

NACHHALTIG- KEITSBERICHT 2025



FELDSCHLÖSSCHEN

Part of the Carlsberg Group

FÜR EIN BESSERES HEUTE & MORGEN

Feldschlösschen Getränke AG
Corporate Communications
Theophil-Roniger-Strasse
4310 Rheinfelden
+41 (0) 848 125 000
uko@fgg.ch
feldschloessen.swiss

Februar 2026
Berichtsperiode 2025

Gestaltung: Plasmadesign Studio (www.plasmadesign.ch)
Text: Bettina Sutter Hammer (www.bspr.ch)
Fotonachweis: Stefan Bienz (bienz:photography), André Springer (www.springer-photo.ch),
Annalena Kobi und Cirino Stucki (beide Mediamatik-Lernende, Feldschlösschen)

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	4
TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND	10
KENNZAHLEN (ÜBERSICHT)	10
ENERGIE & CO ₂	13
LANDWIRTSCHAFT	23
VERPACKUNG	27
WASSER	33
VERANTWORTUNGSVOLLER GENUSS	37
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT	43
GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	49
KENNZAHLEN	62

«AUF DAS UNS KOMMT ES AN»

«Als Brauerei und Getränkehändlerin sind wir der Region, in der wir produzieren, verpflichtet. Eine gute Zusammenarbeit mit Stadt, Gemeinden, Anwohnerinnen und Anwohnern, Vereinen und Verbänden ist uns wichtig. Die neue Holzschnitzelfeuerung am Standort Rheinfelden ist ein gutes Beispiel dafür, wie wir Lösungen suchen, die für alle Partner und die Umwelt Vorteile bringen.»

Thomas Amstutz
CEO Feldschlösschen Getränke AG



2025 hat Feldschlösschen einen grossen Schritt in Richtung CO₂-neutrale Bierherstellung in Rheinfelden gemacht. Der letzte Teil der fossilen Energieträger für die Wärmeversorgung der Brauerei kann nun durch eine Holzschnitzelfeuerung zur Dampfproduktion ersetzt werden. Das Holz dafür stammt aus der Region. Dank einer Zusammenarbeit mit dem Wärmeverbund, an dem auch die Stadt Rheinfelden beteiligt ist, profitiert auch unsere Standortgemeinde von der Wärmeversorgung mit erneuerbarer Energie (siehe auch S. 14).

Wie stark ist der Zusammenhalt in der Schweiz? Was verbindet uns als Gesellschaft und wo entstehen Gräben? Diese Fragen beschäftigen heute viele Menschen – auch uns als Unternehmen. Seit 150 Jahren ist Feldschlösschen in der ganzen Schweiz stark verankert. Wir bringen Menschen zusammen und ermöglichen Begegnungen. Mit Getränken und

 Feldschlösschen Getränke AG

 @brauerei_feldschloessen

 @brauereifeldschloessen

Eventlogistik sind wir dabei, wenn in unserer Heimat angestossen wird. Der Feldschlösschen Barometer, ein 2025 erstmals publizierter Bericht, hat interessante Befunde zum Thema Zusammenhalt und Identität in der Schweiz an den Tag gebracht (siehe S. 50).

Das Thema Zusammenhalt hat uns auch für die neue Kampagne der Biermarke Feldschlösschen inspiriert: Auf das Uns kommt es an. Sie feiert die Bedeutung von Gemeinschaft und echten Begegnungen, stellt die Kraft des Miteinanders und die Verbundenheit in den Mittelpunkt. Am Slogan der Kampagne orientiert sich auch unser unternehmerisches Handeln. Wir wollen als verantwortungsvolles Unternehmen auch in Zukunft einen Beitrag leisten für ein bereicherndes Miteinander, mit Verantwortung Bier und Getränke herstellen und Mitarbeitende, Kunden, Konsumenten und die Gemeinschaft in den Mittelpunkt stellen.

Ich wünsche Ihnen eine gute Lektüre und viele spannende Begegnungen.

NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND

Das Unternehmen Feldschlösschen hat sich in sechs
Schwerpunktbereichen anspruchsvolle Ziele gesetzt:

Mit einem konsequenten Programm wurden in den vergangenen
Jahren bereits grosse Einsparungen in den Bereichen Energie &
CO₂ und Wasser erreicht, Arbeitsunfälle reduziert sowie der
verantwortungsvolle Konsum gefördert.



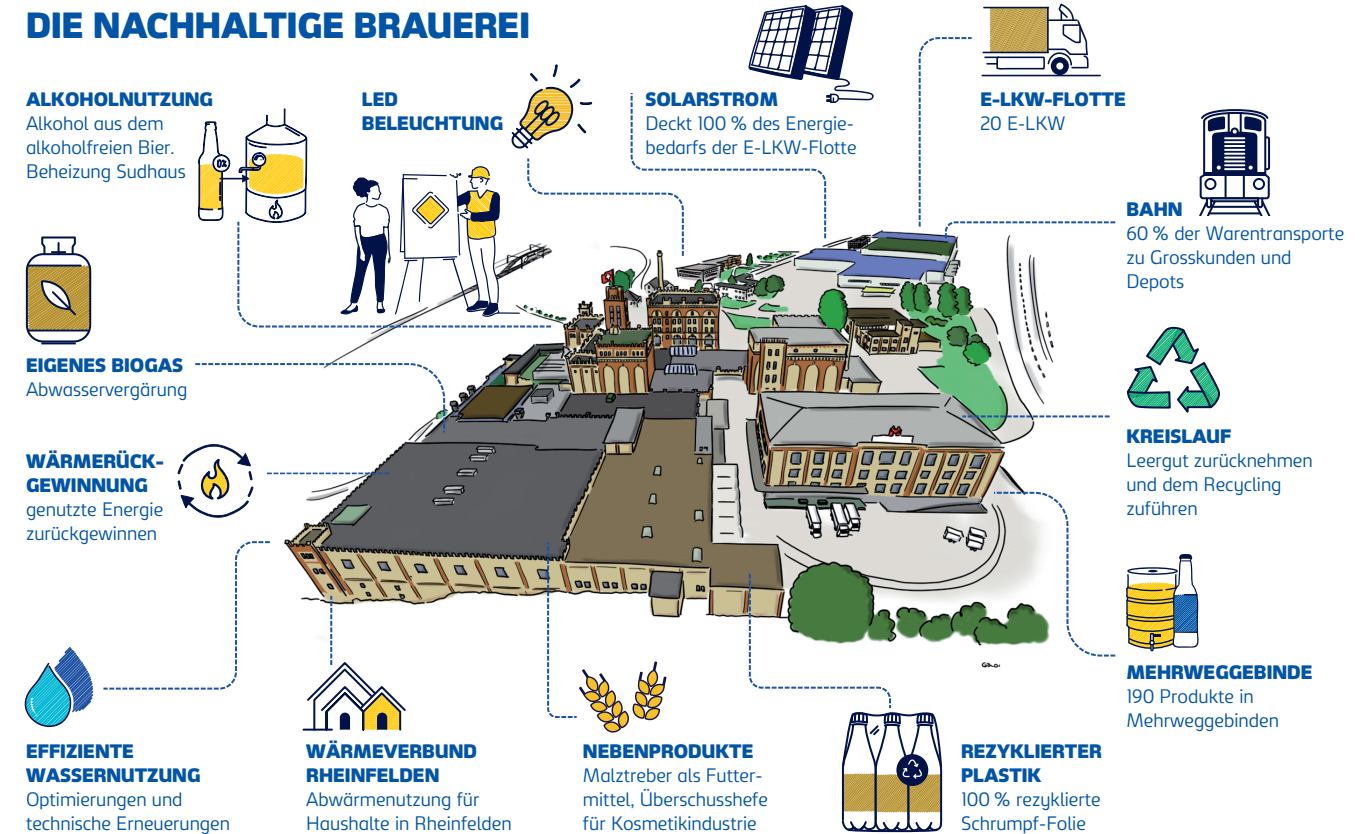
In diesem Jahresbericht werden Fortschritte und Erfolgsgeschichten aus allen Bereichen veröffentlicht. Weitere Informationen zu Nachhaltigkeitsstrategie, Schwerpunktbereichen und Zielen:



**NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE
FELDSCHLÖSSCHEN**

Feldschlösschen hat die Vision einer Netto-NULL-Wertschöpfungskette bis 2040. Bis 2030 strebt Feldschlösschen eine Reduktion der CO₂-Emissionen entlang der Wertschöpfungskette um 30 % an.

DIE NACHHALTIGE BRAUEREI



FÜNF FRAGEN AN THOMAS JANSSEN

2025 hat Feldschlösschen einen wichtigen Schritt gemacht in Richtung CO₂-neutrale Produktion in Rheinfelden. Welchen?

