



DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen – www.durstzeitung.ch
 Nr. 11 | November 2015



Gastronomie online

Erfolg im Netz

Seite 10

Braufrisch

Im Smuggler's Pub lieben die Gäste das neue Bier von Feldschlösschen

Seite 9

Weihnachtsbier

Umsatz für Gastronomie dank Feldschlösschen Weihnachtsbier-Anstich

Seite 26



Nettopreis
1.33 statt 1.63



EVE Litchi
 24x0,275 MW Harass
 Art. 10568



EVE Passion Fruit
 24x0,275 MW Harass
 Art. 10656

EIN EXKLUSIVES
GASTRONOMIEPRODUKT

Weihnachtsaktion

DIE SCHÖNSTE BESCHERUNG!

*Der Festtags-Champagner
Pommery Brut Silver
zum unschlagbaren Preis.*

THE
BOTTLE
WEIN FÜR GÄSTE

150 cl
99.90
STATT
109.00
ARTIKEL-NR.
13597

75 cl
29.90
STATT
42.50
ARTIKEL-NR.
12213



Aktion gültig vom 1. - 30. November 2015

Nur solange Vorrat erhältlich unter
0848 805 010 oder www.myfeldschloessen.ch

Editorial

Wir unterstützen Sie auch im Internet



Liebe Leserinnen, liebe Leser

Die persönlichen Kontakte stehen im Zentrum der Partnerschaft zwischen Ihnen als Gastronom und Feldschlösschen. Deshalb ist Ihr Sales Manager jederzeit für Sie da. Ihr Getränkepartner unterstützt Sie aber auch im Internet: Wir haben exklusiv für unsere Kunden aus der Gastronomie die Biertank-App «myBeer» und die Plattform myfeldschloesschen.ch entwickelt. Zudem bieten wir Ihnen als Gastronom einen monatlichen Newsletter mit einmaligen Aktionen an. Lesen Sie ab **Seite 10**, wie Sie sich dank diesen interessanten Tools Ihren Alltag erleichtern und gleichzeitig den Umsatz steigern können.

Seit ein paar Wochen ist Feldschlösschen Braufrisch auch in der Gastronomie erhältlich. Diese moderne Interpretation eines klassischen Lagerbiers hat in zahlreichen Lokalen schon viele Fans gewonnen. Auf **Seite 9** erfahren Sie, warum der Pub-Betreiber Daniel Aufranc auf das neue unfiltrierte Offenbier schwört.

Auch in diesem DURST können Sie exklusive Preise gewinnen: Machen Sie mit beim Wettbewerb auf **Seite 21** und bei der Verlosung auf **Seite 25**. Mit etwas Glück gewinnen Sie ein Nescafé Milano 2.0 Kaffeesystem für ein Jahr oder reisen Sie im Dezember ans Arosa Humor-Festival.

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

IMPRESSUM

DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen
www.durstzeitung.ch

Herausgeberin

Feldschlösschen Getränke AG
Theophil-Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden
Telefon 0848 125 000
www.feldschloesschen.com

Gesamtverantwortung

Daniela Fernández

Redaktionelle Verantwortung

Daniela Fernández

Inserate

durst@fgg.ch

Daniela Fernández

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

Generalunternehmen
Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
4552 Derendingen

Projektverantwortung: Pamela Güller

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

Erscheinungsweise

Monatlich in deutscher, französischer und italienischer Sprache

Jahrgang: 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, André Springer, Shutterstock, Feldschlösschen



gedruckt in der **schweiz**



Volksmusikfest 16



Weihnachtsbier-Anstich 26



Die Gastronomie und das Internet 10



Schneider Weisse Aventinus

Perfektes Bier für kalte Winterabende

Schneider Weisse Aventinus wird seit 1907 gebraut und ist damit der älteste Weizendoppelbock Bayerns. Das vollmundige Weizenbier hat eine dunkelrubinrote Farbe und ist wie geschaffen für die grossen Momente an Winterabenden. Sein kräftiger Körper bietet in Kombination mit der malzaromatischen Süsse echten Tiefengenuss – eine geniale Kombination, perfekt und süffig! Schneider

Weisse Aventinus (TAP 6) hat einen hohen Alkoholgehalt von 8,2 Vol.%, es ist intensiv und voll Feuer, wärmend, ausgewogen und weich. Geschmacklich sind in erster Linie Bananen-, Pflaumen- und Rosinennoten zu erkennen. Das Weizenbier passt perfekt zu deftigen Speisen, dunklen Braten und auch zu süssen Desserts.



Jetzt bestellen!

2.36 CHF
pro Flasche

Schneider Weisse Aventinus
Art.10025 20x50 cl MW Glas

www.myfeldschloesschen.ch



PRODUKTWISSEN BIER



FELDSCHLÖSSCHEN ACADEMY

Wussten Sie, dass Bier weniger Kalorien und mehr Vitamine beinhaltet als Rotwein?

Tipp des Monats

Gehen Sie auf myfeldschloesschen.ch in den Bereich Training/Wissenscenter und lesen Sie unter Produktwissen noch weitere interessante Facts zum Bier. Mit dem neu erlangten Wissen können Sie bei Ihren Gästen Kompetenz zeigen und gross auftrumpfen.



WEIN DES MONATS

Carmenère Reserva QUASAR

Der **Carmenère Reserva** ist ein eindrücklicher und charmanter Wein mit einem grosszügigen Bouquet von Pflaume, Kakao und Tabak. Im Gaumen blühen fruchtige Noten von Sauerkirschen und Himbeeren auf, unterstrichen von der Würze der getoasteten Eiche.

Passt perfekt zu...

Der Carmenère Reserva passt optimal in die asiatische Küche, vor allem zu Fleischgerichten.

«THE BOTTLE» – Food & Wine:

www.bottle.ch



Jetzt bestellen!

13.90 CHF
pro Flasche

Carmenère Reserva
Art.11751
6x75cl EW Karton

www.myfeldschloesschen.ch



Perfekt für Winterabende: Espresso Volcano.

Kaffeegenuss

Espresso Volcano

Ein heisses Getränk mit wärmenden Gewürzen und einer eleganten Erscheinung: Das ist die perfekte Kombination für den Abschluss eines Winterabends vor dem Kamin. Wir empfehlen Ihnen den Espresso Volcano. Ihre Gäste werden begeistert sein!

Espresso Volcano: The hot and only

Zutaten: 1 Espresso, 15ml Kondensmilch, 1 Stück Orangenzeste, 1 Prise Cayennepfeffer

Zubereitung: Kondensmilch in ein langstieliges Grappa-Glas füllen, Cayenne hinzufügen, Orangenzeste in ein Kännchen legen und Espresso darin zubereiten. Danach Espresso vorsichtig ins Glas füllen und das fruchtig-heisse Kaffee-Erlebnis geniessen.

Weitere Rezepte: www.nescafe-solutions.ch

Aktionstag «Sauberes Fricktal»

Feldschlösschen beteiligte sich am **Clean-up-Day**

Im Rahmen des Clean-Up-Day 2015 führten die Gemeinden des Fricktals verschiedene Aktionen durch, um auf das Problem des Litterings aufmerksam zu machen. Am 9. September haben sich Feldschlösschen-Mitarbeitende am Aktionstag «Sauberes Fricktal» beteiligt und weggeworfenen Abfall eingesammelt. Gemeinsam mit 120 Schülerinnen und Schülern der Primarschule Rheinfelden und ausgerüstet mit Abfallsäcken, Greifzangen, Handschuhen und Warnwesten durchforsteten sie Büsche, Hecken, Strassen und Wege. Im Anschluss wurden sie mit einem Znüni und alkoholfreien Getränken von Feldschlösschen belohnt.

Gegen Littering und für eine saubere Schweiz

Die IG saubere Umwelt setzt sich mit dem Clean-Up-Day gegen Littering und für eine saubere Schweiz ein. Littering führt in vielen Gemeinden zu erhöhtem Reinigungsaufwand und zu Mehrkosten.



Feldschlösschen-Mitarbeitende und Schulkinder sammeln am Clean-up-Day Abfall ein.

Jägermeister

Der deutsche Exportschlager

Das Rezept für «Jägermeister» gibt es seit 1934. Heute ist der deutsche Kräuterlikör eine Weltmarke und wird in über 100 Länder der Erde exportiert. Die legendäre Jägermeister-Flasche ist auf der ganzen Welt für ihr Aussehen berühmt, weshalb das Etikett mit dem Schriftzug und dem Sankt Hubertus-Hirschkopf in den letzten 80 Jahren nur

minimal verändert wurde. Jägermeister wird entweder pur oder gemixt getrunken und ist auch in Einzelflaschen bestellbar.



Jetzt bestellen!

21.65 CHF

pro Flasche

Jägermeister 35%
Art. 10565 6x70 cl EW Glas

www.myfeldschloessen.ch



Bière riche

Törtchen mit
Zwiebelkonfitüre

Zünftige Zwiebelkonfitüre passt hervorragend in die kalte Jahreszeit. Als feines Häppchen zum Bier, zum Beispiel zusammen mit würzigem Käse auf Blätterteig angerichtet.

Zwiebelkonfitüre

BELAG FÜR CA. 8 STÜCK: 3 Zwiebeln, dünn geschnitten, 3 Teelöffel Olivenöl, 2,5dl Rotwein, 3 TL brauner Zucker, Thymian von 4 Zweigen, Salz, Pfeffer.

