zürich und viele andere Schweizer Städte.

## Marc Blickenstorfer

Der Zürcher Marc Blickenstorfer (44) arbeitete während seines Jurastudiums im «Kaufleuten» und fand Gefallen an der (Nacht-)Gastronomie. Heute betreibt der Feldschlösschen-Kunde in Zürich mit verschiedenen Partnern mehrere Nachtclubs, Bars und Restaurants. Er überrascht die Branche immer wieder mit Innovationen und ist Präsident der Bar & Club Kommission Zürich.

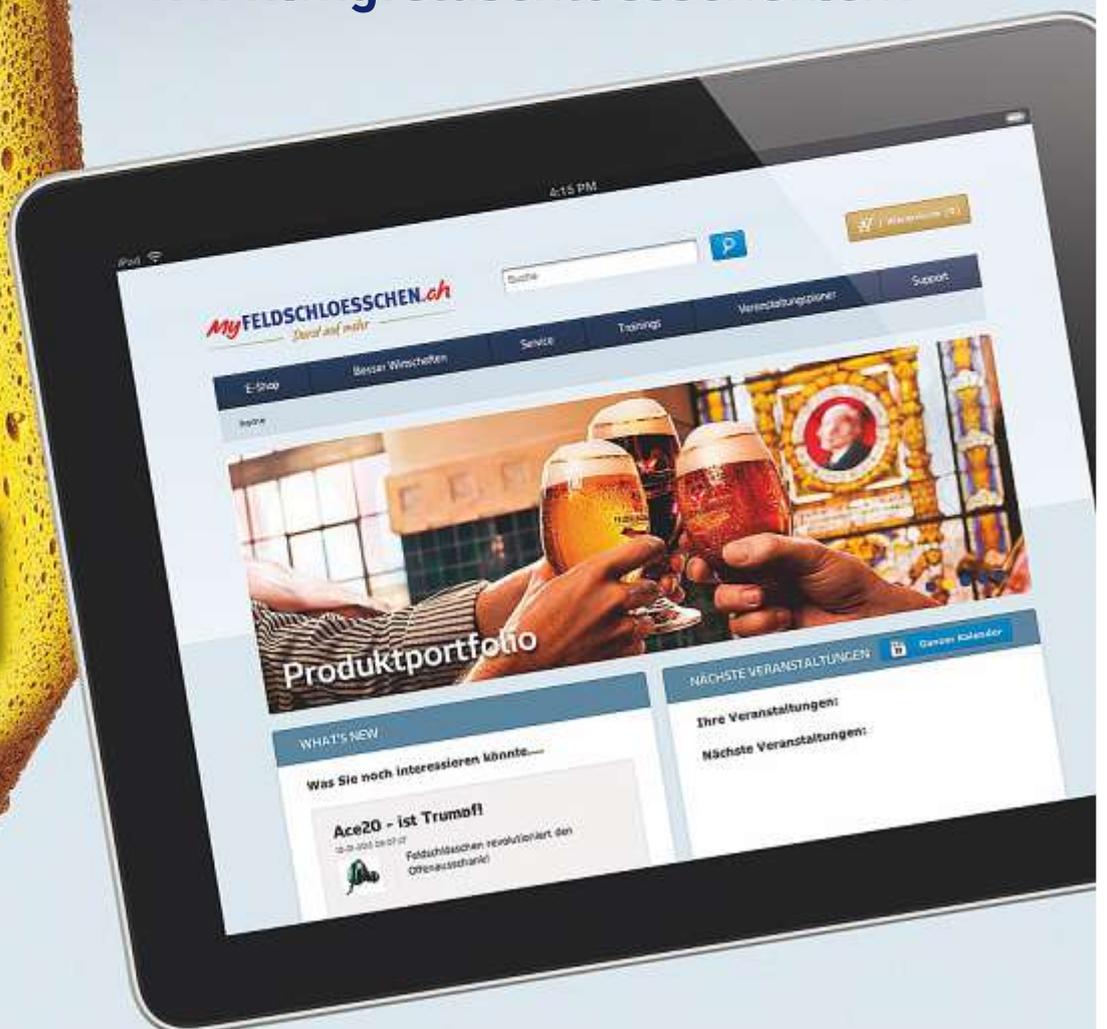
# Durst auf mehr?

## 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](http://www.myfeldschloessen.ch)!

Sofort anmelden  
und profitieren!



**MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**  
*Durst auf mehr*

Michel

# Der neue Traubennektar schmeckt im Herbst und durchs ganze Jahr

Im breiten Michel-Sortiment fehlte bisher ein Traubensaftprodukt. Pünktlich auf die Herbstzeit wird diese Lücke nun geschlossen: Mit Michel Traube setzen Sie auf einen Traubennektar, den Ihre Gäste nicht nur im Herbst werden zu schätzen wissen.

Michel Traube ist die jüngste Kreation aus dem Hause Rivella. Die Schweizer Getränkeherstellerin lanciert unter ihrer Traditionsmarke Michel einen eigenen Traubennektar exklusiv für die Gastronomie.

## Für das ganze Jahr

Traubensaft wird nicht nur im Herbst geschätzt – vielmehr wird er ganzjährig gerne als alkoholfreie Alternative zum Es-

sen oder zum Apéro genossen. Im breiten Michel-Sortiment fehlte bisher ein Traubensaftprodukt. Diese Lücke wird nun pünktlich auf die Traubenerntezeit geschlossen.

## Leichter Genuss

Michel Traube besteht zu 80 Prozent aus feinstem Traubensaft und kommt ganz ohne Zugabe von Zucker aus. Entsprechend leicht schmeckt der neue Nektar.

Michel Traube ersetzt das bisherige Handelsprodukt Grapillon, das Rivella seit 1970 ver-



Feinster Traubensaft ganz ohne Zuckerzugabe: Michel Traube ergänzt das Saft-Sortiment perfekt.



**HITFLASH**  
Promotion vom  
12.-23. Oktober  
auf Michel Traube.  
**JETZT  
PROFITIEREN!**



trieben hatte und das nicht mehr hergestellt wird.

## Als Portion oder offen

Erhältlich ist Michel Traube ab sofort für die Gastronomie in der markanten 20cl-Portionen-

Glasflasche und in der 1 Liter-Glasflasche für den Offenaus-schank. Profitieren Sie im Oktober von der HitflashPromo-tion auf Michel Traube – und bringen Sie Ihre Gäste gleich auf den richtigen Geschmack.

## Michel: seit 1984

Michel ist die Fruchtsaftmarke der Schweizer Getränkeproduzentin Rivella. Seit 1984 werden die hochwertigen Fruchtsäfte, Fruchtnektare und Fruchtmischgetränke ausschliesslich in Rothrist hergestellt. Dabei kommen nur die besten Rohstoffe zum Einsatz; beim Orangen-

saft setzt Michel ausschliesslich auf Saft aus fairem Handel und arbeitet dabei eng mit Max Havelaar Schweiz zusammen. Fünfzehn verschiedene Michel-Varianten sorgen für genussvolle Abwechslung in Ihrem Restaurant. Weitere Informationen gibt's auf [www.michel-saft.ch](http://www.michel-saft.ch)

Jetzt bestellen!

**3.60 CHF** statt 3.80 CHF

pro Flasche

Michel Traube Art.14053  
12x 1,00 MW Glas

[www.myfeldschloessen.ch](http://www.myfeldschloessen.ch)

Jetzt bestellen!

**1.37 CHF** statt 1.47 CHF

pro Flasche

Michel Traube Art.14471  
24x 0,20 EW Glas Harass

[www.myfeldschloessen.ch](http://www.myfeldschloessen.ch)

## Swiss Indoors in Basel

# Roger Federer zu Gast in der Corona Lounge

Wenn vom 24. Oktober bis 1. November in Basel die Swiss Indoors stattfinden, darf neben Roger Federer auch die Corona Lounge nicht fehlen. Diese hat sich in den letzten Jahren als Treffpunkt von Stars und Gästen etabliert, sagt Patrick Ammann, Managing Director des Turniers.

Die Organisatoren der Swiss Indoors in Basel setzen auf Altbewährtes. Auch die diesjährige Austragung des ATP-Tennisturniers hält eine Auswahl an Topstars sowie kulinarische und musikalische Leckerbissen bereit.

## Gänsehaut am Montag

Der Super Monday steht ganz im Zeichen von Albert Hammond, einem der erfolgreichsten Songwriter aller Zeiten. Er hat schon für Tina Turner, Elton John und Joe Cocker komponiert. Hammond wird die Swiss Indoors mit dem Christoph Walter Orchestra eröffnen und für Gänsehaut sorgen.

