



Part of the Carlsberg Group

Medienmitteilung

Rheinfelden, 13. April 2020

Jedes Feldschlösschen Golden Ale kommt dem Brauernachwuchs zugute

Vier Lernende Lebensmitteltechnologe, Schwerpunkt Bier haben Feldschlösschen Golden Ale von A bis Z kreiert. Das neue Bier ist ab sofort und für kurze Zeit in ausgewählten Coop Supermärkten erhältlich. Der Kaufpreis jeder Packung wird von Feldschlösschen und Coop dem Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands (SBV) gespendet. Der Verband wird weiter in die Förderung und Bekanntmachung der Brauerausbildung investieren, um dem Fachkräftemangel in der Schweizer Brauereibranche entgegenzuwirken.

Sie sind angehende Brauer und aktuell Lernende bei Feldschlösschen: Jan, Laurin, Michael und Nicola durften sich bereits im 2019 Gedanken machen, mit was für einem Bier sie die Schweizer Biergeniesserinnen und -geniesser im Frühling 2020 überraschen wollen. Nachdem sie sich für einen Bierstil entschieden, die Rezeptur geschrieben, die Rohstoffe sorgfältig ausgewählt, erste Probesude gebraut hatten, konnten sie schliesslich «ihr» Feldschlösschen Golden Ale brauen. Die Packung des Biers fällt nicht nur mit den gezeichneten Köpfen der Lernenden auf, sondern auch mit dem Hinweis «Kaufpreis gespendet». Der Detailhändler Coop und die Brauerei Feldschlösschen lassen den gesamten Erlös aus dem Verkauf des Biers in den Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands (SBV) fliessen. Der SBV und seine Mitgliedsbrauereien wie Feldschlösschen setzen sich dafür ein, dass sich vermehrt Jugendliche für die Ausbildung als Lebensmitteltechnologin/Lebensmitteltechnologe, Schwerpunkt Bier interessieren. Die massiv steigende Anzahl an Braustätten zeigt, dass das Interesse fürs Bierbrauen in der Schweiz so gross ist wie nie zuvor. Doch das Interesse, sich zur Brauerin oder zum Brauer ausbilden zu lassen, ist weit unter den Erwartungen. Mit der Spende aus dem Verkauf von Feldschlösschen Golden Ale will der Verband die Brauer-Grundausbildung attraktiver und bekannter machen.

Neue Brauwerkstatt eingerichtet

Die Aktion fand im letzten Jahr das erste Mal und sehr erfolgreich mit dem Feldschlösschen Kristallweizen statt, das ebenfalls von vier Lernenden von Feldschlösschen entwickelt und gebraut

wurde. Mit dem Verkaufserlös wurde durch den SBV eine Lernwerkstatt in Rheinfelden (AG) eingerichtet, die zu Beginn dieses Jahres in Betrieb genommen wurde. Jährlich werden in dieser Werkstatt Lernende aller Brauereien der Schweiz während einer praxisorientierten Lernwoche zusammenkommen. Dabei werden sie sich untereinander sowie mit den Fachpersonen aus der Bierbranche austauschen können.

Feldschlösschen Golden Ale – kaltgehopft mit feinsten Aromahopfen

Gebraut wurde Feldschlösschen Golden Ale aus erstklassigem Pale-Ale-Malz und während der Lagerung kaltgehopft mit den Aromahopfen Amarillo und Mosaic. Damit wird dem Golden Ale eine angenehme Süsse und fruchtig-beerige Hopfennoten verliehen. «Ich bin stolz auf unsere Lernenden. Von Tag eins an als sie sich mit den ersten Bierideen befassten bis zur Abfüllung haben sie viel Arbeit in ihr Projekt gesteckt. Sie haben einander unterstützt und die Teamarbeit vorgelebt wie es sich für uns Brauer gehört», sagt Stéphane Quellet, Berufsbildner Brauerlernende bei Feldschlösschen.

Das goldgelb glänzende Feldschlösschen Golden Ale ist in der 33cl-Einwegflasche im 6er-Pack für eine kurze Zeit – solange Vorrat - in ausgewählten Coop Supermärkten erhältlich.

Bild-/Videomaterial: media.pr.keystone-sda.ch/Feldschloesschen/Produkte+Marken/Feldschloesschen/Golden+Ale

Informationen zur Ausbildung «Lebensmitteltechnologe, EFZ, Schwerpunkt Bier»:
www.ausbildung.bier.swiss

Für Rückfragen:

Gaby Gerber, Leiterin Unternehmenskommunikation Feldschlösschen
Tel. 058 123 45 47 / gaby.gerber@fgg.ch

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter www.feldschloesschen.swiss

Das Unternehmen Feldschlösschen

Feldschlösschen mit Hauptsitz in Rheinfelden AG ist die führende Brauerei und grösste Getränkehändlerin der Schweiz. Das Unternehmen besteht seit 1876 und beschäftigt 1200 Mitarbeitende an 21 Standorten in der ganzen Schweiz. Mit einem Sortiment von über 40 eigenen Schweizer Markenbieren und einem umfassenden Getränkeportfolio von Mineralwasser über Softdrinks bis Wein, beliefert Feldschlösschen 25'000 Kunden aus Gastronomie, Detail- und Getränkehandel. Der Erfolg von Feldschlösschen gründet auf den fest verankerten Markenwerten: Pionier, Meister, Partner. Sie bilden das beständige Fundament auf dem Feldschlösschen als Marktführer agiert.
www.feldschloesschen.swiss