ZUBEREITUNG: Zwiebeln so lange im Öl erhitzen, bis sie weich sind (nicht braun). Hälfte des Rotweins begeben, gesamte Flüssigkeit einkochen. Zucker, Thymian, Salz und Pfeffer begeben. Fünf Minuten kochen. Unter Rühren restlichen Rotwein einkochen.

Rhäzüns

Grosses Interesse
an Mineralquelle

Die Mineralquelle Rhäzüns hat Gemeindevertreter aus Rhäzüns, Rothenbrunnen und Bonaduz zu einer Besichtigung eingeladen. Die Gäste waren begeistert vom Rundgang und liessen

den Abend mit einem geselligen Apéro ausklingen. Ein besonderes Highlight war die neue Streckblasmaschine, die PET-Rohlinge aufbläst und zu einer 50cl- oder 150cl-Flasche formt.



Interessierte Gäste lassen sich durch die Mineralquelle Rhäzüns führen.

ERNTE GUT, CHIPS GUT!

NEU

Bereits in der Anfangszeit vor über 50 Jahren wurden die ersten Zweifel Chips auf einem Bauernhof in Katzenrüti bei Rümlang ZH in einer Handfritteuse hergestellt. Die Chips waren damals etwas dicker im Schnitt und dadurch rustikaler im Geschmack. Unsere jüngste Kreation Hofladen Chips sind wie damals ein wenig dicker geschnitten und fein gewürzt. Ganz wie zu unserer Gründungszeit.



Wir tun alles für die besten Chips.

Z
ZWEIFEL

DIE CHIPS-
EXPERTEN

 zweifelchips

[zweifel.ch/gastro](https://www.zweifel.ch/gastro)



DRINK DES MONATS

Dank dem «Moscow Mule» erlebte der russische Wodka seinen American Dream

Der «Moscow Mule» ist ein Drink mit einer Geschichte, wie sie nur das Land der unbegrenzten Möglichkeiten schreiben kann. Mithilfe dieses Drinks arbeitete sich Wodka nämlich sprichwörtlich vom Tellerwäscher zum Multi-Milliardär hoch.

Die Mischung macht's

1941 waren sowohl Wodka als auch Ingwerlimonade in den USA noch unbekannt, die beiden Vertreter suchten gemeinsam nach Lösungen. Wahrscheinlich floss viel Wodka und so mit der Zeit auch die Inspiration: Man goss die nächste Runde mit

Ingwerlimonade auf. Das Getränk fand auf Anhieb Gefallen, man taufte es auf den Namen «Moscow Mule»: Der Drink sollte einschlagen wie ein um sich tretendes Maultier (engl. «mule»). Und das tat er. Es dauerte nicht lange, bis er landesweit gerne konsumiert wurde.

Sanfte Note mit Ginger Ale

Mit Schweppes Ginger Ale kreieren Sie einen «Moscow Mule» mit unaufdringlichem Ingwergeschmack. Für etwas Abwechslung kann die Zitronenscheibe auch durch Limetten- oder Orangenscheiben ersetzt werden.

Zutaten: 60 ml Wodka, 2 kl. Zitronen (geviertelt), Schweppes Ginger Ale, Zitronenscheibe

Zubereitung

Glas zur Hälfte mit Eis füllen. Zitrone über Eis auspressen und Zitronenscheibe dazugeben. Wodka hinzugeben und mit Ginger Ale auffüllen.



Promotion auf
Schweppes Giner Ale
9.11. - 20.11.

**JETZT
PROFITIEREN!**

Jetzt bestellen!

1.09 CHF

statt 1.19 CHF

pro Flasche

Schweppes Ginger Ale
Art. 10013
30 x 0,20 Harass
MW Glas

www.myfeldschloesschen.ch



Frischer Auftritt: der neue Onlinefanshop von Feldschlösschen.

www.feldschloesschen-fanshop.ch

Alles auf einen Klick im neuen Fanshop

Trendige Kleider, schöne Gläser und vieles mehr finden Sie im neuen Feldschlösschen Onlinefanshop. Stöbern lohnt sich: Die Seite umfasst ein breites Sortiment an Fanartikeln.

Feldschlösschen ist ein modernes Stück Schweizer Tradition. Entsprechend beliebt sind die Kleider, Gläser und Gadgets, die man im Fanshop der Brauerei in Rheinfelden kaufen kann.

Übersichtlich präsentiert

Die Jassutensilien von Feldschlösschen, den Schal von Eve, die Winterjacke von Carlsberg, das Cap von Cardinal und vieles mehr kann man jetzt aber bequem von zu Hause aus bestellen: Im neuen Fanshop sind sämt-

liche Artikel übersichtlich präsentiert.

Viele Geschenkideen

Bisher musste man die verschiedenen Fanartikel auf den Seiten der jeweiligen Brands suchen, jetzt findet man sie alle bequem und mit einem Klick im neuen Onlinefanshop.

Gehen Sie auf die Homepage und stöbern Sie im umfangreichen Sortiment. Jetzt, wo Weihnachten näher rückt, stossen Sie bestimmt auch auf Geschenkideen.

www.feldschloesschen-fanshop.ch



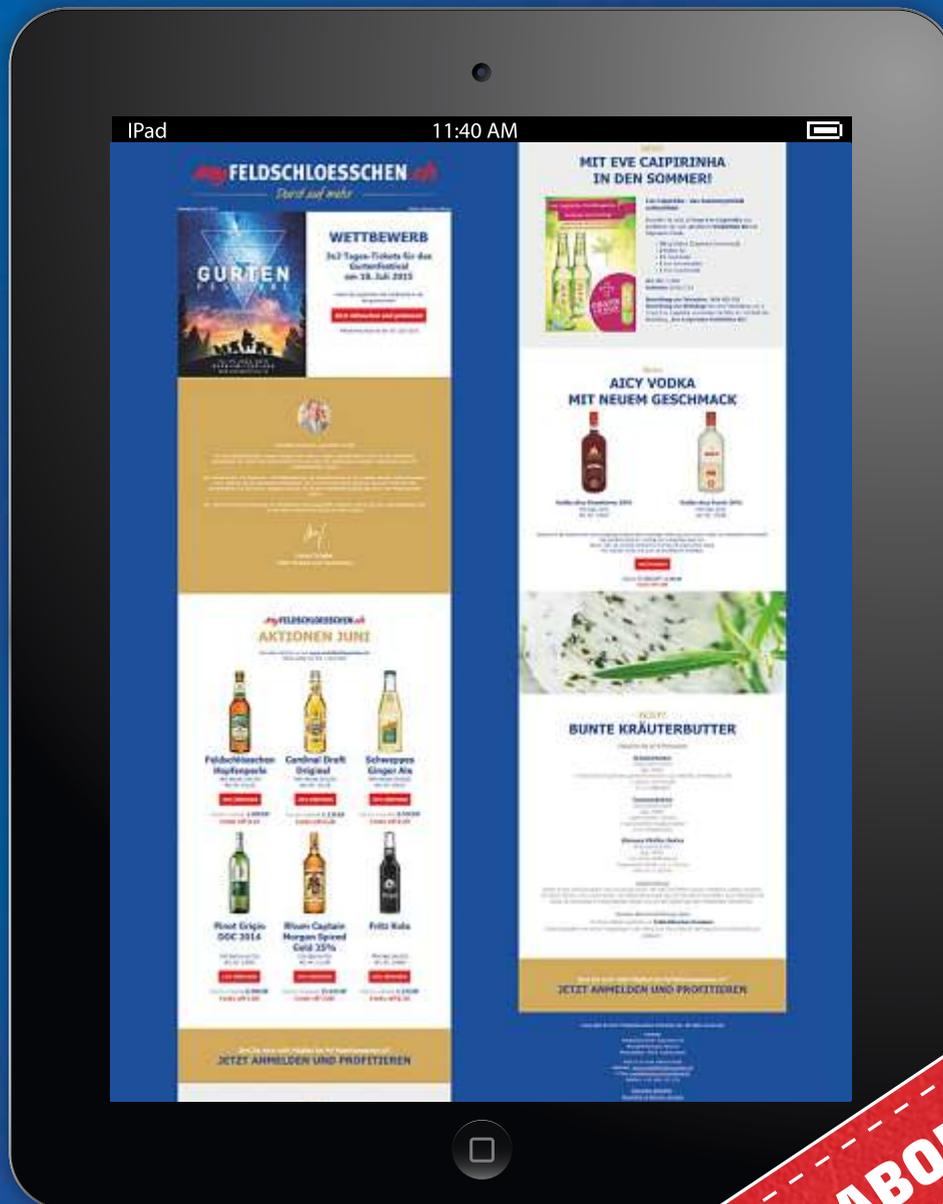
NEWSLETTER

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Durst auf mehr

Als Gastronomiekunde profitieren Sie exklusiv von:

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



JETZT ABONNIEREN!
www.myfeldschloesschen.ch

Der Oberwiler Pub-Betreiber Daniel Aufranc:

«Feldschlösschen Braufrisch ist ein Gewinn für die Gastronomie»

Daniel Aufranc bietet den Gästen in seinem Smuggler's Pub insgesamt 27 verschiedene Biere an. An der neuesten Innovation seines Getränkepartners Feldschlösschen hat er eine besonders grosse Freude: «Feldschlösschen Braufrisch ist von Anfang an ein voller Erfolg.»

Daniel «Däni» Aufranc ist ein Bierkenner. Als das neue Feldschlösschen Braufrisch im März in den Detailhandel kam, lernte der Baselbieter es sofort kennen und lieben. «Dieses naturtrübe Bier hat einen feinen Geschmack und einen ausgeprägten Charakter. Trotzdem ist es süffig wie ein Lagerbier», sagt der Geschäftsführer des Oberwiler Smuggler's Pub.

