



DURST

Das Gastronomie-Magazin des Unternehmens Feldschlösschen – www.durstzeitung.ch
Nr. 5 | Mai 2016

Marco Streller
freut sich auf die Euro

Fussball, Grilladen und Bier

- ▶ Was der Ex-Star unserer Nati zutraut
- ▶ Welches Bier er im Kühlschrank hat
- ▶ Warum Fussball im Lieblingslokal besonders schön ist

Grosses Interview
Seite 10



HIT



**Feldschlösschen
Bügel**

Nettopreis **1.86**
statt 1.98

MW Harass | 20 x 0,50 |
Art. 10975



Neuer Bierführer

«Schweizer Biere 2016/17»
serviert und charakterisiert
rund 280 einheimische Biere

Seite 19

Glasklare Sache

Ein Schweizer Meister sagt,
welches Bier in welchem
Glas serviert werden sollte

Seite 29

Food & Wine Pairing Mai

SINNLICHE LIAISON.

SUMMERTIME ROSÉ VON
DER CÔTES DE PROVENCE ZU
SUSHI UND SASHIMI.

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



Bestellen Sie unter www.myfeldschloesschen.ch 0848 125 800

Editorial

Holen Sie die Fussball-EM in Ihr Lokal



Liebe Leserinnen, liebe Leser

Im DURST-Gespräch auf [Seite 10](#) sagt Marco Streller, warum die EM-Endrunde in Frankreich sowohl für das Schweizer Nationalteam als auch für die Schweizer Gastronomie eine grosse Chance ist. Der frühere Nati-Star verrät, mit wem er sich die Spiele anschauen wird und was – Träumen ist erlaubt – nach dem Finalsieg in der Schweizer Garderobe stehen würde.

Machen Sie es wie Laurent Jaccard und holen Sie die Euro 2016 in Ihr Lokal. Auf [Seite 13](#) erklärt der Lausanner Gastronom, wie er in diesem Sommer dank des Fussball-Grossevents den Umsatz steigern wird. Ihr Getränkepartner Feldschlösschen unterstützt Sie, damit auch Sie zu den Gewinnern der EM-Endrunde vom 10. Juni bis am 10. Juli zählen werden. Lesen Sie auf [Seite 15](#), welchen Ball wir Ihnen zuspiesen und warum sich das letzte Maiwochenende perfekt eignet, um Ihre Gäste auf Fussball in Ihrem Lokal einzustimmen.

Feldschlösschen fördert die Bierkultur und die Biervielfalt. Unsere Diplom-Biersommelière Gaby Gerber hat das Buch «Schweizer Biere 2016/2017» geschrieben, das in diesem Frühling erscheint. Auf [Seite 5](#) können Sie das Buch gewinnen und auf [Seite 19](#) ein Interview mit der Autorin lesen.

Markus Furrer
Area Sales Director
Nordwestschweiz



IMPRESSUM

DURST

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

Herausgeberin

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

Gesamtverantwortung

Daniela Fernández

Redaktionelle Verantwortung

Daniela Fernández

Inserate

durst@fgg.ch

Daniela Fernández

Redaktion, Gestaltung, Litho,

Korrektur, 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 Zehnter Jahrgang

Auflage

Deutsch 24000, Französisch 10000,
Italienisch 2000

Urheberrechte

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

Bildnachweis

Freshfocus, Textension, Markus Raub,
Feldschlösschen



gedruckt in der
schweiz



Bier per Velokurier 25



Glasklare Sache 29



Fussball-EM in Frankreich 10



Carlsberg

Das perfekte Bier für die Euro 2016

Am 10. Juni beginnt die Fussball-EM in Frankreich. Die Vorfreude auf die Uefa Euro 2016 steigt von Tag zu Tag – und mit ihr die Lust auf spannende Spiele im Lieblingslokal. Carlsberg ist offizieller Partner des Fussball-Gross-events und damit die perfekte Erfrischung bei heissen Matches.

«Probably the best beer in the world»: Carlsberg steht seit 1847 für höchste Qualität. Das Premium Bier ist leicht und vollmundig, es hat einen gehaltvollen Geschmack und eine mittlere Bittere. Carlsberg passt perfekt zu Pizza sowie zu Grillspeisen und Fleischgerichten. Mit Carlsberg machen Sie auch in Ihrem Lokal Lust auf die Uefa Euro 2016.



Jetzt bestellen!

3.99 CHF

pro Liter

Carlsberg

Art. 10362 20 Liter Fass

Art. 10984 20 Liter Fass für Draught Master Regular

Art. 11463 20 Liter PET-Fass für Draught Master Modular

Art. 10414 50 Liter Fass

www.myfeldschloesschen.ch



WEIN DES MONATS

Bianco di Chieti IGT

NICOLAS BARESE

Der **Bianco di Chieti** in seiner strohgelben Farbe zeigt Anklänge von tropischen Früchten. Ein aromatischer, fülliger, lieblicher Wein mit leicht blumigem und fruchtigem Geschmack nach Melonen und Datteln.

Passt perfekt zu ...

Der Bianco di Chieti passt optimal in die asiatische Küche, vor allem zu Nudelgerichten und Reis.

«THE BOTTLE» – Food & Wine:

www.bottle.ch

Jetzt bestellen!

12.90

pro Flasche

Bianco di Chieti IGT

Art. 12430

6 x 75cl EW Karton

www.myfeldschloesschen.ch



Bierapéro

Ein kleiner Gewinn für Ihre Gäste

Zur EM gehört ein französisches Häppchen zum Bier. Wie wär's mit Profiteroles (frz. für «kleiner Gewinn»)? Der zuckerlose Brandteig des klassischen Desserts passt auch zu salzigen Füllungen.

Profiteroles mit Kräuterquark

ZUTATEN FÜR 30 STÜCK: 2,5dl Wasser, 1dl Milch, 80g Butter, ½ TL Meersalz, 180g Dinkelmehl, 4 Eier, 100g Rahmquark, 250g Magerquark, ½ Zitrone, 75g Parmesan, 1 TL Thymian, 1,8dl Rahm.

ZUBEREITUNG: Wasser, Milch, Butter und Salz aufkochen. Mehl einrühren, abkühlen lassen. Eier unterrühren. Mit Spritzbeutel Häufchen formen. Bei 160°C 15 Min. backen, weitere 20 Min. bei 130°C. Abkühlen lassen, mit Schere halbieren. Quark, Zitronenschale, Zitronensaft, Parmesan und Thymian verrühren. Rahm schlagen und unterheben. Profiteroles mit Quarkmasse füllen.



AKTIVES VERKAUFEN

FELDSCHLÖSSCHEN ACADEMY

Wussten Sie, dass während eines Grossanlasses wie der Fussball-Europameisterschaft mit einem zweiten Verkaufspunkt bis zu 30% mehr Umsatz gemacht werden?

Tipp des Monats

Gehen Sie auf die Plattform myfeldschloesschen.ch. Unter Services / Gastroservice / Draught Master Systeme erfahren Sie, welche Möglichkeiten Feldschlösschen Ihnen in Bezug eines zweiten Verkaufspunktes bietet.



Rum Havana Club 7 Años

Sieben Jahre gereift in Eichenfässern

Kuba ist der Geburtsort des besten Rums – das beweist der legendäre Rum Havana Club 7 Años. Er verkörpert alle charakteristischen Geschmacksfacetten, für die Havana Club weltbekannt ist: Aromen von Kakao, Vanille, Zuckerrohr, Kastanie und karamellisierten tropischen Früchten; eine komplexe Altersnote kombiniert mit der Frische von Zuckerrohr. Seinen komplexen Geschmack erhält der dunkle Rum Havana Club 7 Años durch den Reifeprozess in weissen Eichenfässern, der mindestens sieben Jahre dauert.

Jetzt bestellen!

37.90 CHF
pro Flasche

Rum Havana Club 40%
Art. 15665 70cl EW Glas

www.myfeldschloesschen.ch



Carlsberg ist Partner der Euro 2016

Feldschlösschen braut für die Fussballfans in Frankreich das Bier

Schon lange vor dem Anpfiff zur Fussball-Europameisterschaft (10. Juni bis 10. Juli) steht ein erster Schweizer Sieger fest: Feldschlösschen wurde von der Carlsberg-Gruppe mit der Produktion und der Abfüllung von insgesamt 30 000 Hektolitern Carlsberg Alkoholfrei und Carlsberg 5.0 für den Ausschank am Grossereignis in Frankreich beauftragt.

Freude und Stolz in Rheinfelden

«Unsere Mitarbeitenden freuen sich schon auf den Moment, wenn wir in den Fernsehübertragungen die Fans im Stadion sehen, die ein alkoholfreies Bier in der Hand haben, und wir wissen, dass wir es für diesen besonderen Fussballmoment gebraut haben», sagt Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz. Carlsberg ist offizieller Partner der Euro 2016.



Neue T-Shirts für die Chauffeure

Perfekter Auftritt im Hochsommer

Seit über einem Jahr sind die Chauffeure von Feldschlösschen in traditioneller Fuhrmannoptik unterwegs. Auf der Strasse sind sie ein Blickfang, bei den Kunden punkten sie mit dem per-

perfekten Auftritt, und selbst schätzen sie die Funktionalität der hochwertigen Kleidung. Im letzten, heissen und für die Gastronomie perfekten Sommer wurde es ihnen in den Edelweisshemden sogar in der Kurzarmversion allerdings ganz schön warm.