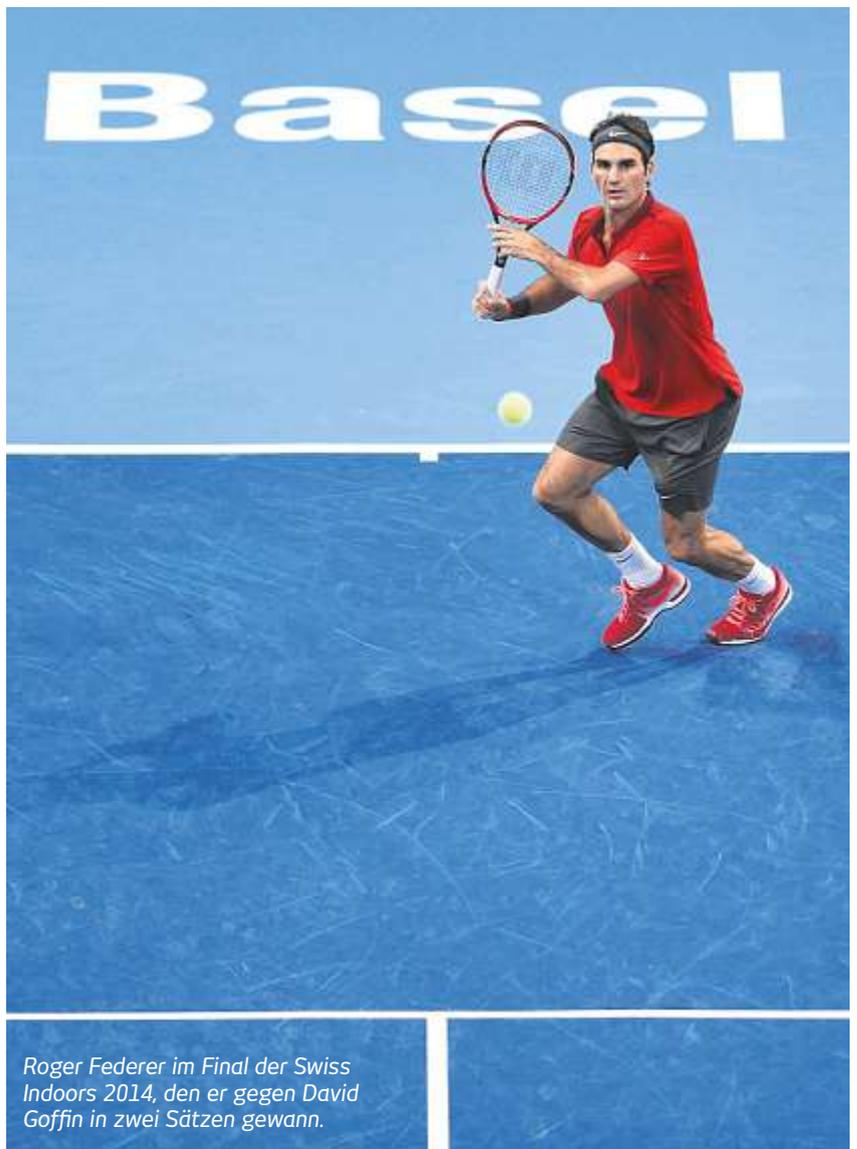
## Viele Topten-Spieler

Auch in sportlicher Hinsicht hat das Turnier viel zu bieten: Von den Top 10 der Weltrangliste reisen sechs Spieler nach Basel (Stand Ende August). Ein besonderes Augenmerk ist auf die

Schweizer Stan Wawrinka und Roger Federer gerichtet. Fester Bestandteil des Turniers ist seit 2010 die Corona Lounge, in der das mexikanische Premium Bier für Abkühlung sorgt. «Unsere Gäste schätzen es, dass wir ihnen mit Corona ein Premium Bier anbieten. Ein solches passt natürlich sehr gut zu einem Premium Event wie den Swiss Indoors», sagt Patrick Ammann, Managing Director des Turniers.

