

31.10.2006 - 09:30 Uhr

Feldschlösschen: Bierinnovation für Ernährungsbewusste

Rheinfelden (ots) -

Feldschlösschen lanciert ein neuartiges Lagerbier mit vollem Geschmack und 30 Prozent weniger Kalorien sowie 60 Prozent weniger Kohlenhydraten als ein herkömmliches Lagerbier und trotzdem vollendetem Geschmack. Mit dieser Innovation bietet die grösste Bierbrauerin der Schweiz ernährungsbewussten Konsumenten ein Bier an, das es bisher in der Schweiz nicht gab.

Das grösste Bierunternehmen der Schweiz kommt mit einem neuartigen Lagerbier - Feldschlösschen Gold - auf den Markt, das bei vollem Geschmack nur 27 kcal/100 ml sowie 60 Prozent weniger Kohlenhydrate als ein herkömmliches Lagerbier aufweist und trotzdem über einen vollendeten Geschmack verfügt. Die Fortschritte im Brauwesen ermöglichen es Feldschlösschen, die gewachsenen ernährungstechnischen Ansprüche der Konsumenten zu erfüllen. Gemäss Umfragen ernähren sich 75% der Bevölkerung bewusst. Das neue Produkt ist in einer 33-cl-Transparent-Flasche erhältlich und wird in Rheinfelden gebraut. Die Entwicklung des Produkts hat sich über 12 Monate erstreckt und stellte höchste brautechnische Anforderungen an Feldschlösschen. Bei dieser Innovation handelt es sich um eine Neuheit, die es bisher in der Schweiz noch nicht gab.

Die Lancierung hat gestern Abend stattgefunden. In den Bahnhöfen von Zürich, Bern und Luzern waren zuvor während fünf Tagen überdimensionale Gold-Tresore positioniert worden, die für allerlei Spekulationen in der Öffentlichkeit gesorgt hatten. Nach der Öffnung der Tresortüren wurde den zahlreichen Interessierten und Passanten das neuste Feldschlösschen-Produkt - das ab sofort in der Gastronomie und im Coop erhältlich ist - vorgestellt.

Trotz schrumpfendem Biermarkt hat sich Feldschlösschen für die Zukunft steigende Umsatz- und Marktanteilszahlen als Ziel gesetzt. Feldschlösschen Gold und weitere Innovationen sollen dazu massgeblich beitragen. Kurz vor Feldschlösschen Gold haben die Rheinfelder bereits mit einer anderen Neuheit einen hohen Beachtungsgrad erreicht und breites Interesse vor allem bei den Konsumentinnen geweckt. Dabei handelt es sich um Cardinal Eve, ein leicht alkoholhaltiges Apéritif-Getränk mit sanftem Litchiaroma, das auf der Basis von Malz und Reis gebraut wird.

"Mit dieser zweiten Lancierung innert kürzester Zeit unterstreicht Feldschlösschen seinen Anspruch, das innovativste Bierunternehmen der Schweiz zu sein sowie schnell auf die veränderten Bedürfnisse der Konsumenten reagieren zu können", so Thomas Amstutz, CEO Feldschlösschen-Gruppe, zum neuen Produkt.

Eine Foto finden Sie unter: www.feldschloessen.com (Rubrik Medien)

Die Feldschlösschen-Gruppe ist das führende Schweizer Bierunternehmen. Die Marken von Feldschlösschen bürgen für Qualität, Genuss und Lebensfreude. Das Unternehmen verfügt über drei Brauereien in Rheinfelden, Freiburg und Sion sowie über zwei Mineralquellen in Rhäzüns und Yverdon-les-Bains. Der Hauptsitz befindet sich in Rheinfelden (AG). Feldschlösschen beschäftigt rund 1600 Mitarbeitende und gehört zu den dänischen Carlsberg Breweries.

Kontakt:

Patrick Kaiser
Tel. +41/58/123'48'38
E-Mail: patrick.kaiser@fgg.ch

Markus Werner
Tel. +41/58/123'48'39
E-Mail: markus.werner@fgg.ch

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100004983/100518571> abgerufen werden.