Für die Wärmeerzeugung in Rheinfelden decken wir bereits rund 65 % mit eigenen erneuerbaren Energien ab, dies dank Einsatz von Biogas aus der Abwasservorbehandlung und von konzentriertem Alkohol aus der Produktion von alkoholfreiem Bier. Wir wollen die verbleibenden 30 % an fossilen Energieträgern durch Holz ersetzen. 2025 erfolgte deshalb der Spatenstich für eine Holzschnitzelfeuerung.

Was wird durch die Holzschnitzelfeuerung erreicht?

Ziel ist es, ab Mitte 2026 mindestens 90 % des Wärmebedarfs der Brauerei in Rheinfelden durch erneuerbare Energien abzudecken. Die neue Holzschnitzelfeuerung im Kesselhaus ist aber nicht nur zentraler Bestandteil der erneuerbaren Wärmever-

sorgung der Brauerei, sondern indirekt auch des Stadtzentrums von Rheinfelden (siehe auch S. 14).

In den vergangenen Jahren hat Feldschlösschen auch im Bereich Wasser grosse Einsparungen erzielt. Wie identifizieren Sie weiteres Sparpotenzial?

Zentral ist es, die internen Prozesse unserer Anlagen zu verstehen und den Wasserverbrauch zu kennen. Deshalb haben wir in den letzten Jahren viel in Verbrauchsmessungen investiert. Anhand der automatisierten Verbrauchsdaten der einzelnen Produktionsschritte erkennen wir, wo das grösste Verbesserungspotenzial liegt und welche Massnahmen sinnvoll sind. Wir vergleichen unseren Verbrauch auch mit demjenigen anderer Brauereien und mit den Referenzwerten der Maschinenhersteller. Dort, wo die Unterschiede am grössten sind, setzen wir mit Priorität an.

Welche Nachhaltigkeitsprojekte wollen Sie 2026 umsetzen?

Die Inbetriebnahme des mit Waldhackschnitzel betriebenen Biomasse-Dampfkessels ist sicher das Highlight

des Jahres. Anschliessend ist einiges zu tun, um das Zusammenspiel mit den bestehenden Kesseln zu optimieren. Zudem wollen wir weitere Projekte zur Reduktion des Wasserverbrauchs realisieren. In der Füllerei installieren wir zum Beispiel einen zusätzlichen Stapelwassertank, um anfallendes Ausschubwasser bei Produktwechseln aufzufangen und für die Speisung der Kälteanlagen zu verwenden.

Was ist das Spannende an Ihrer Arbeit als Leiter Sustainability Development?

Um Prozesse nachhaltig zu optimieren, müssen sehr viele Aspekte berücksichtigt und oft mehrere Abteilungen in die Lösungsfindung einbezogen werden. Meist sind die Einzelsysteme bezüglich Effizienz bereits auf einem sehr hohen Stand. Deshalb müssen thermische Energie und Wasser, das nicht ins Produkt einfliesst, wo immer möglich, mehrfach und entsprechend den Prozessanforderungen genutzt werden. Bessere Lösungen im Team zu finden und umzusetzen spart nicht nur Energie, sondern motiviert auch, ständig nach Verbesserungen zu streben.



Thomas Janssen
Leiter Sustainability Development Feldschlösschen

Thomas Janssen arbeitet seit 2002 bei Feldschlösschen in Rheinfelden und ist u.a. zuständig für die Umsetzung der «Together Towards ZERO & Beyond»-Strategie. Der Maschinenbau-Ingenieur ETH hat ein grosses Tätigkeitspektrum: Es umfasst die Produktion, die Infrastruktur und die Gebäude aller Standorte, aber auch Projekte im Bereich Logistik (E-Mobilität).

TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND KENNZAHLEN 2025*

* Relative Veränderung gegenüber 2024.
Detaillierte Kennzahlen siehe S. 62.



ZERO
CO₂
Fussabdruck

STROM
5.5 Mio.

KWH SOLARSTROM
Produktion von rund 5.5 Mio. kWh
Strom. + 6 % gegenüber dem
Vorjahr.

30 %

EIGENDECKUNGSGRAD
Anteil des Stromverbrauchs, der
durch Photovoltaikanlagen auf
den Dächern des Unternehmens
produziert wird.

-5.6 %

CO₂-AUSSTOSS TOTAL

Im Jahr 2025 trieb Feldschlösschen die Dekarbonisierung seiner Produktions- und Logistikprozesse weiter voran und senkte den CO₂-Ausstoss um 5.6 %, vor allem durch die Umstellung der Wärmeversorgung verschiedener Standorte auf erneuerbare Energieträger und die Verringerung der Emissionen der Fahrzeugflotten. Die Reduktion in den letzten fünf Jahren beträgt 9.2 %.

64.7 %

EIGENE ERNEUERBARE ENERGIE
für die Wärmeversorgung in Rheinfelden.



ZERO
Landwirtschaftlicher
Fussabdruck

100 %

SCHWEIZER HOPFEN
Das neue Bier Feldschlösschen
Helvetic wird mit 100 %
Schweizer Premiumhopfen
gebraut.



ZERO
Verpackungsabfall

72.6 %

DER WERTSTOFFE
wurden recycelt.



ZERO
Wasser-
verschwendung

-1.2 %

WASSERVERBRAUCH

Im Vergleich zum Vorjahr sank
der Wasserverbrauch in den
Produktionsbetrieben um 1.2 %.

+1 %

WASSERVERBRAUCH
IN DEN LETZTEN FÜNF
JAHREN



ZERO
Verantwor-
tungsloses
Trinken

88.5 %

DER FELDLSCHLÖSSCHEN
KUNDINNEN UND KUNDEN
HABEN ALKOHOLFREIES
BIER IM ANGEBOT.

98 % der Kunden im Detail-
handel boten 2025 alkoholfreie
Biere aus dem Feldschlösschen-
Sortiment an. In der Gastro-
nomie waren es 79 %.



ZERO
Unfall-
Kultur

-50 %

BETRIEBSUNFÄLLE
gegenüber dem Vorjahr.



ZERO CO₂ Fussabdruck

-5.6%

CO₂-AUSSTOSS

im Vergleich zum Vorjahr.

-9.2%

**CO₂-AUSSTOSS TOTAL
SEIT 2021**

CO₂ UND ENERGIE IM FOKUS

Feldschlösschen unternimmt seit Jahren grosse Anstrengungen, um den CO₂-Ausstoss in seinen Brauereien und entlang seiner Lieferkette zu reduzieren. Dies durch die Erhöhung der Energieeffizienz, den Einsatz eigener erneuerbarer Energien sowie innovativen Technologien. In der Brauerei in Rheinfelden werden Wärme- und Kälteenergie konsequent wiederverwendet. Seit den 1980er-Jahren gibt es in vielen Bereichen Wärmerückgewinnungssysteme. Seit 2014 wird die Abwärme aus den Kühlanlagen in den Wärmeverbund Rheinfelden Mitte eingespeist. Weitere Massnahmen werden bei der Logistik ergriffen, um den Transport schrittweise CO₂-neutral zu gestalten.

ZIEL CO₂-NEUTRALE PRODUKTION IN DER BRAUEREI IN RHEINFELDEN BIS 2030

NEUE HOLZSCHNITZELHEIZUNG

2025 erfolgte der Spatenstich für eine neue, mit Holzschnitzel befeuerte Dampfkesselanlage in Rheinfelden. In Zukunft sollen Erdgas und Heizöl bei der Wärmeversorgung der Brauerei grösstenteils durch Holz ersetzt werden. Bereits heute werden rund 65 % der Wärmeerzeugung mit erneuerbaren Energien abgedeckt. Ab Mitte 2026 sollen es mindestens 90 % sein.

PARTNERSCHAFTLICHE ZUSAMMENARBEIT

Das Projekt wird gemeinsam mit der Wärmeverbund Rheinfelden AG umgesetzt. Es versorgt die Stadt Rheinfelden mit zusätzlicher erneuerbarer Energie aus dem Schloss. Der Wärmeverbund nutzt wie bis anhin Abwärme von Feldschlösschens und kann mit der neuen Holzschnitzelheizung den Wärmebedarf von ca. 1200 Einfamilienhäusern abdecken.

HOLZ AUS DER REGION

Die neue Anlage wird mit Holz aus der Region befeuert. Der Forstbetrieb Rheinfelden stellt die Versorgung mit Waldhackschnitzel aus einem Umkreis von max. 25 km sicher. Dabei gelten die Standards der nachhaltigen Forstwirtschaft: Die Wälder werden nach strengen ökologischen, ökonomischen und sozialen Standards bewirtschaftet, die über gesetzliche Anforderungen hinausgehen. Dies stellt sicher, dass der Wald für zukünftige Generationen erhalten bleibt.