## Stars in der Corona Lounge

In den letzten Jahren begaben sich die Tenniscracks regelmässig in die Corona Lounge, um sich eine Pause zu gönnen und mit den Gästen für Fotos zu posieren. Patrick Ammann: «Auch Roger Federer war in der Corona Lounge anzutreffen, und das in einer völlig ungezwungenen Atmosphäre.» Wenn Ende Oktober in Basel wieder Filzbälle über



Roger Federer im Final der Swiss Indoors 2014, den er gegen David Goffin in zwei Sätzen gewann.

das Netz gedroschen werden, lohnt sich ein Besuch der Corona Lounge doppelt: Das mexikanische Premium Bier bietet Hochgenuss aus der Flasche, und mit ein wenig Glück ergibt sich dabei sogar die Gelegenheit, Roger Federer oder einem anderen Tennisstar ganz nahe zu kommen.

## Corona im House of Beer

Das Premium Bier Corona kommt auch bei Ihren Gästen gut an. Als Gastronom können Sie es im House of Beer bestellen.

[www.houseofbeer.ch](http://www.houseofbeer.ch)

Jetzt bestellen!

**2.10 CHF**

pro Flasche

Corona Extra  
Art.10976 4x6x33,5 cl EW Glas

[www.myfeldschloesschen.ch](http://www.myfeldschloesschen.ch)

## Tickets zu gewinnen

Möchten Sie live dabei sein, wenn die Schweizer Tennisstars Roger Federer und Stan Wawrinka in Basel auf andere Grössen des Welttennis treffen?

Dann machen Sie mit bei der DURST-Verlosung. Zu gewinnen gibt es 3x2 Tickets für den Dienstag, 27. Oktober.

So sind Sie bei der Verlosung dabei: Senden Sie uns Ihre Kontaktdaten mit dem Stichwort «Corona» per Fax an 058 123 42 80 oder per E-Mail an [durst@fgg.ch](mailto:durst@fgg.ch).

Einsendeschluss ist der 10. Oktober 2015. Wir wünschen Ihnen viel Glück.



Die drei Corona Bars in Basel sind beliebte Treffpunkte.

Restaurant Harmonie Bern

# Familie Gyger und die Harmonie: Eine 100-jährige Liebesgeschichte

Die Namen sind 100 Jahre lang die gleichen geblieben: Das Restaurant Harmonie und Fritz Gyger (I–III) gehören zur Berner Altstadt wie das Münster und der Zytglogge. Hier sitzen Gäste verschiedenster Couleur zusammen an einen Tisch und trinken gemeinsam ein Cardinal.

«Die Harmonie ist ein Kraftort», sagt Patron Fritz Gyger, «sie strahlt etwas Besonderes aus.» So lässt sich einfach erklären, warum eine alternative Frauenrunde mit SVP-Mann Christoph Blocher auf Anhieb eine Riesengaudi hat, wenn man sie zusammen an einen Tisch setzt.

«Das ist eben die Harmonie», sagt Fritz Gyger. Hier treffen sich Berner und Nicht-Berner, gehen Politiker, Geschäftsleute, Touristen, Künstler und Studenten ein und aus.

### Gyger und die Harmonie

Geprägt hat die Harmonie die letzten 100 Jahre eine Familie. «Die Familie Gyger und die Harmonie, das ist eine Liebesbeziehung», erklärt Fritz Gyger. Sein Grossvater hatte den Betrieb vor 100 Jahren erworben – er selbst hat nie an einer anderen Adresse gewohnt oder gearbeitet. Seit 35 Jahren leitet er die Harmonie nun in dritter Ge-

neration, seit 21 Jahren zusammen mit seinem Geschäftspartner und Küchenchef Walter Aebischer.

### Ein Geschenk zum Runden

Im Sommer wurde die Harmonie saniert, «als Dank an uns und an unsere Gäste», sagt Fritz Gyger. Vorhänge und Tischdecken sind verschwunden, serviert wird direkt auf die frisch geschliffenen Holztische. Eine Schalldämpfung und LED-Beleuchtung wurden installiert, die Gartenbestuhlung erneuert.

Auch die Karte ist kompakter geworden; nach wie vor finden sich darauf Schweizer Spezialitäten aus Grossmutter's Küche. «Es erscheint

alles ein bisschen frischer», erklärt Fritz Gyger. Zur Erfrischung der Kehle gibts in der Harmonie ein Cardinal. Am Getränkepartner schätzt Fritz Gyger besonders, dass Getränke und Leistungen alle aus einer Hand kommen. Harmonisch eben.