Für ganz heisse Tage

Das neue T-Shirt erfreut durch seine Leichtigkeit die Chauffeure, und das einheitliche Design zum beliebten Edelweisshemd wird ganz bestimmt auch unsere Kunden begeistern. So bleibt nämlich ein einheitliches Auftreten gewährt, und im kommenden Sommer sind die Chauffeure von Feldschlösschen jetzt auch für die ganz heissen Tage bestens gerüstet.



Das neue T-Shirt ist ideal für heisse Hochsommertage.

Verlosung

Mitmachen und Bierbuch gewinnen

Das neue Buch «Schweizer Biere 2016/2017» richtet sich an alle, die mehr über die vielfältige Welt der Biere wissen wollen. In Zusammenarbeit mit dem Schweizerischen Brauereiverband und der IG unabhängiger Schweizer Brauereien wurden rund 280 Lager- und Spezialitätenbiere von ausgebildeten Biersommeliers aus der Schweiz sensorisch getestet und bewertet. Autorin des Buches ist Gabriela Gerber, Diplom-Biersommelière und Leiterin Unternehmenskommunikation bei Feldschlösschen.

Zehn Bücher zu gewinnen

DURST verlost zehn Bücher im Wert von je 39 Franken. So machen Sie mit: Senden Sie Ihre Kontaktdaten und das Stichwort «Bierbuch» per E-Mail an durst@fgg.ch oder per Fax an **058 123 42 80**. Einsendeschluss ist der 10. Mai 2016.



Schweizer Biere 2016/2017

Werd Verlag, Autorin: Gabriela Gerber – ca. 280 Seiten, Softcover. ISBN 978-3-85932-768-9 Preis: 39 Franken

Interview mit der Autorin
Gabriela Gerber Seite 29

UNSERE FLASCHEN SIND GROSS, UNSERE PREISE DAFÜR KLEIN.



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.



DRINKS DES MONATS

Drei beflügelnde Drinks mit der Red Bull Summer Edition

Die Red Bull Editions kombinieren die bekannten Vorteile des Energydrinks mit speziellen Geschmacksrichtungen. Für diesen Sommer wurde die Summer Edition mit Kiwi und Apfel kreiert. Weil sie die gleichen qualitativ hochwertigen Inhaltsstoffe wie Red Bull Energy Drink enthält, verleiht auch sie Flügel – und lässt sich hervorragend als Mixgetränk verwenden, wie die drei Rezepte von zwei Feldschlösschen Kunden zeigen.

www.redbull.ch



Jetzt bestellen!

1.94 CHF

pro Dose

Red Bull Summer Edition
Kiwi/Apfel
Art.15670
24x 25cl Dose

www.myfeldschloessen.ch



Russian Summer

by Matt, Lima Bar Zürich

4 cl Vodka
Limettenschnitz
Frische Minze
2 Löffel Rohrzucker
4 Eiswürfel

in ein Glas geben und mit der Red Bull Summer Edition Kiwi und Apfel auffüllen.



Kiwi Licious

by Matt, Lima Bar Zürich

4 cl Orangensaft
½ Kiwi
6 Eiswürfel
im Mixer mixen.
4 cl Lillet

begeben und mit der Red Bull Summer Edition Kiwi und Apfel auffüllen.



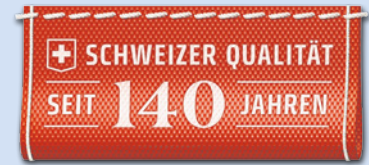
Mona's Garden (ohne Alkohol)

by Ivan, Atelier Classic Bar Thun

1 cl Basilikumsirup
5 cl Ananassaft
3 Limettenschnitz
5–6 Eiswürfel

in ein Glas geben und mit der Red Bull Summer Edition Kiwi und Apfel auffüllen.

FELDSCHLÖSSCHEN- JUBILÄUM



Kältemaschine als früher Meilenstein

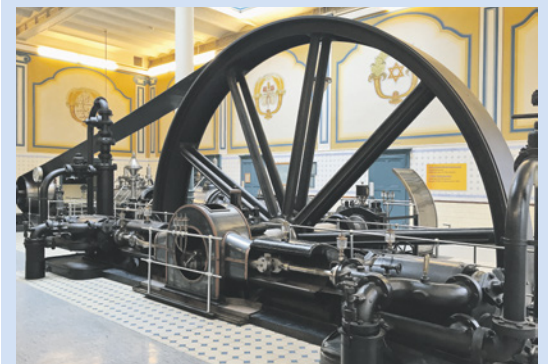
Der Winter 1877/78 war derart warm, dass kein Weiher gefror. Weil es damals noch keine maschinelle Eisgewinnung gab und Bier ohne Eis weder herzustellen noch zu lagern ist, musste mit grossem Aufwand Eis aus dem Klöntal nach Rheinfelden transportiert werden. Feldschlösschen setzte schon damals auf die Karte Innovationskraft und erreichte 1892 dank der Installation der ersten Eismaschine die Unabhängigkeit vom Natureis.

Wer damals ohne Kühlmaschinen braute, konnte das Bier nur in der näheren Umgebung verkaufen. Die Qualitätsansprüche waren bescheiden. Dem Brauer und Feldschlösschen-Mitgründer Theophil Roniger genügte das nicht. Er braute gutes Bier, und er wollte mehr.

Angetrieben von Dampfmaschinen

Die Kältekompressoren wurden von Dampfmaschinen angetrieben. In Rheinfelden steht noch immer eine solche Maschine – ein Sulzer-Boxer-Ammoniakkompressor, gekuppelt mit einer Tandemverbund-Dampfmaschine, Baujahr 1900. Sie war bis 1957 in Betrieb.

Die Installation einer Kältemaschine 1892 war wie der direkte Bahnanschluss 1889 eine der ersten Innovationen in der Geschichte von Feldschlösschen. Viele weitere folgten.



Die 1900 installierte Kältemaschine war bis 1957 in Betrieb und steht noch immer in Rheinfelden.



Mühsame Eisgewinnung in der Zeit vor den Kältemaschinen.

Vive la France



Promotion auf allen
Chips Portionen
und Nuss Packungen

Fussball-Reisen und weitere tolle Frankreich-Preise.

TRAVEL CLUB 
SPORTS WORLDWIDE

ACCOR HOTELS.COM

TGV Lyria

L'ORÉAL
MEN EXPERT



Wir tun alles für die besten Chips.

Z
ZWEIFEL

DIE CHIPS-
EXPERTEN

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

zweifel.ch/gastro

Freude in Brienz über Wettbewerbsgewinn im DURST

Die Nescafé Milano 2.0 steht im Frühstücksraum des Seehotels Bären

«Fantastisch, was diese Kaffeemaschine alles kann», sagt Bernadette de Souza, Chef de Service im Seehotel Bären. Sie hat im Wettbewerb des November-DURST eine Nescafé Milano 2.0 für ein Jahr gewonnen. Der Wert des Preises beträgt rund 3500 Franken.

Wertvolle Dienste

Ein Techniker von Nestlé hat die Maschine im Frühstücksraum des Brienzer Hotels installiert. Bernadette de Souza ist begeistert von der neuen Nescafé Milano 2.0: «Die Maschine wird uns wertvolle Dienste leisten.»

Eigene Kaffeekreationen

Die Nescafé Milano 2.0 ist der Durchbruch in eine neue Kaffee-

Bernadette de Souza und Sree Kumar Gopalan (in der Mitte) vom Brienzer Seehotel Bären mit Yves Branchi von Nestlé (rechts), Hans-Rudolf Regez von Feldschlösschen (links) und der Kaffeemaschine Nescafé Milano 2.0.

welt für die Gastronomie. Mit ihr kann das Kaffeeangebot mit einfacher Menüführung mit Trendgetränken ergänzt werden. Die Blending-Funktion macht es sogar möglich, eigene Kaffeemischungen und damit

ein neues Markenzeichen zu kreieren. Die Nescafé Milano 2.0 liefert alle Daten auf den PC, sodass das Kaffeegeschäft bequem vom Büro aus überwacht werden kann.

www.nescafe-solutions.ch



Ein Mitarbeiter von Nestlé montiert die Nescafé Milano 2.0.



Blick auf die Altstadt von Rheinfelden.

Wakkerpreis 2016

Ehre für Rheinfelden und Freude bei Feldschlösschen

Der Schweizer Heimatschutz verleiht der Stadt Rheinfelden den Wakkerpreis 2016. Die aargauische Grenzstadt am Rhein wird ausgezeichnet, weil ihre Lebensqualität dank langfristigem Denken über die Landesgrenze hinweg positiv beeinflusst werde. In seiner Würdigung erwähnt der Heimatschutz die

lebendige Altstadt, die hochwertigen Freiräume und die kurzen Wege für die Bewohner. Die Stadtbehörden hätten ein feinmaschiges Netz für den Fuss- und Veloverkehr geschaffen. Ebenso sei ein Stadtgefüge entstanden, das den Massstab wahre und «spannende Wechselwirkungen zwischen Gebäu-

den und Aussenraum sowie von Alt und Neu hervorbrachte».

Spezielles Bier für die Feier

Feldschlösschen hat seinen Hauptsitz in Rheinfelden und freut sich über die Auszeichnung. Die Brauerei ist Teil des Wärmeverbunds Rheinfelden, der unter anderem mit Abwär-

me aus dem Schloss nachhaltige Energie produziert.

Die Übergabe des Wakkerpreises findet am 18. Juni statt. Für die Feier schenkt Feldschlösschen der Stadt 1000 Flaschen Bier eines Spezialsudes. Das Etikettendesign wird mittels eines Wettbewerbes von der Rheinfelder Bevölkerung kreiert.