Gäste wollten Braufrisch

Auch Daniel Aufrancs Gäste kamen auf den Geschmack des neuen Bieres: «Viele von ihnen fragten mich, warum es das Feldschlösschen Braufrisch in meinem Pub nicht gebe. Wie ich bedauerte auch sie, dass das Braufrisch nur im Detailhandel erhältlich war.»

Reissender Absatz

Seit September gibt es das neue Feldschlösschen Brau-

frisch als Openbier nun auch im Smuggler's Pub und in vielen anderen Lokalen. Daniel Aufranc: «Vom ersten Tag an findet es in unserem Pub reissenden Absatz.»

Erfrischender Geschmack

Feldschlösschen Braufrisch wurde von jungen Braumeistern aus dem Schloss entwickelt. Es ist die moderne Interpretation eines klassischen Bieres und hat mit seinen Malz- und Caramelnoten sowie der leichten Hopfenbittere einen erfrischenden Geschmack.

Attraktives Werbematerial

Wollen auch Sie am grossen Erfolg von Feldschlösschen Braufrisch teilhaben und Ihre Gäste mit diesem einzigartigen unfiltrierten Openbier verwöhnen? Wenn Sie Feldschlösschen Braufrisch jetzt bestellen, schenken wir Ihnen attraktives Werbe-



Grosses Bierangebot, neu auch mit Feldschlösschen Braufrisch: Daniel Aufranc hinter den Zapfsäulen.

material als zusätzlichen Umsatzbringer. Zudem profitieren Sie vom jungen Image, das Feldschlösschen Braufrisch auch dank seines modernen Auftritts im Internet und im TV hat mit den sympathischen jungen Braumeistern im Zentrum.

Lob kurz nach Lancierung

Für Daniel Aufranc und viele andere Gastronomen ist

schon kurz nach der Lancierung des neuen Produktes klar: «Feldschlösschen Braufrisch ist ganz klar ein Gewinn für die Gastronomie.»

www.braufrisch.ch
www.smugglers-pub.ch



Junge Braumeister aus dem Schloss haben Feldschlösschen Braufrisch entwickelt.

Neu für die Gastronomie: Feldschlösschen Braufrisch



Jetzt bestellen!

3.67 CHF
pro Liter

Feldschlösschen Braufrisch
Art. 14529 20 Liter Fass

www.myfeldschloesschen.ch



Newsletter, myfeldschloessen.ch und Biertank-App «myBeer»

Feldschlösschen erleichtert Ihnen als

Unsere Sales Manager sind immer für Sie da und beraten Sie gerne. Als Ihr Getränkepartner hat Feldschlösschen aber auch verschiedene IT-Tools entwickelt, um Ihnen die Arbeit zu erleichtern und umsatzbringendes Wissen zu vermitteln: Die Plattform myfeldschloessen.ch, der monatliche Newsletter und die Biertank-App «myBeer» sind exklusive Angebote für die Gastronomiekunden.



Die erste Seite des Newsletters vom September 2015.

Newsletter Monat für Monat exklusive Sonderangebote

Dank des monatlichen Newsletters von myfeldschloessen.ch sind Sie als Gastronom immer auf dem Laufenden. Als Abonnent können Sie regelmässig von attraktiven Aktionen und Sonderrabatten profitieren, die es sonst nirgends gibt.

News und Tipps

Der Newsletter hat aber noch viel mehr zu bieten. Unser Ziel ist es, Ihnen Monat für Monat das für einen guten Umsatz notwendige Wissen zu vermitteln. Deshalb finden Sie im Newsletter auch...

- ... aktuelle News über Produkte und Dienstleistungen,
- ... spannende Tipps und viel Wissenswertes und
- ... kreative und inspirierende Kurzrezepte, dank denen Sie als Gastronom Ihre Gäste überraschen können.

Wettbewerb mit exklusiven Preisen

Der Newsletter von myfeldschloessen.ch beinhaltet jeweils auch einen attraktiven Wettbewerb, bei dem Sie exklusive Preise gewinnen können.

Jetzt abonnieren

Wenn Sie den Newsletter noch nicht abonniert haben, können Sie dies auf myfeldschloessen.ch nachholen. Profitieren Sie von diesem einzigartigen Tool, das wir den Gastronomiekunden exklusiv anbieten. Monat für Monat können Sie dank dem Newsletter Geld sparen und sich die Arbeit erleichtern.

Preisgekrönte App Tank leer – myBeer schlägt Alarm



Die App «myBeer», mit vollem Namen «M2M mybeer automatic tank fill solution».

Manfred Weiss, Service Director Feldschlösschen, lieferte die Idee, worauf Swiss1mobile die App «myBeer» realisiert hat: Die exklusiv für die Hotellerie und Gastronomie entwickelte App misst via Drucksonden sowohl den Füllstand als auch die Temperatur und den Druck des Biertanks. Eine Übermittlungseinheit mit SIM-Karte (die M2M-Lösung von Swisscom) schickt die Daten dann an die gewünschten Stellen. Die direkte Meldung an den Kunden und Feldschlösschen löst eine Bestellung aus und optimiert den Lieferservice. Als Gastronom können Sie die App aber auch so programmieren, dass Sie die Bestellung manuell auslösen.

Erleichterung für Kunden mit GTS-Tanks

Die App wurde für iOS entwickelt und funktioniert über das iPad. Für Kunden mit GTS-Tanks (500 l oder 1000 l) bringt sie eine echte Erleichterung, muss man doch nicht mehr im Keller nachschauen, wie viel Bier noch im Tank ist. Bei Problemen ist auch eine Ferndiagnose zu Händen des Kunden möglich.

Von diesem Herbst an wird die App «myBeer» in Betrieb genommen, die meisten GTS-Tanks sind bereits für sie ausgerüstet. Bereits im Februar 2014 erhielt die App am europäischen M2M Challenge in der Kategorie «Mobility» einen Award.

Gastronom die Arbeit auch im Internet

myfeldschloesschen.ch Ware bestellen, Aktionen finden und wertvolles Wissen erlangen

Auf der Gastronomie-Plattform myfeldschloesschen.ch finden Sie alles, was Ihnen den Alltag erleichtert und hilft, Geld zu sparen sowie den Umsatz zu steigern. Im E-Shop können Sie mit ein paar Klicks bequem Ware bestellen – rund um die Uhr, von überall und alles aus einer Hand! Die Plattform hat aber noch viel mehr zu bieten. Zum Beispiel:

- **Promotionen und Aktionen**, individuell auf Ihr Lokal anwendbar
- **Tipps und Tricks**, wie Sie noch mehr Umsatz generieren können
- **Werbemittel und Anleitungen**, wie Sie diese richtig platzieren
- **Analyse** Ihres Sortiments und Vorschläge, wie Sie es optimieren können
- **Dienstleistungen** wie die Abfallentsorgung oder den Schlüssellavis
- **Hitflash-Aktionen** und den **DURST** als E-Paper.

Feldschlösschen Academy vermittelt umsatzbringendes Wissen

Weil Wissen den Umsatz steigert, ist die Feldschlösschen Academy ein wichtiger Bestandteil von myfeldschloesschen.ch. Schulen Sie sich und auch Ihr Personal! Die Feldschlösschen Academy beinhaltet die Themen «Produktwissen Bier», «Das perfekte Bier» und «Aktives Verkaufen».



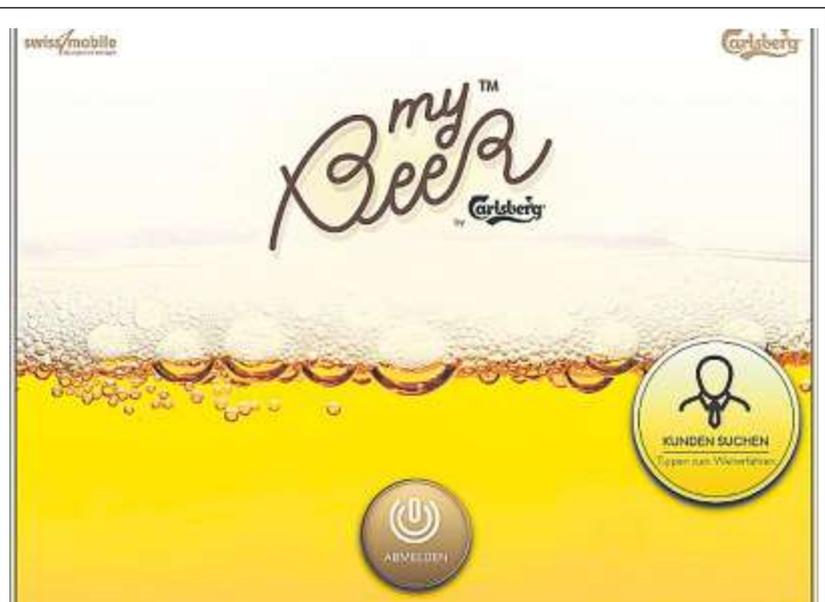
Auf die Plattform myfeldschloesschen.ch haben Gastronomen rund um die Uhr und von überall Zugriff.



Feldschlösschen Academy, Tipps für besseres Wirtschaften, Bierkarten zum selber Kreieren und E-Shop (von links) auf myfeldschloesschen.ch



Manfred Weiss, Services Director Feldschlösschen (vorne in der Mitte) nahm mit Kolleginnen und Kollegen von swiss1mobile, Swisscom und Feldschlösschen den Award entgegen.



