



DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen – www.durstzeitung.ch
Nr. 1 | Januar 2015



Löwen Heimiswil und Feldschlösschen

Partner seit 118 Jahren

Welche Erwartungen unsere langjährigen
und unsere neuen Kunden haben

Seite 10

Knüller!

Feldschlösschen
Premium

Nettopreis **1.28**

statt 1.58
MW Harass 24x0,33



Direktbelieferung

Unsere direkt belieferten
Kunden geniessen eine
optimale Betreuung

Seite 23

Frühlingsbier

Jetzt bestellen: Holen
Sie sich ein frisches
Stück Frühling ins Lokal

Seiten 26+27

DAS ERFRISCHENDE FRÜHLINGSBIER



FELDSCHLÖSSCHEN

FRÜHLINGSBIER

JETZT EXKLUSIV
BEI IHREM SALESMANAGER IM JANUAR
BESTELLEN!



Ausschank ab dem 20. März 2015 in der gesamten Schweiz.
Nur in der Gastronomie erhältlich!

Editorial

Auf unsere Partnerschaft im neuen Jahr



Liebe Leserinnen, liebe Leser

Anno 1897 übernahm die Familie Lüdi den «Löwen» in Heimiswil. Sie ging eine Partnerschaft mit Feldschlösschen ein und hatte mit ihrem Restaurant schnell Erfolg. Heute führen Brigitte und Daniel Lüdi den ältesten «Löie» der Schweiz in der vierten Generation. Die Welt hat sich seit 1897 gewaltig verändert, die Partnerschaft zwischen dem «Löwen» in Heimiswil und dem Unternehmen Feldschlösschen jedoch ist in diesen 118 Jahren gleich geblieben: Sie beruht auf gegenseitigem Vertrauen und dem Wissen, dass man nur gemeinsam Erfolg hat. Lesen Sie ab **Seite 10**, warum unsere langjährigen und unsere neuen Gastronomiekunden auf die Partnerschaft mit Feldschlösschen schwören.

Exklusiv für unsere Partner aus der Gastronomie bringen wir immer wieder umsatzfördernde Innovationen auf den Markt. Zum Beispiel das Feldschlösschen Frühlingsbier. Auf **Seite 26** erfahren Sie, wie dieses fruchtige Bier den Frühling in Ihr Lokal bringt und wie Sie davon profitieren können.

Der nächste Frühling kommt bestimmt. Vorerst wünsche ich Ihnen aber erst einmal ein wunderbares neues Jahr mit einer weiterhin erfolgreichen Partnerschaft zwischen Ihrem Betrieb und dem Unternehmen Feldschlösschen. Sie können auf uns zählen, wir sind auch 2015 für Sie da!

Gérard Schaller
Leiter Verkauf Gastronomie

IMPRESSUM

DURST

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

Herausgeberin

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

Gesamtverantwortung

Gabriela Bättig

Redaktionelle Verantwortung

Gabriela Bättig

Inserate

durst@fgg.ch

Gabriela Bättig

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

Generalunternehmen
Vogt-Schild Druck AG
Gutenbergstrasse 1
4552 Derendingen

Projektverantwortung: Pamela Güller

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

Erscheinungsweise

Monatlich in deutscher, französischer und italienischer Sprache

Jahrgang: Neunter Jahrgang

Auflage

Deutsch 24000, Französisch 10000, Italienisch 2000

Urheberrechte

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

Bildnachweis

Titelbild: Urs Lindt – Bilder: Freshfocus, Textension, Feldschlösschen



Kundentreue 10



Bestellen 26



Wettbewerb 21



Premiere 16



Grimbergen Rouge

Perfektes Bier für Offenbiervielfalt



Das Rouge von Grimbergen kombiniert die süssen Aromen von Holunder, Cranberry und Erdbeere mit den würzigen Noten eines Abteibiers. Seit September haben wir diesen Geheimtipp für Bierliebhaber wie auch das Grimbergen Blonde, das Grimbergen Double und das Grimbergen Blanche dauerhaft in unserem Sortiment. Grimbergen kommt aus Belgien und begeistert Bierliebhaber, die das Besondere schätzen. Dieses Bier wird in 36 Märkten vertrieben und gehört zu den schnellst wachsenden Abteibieren der Welt. Gehören auch Sie schon bald zu den begeistertsten Anhängern? Ihre Gäste werden es Ihnen danken! Vergrössern Sie mit Grimbergen Rouge die Offenbiervielfalt Ihres Lokals und damit auch den Umsatz!



Jetzt bestellen!

5.09 CHF

pro Liter

Grimbergen Rouge
Art.12616 20 Liter Fass

www.myfeldschloesschen.ch



WEIN DES MONATS

Bianco di Merlot

CHIODI ASCONA

Die intensive Aromatik des **Bianco di Merlot** von reifen, exotischen Früchten wie Mango, Kiwi und Pfirsich stellt einen tollen Auftakt im Bouquet dar. Die fruchtige Struktur dieser Tessiner Spezialität überrascht im Gaumen und überzeugt im Abgang.

Passt perfekt zu ...

Der Bianco di Merlot passt perfekt zu Schweizer Gerichten und eignet sich besonders gut als Beileiter zum Fondue.

«THE BOTTLE» – Food & Wine:

www.bottle.ch



Jetzt bestellen!

13.90 CHF

pro Flasche

Bianco di Merlot
Art.11783
6 x 75cl EW Karton

www.myfeldschloesschen.ch



Zurich Klimapreis

Auszeichnung für den Elektro-LKW

Das Unternehmen Feldschlösschen wurde in der Umweltarena Spreitenbach für den Einsatz seines 18-Tonnen-Elektro-LKW mit dem 2. Rang des Zurich Klimapreis 2014 ausgezeichnet.



Feldschlösschen und Coop setzen die ersten beiden 18-Tonnen-Elektro-LKW der Schweiz bei der Feinverteilung von Waren ein.

Die drei Firmen teilen sich das Preisgeld von 30 000 Franken. Insgesamt wurden 108 Projekte für den Klimapreis 2014 eingereicht.

108 Projekte eingereicht

Für diesen pionierhaften Einsatz wurden die beiden Unternehmen nun mit dem zweiten Platz belohnt, gemeinsam mit der Schweizer Entwicklerin und Herstellerin des Fahrzeuges, der E-Force One AG aus Fehral-

Hoffen auf Nachahmer

«Wir freuen uns sehr über den 2. Rang für unseren innovativen Elektro-LKW», sagt Thomas Stalder, Leiter Customer Supply Chain von Feldschlösschen. «Hoffentlich findet unsere Initiative viele Nachahmer!»



PRODUKTWISSEN BIER



WUSSTEN SIE, dass Betriebe, die ein Monatsbier anbieten, ihren Bierabsatz dadurch um gut 5% steigern?

Tipp des Monats

Gehen Sie auf myfeldschloesschen.ch in den Bereich Training/Wissenscenter und schauen Sie sich die grosse Bierlandkarte an. Ganz einfach verschaffen Sie sich einen Überblick, welche Biere wir im Angebot haben. Bestimmt sind auch passende Biere für Ihren Betrieb dabei, welche sich ideal als Monats- oder Saisonbier einsetzen lassen.



Apéro riche

Mini-Maismuffins

Muffins sind in aller Munde. Das trendige Gebäck ist handlich, unkompliziert und vielseitig. Eine salzige Variante aus Mais, Ziegenkäse und Parmaschinken schmeckt besonders gut zu einem Bier – und macht grosse Lust auf ein zweites.



Polentaküchlein mit Salbei

ZUTATEN FÜR CA. 20 STÜCK: 150 g Polenta, 350 g Ziegenkäse, 75 g Parmaschinken, 50 g Butter, einige Stängel Salbei, Salz.

ZUBEREITUNG: Polenta kochen. Ziegenkäse zerkrümeln, Schinken würfeln und Salbei fein hacken. Butter, Ziegenkäse, Schinken und Salbei in die Polenta mischen. Wenn Butter und Käse geschmolzen sind, die Polenta in Muffinförmchen giessen. Nach 2 Stunden ist die Polenta vollständig abgekühlt. Backofen auf 180 Grad vorheizen, Maismuffins 10 Minuten goldbraun backen. Sofort servieren.

Kaffee mal anders

Scharfer Espresso

Geht's um Kaffee, ist nicht selten ein kräftiger Espresso die erste Wahl. Servieren Sie Ihren Gästen doch mal einen «Chili-Espresso». Die leichte Schärfe des Chilipulvers sorgt für ein Geschmackserlebnis, das überrascht.



Und so zaubern Sie den Chili-Espresso:

1. 10 bis 15 ml Kondensmilch in ein Esspressoglas geben.
2. Eine Messerspitze Chilipulver darüberstreuen.
3. Eine Orangenzeste in den kleinen Kaffeekrug schneiden und einen Espresso darüberlaufen lassen.
4. Den Espresso vorsichtig ins Glas giessen.
5. Fertig ist das überraschende Geschmackserlebnis.

www.nescafe-solutions.ch



Exklusives Angebot

Dieser Trolley erleichtert Ihnen als Gastronom die Arbeit



Praktischer Trolley für 20-Liter-Fässer.

