



DURST

Das Gastronomie-Magazin der Feldschlösschen Getränke AG – www.durstzeitung.ch
Nr. 9 | September 2014

Herbstzeit ist Erntezeit

Zehn goldene Tipps für einen goldenen Gastronomie-Herbst Seite 10



Knüller!

Feldschlösschen Original

Nettopreis **1.32**
statt 1.56
MW Harass 20 x 0,50



Cardinal Blonde

Nettopreis **1.32**
statt 1.56
MW Harass 20 x 0,50

Roadhouse

Grösster Bierabsatzpunkt ist glücklich über Wechsel zu Feldschlösschen

Seite 27

Andreas C. Studer

Der TV-Koch sagt, wie das Oktoberfest in Ihrem Lokal zum Erfolg wird

Seite 30



**Jetzt bis am
30.09.2014 bestellen!**

Feldschlösschen Weihnachtsbier

Tradition zur kalten Jahreszeit.

Dieses vollmundige Spezialitätenbier mit einem Alkoholgehalt von 5.5% besticht alle Jahre wieder durch seinen harmonischen Geschmack und seine bernsteingoldene Farbe.



FELDSCHLÖSSCHEN VERBINDET

Editorial

So steigern Sie im Herbst den Umsatz



Liebe Leserinnen, liebe Leser

«Der Herbst ist immer unsre beste Zeit», hat schon Johann Wolfgang von Goethe geschrieben. Recht hatte er, der Dichterstürz! Herbstzeit ist Erntezeit – nicht nur in der Natur, sondern auch in der Gastronomie. Ab **Seite 10** dieses herbstlichen DURST erhalten Sie zehn wertvolle Tipps für einen umsatzstarken Herbst.

Der Herbst hat viele intensive Gerüche. Er duftet auch nach Bier. Mit dem neuen Feldschlösschen Naturfrisch und dem Feldschlösschen Amber haben wir zwei Biere in unserem Angebot, die perfekt zur dritten Jahreszeit mit ihren Wild- und Pilzgerichten passen. Auf **Seite 30** erfahren Sie zudem, welche beiden Biere Andreas C. Studer für das Oktoberfest in Ihrem Lokal empfiehlt. Der TV-Koch und DURST-Kolumnist sagt auch, was Sie beachten müssen, damit bei Ihnen eine richtige Wiesn-Stimmung aufkommt und Ihre Gäste eine Riesengaudi haben.

Wir sind stolz darauf, mit dem Luzerner «Roadhouse» neu den grössten Bierabsatzpunkt der Schweiz zu unseren Gastronomie-Kunden zählen zu dürfen. Lesen Sie auf **Seite 27**, warum «Roadhouse»-Geschäftsführer Mike Tribelhorn über den Wechsel zu Feldschlösschen so froh ist und welche Getränke seine Gäste besonders schätzen.

Ich wünsche Ihnen einen goldenen Herbst.

Markus Furrer
Area Sales Director Nordwestschweiz



IMPRESSUM

DURST

Das Gastronomie-Magazin der Feldschlösschen Getränke AG
www.durstzeitung.ch

Herausgeberin

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

Gesamtverantwortung

Gabriela Bättig

Redaktionelle Verantwortung

Gabriela Bättig

Inserate

durst@fgg.ch

Gabriela Bättig

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

Generalunternehmen
Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
4552 Derendingen

Projektverantwortung: Pamela Güller

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

Erscheinungsweise

Monatlich in deutscher, französischer und italienischer Sprache

Jahrgang: Achter Jahrgang

Auflage

Deutsch 24000, Französisch 10000, Italienisch 2000

Urheberrechte

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

Bildnachweis

Freshfocus, Textension, pixelio.de



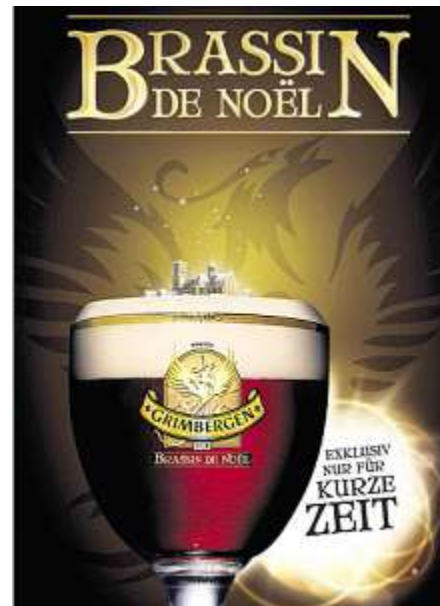
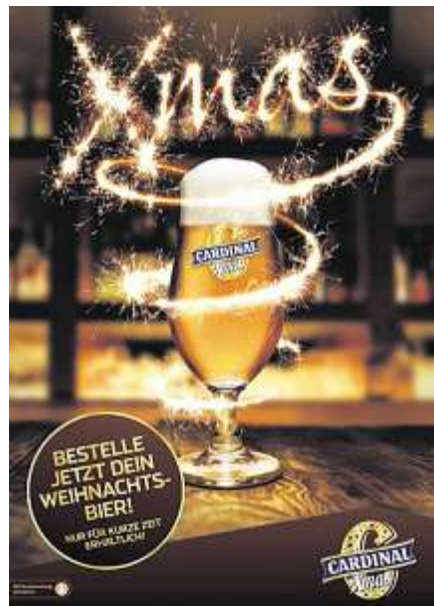
Roadhouse 27



Herbst 10



Eidgenössisches Jodelerfest 16



Sorgen für Adventsstimmung im Lokal: Weihnachtsbiere von Feldschlösschen, Cardinal und Grimbergen.

Feldschlösschen, Cardinal und Grimbergen

Jetzt bestellen: Weihnachtsbier

Mit den Weihnachtsbieren von Feldschlösschen, Cardinal und Grimbergen können Sie Ihren Gästen pünktlich zur Adventszeit einen ganz speziellen Festtagszauber bieten. Zeigen Sie Bierkompetenz und nehmen Sie das zum Dezember und seiner Stimmung passende

Spezialitätenbier in Ihr Angebot auf. In den letzten Jahren ist die Nachfrage nach dem Weihnachtsbier stets gestiegen. Die Weihnachtsbiere werden auf Bestellung frisch gebraut. Nutzen Sie die exklusive Gelegenheit und bestellen Sie Ihr Weihnachtsbier bis am 30. Sep-

tember bei Ihrem Feldschlösschen Sales Manager.

Lieferung im November

Die bestellte Menge liefern wir zwischen dem 3. und dem 21. November. Die Mindestbestellmenge beträgt für die Weihnachtsbiere von Feldschlöss-

chen und Cardinal 6 Container zu je 20 Liter. Vom Grimbergen Brassin de Noël müssen Sie mindestens 4 Container (à je 20 Liter) bestellen. Natürlich stellen wir Ihnen absatzförderndes Werbematerial zur Verfügung. Weitere Informationen erhalten Sie unter Tel. 0848 80 50 10.



PRODUKTWISSEN BIER

FELDSCHLÖSSCHEN ACADEMY

WUSSTEN SIE, dass Weizenbier in der Schweiz stets an Beliebtheit gewinnt und Feldschlösschen diverse Weizenbiere im Sortiment hat?

Tipp des Monats

Gehen Sie auf myfeldschloessen.ch und dort in den Bereich Training, Produktwissen Bier. In der kleinen Bierkunde erfahren Sie, wie sich die sieben Bierkategorien unterscheiden. So können Sie Ihren Gästen fachmännisch Auskunft geben. Das schafft Vertrauen und fördert den Bierabsatz umgehend.



WEIN DES MONATS

Ribera del Duero Crianza

BODEGAS BALBAS

Der **Ribera del Duero Crianza** riecht nach Brombeeren, Pflaumen und Cassis, zudem ist ein Hauch von grüner Peperoni, Vanille und Röstnoten vom Holzausbau auszumachen. Am Gaumen weich, aromareich, angenehm und abgerundet.

Passt perfekt zu...

Der Ribera del Duero Crianza passt perfekt zu Barbecue und Fleisch, besonders gut harmonisiert er mit rotem Fleisch.

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



Jetzt bestellen!

19.90CHF
pro Flasche

Ribera del Duero Crianza
Art. 11738
6 x 75cl EW Karton
www.myfeldschloessen.ch



Bière riche

Kürbissticks mit Dips

Kürbis ist ein vielseitiger Herbstbote. Als frittierte Sticks und mit den passenden Dips sorgt er für den etwas anderen Knabberspass und steigert die Lust auf eine weitere Stange.