2.3 MW

LEISTUNG
Holzschnitzelfeuerung

Fotolegende: Mai 2025. Vertreterinnen und Vertreter von Wärmeverbund Rheinfelden AG, AEW Energie AG, Stadt Rheinfelden und Feldschlösschen beim Spatenstich für die neue Holzschnitzelheizung.



ENERGIESPAREN STANDORTE

📍 **DIETIKON**
FERNWÄRME FÜR DAS GETRÄNKE-
VERTEILZENTRUM

-40 000 l
HEIZÖL PRO JAHR

Im Juli 2025 wurde der Logistikstandort von Feldschlösschen an das Fernwärmenetz von Limeco angeschlossen. Dieses versorgt das Limmattal mit umweltfreundlicher Energie. Das Verteilzentrum wird mit 100 % zertifiziert CO₂-neutraler Wärme beliefert. Die alte Ölheizung wurde zurückgebaut. Pro Jahr werden so ca. 40 000 l Heizöl eingespart.

📍 **RHÄZÜNS**
NACHHALTIG HEIZEN DANK
KÜHLANLAGE

-50 000 l
HEIZÖL PRO JAHR

Am seinem Standort Rhäzüns füllt Feldschlösschen die Mineralwässer Rhäzünser und Arkina aus eigenen Quellen ab und stellt diverse Softdrinks her. Seit Oktober 2025 wird der Wärmebedarf der Gebäudeheizung durch die nachgerüstete Wärmepumpenfunktion der Wasserkühlanlage gedeckt. Die Mineralwasser-Abfüllanlage wird ohne fossile Brennstoffe beheizt. Es werden ca. 50 000 l Heizöl pro Jahr eingespart.

FACTS & FIGURES ELEKTRIZITÄT

PHOTOVOLTAIKANLAGEN
an den Standorten Rheinfelden, Rhäzüns, Givisiez, Satigny, Biel

TOTAL
5.5 Mio. kWh
STROMPRODUKTION IM JAHR 2025

+6 %
GEGENÜBER DEM VORJAHR

30 %
EIGENDECKUNGSGRAD

Dieser Anteil des Stromverbrauchs wird durch Photovoltaikanlagen auf den Dächern des Unternehmens gedeckt.



E-LKW-FLOTTE
283 000 kWh
GESAMT-STROMVERBRAUCH 2025

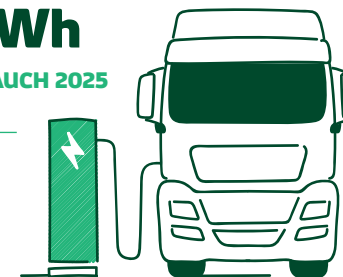
100 %
SOLARSTROM

Die benötigte Energie für die Elektro-LKW-Flotte stammt zu 100 % aus Solarstrom, der auf den Dächern des Unternehmens produziert wird. Dadurch:

-74 000 l Diesel **-197 t CO₂e¹**

im Vergleich zu Standard-Diesel-LKW der gleichen Gewichtsklasse.

¹ CO₂e ist die Abkürzung für CO₂-Äquivalente, eine Masseinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung von Treibhausgasen.

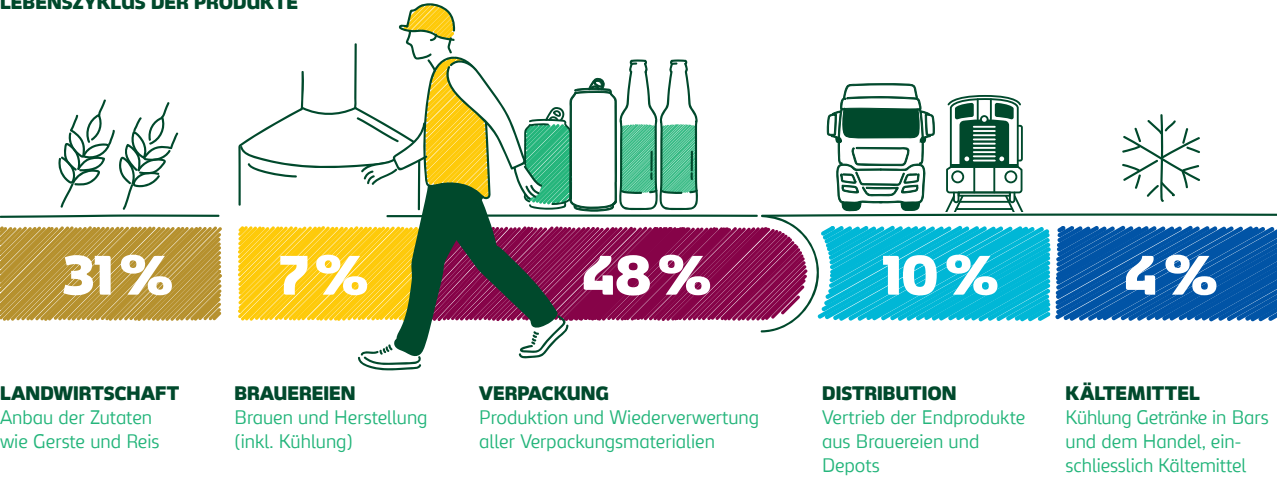


DIE WERTSCHÖPFUNGSKETTE

Relevant für den Fussabdruck der Biere und Getränke von Feldschlösschen ist nicht nur die Produktion.

Deshalb soll der CO₂-Fussabdruck der Produkte entlang der gesamten Wertschöpfungskette kontinuierlich reduziert werden.

ANTEIL DER CO₂-EMISSIONEN PRO PHASE DES LEBENSZYKLUS DER PRODUKTE



Die Nachhaltigkeitsstrategie «Together Towards ZERO & Beyond» definiert Etappen-Ziele für 2022, 2030 und 2040.

GESCHÄFTSREISEN

Im Jahr 2025 legten die Mitarbeitenden von Feldschlösschen im Rahmen ihrer beruflichen Tätigkeit rund 241000 Personenkilometer (Pkm) mit öffentlichen Verkehrsmitteln (ÖV) zurück. Im Vergleich zur Nutzung motorisierter Individualverkehrsmittel (MIV) konnten dadurch rund 26600 kg CO₂e eingespart werden.

Seit 2020 erzielten die Mitarbeitenden dank der Benutzung des öffentlichen Verkehrs eine Einsparung von rund 117000 kg CO₂e.

Quelle: SBB Emissionsbericht 2025.



GASTROSERVICE EFFIZIENTE PLANUNG REDUZIERT CO₂- EMISSIONEN

Der Gastroservice von Feldschlösschen ist schweizweit u.a. für die Wartung und Reinigung von Offenaus-
schankanlagen der Feldschlösschen-Kunden zustän-
dig. Servicetechniker/innen und Monteure betreuen
Gastronomie-Objekte und diverse Events. Sie warten
die Ausschankanlagen und stellen einen reibungslosen
Betrieb sicher. Klar, dass dabei auch Emissionen durch
Kundenbesuche anfallen. Diese zu reduzieren, war
das Ziel der Einführung eines neuen Planungstools in
der Servicezentrale in Rheinfelden, wo die Einsätze
koordiniert werden.

UNGEPLANTE FAHRTEN VERMEIDEN – SYNERGIEN NUTZEN

In der Tat konnte der Gastroservice 2025 seine Einsätze

deutlich optimieren. Ein Grund dafür ist, dass mehr
Kunden die regelmässige Wartung mittels Service-
Abo nutzen. Dadurch sank die Zahl der Störungen im
Jahr 2025 bereits um rund 1000 Fälle im Vergleich
zum Vorjahr.

Doch Störungen können trotzdem vorkommen – dabei
bedeutet jeder Techniker-Einsatz eine Anfahrt von
durchschnittlich 36 Kilometern. Das neue Planungs-
tool verschafft der Gastroservicezentrale eine bessere
Übersicht über anstehende Aufträge, ermöglicht
dadurch Synergien und sorgt für weniger Fahrten
mit CO₂-Emissionen.

POSITIVE NEBENEFFEKTE

Nicht nur der CO₂-Ausstoss ist 2025 gesunken – auch
Kunden profitieren durch kürzere Reaktionszeiten
seitens Feldschlösschen vom neuen Tool. Die Service-
techniker/innen haben durch die bessere Planbarkeit
weniger Stress und eine höhere Arbeitszufriedenheit.
Der Ausbau der digitalen Routenplanung oder der
Einsatz von Elektro-Fahrzeuge birgt weiteres Reduk-
tionspotenzial im Gastroservice.