[www.harmonie.ch](http://www.harmonie.ch)



Patron Fritz Gyger (rechts) und Küchenchef Walter Aebischer.



Seit 100 Jahren unzertrennlich: Die Harmonie und die Familie Fritz Gyger.



Politiker, Künstler oder Albert Einstein: Am Stammtisch sind schon viele Berühmtheiten gegessen.

Unten links: Das Restaurant Harmonie um 1915, als Fritz Gyger (I) den Betrieb übernahm. Unten rechts: Fritz Gyger (I) mit seiner Frau und der Restaurantcrew.



**Gazzosa Ticinese**

# Frisches Design, neues Mitglied – Fizzy-Familie bleibt natürlich spritzig

Unter dem Namen Fizzy hat die traditionelle Gazzosa Ticinese längst Anhänger auch nördlich des Gotthards gefunden. Mit der neuen Sorte «Muskattrauben» und einem frischen Flaschendesign

ist die Marke weiter auf Vormarsch – der Inhalt ist gewohnt natürlich und spritzig. Holen auch Sie mit den vier Geschmacksrichtungen von Fizzy einen Hauch von südlichem Dolce Vita in Ihren Betrieb.

Die Originalversion der Gazzosa Ticinese mit Zitrone geht auf ein traditionelles Rezept aus dem Leventinatal zurück, das seit 1890 geschützt ist. Über hundert Jahre später hat der Tessiner Unternehmer Luca Bianda 2008 in Personico, dem Ursprungsort der Gazzosa Ticinese, eine alte Fabrik umgebaut. 2009 hat er mit der Gazzosa Ticinesi AG der traditionellen und fast in Vergessenheit geratenen Marke unter dem Namen «Fizzy» neues Leben eingehaucht.

**Natürliche Aromen**

Mit den drei Sorten «Zitrone», «Himbeere» und «Mandarine» wurde das traditionelle Rezept neu interpretiert, es hat sich im Tessin schnell als Hauptmarke durchgesetzt. Bis heute hat es «Fizzy» auch zu einiger Bekanntheit ausserhalb der Kantongrenze gebracht. Die junge Marke, die sich an ein junges Publikum richtet und mit natürlichen Aromen und ohne künstliche Zusatzstoffe hergestellt wird, trifft den Nerv der Zeit. Die Marke «Fizzy» ist einfach, spontan und ausgesprochen spritzig.

**Das Kultgetränk aus dem Tessin**

**fizzy**  
gazzosa ticinese

**HITFLASH**  
Promotion auf  
Fizzy vom  
12.10.–23.10.  
**JETZT  
PROFITIEREN!**

**frizzante dolce vita**

**Neue herbstliche Sorte**

Dies alles trifft vor allem auch auf die neue Geschmacksrichtung «Muskattrauben» zu, die 2014 zur Fizzy-Familie stiess. Mit ihrem raffinierten Aroma ist sie wie gemacht für den herbstlichen Drinkgenuss.

**Retro-Flaschen, modernes Design**

Neben der Natürlichkeit schreibt die Gazzosa Ticinesi AG vor allem auch Qualität ganz gross. Grundlage von «Fizzy» ist reines Quellwasser, das auf 1000 Meter über Meer aus der Quelle Pont da Picol des Val Nadro entspringt. Abgefüllt in die satinierten Bügelflaschen und mit Siebdruckaufschrift kommt «Fizzy» im Retro-Look daher. Das Design wurde neu und moderner ausgelegt. Eine durchwegs spritzige Sache mit dem Sinn fürs süsse Leben.

[www.fizzy.ch](http://www.fizzy.ch)



Hat der Gazzosa Ticinese neues Leben eingehaucht: Der Tessiner Unternehmer Luca Bianda.

**Fizzy Zitrone**

«La classica», klassisch altbewährt, durstlöschend und erfrischend mit dem unverwechselbaren Zitronenaroma.

**Fizzy Himbeere**

«La nostrana», typisch einheimisch, angenehm und authentisch, mit dem charakteristischen Geschmack nach Himbeere.

**Fizzy Mandarine**

«La mediterranea», südländisch vielseitig, jugendlich und bekömmlich mit dem Aroma von Mandarinen.

**Fizzy Muskattrauben**

«La delicata», exklusiv auserlesen und mit dem raffinierten Aroma von Muskattrauben.

Jetzt bestellen!