Dieser Trolley ist speziell für den Transport von 20-Liter-Fässern konstruiert worden und erleichtert Ihnen als Gastronom die tägliche Arbeit. Erfunden hat ihn der Walliser Tüftler Jean-Baptiste Sartoretti aus Vouvry.

Jetzt bestellen

Sie können den praktischen Trolley jetzt für 180 Franken pro Stück plus 30 Franken Versandkosten bestellen. Sind Sie interessiert: Dann schicken Sie Ihre Bestellung per Mail an durst@fgg.ch oder wenden Sie sich per Telefon an Jean-Baptiste Sartoretti. Seine Telefonnummer: 079 / 508 65 84.

Neu: Live-Chat

Neu können Sie mit dem Kundenservicecenter von Feldschlösschen via Chat in Kontakt treten. Klicken Sie auf myfeldschloessen.ch unten auf das Chatsymbol, und schon öffnet sich das Fenster zum Start des Chat. Innert Sekunden sind Sie in Kontakt mit unserem Kundenservicecenter. Ausserhalb der Bürozeiten wird eine Nachrichtenbox geöffnet. Ihre Fragen werden am nächsten Arbeitstag sofort beantwortet. Chatten Sie mit uns – das sympathische Team vom Telesales Kundenservicecenter freut sich auf Sie!



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch



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



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

BESTELLEN & PROFITIEREN
www.myfeldschloessen.ch 0848 805 010

**HOUSE
SELECTION
SPIRITS**

GET MORE FOR LESS.



DRINK DES MONATS

Holen Sie mit dem **Berry's Sling** für kurze Zeit **den Sommer** zurück



Der «Berry's Sling» ist so fruchtig und erfrischend, dass sich Ihre Gäste ab dem ersten Schluck in den Sommer zurückversetzt fühlen. Trotz dieser grossen Wirkung ist der Cocktail überraschend einfach zubereitet.

Fruchtiger Sirup, neutraler Wodka

Den fruchtigen Geschmack erreichen Sie mit Cassis- und Himbeersirup von Teisseire. Seine stark konzentrierten Aromen haben einen unvergleichlichen und intensivem Geschmack,

Zutaten

30 ml Aicy Vodka
15 ml Teisseire Cassis-Sirup
15 ml Teisseire Himbeer-Sirup
20 ml frischer Zitronensaft
1 dl Mineralwasser
Himbeeren
Brombeeren
Minzenblätter
Crushed Ice

Zubereitung

Alle Zutaten in ein mit Crushed Ice gefülltes Longdrinkglas geben. Gut schütteln. Mit Früchten und Minzblättern garnieren.

ohne dabei auf künstliche Aromen oder Konservierungsstoffe zurückzugreifen. Als Grundlage dient dem Drink Wodka. Der «Aicy Vodka» aus unseren «House Selection Spirits» zeichnet sich durch seinen reinen Abgang aus und eignet sich mit seinem neutralen Geschmack besonders gut als Mixgrundlage.



Räbechilbi in Richterswil

Männerchor Frohsinn hat mit **Feldschlösschen** Erfolg

Mehr als 20 000 Menschen besuchten im November die traditionelle Räbechilbi in Richterswil. Schon am frühen Abend strahlten die vielen Lichter mit dem Vollmond um die

Wette. Für ein Highlight sorgte der kreative Männerchor Frohsinn aus Samstagern mit seinem wunderschön arrangierten Feldschlösschen-Gespann.



Der Männerchor Frohsinn aus Samstagern hatte mit seinem Feldschlösschen-Auftritt an der Räbechilbi einen durchschlagenden Erfolg.

SCHWEIZER TRADITION AUS DER BÜGELFLASCHE



**JETZT
BESTELLEN!**

NATURFRISCH
DAS HERRLICH TRÜBE

BÜGEL
DAS CHARAKTER-
VOLLE LAGER

Generalversammlung der Hürlimann Bier A.G.

Ehre für **Walter Scheibli** und Geld für sechs **Männerprojekte**

Walter Scheibli ist der erste «HürlimANN des Jahres». Die Zürcher Sportreporter-Legende wurde an der zweiten Generalversammlung der Hürlimann Bier A.G. im Zürcher Volkshaus ausgezeichnet. Verwaltungs-

ratspräsident Beat Schlatter präsentierte zudem die sechs neuen Männerprojekte, die mit Geld aus dem «Hürlimann-Rappen»-Fonds unterstützt werden. Über Männer mit Schnauz freute sich die Krebsliga Zürich.

Rund 80 Aktionäre fanden sich zur zweiten Generalversammlung der Hürlimann Bier A.G. im Zürcher Volkshaus ein. Verwaltungsratspräsident Beat Schlatter führte humorvoll durch den offiziellen Teil der Generalversammlung und stellte den Anwesenden anschliessend die Siegerprojekte des «Hürlimann-Rappen» vor. Ausserdem lüftete der Schauspieler, Kabarettist und Drehbuchautor das Geheimnis, wer die Auszeichnung «HürlimANN des Jahres» erhält.

Ein Fonds nur für Männer

Mit der Gründung der Hürlimann Bier A.G. im Frühling 2013 wurde auch der Fonds «Hürlimann-Rappen» lanciert. Pro verkaufte Hürlimann-Stange fliesst seither ein Rappen in den Fonds. Mit dem Geld werden aussergewöhnliche Projekte aus den Bereichen Kultur, Sport und Kulinarik von Zürcher Männern für Zürcher Männer unterstützt.

Die sechs Siegerprojekte

Der Verwaltungsrat der Hürlimann Bier A.G. entschied sich für sechs Männerprojekte, die er als spe-



Beat Schlatter, Verwaltungsratspräsident der Hürlimann Bier A.G., und Thomas Amstutz, CEO Feldschlösschen.

ziell originell bewertete. Einen finanziellen Beitrag aus dem Hürlimann-Rappen Fonds erhalten:

- drei Rad-Nachwuchsteams für die Zürcher Sixdays
- das Zürcher Filmprojekt «Durch die Nacht»
- kostenlose Rikschataxi-fahrten in der Stadt Zürich
- TAWARA-Konzertabende in sozialen Einrichtungen
- der Verein ZwüscheHalt, der Männern hilft, die aufgrund häuslicher Gewalt in Notsituationen geraten sind

- ein Song für die durstigen und echten Männer.

Eine neue Auszeichnung

Grossartiger Einsatz zum Wohl der Männer soll anerkannt werden. Deshalb wählten die Aktionäre in diesem Jahr zum ersten Mal den «HürlimANN des Jahres». Damit belohnt die Hürlimann Bier A.G. in Zukunft jährlich einen Mann, der sich im Kanton Zürich besonders für seinesgleichen einsetzt.

Stuhl für Walter Scheibli

Jeder Aktionär konnte unter den Nominierten seinen Favoriten wählen. Die Auszeichnung «HürlimANN des Jahres 2014» durfte im Volkshaus Radioreporter Walter Scheibli (82) entgegennehmen. Seine Stimme



hat während Jahrzehnten die Zürcher Männer mit grossen Emotionen durch sportliche Höhen und Tiefen begleitet. Ein mit seinem Namen gravierter Stuhl im «Volkshaus» erinnert nun an die Ernennung von Walter Scheibli zum «HürlimANN des Jahres 2014».

«HürlimANN» des Jahres Walter Scheibli (rechts) mit Hans Joachim Meyer, Feldschlösschen.

7500 Franken für Krebsliga Zürich

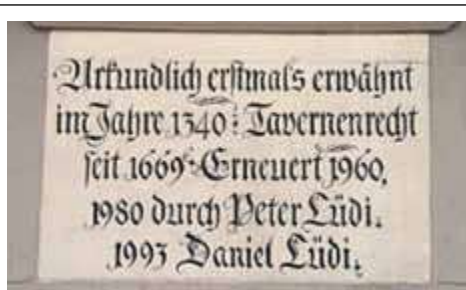
Im Vorfeld der Generalversammlung hatte die Hürlimann Bier A.G. zur Teilnahme an der Aktion «Movember» aufgerufen. Für jeden Mann, der mit Schnauz an der GV erschien, überweist die Hürlimann Bier A.G. 100 Franken an die Krebsliga Zürich. Insgesamt kamen auf diese originelle Art 7500 Franken zusammen.



Sales Manager Jürg Vogel (links) stösst mit Brigitte und Daniel Lüdi vom «Löwen» Heimiswil auf die langjährige Zusammenarbeit und Freundschaft an.