Kürbissticks in Kürbiskernkruste

Zutaten für 10 Personen: 3 kg Muskatkürbis geschält und entkernt, 200 ml Thomy Balsamico Dressing, 200 g Honig, 50 g THOMY Senf à l'Ancienne, 20 ml

Thomy Olio di Oliva Classico, 500 g Kürbiskerne gemahlen, 100 g Mehl, 200 ml Vollei.

Dips: 300 ml Maggi Devil's Jam, 300 ml Maggi Salsa Mex.

Zubereitung: Kürbis in gleich grosse Stücke schneiden, mit dem Balsamico Dressing, Honig, Senf und Olio di Oliva im Ofen weich braten und auskühlen lassen. Die Kürbisecken in Sticks schneiden, danach mit den Kürbiskernen panieren und frittieren.

Rezept zur Verfügung gestellt: www.nestleprofessional.com



Grimbergen

Neu für Sie
Blanche und Rouge

Das belgische Abteibier Grimbergen begeistert Bierliebhaber, die das Besondere schätzen. Vergrössern Sie die Offenbiervielfalt Ihres Lokals und damit auch den Umsatz: **Grimbergen**

Blanche haben wir schon seit Juni dauerhaft im Sortiment und ab sofort auch **Grimbergen Rouge**. Grimbergen Blanche ist ein Weissbier mit Noten von Zitrusfrüchten und dem Duft von Gewürzen und Bergamotte. Das Rouge von Grimbergen kombiniert die süssen Aromen von Holunder, Cranberry und Erdbeere mit den würzigen Noten eines Abteibiers.

Jetzt bestellen!

5.09 CHF
pro Liter

Grimbergen Blanche
Art. 12032 20-Liter-Fass

5.09 CHF
pro Liter

Grimbergen Rouge
Art. 12616 20-Liter-Fass

www.myfeldschloessen.ch

Neu: Botanicals-Set für die Gastronomie

Gin Tonic mit speziellem Touch für Ihre Gäste

Gin ist das In-Getränk des Jahres und der Gin Tonic besonders beliebt. Den Trendsetter können Sie für Ihre Gäste jetzt individuell veredeln – mit der Botanicals-Box «Toque especial». Die speziell für die Gastronomie zusammengestellte Box enthält neun auserlesene Ingredienzen für den Gin Tonic mit dem speziellen Touch. Darunter befinden sich Kardamom, Lakritze, Hibiskus-Blüten, Wacholderbeeren und diverse Pfeffersorten.



Bei Gerig bestellen

Schweppes Indian Tonic und ausgelesene Gin-Sorten erhalten Sie bei Feldschlösschen. Die Botanicals-Box (340 g) können Sie zum Preis von 45.90 Franken bei der Gustav Gerig AG bestellen (Mail: bestellung@gerig.ch, Telefon: 044 444 33 33).

www.gerig.ch



Oben: Gin Tonic mit speziellem Touch.
Unten: Botanicals-Box «Toque especial».



Jetzt bestellen!

26.10 CHF
pro Flasche

Bombay Sapphire
Art. 10815, 70cl

12.90 CHF
pro Flasche

Curtain's
Art. 10302, 70cl

18.90 CHF
pro Flasche

St.Paul
Art. 12022, 100cl

17.90 CHF
pro Flasche

Gordon's
Art. 10312, 70cl



Schweppes
Indian Tonic:
1.09 CHF
pro Flasche,
Art. 10020,
4x6er-Pack

www.myfeldschloessen.ch

Frische Trendsorten aus dem Rauch-Tal



NEU!



Bitte große
Preisaktion im HIT-
Flash September
2014 beachten!

happy day Mango

Etablierte Trendfrucht | Exotischer Geschmack und samtiger Genuss | Harmonisch abgestimmt mit einem Schuss Maracuja | Ein himmlisch-intensives Geschmackserlebnis | Äußerst beliebt im Barbereich zur Herstellung von Cocktails

Rauch Cranberry

Premium Produkt speziell für die Gastronomie | Einzigartig leuchtend rote Farbe | Fruchtig-herb und erfrischender Geschmack | Egal ob pur, gespritzt oder als Mixgetränk

happy day Maracuja

Etablierte Trendfrucht | Exotischer und erfrischender Geschmack | Ein Genuss – egal ob pur, gespritzt oder in Cocktails für den Barbereich

Rauch Schwarze Johannisbeere

Intensiver Geschmack aus vollreifen Beeren mit viel natürlichem Vitamin C | Genusstipp: pur auf Eis

Fruchtige frische Cocktailrezepte gibt es auf der Rauch Homepage www.rauch.cc



DRINK DES MONATS

El Diablo schmeckt teuflisch gut

Bei diesem Drink steckt der Teufel (spanisch: «el diablo» definitiv nicht im Detail: Der beliebte Cocktail ist nämlich ganz einfach zuzubereiten. Im «El Diablo» wird Tequila klassisch mit Limetten kombiniert.

Exklusiv für Sie

Crème de Cassis gibt diesem Drink etwas Süsse und das würzige Schweppes Ginger Ale steuert sowohl eine angenehme Frische als auch eine



leichte Schärfe bei. In unserem exklusiv für Sie als Kunde aus der Gastronomie zusammengestellten Sortiment «House Selection Spirits» finden Sie mit dem Tequila Acapulco einen mexikanischen Agaven-Brand in bester Qualität.

Leichtes Handling

Die ergiebige 100-cl-Abfüllung erleichtert das Handling hinter der Bar und ergibt mehr Drinks pro Flasche.

Zutaten

5 cl Tequila Acapulco (weiss)
12 cl Schweppes Ginger Ale
2 cl Crème de Cassis
1 St. Limette
Eiswürfel

Zubereitung

Eiswürfel in Longdrinkglas geben. Limette vierteln, Saft in das Glas pressen und zwei Stücke dazugeben. Tequila und Cassis dazugießen und mit dem Barlöffel gut vermischen. Mit Schweppes Ginger Ale auffüllen, kurz umrühren.



Jetzt bestellen!

19.90 CHF

pro Flasche

Tequila Acapulco Silver
35% Art. 12025
6x100cl EW Glas

www.myfeldschloessen.ch

Feldschlösschen im Tessin

Unser Standort in Taverne öffnet seine Türen für Sie

Feldschlösschen verbindet das Tessin mit der Nordschweiz. Unser Standort in Taverne öffnet am 20. September seine Türen und bietet den interessierten Gästen ein attraktives Programm.

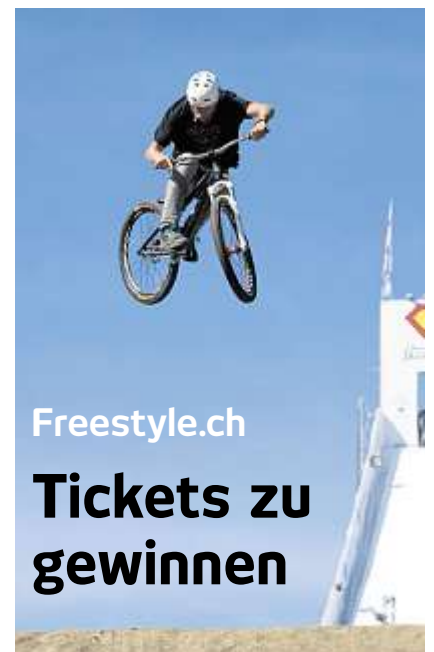


Sie organisieren den Tag der offenen Tür: Luana Buzzetti (vorne), Marco Cattani, Rolf Burkhard und Guy Trentin (hinten, von links).

Am 20. September 2014 zeigt das Feldschlösschen-Team im Tessin seinen Standort den Kunden und der Bevölkerung. Zwischen 10 und 21 Uhr findet ein attraktives Programm statt. «Unter anderem gibt es einen Bierparcours, einen Schneider-Weisse-Biergarten, Degustationen und einen Wettbewerb», sagt Rolf Burkhard, Leiter Kundenbelieferung Tessin.

Livemusik und vieles mehr

Der Gastroservice präsentiert die neuesten Offenausschankanlagen. Zudem gibt es natürlich Bier, andere Getränke, Feines vom Grill und Livemusik. Auch Gazzosse Ticinesi (Produzent und Lieferant des Getränkes Gazzosa) und Chiodi Vini (Produzent und Lieferant unseres Merlots) sind präsent. Das Feldschlösschen-Team in Taverne freut sich auf Ihren Besuch.