Der Kunde meldet sich auf dem iPad an und hat immer und überall die Übersicht.

EXPLORE THE EXTRAORDINARY.




GUINNESS
MADE OF MORE™

PLEASE ENJOY GUINNESS SENSIBLY.
The GUINNESS word and HARP device are trade marks. © Guinness & Co 2015.

www.guinness.com

«Krone 94» in Willisau

Werbung im Netz und Aktionen aus dem Netz

Im Ausgehlokal Krone94 gibt es bewusst keinen öffentlichen Internetzugang. Hinter den Kulissen setzt das «Krone94»-Team aber voll aufs Internet: Es informiert sich per Newsletter, Gastronomieplattform und App von Feldschlösschen und multipliziert seine Werbung auf Facebook.

Als das Lokal des Töffclubs «Iron Drivers» einem Discounter weichen musste, gründeten Präsident Peter «Steime» Steinmann und seine Männer vor fünf Jahren die Krone94 GmbH. Die besitzt und führt nun das Traditionslokal in Willisau.

Feldschlösschen-Tools

Beruflich ist Peter Steinmann in der Onlinewerbung tätig. Er nutzt die verschiedenen Tools von Getränkepartner Feldschlösschen, um sich zu informieren und um seinen Alltag zu erleichtern:

- **Newsletter:** «Den Newsletter von Feldschlösschen habe ich sofort abonniert. Monat pro Monat finde ich hier exklusive Angebote und interessante Tipps.»

- **myfeldschloesschen.ch:**

«Auf der Gastronomieplattform von Feldschlösschen informiere ich mich regelmässig über Aktionen und Promotionen. Hier kann ich

auch bequem und rund um die Uhr vom Büro aus Ware und Werbematerial bestellen oder das Werbematerial auf unser Lokal individualisieren und selbst erstellen.»

- **App «myBeer»:** «Ich habe die beiden 1000-Liter-Tanks für unser Cardinal technisch nachrüsten lassen, damit ich

«Im Newsletter von Feldschlösschen finde ich monatlich exklusive Angebote.»

Peter «Steime» Steinmann

nun die App «myBeer» nutzen kann. So sehe ich immer und überall, wie viel Bier noch in den Tanks ist und welche Temperatur das Bier hat. Über die App kann ich auch Bestellungen vornehmen.»

Werbung auf Facebook

Peter «Steime» Steinmann und sein Team nutzen die Tools von Feldschlösschen vor allem, um sich zu infor-

mieren. Die Kommunikation mit den Gästen findet auf der Website des Lokals und vor allem auf Facebook statt. «Gerade auf dem Land machen viele Gastronomen online zu wenig», sagt Peter «Steime» Steinmann. Das sei eine vertane Chance, «denn wenn du täglich etwas auf Facebook postest, bist du im Gespräch. Auf dieser Plattform multipliziert sich die Werbung».

Events und Monatsbier

Der Onlineprofi mischt und teilt verschiedene Accounts und erreicht so eine grosse Reichweite. Er nennt ein Beispiel: «Der Flyer unserer Töffparty ist auf Facebook 20 000 Mal erschienen. Gekostet hat mich das nichts – nur ein bisschen Zeit.»

Auch das Monatsbier und spezielle Events werden auf Facebook beworben, zudem stellt Peter «Steime» Steinmann alle zwei Monate einen Flyer mit Cardinal-Werbung ins soziale Netz.

Geselligkeit statt Wireless

Kein Zweifel: Die «Krone 94» in Willisau ist gut vernetzt. Öffentliches Wireless stellen Peter «Steime» Steinmann und sein Team ihren Gästen aber ganz bewusst nicht zur Verfügung. Begründung: «Wir sind ein Ausgehlokal, in dem man sich an den Stammtisch setzen und gesellig sein soll. Auf technischen Geräten herumdrücken kann man anderswo.»

www.krone94.ch



Onlineprofi Peter «Steime» Steinmann informiert sich auf myfeldschloesschen.ch (oben), kontrolliert die App «myBeer» (Mitte) und sieht im gewölbten Keller nach dem Rechten.



Werbung für die Hoegaarden-Austrinkete auf der Facebookseite der «Krone 94».



Peter «Steime» Steinmann geniesst in der «Krone 94» ein Cardinal.

ENTDECKEN SIE DEN LEGENDÄREN GESCHMACK DER GRIMBERGEN ABTEIBIERE



WINTERSPEZIALITÄT*

BLONDE

NOËL

BLANCHE

+ GRIMBERGEN +
BIÈRE D'ABBAYE - ABDIJBIER
1128

*Grimbergen Noël ist ein limitiertes Spezialitätenbier, dass bis September bestellt werden konnte. Für dieses Jahr nehmen wir deshalb keine Bestellungen mehr entgegen. Grimbergen Blonde und Grimbergen Blanche können Sie jedoch das ganze Jahr über bestellen. Mehr Informationen über unsere Produkte erfahren Sie auf www.grimbergen.ch

Frische Trendsorten aus dem Rauch-Tal.



Preis-Aktion
im HIT-Flash November
auf das gesamte
RAUCH Sortiment

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.



Remo Fehlmann, Direktor Gastrosuisse

«Konsequent auf etwas setzen, anstatt überall mitmischen wollen»

Muss ich als Gastronom eine eigene Website haben? Darf ich meinen Gästen kostenlosen Internetzugang überhaupt noch verwehren? Welche Regeln gelten bei allem, was digitale Technologie zu bieten hat? Fragen über Fragen – Remo Fehlmann, Direktor Gastrosuisse, weiss Rat.

Remo Fehlmann, punkto Online-Marketing hatte das Gastgewerbe lange Zeit Nachholbedarf. Hat sich das verbessert?

Ich würde es eher so sagen: Das Delta zwischen jenen, die es sehr gut und jenen, die gar nichts machen, ist noch grösser geworden. Gerade bei kleinen Betrieben fehlt auch heute oft noch die Kompetenz. Wir bieten hier etwa mit unserem Website-Check Unterstützung an.

Das heisst, eine eigene Website ist ein Muss?

Das ist immer eine Frage von Aufwand und Nutzen. Und macht natürlich nur Sinn, wenn ich als Wirt auch sonst digital mit dem Gast in Kontakt bin – per Email, einem Newsletter...

Also keine Website, auf der nur die Öffnungszeiten ersichtlich sind?

Ob der Gast alleine dafür eine Website aufruft? Da sehe ich die Reservation eher als Beweggrund. Entscheidend ist die Reaktionszeit: Es geht nicht, dass ich am Sonntag reserviere und wegen Ruhetagen erst am Dienstag eine Bestätigung erhalte. Da ist eine Automatisierung vielleicht sinnvoll.

Was ist bezüglich Website sonst noch wichtig?

Sicher eine anmächelige Aufmachung, die Bildsprache muss authentisch sein. Spezialitäten sollten hervorgehoben werden. Gut sind auch glaubwürdige Testimonials. Eine gewisse Originalität

schadet nie, sie darf auch unkonventionell und überraschend sein. Grundlegend ist, es bei Google auf Seite eins zu schaffen.

«Eine gewisse Originalität schadet nie, sie darf auch unkonventionell sein.»

Remo Fehlmann zur Website

Spätestens wenn es um Google-Marketing geht, kommt man am Experten aber nicht mehr vorbei.

Das ist ein Punkt in unserem Website-Check. Je nach eigenen Kenntnissen macht ein Profi sicher Sinn. Man kann die Website selber konzeptionell aufarbeiten. Für die beste Ausgangslage lohnt es sich aber, auch etwas Geld zu investieren.

Welche Online-Massnahmen empfehlen Sie sonst noch?

Es geht immer darum: Wie bringe ich Leute auf meine Website? Newsletter, Facebook, auch Printsachen sind unterstützend. Je besser alles aufeinander abgestimmt ist, desto besser wird es wahrgenommen.

Auch WLAN sorgt immer wieder für Diskussionen. Gibt es Zahlen, wie viele Betriebe dies anbieten?

Nein. Aber wenn ich mit meinem Sohn rede, sind es zu wenig. Und ständig online zu sein, ist heute nicht mehr generationenabhängig. Immer mehr wird zum Beispiel auch im öffentlichen Raum gearbeitet. Es ist eine Phi-

losophiefrage: Wer ist mein Kunde? Zwingend ist WLAN nicht. Ich verstehe Betriebe, die auf Erholung ausgerichtet und deswegen bewusst WLAN-frei sind.

Aber man muss den Entscheid bewusst fällen...

Ja, und dann ist es auch eine Frage der guten Kommunikation. Wenn jemand bewusst verzichtet und das so kommuniziert, ist es durchaus legitim.

Wenn man WLAN anbietet – muss es gratis sein?

Das müsste jeder selber entscheiden können. Weil Gratis-WLAN Standard ist, kommt man sicher weniger in Argumentationsnotstand, wenn man es im Preis inkludiert. Wenn man vernünftig investiert, kann man das so einkalkulieren, dass es pro Gast nicht viel ausmacht.

«Wenn jemand bewusst verzichtet und das gut kommuniziert, ist das legitim.»

Remo Fehlmann zu WLAN

Haben Sie Verständnis, wenn sich Gastronomen dem Thema gänzlich verweigern?

Es ist allen zu empfehlen, sich zumindest mit der Frage zu befassen, was es für die eigene Kundengruppe bedeutet. Am Ende geht es immer darum: Welche Rolle spielt in meinem Betrieb Technologie als Beschleunigungsfaktor? Vielleicht kann ich ja die Servicezeiten am



Remo Fehlmann (47) ist seit Frühling Direktor von Gastrosuisse und führte zuvor 15 Jahre lang das Seminarhotel Sempachersee in Nottwil.