Seit Generationen treue Kunden: Familie Lüdi, Löwen Heimiswil

Gegenseitiges Vertrauen schon seit 118



Gasthof mit **Geschichte**

Der Landgasthof Löwen in Heimiswil wurde 1340 zum ersten Mal urkundlich erwähnt und steht seit 1669 im Tavernenrecht und unter Denkmalschutz. Seit 118 Jahren wird der Betrieb nahe Burgdorf von der Familie Lüdi geführt.

Der älteste «Löie» der Schweiz liegt in Heimiswil. Alt und bewährt ist auch die Beziehung zwischen dem Gasthof im Emmental und Feldschlösschen. DURST besuchte Brigitte und Daniel Lüdi, die den Betrieb in vierter Generation führen, mit Feldschlösschen Sales Manager Jürg Vogel.

Seit 18 Jahren zählt Sales Manager Jürg Vogel Brigitte und Daniel Lüdi vom Löwen Heimiswil schon zu seinen treuen Kunden. Die Partnerschaft des Gasthofs und Feldschlösschen dauert aber schon viel länger.

Das, was der Gast wünscht
In der über 100-jährigen Familientradition stand Feld-

schlösschen von Anfang an als Getränkepartner zur Seite. Heute noch zeugt eine alte Bier-Holzharasse im Estrich davon. Lüdis schätzen, dass sie so wenig wie möglich mit der Getränkebesorgung zu tun haben und sich darauf konzentrieren können, ihre Gäste zu bewirten. Mit Getränken, die diese verlan-

gen: «Feldschlösschen hat immer das auf den Markt gebracht, wonach unsere Gäste fragten – so etwa das Feldschlösschen 2.4», sagt Daniel Lüdi.

Unaufdringliche Beratung
Weil das Wirtepaar und Sales Manager Jürg Vogel sich seit Jahren kennen, wisse man um die gegenseitigen

Seit Generationen treue Kunden:
Familien Nanzer und Spranzi, Hotel Furka in Oberwald

Hotelier: «Wir sind mit allem immer sehr gut gefahren»

Die Partnerschaft zwischen den Gastronomen und Feldschlösschen ist viel mehr als eine Geschäftsbeziehung. Sie ist eine Liaison, die über Generationen hinweg hält und von gegenseitiger Wertschätzung geprägt ist. «Die nun schon Jahrzehnte dauernde Zusammenarbeit mit Feldschlösschen ist familiär und freundschaftlich. Sie zahlt sich für uns auf jeden Fall aus», sagt der Walliser Hotelier Claudio Spranzi.

Als das Hotel Furka 1848 eröffnet wurde, war es das erste Hotel in Oberwald. In diesem Gebäude ist der Obergommer Claudio Spranzi später aufgewachsen. Heute führt er den Familienbetrieb in der sechsten Generation. «Schon als Bub war Feldschlösschen für mich ein Begriff», erzählt der Hotelier. Wie lange die Partnerschaft zwischen der Familie Nanzer-Spranzi und Feldschlösschen schon dauert, kann er nicht genau sagen. Er ist aber überzeugt: Sie reicht bis in die zweite Hälfte des 19. Jahrhunderts zurück. Und als anno 1865 das Valaisanne-Bier erstmals auf den Markt kam, sei es im Hotel Furka sofort serviert worden.

Wechsel stand nie zur Debatte
«Den Getränkelielieferanten zu wechseln, sei «nie zur Debatte gestanden», sagt Claudio Spranzi. «Seien es die grosszügigen Rückvergütungen, die stets korrekten und pünktlichen Lieferungen oder die exzellente Betreuung durch Sales Manager Martin Jossen: Wir sind mit allem immer sehr gut gefahren.



«Schon als Bub war Feldschlösschen für mich ein Begriff.»

Claudio Spranzi, Furka Oberwald

Der Feldschlösschen-Lieferant merkt sogar, wenn wir einmal etwas falsch bestellt haben. Er macht uns darauf aufmerksam und fragt, ob wir diese Ware wirklich wollen.»

Immer offen für Neues

Sales Manager Martin Jossen gibt das Lob zurück: «Die Zusammenarbeit mit Claudio Spranzi und bis 2012 mit dessen Tante Brigitte Nanzer war im-

mer sehr angenehm. Die Familie ist offen für Neues und setzte beispielsweise von Anfang an auf saisonale Biere wie das Weihnachtsbier.»

Sales Manager Martin Jossen verbindet eine persönliche Geschichte mit dem Hotel Furka: «In den 1950er-Jahren arbeitete meine Mutter in diesem Betrieb und lernte dort meinen Vater, einen Stollenarbeiter, kennen.»

Vorfreude auf Frühlingsbier

Claudio Spranzi spricht von einer «freundschaftlichen und familiären Zusammenarbeit» mit Martin Jossen. Man sei schon lange per Du und könne sich aufeinander verlassen. Die Treue zu Feldschlösschen habe sich schon für seine Vorfahren gelohnt und auch er fahre gut mit dieser Partnerschaft. Der Hotelier lobt auch die Schweizer Produkte von Feldschlösschen: «Schön, dass es erstmals ein Feldschlösschen Frühlingsbier gibt. Das passt zu unserem Hotel.»

www.hotel-furka.ch

Bitte umblättern

Jahren

«Er weiss genau, was wir wollen und was nicht.»

Brigitte Lüdi, Löwen Heimiswil

Bedürfnisse, sagt Daniel Lüdi. «Er berät uns auf eine Art, die nicht aufdringlich ist, denn er weiss genau, was wir wollen und was nicht», ergänzt Brigitte Lüdi. Oder wie es Jürg Vogel selbst in Worte fasst: «Unsere Kundenbeziehung findet auf einer kameradschaftlichen Bauebene statt.»

www.loewen-heimiswil.ch



Das Hotel Furka in Oberwald im 21. Jahrhundert.



Das Hotel Furka am Ende des 19. Jahrhunderts.

LEGEN SIE DEN ALLTAG AUF EIS MIT SOMERSBY.



**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloessen.ch

Mit Verantwortung
geniessen.



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

Neuer Kunde: Sunstar Hotels

Schweizer Werte werden geschätzt

Die sympathischen Sunstar Hotels setzen auf Schweizer Werte – und seit letztem Frühling auf die Partnerschaft mit Feldschlösschen.

«Die Sunstar Holding AG wurde von einem Baslerbieter Unternehmer gegründet und befindet sich in Schweizer Hand. Swissness und Schweizer Werte sind uns wichtig», sagt Katja Lemmler.

Zum Konzept, so die Assistentin der Geschäftsleitung, gehören nachhaltig produzierte Produkte aus der Region. Auch deshalb sei man im Frühling 2014 «eine intensive Partnerschaft mit Feldschlösschen» eingegangen.

«Passt perfekt zu uns»

«Die Schweizer Produkte von Feldschlösschen, die sympathische Nähe und auch das Auftreten passen perfekt zu unserem Unternehmen», sagt die Kommunikationsverantwortliche Gillian Müller.

«Partnerschaft ausbauen»

Sunstar betreibt 12 Hotels. In vielen von ihnen können die Gäste bereits Biere, Softdrinks und Premium-Mineralwasser von Feldschlösschen geniessen. «Unsere Idee ist es, die Partnerschaft auszubauen

und in einem Grossteil der Hotels Produkte von Feldschlösschen anzubieten», sagt Gillian Müller.

Die Partnerschaft hat gut begonnen. «Die Servicequalität von Feldschlösschen ist einfach super», sagt Katja Lemmler. Die Lieferungen würden sogar ins autofreie Zermatt perfekt klappen.

Lob auch aus Arosa

Rolf Bucher, der das Sunstar-Hotel in Arosa führt: «Wir haben noch nicht auf Feldschlösschen umgestellt. Aufgrund der ersten Erfahrungen kann ich mir einen Wechsel aber sehr gut vorstellen.»

www.sunstar.ch



«Servicequalität ist einfach super.»

Katja Lemmler, Sunstar Hotels



«Ein bisschen anders»: das Sunstar Style Hotel Zermatt.



Bar- und Restaurantbetreiber Stefan «Zilti» Ziltener setzt seit diesem Winter auf die Partnerschaft mit Feldschlösschen.

Neuer Kunde: «Obertor» in Parpan

«Gemeinsam mehr Bier verkaufen»

Après-Ski mit Feldschlösschen im «Obertor»: Bar- und Restaurantbetreiber Stefan Ziltener sagt, warum er sich für den neuen Getränkepartner entschieden hat und wie er den Beginn der Partnerschaft erlebt hat.

Warum haben Sie zu Feldschlösschen gewechselt?

Ich wollte mit einer grossen Bierauswahl neue Impulse ins «Obertor» bringen. Deshalb habe ich mich für Feldschlösschen entschieden. Hinzu kommt, dass der neue Getränkepartner schnell, unkompliziert und innovativ handelt. Ein weiterer Grund war Sales Manager Jürg Felix, mit dem mich schon lange eine gute Beziehung verbindet.