Freestyle.ch

Tickets zu gewinnen

Auf der Landiwiese am Zürichsee zeigen die weltbesten Freeskier, Snowboarder, Skateboarder, FMX-Fahrer und Mountainbiker am 27. und 28. September wieder ihre waghalsigen Tricks, Flips und Jumps. freestyle.ch ist der grösste Action-Sports-Event in Europa.

Cardinal ist freestyle.ch-Partner

Cardinal ist Partner von freestyle.ch. Wir verlosen 2x2 Tickets für den Anlass. So machen Sie mit: Schreiben Sie eine E-Mail mit dem Stichwort «freestyle.ch» an durst@fgg.ch. Wir wünschen Ihnen viel Glück.

www.freestyle.ch

Wie Wellness von innen. Nur besser.

Entdecken Sie das Geheimnis der Ocean Spray® Getränke mit Cranberrysaft. Sie erfahren einen fruchtig-herben Geschmack, spüren eine Erfrischung von innen und finden ein ideales Getränk, das pur oder gemixt zu geniessen ist.

Wer's einmal probiert hat, bleibt dabei.



Ocean Spray. Das Original.

Pour un bien-être de l'intérieur.

Découvrez le goût unique d'Ocean Spray® Cranberry. Vous apprécierez son goût authentique légèrement acidulé et délicieusement rafraîchissant. Profitez du plaisir et des bienfaits d'Ocean Spray Cranberry, nature ou en cocktail.

Qui l'a goûtée une fois y reste.



Ocean Spray. L'original.

JETZT BESTELLEN!

myfeldschloesschen.ch



Schlör AG, 5737 Menziken, www.oceanspray.ch

Sie wollen Lasten schnell und sicher transportieren?

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



Ab CHF

129.-*

Neufahrzeug
ab Lager

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

JUNGHEINRICH
Machines. Ideas. Solutions.

Schneider Weisse Gourmet Akademie

Bier, Glas und Menü richtig kombiniert – das ist Biergenuss

An der Schneider Weisse Gourmet Akademie lernen Schweizer Spitzengastronomen, wie sie ihre Menüs perfekt auf Bier abstimmen. Denn erst wenn ein Bier im richtigen Glas und kombiniert mit dem passenden Menü serviert wird, erleben die Gäste richtigen Biergenuss.

Zum zweiten Mal wurden in diesem Mai Schweizer Spitzengastronomen in die «Schneider Weisse Gourmet Akademie» eingeladen. Während drei Tagen lernten sie, wie ein Menü perfekt mit den Schneider-Weisse-Produkten zubereitet wird.

Leicht beginnen

Ziel der Akademie war, dass die Teilnehmer mit ihrem Bierwissen überraschende Menüs kreieren, die auf Bier abgestimmt und/oder mit Bier zubereitet werden. Für die Akademie konnte TV-Koch Andreas «Studi»

Studer gewonnen werden. Zusammen mit Schweizer Gastronomen kreierte er ein fünfgängiges Biermenü, abgestimmt auf die Schneider-Weisse-Produkte. Dabei wurde die Regel «Mit leichtem Bier beginnen» eingehalten: Zur Vorspeise (Wan Tan mit Flusskrebsscocktail) gab es das kristallklare «Mein Kristall» (TAP2).

Die Empfehlungen

Wie «Mein Kristall» sind von Schneider Weisse bei Feldschlösschen auch «Unser Original» (TAP7), «Mein Blondes» (TAP1), «Unser



Schneider-Weisse-Sortiment: Hier findet man den passenden Begleiter zu jedem Menü.

Aventinus» (TAP6) und «Mein Alkoholfreies» (TAP3) erhältlich. Sie passen zu folgenden Speisen:

- **«Unser Original»:** Leberkäse, Schweinebraten, marinierte Garnelen, Camembert und Weisswurst.
- **«Mein Blondes»:** Salat, mediterrane Gemüsegerichte,

te, Weisswurst, Ziegenfrischkäse und Kürbiscremesuppe.

- **«Unser Aventinus»:** Wildgerichte, deftige Braten, fruchtig-schokoladige Desserts und Blauschimmelkäse.
- **«Mein Alkoholfreies»:** Salate, Fruchtbrot, Frischkäse, Znüni, Zvieri, Bratwürste, und Nusskuchen.



TV-Koch Andreas «Studi» Studer (rotes Cap) kochte an der Schneider Weisse Gourmet Akademie mit Schweizer Gastronomen.



Wan Tan gefüllt mit Flusskrebsscocktail. Dazu passt ein TAP2 «Mein Kristall».

Kleider machen Leute und Gläser machen ein Bier

Erst das richtige Glas macht den Trinkgenuss komplett.

Die Glasform und der Rand sind entscheidende Faktoren für den Biergenuss:

- Je kräftiger das Bier, desto grösser die Öffnung (z.B. für Doppelbock).
- Ein Kugelglas hält und konzentriert die Aromen (z.B. Weihnachtsbier).
- Ein dünner Glasrand lässt das Bier vorne auf die Zunge treffen – da, wo die Geschmacksrezeptoren für süss und sauer sitzen.

Die richtige Reinigung ist wichtig: Verwenden Sie für Gläser eine eigene Abwaschmaschine mit Gläserreinigungsmittel. Gläser nicht mit einem Tuch auswischen, sondern mit kaltem, klarem Wasser spülen.

Unser Tipp: Degustieren Sie doch einmal ein Bier aus verschiedenen Gläsern und überzeugen Sie sich selbst vom unterschiedlichen Geschmack.





Zehn goldene Tipps für

Herbstzeit ist nicht nur in der Natur Erntezeit. Als kreativer Gastronom bieten Sie Ihren Gästen jetzt etwas Spezielles und sorgen so dafür, dass bei Ihnen in der Zeit der fallenden Blätter die Umsätze steigen. Die DURST-Redaktion hat zehn goldene Tipps für einen goldenen Gastronomie-Herbst zusammengestellt. Lassen Sie sich inspirieren und fahren Sie die herbstliche Ernte ein!

1 Einheimische Ausflügler: Viele Schweizerinnen und Schweizer erkunden in den Herbstferien das eigene Land. Diese Ausflügler sind eine Chance für die Gastronomie. Wenn die Herbstsonne scheint, geniessen sie auf der Terrasse oder im Garten gerne nochmals die Wärme. Bieten Sie ihnen etwas Spezielles wie Livemusik oder originelle Menüs für die Kinder an, und diese neuen Gäste werden gerne wiederkommen.

2 Herbstliche Biere: Der Herbst duftet auch nach Bier. Wunderbar zu den Gerüchen der dritten Jahreszeit passen das Feldschlösschen Naturfrisch und das Feldschlösschen Amber. Diese Biere können Sie auf myfeldschloesschen.ch bestellen. Das Naturfrisch gibt es in der 50-cl-Bügelflasche (Art. 12505, 1,98 Franken/Flasche) und als Offenbier (Art. 12460, 3,67 Franken/Liter). Das Amber ist in der 33-cl-Flasche (Art. 11144, 1,50 Fran-

ken/Flasche) und ebenfalls als Offenbier (Art. 11113, 3,67 Franken/Liter) erhältlich).

3 Bunte Dekorationen: Bringen Sie die Farben des Herbstes in Ihr Lokal. Neben bunten Blättern eignet sich als Dekoration vor allem Kürbis. Dieses Gemüse symbolisiert den Herbst wie kein anderes und strahlt Wärme aus. Zudem steht Kürbis auch für Halloween; ein Fest, das immer intensiver begangen wird.



1 Im Herbst sind Ausflügler eine Chance für die Gastronomie.



einen goldenen Herbst



3 Mit Kürbis lässt sich eine perfekte Herbststimmung ins Lokal zaubern.



2 Feldschlösschen Naturfrisch (oben) und Feldschlösschen Amber (links) sind typische Herbstbiere.

Bitte umblättern



Jetzt bestellen!

Feldschlösschen Amber

Auf Eichenholz gereift.



FELDSCHLÖSSCHEN VERBINDET



4 Herbstzeit ist Wanderzeit. Probieren Sie es doch mal mit Lunch-Paketen oder sogar mit einem kulinarischen Wander-Trail (gr. Bild links)!