Mittag beschleunigen. Am richtigen Ort richtig eingesetzt, ist Technologie eine gute Geschichte.

Welchen Tipp geben Sie unseren Lesern zum Ende?

Weniger ist mehr. Lieber bewusst und konsequent auf etwas setzen, als überall ein bisschen mitzumischen. Am Anfang nicht zu viel investieren, Ressourcen müssen längerfristig gehalten oder gesteigert werden können. Das gilt für die Website, neue Medien, WLAN und generell. Alleine die digitalen Medien machen es nicht aus, es braucht den Menschen dahinter. Denn beim nächsten Besuch muss dieser sich wieder vor dem Gast bewähren.

www.gastrosuisse.ch

Eidgenössisches Volksmusikfest in Aarau

Feldschlösschen verbindet Bundes

Ueli Maurer trank zufrieden ein Feldschlösschen Original, und auch sein Kollege Alain Berset liess sich von der Freude der Volksmusikanten anstecken. Wie die beiden Bundesräte strömten Mitte September 100 000 Besucher nach Aarau zum Eidgenössischen Volksmusikfest. OK-Präsidentin und Ständerrätin Christine Egerszegi zog eine positive Bilanz: «Wir sind mit dem Festverlauf sehr zufrieden.»

Umzug mit Sechsspänner
Feldschlösschen lieferte als Haupt-Partner die passenden Getränke und half bei der Festlogistik kräftig mit. Am abschliessenden Festumzug war zudem der Feldschlösschen-Sechsspänner eine der Attraktionen.

www.aarau2015.ch



OK-Präsidentin Christine Egerszegi mit Bundesrat Alain Berset (oben links), Bundesrat Ueli Maurer (unten rechts) und einem Feldschlösschen (unten links). Bundesrat Ueli Maurer erfrischt sich mit einem Feldschlösschen Original (oben rechts).

Farbenprächtig



Der Feldschlösschen-Sechsspänner am Festumzug.



Monika Kälin und Fritz Künzli (unten rechts) geniessen wie viele Tausend andere Volksmusikanten ein Feldschlösschen Original.



Pentathlon del boscaiolo in Isonne

Schneider Weisse für kreative Holzfäller

Schönes Wetter, mehr als 5000 Gäste und viele eindruckliche Holzskulpturen: Der 25. «Pentathlon del boscaiolo» (Fünfkampf der Holzfäller) in Isonne war Mitte September ein voller Erfolg. Die Holzfäller schufen

eindruckliche Skulpturen, und auch für die Kinder gab es spannende Wettbewerbe.

Tessiner Premiere

In Isonne kam es zu einer Tessiner Premiere: Als Getränkepartner des Anlasses

stellte Feldschlösschen erstmals in der Südschweiz den Biergarten von Schneider Weisse auf. Nach getaner Arbeit erfrischten sich die Holzfäller wie die vielen Besucher gerne mit einem Weizenbier aus Bayern.



Nach getaner Arbeit gab es für die Holzfäller Erfrischung.



räte



Ilksmusikfest bei Nacht.



Freunde ein Feldschlösschen.



im Biergarten von Schneider Weisse.



Der EHC Sensee Future erhält von Original Dzodzet den Check für sein Projekt mit Kindern mit einer Behinderung.

Soirée Cardinal in Fribourg

Slawa Bykow, Cardinal und ein Check für Kinder

Rund 300 Gäste besuchten die Soirée Cardinal, die im Fanzelt des HC Fribourg Gottéron stattfand. Unter den Geladenen befanden sich viele Kunden aus der Gastronomie und regionale Prominenz wie die Eishockey-Legende Slawa Bykow.

Cardinal stark verankert
Die Soirée Cardinal hat eine lange Tradition. Ziel des Events ist es, die Fribourger zusammenzubringen und die starke lokale Verankerung der Marke Cardinal aufzuzeigen. Darauf ging Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz in seiner Rede ein.

Check für Sensee Future
Cardinal ist Sponsor des HC Fribourg Gottéron und unterstützt auch die Aktion «Original Dzodzet». Sieger des neuesten Projektwettbewerbs ist der EHC Sensee Future. Er ermöglicht es Kindern mit Behinderung, Eishockey zu spielen, und erhielt dafür einen Check im Wert von 5000 Franken.



Jo Mettraux live auf der Bühne im Fanzelt.



Thomas Amstutz, CEO Feldschlösschen, während seiner Ansprache.



Gut gelaunte Gäste an der Soirée Cardinal.



Hockey-Legende Slawa Bykow (rechts) und Klaus Peter Mager, Initiant von Original Dzodzet.

SCHWEIZER TRADITION AUS DER BÜGELFLASCHE



**JETZT
BESTELLEN!**

NATURFRISCH
DAS HERRLICH TRÜBE

BÜGEL
DAS CHARAKTER-
VOLLE LAGER



AUF EIN BIER MIT HACHER BERNET

«Wir streben mit Feldschlösschen eine langfristige Partnerschaft an»



HACHER BERNET, GESCHÄFTSFÜHRER KLOSTERS-MADRISA BERGBAHNEN AG (LINKS) UND IVO FREI, FELDSCHLÖSSCHEN REGIONAL SALES MANAGER OSTSCHWEIZ

Ivo Frei: Stilvoll und schön ist es, das neue Bergrestaurant Madrisahof. Ich fühle mich richtig wohl hier.

Hacher Bernet: Danke, auch uns gefällt der grosse Holzbau mit seinen vielen gemütlichen Stuben in den unterschiedlichsten Grössen. Der Madrisahof ist perfekt für verschiedenste Anlässe wie Hochzeiten und Firmenfeiern.

Warum habt ihr euch für Feldschlösschen als Getränkepartner entschieden?

Im letzten November hat eine Investorengruppe den Betrieb übernommen. Die neue Selbstständigkeit ermöglichte es uns, einen neuen Getränkepartner zu suchen. Neben der Offerte hat uns bei

Feldschlösschen auch das Menschliche stark beeindruckt. Wir sahen sofort eine Basis für eine langfristige und erfolgreiche Partnerschaft.

«Wir wollen die Geniesser ansprechen. Da spielt natürlich auch Bier eine grosse Rolle.»

Die dauert nun schon einige Monate. Wie sieht deine Zwischenbilanz aus?

Perfekt! Von der Bestellung über die Lieferung bis zur Betreuung ist Feldschlösschen einfach spitze. Ich durfte noch nie erleben, dass ein Getränkepartner für uns alle Installationen vornimmt und wir nichts tun müssen. Ein weiterer Vorteil ist, dass wir bei euch neben dem Bier auch das Mineralwasser, Softdrinks und weitere Getränke bequem aus einer Hand beziehen können.

In den Madrisahof soll Bierkultur einziehen. Was meinst du damit konkret?

Wir haben schon jetzt ein grosses Bierangebot und wollen unseren Gästen auch Saisonbiere und andere Spezialitäten offerieren. Draussen an der Bar soll es mit Corona und anderen Brands ein grosses Flaschensortiment geben. Zudem planen wir Events wie zum Bei-

spiel einen Themenabend rund ums Bier. Wir haben wirklich grosse Pläne.

Das freut mich. Lass uns gemeinsam etwas Tolles aufbauen! Übrigens: Wie läuft die Wintereinkellerung?

Wie ich es erwartet habe: Die Wintereinkellerung läuft problemlos. Weil man den Madrisahof nach Wintereinbruch nur noch mit der Gondelbahn erreichen kann, liefert ihr uns im Herbst mit den Lastwagen massig Ware. Wir sind bestens gerüstet für die Wintersaison.

Als innovativer Betrieb werdet ihr den Skifahrern und Snowboardern bald eine neue Attraktion bieten. Kannst du schon etwas über die geplante Sesselbahn erzählen?

Im Mai 2016 ist Baubeginn, pünktlich auf die Wintersaison 2016/17 hin wird die neue Sechser-Sesselbahn eröffnet. Es wird die erste Sesselbahn in der Schweiz sein, die Kindern und Menschen mit Behinderung gerecht wird, denn die Sitzhöhe lässt sich verstellen. Ein Sensor misst die Grösse des Gastes, die Einstiegshöhe wird eingestellt. Auch die Verriegelung verläuft vollautomatisch.

Wie definierst du euer Zielpublikum?

Wir wollen die Geniesser ansprechen, daneben setzen wir auf Familien und Events. A propos Geniesser: Da spielt natürlich auch Bier eine grosse Rolle.

Wunderbar! Hacher, ich wünsche euch eine perfekte Wintersaison.

KLOSTERS-MADRISA BERGBAHNEN AG

Die Madrisa ist eine Gipfelgruppe bei Klosters. An den Südhängen liegt das gleichnamige Skigebiet. Das Madrisa-Land besteht unter anderem aus dem Madrisahof, dem Bergrestaurant Saaseralp, dem Zügenhüttli, dem Sagenturm, Baumhütten und einem Kiosk. Hacher Bernet ist Geschäftsführer der Klosters-Madriska Bergbahnen AG. Er hat in den letzten Jahren zahlreiche Investoren gefunden und den Betrieb selbstständig gemacht. Zu den Neuerungen gehört auch die Partnerschaft mit Feldschlösschen, die man im Juni dieses Jahres mit Erfolg eingegangen ist.

www.madriska.ch



Partner: Hacher Bernet (l.) und Ivo Frei vor dem Madrisahof.