«Feldschlösschen ist schnell und innovativ.»

Stefan «Zilti» Ziltener, Obertor, links mit Sales Manager Jürg Felix

Wie erlebten Sie den Beginn der neuen Partnerschaft?

Als sehr gut, unkompliziert und lösungsorientiert. Ich bin überzeugt dass es so weitergeht.

Welche Erwartungen haben Sie denn an den Getränkepartner?

Der Partner muss zuverlässig und flexibel sein und sich auf ein gegenseitiges Geben und Nehmen einlassen. Ich will dem Partner vertrauen können und natürlich gemeinsam mit ihm noch mehr Bier verkaufen.

Welche Bedeutung hat Bier im Après-Ski?

Eine sehr grosse! Die Skifahrer bringen viel Durst mit, und am Nachmittag wollen sie noch nicht so viel Hochprozentiges trinken. Also bestellen sie Bier.

www.obertor-bar.ch

Bitte umblättern

NEU: Eve Hugo

Die unwiderstehliche Limited Edition
inspiriert vom kultigen Trendgetränk.



Jetzt
bestellen!

Mit Verantwortung
genossen.



eve
BY CARDINAL



Christophe Bovigny mit Liliane Page (links) und Assunta Charbonney von Feldschlösschen.

Neuer Kunde: Neo-Gastronom Christophe Bovigny, Restaurant Grütli in L'Isle

«Für Quereinsteiger wie mich ist Feldschlösschen der beste Partner»

Christophe Bovigny hat im letzten Jahr den grossen Schritt gewagt und im waadtländischen L'Isle das Restaurant Grütli übernommen. Von Anfang an hat er auf die Partnerschaft mit Feldschlösschen gesetzt. Von diesem Partner habe er die bestmögliche Starthilfe bekommen, schwärmt der Gastro-Quereinsteiger.

«Vom ersten Tag an wurde ich von Feldschlösschen optimal begleitet.»

Christophe Bovigny, Grütli

Zufrieden sitzt Christophe Bovigny zwischen Sales Manager Assunta Charbonney und Head of Distribution Gastrologistik in den Kantonen Waadt, Freiburg und Neuenburg Liliane Page. Bei den beiden Frauen von Feldschlösschen ist der Quereinsteiger in besten Händen.

Am Anfang war alles neu

Seit dem letzten Herbst führt der Waadtländer mit Partner und Küchenchef Bruno Lebris das Restaurant Grütli in L'Isle an der Durchfahrtsstrasse zum Vallée de Joux. «Am Anfang war für mich alles neu», erzählt der «Grütli»-Wirt. «Herr Bovigny absolviert

gegenwärtig so etwas wie eine Lehre, und wir von Feldschlösschen stehen ihm mit Rat und Tat zur Seite», sagt Assunta Charbonney.

Die optimale Starthilfe

«Vom ersten Tag an wurde ich von Feldschlösschen optimal begleitet», sagt «Lehrling» Christophe Bovigny. Für ihn als Quereinsteiger sei das Unternehmen Feldschlösschen der bestmögliche Partner.

Diese Worte hört Assunta Charbonney gerne: «Wir wollen für die Quereinsteiger unter unseren Kunden eine optimale Starthilfe leisten. Der frischgebackene Gastronom soll fühlen, dass

er jederzeit auf uns zählen kann.» Zuerst sei es darum gegangen, Christophe Bovigny das optimale Sortiment an Getränken zu empfehlen. Dabei galt es zu berücksichtigen, dass das «Grütli» ein ländliches Lokal mit rund 50 Plätzen ist.

Der künftige Erfolg

Liliane Page kümmerte sich früh um die optimale Belieferung. Unter anderem sei es «wichtig, die für den Kunden perfekten Lieferzeiten festzulegen». Bei ihrem zweiten Besuch im «Grütli» diskutierte sie mit Christophe Bovigny die ersten Erfahrungen und suchte nach Optimierungspotenzial.



«Ich habe ein gutes Gefühl. Christophe Bovigny wird mit dem «Grütli» Erfolg haben», sagt Assunta Charbonney. Der Gastro-Quereinsteiger sitzt zwischen ihr und Liliane Page und lächelt zustimmend. Er weiss: Sein sich abzeichnender Erfolg als Gastronom wird auch dank seinem Partner Feldschlösschen zustandekommen.

Der Feldschlösschen-LKW vor dem «Grütli»: Er kommt zu den für den Kunden idealen Zeiten.

Geglückte Premiere in fünf Schweizer Städten

Erster Weihnachtsbier-Anstich war ein

Am ersten Freitag im November 2014 feierte Feldschlösschen in fünf Schweizer Städten den ersten offiziellen Fassanstich seines beliebten Weihnachtsbiers. Um 20.24 Uhr zapften Schlossfräuleins und Fuhrmänner in den Lokalen von 20 Gastronomiekunden das erste Fass Weihnachtsbier an, verteilten dieses als Freibier und sorgten damit für eine fröhliche Vorweihnachtsstimmung. Die Weihnachtsbier-Party dauerte bis tief in die Nacht hinein. Die Konsumenten genossen die neue Attraktion und die Gastronomen freuten sich, ihren Gästen Anfang November etwas ganz Spezielles bieten zu können.

Grosse Pläne für die Zukunft

In den nächsten Jahren soll der offizielle Feldschlösschen Weihnachtsbier-Anstich zu einer festen Grösse ausgebaut werden. Walter Gasser, Activation Manager On-Trade bei Feldschlösschen: «Wir möchten, dass die Veranstaltung über die Jahre grösser und populärer und im Vorweihnachtskalender ein umsatzstarker Anlass speziell für die Gastronomen wird.» Das Feedback der an der Premiere teilnehmenden Feldschlösschen-Kunden aus der Gastronomie war durchwegs positiv.



In Zürich sorgten die Schlossfräuleins gemeinsam mit den Fuhrmännern für eine fröhliche Vorweihnachtsstimmung.



Weihnachtsbier-Anstich: Diese Lokale machten bei der Premiere mit

- In Zürich:** The Nelson Pub, Kennedy's Irish Pub, Mc Gee's
- In Bern:** Schmiedstube, Gut gelaunt, The Nelson Pub, Bärner Mitti, Relais im Casino, Cowboys Bar
- In Basel:** Gifhüttli, Zum schiefen Eck, Zum alten Warteck, Stadtkeller
- In Luzern:** Roadhouse, Borromini, Havana
- In Genf:** La Plage, Post Café, Café de Mantegnin, Pub McSorley



In Basel war der Feldschlösschen Weihnachtsbier-Anstich. Das erste Fass Weihnachtsbier...

Erfolg



Fussball-Legende Fritz Künzli, Monika Kälin und Beach-Soccer-Profi Stephan Meier.



Filmregisseur Erich Langjahr, Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz, Hanspeter Bucher (Bucher Transport) und der frühere Feldschlösschen Sales Manager Roland Baumann.



Urs Emmenegger (Glasi-Restaurant Adler Hergiswil), Susanna Hospenthal (KURZ Schmuck und Uhren) und Franz Stalder (City Vereinigung Luzern).



Markus Wicki (Hirschen Oberkirch) und César Welti.



Margot Schirm, Simon Kopp (Luzerner Polizei) und Astrid Cleaver (Two Flags Pub Goldau).

Martini Höck in Luzern

Gut gelaunte Zentralschweizer Prominenz



Feldschlösschen-Sechsspänner dabei. Nachmittags gab es bei der Kutsche.



Der Feldschlösschen-Vierspänner in Luzern.

Der «Martini Höck» von Feldschlösschen bot einmal mehr gute Unterhaltung und interessante Gespräche. Rund 300 Zentralschweizer Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Kultur und Sport trafen sich am 11. November 2014 in Luzern bereits zum 12. Mal zu diesem

traditionsreichen Anlass. Das Restaurant 1871 im Grand Hotel National verlieh dem Anlass einen stimmungsvollen Rahmen. Die Gäste konnten exklusiv das Martini-Höck-Bier probieren, das die Feldschlösschen-Brauer für diesen Abend produziert hatten.

Gratis-Internetzugang für Ihre Gäste



Wir schenken Ihnen
Hardware im Wert von
199 Franken

In Zusammenarbeit mit der Monzoon AG ermöglichen wir Ihren Gästen Gratis-Zugang ins Internet. Am besten bestellen Sie gleich für drei Jahre: Dann schenken wir Ihnen nämlich die Hardware im Wert von 199 Franken, und die monatlichen Betriebskosten betragen nur gerade 28 Franken.

Weitere Informationen sowie das Bestellformular finden Sie auf MyFELDSCHLOESSCHEN.ch unter «Besser Wirtschaften/Deals».