Marco Streller freut sich auf die Euro 2016 in Frankreich

«Im Stammlokal verbinden Fussball und

Gemütlich mit Freunden zusammen sein, ein Bier geniessen, grillieren und die Spiele schauen: Marco Streller freut sich auf die Fussball-EM. Der frühere Nati-Star hat sich in Rheinfelden mit Markus Furrer, Area Sales Director bei Feldschlösschen, über die Euro 2016 unterhalten. Er glaubt an die Chancen der Schweizer Nati und der Schweizer Gastronomie und sagt, was nach dem Finalsieg in der Schweizer Garderobe stehen würde.

Markus Furrer: Willkommen im Feldschlössli. Sag mal Marco, bist du zum ersten Mal hier?

Marco Streller: Nein, euer schönes Schloss habe ich schon als Schulkind besichtigt. Wie der FC Basel ist es in unserer Region eine feste Grösse, auf die wir stolz sind.

Und wie die Fussball-Nati und die Klubs verbindet Bier als Kulturgut ein Land, aber auch eine Stadt oder eine Region.

Ja, das sehe ich auch so. Während Feldschlösschen die Fans der Nationalmannschaft verbindet, trinken Zürcher sicher gern ein Hürlimann und wir in Basel eher ein Warteck. Ich finde es immer schön, wenn nachhaltige Produkte aus der Region geschätzt werden.

Fussball und Bier, das passt gut zusammen. Was denkst du, wie viele Treffer gibt es, wenn man bei Google «Marco Streller» und «Bier» eingibt?

Keine Ahnung.

Mehr als 12000.

Ehrlich? Nicht schlecht! Es ist tatsächlich so, dass ich seit meiner Zeit als Amateurfussballer ab und zu gerne ein Bier trinke. Ich erinnere mich, dass wir vor langer Zeit einmal nach einem Sieg eine Kiste Bier erhalten haben – quasi als Honorar. Als Sportler schaute ich aber schon damals auf die Ernährung und lebte sehr gesundheitsbewusst. Zudem spielten wir in der 2. Liga und hatten durchaus Ambitionen. Trotzdem sassen wir nach den Spielen bei einem Bier zusammen und liessen den Match gemütlich ausklingen. Das war eine gute Zeit. Nach dem Sport ist Bier mit seinen

Marco Streller (links) im Gespräch mit Markus Furrer, Feldschlösschen Area Sales Director Nordwestschweiz.



Nährwerten übrigens ein durchaus wertvolles Getränk.

Welche Biere bevorzugst du?

Generell trinke ich gerne helles Lagerbier wie das Feldschlösschen Original, das ich auch zu Hause im Kühlschrank habe. Als ich in Stuttgart in der Bundesliga spielte, kam ich aber auch auf den Geschmack des vollmundigen Weizenbieres.

Carlsberg ist Partner der Euro 2016 in Frankreich. Macht das dieses Premium Bier in diesem Sommer noch attraktiver?

Ja, die Fans nehmen die Partnerschaft mit dem Turnier durchaus wahr, zumal Carlsberg im Fussball generell stark präsent ist. Mit der Nationalmannschaft haben wir schon 2004 Werbung für diese Marke gemacht; ich erinnere mich, dass ich damals in einem TV-Spot auftrat.

Gruppenegegner der Schweiz sind Gastgeber Frankreich, Rumänien und Albanien. Was traust du unserer Nati in diesem Sommer an der Euro zu?

Sehr viel! Deutschland, Spanien, Frankreich und auch Belgien sind die Topfavoriten, danach kommt von der Substanz her schon bald die Schweiz. Die aktuelle Nati ist unglaublich talentiert und hat die Fähigkeit, gegen grosse Teams über sich hinaus zu wachsen. Diese Mannschaft hat das Zeug, um die grosse Überraschung des Turniers zu werden.

Ist sie denn talentierter als die Nati, in der du zwischen 2003 und 2011 gespielt hast?

Ja, das ist sie. Viele Spieler haben bei ausländischen Topklubs eine Führungsrolle inne, das war zu meiner Zeit nicht der Fall. Dafür hatten wir im Team eine unglaublich schöne Geschlossenheit, und das ist eine Grundvoraussetzung für den Erfolg.

Vielleicht hattet ihr diesen Zusammenhalt ja auch, weil ihr ab und zu gemütlich mit Coach Köbi Kuhn ein Bier getrunken habt?

Das sind deine Worte, ich habe ihnen nichts hinzuzufügen. Aber

zurück zur mannschaftlichen Geschlossenheit: Sie wird während der Euro entscheidend

«Feldschlösschen verbindet die Fans der Schweizer Nati.»

sein, wie weit unsere Nati kommen wird. Spielerisch verfügt sie über eine grosse Substanz...

... sodass sie die Gruppenphase überstehen sollte?

Ja, denn die Schweiz ist nach Frankreich ganz klar die zweitstärkste Mannschaft der Gruppe. Albanien spielt zum ersten Mal an einer EM, und Rumänien war schon lange nicht mehr dabei. Die Achtelfinals zu erreichen, ist eine lösbare Aufgabe, und danach ist alles möglich.

Wo und mit wem schaust du dir die Euro-Spiele an?

Einige Spiele werde ich im SRF-Studio als Experte begleiten. Ganz besonders freue ich mich auf die Matches, die ich mit meiner Familie bei uns im Gar-

Bier die verschiedensten Kulturen»

ten oder bei einem Cousin in Nuglar sehen werde. Der Cousin baut immer eine kleine Tribüne auf. Bei ihm werden wir grillieren und bei einem Bier gemeinsam den Fussball genießen. Es wird übrigens die erste Endrunde sein, die mein siebenjähriger Sohn bewusst erleben wird. Das wird auch für mich eine

«Die Euro 2016 ist auch eine Chance für die Gastronomie.»

ganz neue und spezielle Erfahrung sein. Die fünfjährige Tochter ist noch etwas zu klein, um die Spiele zu verfolgen.

Sie suchen also wie viele Fans das gesellige Zusammensein?

Absolut. Das ist doch das Schöne am Fussball: Man kommt bei Freunden oder im Lieblingslokal zusammen und schaut sich die Spiele gemeinsam an. Das ist übrigens auch eine Chance für die Gastronomie: Fussball und Bier verbinden im Stammlokal die verschiedensten Kulturen und Nationalitäten. Der Fussball liefert Gesprächsstoff, der Grenzen sprengt, und er gibt Anlass für schöne Grillfeste im Garten oder auf der Terrasse. Auch darauf freue ich mich.

Bei den Meisterfeiern des FCB steht in der Regel eine Kiste Bier in der Garderobe. Wird das auch nach einem Sieg der Schweizer Nati in Frankreich der Fall sein?

Nein, wenn noch weitere Spiele anstehen, wird dies nicht der Fall sein. Ein Bierchen würde zwar nicht schaden, heute ist der Fussball aber extrem schnell, zudem werden die Spieler über die Social Media so stark überwacht, dass ein Bier nach dem Match bestimmt für Kritik sorgen würde. Ich spielte noch in einer anderen Generation und gönnte mir auch als Sportler ab und zu ein Bier. Wir wussten uns immer zu helfen und waren uns auch bewusst, was drinliegt.

Nach dem Finalsieg stände dann aber schon eine Kiste Bier in der Nati-Garderobe?

Oh ja, nicht nur eine!

Marco, ich danke dir für das Gespräch. Weisst du übrigens, dass ich an einem Grünpeltturnier in Zwingen einmal gegen dich spielen durfte?

Sorry, aber daran erinnere ich mich nicht mehr. Das muss ewig her sein, wohl noch im letzten Jahrhundert. Seit ich Profi war, riskierte ich meine Knochen nicht mehr an Grünpeltturnieren.

Persönlich: Marco Streller

Am 18. Juni, einen Tag vor dem zweiten Schweizer Gruppenspiel gegen Frankreich, wird Marco Streller 35 Jahre alt. Der Basler ist verheiratet und hat zwei Kinder (7+5). 2007 ist er als Stürmer des VfB Stuttgart Deutscher Meister geworden, mit dem FC Basel hat er acht Schweizer Meisterschaften und dreimal den Cup gewonnen und mit dem Nationalteam die WM 2006 in Deutschland sowie die Euro 2008 in der Schweiz und in Österreich bestritten.

Seit seinem Rücktritt als aktiver Fussballer am Ende der letzten Saison arbeitet Marco Streller in der Distributionsfirma seines Vaters, an der er zu 50 Prozent beteiligt ist. Zudem ist er bei seinem Stammklub, dem FC Basel, in verschiedenen Funktionen tätig, unter anderem in der Abteilung Marketing, Verkauf & Business Development.



Marco Streller zu Besuch bei Feldschlösschen in Rheinfelden.



*Raising the bar
and everyone in it.
For over 600 years.*

Be Legacy



Bulldog Bar in Lausanne

Acht Grossbildschirme und ein starker Partner: Die Euro kann beginnen

In der Gastronomie ist es wie im Fussball: Man erzielt Erfolge, man macht aber auch Fehler. Der Lausanner Laurent Jaccard hat während der Fussball-WM 2014 Lehrgeld bezahlt, aus den damaligen Fehlern aber viel gelernt. Auch deswegen ist er überzeugt, dass die Euro 2016 für seine Bulldog Bar ein Erfolg wird.