«Jede vermiedene Störung bedeu-
tet eine eingesparte Anfahrt
und damit reduzierte CO₂-Emissio-
nen. 2025 konnten wir rund
50 000 Fahrkilometer einsparen.
Bei einem Flottenverbrauch von
ca. 5 l pro 100 km entspricht dies
einer CO₂-Reduktion von rund
11.5 Tonnen jährlich.»



Matthias Suter

Co-Leiter Gastroservice Feldschlösschen,
zuständig für Support, Logistik, Beschaffung und
Administration

WENIGER FAHRTEN

- 50 000 km Fahrstrecke jährlich – durch
1 000 vermiedene Störungen und weniger
Anfahrten.

CO₂-EINSPARUNG

Die eingesparten Kilometer bedeuten eine
Reduktion von ca. 11.5 t CO₂ pro Jahr (Flotten-
verbrauch Ø 5 l/100 km).

WEITERE POSITIVE EFFEKTE

- Kürzere Reaktionszeiten für Kunden.
- höherer Arbeitszufriedenheit durch plan-
bare Einsätze und weniger Stress für
Servicetechniker/innen und Monteure.



ZERO Landwirtschaftlicher Fussabdruck

ZUKUNFTSFÄHIGE LANDWIRTSCHAFT

Feldschlösschen prüft Möglichkeiten und entwickelt Lösungen, um den Anteil regenerativer und nachhaltig beschaffter Rohstoffe für die Bier- und Getränkeherstellung langfristig deutlich zu erhöhen. Dabei soll die Gesundheit der Böden gefördert, die Artenvielfalt auf den Anbauflächen verbessert und der landwirtschaftliche Fussabdruck minimiert werden.

Seit langem setzt Feldschlösschen auf die Wiederverwertbarkeit von Rohstoffen und auf Kreislaufwirtschaft. Beispielsweise gibt es den Treber aus der Bierproduktion als Tierfutter weiter, vergärt Abwasser zu Biogas und speist Abwärme in den Wärmeverbund Rheinfelden Mitte ein.

100 % NACHHALTIG LOKAL ANBAUEN & BRAUEN

Die Verwendung lokaler landwirtschaftlicher Produkte ist nachhaltig, denn sie reduziert Transportemissionen, fördert die Biodiversität und schont Ressourcen. Kürzere Wege verringern den CO₂-Ausstoss und oft auch Verpackungsmaterial. Das ist ganz im Sinne des Ziels von Feldschlösschen, den landwirtschaftlichen Fussabdruck so klein wie möglich zu halten. Nicht zuletzt werden mit dem Kauf regionaler Produkte die lokale Wertschöpfung und die Schweizer Landwirtschaft unterstützt.

HELVETIC – DAS BIER MIT SCHWEIZER HOPFEN

Seit Januar 2025 ist das Bier Feldschlösschen Helvetic im Angebot von Feldschlösschen. Es wird ausschliesslich mit 100 % Schweizer Premiumhopfen gebraut und ist dank dem Einsatz von überzeugenden Verkaufsmitarbeitenden bereits in rund 1000 Gastronomiebetrieben verfügbar. Dazu zählen u.a. das legendäre

Restaurant Kaufleuten in Zürich oder auch die Stadien von BSC Young Boys, Neuchâtel Xamax FCS und FC Thun.

In der Schweiz werden Aromahopfen und Bitterhopfen angebaut. Rund 30 Tonnen Schweizer Hopfen werden jährlich geerntet. Vom begehrten einheimischen Rohstoff erhält Feldschlösschen jeweils rund 60 %.



HELVETIC – DAS BIER MIT EINEM GUTEN ZWECK

Mit jedem Helvetic unterstützt Feldschlösschen die Schweizer Gastronomie, denn ein Teil des Verkaufserlöses fliesst in den Feldschlösschen Pro Gastro Fonds. In Zusammenarbeit mit GastroSuisse, dem Verband für Hotellerie und Restauration, wird damit die Nachwuchsförderung in der Branche gestärkt. 2025 belief sich das Fondsvolumen auf einen sechsstelligen Betrag. Damit konnte im Spätsommer die Nachwuchskampagne Talent Table lanciert werden. Da es für viele Betriebe schwierig ist, junge Mitarbeitende zu finden, bietet diese Initiative Gastronomiebetrieben in drei Landessprachen Hilfsmittel für die Rekrutierung von Lernenden und jungen Fach-

«Mit Feldschlösschen Helvetic wurde ein Projekt lanciert, das mir sehr am Herzen liegt. Es vereint Swissness, Innovation und die Förderung von Nachwuchsprojekten in der Gastro-Branche. Das Zusammenspiel unterschiedlicher Abteilungen bei der Entwicklung dieses einzigartigen Konzepts spiegelt zudem eindrucksvoll den Geist und die Zusammenarbeit innerhalb von Feldschlösschen».

Roman Vogt

Customer Development Manager Gastronomie
Feldschlösschen

kräften an. Die Kampagne Talent Table beinhaltet eine Webpage, einen Newsletter und verschiedene Tools, die den Gastronomen bei der Lernenden-Suche mit konkreten Tipps und Hilfsmitteln zur Seite stehen.

2025 nutzten bereits zahlreiche Betriebe das Angebot von Talent Table. Das ist ein Erfolg. Die positiven Rückmeldungen bestätigen: Helvetic steht für mehr als ein Bier. Es steht für eine starke Zukunft der Schweizer Gastronomie.





ZERO Verpackungs- abfall

ZIELE BIS 2030

100 % Rezyklierbarkeit der Verpackungsmaterialien.

Verbrauch von Neuplastik gegenüber 2019 um 60 % senken.

EINSPAREN, WIEDERVERWENDEN, REZYKLIEREN

Mit 48 % machen Verpackungen den grössten Teil des CO₂-Fussabdrucks der Produkte von Feldschlösschen aus. Das Unternehmen arbeitet kontinuierlich an innovativen Lösungen und entwickelt gemeinsam mit Herstellern nachhaltigere Getränkeverpackungen. Im Fokus steht die Reduktion von Materialien wie Plastik, Karton, Glas und Aluminium. Zudem wird an der Minimierung des CO₂-Ausstosses bei Herstellung, Rücknahme und Recycling gearbeitet. Feldschlösschen strebt an, seine Verpackungen zu 100 % wiederverwendbar zu machen und die gesamte Lieferkette – von der Beschaffung bis zum Recycling – ökologisch zu optimieren.

FACTS & FIGURES VERPACKUNG



2025

62.3 Mio.

MEHRWEGGLASFLASCHEN
wurden bei Feldschlösschen
abgefüllt.



72.6 %

DER WERTSTOFFE
rezykliert.

Davon

1008 t

GLAS



340 t

PET

>65 %

R-PET

Das gesamte Getränkeportfolio von
Feldschlösschen in PET-Flaschen weist
einen R-PET-Anteil von über 65 % auf.



SEIT 2025

ist das Feldschlösschen Helvetic
im Detailhandel in der schlanken
33cl-Dose erhältlich.



WENIGER ABFALL UND LITTERING DANK OFFEN- AUSSCHANK

Als Hauptpartner verpflichtete sich Feldschlösschen, seinen Umwelteinfluss am Eidgenössischen Turnfest Lausanne 2025 möglichst einzuschränken, erinnert sich Gérald Terrier, der seitens Feldschlösschen den Anlass massgebend betreute. Vorgaben bezüglich Energie, Mobilität und Abfall waren einzuhalten. Mit der Unterstützung von Thomas Zbinden, Event Coach Romandie, entwickelte er ein einzigartiges Lieferkonzept für das Fest, das in verschiedenen Stadtteilen stattfand. Mit der Bahn wurden das Cardinal Bier und weitere Getränke für 65 000 Turnende sowie rund 300 000 Besuchende von Rheinfelden nach Givisiez (FR) gefahren und von dort mit Camions nach Lausanne transportiert.

Vor Ort schenkte Feldschlösschen ein Maximum an Bier und Getränken offen aus – und stellte dafür fast 30 grosse Tanks auf. Um Abfall und Littering zu vermeiden, offerierte man u.a. alkoholfreies Bier oder Spezialitätenbiere in wiederverwendbaren Bechern mit Depot und verkaufte PET-Flaschen mit einem Pfand.

Dank eines eigens eingerichteten Nachhaltigkeitsfonds, den auch Feldschlösschen alimentierte, entstanden innovative Projekte. Sie hatten Ressourcenschonung, Abfallvermeidung und umweltfreundlichere Mobilität zum Ziel.