Direktkontakt Monzoon Networks AG unter: Telefon +41 43 500 04 70, E-Mail: info@monzoon.net Stichwort: «Feldschlösschen»





AUF EIN BIER MIT MIKE FLISS VON MIC CATERING

«Die kleine **Offenausschank-Anlage Select 10** hat grosse Vorteile»



LINKS:
MIKE FLISS,
GRÜNDER UND INHABER
MIC CATERING

RECHTS:
MARTIN KÄSLIN, REGIONAL
SALES MANAGER BASEL
UND BASELSTADT
FELDSCHLÖSSCHEN

Martin Käslin (Regional Sales Manager Basel und Basel-Land): Mike, du hast **Select 10** vor anderthalb Jahren als einer unserer ersten Kunden bestellt. **Wie nutzt ihr bei MIC Catering diese mobile Offenausschank-Anlage?**

Mike Fliss (Inhaber MIC Catering): Seit 2013 haben wir zwei Select 10 im Einsatz und kürzlich zwei weitere dazubestellt. Die kleine Anlage mit 10 Litern Feldschlösschen Hopfenperle setzen wir vor allem an kleineren Veranstaltungen mit maximal 50 Personen ein. Sie eignet sich auch für Gastronomen, die nicht allzu viel Offenbier brauchen – zum Beispiel für Bistros, Cafés und Vereinslokale. Hier ist die Anlage perfekt, denn das Bier ist nach dem Fassanstich einen ganzen Monat haltbar.

MIC Catering Company

Die MIC Catering Company wurde 1992 von Mike Fliss gegründet. Die Basler Firma beschäftigt 46 Mitarbeitende, davon vier Festangestellte. MIC ist kein klassischer Partyservice, sondern ein Catering-Logistikspezialist. Zu den grössten Kunden zählt die Messe Schweiz. Seit 10 Jahren ist MIC Catering zufriedener Feldschlösschen-Kunde.

www.mic-catering.ch

Ihr habt die Anlage aber auch an der Worlddidac Basel mit fast 200 Gästen eingesetzt. Warum?

An der Worlddidac hatten wir zwei Select 10 im Einsatz. Die Installation braucht zwar etwas Zeit, gegenüber Flaschenbieren sind die Vorteile aber zahlreich: Select 10 erfordert keine Kühlanlage, wir müssen keine leeren Flaschen entsorgen und weniger Gewicht transportieren. Zudem ist es für die Gäste ein Erlebnis, wenn sie ihr Bier selbst zapfen können.

Sind sie damit nicht überfordert?

Am besten klappt es natürlich an der Basler Fasnacht, denn dort wissen alle, wie man Bier perfekt zapft. Aber auch für Nicht-Fasnächtler ist die Anlage sehr einfach zu bedienen.

Hast du Tipps für Kollegen, wie man Select 10 richtig einsetzt?

Die Kühlung der Fässer braucht etwas Zeit, und die hat man oft nicht. Wenn man an einem Anlass mehrere Fässer braucht, sollte man diese vorher kühlen.

Ein weiterer Vorteil ist, dass man das Gerät nicht reinigen muss.

Das ist so. Wir haben aber einen hohen Qualitätsanspruch und reinigen auch

die Select 10 wie alle anderen Geräte nach jedem Anlass. Nötig wäre es aber wohl tatsächlich nicht.

Was könnte an der Select 10 noch verbessert werden?

Die erste Generation hatte ein paar Kinderkrankheiten, die sind aber bereits ausgemerzt. Ich würde es begrüßen, wenn der Fasswechsel noch etwas einfacher vorzunehmen wäre. Und als Basler fände ich es natürlich fantastisch, wenn wir mit der Select 10 auch das Basler Bier Warteck ausschenken könnten. Die Feldschlösschen Hopfenperle ist aber zum Glück auch ein in der Schweiz produziertes, bodenständiges Produkt und sehr beliebt.

Wie zufrieden bist du eigentlich mit den Dienstleistungen von Feldschlösschen im technischen Bereich?

Bei dieser Gelegenheit möchte ich eurem Technischen Kundendienstleiter René Zwygart einmal ein Kränzchen winden. Die technische Unterstützung ist umfassend, unbürokratisch und sehr flexibel: Wenn wir Hilfe brauchen, erhalten wir sie immer sofort.



Select 10

Mobile Offenausschank-Anlage
Feldschlösschen Hopfenperle
10-Liter-Fass – Art.Nr. 11924

So schmeckt Sonnenschein.

SONNEN
VITAMIN
D



Neu im Sortiment!
Jetzt bestellen!

Wettbewerb – zu gewinnen:

Shrek – Das Musical: 3 × 2 Tickets

Haben Sie diese Ausgabe des DURST gut gelesen? Dann sollte dieses Quiz für Sie kein Problem sein. Die Buchstaben der fünf richtigen Antworten ergeben das Lösungswort.

1. In welcher TV-Sendung hatte die Brasserie au Lac in Weesen einen grossen Auftritt?

- E** Mis Lokal, ihres Lokal
- D** Mis Restaurant, sis Restaurant
- K** Mini Beiz, dini Beiz

2. Seit wann ist der «Löwen» Heimiswil Kunde von Feldschlösschen?

- U** Seit 1897
- C** Seit 1907
- I** Seit 1917

3. Wie heisst das Bier aus Grimbergen, das Feldschlösschen seit dem letzten Herbst dauerhaft im Sortiment hat?

- A** Grimbergen Rot
- N** Grimbergen Rouge
- C** Grimbergen Red

4. Wie heisst der Verwaltungsratspräsident der Hürlimann Bier A.G.?

- A** Thomas Hürlimann
- R** Thomas Amstutz
- D** Beat Schlatter

5. Welcher Anlass macht den ersten Freitag im November neu zu einem ganz besonderen Tag?

- E** Weihnachtsbier-Anstich
- D** Wintersirup-Abstrich
- K** Adventswein-Anstich

Das Lösungswort lautet:



Shrek und seine Freunde kommen in diesem Winter ins «Theater 11» nach Zürich.

«Shrek – Das Musical»: wie die Filme weltweit ein grosser Erfolg

Der tollkühne Held Shrek und seine geliebte Prinzessin Fiona begeisterten auf der Leinwand weltweit ein Millionenpublikum. Der Lohn war ein Oscar als bester animierter Spielfilm.

Für die ganze Familie

«Shrek – Das Musical» steht dem Film in nichts nach und hat schon in vielen Ländern Gross und Klein begeistert. Die Produktion von DreamWorks ist ein farbenprächtiges, fröhlich-frechtes Showerlebnis für die ganze Familie. Sie er-

weckt die beliebten Charaktere mit Choreografien zu mitreissender Musik zum Leben.

Ab 18. Februar in Zürich

Freddy Burger Management bringt Shrek und seine Freunde nun auch in die Schweiz. Die Aufführungen im «Theater 11» finden vom 18. Februar bis am 1. März statt. Lösen Sie das Quiz auf dieser Seite, und mit etwas Glück gewinnen Sie zwei Tickets für «Shrek – Das Musical».

www.shrek-das-musical.ch

Gewinner November

Eine Nescafé Milano 2.0 für ein Jahr (Wert des Preises: 3500 Franken) gewonnen hat **Eduard Spagni**, Hotel St. Joseph in Gänsbrunnen. Wir gratulieren.



Kaffeesystem der Zukunft: Nescafé Milano 2.0.

So machen Sie mit

Senden Sie das Lösungswort und Ihre Kontaktdaten per Fax an **058 123 42 80** oder per E-Mail an **durst@fgg.ch**.

Mit ein wenig Glück gewinnen Sie zwei Tickets für Shrek, das Musical.

Einsendeschluss ist der 10. Januar 2015

UNSER BROWN ALE AUS DER ROMANDIE

KREIERT AUS FREUNDSCHAFT - GEBRAUT MIT LEIDENSCHAFT



**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloessen.ch

Der Genfer Pub-Betreiber Roman Pieruzek:

«Ich schwöre auf die direkte Belieferung durch Feldschlösschen»

Die Produkte von Feldschlösschen schätzt er schon lange, direkt beliefert er aber erst seit Herbst 2013. Der Gastronom hat es nie bereut, auf die Direktbelieferung umzustellen.

Im Gegenteil: «Ich hätte mich schon viel früher für diesen Schritt entscheiden sollen, sagt der Besitzer des Pubs Lord Jim in Genf. Von der Partnerschaft mit Feldschlösschen könne er enorm profitieren.

Vor anderthalb Jahren entschloss sich Roman Pieruzek, sich von Feldschlösschen direkt beliefern zu lassen. «Als langjähriger Abnehmer von Feldschlösschen-Produkten hätte ich mich schon viel früher für die direkte Belieferung entschliessen sollen», sagt der Betreiber des Genfer Pubs Lord Jim heute.