Nicht ohne Stolz schweift der Blick von Laurent Jaccard durch die mit acht Grossbildschirmen bestückte Bulldog Bar auf der bekannten Lausanner Amüsiermeile Flon: «Wir sind bereit, die Euro in Frankreich kann beginnen», sagt der Barbetreiber. Schon 2014 hat Laurent Jaccard während der WM in Brasilien mit Erfolg auf die Karte Fussball gesetzt. «Damals mussten wir aber trotz einer gut aufgestellten Infrastruktur bitteres Lehrgeld bezahlen», erinnert er sich.

Fehler I: 3 Etagen

Ein Fehler sei beispielsweise gewesen, die zwölf Bildschirme in dem neben der Bulldog Bar gelegenen Xoxo Club auf drei Etagen zu verteilen. «Der Ansturm war gewaltig, aber mein Team und ich waren dabei ganz klar überfordert. Eine optimale Bedienung der Fans auf drei Stockwerken war trotz enormem Einsatz fast nicht möglich.»

Fehler II: Vorreservierungen

Mit den Vorreservierungen habe es 2014 ebenfalls Probleme gegeben. Laurent Jaccard: «Durch den Grossaufmarsch entstand ein heilloses Durcheinander. Gäste, die reserviert hatten, fanden die Plätze bereits durch andere Fans besetzt. Für jene, die bei uns auch essen wollten, war dies besonders ärgerlich.»

Die Lehren aus den Fehlern

Laurent Jaccard und seine Crew haben aus den gemachten Fehlern die notwendigen Lehren gezogen und sind überzeugt: Die Euro 2016 in Frankreich wird für die Bulldog Bar ein Riesenerfolg mit einem schönen Umsatzplus. Das neue Konzept



Die Grossbildschirme sind da, und die Gäste der Bulldog Bar freuen sich auf die Euro in Frankreich.

sieht vor, die acht Grossbildschirme in nur einem Raum mit 200 Plätzen zu installieren. Dazu kommt ein weiterer Grossbildschirm auf der ebenfalls rund 200 Fans Platz bietenden Terrasse. Die nun viel kürzeren Laufwege erleichtern dem während der Euro fast 20-köpfigen «Bulldog»-Team die Service-Arbeit. Auch die Sache mit den

Vorreservierungen habe man jetzt im Griff, sagt Laurent Jaccard.

Der wichtige Partner

Feldschlösschen ist für den Barbetreiber ein unverzichtbarer Partner: «Schon während der WM 2014 profitierten wir von Feldschlösschens grosser Erfahrung bei Grossveranstaltungen. Sei es bei der Produktberatung,

bei Logistikfragen oder bei der Belieferung mit Fanartikeln: Die Betreuung während der hektischen WM-Wochen war tadellos.»

Die Werbetrommel

Jetzt rührt Laurent Jaccard kräftig die Werbetrommel: Wie 2014 werden die Fussballfans über eine Plakatkampagne informiert, dass sie in der Bulldog Bar auf modernen Grossbildschirmen alle Euro-Spiele sehen können. Acht Offenbiere aus dem grossen Feldschlösschen-Sortiment, angeführt von Carlsberg, werden den Fans angeboten. Wer aus Fehlern lernt, ist einen grossen Schritt weiter. Alles deutet darauf hin, dass die Bulldog Bar zu den Siegern der Euro 2016 zählen wird.

Barbetreiber Laurent Jaccard (links) und Feldschlösschen Sales Manager Sergio Blanco freuen sich auf die Euro 2016 in Frankreich.



FELDSCHLÖSSCHEN VERBINDET FUSSBALLFREUNDE



Mit Verantwortung
genießen.



Feldschlösschen wünscht
eine erfolgreiche
UEFA EURO 2016™

Feldschlösschen verbindet die Schweiz



Seit 1876 gebraut in der Schweiz

Die Euro ist eine Chance für die Gastronomie

Nehmen Sie den Ball auf und machen Sie sich zu einem Gewinner

Unsere Nati ist dabei und die Anspielzeiten sind perfekt für die Gastronomie: Holen Sie die Euro in Ihr Lokal und machen Sie während eines ganzen Monats einen schönen Mehrumsatz! Feldschlösschen hilft Ihnen, das Fussballfest optimal zu nutzen.

15 Uhr, 18 Uhr und 21 Uhr: Das sind die attraktiven Anspielzeiten der Euro 2016 vom 10. Juni bis am 10. Juli in Frankreich. Sie garantieren volle Lokale von Mitte Nachmittag bis tief in den Abend hinein. Neben den Spielen der Schweizer Nati versprechen vor den Halbfinals und dem Final (vgl. Box unten rechts) auch die Viertelfinals volle Lokale: Sie finden von Donnerstag bis Sonntag (30. Juni bis 3. Juli) statt, also an für die Gastronomie perfekten Wochentagen. Angespielt wird jeweils um 21 Uhr.

Zusätzliche Gäste

Viele Fussballfans wollen die Spiele gemeinsam sehen. Als Gastronom können Sie davon profitieren und zusätzliche Gäste in Ihr Lokal holen. Zeigen Sie die Spiele auf grossen Fernsehern oder sogar auf Grossleinwänden, sorgen Sie für ein tolles Fussballfest und steigern Sie so den Umsatz. Was den Bierkonsum betrifft, hat die Marktforschung längst bewiesen:

Er steigt während Fussball-Gross-events kräftig an.

Grosse Unterstützung

Feldschlösschen verbindet die Fussballfans – auch in Ihrem Lokal. Wie bei früheren Welt- und Europameisterschaften unterstützt Ihr Getränkepartner Sie als Gastronom, damit Sie von der Euro 2016 profitieren können. Wie Feldschlösschen werden auch die Marken Cardinal und Carlsberg Eurostimmung in die Lokale bringen. Als Partner der Euro ist Carlsberg in diesem Sommer besonders attraktiv. Nehmen Sie den Ball auf, den Feldschlösschen Ihnen zuspielt, und machen Sie sich zu einem Gewinner der Euro. Haben Sie Fragen? Ihr Sales Manager hilft Ihnen gerne weiter.



Die Schweizer Spieler bejubeln an der Euro-Qualifikation ein Tor.

Public Viewings mit Feldschlösschen

Von A wie Aarau bis Z wie Zürich: Feldschlösschen ist bei Public Viewings als Getränkepartner mit dem Lieblingsbier der Schweizer Fans präsent. Zwei der grössten Public Viewings mit Live-Musik und Rahmenprogrammen finden in Chur (Vögele-Arena) und in Winterthur (Winti-Arena) statt.

Dieses Weekend macht Lust auf die Euro

Am letzten Maiwochenende können Sie Ihren Gästen zeigen, wie schön Fussball in Ihrem Lokal sein kann: Am Samstag (20.45 Uhr) steigt der Final der Champions League. Am Sonntag (16.15 Uhr) spielen Lugano und Zürich um den Schweizer Cupsieg. Eine perfekte Chance, um die EM in Ihrem Lokal zu bewerben.

Das Traumwochenende

Samstag, 28. Mai, 20.45 Uhr Sonntag, 29. Mai, 16.15 Uhr
Final Champions League Schweizer Cup, Final



Diese EM-Spiele versprechen volle Lokale

Das Eröffnungsspiel

Freitag, 10. Juni, 21 Uhr Frankreich – Rumänien

Die Gruppenspiele der Schweiz

Samstag, 11. Juni, 15 Uhr Albanien – Schweiz
Mittwoch, 15. Juni, 18 Uhr Rumänien – Schweiz
Sonntag, 19. Juni, 21 Uhr Schweiz – Frankreich

Die Halbfinals

Mittwoch, 6. Juli, 21 Uhr Erster Halbfinal in Lyon
Donnerstag, 7. Juli, 21 Uhr Zweiter Halbfinal in Marseille

Der Final

Sonntag, 10. Juli, 21 Uhr Final in Paris

800 Gäste am Traditionsanlass im Kursaal

Berner geniessen Gurten Osterschoppe

Wer an einem «Gurten Osterschoppen» teilgenommen hat, trägt sich den Termin vom nächstjährigen Anlass im Kalender ein. Es ist eine langjährige Tradition, dass sich Berner Persönlichkeiten zwei Wochen vor Ostern auf Einladung von Feldschlösschen treffen. So kamen am 7. März dieses Jahres wieder rund 800 Gäste im Kursaal in Bern zusammen. Während die Gaumen mit dem speziellen Gurten Osterschoppenbier und Häppchen verwöhnt wurden, unterhielt man sich über verschiedenste Themen rund um Politik, Wirtschaft und Kultur.

Der Biermarkt ist in Bewegung

Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz eröffnete den 42. Gurten Osterschoppen und ging in seiner Rede auf die aktuelle Wirtschaftssituation ein. Das Umfeld sei rauer geworden, Unternehmer müssten heute langfristig denken und damit den Schweizer Wirtschaftsstandort stärken. Auch der Schweizer Biermarkt sei in Bewegung, immer mehr Brauereien kämen auf den Markt. Dies sehe Feldschlösschen nicht als Bedrohung, sondern vielmehr als Chance. Denn so setzten sich die Konsumentinnen und Konsumenten immer häufiger mit Bier auseinander.

«Tom Küffer & Friends» mit Klassikern

Die Überraschungsband des Abends war «Tom Küffer & Friends». Das Quartett rund um das Urgestein der Berner Musikszene spielte Klassiker wie «Louenensee» von Span und «Hemmige» von Mani Matter. Von der Bühne aus gelang es den vier Musikern, das Publikum in ihren Bann zu ziehen. So wie es sich seit dem letztjährigen Osterschoppen gehört, spielte die Band zum Abschluss den Berner Marsch und erhielt dafür von Thomas Amstutz eine Urkunde.



Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz und Alt-Bundesrat Samuel Schmid.