4 Hungrige Wanderer: Im Herbst wird fleissig gewandert. Und Wandern macht durstig und hungrig. Bieten Sie den Wandervögeln also mehr als Hanfsamen und einen Meisenknödel. Wie wäre es mit einem Wanderplättli und einem Feldschlösschen Naturfrisch als Kombimenu? Wenn Sie für Ihre Lunchpakete werben, finden bestimmt auch diese reissenden Absatz. Etwas mehr Aufwand braucht ein Wander-Trail von Lokal zu Lokal mit speziellen Angeboten. Wir sind aber überzeugt: Kulinarisches Erlebniswandern passt bestens in unsere Zeit – und in den Herbst.

5 Frischer Sauser: Herbstzeit ist Sauserzeit: Der Ramseier Sauser wird aus frisch geernteten Trauben produziert und passt perfekt zu Wildmenüs. Für Sie als Gastronom ist diese saisonale

Spezialität (ab Kalenderwoche 37, solange Vorrat) in der praktischen 1-Liter-Mehrweg-Flasche erhältlich (Art. 11185, 3.22 Franken/Flasche). Der Ramseier Sauser hat einen geringen Alkoholanteil von 1,5 Vol. %.

6 Herbstliche Gaben: Herbstzeit ist auch in der Natur Erntezeit. Nutzen Sie die reichhaltigen Gaben dieser Jahreszeit und gestalten Sie Ihre Menüs saisongerecht. Pilze aus der nahen Region gehören auf jede herbstliche Speisekarte und auch Marroni aus dem Tessin lassen Ihre Gäste schwelgen. Äpfel und Nüsse verbreiten ebenfalls den Geschmack des Herbstes. Mit einem Kürbis, dem Herbstboten schlechthin, lassen sich zauberhafte Suppen sowie andere Speisen kreieren.

Bitte umblättern



6 Marroni, Pilze, Äpfel, Kürbisse und vieles mehr: Nutzen Sie die reichhaltigen Gaben des Herbstes.

5 Ab Kalenderwoche 37 können Sie bei uns wieder den herbstlichen Ramseier Sauser bestellen (solange Vorrat).



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

**THE
BOTTLE**
WEIN FÜR GÄSTE



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

10 Auf unserer Gastronomie-Plattform myfeldschloessen.ch finden Sie weitere Tipps für einen goldenen Herbst. Und im E-Shop können Sie alle zur Jahreszeit passenden Artikel bequem bestellen.



7 O'zapft is: Für das Oktoberfest in Ihrem Lokal empfehlen Experten wie TV-Koch Andreas C. Studer (rechts) Bier von Schneider Weisse.



8 Es muss nicht immer Rehschnitzel Mirza sein: Bieten Sie den Gästen wie Peter Knab (oben) originelle Wildgerichte an (unten: Rehspiesschen).

7 Lustiges Oktoberfest: Gäste, die auf den Tischen tanzen und das Personal in Dirndl: Mit einem Oktoberfest können Sie den Umsatz steigern! Auf Seite 30 dieses DURST sagt TV-Koch Andreas C. Studer, was es für ein gelungenes Oktoberfest braucht. Dazu gehört natürlich Weizenbier aus Bayern. Von Schneider Weisse bieten wir Ihnen als Gastronom gleich sieben verschiedene Produkte an.

8 Wilde Speisen: Mit Wild-Wochen können Sie im Herbst viele (neue) Gäste anlocken. Setzen Sie auf Produkte aus Ihrer Region. Und es muss nicht immer Rehschnitzel Mirza sein! Machen Sie es wie der Jäger und Wirt Peter Knab von der «Linde» in Belp und bieten Sie kreative Wildgerichte wie Rehspiesschen an.

9 Saumässige Metzgete: Feines vom Schwein, Blut- und Leberwürste, Sauerkraut und Kartoffeln: Metzgeten erfreuen sich nicht nur auf dem Land grosser Beliebtheit. Wir empfehlen Ihnen

die Zusammenarbeit mit einem Metzger aus der Region. Und wenn bei Ihnen Metzgete ist, darf ruhig auch etwas volkstümliche Musik erklingen.

10 Lehrreiche Plattform: Möchten Sie noch mehr goldene Tipps für einen goldenen Herbst? Dann gehen Sie auf unsere Plattform myfeldschloessen.ch. Dort finden Sie viele herbstliche Veranstaltungen und weitere Tipps für spezielle Aktionen. Auf dass die Herbstzeit auch in Ihrem Lokal Erntezeit sei!



9 Locken Sie mit einer Metzgete neue Gäste an.

Eidgenössisches Jodlerfest in Davos

Grosser Auftritt von Vorjodler Feldschl

«Das Brauchtum lebt!» Am grossen Festakt erntete Karin Niederberger für diese Worte Szenenapplaus. Recht hat sie, die Präsidentin der Eidgenössischen Jodlervereinigung. Anfang Juli beherrschten Jodlerstimmen, Alphornklänge, geschwungene Fahnen und eine unüberschaubare Masse fröhlicher Menschen die Szenerie rund ums Eidgenössische Jodlerfest in Davos. Man habe bei den Besuchern und den Aktiven die angestrebte 80 000er-Marke sicherlich erreicht, sagte OK-Präsident Tarzisius Caviezel. «Manchmal war es so voll, dass ein Umfallen gar nicht mehr möglich war.»

Von grosser Erfahrung profitiert

Feldschlösschen trug Wesentliches zum Gelingen des dreitägigen Volksfestes im Landwassertal bei. Der Vorjodler (Hauptsponsor) lieferte die Getränke und war auch für die komplexe Logistik zuständig. Das Feldschlösschen-Team konnte dabei von seiner langjährigen Erfahrung an eidgenössischen Festen profitieren.

Jodlerbügel und Sechsspänner

Grosse Auftritte hatten in Davos auch der eigens für dieses Fest kreierte Jodlerbügel und der Sechsspänner von Feldschlösschen. Auf ein positives Jodler-Echo sties zudem die neuen, urchigen Arbeitskleider, in denen sich die Mitarbeiter von Feldschlösschen präsentierten.



Ein Jodlerbügel von Vorjodler Feldschlösschen ist genau das Richtige für durstige Jodlerkehlen.



Der Feldschlösschen-Sechsspänner am Festakt.



Fachsimpeln und ein Feldschlösschen geniessen.



Das Feldschlösschen-Team präsentiert



Damen in farnefrohen Trachten.



Gut gelaunt und alles im Griff: Sandro Hofmann (Feldschlösschen).

össchen



3-Meter-Bierdose beim «Löwen» Boswil

Im aargauischen Boswil sticht den Passanten seit ein paar Wochen eine riesige Dose Feldschlösschen Original ins Auge. Die Dose ist 3 Meter hoch und entspricht punkto Gestaltung und Proportionen genau dem 50-cl-Original von Feldschlösschen. Sie ist das Werk der Guggenmusik Sumpfer-Stilzli, die oft im «Löwen» von Feldschlösschen-Kunde Peter Wyrsch einkehrt. Die beiden Guggenmusiker Marco Berger und Lukas Koch haben das Dosenprojekt geplant und umgesetzt. «Die Idee ist bei einem Bier entstanden», sagt Marco Berger und verrät, warum die 3-Meter-Dose oben ein Loch hat: «Dieses Loch galt es an unserer Shot-Bar mit den Shots zu treffen.»

www.loewen-boswil.ch



Crédit Agricole Suisse Open Gstaad

Corona ist ein sicherer Wert



sich in urchigen Arbeitskleidern.

Tagelang regnete es Ende Juli im Berner Oberland in Strömen, und am Ende des ATP-Tennisturniers in Gstaad stand mit dem Spanier Pablo Andujar ein ungesetzter Aussenseiter als Sieger fest. Einer der sicheren Werte war im Saanenland auch in diesem Jahr Corona Extra. Das Premium-Bier aus Mexiko brachte als exklusiver Partner der ATP-Tour die Sonne Mittelamerikas nach Gstaad.

Sonnige Gemüter in der Corona Lounge

In der Corona Lounge sah man auch in den widrigsten Regenstunden sonnige Gemüter. Hier trafen sich die Fans, hier gaben die Spieler Autogramme, hier genoss man ein Corona Extra.

Oben links: Gut gelaunte Fans in der Corona Lounge.

Oben rechts: Turniersieger Pablo Andujar.

Rechts: Thomasz Bellucci verteilt in der Corona Lounge Autogramme.



Heiss ersehnte Abkühlung.