Ärger mit Zwischenhändler

Während vieler Jahre bezog Roman Pieruzek die Getränke über einen Zwischenhändler. «Zu lange habe ich mich mit dessen Minimalleistung zufrieden gegeben», sagt der Gastronom. Als treuer Kunde vermisste er die professionelle Betreuung. Roman Pieruzek: «Die fachliche Begleitung war sozusagen inexistent.»

«Ein wertvoller Partner»

Der Genfer fragte sich: «Warum sollte ich nicht Feldschlösschen als direkten Partner wählen, zumal ich schon überzeugt war, dass dieses Unternehmen die beste Auswahl an Bieren für ein Pub anbietet?»

Wichtige Ansprechpartner

Zudem könne er bei Feldschlösschen «das Vollsortiment beziehen, direkt und vollumfänglich von den Hitflash-Aktionen profitieren, und alle Getränke werden direkt durch die Chauffeurs Champeau Thierry und Kaya Haci angeliefert». Die beiden Feldschlösschen-Chauf-



feure seien für ihn im Tagesgeschäft schon wichtige Ansprechpartner geworden, sagt der Gastronom.

Roman Pieruzek besprach sich mit Sales Manager Luis Pereira und ist seit Herbst 2013 direkt beliefertes Feldschlösschen-Kunde. «Luis aber auch der zuständige Kundenberater der Logistik, Claude Basso, berieten mich kompetent und sind nach wie vor wertvolle Partner für mich», sagt der Gastronom.

Gefühl von Sicherheit

Von der Direktbelieferung ist Roman Pieruzek begeistert: «Alles geht schneller – nie eine Verspätung, die frische Ware vom Schloss wird direkt ab dem Feldschlösschen-Standort Satigny ge-

liefert, der gleich um die Ecke liegt. Einfach super! Feldschlösschen ist ein Partner, auf den ich mich wirklich verlassen kann. Ich schwöre auf die Direktbelieferung und empfehle sie allen meinen Kollegen.»

Als Kunde mit direktem und persönlichem Kontakt zu Feldschlösschen hat Roman Pieruzek ein Gefühl von Sicherheit: «Ich weiss, ich kann

jederzeit auf die professionelle Unterstützung durch Feldschlösschen zählen.»

Eine positive Bilanz

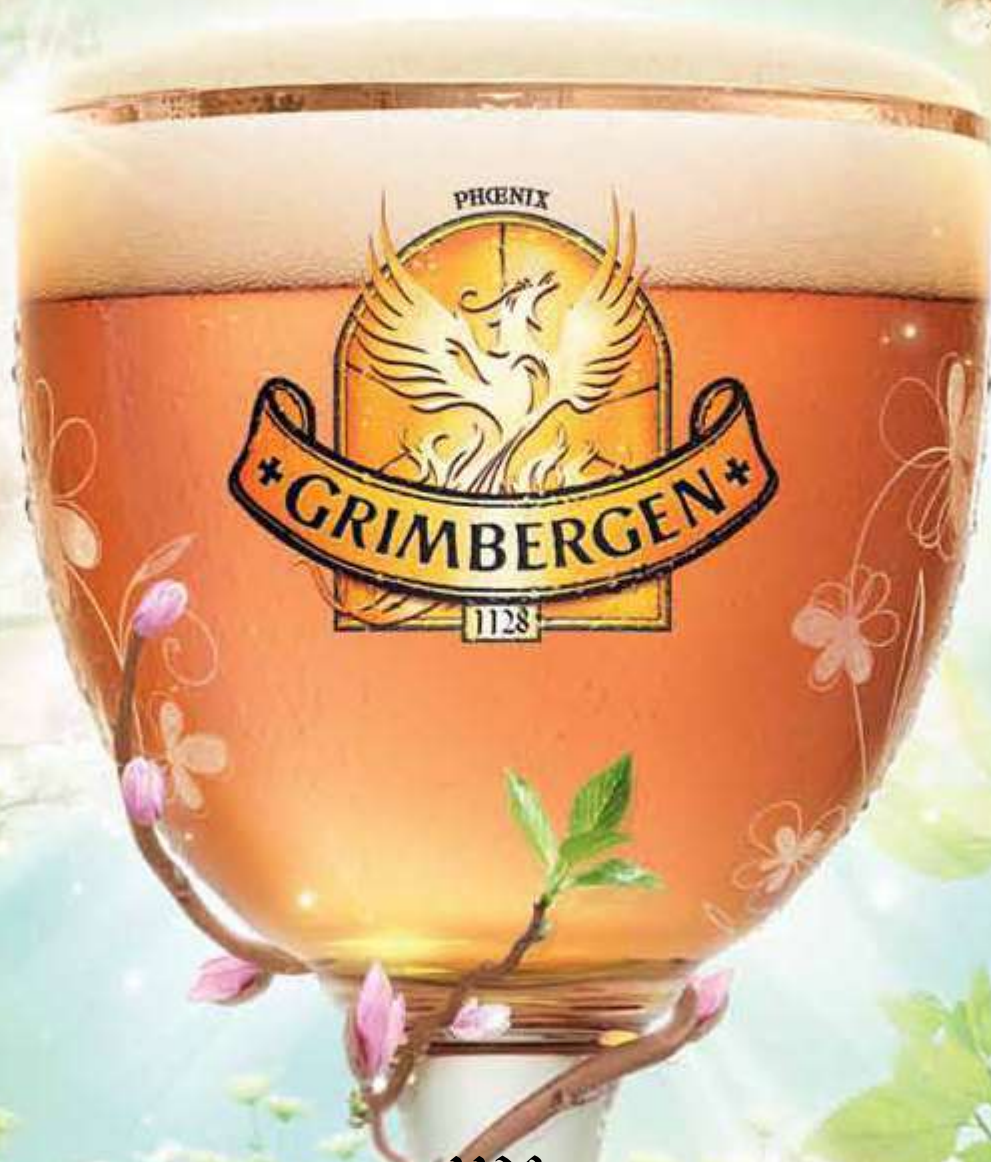
Roman Pieruzeks Bilanz nach gut einem Jahr Direktbelieferung: «Qualität, Leistung, Zuverlässigkeit und Betreuung sind top. Und wie gesagt: Ich hätte schon viel früher auf die direkte Belieferung umstellen sollen.»

Partner, die sich schätzen: Pub-Betreiber Roman Pieruzek (links) und Sales Manager Luis Pereira.

«Wir bieten eine optimale Betreuung»

Seinen direkt belieferten Kunden steht Feldschlösschen als verlässlicher Partner zur Seite. Sales Manager Luis Pereira hat mit der Umstellung auf Direktbelieferung schon manchen Gastronomen glücklich gemacht. «Wir suchen die Nähe zum Gastronomen, setzen uns intensiv mit dessen Betrieb auseinander und tauschen regelmässig Gedanken und Ideen aus», sagt er. Zudem könne der Kunde von exklusiven Dienstleistungen wie der CO₂-neutralen Belieferung, LKW-Heckwerbung oder Logistikberatungen profitieren. Luis Pereira: «Ziel ist eine langfristige Win-win-Partnerschaft, die nur durch eine direkte Belieferung entstehen kann.»

+ DIE ESSENZ +
EINER LEGENDE



— 1128 —
+ GRIMBERGEN +
BIÈRE D'ABBAYE - ABDIJBIER

PRINTEMPS

ExpoGourmet an der ETH Lausanne in Ecublens

Feldschlösschen verbindet Studenten, Professoren und Auswärtige

Der anspruchsvolle Unterricht an der ETH Lausanne in Ecublens kann an die Substanz gehen. Sowohl Studenten als auch Professoren erholen sich gerne in der gediegen eingerichteten italienischen Brasserie Gina Ristorante oder verpflegen sich schnell und gesund im Cut Take-away. Die Brasserie genießt übrigens auch bei auswärtigen Gästen einen ausgezeichneten Ruf.

Gina kocht alla mamma

Patron ist Emmanuel Sailer. Seit gut einem Jahr leitet er die beiden zur DSR-Gruppe gehörenden Betriebe von ExpoGourmet. Stolz spricht er bei Cut Take-away das riesige Angebot an Frischprodukten an: «Von den Sandwiches über die Snacks bis zu den Desserts ist hier alles hausgemacht.» Wer das gediegene Restaurant dem Imbiss vorzieht,

wird sich im Gina Ristorante wohlfühlen. Hier sorgt Küchenchefin Gina für die traditionelle italienische Küche alla mamma und der Gast hat nie das Gefühl, er befindet sich auf einem Campus.

Lob für Feldschlösschen

ExpoGourmet-Direktor Emmanuel Sailer lobt die ausgezeichnete Partnerschaft mit Feldschlösschen: «Da haben wir Ansprechpartner mit einer sehr hohen professionellen Kompetenz.» Emmanuel Sailer ist auch für den Gastrosektor des ultramodernen Swiss Tech Convention Center verantwortlich: «Auch hier vertrauen wir auf die qualitativ hochstehenden Produkte und auf die hochprofessionellen Dienstleistungen von Feldschlösschen.»

www.gina-ristorante.ch
www.cut-takeaway.ch
www.tstcc.ch



Gina Ristorante: Patron Emmanuel Sailer und Küchenchefin Gina.