**0.87 CHF**

statt 1.12 CHF

pro Flasche

**Fizzy Zitrone**

Art. 10952  
20 x 35 cl MW Bügel

**Fizzy Himbeere**

Art. 10953  
20 x 35 cl MW Bügel

**Fizzy Mandarine**

Art. 10954  
20 x 35 cl MW Bügel

**Fizzy Muskattrauben**

Art. 14532  
20 x 35 cl MW Bügel

[www.myfeldschloessen.ch](http://www.myfeldschloessen.ch)



Die Brauerei Staropramen in Prag.

**Passt perfekt zu Wildgerichten: Staropramen**

# Auch in der Schweiz beliebt: Das goldene Bier aus der goldenen Stadt

**Staropramen ist auf der ganzen Welt beliebt. Der goldene Herbst ist die beste Zeit für das goldene Bier aus der goldenen Stadt, denn Staropramen passt hervorragend zu Wildgerichten.**

Fast jeder weiss etwas über Prag zu erzählen. Kein Wunder, gehört die Stadt an der Moldau doch seit Jahren zu den beliebtesten Reisezielen in Europa. Die «goldene Stadt», wie Prag auch genannt wird, hat viel zu bieten. Egal ob Kunstliebhaber, Liebespaar oder Bierfreund: In der tschechischen Hauptstadt kommen alle auf ihre Rechnung.

**Die goldene Stadt**

Warum Prag die goldene Stadt genannt wird, darüber scheiden sich die Geister. Die einen sagen, es komme von den Sandsteintürmen, die im Sonnenlicht golden erscheinen. Andere sind davon überzeugt, es sei auf Kaiser Karl den VI. zurückzuführen,

der die Türme der Prager Burg vergolden liess. Und wieder andere sind überzeugt, der Name sei auf das goldgelbe Staropramen zurückzuführen, das in allen guten Restaurants ausgeschenkt wird.

**Das goldene Bier**

Die «Pivovary Staropramen» gehört zur Stadt wie die Karlsbrücke und der Hradschin. Unmittelbar nach der Gründung 1869 installierte man eine moderne Brauanlage. Das vorzügliche Prager Bier wurde schnell bekannt, und so war es kein Wunder, dass es ab 1884 bereits in die USA exportiert wurde. Nach der Verstaatlichung zur Zeit des Kommunismus wur-

de die Brauerei 1989 durch ausländische Investoren in eine Aktiengesellschaft umgewandelt.

**Die deftige Küche**

Es gibt wohl keine andere Brauerei, die den gesellschaftlichen und politischen Wandel im Ostblock so stark verkörpert wie Staropramen. Heute geniesst man das goldfarbene Staropramen auf der ganzen Welt. Das charaktervolle und süffige Bier ist typisch böhmisch und passt

hervorragend zu einer deftigen Küche. Wenn die Tage kürzer werden und die Wildsaison vor der Tür steht, dann ist dies die beste Zeit für ein frisches Staropramen.

«The Spirit of Prague» hat eben etwas Herbstliches. Na zdraví!

**Das House of Beer**

Als Gastronom können Sie das Prager Bier Staropramen im House of Beer bestellen.

[www.houseofbeer.ch](http://www.houseofbeer.ch)

**Als Offenbier und auch in der Flasche**

<p>Jetzt bestellen!</p> <p style="font-size: 24px; color: red;"><b>3.39 CHF</b></p> <p style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">pro Liter</p> <p style="font-size: 10px;">Staropramen Premium Art.10741 30 Liter Fass</p> <p style="font-size: 8px; background-color: black; color: white; padding: 2px;">www.myfeldschloessen.ch</p>	<p>Jetzt bestellen!</p> <p style="font-size: 24px; color: red;"><b>1.57 CHF</b></p> <p style="background-color: red; color: white; padding: 2px;">pro Flasche</p> <p style="font-size: 10px;">Staropramen Premium Art.10740 24x33 cl EWG</p> <p style="font-size: 8px; background-color: black; color: white; padding: 2px;">www.myfeldschloessen.ch</p>
---	--



Herbstliches Rezept aus dem neuen Kochbuch von Michel Brossard

# Kulinarischer Kalender – oder warum saisonales Kochen sich lohnt

Als Gastgeber und Küchenchef im Gasthof Bären Gerzensee schreibt Michel Brossard Regionalität ganz gross. Mit seinem neuen Buch «Kulinarischer Kalender» will der Feldschlösschen-Kunde dazu

anregen, saisonale Zutaten auf den Tisch zu bringen. Den DURST-Lesern verrät er eines seiner köstlichen Herbstrezepte aus dem Kochbuch, das diesen Monat erscheint: die Gerzensee Marroni-Variation.