CARLSBERG LÄDT DICH ZUR WTP-TOUR EIN!

VON SEPT. - NOV.
AN 60 PARTIES!



HOL DIR DEINEN
GRATIS BIERPASS SCHON JETZT!
AUF [FACEBOOK.COM/CARLSBERGSWITZERLAND](https://www.facebook.com/carlsbergswitzerland)
TOURDATEN AUF [WWW.CARLSBERG.CH](http://www.carlsberg.ch)



That calls for a **Carlsberg**

NEU: Eve Hugo

Die unwiderstehliche Limited Edition inspiriert vom kultigen Trendgetränk.



**Jetzt
bestellen!**

eve
BY CARDINAL

Mit Verantwortung
genießen.





Sascha Tribolet (Gastronom) und
Frédérique Poulet (Sales Manager).

Auf ein Bier mit...

SASCHA TRIBOLET
BAR LA CHIMÈRE, GENÈVE

Frédérique Poulet (Sales Manager):

Sind Sie mit dem neuen Fassbiersystem Draught Master zufrieden?

Sascha Tribolet: Sehr zufrieden! Mit der Eröffnung unserer Bar im letzten Dezember haben wir auch gleich diese neue Offenausschankanlage in Betrieb genommen. Meine hohen Erwartungen wurden von dieser geradezu revolutionären Anlage sogar übertroffen.

Welches sind die Vorteile der Anlage?

Beeindruckend ist vor allem die lange Haltbarkeit des Bieres. Bisher waren es ein paar Tage. Mit dem Draught Master ist das Bier aber auch nach einem Monat noch absolut frisch. Ein wichtiger Faktor ist auch die Hygiene. Die automatische Reinigung der Plastikfässer ist zeitsparend und praktisch.

Würden Sie dieses neue modulare Fassbiersystem also auch anderen Gastronomen empfehlen?

Auf jeden Fall. Meine Erfahrungen nach acht Monaten sind durchwegs positiv. Ich bin von diesem System begeistert. Zudem funktioniert die Partnerschaft mit Feldschlösschen ausgezeichnet.

Es scheint, dass Ihnen aber noch etwas auf dem Herzen liegt.

Das stimmt. Gegenwärtig bietet Feldschlösschen für das Fassbiersystem Draught Master die Biere Carlsberg, Carlsberg Elephant und Grimbergen Blanche an. Diese drei Biere sind bei unseren Gästen sehr beliebt. Trotzdem würde ich es begrüßen, wenn wir mit

dem Draught Master in Zukunft auch das hier in der Romandie extrem populäre Cardinal ausschenken könnten.

SCHMUCKE PIANO-BAR

Das «Chimère» ist eine schicke Pianobar im Herzen Genfs. In diesem Trendlokal finden regelmässig Livekonzerte statt.

www.lachimere-bar-geneve.ch

DRAUGHT MASTER

Das neue Fassbiersystem Draught Master ist eine patentierte Innovation der Carlsberg Gruppe. Das Bier ist nach dem Anstich 31 Tage haltbar. Weil das System kein CO₂ braucht, und dank seiner halbautomatischen Reinigung sparen Sie Zeit und Geld. Auf myfeldschloesschen.ch finden Sie mehr Informationen. Auch Ihr Sales Manager hilft Ihnen gerne weiter.

FLÜGEL FÜR JEDEN GESCHMACK – UND IHREN UMSATZ.*



**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloesschen.ch

* Red Bull Marktanteil (Wert) 56.9%, KW 48 2013. (Quelle: AC Nielsen, Energy Drinks im DH CH inkl. K-Kiosk)

DIE KRÖNUNG EINER FREUNDSCHAFT.

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

**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloesschen.ch



M. Hime
Brauer

M. Prudel
Entwickler



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



Wettbewerb

Gewinnen Sie Tickets für Pathé Kinos

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. Wie heisst das Weihnachtsbier von Grimbergen?

- F** Brassin Saint Nicolas
C Brassin de la Fête
H Brassin de Noël

2. Welches Bier empfiehlt der TV-Koch Andreas C. Studer nebst Schneider Weisse für Ihr Oktoberfest?

- E** Feldschlösschen Hopfenperle
Z Cardinal Draft Lime Cut
B Corona Extra

3. Wo befindet sich der Standort von Feldschlösschen im Tessin?

- F** In Ascona
R In Taverne
T In Chiasso

4. Wie viele Kinosäle betreiben die Pathé Kinos in der ganzen Schweiz?

- K** 30
G 50
B 70

5. Wo fand in diesem Sommer das Eidgenössische Jodlerfest statt?

- L** In Arosa
S In Davos
D In Chur

6. Wie heisst das Metal-Festival, das im September in Hüttikon stattfindet?

- T** Meh Suff!
C Meh Bier!
F Meh Kamillenteel!

Das Lösungswort lautet:



Pathé Kino in Dietlikon.

Fünf Mal Kinovergnügen für zehn Personen

In Dietlikon, Bern, Basel, Lausanne und Genf betreiben die Pathé Kinos insgesamt 70 Kinosäle. Weil es am schönsten ist, sich einen Film gemeinsam anzusehen, verlosen wir gleich 5×10 Pathé-Tickets. Lösen Sie das Quiz auf

dieser DURST-Seite, und mit etwas Glück gewinnen Sie ein tolles Kinovergnügen für sich und Ihr Personal. Die Tickets können in allen Pathé Kinos der Schweiz eingelöst werden. www.pathe.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. Zu gewinnen gibt es 5 × 10 Tickets für die Pathé Kinos.

Einsendeschluss ist der 10. September 2014

Wettbewerbsgewinner DURST Juli 2014



Je zwei Tickets fürs Paléo Festival in Nyon (rechts) gewonnen haben **Angela Amrein** (St. Gallen), **Rita Hirschi** (Thun) und **François Terrapon** (Carouge).

Je zwei Finaltickets für das Crédit Agricole Suisse Open in Gstaad (links) gewonnen haben **Astrid Traber** (Herdern) und **Werner Häusermann** (Frauenfeld).





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



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

BESTELLEN & PROFITIEREN
www.myfeldschloesschen.ch 0848 805 010

**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.



BLICK ÜBER DEN TELLERRAND

Hier lächelt man fürs Sparschwein



Links: Das «Kantinchen» in Stuttgart.

Unten: Carsten Hendricks und Mitarbeiterin Martina Schmitt.

Freundlichkeit zahlt sich nicht immer aus. Noch viel seltener ist sie bares Geld wert. Für eine Ausnahme sorgt das Freiluftcafé «Kantinchen» in Stuttgart: Es gibt den Gästen einen Freundlichkeitsrabatt und sorgt damit für Schlagzeilen.

Die Idee kam dem Gastronomen Carsten Hendricks während ganz alltäglichen Dingen wie dem Einkauf im Supermarkt oder einem Essen im Restaurant. «Mir fiel auf, dass die Leute leider oft keinen respektvollen Umgang miteinander pflegen», sagt er.

Lächeln bestimmt Preis

Das wollte Carsten Hendricks ändern. Er ist Besitzer des «Kantinchens», ein Freiluftcafé und Imbiss am Flohmarkt in Stuttgart. Der umtriebige Gewerblere sah das Schild vor seinem «Kantinchen» mit dem folgenden Hinweis:

«Ein Kaffee: 7 Euro – Ein Kaffee, bitte: 5 Euro – Hallo, ein Kaffee, bitte: 2 Euro».

Mit positiven Reaktionen hatte der Besitzer zwar gerechnet, nicht aber damit, dass seine Aktion derart hohe Wellen schlagen würde. «Die ganze Medienlandschaft schien nur auf so etwas gewartet zu haben», sagt er stolz.

Sein Ziel hat Carsten Hendricks erreicht: «Ich wollte den Leuten einen Denkanstoß geben, denn leider ist ein respektvoller Umgang miteinander im Alltag heute nicht mehr selbstverständlich.»

Der Kundschaft gefällt es

Die Kundschaft des «Kantinchens» ist sehr angetan von der Freundlichkeitsoffensive. Carsten Hendricks kann immer wieder lauschen, wie sich hungrige



und durstige Zeitgenossen in der Warteschlange darüber unterhalten.

Weitere Aktionen geplant

«Wir werden mit verschiedenen Aktionen weiter an Freundlichkeit und Respekt appellieren», sagt Carsten Hendricks bestimmt.