Franziska Linder (VITA E BELLA) und Djamila Barka (G.U.S. GmbH).



Marcel Kreber (Direktor) und Johann Rudolf Meier.



Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz (Dritter von rechts) übergibt «Tom Küffer & Friends» eine Urkunde. Zweiter von links: Ulrich Reinhard (Area Sales Director Feldschlösschen).



Christian Mettler und Andreas Mettler (Bären, Oberbottigen), Bruno Hofer (Könizer Zeitung) und Simon Schneider (Bowlingcenter Marzili, von links) geniessen ein Valaisanne Ämrich Weizen.



Marc Lüthi (CEO SCB Eishockey AG) und Partnerin Barbara Trachsel.



Die Berner Sängerin Annet und ihre Kollegin.

nbier



Die Besucherinnen und Besucher des Arosa Electronica geniessen den elektrisierenden Sound, die Sonne, die Berge und das erfrischende Carlsberg.



Arosa Electronica mit Partner Carlsberg

Elektrisierende Stimmung in den Bergen

Die dritte Auflage des Arosa Electronica übertraf alle Erwartungen: Hunderte von Elektronikfans genossen die Day- und die Nightpartys und natürlich das strahlende Bündner Bergwetter. Am Feldschlösschen-Kundenanlass herrschte ebenfalls eine Riesengaudi. Carlsberg ist Partner des Szenefestivals und sorgte für die passende Erfrischung. www.arosaelectronica.com



Am dritten Arosa Electronica war die gute Laune unter dem blauen Himmel ansteckend.

«Happy Chickens» mit Feldschlösschen an der Fasnacht

Motto: Eis hämmer immer nu gnoh!

«Happy Chickens» sind eine Fasnachtsgruppe aus Muri AG, die aus sieben Frauen und vier Männern besteht. In diesem Jahr haben sie ihren Wagen als Feldschlösschen gestaltet, wofür sie von Sales Manager Dominique Bréchôt mit Material unterstützt worden sind. Feldschlösschen als Sujet stiess an der Fasnacht auf eine grosse Beachtung, und auch das Motto der «Happy Chickens» ist passend: «Eis hämmer immer nu gnoh!»



Der Wagen der Fasnachtsgruppe «Happy Chickens».



Die leeren Becher müssen durch volle ersetzt werden.



tor SBV) und (CEO Berest AG).



Francine Jordi mit te Beyeler.



Eigentlich wollten wir nur Tee machen.
Aber dann wurde irgendwie mehr daraus:
Ein Teegetränk, das nicht nur voller
besonderer Kräuter steckt, sondern auch
leicht prickelnd und erfrischend ist.
Oder eben: **Tee. Sehr, sehr anders.**

AKTION
im HitFlash Mai



Kombucha Classic
0,25 l Glas 0,5 l PET

CARPE DIEM[®]
PREMIUM TEA DRINKS



Jetzt bestellen auf
myfeldschloessen.ch

LE GOÛT À LA FRANÇAISE





AUF EIN BIER MIT GABRIELA GERBER

«Das Bierproduktionsland Schweiz darf stolz sein auf seine Biervielfalt»

Sie haben das Buch «Schweizer Biere 2016/2017» geschrieben, das am 29. April erscheint, dem Tag des Schweizer Bieres. Wie kamen Sie zu dieser Aufgabe?

Gabriela Gerber: Wir haben schon im letzten Jahr bei der ersten Ausgabe zusammen mit dem Werd & Weber Verlag intensiv am Buch mitgearbeitet. Zusammen mit dem Schweizer Brauerei-Verband und der IG unabhängiger Brauereien haben wir für die zweite Ausgabe definiert, welchen Inhalt wir zusätzlich zu den Verkostungsnotizen der Biersommeliers beisteuern können. Ich habe mich gefreut, dass ich als Autorin zum Gelingen dieses Buches beitragen darf. Der Schweizer Biersommelier-Meister Roger Brügger hat die Kapitel «Bierstile» sowie «Bier und Essen» und der Bier-Historiker Matthias Wiesmann das Kapitel «Geschichte des Schweizer Biers» verfasst.



Gabriela Gerber ist die erste Diplom-Biersommelière der Schweiz und Autorin des Buches «Schweizer Biere 2016/2017»



«Das Buch sagt auch, welches Bier zu welcher Speise passt.»

GABRIELA GERBER

Gabriela Gerber arbeitet seit 19 Jahren bei Feldschlösschen, seit 2012 leitet sie die Unternehmenskommunikation. Die Mutter zweier Buben ist als erste Diplom-Biersommelière der Schweiz unter anderem auch Dozentin und Prüfungsexpertin für Biersommeliers.

... und das Buch ja die Bierkultur und die Biervielfalt in der Schweiz zeigen will.

Genau. 20 Biersommeliers haben rund 280 Schweizer Biere verkostet und bewertet, die auf dem Markt erhältlich sind. So wird den interessierten Bierkonsumenten gezeigt, wie unterschiedlich Biere schmecken können. Es gibt in der Schweiz sehr viele Spezialitäten, und auch die verschiedenen Lagerbiere unterscheiden sich durchaus. Das Buch enthält auch Rezept-Tipps und sagt, welcher Bierstil zu welcher Speise passt. Hinzu kommen Hintergrundinformationen über die Biersommelier-Ausbildung, ein Abriss über die Schweizer Biergeschichte, die Bierstile, den Bierorden und die Frage, wie man Bier richtig degustiert.

Das Buch ist also ein handlicher Rundumführer. Was ist denn neu in seiner zweiten Auflage?

80 neue Biere wie das Valaisanne Bière de Cave werden präsentiert, auch Saisonbiere sind in der zweiten Auflage dazugekommen. Zudem sind weitere Brauereien im Buch vertreten.

Als erste diplomierte Biersommelière der Schweiz kennen Sie sich im Thema bestens aus. Hat Sie beim Schreiben des Buches dennoch etwas überrascht?

Positiv überrascht hat mich, dass wir es als Branche schaffen, etwas gemeinsam auf die Beine zu stellen. Das ist ein weiteres Zeichen für die Aufbruchstimmung, die in der Schweizer Bierlandschaft herrscht. Heute weiss man, wie wichtig Biervielfalt ist, auch und ganz besonders für die Gastronomie. Das Buch zeigt zudem, dass Feldschlösschen als Marktführer gemeinsam mit den anderen Brauereien etwas für die Branche tun will.

Wie ausgeprägt ist sie denn, die Schweizer Biervielfalt?

Die Schweiz ist ein Bierproduktionsland, das sehr viele unterschiedliche Biere herstellt. Auf diese Vielfalt dürfen wir stolz sein.

Das neue Buch «Schweizer Biere 2016/2017» aus dem Werd Verlag kostet 39 Franken.

Es ist auch am Kiosk erhältlich. Auf Seite 5 gibt es 10 Exemplare zu gewinnen.



Entdecke den erfrischend anderen Geschmack

**Neu in der
33 cl Bügelflasche**

Mit Verantwortung
genießen.



Feldschlösschen Braufrisch

Feldschlösschen verbindet Neugierige



Gebraut in der Schweiz



Wettbewerb

Zehn Fussbälle von Feldschlösschen und Cardinal mit Pumpe zu gewinnen

Sind Sie ein Fussballexperte und haben Sie diesen DURST gut gelesen? Dann sollte dieses Quiz für Sie kein Problem sein. Die Buchstaben der fünf richtigen Antworten ergeben das Lösungswort.

1. Wie heisst das internationale Premium Bier, das offizieller Partner der Uefa Euro 2016 ist?

- P** Carlsberg
D Ludwigsberg
A Gustavsberg

2. Auf welche drei Teams trifft die Schweizer Nationalmannschaft in der Gruppenphase der Euro 2016?

- S** Deutschland, Polen und Nordirland
A Frankreich, Albanien und Rumänien
P Spanien, Türkei und Kroatien

3. Wie heissen die Events, an denen Fussballfans gemeinsam die EM-Spiele und ein Bier geniessen?

- O** Public Football
D Soccer Viewing
R Public Viewing

4. Wo findet am 10. Juli das grosse Finale der Uefa Euro 2016 statt?

- F** in Marseille
I in Paris
S in Lyon

5. Welches internationale Premium Bier wird im EM-Land Frankreich gebraut?

- S** 1664
R Grimbergen
K Kilkenny



Mit Feldschlösschen und Cardinal am Ball

Vom 10. Juni bis am 10. Juli spielen die 24 besten Fussball-Nationalmannschaften des Kontinents in Frankreich um den Europameistertitel.

Auch auf unzähligen Schweizer Strassen, in Gärten und auf Schulhöfen dreht sich im Sommer alles um das runde Leder. Feldschlösschen und Cardinal liefern die perfekten Biere für die dritte Halb-

zeit und sorgen mit ihren Fussbällen dafür, dass auch während des Matches alles rund läuft.

DURST verlost je 5x2 attraktive Fussbälle mit Pumpe von Feldschlösschen und Cardinal. Lösen Sie den Wettbewerb auf dieser Seite, und mit etwas Glück können Sie schon bald zum Freundschaftsspiel einladen.

Das Lösungswort lautet:

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

So machen Sie mit

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

Mit etwas Glück gewinnen Sie einen Fussball mit Pumpe von Feldschlösschen oder Cardinal.

Einsendeschluss: 10. Mai 2016.



Die Schweizer Nati ist bereit für die Euro in Frankreich.