## Gerzensee Marroni-Variation

Zutaten für 4 Personen

### Für Eisparfait

100 g Rahm  
1 Eigelb 1  
1 Ei  
30 g Zucker  
70 g Vermicelles  
2 cl Kirsch

### Für Mousse

1 Eigelb  
1 Ei  
30 g Zucker  
150 g Weisse Schokolade  
150 g Marronipüree  
150 g geschlagener Rahm  
1 cl Bacardi  
1 Brownie

### Zubereitung

Eigelb, Ei und Zucker zuerst über dem Wasserbad heiss und dann wieder kalt schlagen. Alkohol und Geschmacksträger (Marronipüree) unterrühren und geschlagenen Rahm unterheben, tiefkühlen.

Eier und Zucker über dem Wasserbad aufschlagen und anschliessend kalt schlagen. Weisse Schokolade auflösen, flüssige Schokolade mit Eizuckermasse verrühren. Geschlagener Rahm und Bacardi unterziehen und abfüllen.

### Anrichten

Eisparfait und Mousse auf Teller anrichten, Marronipüree auf Lebkuchen dressieren und dekorieren.



Mit Leidenschaft am Kochen: Michel Brossard, Gastgeber und Küchenchef im Bären Gerzensee.

Im Bären Gerzensee wird Lifestyle vom Land gelebt: Gourmet-Metzgete, im Dorf kern gebackenes Kernbrot, Wachtel- und Hühner-eier aus Gerzensee, Trüffel vom Belpberg ... Gastgeber Michel Brossard präsentiert in seinem Betrieb mit Vorliebe Produkte, die in der Region wachsen und hergestellt werden.

### Ein kulinarischer Kalender

Mit seinem neuen Buch «Kulinarischer Kalender» teilt er nun nicht nur sein Wissen

über die regionalen Produkte, sondern stellt für jeden Monat ein saisonales Menü vor. Für den Oktober etwa:

**Vorspeise:** Roulade von der Lachsforelle mit Gerzensee-frischkäse, Apfelmeerrettich, Linsensalat und einem feinen Kürbissüpli.

**Hauptgang:** Variation von der Gemse auf Griessgnocchi mit côte et chop und petit ragout in Begleitung einer Herbstgarnitur.

**Dessert:** Gerzensee Marroni-Variation (siehe links).

### Saisonales auf den Tisch

«Die Rezepte sollen dazu anregen, saisonale Zutaten auf den Tisch zu bringen», erklärt Michel Brossard. Das schmecke besser, sei gesünder und preisgünstiger.

[www.baeren-gerzensee.ch](http://www.baeren-gerzensee.ch)

### Eckdaten zum Buch:

«Kulinarischer Kalender – 36 Rezepte aus dem Bären Gerzensee»  
Erscheint: im Oktober 2015.  
Ca. 260 Seiten, 16 x 23cm, gebunden. CHF 39.–.  
ISBN 978-3-03818-078-4.  
Buchtaufe: Am 11. November mit einem Gourmetdiner im Gasthof Bären Gerzensee.

## Dazu ein Feldschlösschen Amber



«Zu dieser speziellen Marroni-Variation empfehle ich ein **Feldschlösschen Amber**. Ausgewählte Zutaten und die Reifung mit Eichenholz verleihen ihm einen weichen, leicht karamellartigen Geschmack mit feinen Holz- und Vanillenoten.»

**Markus Brendel,**  
Biersommelier Feldschlösschen



In der Beiz mit **Beat Schlatter**

# Frühmorgens beim Metzger das letzte Feierabendbier

**Ort:** Metzgerei Zraggen, Zürich  
**Gesprächspartner:** Fabio Zraggen, Metzger

**Beat:** Eure Metzgerei ist auch ein Gastrobetrieb mit zehn Tischen und durchgehend warmer Küche. Der Familienbetrieb ist ausser sonntags immer offen. Würdet ihr in die Ferien gehen, wäre das für die Zürcher Innenstadt eine Katastrophe. Welches ist euer bierfreundlichstes Menü?  
**Fabio:** Ganz klar, das ist unsere Bratwurst mit Bürlü.