Schliesslich tut ein Lächeln fürs Sparschwein doppelt gut – und das nicht nur bei den sparsamen Schwaben.

www.kantinchen.com

Manieren in der Gastronomie

Der Griesgram zahlt drauf

Erik Ralot 26.02.2014 12:03 Uhr



Grosses Medienecho: So berichtete die Stuttgarter Zeitung über die Freundlichkeitsoffensive des «Kantinchens».

DIE SOMERSBY-ZEIT IST ERÖFFNET



SERVIERTIPP
LORD SOMERSBY:
AUF EIS GENIESSEN.

**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloessen.ch

Somersby Apple Original genießt man nie allein – so sagt man jedenfalls. Bringen Sie mehr Abwechslung in den Sommer. Servieren Sie Ihren Gästen den erfrischend anderen Apfel-Drink am besten eisgekühlt im Glas. Cheers!

Mit Verantwortung
geniessen.



Qualitätsoffensive

Ihre Gäste verdienen das perfekte Guinness – Pint für Pint für Pint

Ihre Gäste greifen für ein frisch gezapftes Guinness gerne etwas tiefer in die Tasche. Umso wichtiger ist es, dass vom ersten bis zum letzten Pint die Qualität dieses Stout aus Irland stimmt.

Der Trend zum «Weekend Millionaire» geht auch hierzulande weiter: Unter der Woche geben sich Schweizerinnen und Schweizer sparsam, kochen zu Hause und verzichten auf grosse Ausgaben. Am Wochenende sind sie dafür bereit, viel Geld in Gastronomie und Nachtclubs auszugeben.

«Explore the extraordinary» Die Frequenzen im Pub konzentrieren sich auf das Wochenende. Das bedeutet wenige Tage

mit viel Umsatz, an denen die Qualität stimmen muss. Als Premium-Marke kostet ein Guinness ihren Gast mehr als ein «normales» Lagerbier. Deshalb ist Qualität besonders wichtig. Die Marke Guinness unterstützt mit der Kampagne «Explore the extraordinary» die Outlets da-

bei, jederzeit hervorragende Qualität bieten zu können.

30 Events in der Schweiz Schweizweit werden 30 Events veranstaltet, bei denen der Konsument sein Guinness selbst zapft. Dadurch wird nicht nur das Personal geschult, auch

der Gast lernt die Qualitätskriterien kennen. **Mit fünf goldenen Regeln** hat Guinness die wichtigsten Qualitätsgrundsätze auf eine einfache Weise zusammengefasst. Befolgen auch Sie diese fünf goldenen Regeln und garantieren Sie Ihren Gästen jederzeit höchsten Trinkgenuss.



Die fünf goldenen Regeln für ein Guinness, das gut schmeckt und gut aussieht



Mit einem perfekten Guinness stossen Ihre Gäste gerne mehrmals an.

Regel 1: Das richtige Gas

Korrekt eingestelltes Gas ist die Grundlage für ein perfektes Guinness. Die Mischung macht's:

- 30 %/70 % für den normalen Gebrauch.
- 20 %/80 % für unter 8°C.
- 40 %/60 % für über 26°C.

Regel 2: Die richtige Temperatur

Die richtige Temperatur ist für 80 Prozent der Konsumenten das wichtigste Merkmal eines

qualitativ guten Drinks. Die optimale Lagertemperatur liegt zwischen 10 und 12 Grad Celsius.

Servieren Sie Ihren Gästen das Guinness mit einer Temperatur von 5 bis 8°C.

Regel 3: Die richtige Hygiene

Reinigen Sie Ihre Bierleitungen einmal wöchentlich.

- Entfernen Sie die Düse und legen Sie sie in warmes Wasser.
- Spülen Sie Bierüberreste mit kaltem, sauberem Wasser aus.

- Reinigen Sie das System mit der empfohlenen Menge Reinigungsmittel.

- Lassen Sie das Reinigungsmittel 20 Minuten einwirken. Öffnen Sie mindestens einmal den Hahn, um die Effizienz des Reinigungsprozesses zu vergrössern.

- Spülen Sie das System nochmals mit frischem, kaltem Wasser nach.

- Reinigen Sie den Zapfkopf mit heissem Wasser und bringen Sie die Düse wieder an.

Regel 4: Ein sauberes Glas

Ein Guinness gehört ins original Guinness-Glas.

- Stellen Sie sicher, dass in Ihrem Lokal auch während turbulenten Zeiten genügend Gläser da sind.

- Lassen Sie die Gläser auf einem Gestell oder einer Plastikmatte trocknen.

- Halten Sie jederzeit Glasreiniger bereit.
- Verwenden Sie monatlich «Renovate», um die Gläser in gutem Zustand zu halten.

Regel 5: Richtig gezapft

Die Basics für ein perfekt gezapftes Guinness:

- Glas nicht am oberen Rand anfassen.
- Der Zapfhahn darf weder Glas noch Bier berühren.

Guinness in zwei Schritten zapfen:

- Glas zu $\frac{3}{4}$ füllen.
- Bier setzen lassen.
- Glas mit 10–15 mm Schaum auffüllen.
- Sofort servieren.

Toller Anlass für einen guten Zweck in Saas-Fee

Hotelier: «Feldschlösschen gehört an der Genussmeile einfach dazu»



So schön präsentierten sich die Gäste an der letztjährigen «Genussmeile».

«150 Jahre Skitourismus»: Das ist das Thema der «Nostalgischen Genussmeile» in Saas-Fee. Feldschlösschen verbindet am 7. September die kulinarischen Geniesser, und der Erlös des Events wird für einen guten Zweck verwendet.

Die Dorfstrasse in Saas-Fee verwandelt sich am 7. September zum neunten Mal in eine nostalgische und natürlich auch in eine kulinarische Genussmeile.

Traditionelle Kostüme

«Wir erwarten rund 3500 Leute in den ausgefallenen Kostümen, wobei das originellste Outfit prämiert wird», sagt Medy Hischer,

der Geschäftsführer im Hotel Schweizerhof.

Die angebotenen Gerichte sind traditionell. Zur Tradition gehört auch, dass sich Feldschlösschen entlang der Dorfstrasse positioniert. «Keine Frage, Feldschlösschen gehört an unserer Genussmeile einfach dazu», sagt Medy Hischer, dessen Frau Benita als OK-Präsidentin amtiert.



PHOTOPRESS / DENIS ENERY

Medy Hischer an der «Genussmeile» 2013. Übrigens: Bart und Augenbrauen sind nicht echt, der Hotelier trägt sie nur an diesem speziellen Anlass.

Für «Nachbarn in Not»

Die Verkleidung soll sich am Thema orientieren. Dieses Jahr findet die «Genussmeile» unter dem Motto «150 Jahre Skitourismus» statt. Der Erlös geht 2014 an die Stiftung «Nachbarn in Not – Sektion Oberwallis». Also: Packen Sie alte Kostüme ein, fahren Sie nach Saas-Fee, lassen Sie sich kulinarisch verwöhnen und unterstützen Sie gleichzeitig eine gute Sache!

www.saas-fee.ch

Stadelfest in Saas-Fee

Köstliche Speisen und **erlesene Biere** von Feldschlösschen

Als Kickoff zur Koch-WM 2015 steigt am 26. und 27. September 2014 in Saas-Fee ein Stadelfest. Uralte Kornspeicher verwandeln sich in ein Feldschlösschen- und ein Weinlokal, in Sing- und Peepstadel.

Saas-Fee wird im Herbst 2015 die erste WM der Hobbyköche beherbergen. Das Stadelfest von diesem September gilt als Kickoff. Die alten Kornspeicher

eingangs Saas-Fee werden zu Lokalen. Dass Feldschlösschen einen eigenen Bierstadel mit erlesenen Bieren betreibt, versteht sich von selbst. Zu-

dem gibt es einen Weinstadel, einen Musikstadel mit Karaoke und sogar einen Peepstadel.

Kochwettbewerb

In den Stadeln wird ein Teil des Rahmenprogramms der WM getestet. Ein Kochwettbewerb mit Köchen aus diversen europäischen Ländern, die in den

besten Saaser Küchen tätig sind, rundet den Anlass ab. Wie bei der WM bewertet auch hier das Publikum die Leistungen der Köche. Projektleiter Medy Hischer vom Hotel Schweizerhof: «Wenn das Wetter mitspielt, rechnen wir mit mehreren Hundert Leuten.»

www.schweizerhof-saasfee.ch



Er ist froh über den Wechsel zu Feldschlösschen: Geschäftsführer Mike Tribelhorn. – Oben rechts: Stolz präsentiert das «Roadhouse» den neuen Partner.