SWISS PREMIUM SELECTION

NEU FÜR DIE
GEPFLEGTE
GASTRONOMIE
UND HOTELLERIE.



SYMPATHISCH. WIRTSCHAFTLICH. AUTHENTISCH.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH

Wettbewerb – zu gewinnen:

Eine Nescafé Milano 2.0 für ein Jahr

Wir wünschen Ihnen viel Spass bei diesem Quiz. Die Buchstaben der sechs richtigen Antworten ergeben das Lösungswort. Zu gewinnen gibt es eine Kaffeemaschine Nescafé Milano 2.0 für ein Jahr.

1. Wie heisst die Gastronomie-Plattform von Feldschlösschen?

- P** ourfeldschloesschen.ch
K hisfeldschloesschen.ch
O myfeldschloesschen.ch

2. Was bedeutet eigentlich «www»?

- A** Wir wollen wissen
N World Wide Web
C World Wide Waste

3. Wie heisst die preisgekrönte Biertank-App von Feldschlösschen?

- L** myBeer
S myTank
D myBeertank

4. Auf welcher Website kann man alle Gadgets der Feldschlösschen-Brands bequem von zu Hause aus bestellen?

- A** www.feldschloesschen-gadgets.ch
L www.feldschloesschen-einkaufen.ch
I www.feldschloesschen-fanshop.ch

5. Wie fleissig erscheint der Newsletter von Feldschlösschen?

- S** einmal pro Woche
N einmal pro Monat
K einmal pro Jahr

6. Wie heisst das weltweit am häufigsten benutzte soziale Netzwerk?

- E** Facebook
H Headbook
C Hairbook

Das Lösungswort lautet:

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



Nescafé Milano 2.0.



Nescafé Milano 2.0: Das Kaffeesystem der Zukunft

Die Nescafé Milano 2.0 ist der Durchbruch in eine neue Kaffeewelt für die Gastronomie. Dank einfacher Menüführung über den Touchscreen erfüllen Sie alle Wünsche Ihrer Gäste und ergänzen Ihr Kaffeeangebot mit Trendgetränken. Mit der

Blending-Funktion können Sie Ihre eigene Kaffeemischung und damit Ihr neues Markenzeichen kreieren.

Mitmachen und gewinnen

Die Nescafé Milano 2.0 liefert alle Daten auf den PC, sodass Sie Ihr Kaffeege-

schäft vom Büro aus überwachen können. Handling und Reinigung sind hygienisch und unkompliziert. Zu gewinnen gibt es eine Nescafé Milano 2.0 für ein Jahr (Wert des Preises: rund 3500 Franken)

www.nescafe-solutions.ch

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 etwas Glück gewinnen Sie eine Kaffeemaschine Nescafé Milano 2.0 für ein Jahr.

Einsendeschluss: 10. November 2015.

Wettbewerbsgewinner DURST September 2015

Je ein Buch «Schweizer Biere 2015/2016» gewonnen haben **Jana Ruch** (Biel), **Peter Haas-Blättler** (Schötz), **Dominik Müller** (Hotel-Restaurant Wetterhorn, Grindelwald), **Nicolas Bouduban** (Biel), **Reto Ziegler** (Hotel Walensee, Weesen), **Ursula Amsler** (Gasthof Bären, Schinznach-Dorf), **Joël Ackermann** (Kestenholz), **Michaela Winter** (Reha Rheinfelden), **Jasmina Kovacic** (Microhotel, Basel) und **Yvette Schöni** (Veyrier).

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

Restaurants Altstadt und Mulia in Aarau

Feldschlösschen sticht ins Auge: Das steigert Bierkonsum und Umsatz

Vor und in ihren Lokalen ist Feldschlösschen allgegenwärtig. Das sei gut für den Bierkonsum und auch für den Umsatz, sagen Pakeertharan und Somaranjan Rajaratnam, die mitten in Aarau die Restaurants Altstadt und Mulia betreiben.

Wer in der malerischen Altstadt von Aarau durch die Rathausgasse schlendert, wird unweigerlich auf das Restaurant Altstadt aufmerksam. Die Schaufenster des Lokals sind äusserst kreativ und immer wieder neu mit Feldschlösschen-Motiven gestaltet. Sei es während einer Fussball-Weltmeisterschaft, im Advent, zur Fasnachtszeit oder in einer ganz gewöhnlichen Novemberwoche: Das Restaurant und Feldschlösschen ziehen die Blicke der Passanten an.

«Positive Reaktionen»

«40 Prozent des Umsatzes machen wir mit Bier von Feldschlösschen», sagt Geschäftsführer Pakeertharan Rajaratnam. Er ist überzeugt: «Dass wir den Lieblingsbrand unserer Gäste sichtbar machen, bringt uns mehr Frequenz und auch mehr Umsatz. Die dekorierten Schaufenster ziehen die Leute an, und von unseren Gästen erhalten wir viele positive Reaktionen.»

Zusammen mit seiner aus Sri Lanka stammenden Familie führt er das Restaurant Altstadt seit drei Jahren und das asiatische Lokal Mulia unmittelbar daneben schon seit 2006. Der Künstler, der die Schaufenster gestaltet, ist sein Bruder Somaranjan.

Individualisierte Bierkarten

Auch im Innern der beiden Lokale ist Feldschlösschen

allgegenwärtig. Auf der Plattform myfeldschloesschen.ch gestalten die Rajaratnams individualisierte Bierkarten, überall hat es Poster, Tischsteller und Plakate.

Grosse Biervielfalt

«Wir setzen auf Biervielfalt und bieten den Gästen 13 verschiedene Biere an. Da ist es doch selbstverständlich, dass wir auch darauf aufmerksam machen», sagt Pakeertharan Rajaratnam. Der Gastronom lobt die Betreuung durch Getränkepartner Feldschlösschen: «Sales Manager Luca Sgura hat immer ein offenes Ohr für unsere Anliegen und stellt uns das Material für die Schaufenster-Dekoration zur Verfügung.»

Offen für Neues

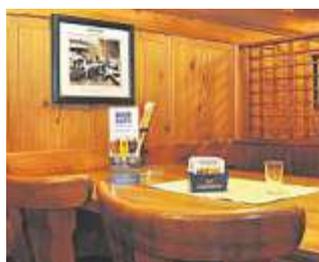
Luca Sgura gibt das Lob zurück: «Die Pakeertharans sind deshalb so erfolgreich, weil sie offen für Neues und sehr kreativ sind. Dass sie die Visibilität der Biere von Feldschlösschen pflegen und den Gästen detaillierte Bierkarten hinstellen, trägt bestimmt zum Erfolg bei.»

Werbematerial

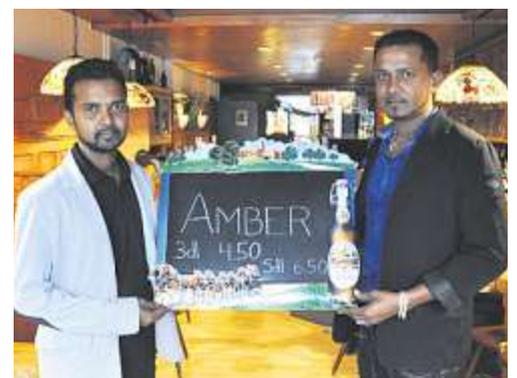
Auf myfeldschloesschen.ch können auch Sie auf Ihren Betrieb individualisierte Bierkarten erstellen und weiteres Werbematerial bestellen. Auch Ihr Sales Manager hilft Ihnen gerne weiter. Setzen Sie auf Bierkultur und zeigen Sie diese. Es lohnt sich.



Die Brüder Pakeertharan (links) und Somaranjan Rajaratnam (rechts) mit Sales Manager Luca Sgura vor den dekorierten Schaufenstern ihres Restaurants Altstadt.



Bierkarten, Plakate und vieles mehr: Pakeertharan (links) und Somaranjan Rajaratnam machen Feldschlösschen sichtbar.



Die Bierkarten sind allgegenwärtig. Sie zeigen den Gästen die Biervielfalt.

**MACHEN SIE MIT
BEIM EWIGEN
VERGLEICHSTEST,
WELCHES
NUN WIRKLICH
BESSER
SCHMECKT.**

ZWEI GANZ FEINE: UNSER ÄMRICH WEIZEN
MIT DER APRIKOSENNOTE DES AMARILLO-
HOPFENS. UND UNSER PALE ALE, AUS
DEM BESTEN BRAVO-HOPFEN GEBRAUT.



WIR MACHEN BIER.



Das rot-blaue Zirkuszelt auf 2000m über Meer.

Mitmachen und gewinnen

Hochalpines Training der Lachmuskeln in Arosa

Tränen, die vom Lachen in die Augen schiessen; ein Kater in den Lachmuskeln, der noch am nächsten Tag an den spassigen Anlass erinnert: Das sind eindeutige Symptome eines Besuches des Arosa Humor-Festival. DURST verlost ein attraktives Package.

Andreas Thiel, Peach Weber, Anet Corti und Fredy Schär aus der Schweiz, das australische Energiebündel Rob Spence, der türkisch-stämmige Serdar Somuncu oder die freche Carolin Kebekus aus Deutschland: Diese und viele andere Künstler geben sich am diesjährigen Arosa Humor-Festival vom 3. bis 13. Dezember die Klinke in die Hand, sorgen beim Publikum für beste Unterhaltung und machen Lust auf mehr.