**JETZT
BESTELLEN!**

1128
+ GRIMBERGEN +
ABDIJBIER - BIÈRE D'ABBAYE

Feldschlösschen Academy bei «OscarOne» in Aarau

Dank Schulung: Mehr Umsatz mit Verkauf von Spezialitätenbieren

Das Team der Bar und Lounge «OscarOne» auf dem wunderschönen Aaraauer Schlossplatz hat sich im Rahmen der Feldschlösschen Academy von Sales Manager Luca Sgura schulen lassen. Es weiss jetzt bestens über Bier Bescheid und ist in der Lage, dank aktivem Verkauf den Umsatz zu steigern.

«Ich hätte gerne eine Stange», sagt der Gast. «Was für eine Stange hätten Sie denn gerne?», fragt Chef de Service Leonie Senn nach und unterbreitet das Angebot: «Neben dem Feldschlösschen Original haben wir das naturtrübe Feldschlösschen Braufrisch mit leichten Karamell- und Malznoten, das fruchtige belgische Weissbier Grimbergen Blanche und, zur Saison passend, das Feldschlösschen Frühlingbier mit einem Hauch von Aprikosegeschmack.»

Gäste schätzen die Beratung

Der Gast schätzt die Beratung und sagt, er probiere gerne mal ein Grimbergen Blanche. Am Nebentisch entscheidet sich Nick Heizmann dank dem aktiven Verkauf von Leonie Senn für ein Feldschlösschen Braufrisch. Nach einem kräftigen Schluck meint der Stammgast: «Fein, ich liebe trübe Biere. Das Braufrisch ist sehr authentisch, bekömmlich und frisch – mehr Premium als eine normale Stange.»

Aktiver Verkauf zahlt sich aus

Für das «OscarOne» zahlt sich der aktive Verkauf aus. 60 Pro-



Luca Sgura (rechts) schult Leonie Senn und Peter Locher im «OscarOne».

zent der verkauften Biere sind Spezialitäten mit einer grösseren Marge für die Gastronomen. «Um die Biere aktiv verkaufen zu können, ist es wichtig, über sie Bescheid zu wissen. So kann man Kompetenz zeigen und den Gast richtig beraten. Wir sind zwar in erster Linie eine Cocktail-Bar, es ist uns aber ein Anliegen, auch über Bier-

kompetenz zu verfügen», sagt Leonie Senn. «Dank der Schulung im Rahmen der Feldschlösschen Academy haben wir dieses Wissen im «OscarOne».»

«OscarOne» zeigt Bierkultur

Auch Barchef Peter Locher lobt die Schulung seines Teams durch die Feldschlösschen Academy: «Wir pushen jetzt noch stärker, dass die Gäste ein neues Bier ausprobieren. Und es ist tatsächlich so: Die meisten Gäste sind bereit, für ein Spezialitätenbier etwas

«Wir pushen jetzt noch stärker, dass die Gäste ein neues Bier ausprobieren.»

mehr zu bezahlen.» Wichtig sei auch zu fragen, ob man dem Gast ein weiteres Bier zapfen dürfe, wenn dessen Glas fast leer sei. «Und weil wir unsere Bierkultur zeigen wollen», fügt Peter Locher an, «schauen wir

darauf, dass die Schaumkrone immer schön ist.»

Gast wird zum Stammgast

Die Schulung im «OscarOne» hat Luca Sgura vorgenommen. «Wenn man Bier aktiv verkauft», so der Sales Manager, «fühlt man sich als Gast wahrgenommen und wird zum Stammgast.» Im Rahmen der Feldschlösschen Academy will Luca Sgura das

Personal darauf sensibilisieren, dass Bier viel mehr als bloss «eine Stange» ist. Weitere Themen der Schulung sind neben

dem aktiven Verkauf die Kultur und der Herstellungsprozess des Biers. Luca Sgura: «Je mehr die Mitarbeitenden an der Front wissen, desto besser können sie das Bier verkaufen.»

www.oscarone.ch



Stammgast Nick Heizmann erhält von Leonie Senn das empfohlene Feldschlösschen Braufrisch.

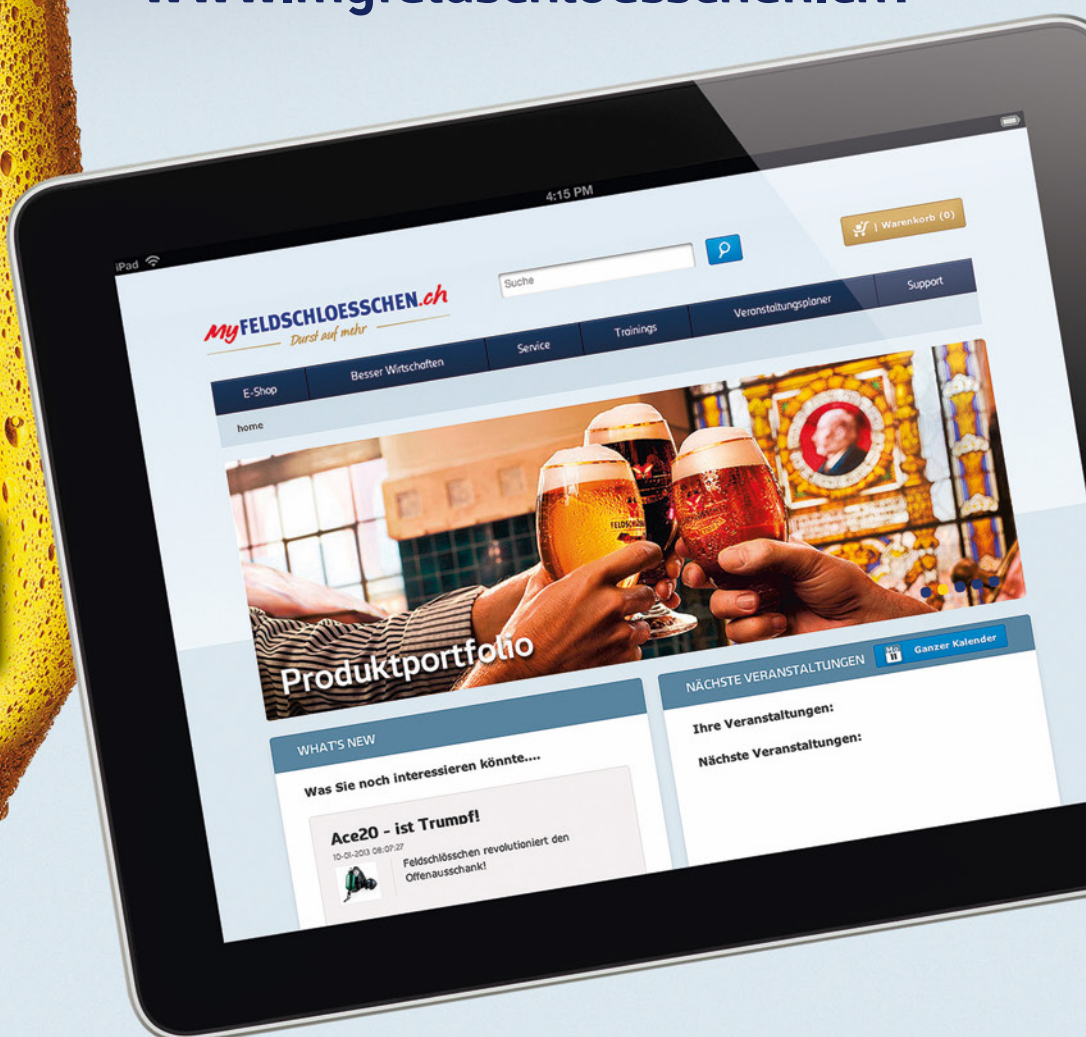
Durst auf mehr?

Sie möchten...

- besser wirtschaften und mehr Umsatz erzielen?
- jederzeit bequem online einkaufen?
- Sortimentsanalysen durchführen?
- personalisiertes Werbematerial mit Ihrem Logo?
- informative Statistiken für volle Transparenz?
- persönliches Training mit einem Bier-Sommelier?
- am liebsten alles zusammen und noch mehr?

Dann besuchen Sie jetzt die revolutionäre Online-Plattform die alles vereint:
[www.myfeldschloessen.ch!](http://www.myfeldschloessen.ch)

Sofort anmelden
und profitieren!



MyFELDSCHLOESSCHEN.ch
Durst auf mehr



FOTOS: ©BEEETLEPHOTO

Sorgen für Aufsehen auf der Strasse und Freude bei den Wirten: Velokuriere liefern testweise Bier zu Gastronomiekunden in die Innenstadt.

Einzigartiges Pilotprojekt

Kommt Bier künftig per Velokurier?

Seit ein paar Monaten bietet sich in Basel ein bisher unbekanntes Schauspiel: Velokuriere sind mit bis zu 200 Litern Bier im Gepäck unterwegs und beliefern ausgewählte Gastronomiekunden. Dank dem umweltfreundlichen Pilotprojekt profitieren Betriebe in der Innenstadt von flexibleren Lieferzeiten.

In vielen Schweizer Innenstädten ist Güterumschlag ohne Sonderbewilligung nur zu bestimmten Zeiten erlaubt. In der Basler Innenstadt etwa muss das Bier bis 11 Uhr geliefert werden. Die Leidtragenden sind vor allem Restaurant- und Barbetreiber, die kurzfristig Nachschub benötigen.

Testphase mit Velokurieren

Um Abhilfe zu schaffen, testet Feldschlösschen in einem Pilotprojekt nun mit Getränken, was in der Stadt für Essen und dringende Post längst gang und gäbe ist: Velokuriere bringen ausgewählte Lieferungen an Gastronomiekunden in der Basler Innenstadt. Der Gastronom erhält die Ware so problemlos noch am selben Tag, auch nach 11 Uhr oder am Abend. «Wir haben eine Belieferung innert drei Stunden nach Bestellung angestrebt», so Luca Faesch, Projektleiter Kundendienstleistungen Feldschlösschen.