Eidgenössisches Turnfest Lausanne 2025

24

GETRÄNKETANKS
von Feldschlösschen à
1000 l und

4

à 500 l waren im Einsatz.

85 %

DES BIERS
wurde im Offenausschank
abgegeben.



«Ein OK-Mitglied des Turnfests war eigens für das Thema Nachhaltigkeit verantwortlich. Als Unternehmen hat Feldschlösschen Flexibilität und Anpassungsfähigkeit bewiesen, um das anspruchsvolle Nachhaltigkeitskonzept von Lausanne 2025 während der gesamten Veranstaltung zu unterstützen und gleichzeitig sein Know-how im Bereich der Getränkelogistik einzubringen.»

Gérald Terrier
Area Sales Director Westschweiz
Feldschlösschen



ZERO Wasser- verschwendung

-1.2 %

WASSERVERBRAUCH
im Vergleich zum Vorjahr.

+1 %

WASSERVERBRAUCH
TOTAL SEIT 2021

WASSER **KOSTBARER ROHSTOFF**

Wasser spielt eine entscheidende Rolle bei der Bierproduktion. Es macht mehr als 90 % des Endprodukts aus. Für Feldschlösschen ist die Qualität des Wassers von grösster Bedeutung. In Rheinfelden und Rhäzüns bezieht das Unternehmen nahezu ausschliesslich Wasser aus eigenen, nachhaltig genutzten Quellen. Das Brauwasser für die in Rheinfelden hergestellten Biere stammt aus Quellen, die rund 300 Meter tief in der Nachbargemeinde Magden liegen.

Der sorgfältige Umgang mit dem wertvollen Rohstoff Wasser ist für das Unternehmen eine klare Priorität: Mit modernen Technologien optimiert Feldschlösschen seine Prozesse, um Wasser auch bei der Herstellung effizient zu nutzen. Das Unternehmen ist bestrebt, den Gesamtwasserverbrauch weiter zu senken.

INTELLIGENTER EINSATZ VON WASSER IN DER PRODUKTION

Beim Brauen spielt Wasser eine zentrale Rolle. Für seine Biere verwendet Feldschlösschen ausschliesslich reines Quellwasser aus dem Magdenertal. Es ist eine Tatsache, dass im gesamten Produktionsprozess viel Wasser verbraucht wird, z.B. für die Reinigungsprozesse und die Kühlanlagen. Feldschlösschen setzt seit vielen Jahren alles daran, mit Wasser möglichst sorgfältig umzugehen. Spülwasser der Reinigungs- und Sterilisationsprozesse, das für die Getränkeproduktion nicht mehr genutzt werden kann, wird konsequent aufgefangen und für technische Anwendungen eingesetzt.

So hat Feldschlösschen in der Vergangenheit bereits die Rückgewinnungssysteme bei der Kühlung opti-

miert: Das bei der Umkehrosmose und der Membrantgasung aufgefangene Wasser wurde gemeinsam in bestehenden Tanks gesammelt. Anschliessend diente es für die CO₂-Rückgewinnung als Vorspülwasser und zur Speisung der Verdunstungskondensatoren (Evapos).

WASSERSPAREN MIT EINEM KONKRETEN ZIEL

Doch damit gaben sich Sebastian Haude und sein Team noch nicht zufrieden – sie suchten und fanden weitere Optimierungsmöglichkeiten. Seit 2025 wird das Wasser aus den beiden Anlagen getrennt aufgefangen. Denn das Wasser der Membrantgasung kann perfekt als Kühlwasser bei den Evapos eingesetzt werden. Dafür wurden ungenutzte Tanks im Keller der Brauerei neu erschlossen, für die Zwischenlagerung vorbereitet, mit Leitungen verbunden und mit einem Überwachungssystem ausgerüstet. Die Wassereinsparungen sind beträchtlich. Positiver Nebeneffekt: Die Evapos sind weniger verkalkt und müssen viel weniger gereinigt werden.

«Um den Wasserverbrauch weiter zu optimieren, wollen wir 2026 Regenwasser auf dem Dach über den Gär- und Lagertanks sammeln und es zur Speisung der Verdunstungs-Kühler der Kälteanlagen nutzen.»

Sebastian Haude
Utilities Manager
bei Feldschlösschen

EINSPARUNGEN

CO₂-Rückgewinnungsanlage

-490 l

WASSER
pro Stunde.

-85 %

WASSER
für die ganze Anlage.

Evapos Kälteanlagen 1 bis 3

-130 l

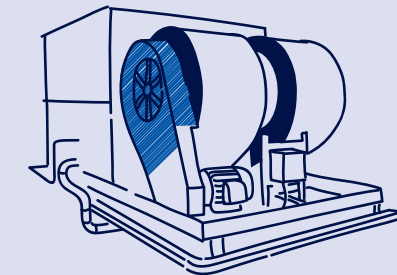
WASSER
pro Stunde.

-15 %

WASSER
für die ganze Anlage.

ca. -75 %

REINIGUNGSKOSTEN





ZERO Verantwor- tungsloses Trinken

88.5 %

der Feldschlösschen-Kunden im Detailhandel und in der Gastronomie boten im Jahr 2025 alkoholfreie Biere aus dem Feldschlösschen-Sortiment an. 98 % der Kunden im Detailhandel, 79 % in der Gastronomie.

GENUSS MIT VERANTWORTUNG FELDSCHLÖSSCHEN FÖRDERT DEN MASS- VOLLEN KONSUM

Das Unternehmen Feldschlösschen setzt sich aktiv für einen moderaten Umgang mit alkoholischen Getränken und eine verantwortungsvolle Vermarktung ein. Ein zentraler Bestandteil dieses Engagements ist das Angebot an alkoholreduzierten und alkoholfreien Getränken. Heute bieten fast 90 % der Feldschlösschen-Kunden im Detailhandel und in der Gastronomie alkoholfreie Biere aus dem Sortiment an – und es sollen noch mehr werden.

Feldschlösschen legt grossen Wert auf einen Konsum mit Genuss und Augenmass. Die Menschen sollen die Vielfalt seiner Biere geniessen.

INNOVATIONEN WENIGER ALKOHOL, WENIGER ZUCKER

In bestimmten Situationen – etwa im Alltag, beim Sport oder im Arbeitsumfeld – entscheiden sich Konsumentinnen und Konsumenten bewusst für alkoholfreie Getränke. Deshalb hat Feldschlösschen auch 2025 sein Portfolio an alkoholfreien Bieren und Getränken erweitert.

Ver mehrt im Fokus der Konsumentinnen und Konsumenten steht der Zucker. Bei den Erfrischungsgetränken geht der Trend klar in Richtung Zuckerreduktion und Natürlichkeit.

Ein Team bei Feldschlösschen verfolgt laufend die aktuellen Trends. Es kreiert basierend auf den Kundenbedürfnissen neue Biere und Getränke. So genannte funktionale Getränke, also Erfrischungen mit einem Zusatznutzen, finden in unterschiedlichen Konsummomenten eine zunehmende Nachfrage. Das Produktentwicklungsteam von Feldschlösschen arbeitete 2025 an einer geschmackvollen Antwort auf diesen Trend. Das Resultat in Form von vielen leckeren Getränken kann 2026 in Detailhandel und Gastronomie degustiert werden.

FACTS & FIGURES



+1%

UMSATZ

bei Feldschlösschen
mit alkoholfreiem Bier
2025 vs. 2024.

7.5 %

MARKTANTEIL

hatte alkoholfreies Bier
im Schweizer Gesamt-
biermarkt 2025.



INNOVATIONEN ALKOHOLFREIER GENUSS

Paulina Lonau entwickelt bei Feldschlösschen innovative Getränke, die aktuelle Markttrends, Aspekte der Nachhaltigkeit und die Erwartungen der Konsumentinnen und Konsumenten gezielt miteinander vereinen. Inspirationen dafür holt sie sich von internationalen Fachmessen, aus dem Supermarkt, von Social Media und aus ganz unterschiedlichen Lebensbereichen. Diese Impulse übersetzt sie gemeinsam mit ihrem Team in Produkte mit echtem Mehrwert – denn die Konsumierenden entscheiden heute sehr bewusst, wofür sie ihr Geld ausgeben.

Ein Beispiel dafür ist Bilz Stellare, das im Februar 2025 lanciert wurde: eine natürliche Erfrischung mit 25 % alkoholfreiem Bier – ganz ohne künstliche

Aromen, Süsstoffe und Alkohol. Weniger süss als klassische Softdrinks, trifft Bilz Stellare den Zeitgeist und stösst auf grosse Resonanz.