**Beat:** Die Würste macht ihr selber, dafür seid ihr bekannt. Habt ihr auch schon eine Bierwurst gemacht?  
**Fabio:** Nein, das haben wir noch nie versucht. Es ist aber eine gute Idee. Statt Weisswein müsste man Malz und Gerste in die Wurst tun. Ich würde die Zutaten eines dunklen Bieres nehmen, damit die Wurst kräftiger wird.

**Beat:** Warum hat eigentlich noch nie jemand eine chemische Flüssigkeit entwickelt, mit der man auf die Wursthaut Slogans oder Firmennamen wie zum Beispiel «Feldschlösschen» schrei-

ben kann? Wenn die Wurst dann auf dem Grill ist, bleibt die beschriebene Stelle auf der braun-schwarzen Wurst weiss.

**Fabio:** Das funktioniert so, wie du dir das vorstellst, leider nicht. Die Flüssigkeit zum Beschreiben der Wurst müsste nämlich auf einer Art Asbestbasis hitzebeständig sein. Als Metzger sage ich dir: Diese Wurst isst niemand.

**Beat:** Um wie viel Uhr wird bei euch morgens das erste Feldschlösschen getrunken?  
**Fabio:** Am Samstag schon sehr früh. Wir öffnen bereits um 6 Uhr, da kommen immer



Beat Schlatter (r.) mit Fabio Zraggen vor der Metzgerei Zraggen.

ein paar Leute, die die ganze Nacht in der Stadt unterwegs gewesen sind. Bei uns trinken sie dann frühmorgens ein letztes Feierabendbier, bevor sie ins Bett gehen. Unter der Woche wird bei uns am Morgen zwischen zehn und elf Uhr das erste Feldschlösschen getrunken.

Agenda präsentiert von **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

## Olma in St. Gallen und Federer in Basel



• **Olma in St. Gallen:** Feldschlösschen ist vom 8. bis am 18. Oktober an der Olma in St. Gallen wie gewohnt mit seinen Pferden sowie der Schwing- und Äplerhütte präsent. Am 17. Oktober um 11.30 Uhr veranstaltet Feldschlösschen zudem in der Arena ein Spezialevent: Das Brauereipferd Aramis tritt im Baumrücken und Seilziehen gegen Schwingerkönig Jörg Abderhalden und andere starke Männer an. Gastkanton ist der Aargau, in dem Feldschlösschen seinen Hauptsitz hat.  
[www.olma-messen.ch](http://www.olma-messen.ch)



• **Swiss Indoors in Basel:** Vorjahressieger Roger Federer (Bild) peilt am Heimturnier in Basel (24. Oktober bis 1. November) seinen 7. Titel an – eine Bestmarke, die der 33-jährige Baselbieter bereits in Wimbledon, in Dubai und in Halle aufstellte. Mit Rafael Nadal, Stan Wawrinka und Kei Nishikori trifft Federer auf starke Konkurrenten. Einen starken Auftritt hat auch das mexikanische Bier Corona als Partner der ATP-Tour.  
[www.swissindoorsbasel.ch](http://www.swissindoorsbasel.ch)



### BLICK HINTER DIE KULISSEN



**CORINNE GRÜTTER**  
Kundenservice  
Seit 15 Jahren bei Feldschlösschen im Telesales Biel

«Wenn es extrem hektisch wird, erhalten wir «Glückspillen»»

« Wir sind ein Team von 40 Mitarbeitenden, nehmen Bestellungen auf und betreuen [myfeldschloesschen.ch](http://myfeldschloesschen.ch). Wenn irgendwo ein Fehler passiert ist, landet er bei uns im Telesales. Je nach Saison erhalten wir pro Tag 700 bis 1000 Anrufe. Man muss sich konzentrieren können, auch wenn das Telefon ständig unterbricht. Aber unsere Arbeit ist spannend und abwechslungsreich, die Zeit fliegt nur so dahin. Wenn es manchmal extrem hektisch wird, erhalten wir von unserer Leiterin «Glückspillen» in Form von Smarties.»

# UNSER CRAFT BIER AUS DER ROMANDIE

Gebraut mit Leidenschaft –  
das Red Ale für Bierkenner und Gelegenheitsgeniesser

**NEU!**  
JETZT  
BESTELLEN!