Ein Velo, sechs Harassen

Möglich macht die flexible Belieferung das ausgeklügelte Logistiknetz, der Zugang des Velokuriers zum Getränkelager in der Stadt – und topmoderne Velos. Die zweirädrigen Cargo velos und der dreirädrige Citycruiser mit Elektromotor der Basler «KurierZentrale» können Ware von bis zu 300 Kilogramm transportieren. «Vier 50-Liter-Fässer oder sechs Harassen Bier pro Lieferung sind also problemlos machbar», sagt Jérôme Thiriet, Geschäftsführer der «KurierZentrale».

«Eine coole Idee»

Projektleiter Luca Faesch zieht nach den ersten Testfahrten ein positives Fazit: «Die Kuriere sind schneller und agiler unterwegs als unsere LKWs, sie sorgen für Aufsehen bei den Passanten und die Gastronomen waren angenehm überrascht.» Lukas Intlekofer von der «Schluggstube» bestätigt:

«Alles hat tiptopp funktioniert und ich finde es gut, die Velokuriere zu unterstützen. Eine coole Idee und ein erster Schritt zur Lösung eines grossen Problems für Innenstadtbetriebe.»

Gutes für die Umwelt

Mit Velo-Lieferungen kann ausserdem viel CO₂ eingespart werden, urbane Verkehrswege werden entlastet.

Nach einer dreimonatigen Testphase in Basel wird entschieden, ob der Service auf andere Städte ausgebaut wird. Fest steht: Das Projekt trifft den Zeitgeist, es macht Lieferungen in die Innenstadt flexibler und schneller und tut Gutes für die Umwelt.



In der Basler Innenstadt gewinnt der Velokurier auch bezüglich Schnelligkeit gegenüber dem LKW.



NEWSLETTER

MyFELDSCHLOESSCHEN.ch

Durst auf mehr

Als Gastronomiekunde profitieren Sie exklusiv von:

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



JETZT ABONNIEREN!
www.myfeldschloesschen.ch

Seminarhotel Riverside in Zweidlen

Neue Riverlodge an der Glatt

In der Erfolgsgeschichte des 2009 eröffneten Seminarhotels Riverside wurde ein weiteres Kapitel geschrieben: Weil die 44 bisherigen Hotelzimmer angesichts der vielen Seminarräume und der drei Restaurants oft nicht ausreichen, entschloss man sich zu einem Erweiterungsbau. Im April wurde die neue Riverlodge nun mit rund 2000 Gästen feierlich eingeweiht. Das Flughafen-Orchester Zürich sorgte für die musikalische Unterhaltung, und in der beliebten Feldschlösschen Lodge gab es die passenden Getränke.

Viel Liebe zum Detail

Die Namen «Riverside» und «Riverlodge» sind eine Verpflichtung. So liegen alle

52 Zimmer der neuen Riverlodge direkt an der Glatt. Sie sind 38 Quadratmeter gross und mit viel Holz und ebenso viel Liebe zum Detail eingerichtet. Jedes Zimmer hat einen Balkon, eine Regendusche und eine individuelle Wandtapete.

Bald neuer Seminarraum

«Zweidlen ist der tiefste Punkt im Kanton Zürich. Hier setzen wir auf High Level», sagt Oliver Wyss, zuständig für Marketing und Sales im Seminarhotel Riverside. Die Erfolgsgeschichte geht weiter. Weil man jetzt mehr Hotelzimmer hat, braucht es zusätzlichen Platz für Konferenzen. Ein neuer Seminarraum ist bereits in Planung. www.riverside.ch



Oben: Eines der 52 neuen Zimmer der Riverlodge.

Rechts: Die Riverlodge liegt direkt am River Glatt.



Feldschlösschen Lodge bei der Eröffnung der Riverlodge.



Geschäftsführer Ali Acar (links) und Gérald Terrier (Feldschlösschen) stechen im «Sud» das erste Warteck-Fass an.

Party- und Eventlokal Sud in Basel

Warteck kehrt zu den Wurzeln zurück

Das Gebäude im Basler Wettstein-Quartier steht unter Denkmalschutz. Hier wurde früher das Basler Bier Warteck gebraut. Vor fünf Jahren ist das «Sud» wiederbelebt worden. In der prächtigen industriellen Kulisse wird nun etwas ganz Neues gebraut: Neben der gediegenen Bar mit grossem Angebot und dem Sonntagsbrunch bietet das Event- und Partylokal seinen Gästen ein vielfältiges kulturelles Angebot.

Ein Stück Heimat

Jetzt ist auch das Lieblingsbier der Basler zu seinen Wurzeln zurückgekehrt: «Sud»-Betreiber Claude Gacon hat sich für Feldschlösschen als Getränkepartner entschieden und schenkt neu wie in seiner «Cargobar» auch im «Sud» Warteck aus. «Der Basler liebt sein Warteck», sagt der erfahrene Gastronom. Das sei «eine emotionale Geschichte, denn diese Marke ist

für uns Basler wie die Fasnacht und der FCB ein Stück Heimat».

Ein wirklich gutes Bier

«Sud»-Geschäftsführer Ali Acar spricht von einer «Heimkehr»: Kein Bier passe so gut in sein Lokal wie Warteck. Viele Gäste hätten immer wieder nach dem Basler Bier gefragt. Ali Acar: «Während Jahrzehnten hat Warteck dieses Quartier geprägt. Diese Marke gehört ganz einfach hierhin, zudem ist Warteck natürlich ein wirklich gutes Bier.»

Der offizielle Fassanstich

Anfang März wurde die Rückkehr von Warteck im «Sud» mit einem offiziellen Fassanstich und Freibier für die rund 100 Gäste gefeiert. Im Offenausschank bietet man auch Valaisanne Bière de Cave und Schneider Weisse an, zudem haben die Gäste die Wahl aus vielen Flaschenbieren. www.sud.ch

«Sud»-Inhaber Claude Gacon, Geschäftsführer Ali Acar und Gérald Terrier (Feldschlösschen) stossen im Basler Lokal mit dem Basler Bier Warteck an.



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

**DAS FRISCHE ZWICKEL, UNGEFILTERT UND UNGEZÄHMT,
DAS ÄMRICH WEIZEN MIT DER APRIKOSENNOTE
ODER UNSER PALE ALE, DAS AUS BESTEM
BRAVO-HOPFEN GEBRAUT WIRD.**



WIR MACHEN BIER.

Welches Bier in welches Glas?

«Bei Bier mit komplexem Aroma ist ein bauchiges Glas ein Muss»

Wer seinen Gästen eine breite Bierauswahl bietet, tut gut daran, das Bier auch in den richtigen Gläsern zu servieren. Der amtierende Schweizermeister Biersommelier Roger Brügger erklärt, warum das keine grosse Kunst ist und wie wenig verschiedene Gläserarten es braucht, um optimal ausgerüstet zu sein.

Roger Brügger, wie viele verschiedene Arten von Biergläsern gibt es?

Geschätzt etwa zehn, zählt man alle Nuancen mit, sind es mehr. Aber das ist eine philosophische Frage.

Warum?

Weil es nicht nur darum geht, ob ein Glas von der Form und Beschaffenheit her Sinn macht, sondern auch um Gewohnheiten. Es gibt viele Designs, durchaus auch ältere, die von der Form her perfekt sind. Andere sind weniger durchdacht, wir sind sie uns aber gewohnt, und ganz wichtig: Sie passen in den Kontext.

Haben Sie dafür ein Beispiel?

Der Klassiker ist der Masskrug: Ein Liter Bier in einem robusten, dicken Glas – das passt ans Oktoberfest und wird vom Gast dort auch erwartet. Das Bier schmeckt in einem anderen Glas aber genau so gut.

Unabhängig vom Kontext: Gibt es ein Allrounderglas, mit dem man nichts falsch machen kann?



Roger Brügger braut zu Hause Bier. Ob sein eigenes oder andere, er genießt Bier am liebsten aus einem bauchigen Glas.

Ausgezeichneter Biersommelier

Roger Brügger (44) ist amtierender Schweizermeister Biersommelier. Der Produktmanager im Maschinenbau braut zu Hause in Langenthal Bier. Weil er wissen wollte, was das selbst gebraute Bier taugt und um sein Wissen zu vertiefen, absolvierte er 2014 einen Biersommelierkurs. Prompt wurde er ein Jahr später der erste Schweizermeister. Im selben Jahr vertrat er die Schweiz an den Weltmeisterschaften in Brasilien, wo er den fünften Platz erreichte.

Wenn, dann wäre das ein bauchiges Glas, das in Richtung eines Cognacschwenkers geht. Der Durchmesser der Glasöffnung muss genügend gross sein, damit die Nase im Glas Platz hat und die Aromatik auch auf diesem Weg voll auskosten kann.

Genau diese Gläser sieht man in der Gastronomie aber eher selten.

Das stimmt, dort werden meist Stange oder Becher als Allrounder eingesetzt. Für ein sauber gebranntes Lagerbier macht das auch

Sinn, dort gewinnt man mit einem anderen Glas bezüglich Aromatik wenig. Bei Bier mit einem komplexeren Aroma aber ist ein bauchiges Glas ein Muss. Nur so werden Sie seinem Aroma gerecht und können es so betonen, dass seine Vorteile hervorgehoben werden.

Welche Gläserausstattung würden Sie unseren Lesern also empfehlen?