Mit dieser Innovation hat Feldschlösschen sein alkoholfreies Sortiment weiter gestärkt. Es umfasst mittlerweile über 30 Produkte, darunter alkoholfreie Biere, Softdrinks und Mineralwasser.

25 %

ALKOHOLFREIES BIER
enthält Bilz Stellare, sowie
null künstliche Aromen,
null Süsstoffe und 0.0 %
Alkohol.

30

**ALKOHOLFREIE
GETRÄNKE**
hat Feldschlösschen im
Angebot: alkoholfreie Biere,
Softdrinks und Mineral-
wasser.



«Ich liebe es, die Trends unserer schnelllebigen Welt aufzuspüren und in die Getränkeentwicklung einfließen zu lassen – mit dem Ziel, echten Mehrwert für unsere Konsumentinnen und Konsumenten zu schaffen.»

Paulina Lonau
Leiterin Produktentwicklung
Feldschlösschen



ZERO Unfall- Kultur

-50 %

BETRIEBSUNFÄLLE
vs. 2024*

* Definition Betriebsunfall: «LTA = lost time accident».
D.h., die verunfallte Person kommt am Tag nach
dem Unfall nicht wieder zur Arbeit.

NULL-UNFALL- PHILOSOPHIE

Ob in der Produktion, in der Logistik oder im Aussendienst – bei Feldschlösschen steht der Mensch im Mittelpunkt. Das gemeinsame Ziel ist es, dass alle Mitarbeitenden jeden Tag gesund und sicher nach Hause kommen. Eine gelebte Sicherheitskultur, regelmässige Schulungen und klare Regeln im Arbeitsalltag tragen dazu bei, Unfälle zu vermeiden. Dabei hat neben der physischen Sicherheit auch die mentale Gesundheit einen hohen Stellenwert.

2025

>19 000

STUNDEN

Schulung zu den Themen
Gesundheit und Sicherheit

2800

KONTROLLEN
von Abladeorten.

8 000

SICHERHEITS-WALKS

2700

DEBRIEFINGS
mit Chauffeuren.

INFORMIEREN, LERNEN, AUSPROBIEREN

Im März 2025 fand bei Feldschlösschen zum dritten Mal die interne Sicherheitswoche statt. Das abwechslungsreiche Programm bot den Mitarbeitenden theoretische und praktische Ausbildungsmodule. An allen Feldschlösschen Standorten in der ganzen Schweiz konnten die Teilnehmerinnen und Teilnehmer wertvolle Kenntnisse zu Gesundheit und Sicherheit am Arbeitsplatz erwerben und in der Praxis anwenden. Neben den klassischen Themen der Arbeitssicherheit in einem Produktionsbetrieb wurden auch Aspekte wie gesunde Ernährung, Stressbewältigung, der Einfluss sozialer Beziehungen auf das Wohlbefinden, zielführende Kommunikation und weitere relevante Themen behandelt.

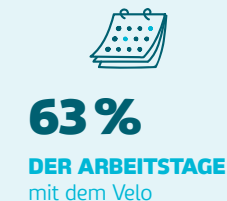
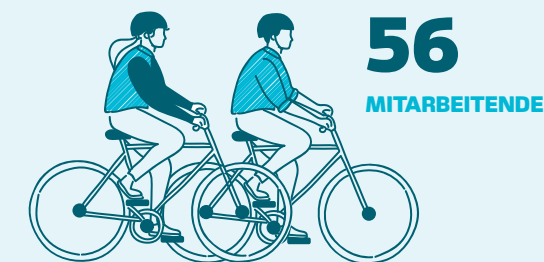
MENTALE GESUNDHEIT IM FOKUS

Im Juni 2025 wurde ein neues E-Learning Tool eingeführt. Es ist ein weiterer Schritt auf dem Weg zu einem offenen, achtsamen und gesunden Arbeitsumfeld. Das Modul «sich bewusst werden» soll Mitarbeitenden u.a. helfen, Anzeichen schlechter mentaler Gesundheit besser zu erkennen – insbesondere bei anderen, oder angemessen reagieren zu können, wenn man sich Sorgen macht. Zudem vermittelt es konkrete Tipps und Methoden, wie man die eigene mentale Gesundheit stärken kann.

BIKE TO WORK ACHTUNG, FERTIG – STRAMPELN!

56 Feldschlösschen Mitarbeitende traten 2025 bei der schweizweit grössten Gesundheits- und Veloförderaktion «bike to work» kräftig in die Pedale – und verwandelten ihren täglichen Arbeitsweg in ein gemeinsames Erlebnis. Im Mai und Juni fuhren sie dafür in 16 Teams 14334 Kilometer weit. Mit jedem Kilometer taten sie nicht nur ihrer eigenen Gesundheit etwas Gutes, sondern setzten auch ein starkes Zeichen für die Umwelt: Es wurden dank ihrer Velofahrten über zwei Tonnen CO₂ eingespart. Bereits zum dritten Mal sorgte die Aktion bei Feldschlösschen für neue Kontakte unter Kolleginnen und Kollegen, gelebten Teamgeist und viel Spass.

FACTS & FIGURES



BETRIEBSNOTFALL- ORGANISATION FEUERWEHR & SANITÄT ALLZEIT BEREIT!

Der Brandschutz und die Betriebssicherheit auf dem Brauereigelände in Rheinfelden sind zentrale Aufgaben von Andreas Sulser. Der ausgebildete Brandschutz-Fachmann arbeitet seit über 30 Jahren bei Feldschlösschen und bildet sich regelmässig weiter, zuletzt in Veranstaltungssicherheit. Er leitet die Betriebsnotfallorganisation, zu der die unternehmenseigene Feuerwehr und Sanität gehören. Auch 25 Mitarbeitende von Feldschlösschen arbeiten dafür auf freiwilliger Basis und leisten im Bedarfsfall Unterstützung.

Bei Feldschlösschen werden Biere und Getränke produziert. Die Wartung der Brandschutzanlage ist

deshalb ein essenzieller Bestandteil der Sicherheit auf dem Areal. Auch wenn in der Produktion mal unerwartet Wasser oder Dampf austritt, ist die Feuerwehr zur Stelle.

Tausende Menschen besuchen zudem jedes Jahr das Schloss, das Besucherzentrum Brauwelt oder einen Event. Auch für ihre Sicherheit will gesorgt sein. Von jährlich rund 40 Einsätzen der Notfallorganisation betreffen denn auch etwa die Hälfte die Sanität; meist handelt es sich dabei um kleinere gesundheitliche Probleme, wie z.B. ein Unwohlsein von Besuchenden.

Fakten

60 000

BESUCHENDE
pro Jahr auf dem
Feldschlösschen Areal
in Rheinfelden.

15

MITARBEITENDE
in der Feldschlösschen
Feuerwehr.

10

MITARBEITENDE
bei der Feldschlösschen
Sanität.

20

ÜBUNGEN
pro Jahr führt die
Betriebsnotfall-
organisation pro
Jahr durch.



«Bei meiner Arbeit ist kein Tag wie der andere – eine schnelle Reaktion, Improvisationsvermögen und Lösungen sind gefragt. Eine gute Zusammenarbeit im Team ist wichtig und sollte auf gegenseitiger Wertschätzung basieren – dieselbe Wertschätzung, die wir auch der Umwelt entgegenbringen sollten.»

Andreas Sulser

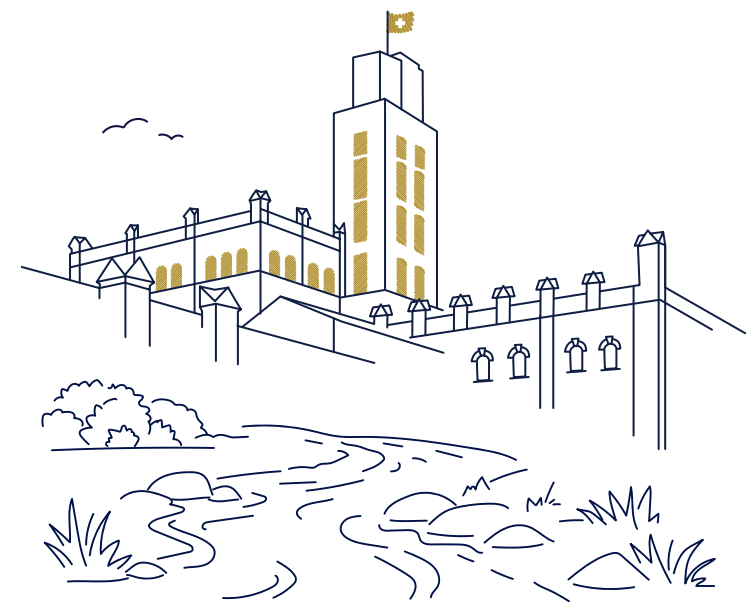
Leiter Security, Notfall- und Brandschutzorganisation
Feldschlösschen



GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Als grösste Brauerei und Getränkeliieferantin der Schweiz übernimmt Feldschlösschen Verantwortung – das entspricht einem Selbstverständnis, das seit der Gründung 1876 tief in der Unternehmenskultur verankert ist.