Zirkuszelt und Kleinbühnen
Ob im Zirkuszelt auf 2000m über Meer gleich neben der legendären «Tschuggenhütte» oder im Dorf auf einer der Kleinbühnen im Sport- und Kongresszentrum, im Kursaal oder im «Blatter's Bellavista»: Für bestes Training der Lachmuskeln ist in Arosa dank den

einmal mehr extrem vielseitigen Künstlern gesorgt. Abseits der Piste ist das Arosa Humor-Festival auch

in diesem Jahr der unterhaltensame und humoristische Start in die Wintersaison. www.humorfestival.ch

Der Australier Rob Spence wird in Arosa für Lacher sorgen.



Attraktives Package zu gewinnen

Als Co-Sponsor liefert Carlsberg das perfekte Premium Bier, um am Arosa Humor-Festival die Lachmuskeln abzukühlen. DURST verlost ein attraktives Package für zwei Personen:

Zu gewinnen gibt es eine Übernachtung vom 12. auf den 13. Dezember im gemütlichen Hotel Arlenwald, Tickets für die Vorstellung von Carolin Kebekus am Samstag, 12. Dezember (21 Uhr) und Tagesskipässe für das Wintersportparadies Arosa Lenzerheide. Ebenfalls verlost werden 2 x 2 Tickets für eine Vorstellung am Arosa Humor-Festival.

So machen Sie mit: Senden Sie das Stichwort «Arosa» und Ihre Kontaktdaten per Fax an 058 123 42 80 oder per E-Mail an durst@fgg.ch.

Mit etwas Glück gehören Sie zu den Lachenden und reisen im Dezember nach Arosa ans Humor-Festival. Wir wünschen Ihnen viel Glück.

Einsendeschluss: 10. November 2015.

Offizieller Feldschlösschen Weihnachtsbier-Anstich in Schweizer Lokalen

6. November
2015



Dank Weihnachtsbier: Die Gastronomie hat einen neuen Festtag

Für die Gastronomie ist der erste Freitag im November ein ganz spezieller Tag: Der offizielle Feldschlösschen Weihnachtsbier-Anstich bringt Leben in die Lokale und sorgt für mehr Umsatz. Was im letzten Jahr erfolgreich begonnen hat, wird nun in acht Städten fortgesetzt.

Ihr Getränkepartner hat im letzten Jahr eine Tradition mit grossem Potenzial ins Leben gerufen, die nun ausgebaut wird: Mit dem offiziellen Feldschlösschen Weihnachtsbier-Anstich wird den Gästen in Aarau, Basel, Bern, Chur, Luzern, Thun, Zürich und Lausanne in je fünf Lokalen am ersten Freitag im November etwas Besonderes geboten. Auch Sie können den Anstich des beliebten Weihnachtsbiers nutzen und Ihren Umsatz kräftig steigern (vgl. Box unten und www.feldschloesschen-weihnachtsbier.ch).

Schlossfräuleins und Fuhrmänner

Das passiert am Abend des 6. November in den 40 ausgewählten Lokalen:

- Schlossfräuleins und Fuhrmänner von Feldschlösschen kommen per Oldtimer oder Sechsspänner mit dem ersten Fass Weihnachtsbier zum Kunden.
- Sie stechen das Fass an und verteilen das Weihnachtsbier unter den Gästen.
- Die Gäste erhalten auch Gadgets und können an einem Wettbewerb teilnehmen.
- Die grosse Weihnachtsbierparty beginnt.

Der Festtag soll zur Tradition werden

Feldschlösschen will den offiziellen Weihnachtsbier-Anstich im ganzen Land zur festen Grösse machen. Und zur Chance für Sie als Gastronom, gemeinsam mit Ihren Gästen einen neuen Festtag zu zelebrieren.



Ausgelassene Stimmung am ersten offiziellen Feldschlösschen Weihnachtsbier-Anstich 2014.



Weihnachtsbier-Anstich auch in Ihrem Lokal

In Dänemark ist der Weihnachtsbier-Tag schon seit Jahren eine feste Grösse. Am sogenannten «J-Dag» stechen die Dänen das Weihnachtsbier «Tuborg Julebryg» an. Dieser Tag ist ein nationales Ereignis mit Partys in Hunderten von Lokalen. Zelebrieren auch Sie in Ihrem Lokal am ersten Freitag im November den Anstich des Feldschlösschen Weihnachtsbiers. So schaffen Sie sich Anfang November einen neuen, umsatzbringenden Festtag. Haben Sie Fragen? Wenden Sie sich an Ihren Sales Manager. Er berät Sie gerne.

www.feldschloesschen-weihnachtsbier.ch

30 Jahre Restaurant Chrump in Röthenbach

Jubiläum mit Feldschlösschen und Schwingerkönig Matthias Sempach

Chrump ist ein berndeutscher Ausdruck für Kurve. Das Restaurant Chrump liegt im Oberaargau in der Kurve zwischen Wanzwil und Röthenbach. Seit 30 Jahren führen Therese und Walter Heiniger das Lokal, das vielen Vereinen eine Heimat bietet. Zum grossen Jubiläum kamen zwar keine Sonnenstrahlen, dafür die Brauereipferde von Feldschlösschen und Schwingerkönig Matthias Sempach. Das Wirtepaar Heiniger feierte mit seinen Stammgästen, die Freibier und Bratwürste erhielten.

Treue Kunden von Feldschlösschen

«Wir sind seit 30 Jahren zufriedene Kunden von Feldschlösschen. Das Feldschlösschen Original und auch das Alkoholfrei passen zu unserem traditionellen Restaurant mit der gutbürgerlichen Küche», sagt Walter Heiniger, der auch die Betreuung durch Sales Manager Ramon Schärer lobt. Weniger Freude hat der Wirt an der gesellschaftlichen Entwicklung: «Die Vereine haben immer weniger Mitglieder und die LKW-Fahrer, die bei uns einkehren, weniger Zeit. Zudem wird die Büroarbeit wegen der vielen Vorschriften immer aufwendiger.» Die Freude am Wirten haben die Heinigers aber auch nach 30 Jahren nicht verloren.



Das Wirte-Paar Therese und Walter Heiniger vor dem «Chrump» (links) und beim Jubiläum mit Schwingerkönig Matthias Sempach (rechts).



Der Feldschlösschen-Sechsspänner und das Wirtepaar Heiniger auf der Kutsche.



Das Wirtepaar Geiser vor dem «Bellevue».

30 Jahre Restaurant Bellevue in Lüsslingen

«Durschtwehr» brachte das Lieblingsbier der Stammgäste

Als Kurt Geiser 1985 das «Bellevue» in Lüsslingen gemeinsam mit seiner Frau Eva übernahm, war das stattliche Restaurant bereits seit drei Generationen im Familienbesitz. «Schon meine Eltern waren zufriedene Kunden von Feldschlösschen», sagt der Gastronom, der dem Getränkepartner seit 30 Jahren die Treue hält.

Mittlerweile ist das «Bellevue» das letzte Restaurant im Dorf. Im traditionellen

Landgasthof, der sich seit 1985 nicht gross verändert hat, kehren viele Vereine ein. «Die Vereine kommen nicht nur aus dem Dorf, sondern auch aus dem nahen Solothurn. In der Stadt finden sie kaum noch geeignete Lokale und auch keine Parkplätze», erzählt Kurt Geiser.

Jubiläum mit Freibier

Das Jubiläum feierte das Wirtepaar gemeinsam mit seinen Stammgästen. Die-

se erhielten Freibier und Schweinshalsbraten vom Grill mit Risotto.

Feldschlösschen Original

Feldschlösschen war mit der «Durschtwehr» vor Ort, einem Feuerwehrauto von 1914, dessen Tank nicht Wasser enthält, sondern Feldschlösschen Original, das perfekte Bier für das Jubiläum. Kurt Geiser: «Unsere Gäste lieben dieses Bier seit Jahrzehnten.»

Unser feinstes für besondere Momente



Mit Verantwortung
genießen.



Das Schweizer Premium Bier

In der 33cl Flasche erhältlich.

Weitere Infos unter www.feldschlösschen.ch



Seit 1876 gebraut in der Schweiz





Ein Geschmackserlebnis: Franziskaner Weissbier, kombiniert mit der richtigen Speise.

Franziskaner Weissbier

Perfekt kombiniert: Ein vollmundiges, überraschendes Geschmackserlebnis

Die franziskanische Lebensart steht für genussvolle Auszeiten und Spass mit Freunden bei gutem Essen und schmackhaftem Bier. Dank richtigem Foodpairing entsteht ein aussergewöhnliches Geschmackserlebnis.

Weissbier ist nicht gleich Weissbier – es variiert in Farbe, Geschmack und Qualität. Wer sich mit den Aromen auseinandersetzt, erlebt Nuancen von fruchtig bis bitter, von süsslich über säuerlich bis hin zu honigartig und würzig. So überrascht es nicht, dass die verschiedenen Franziskaner Weissbier-Spezialitäten nicht nur mit bayrischen Klassikern wie Brezn und Brotzeit harmonieren, sondern auch hervorragende Begleiter zu herzhaften Steaks und zur leichten Trendküche sind.

Zeit für das Besondere

Foodpairing nimmt bei Franziskaner eine zentrale Rolle ein. Der Weissbierhersteller setzt bei der Umsetzung seiner Mar-

kenwelt bewusst auf Gegenpole zum meist hektischen Alltag der Franziskaner-Liebhaber. Für sie werden die Kernbotschaft «Zeit für das Besondere» und das Leitmotiv «Auszeit» durch den zusätzlichen Auszeitmoment rund um Essen und Genuss mit Freunden als Entschleunigung vom hektischen Alltag noch besser erlebbar.