Cut Take-away: Von den Sandwiches über die Snacks bis zu den Desserts ist alles hausgemacht.



Swiss Tech Convention Center: Hier finden viele Events statt.

Restaurant Bösse's, Wallisellen

Pep und Schwung für Gastronomie im Dorf



Gastronomin Arina Bosshardt in ihrem Restaurant Bösse's.

Im letzten Juli hat Arina Bosshardt mitten in Wallisellen das gemütliche Dorfrerestaurant «Bösse's» eröffnet. Damit wagte die frühere Servicefachangestellte den Weg in die Selbstständigkeit. «Wir legen grossen Wert auf regionale Produkte», sagt sie. Pep und Schwung wolle sie in die Walliseller Gastronomie bringen. Das macht Bosshardt etwa mit Themenabenden wie Fondue- oder Paellaplausch, internationalen Wochen oder einem Strassenfest.

Am Mittag Geschäftsleute

Während am Mittag viele Geschäftsleute einkehren, die schnell und preiswert essen wollen, wird am

Abend im «Bösse's» vor allem das gediegene Ambiente geschätzt.

Grosses Lob für Feldschlösschen

Vom Bier über das Wasser und die Softdrinks bis zum Wein: Arina Bosshardt bezieht praktisch alle Getränke bei Feldschlösschen. «Alles aus einer Hand, das ist sehr praktisch», sagt die Gastronomin, die schon als Angestellte gute Erfahrungen mit Feldschlösschen gemacht hat. Arina Bosshardt: «Die Betreuung ist wirklich exzellent. Sogar das Leergut wird durch Feldschlösschen abgeholt. Das erleichtert uns die Arbeit sehr.»

www.boesses.ch



Jetzt beim Sales Manager bestellen: **Feldschlösschen Frühlingsbier**

Dieses fruchtige Bier

Lassen Sie Ihre Gäste den Frühling nicht nur sehen und spüren, sondern auch schmecken und geniessen! Durch die Kombination aus leichter Süsse und feiner Bittere ist Feldschlösschen Frühlingsbier perfekt für die ersten Sonnenstrahlen. Diesen fruchtig-erfrischenden Umsatzbringer können Sie jetzt bestellen.

Feldschlösschen Frühlingsbier passt mit seinem frischen, vollmundigen Aroma perfekt

zur blühenden Jahreszeit und schmeckt am besten in der wärmenden Frühlingssonne.

• **Frühling in der Nase:** sanfter, frischer, fein fruchtiger Geruch

• **Frühling, den man schmeckt:** ein getreidig-malziges Aroma, frisch und vollmundig, mit einem herben Hauch

Jetzt bestellen!

3.67 CHF

pro Liter

Feldschlösschen Frühlingsbier
Art.13095 20-Liter-Fass

Das Frühlingsbier können Sie exklusiv bei Ihrem Sales Manager bestellen.

• **Frühling auf den ersten Blick:** ein wunderbar trübes Bier mit weicher, hellgelber Farbe und einer prächtigen Schaumkrone

• **Frühling, der es in sich hat:** selektierte Malzsorten, leichte Frucht- und Nelkennoten sowie feinperlende Kohlensäure

Attraktive Marge

Feldschlösschen Frühlingsbier weckt Aufmerksamkeit und schafft auch bei der jüngeren Zielgruppe Kaufimpulse. Dazu trägt der exklusiveTV-Spot bei, der ab dem 20. März



Zum Feldschlösschen Frühlingsbier erhalten Sie ein attraktives Werbepaket.





bringt den Frühling ins Lokal

zu sehen sein wird. Feldschlösschen Frühlingsbier ist das ideale Getränk zu jeder Frühlingstafel. Es harmoniert perfekt mit Poulet, Zvieriplatten und süssen Desserts mit Früchten. Mit diesem Bier schaffen Sie ein Zusatzvolumen mit attraktiver Marge. Marktanalysen zeigen, dass der Gast

gerne bereit ist, für ein saisonales Produkt etwas mehr zu bezahlen.

Werbepaket als Geschenk
Wenn Sie bis am 31. Januar mindestens sechs 20-Liter-Fässer Feldschlösschen Frühlingsbier bestellen, schenken wir Ihnen ein Werbepaket. Es enthält unter

anderem A2-Poster, Wimpelketten, Bavetten, Tischstehler und ein Beachflag.

So können Sie bestellen
Ausgeliefert wird das Feldschlösschen Frühlingsbier zwischen dem 3. und dem 20. März. Bestellen können Sie es bis Ende Januar exklusiv bei Ihrem Sales Manager.



Grimbergen Printemps

Das Frühlingsbier Grimbergen Printemps hat einen fruchtigen Geschmack und eine raffinierte Note von Apfel, Gewürzen, Lakritze und Ingwer. Diese Spezialität des Abteibiers Grimbergen mit der in zwei Rosatönen gefärbten Schaumkrone lässt Frische und Fruchtigkeit miteinander verschmelzen. Mit Grimbergen Printemps kommt der Frühling in Ihr Lokal und Sie generieren Zusatzvolumen bei einer attraktiven Marge. Wenn Sie mindestens vier 20-Liter-Fässer bestellen, erhalten Sie zudem attraktives Werbematerial.



Sales Manager hilft weiter

Feldschlösschen Frühlingsbier und Grimbergen Printemps können Sie auf den üblichen Wegen bestellen. Wenn Sie Fragen haben, hilft Ihnen Ihr Sales Manager selbstverständlich gerne weiter.

Jetzt bestellen!

5.09 CHF
pro Liter

Grimbergen
Printemps
Art. 13174
20-Liter-Fass

Das Frühlingsbier können Sie exklusiv bei Ihrem Sales Manager bestellen.

Das Beste am Apéro: Die Beilage.



Wir tun alles für die besten Chips.



DIE CHIPS-
EXPERTEN



Werkstatt-Chefin Mirjam Gonser präsentiert ein 3-Liter-Hürlimann-Bierglas.

Werkstatt 6 in Gossau ZH

Zum Riesen-Güggeli trinken auch die Frauen am liebsten ein Bier

Die «Werkstatt 6» im zürcherischen Gossau ist geschmackvoll mit Werkstattutensilien eingerichtet und von einem familiären Umgang unter Personal und Gästen beseelt. Hier verkehren «echte Kerle» und «starke Frauen». Kein Wunder, ist Bier in diesem Lokal das beliebteste Getränk – auch zum Essen!

Am Mittag erhält man schnell und günstig zünftige Menüs. Abends tauschen sich echte Kerle und starke Frauen in der mit viel Liebe und Werkstattutensilien eingerichteten Bar oder im ebenso stylischen Fumoir über ihre Alltags-Abenteuer aus. Die Frauen der «Werkstatt 6» im zürcherischen Gossau pflegen einen familiären Umgang und lesen ihren Gästen bis spät in die Nacht hinein jeden Wunsch von den Lippen ab.

Broiler mit Hürlimann

Was das Trinken betrifft, haben die «Werkstatt»-Gäste oft nur einen Wunsch: Bier! Von der grossen Auswahl beson-

ders beliebt sind Hürlimann und Guinness – auch als Begleiter zu einem feinen Essen. Kulina-

risches Aushängeschild des Lokals ist der Broiler. Das 1,8 kg schwere Güggeli wird wahlweise mit Bier (Hürlimann) oder mit Whisky abgelöscht und macht zwei bis drei Personen satt.

Frauen lieben Bier

«Zu diesem Menü bestellen die Gäste meistens ein Bier, erzählt «Werkstatt»-Chefin Mirjam Gonser. Bier sei ein wichtiger Umsatzfaktor und werde «auch als Begleiter zu den Menüs häufiger bestellt als Wein». Auch Frauen seien begnadete Biertrinkerinnen, ihnen schmecke das Grimbergen besonders gut.

Für Buezer werden grosse Menüs und für Bürogeheimnisse etwas bescheidenere Portionen serviert. Auch das Bier gibt es von S bis XXL in allen Grössen: Es beginnt beim «Zäpfli» (2,5 dl), geht über den «Zapfe» (5 dl), steigert sich zum Pitcher (1,5 l) und endet beim «Aua» (3 l). In allen Grössen hat das Lokal wunderschöne «Werkstatt»-Gläser mit dem Hürlimann-Logo.

«Bier passt zum Ambiente»

In der «Werkstatt 6» kehren viele Stammgäste ein, die sich kennen und den familiären Umgang schätzen. «Wir müssen Bier nicht speziell propagieren, denn Bier passt zum Ambiente, zum Ländlichen und natürlich auch zu unseren Gästen», sagt Mirjam Gonser. Und eben auch zum Essen: Auf der neuen Karte hat es jetzt auch Spareribs und Burger. Die Werkstatt-Chefin war schon vor deren Einführung überzeugt: «Auch zu diesen Speisen werden die Gäste mehr Bier als Wein trinken.»

www.werkstatt6.ch



Werkstatt-Hit: Riesen-Güggeli und ein Bier.