Feldschlösschen engagiert sich nicht nur für ökologische Fortschritte, sondern setzt sich auch für ein lebendiges gesellschaftliches Miteinander ein. Das Unternehmen möchte an seinen Standorten und in der ganzen Schweiz einen positiven Beitrag leisten: Begegnungen fördern, Gemeinschaft stärken und Verantwortung für die Zukunft übernehmen. Zudem pflegt es enge Partnerschaften mit Behörden, Institutionen und Verbänden, um gemeinsam positive Impulse in den Regionen zu setzen.



AM PULS DER SCHWEIZ

Mit dem «Barometer: Zusammenhalt in der Schweiz» hat Feldschlösschen 2025 einen Nerv getroffen. Zusammenhalt ist für die Schweizer Bevölkerung ein unverzichtbarer Wert – vermehrt ist jedoch zu vernehmen, dass dieser leide. Ob dem tatsächlich so ist, wollte Feldschlösschen mit dem «Barometer: Zusammenhalt in der Schweiz» genauer untersuchen. Die Studie wurde vielerorts diskutiert. Ihr Fazit: Der gesellschaftliche Zusammenhalt ist für die Schweizer Bevölkerung von zentraler Bedeutung, wird aber zunehmend als brüchig wahrgenommen.

Mit dem ersten Teil der repräsentativen Studie von Sotomo wollte das Unternehmen Feldschlösschen herausfinden, was die Bevölkerung unter Zusammenhalt versteht, wie stark er ausgeprägt ist und wie er gefördert werden kann. Besondere Aufmerksamkeit wurde bei der Befragung auf Themen wie Unterschiede zwischen Geschlechtern, Regionen, Generationen gelegt. Damit soll sichtbar werden, wo Einigkeit herrscht und wo es Gräben gibt. Was man misst, lässt sich auch besser einordnen, verstehen und letztlich gemeinsam verbessern.



BAROMETER: ZUSAMMENHALT IN DER SCHWEIZ

DER GESELLSCHAFTLICHE ZUSAMMENHALT IN DER SCHWEIZ:

Für 96 % der Befragten ein unverzichtbarer Wert, von 2/3 als aktuell (eher) schwach bewertet und von 83 % als rückläufig empfunden.

Quelle: «Barometer: Zusammenhalt in der Schweiz».

WAS MACHT DIE SCHWEIZ AUS?

Im zweiten Teil der Studie, die kurz vor dem 1. August erschien, ging es um die Schweizer Identität. Dabei zeigte sich, dass nicht alle Aspekte des Schweizer Sonderfalls und Erfolgsmodells heute noch gleich viel Gewicht haben: Die Neutralität, die wehrhafte Souveränität sowie die «guten Dienste» stehen für die meisten Menschen nicht mehr an erster Stelle. Gleichzeitig identifiziert sich die Schweizer Bevölkerung heute stärker mit der nationalen als mit der kantonalen oder kommunalen Ebene.

FELDSCHLÖSSCHEN FÖRDERT DEN GESELLSCHAFTLICHEN ZUSAMMENHALT

Feldschlösschen ist seit 1876 fest in der Schweiz verankert. Das Unternehmen ist ein wichtiger Akteur, der Menschen im ganzen Land zusammen bringt – und damit den Zusammenhalt in der Schweiz fördert. Feldschlösschen unterstützt schweizweit jährlich über 7000 kulturelle und sportliche Veranstaltungen. Es ist Sponsor von vielen grossen und kleinen Vereinen, beliefert 25000 Kunden aus der Gastronomie, dem Detail- und Getränkehandel.

Die Erkenntnisse aus dem Barometer werden genutzt, um dieses Engagement gezielt weiterzuentwickeln und den gesellschaftlichen Zusammenhalt zu stärken.

Nichts fördert gemäss der Studie den Zusammenhalt mehr als gemeinsames Essen und Trinken. 68 % der Befragten sehen dies als verbindend an. Aktivitäten wie Grillieren (64 %), Wandern (46 %) oder ein gemeinsames Bier (46 %) spielen dabei eine wichtige Rolle. Besonders das gesellige Bier wird als Moment für Austausch (67 %), Freundschaft (60 %) und Entspannung nach der Arbeit (42 %) geschätzt.



HOSELUPF – EIDGENÖSSISCH, EFFIZIENT UND NACHHALTIG

Drei Tage lang standen Matthias Metzger, Daniel Berger und rund 100 weitere Mitarbeitende am Eidgenössischen Schwing- und Älplerfest (ESAF) 2025 im Glarnerland+ im Einsatz. Eine jahrelange Vorbereitung und eine logistische Meisterleistung sorgten für die perfekte Getränkeversorgung von rund 500 000 Besuchenden.

Die Veranstaltung wurde vom OK als «Net-Zero-Veranstaltung» durchgeführt. Klar, dass Feldschlösschen als langjähriger Königspartner seinen Teil dazu beitrug, dass das Fest auch hinsichtlich Nachhaltigkeit meisterlich über die Bühne ging: Das Bier wurde in Mehrweg-Glasflaschen mit Depot verkauft. Dies vermeidet Abfall und schont Ressourcen. In der

Schloss-Bar servierte man den Gerstensaft im Offenausschank. Fassbier weist eine bessere CO₂-Bilanz auf, da keine Einweg-Verpackungen benötigt werden. Mit alkoholfreiem Bier, Mineralwasser und Softdrinks standen zudem jederzeit Getränke ohne Alkohol zur Verfügung.

Nur 500 Meter vom Festgelände entfernt lagerte Feldschlösschen in vier kühlen Hangars Bier und weitere Getränke. Dies erlaubte eine effiziente Logistik mit kurzen Transportwegen.

Fakten rund um das ESAF

Seit

2007

**IST FELD-
SCHLÖSSCHEN
KÖNIGSPARTNER**
des ESAF.

2500

PALETTEN GETRÄNKE
hat Feldschlösschen in

4

HANGARS
auf das Festgelände
geliefert.

100

MITARBEITENDE
von Feldschlösschen
waren im «24/7» Schicht-
Einsatz am ESAF.



«Ich bin stolz auf die herausragende Leistung unseres Teams am ESAF 2025. Wir haben einmal mehr bewiesen, dass Feldschlösschen der ideale Partner für Grossanlässe ist. Gemeinsam haben wir Tradition gefeiert und ein Fest geschaffen, das in Erinnerung bleibt.»

Matthias Metzger
Senior Brand Experiences Manager
Feldschlösschen

Fotoloegende: Daniel Berger, Head of Events (links),
Matthias Metzger, Senior Brand Experiences Manager (rechts).

ENGAGEMENT FÜR DEN FRAUENFUSSBALL

Die UEFA Women's EURO 2025 in der Schweiz löste eine Welle der Begeisterung aus. Als offizieller Partner des Turniers trug Pepsi massgeblich dazu bei, die Wahrnehmung des Frauenfußballs auf internationaler Ebene zu stärken. Doch die WEURO 2025 war nicht nur ein sportliches Highlight, sondern auch ein gesellschaftlicher Meilenstein für die Förderung der Gleichstellung und der Sichtbarkeit von Frauen im Sport.

Feldschlösschen unterstützt mit der Marke Pepsi seit 2024 aktiv den Frauenfußball in der Schweiz. Dies umfasst das Sponsoring von einzelnen Spielerinnen wie auch von führenden Schweizer Clubs wie dem BSC Young Boys, FC Basel, FC Zürich und Servette FC.

Im Sommer 2025 kreierte Pepsi mit seinen Aktivitäten in den offiziellen UEFA-Fanzonen in Basel, Bern, Genf und Zürich einzigartige Fan-Erlebnisse und steigerte so die Vorfreude auf das Turnier.

Pepsi setzt ein klares Zeichen für die nachhaltige Förderung des Frauenfußballs: Die Partnerschaft mit dem UEFA-Frauenfußball wurde bis 2030 verlängert – ein wegweisendes, langfristiges Engagement. Damit bekräftigt Pepsi sein Vertrauen in die Zukunft des Frauenfußballs und seinen Willen, die Spielerinnen nachhaltig zu unterstützen.

Fotolegende: Nadine Riesen, Nationalspielerin und Pepsi Markenbotschafterin, beim Unterschriften von Autogrammkarten.