Gegenpunkt – Ergänzung

Beim Foodpairing werden Speisen und Getränke unter Berücksichtigung von übereinstimmenden Hauptaromakomponenten zusammengestellt. Laut Bier-Sommelier-Weltmeister Karl Schiffner ist die Devise dabei:

«Schmeckt nicht, gibt’s nicht.» Entweder man wählt bewusst einen aromatischen Gegenpunkt zur Speise – oder man sucht etwas, das die Aromen des Gerichts noch verstärkt.»

Wahre Geschmacksexplosion

Die Kombination aus Franziskaner Weissbier-Spezialitäten gepaart mit Aromen und Nuancen bestimmter Speisen führt zu neuen, teils auch aussergewöhnlichen Geschmackserlebnissen, ja zu wahren

Geschmacksexplosionen. «Ein jeder Geniesser ist fasziniert, wenn unvorstellbare Kombinationen zu neuen kulinarischen Höhepunkten führen», so Karl Schiffner. Probieren Sie es aus: Die Zitrusnote eines Franziskaner Hefe-Weissbiers, das im House of Beer im Fass und in Flaschen bestellbar ist, passt zum Beispiel hervorragend zu gebratenen Zandermedaillons.

www.franziskaner-weissbier.de
www.houseofbeer.ch

Als Offenbier und in der Flasche



Jetzt bestellen!
4.11 CHF
 pro Liter
 Franziskaner Hefe-Weissbier
 Art.10799 30 Liter Fass
www.myfeldschloessen.ch

Jetzt bestellen!
2.22 CHF
 pro Flasche
 Franziskaner Hefe-Weissbier
 Art.10800 20×50 cl MW Glas
www.myfeldschloessen.ch

Rezept von Bierkoch Michael Kratz

Bierparfait als krönender Abschluss eines raffinierten Biermenüs

Dieses Parfait ist erfrischend wie ein Bier – und es schmeckt auch wunderbar nach Bier. «Statt mit Grand Marnier oder einem anderen Likör bereite ich es mit einem kräftigen und geschmackvollen Bier wie dem Feldschlösschen Weihnachtsbier zu», verrät Michael Kratz. Der stellvertretende Küchenchef verwöhnt die Gäste des Feldschlösschen-Restaurants in Rheinfelden mit mehrgängigen Biermenüs.

Bierparfait

Zutaten für 10 Portionen

2 Eier
125 g Zucker
5 dl Rahm
1,5 dl Feldschlösschen Weihnachtsbier

Zubereitung

Die Eier und den Zucker im Wasserbad schaumig schlagen und danach mit Eiswasser kalt schlagen.

Den Rahm steif schlagen und vorsichtig unterheben. Danach auch das Feldschlösschen Weihnachtsbier unterheben.

Das Bierparfait abfüllen und mindestens 24 Stunden einfrieren.



Bierliebhaber Michael Kratz vom Feldschlösschen-Restaurant präsentiert sein Bierparfait.

Michael Kratz verfeinert die Speisen raffiniert mit Bier und dessen Zutaten. Für sein beliebtes Bierparfait verwendet er ein ganz normales Grundrezept und erweitert dieses mit Bier als Geschmackgeber. «Aus saisonalen Gründen empfehle ich das Weihnachtsbier von Feldschlösschen, es eignen sich aber fast alle geschmackvollen und kräftigen Biere wie ein Weizenbier von Schneider Weisse», sagt der Bierliebhaber.

Zum Bierparfait ein Leffe Vieille Cuvée

Als Begleiter zum Bierparfait empfiehlt Michael Kratz das kräftige belgische Bier Leffe Vieille Cuvée. Es gibt nur wenige andere Biere, die zu einem

Dessert ähnlich wie ein Sherry oder ein guter Portwein genossen werden können.



Jetzt bestellen!

2.59 CHF

pro Flasche

Leffe Vieille Cuvée
Art.10666 24x33 cl EW Glas

www.myfeldschloessen.ch

Beliebt bei den Gästen

Weil das Bier kalt verarbeitet wird, behält es seinen ganz speziellen Geschmack, der das Parfait dominiert. Michael Kratz kommt ins Schwärmen: «Das Bierparfait schmeckt stark nach Bier und ist bei den Gästen unseres Restaurants sehr beliebt.»

Das Parfait des Bierkochs (siehe Rezept links) lässt sich leicht nachmachen. Verwöhnen also auch Sie Ihre Gäste mit diesem bierigen Dessert-Traum!

www.feldschloessen-restaurant.ch

Vier-Gang-Biermenü

Das Team des Feldschlösschen-Restaurants verwöhnt seine Gäste in Rheinfelden mit diesem Vier-Gang-Biermenü, dessen krönender Abschluss das Bierparfait ist:

**Nüsslisalat mit Kartoffel-Hopfen-Dressing
und gratiniertem Ziegenkäse**
Bierempfehlung: Feldschlösschen Premium

Gedämpfte Crevetten-Capuns mit Bierschaum
Bierempfehlung: Valaisanne Zwickel

**Saftige Tranchen vom Rindsentrecôte mit Bierlack,
Kaiserschoten und Kartoffelgratin**
Bierempfehlung: Cardinal Brunette

Bierparfait mit kandierten Saisonfrüchten
Bierempfehlung: Leffe Vieille Cuvée

Beat Schlatter für einmal nicht in der Beiz

Beat sucht Hürlimann und Rang 1 für Feldschlösschen

Ort:
Lebensmittelladen Läbis,
Zürich

Gesprächspartner:
Philipp Nanoppoulos,
Einkäufer/Verkäufer

Beat: Du versorgst Zürichs Altstadt mit Lebensmitteln und natürlich auch mit Bier von Hürlimann und Feldschlösschen. Philipp: Ja, in unserem kleinen Laden führen wir rund 3500 Artikel. Feldschlösschen-Bier gehört zu den zehn meistverkauften. Knapp davor sind Molkereiprodukte und Früchte.

Ich habe in meinem Laden verschiedene Biermarken, aber unter all den Biersorten liegt Feldschlösschen eindeutig an der Spitze.

Beat: Was denkst du, warum ist das so? Philipp: An der Werbung allein kann es nicht liegen. Ich bin überzeugt: Es ist die Qualität, die dieses Bier so beliebt macht.

Beat: Welche Rolle spielt der Preis, ob ein Bier gekauft wird? Philipp: Der Konsument schaut beim Kauf seines Bieres nicht so sehr auf den Rappen. Ausnahmen sind eigentlich nur die Biertrinker,

die das Bier ohne es zu geniessen nach hinten leeren.

Beat: Das sind auch keine Biertrinker, das sind Alkoholiker. Übrigens: Ein Problem in deinem Laden finde ich, dass du mein Bier, das Hürlimann, nicht immer im Gestell hast. Was läuft da schief? Philipp: Das ist mein Fehler. Manchmal vergesse ich, es zu bestellen.

Beat: Das ist ein Skandal! Als ich kürzlich von einem Freund Besuch hatte und diesem der Durst nicht ausgehen und er unbedingt ein Hürlimann wollte, musste ich



Beat Schlatter (r.) mit Philipp Nanoppoulos vor dem Getränkegestell im Läbis.

nachts einen Nachbarn aus dem Bett klingeln. Philipp: Das nächste Mal darfst du mich aus dem Bett klingeln. Ich wohne mit meiner Familie direkt über dem Laden.

Beat: Danke. Ich komme auf dieses Angebot zurück. Für deine Nachtruhe und fürs Geschäft wäre es aber besser, wenn du im Läbis Hürlimann immer vorrätig hättest.

Agenda präsentiert von **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

Martini Höck in Luzern – Hürlimann-GV in Zürich



• **Martini Höck.** Am 10. November treffen sich die Zentralschweizer Prominenz und zahlreiche Kunden aus der Gastronomie bereits zum 13. Mal zum Martini Höck von Feldschlösschen. Das Restaurant 1871 im Grand Hotel National verleiht dem traditionellen Anlass auch in diesem Jahr einen stimmungsvollen Rahmen. Am Martini Höck geniessen die Gäste die verschiedenen Produkte von Feldschlösschen und führen interessante Gespräche.



• **GV der Hürlimann Bier A.G.** Verwaltungsratspräsident, Schauspieler und Komiker Beat Schlatter (auf dem Bild links neben Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz) führt am 12. November durch die GV der Hürlimann Bier A.G. Im Zürcher Volkshaus werden auch in diesem Jahr Männerprojekte vorgestellt, die aus dem «Hürlimann-Rappen»-Fonds mit dem Motto «Männer trinken für Männer» unterstützt werden. Nach der GV steht ein gemütliches Beisammensein der Aktionäre auf dem Programm.



BLICK HINTER DIE KULISSEN



DANIELA KARRER
Verkauf
Sales Applications

«Die Chats mit Gastronomen sind oft auch sehr lustig.»

« Als Web Content Manager bin ich unter anderem für die Plattform myfeldschloesschen.ch zuständig. Diese bietet Ihnen als Gastronom eine schnelle, bequeme und einfache Abwicklung von Bestellungen. Zudem informieren wir regelmässig über Aktionen und Dienstleistungen. Die Chatfunktion im E-Shop ermöglicht uns sogar, live mit Ihnen als Gastronom zu kommunizieren. Diese Chats mit Gastronomen sind interessant, effizient und oft auch sehr lustig. Meine kreative und zugleich technische Aufgabe macht mir sehr viel Freude.»



DIE KLASSIKER VON SCHWEPPEES IM NEUEN LOOK.

Schweppes Ginger Ale, Bitter Lemon
und Indian Tonic Water.