Brasserie du Lac in «Mini Beiz, dini Beiz»

Grosser TV-Auftritt für Longdrink

Feldschlösschen-Kunde Donath Anhorn ist ein innovativer Gastronom. Im letzten Herbst trat er mit seiner Brasserie du Lac in Weesen in der Sendung «Mini Beiz, dini Beiz» des Schweizer Fernsehens auf. Dort hatte

auch der Absinth Fizz mit Schweppes Ginger Ale einen grossen Auftritt. Im DURST erzählt Donath Anhorn, was diesen Longdrink so speziell macht und warum er wieder im TV auftreten würde.

Absinth Fizz mit Schweppes Ginger Ale

Zutaten

4 cl Absinth
1 Fl. Schweppes Ginger Ale
1/2 Limette
Brauner Zucker

Zubereitung

Limette in grobe Würfel schneiden und mit braunem Zucker zerstampfen. Absinth dazugeben und mit Eis auffüllen. Ginger Ale dazugeben. Mit Pfefferminzblatt oder Limettenscheibe garnieren. Kühl und im Longdrink-Glas servieren.



Der Absinth Fizz kann mit Schweppes Bitter Lemon, Schweppes Ginger Ale oder Schweppes Indian Tonic (v. links) zubereitet werden.



Donath Anhorn mit dem Absinth Fizz mit Schweppes Ginger Ale.

Er war 20 Jahre alt, als es ihn 1986 nach der Kochlehre im Zürcher «Savoy» nach Kanada zog. «Als Koch an der Weltausstellung in Vancouver öffnete sich mir damals eine völlig neue Welt», erzählt Donath Anhorn. Später kochte er im «Palace» in Helsinki, wo er die finnische Küche lieben lernte. Seit 17 Jahren ist der Bündner nun Gastgeber im Parkhotel Schwert in Weesen am Walensee und zufriedener Feldschlösschen-Kunde.

Überwältigende Resonanz

2010 eröffnete Donath Anhorn im Gebäude des Parkhotel Schwert die Brasserie Du Lac. «Hotel-Restaurants haben es generell schwer», sagt er. «Deshalb setzten wir ein neues Konzept um: Die Brasserie heisst bewusst anders als das Hotel und ist losgelöst von diesem.» Mit diesem Konzept hat Donath Anhorn grossen Erfolg – erst recht,

seit er in der TV-Sendung «Mini Beiz, dini Beiz» aufgetreten ist. «Im Oktober machten wir gleich einen Drittel mehr Umsatz. Da mag das schöne Herbstwetter eine Rolle gespielt haben, «Mini Beiz, dini Beiz» trug aber bestimmt viel dazu bei. Die Resonanz war jedenfalls überwältigend.»

Sogar ein Bild im «Blick»

In der Sendung servierten Donath Anhorn und sein Team ein Dreigangmenü. Besonders stolz ist der Gastronom auf den finnischen Lachs und dessen Räucherung im Haus. «Davon gab es sogar ein Bild im «Blick»», erzählt Donath

Anhorn. Und überhaupt: «Das Medienecho war gigantisch. Fast jede Lokalzeitung hat über die Brasserie du Lac berichtet.» Der TV-Auftritt habe sich für ihn auf jeden Fall gelohnt.

Beliebter Absinth Fizz

Gute Noten erhielt das Brasserie-Team auch für seinen Absinth Fizz mit Schweppes Ginger Ale. «Der Geschmack des Absinth harmoniert perfekt mit dem Ginger Ale», sagt Donath Anhorn und verrät: «Dieser spezielle Apéro-Drink funktioniert auch mit Schweppes Bitter Lemon und mit Schweppes Indian Tonic.»

www.parkhotelschwert.ch

Donath Anhorns Gäste geniessen während der Sendung einen Absinth Fizz mit Schweppes Ginger Ale.



In der Beiz mit Beat Schlatter

Stumme Zeichen der Biertrinker

Ort:
Bar Restaurant Don Weber,
Zürich

Zeichen des Biertrinkers. Ich reagiere darauf aber nur bei meinen Stammgästen.

Gesprächspartner:
Darko Radovanovic, Wirt

Beat: Warum? Im berühmten «Sprüngli» am Zürcher Paradeplatz gilt die Regel mit dem Löffeli in der Tasche doch auch für alle. Darko: Was für ein Löffeli?

Beat: Kennst Du das wortlose Zeichen des Profi-Biertrinkers? Steht sein leeres Glas neben dem Bierdeckel, will er ein neues Bier. Stellt er das Glas hingegen auf den Bierdeckel, will er kein Bier mehr. Darko: Selbstverständlich kenne ich diese stumme

Beat: Wenn eine ältere Frau bereit ist, für ein Schäferstündchen einen knackigen Studenten zu honorieren, stellt sie den Kaffeelöffel in die Tasse. Wenn sie ihre Ruhe will, legt sie den



Beat Schlatter (rechts) und Darko Radovanovic vom «Don Weber» in Zürich.

Löffel auf die Untertasse. Darko: Das habe ich nicht gewusst. Aber jetzt, in meinem Fall, die Sache mit dem frischen Bier: Wenn ich den Gast nicht kenne und er stellt sein Glas vielleicht aus Versehen neben den Bierdeckel, kann ich ihm doch nicht einfach so ein neues Bier aufzwingen. Das

ist der Grund, warum ich auf dieses stumme Zeichen nur bei Stammgästen reagiere.

Beat: Aber mich kennst du doch, und mein Hürlimann-Glas steht schon eine Weile neben dem Bierdeckel. Darko: Alles klar, dein neues Bier kommt sofort.
www.donweber.ch

Agenda präsentiert von MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Ski-Cracks in Adelboden und Fussballer in Arosa

• **Ski-Weltcup in Adelboden:** Im Januar macht der Weltcup-Zirkus Halt in Adelboden. Holen Sie die Skifans in Ihr Lokal und schauen Sie sich am Wochenende vom 10. und 11. Januar gemeinsam mit ihnen die Rennen am Chuenisbärgli an. Wenn Sie eine Wette anbieten, sind Stimmung und Spannung doppelt so hoch. Ein kühles Bier bietet sich als Preis für den Wettsieger an. Übrigens: Eine Woche später finden die Rennen in Wengen statt.
www.weltcup-adelboden.ch



• **Ice Snow Football in Arosa:** Die inoffizielle Schneefussball-Weltmeisterschaft bietet interessante Begegnungen mit ehemaligen Fussballstars und spannende Spielmomente inmitten der verschneiten Bergkulisse von Arosa. Am 22. und 23. Januar treffen sich die Teams der Schweiz, Hollands und Deutschlands sowie die Global Unit All Stars zu diesem aussergewöhnlichen Turnier auf Schnee und Eis. Sie sind gespickt mit vielen Altstars.
www.arosa.ch



BIERLEXIKON

V wie Vitamine

Bier enthält jede Menge **Vitamine**, vor allem Vitamin B. Ein Liter Lagerbier hat einen durchschnittlichen Vitamingehalt von 0,04 mg Vitamin B1, 0,3 bis 0,4 mg Vitamin B2, 0,47 bis 0,82 mg Vitamin B6, 0,5 mg Biotin (B7), 6,3 bis 8,8 mg Nikotinsäure (B3), 0,8 mg Folsäure (B9) und 0,9 bis 1,1 mg Pantothenäure (B5). Die B-Vitamine sind wichtig für reine Haut und schönes Haar. Aber auch der gesamte Stoffwechsel, die Nerven und das Immunsystem sowie das Sehvermögen und die Blutbildung greifen auf die B-Vitamine zurück.



GASTROWITZ des Monats

«Hohes Gericht, mein Mandant, den man der Brandstiftung beschuldigt, muss schon deshalb unschuldig sein, weil er sich an dem Tag, als sein Restaurant abbrannte, morgens zwei Fässer Bier liefern liess. Wer würde sich als Brandstifter noch kurz vor der Tat fünf Fässer Bier liefern lassen?» Darauf der Richter: «Angeklagter, wird bei Ihnen denn so viel getrunken?» – «Das nicht, Herr Richter. Aber ich hab mir halt gedacht, dass die Männer von der Feuerwehr bestimmt mächtig Durst haben werden.»

SWISS PREMIUM SELECTION

NEU FÜR DIE
GEPFLEGTE
GASTRONOMIE
UND HOTELLERIE.



**JETZT
BESTELLEN!**

myfeldschloesschen.ch

SYMPATHISCH. WIRTSCHAFTLICH. AUTHENTISCH.

WWW.SWISS-PREMIUM-SELECTION.CH