Roadhouse, Luzern

Grösster Bierabsatzpunkt schenkt seit Juni Feldschlösschen aus

Das «Roadhouse» in Luzern ist der grösste Bierabsatzpunkt in der Schweizer Gastronomie und seit Anfang Juni Kunde von Feldschlösschen. Geschäftsführer Mike Tribelhorn über den Wechsel zu Feldschlösschen: «Ich bin happy. Die Feldschlösschen-Mitarbeiter machen einen Superjob und die Gäste lieben die neuen Getränke.»

In den letzten Jahren war das «Roadhouse» beim Bahnhof Luzern punkto Bierabsatz stets die Nummer 1 oder 2 in der Schweizer Gastronomie. Das Lokal macht gut 50 Prozent seines Umsatzes mit Bier. Zehn Jahre nach seiner Eröffnung hat das «Roadhouse» nun zu Feldschlösschen gewechselt.

Lob auch für Orangina

«Früher waren wir eine Rockbar, jetzt haben wir uns in die Clubszene rein gespielt. Da passt Feldschlösschen am besten ins Konzept», sagt Geschäftsführer Mike Tribelhorn. Der Wechsel macht ihn in vielerlei Hinsicht glücklich:

- «Die Gäste lieben die neuen Getränke. Guinness und Somersby finden sie cool,

das Feldschlösschen Original und Carlsberg bestellen sie am häufigsten. Megafreude habe ich auch an Orangina. Das ist ein geiler Brand.»

- «Uns ist es wichtig, die Gäste auch zu Spitzenzeiten schnell zu bedienen. Dank den automatischen Ausschankanlagen von Feldschlösschen konnten wir uns jetzt sogar noch steigern. Das ist Gold wert.»

- «Die Mitarbeiter von Feldschlösschen machen einen Superjob. Von Anfang an hat einfach alles geklappt.»

Viele Pitcher

Richard Dreikorn, Gebietsleiter Technischer Kundendienst: «Weil im «Roadhouse» oft Pitcher bestellt werden, haben wir die Anlage darauf ausgerichtet. Hinzu kommt, dass das Perso-

nal des «Roadhouse» extrem effizient arbeitet.»

Bald auch saisonale Biere

Auch die Softgetränke und das Wasser bezieht das «Roadhouse» neu von Feldschlösschen. Mike Tribelhorn: «Bald wird der Wein dazukommen. Zudem wollen wir den Gästen auch saisonale Biere anbieten.»

www.roadhouse.ch



Mike Tribelhorn (links) stösst mit Cindy Emmenegger (Sales Manager) und Reto Erdin (Regional Sales Manager) auf die neue Partnerschaft an.



Mike Tribelhorn mit Richard Dreikorn (Techn. Kundendienst Feldschlösschen) bei den fünf 1000-Liter-Biertanks.



Werbung für Feldschlösschen im «Roadhouse».

PROMO: ab ca. Mitte September – Oktober

BAUERNREGEL

Schreiben und Gewinnchance erhöhen.

WIN A CRAZY



FARM ADVENTURE



MITMACHEN UND GEWINNEN:

Crazy Farm Adventure für dich und 10 Freunde. Neben Bullriding, Traktorparcours, Melken und Massage im Heuduft erwarten euch viele weitere tolle Erlebnisse auf dem Ferienhof!



AGROTURISMUS
SCHWEIZ
www.agrotourismus.ch
Ferien auf dem Bauernhof

Wir tun alles für die besten Chips.

Z
ZWEIFEL

DIE CHIPS-
EXPERTEN

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

zweifel.ch/gastro

Ernst Möhl von der Mosterei Möhl

«Apfel ist unsere Kernkompetenz»

Ernst Möhl führt die Mosterei Möhl seit 40 Jahren gemeinsam mit seinem Bruder Markus. Bald wird die fünfte Generation den Familienbetrieb übernehmen. DURST sprach mit ihm über den Erfolg, die Nachfolgeregelung und die beliebtesten Apfelgetränke bei Restaurantgästen.

Während viele Mostereien in den letzten Jahren aufgeben mussten oder aufgekauft wurden, blieben Sie erfolgreich und selbstständig. Warum mussten Sie nicht in den sauren Apfel beißen?

Als Familienbetrieb sind wir einfach organisiert, das erleichtert die Arbeit und ist ein wichtiger Erfolgsfaktor. Ausserdem setzen wir auf Apfel als unsere Kernkompetenz. Die Produkte Apfelwein und Apfelsaft können wir in höchster Qualität herstellen.

Haben Sie sich nie überlegt, auch andere Produkte herzustellen?

Die Diskussion, unsere Abfüllanlagen etwa mit Orangensaft oder Süssgetränken noch besser auszulasten, kam immer wieder auf. Eine neue Marke aufzubauen, ist aber sehr schwierig. Deshalb haben wir den Gedanken immer wieder verworfen.

Welche Möhl-Produkte trinken Schweizer denn am liebsten und dürfen auf keinen Fall auf einer Getränkekarte fehlen?

Allgemein ganz klar Shorley. In der Gastronomie ist der Saft vom Fass ohne Alkohol aber ganz klar das stärkste Produkt. Der Saft schmeckt ähnlich wie die alkoholhaltige Variante, ist nicht süss und passt zu jedem Essen.

Mit Shorley haben Sie vor 15 Jahren einen Coup gelandet. Mit welcher Innovation warten Sie als nächstes auf?

Momentan haben wir kein neues Produkt in Planung. Ein weiteres innovatives Produkt für die Gastronomie würde das Sortiment zwar beleben und die Möglichkeiten für Mixgetränke sind unerschöpflich, sol-



Gewusst wie: Ernst Möhl verkauft bereits in vierter Generation erfolgreich Apfelprodukte.

che neuen Produkte fristen aber oftmals ein Nischendasein. Wir konzentrieren uns deshalb lieber darauf, das bestehende Sortiment noch besser zu vermarkten.

plant, ein Empfangszentrum für unsere Besucher. Das wird eine wichtige Sache, die Eröffnung ist für 2017 vorgesehen.

«**Restaurantgäste trinken am liebsten Saft vom Fass ohne Alkohol.**»

Ernst Möhl, Geschäftsführer Mosterei Möhl

Sind grössere Investitionen geplant?

Wir haben gerade mit dem Bau eines neuen Kellers begonnen, in dem grosse Stahltanks, aber auch 30 Holzfässer mit je 20 000 Litern Inhalt Platz finden. Über dem Holzfasskeller ist ein Mosterei-Museum ge-

Warum wird die Mosterei Möhl auch weiterhin Erfolg haben?

Wir sind personell gut aufgestellt, von der Familienseite kommt grosses Engagement. Um den Betrieb stehen qualitativ hochwertige Obstbäume. Wo viele Mitbewerber verschwunden sind, wechseln wir zurzeit in die fünfte Generation und sind sehr optimistisch, dass das gut funktioniert.

Die Nachfolgeregelung ist für viele Betriebe schwierig. Wie gehen Sie damit um?

Wir lassen uns professionell begleiten. Dass unsere Nachfolger, mein Sohn und mein Neffe, sich in der Branche auskennen, ist natürlich ein grosser Vorteil.

www.moehl.ch



Das beliebte Gastronomie-Sortiment von Ernst (l.) und Markus Möhl: Klarer Apfelsaft, Shorley, Möhl Saft klar, Saft vom Fass (beide mit und ohne Alkohol) und Swizly.



Andreas C. Studer schreibt exklusiv im DURST

Wiesn-Stimmung auch in Ihrem Lokal

Als ich das erste Mal auf den «Wiesn» stand, wurde vor den Zelten geschubst und es herrschte ein fürchterliches «Gstungg». Zum Glück hatten Münchner Freunde Tische reserviert, denn bald mussten die ersten Zelte wegen Überfüllung geschlossen werden. Mein erstes Oktoberfest werde ich zeit meines Lebens nicht vergessen.

Tanz auf dem Tisch

Nüchtern betrachtet, sass ich nun an Holzbänken in einem Zelt mit 5000 anderen Menschen und einer Blasmusik. Nicht mehr und nicht weniger. Auf den Tischen tanzen? Nein, ich doch nicht! Dachte ich. Aber nach drei Mass tanzte auch Studi ausgelassen auf den Bänken und später auch (zumindest mit einem Bein) auf dem Tisch. Die Stimmung stieg auf den Siedepunkt,



Fesche Damen in Dirndl werden an jedem Oktoberfest gerne gesehen.

das Backhendl schmeckte vorzüglich und die Brezn waren ein Hochgenuss.