Wer viele verschiedene Biere ausschenkt, wird jedem gerecht, wenn er Stangengläser, Weizenbiergläser und bauchige Gläser hat. Je

komplexer das Bier ist, desto eher sollte man dann zum bauchigen Glas greifen; je schlanker das Aromaprofil des Bieres, desto schlanker auch das Glas.

Gibt es etwas, das man sonst noch beachten muss?

Das richtige Glas nützt nichts, wenn es falsch gewaschen wird. Fettrückstände zerstören Aroma und Schaum. Mit dem passenden Abwaschmittel und wenn jedes Glas vor dem Füllen kurz mit Wasser ausgeduscht wird, ist man auf der sicheren Seite.

Für Lagerbier ist und bleibt die Stange das bevorzugte Glas. Ob Reliefglas (links), Pokalglas, Becher, oder auch Halbliter-Henkelglas (rechts) hat dabei auf den Geschmack kaum Einfluss.



Für Bierspezialitäten eignen sich Gläser mit bauchiger Form, damit sich der Geschmack ideal entfalten kann (Sélection Glas links), und idealerweise hat die Nase im Glas Platz (Grimbergen Glas rechts).



Für Weizen- und Weissbier empfehlen sich die spezifischen, hohen und schlanken Gläser (hier Franziskaner Weissbier). Die Kohlensäure hat einen langen Weg bis oben und nimmt so die vielfältigen Aromen mit. Diese können dank der grossen Öffnung intensiv erlebt werden.



Rezept vom Grill aus dem Noa Restaurant Bern

«Wir sind anders – genau wie das Bier von Valaisanne auch»

Während in vielen Restaurants der Grill gerade erst vom Winterstaub befreit und für den Einsatz während der Fussball-EM bereit gemacht wird, dreht sich im Noa Restaurant in Bern das ganze Jahr über alles um Köstlichkeiten von der heissen Glut. Seit über einem Jahr zeigt das Team rund um Chefin Christine Begert, dass eine wenig bekannte Lage mit dem richtigen Konzept nebensächlich wird – und es auch anders geht.

Grillierter Markknochen mit Petersilienpesto

Rezept und Zutaten für 4 Personen

Markbein

2 Markbeine à 25cm, der Länge nach aufgesägt
Mit Salz und Pfeffer würzen und auf dem heissen Grill grillieren.

Petersilienpesto

40g Petersilie, fein geschnitten
20g Haselnüsse, geröstet, fein gemahlen
2 TL Haselnussöl
3 EL Traubenkernöl
3 EL Olivenöl
Salz

Alles vermischen, abschmecken.

Kräutersalat

Rucola
Italienische Petersilie
Kerbel
Borretsch
Eichblattsalat

Brotchips

Focaccia oder beliebiges Brot dünn aufschneiden, mit Olivenöl bepinseln und im Ofen kross backen.

Anrichten

Den Kräutersalat mit Olivenöl und Fleur de sel vermengen und auf dem Teller anrichten. Den grillierten Markknochen noch warm darauf legen und mit Petersilienpesto garnieren. Mit Brotchips servieren.



Simon Aeschbach, stellvertretender Geschäftsführer, und Patrick Friedrich, Küchenchef, stossen mit Valaisanne Pale Ale und Valaisanne Ämrich Weizen auf ein erfolgreiches erstes Jahr an.

In diesem grauen Neubau an unscheinbarer Lage würde man kaum gastronomische Höhenflüge erwarten. Betritt man aber den Lift und drückt auf die 5, findet man sich kurz darauf in einem modernen Betrieb wieder: Seit über einem Jahr ist hier das Noa Restaurant untergebracht.

Der Grill als Herzstück

«Wenn man hier oben aus dem Lift steigt, wähnt man sich in einer neuen Welt», sagt Simon Aeschbach, stellvertretender Geschäftsführer. Ob im Restaurant, an der Bar, in der Lounge oder auf der Sonnenterrasse: Verschiedene Tische, Stühle, Bänke und Sessel machen aus der grosszügigen Etage ein gastronomisches

Rundumerlebnis. Herzstück ist dabei die offene Küche mit Grill. «Bei uns ist das ganze Jahr über Grillsaison», erklärt Simon Aeschbach. Das Kochen am Grill ist eine Herausforderung für Küchenchef Patrick Friedrich – und für die Gäste willkommene Unterhaltung, wenn sie während des Aperitifs den Köchen bei der Arbeit zuschauen können.

Frisch und unkompliziert

Zum unkomplizierten und frischen Konzept gehören natürlich auch gute Produkte auf dem Teller und im Glas. Aus dem Biersortiment hat es der Noa-Crew das Valaisanne angetan: «Es ist ein bisschen anders, genau so wie wir.»

www.noa-restaurant.ch

Zur Vorspeise vom Grill ein Valaisanne Ämrich Weizen

Zum Rezept empfiehlt Küchenchef Patrick Friedrich ein Valaisanne Ämrich Weizen. Seinen unvergleichlichen Charakter erhält das Walliser Weizenbier bei der Kellerhopfung. Der Amarillo-Aromahopfen verleiht ihm sein feifruchtiges Aprikosenaroma.



In der Beiz mit Beat Schlatter

Trinker-Parkplätze und Dichter-Zimmer

Ort: Hotel Altstadt, 8001 Zürich
Gesprächspartnerin: Liz Reichenbach, Hotelbesitzerin

mit dem Auto hinfährt, weniger getrunken. Auch Leute, die sich spontan entschliessen, noch etwas zu trinken und mit dem Auto in der Stadt sind, trinken heute zurückhaltender.

Beat: Im Detailhandel hat der Bierverkauf leicht zugenommen und in den Gastbetrieben leicht abgenommen. An was könnte das liegen? Liz: Die 0,5-Promillegrenze spielt sicher eine Rolle. Die Zürcher sind nicht wie die Bündner oder die Walliser, die über dem Grenzwert noch mit dem Auto nach Hause fahren. Deshalb wird in Zürcher Landbeizen, zu denen man

Beat: Findest du, man sollte die Promillegrenze auf 0,8 oder sogar auf 1,2 erhöhen? Liz: Auf keinen Fall. Aber man sollte Trinker-Parkplätze einrichten.

Beat: Wie soll denn das funktionieren? Wenn ein Gast merkt, dass er zu viel getrunken hat, kann er doch nicht sein Auto holen und zum Trinker-Parkplatz fah-



Liz Reichenbach und Beat Schlatter auf der Terrasse vor dem Franz-Hohler-Zimmer.

ren. Das ist doch gefährlich und für die Polizei wie Weihnachten: Die müsste dann einfach rund um die Trinker-Parkplätze Alkoholkontrollen machen. Liz: Meine Idee funktioniert anders: Wenn

ein Gast merkt, dass er zu viel getrunken hat und nicht mehr nach Hause fahren sollte, gibt er beim Wirt im Lokal den Autoschlüssel ab. Der Wirt gibt dann im Computer in einem speziellen System die Autonummer des Gastes ein, und die Polizei verschont den Gast am nächsten Tag bis 16 Uhr vor einer Parkbusse.

Beat: Das ist eine gute Idee – schade, ist die nicht von mir. In deinem Hotel ist jedes Zimmer ein Kunstwerk, gestaltet vom Maler H.C. Jensen und einem Dichter oder einer Dichterin. Sag mal, wie lange verkaufst du in dieser wunderschönen Umgebung schon Bier von Feldschlösschen? Liz: Seit über 20 Jahren. Das Angebot von Feldschlösschen ist gut und auch die Gäste sind sehr zufrieden.

Agenda präsentiert von **MyFELDSCHLOESSCHEN.ch**

BEA/Pferd, Mad Staff Event und der «Maibock» in Basel



• **BEA/Pferd in Bern:** Die perfekte Mischung aus Shopping, Sonderschauen, Degustationen und Programm hat die Frühlingsmesse in Bern zum vielfältigsten Anlass dieser Art in der Schweiz gemacht. In diesem Jahr findet die BEA/Pferd vom 29. April bis zum 8. Mai statt. Auch die Feldschlösschen-Pferde mit dem Sechsspänner sind wieder dabei.
www.beapferd.ch



• **Mad Staff Event in Lausanne:** 1664 widmet diesen in der Westschweiz bestens etablierten Event dem Servicepersonal, das sich täglich für das Premium Bier einsetzt. Auch in diesem Jahr werden im Lausanner Club «Mad» rund 1000 Gäste erwartet.
www.1664.ch



• **Maibock in Basel:** Am 10. Mai laden die Marke Warteck und die Brauerei Feldschlösschen ins Volkshaus zum «Maibock». Mehrere Hundert Personen aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport nutzen diesen Event zum Beisammensein im Zeichen der Bierkultur.
www.warteck.ch



BLICK HINTER DIE KULISSEN



KEVIN KOFEL
 Event Coach.
 Bei Feldschlösschen seit Mai 2015.

«500 Tonnen Getränke und Material für drei Tage – ein spannendes Unterfangen.»

«Events zu organisieren war mein grosses Hobby, nun durfte ich es zum Beruf machen. Improvisation ist wichtig. Wenn etwas schief läuft, heisst es, richtig zu reagieren. Wenn Kunden und Besucher glücklich sind, weiss ich, ich habe meine Arbeit richtig gemacht. Eine beachtliche Zahl aus meinem Arbeitsalltag: Ans Züri Fäscht liefern wir rund 500 Tonnen Getränke und Material, bauen es für drei Tage auf und ab – das macht den Job so spannend.»

ORANGINA

Shake the pulp!



Musst du schütteln!