Oktoberfest-Gaudi

Grosse Frage: Bekommen wir diese Stimmung auch in eine Schweizer Beiz? Klare Antwort: Nein! Wir können aber dafür sorgen, dass sich

Ihre Gäste fast wie auf der Theresienwiese fühlen. Mit ein bisschen Aufwand hält die Oktoberfest-Gaudi auch in Ihrem Lokal Einzug.

Bier, Musik und Dirndls

In erster Linie braucht es natürlich reichlich kühles Bier. Ich empfehle die Feldschlösschen Hopfenperle oder Schneider Weisse. Diese beiden Biere passen nämlich vorzüglich zu deftigen Speisen wie meinen Obatzter (Rezept unten rechts). Ferner sind unabdingbar: eine gute Blasmusik, blau-weiße bayrische Fähnlein und Kellnerinnen in

Dirndl. Und dann einfaches, feines Essen wie gebratene halbe Poulets mit Kartoffelsalat, Fleischkäse mit Büürl und frische Brezn.

Oans, zwoa, gsuffa!

Ganz wichtig ist auch: ein «Tätschmeister», der alle 20 Minuten «Oans, zwoa, gsuffa!» skandiert und Ihre fröhlichen Gäste noch glücklicher und durstiger macht.

Ich wünsche Ihnen ein tolles Oktoberfest in Ihrem Lokal.

Studi

Andreas C. Studer

TV-Koch Andreas C. Studer

Andreas C. Studer wird von seinen Fans liebevoll Studi genannt. Er ist der bekannteste TV-Koch der Schweiz. Aktuell kocht er in der «Küchenschlacht» (ZDF) und bei «LandLiebe TV» (Sat. 1

Schweiz). Für Feldschlösschen hat Studi Rezepte mit Bier entwickelt. Nun schreibt er eine exklusive DURST-Kolumne mit wertvollen Tipps für Sie als Gastronom.

www.studionline.de

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



Studis Obatzter fürs Oktoberfest

ZUTATEN FÜR ACHT PORTIONEN

- 2 Frühlingszwiebeln
- 1 Bund Schnittlauch
- 1 Baer Camembert
- 200 g Frischkäse, z.B. Philadelphia
- Salz, Pfeffer aus der Mühle, Paprika (scharf)

ZUBEREITUNG

Frühlingszwiebeln in sehr feine Ringe und Schnittlauch in feine Röllchen schneiden. Camembert würfeln, mit Zwiebeln, Schnittlauch, Frischkäse, Salz, Pfeffer und Paprika mischen und rassig abschmecken. In kleine Schüsseln abfüllen und mit Roggenbrot oder Brezn und frischen Radiesli zum Bier servieren.

In der Beiz mit Beat Schlatter

Frisches Bier, neuer Schliff

Ort: Rheinfelder Bierhalle, Zürich

Gesprächspartner: Walter Schöb, Wirt

Am Stammtisch installiert Beat sein Smartphone, das ihm als Aufnahmegerät für das Gespräch dient. Er legt es auf sein volles Bierglas.

Walter Schöb: Bist du wahnsinnig! So kannst du mein frisches Bier nicht mehr trinken. Ich habe nämlich das frischeste Bier in der ganzen Stadt.

Beat installiert sein Aufnahmegerät neu und probiert einen Schluck.

Beat Schlatter: Tatsächlich! So frisches Bier habe ich noch nie getrunken. Direkt aus dem Felsen sprudelndes Quellwasser schmeckt dagegen wie abgestandenes Weihwasser.

Beat blickt um sich.

Hast du neue Tische und Stühle? Nein. Die wurden neu abgeschliffen. Sträflinge haben das gemacht, vom Gefängnis bei Zug. Wie heisst es schon wieder?



Beat Schlatter (links) im Gespräch mit Walter Schöb. Schlatter ist Schauspieler, Kabarettist, Drehbuchautor und VR-Präsident der Hürlimann Bier A.G.

Ich war noch nie dort. Strafgefangene aus Zug? Das sind doch vor allem Finanzbetrüger. Sind die handwerklich so begabt?

Und wie! Die hatten sogar ein raffiniertes Konzept: Die Tische und Stühle sind jetzt alle viel heller als vorher. Zuvor bestand meine Kundschaft an den alten, dunklen Tischen zu 95 Prozent aus Männern. Jetzt kommen auch die Frauen mit ihren Kindern in mein Restaurant.

Beat blickt um sich, sieht immer noch 95 Prozent Männer und schweigt.

Wann ist bei dir der Punkt erreicht, an dem du einem Gast kein Bier mehr bringst? Der Schnitt liegt beim zwölften Bier. Wenn der Gast mit Kollegen am Tisch sitzt, kriegt er meistens nach dem zwölften Bier mit den anderen am Tisch Krach. Sitzt der Gast hingegen alleine am Tisch, liegt in der Regel mehr drin.

Wenn ein Gast zu viel getrunken hat und bei dir zur Türe hinausgeht, rufst du ihn später an und erkundigst dich, ob er gut nach Hause gekommen ist? Die wollen nicht angerufen werden. Und die meisten, die in diesem Zustand mein Restaurant verlassen, gehen noch ein Haus weiter.

Agenda präsentiert von **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

Sägemehl, Metal und Bier auf der Wiesn

• **Metal-Festival «Meh Suff!»:** Am 5. und 6. September ist das zürcherische Hüttikon das Mekka der Metal-Fans. Bei «Meh Suff!» treten Spitzenbands der Szene auf. Feldschlösschen ist Partner des Festivals.

www.mehsuff-metalfestival.ch

• **Kilchberger Schwinget.** Dieser Schwinget findet nur alle sechs Jahre statt und ist damit einer der exklusivsten Sportanlässe. Am 7. September geht Christian Stucki als Titelverteidiger ins Sägemehl. 2008 hat ihm ein gestellter Schlussgang gegen den späteren König Matthias Sempach zum Sieg gereicht.

www.kilchberger-schwinget.ch

• **Münchner Oktoberfest:** Am 20. September wird «ozapft» und danach «auf der Wiesn» bis am 5. Oktober gefeiert. Das Münchner Oktoberfest lockt auch in diesem Jahr viele Schweizer Besucher und viele Stars wie die Fussballer des FC Bayern an.

www.oktoberfest.de



Kilchberger Schwinget 2008: Festsieger Christian Stucki (rechts) gegen Matthias Sempach.



Oktoberfest 2013: Xherdan Shaqiri (rechts) feiert mit Teamkollegen des FC Bayern.



BIERLEXIKON

R wie Reinzuchtheffe

1847 gründete Jacob Christian Jacobsen das Unternehmen Carlsberg. Um zusätzliche Inspirationen zu finden, reiste der Däne mit der Pferdekutsche durch ganz Europa. Bei seiner Rückkehr hatte er in Hutschachteln gelagerte bayerische Hefe im Gepäck. Um die wissenschaftlichen Grundlagen der Bierherstellung zu erforschen, richtete J.C. Jacobsen das Carlsberg-Laboratorium ein. 1883 gelang es in diesem Laboratorium, die erste Hefezelle zu isolieren.

Die Entdeckung der **Reinzuchtheffe** revolutionierte die Bierherstellung. Carlsberg liess die gesamte Branche an diesem wissenschaftlichen Durchbruch teilhaben: Junge Brauer aus der ganzen Welt pilgerten nach Kopenhagen, um die neue Braumethode zu erlernen.



GASTROWITZ des Monats

«Herr Ober, ich nehme das mit Käse überbackene Rinderhackmedaillon in Teigfüllung, dazu frittierte Kartoffelstiftchen in einer würzigen Tomatentunke.»

Ruft der Ober in die Küche: «Einmal Cheeseburger mit Pommes und Ketchup.»

NEU!
JETZT BESTELLEN!



FELDSCHLÖSSCHEN

INDIVIDUELLE ERZEUGNISSE
N° A01876



NATURFRISCH



FELDSCHLÖSSCHEN

NATURFRISCH

ALC. 5.0% VOL

ERLADEND, SÖFFIG UND HERRLICH TRÜBE



FELDSCHLÖSSCHEN

NATURFRISCH

NATURFRISCH
DAS HERRLICH TRÜBE