DIE STARS VON HEUTE & MORGEN

EIN ALE AUF AMBER

Feldschlösschen Amber Ale – so hiess das «Lernen-bier» 2025, das in ausgewählten Coop Supermärkten verkauft wurde. Kreiert wurde es von den Feldschlösschen-Lernenden Florian, Thomas und Till. Bereits zum siebten Mal wurde dieses Projekt durchgeführt. Der Erlös des Bieres kommt vollumfänglich dem Ausbildungsfonds für Lernende zugute. Darüber hinaus schenkt das Projekt angehenden Brauerinnen und Brauern die Möglichkeit, ihre ganz persönliche Bierkreation zu erschaffen – von der ersten inspirierenden Idee bis zur Etikette. Der Name des Biers ist eine Hommage an das Brauereifohlen Amber, das im Vorjahr im Schloss-Stall zur Welt kam.



BRAUER-NACHWUCHS BRAUCHT DAS LAND

Anfang 2025 ging eine Online-Kampagne des Schweizer Brauerei-Verbands (SBV) live, bei der ehemalige Lernende von Feldschlösschen als «Gesichter» der Initiative im Mittelpunkt standen. Unter dem Motto «Legende werden» sollte die Kampagne die Brauerlehre bekannter machen und die Zahl der Bewerbungen steigern. Finanziert wurde die Kampagne inklusive der Webseite durch die Erlöse aus dem Verkauf der Feldschlösschen Lernendenbiere, die Coop und Feldschlösschen jedes Jahr an den Ausbildungsfonds des SBV überweisen. Dieser Fonds setzt sich für die Nachwuchsförderung in der Brauerei-Branche ein und verfolgt das Ziel, den Beruf des Brauers/der Brauerin noch attraktiver und bekannter zu machen.



FELDSCHLÖSSCHEN TOP-ARBEITGEBER DER SCHWEIZ

Feldschlösschen erhielt 2025 die Auszeichnung «Leading Employer». Das Unternehmen wurde in einer umfassenden Analyse als einer der Top 1% der besten Arbeitgeber in der Schweiz ausgezeichnet. Die «Leading Employers»-Studie bewertet Arbeitgeber nicht nur anhand von Mitarbeitermeinungen. Sie berücksichtigt auch Faktoren wie Webauftritt, Rekrutierung, Experteneinschätzungen und Audits.

Das bekannte Wirtschaftsmagazin Forbes zeichnete Carlsberg 2025 als einen der weltweit besten Arbeitgeber aus, zum vierten Mal in Folge. In der Kategorie «Lebensmittel, alkoholfreie Getränke, Alkohol und Tabak» stand das Unternehmen auf Platz 4. Die Forbes-Rangliste basiert auf Rückmeldungen von über 300 000 Mitarbeitenden aus 50 Ländern. Sie bewerteten v.a. die Möglichkeiten zur beruflichen Entwicklung, die Unternehmenskultur und die Richtlinien für mobile Arbeit.



SPITZENFORSCHUNG FÜR DIE AGRARWIRTSCHAFT

Die Carlsberg-Gruppe, zu der Feldschlösschen gehört, möchte Landwirte weltweit bei der Umstellung auf nachhaltigere Praktiken unterstützen und die regenerative Landwirtschaft fördern. Auch Investitionen in die Forschung und Entwicklung sollen dazu beitragen, mehr über die positiven Effekte regenerativer Verfahren auf die Biodiversität und die CO₂-Bindung zu erfahren. Im November 2025 gab das Carlsberg Forschungslabor (CRL) einen wissenschaftlichen Durchbruch bei der Forschung zu klimabedingten Verlusten bei Nutzpflanzen bekannt. Die Entdeckung des CRL eröffnet neue Möglichkeiten zur Bekämpfung des Vorerntekeimens – ein Phänomen, das weltweit viele wertvolle Ernten zerstört. Die Ergebnisse der von Carlsberg geleiteten Forschung wurden in der Fachzeitschrift Science veröffentlicht. Sie stehen Wissenschaftlern weltweit zur Verfügung.



OPTIMALER BERUFSEINSTIEG FÜR NACHWUCHS- TALENTE

Angela Schilling ist als Leiterin der Berufsbildung bei Feldschlösschen eine zentrale Ansprechperson für die rund 20 Lernenden sowie die Ausbilderinnen und Ausbilder. Sie rekrutiert junge Nachwuchskräfte, koordiniert mit Berufsschulen, Verbänden und anderen Ausbildungsbetrieben, organisiert Veranstaltungen für potenzielle Lernende und präsentiert das Unternehmen vor Schulklassen und auf Berufsmessen. Ihr ist es wichtig, dass die Auszubildenden bei Feldschlösschen nicht nur fachlich, sondern auch in ihren sozialen Kompetenzen und individuellen Stärken gefördert werden. Dafür organisiert sie Workshops, die auf die Bedürfnisse der Nachwuchstalente zugeschnitten sind und unterstützt den regelmässigen Austausch zwischen Lernenden und Auszubildenden.

Bei Fragen oder Problemen hat sie stets ein offenes Ohr, was von den Jugendlichen sehr geschätzt wird. In der täglichen Arbeit sind die Berufs- und Praxisausbilder die wichtigsten Bezugspersonen der Lernenden. Sie begleiten diese über mehrere Jahre auf ihrem Weg in die Arbeitswelt, sowohl als Berufsfachleute, als auch als Mentoren. Dank ihrer Unterstützung haben in den vergangenen fünf Jahren alle Feldschlösschen-Lernenden ihre Ausbildung erfolgreich abgeschlossen. Darauf ist das Unternehmen stolz. Die Berufsbildung geniesst intern wie extern grosses Vertrauen – nicht zuletzt dank des Engagements der Mitarbeitenden, die die Lernenden täglich fördern.

Fakten zur Berufsbildung

Feldschlösschen
bietet Lehrstellen in

5

LEHRBERUFEN
an.

20

LERNENDE
bildet Feldschlösschen
aus.

In den letzten

5

JAHERN
wurden alle Ausbildungen
bei Feldschlösschen er-
folgreich abgeschlossen.



«Berufsbildung bedeutet für mich, junge Menschen fachlich und persönlich auf ihre Zukunft vorzubereiten. Unsere Aufgabe ist es, ihre Stärken zu fördern, sie in ihrer Entwicklung zu begleiten und sie zu befähigen, Verantwortung im späteren Arbeitsleben und in der Gesellschaft zu übernehmen.»

Angela Schilling
Leiterin Berufsbildung
Feldschlösschen

KENNZAHLEN 2025

IM DETAIL

CO ₂	ERNEUERBARE ENERGIE	WERTSTOFFE
CO₂-Ausstoss aus Brennstoffverbrauch der Produktion und Logistik 2025: 3 002 t CO ₂ 2024: 3 194 t CO ₂ Differenz zum Vorjahr - 6 % Veränderung in den letzten 5 Jahren - 0.4 %	Deckungsgrad Brennstoff aus erneuerbaren Energien (Brauerei Feldschlösschen) 2025: 64.7 % 2024: 68.4 % Differenz zum Vorjahr - 5.4 %	Recyclinganteil total 2025: 72.6 % 2024: 74.8 % Differenz zum Vorjahr - 3 %
CO₂-Ausstoss aus Treibstoff 2025: 2 648 t CO ₂ 2024: 2 793 t CO ₂ Differenz zum Vorjahr - 5.2 % Reduktion in den letzten 5 Jahren - 18 %	Biogasverbrauch 2025: 1297 000 m ³ 2024: 1274 000 m ³ Differenz zum Vorjahr + 1.8 %	Recyclingmenge Glas 2025: 1008 t 2024: 769 t Differenz zum Vorjahr + 31.2 %
CO₂-Ausstoss total 2025: 5 650 t CO ₂ 2024: 5 987 t CO ₂ Differenz zum Vorjahr - 5.6 % Reduktion in den letzten 5 Jahren - 9.2 %	Verwertungsmenge konzentrierter Alkohol aus Entalkoholisierung 2025: 1 670 000 l 2024: 1 564 000 l Differenz zum Vorjahr + 6.7 %	Recyclingmenge PET 2025: 340 t 2024: 368 t Differenz zum Vorjahr - 7.6 %
	Elektrizitätsproduktion durch Photovoltaikanlagen auf Dächern diverser Standorte 2025: 5 520 000 kWh 2024: 5 208 000 kWh Differenz zum Vorjahr + 6 %	

INFORMATION

ZU DEN KENNZAHLEN 2025

Alle Angaben ohne Gewähr. Feldschlösschen rapportiert seine absoluten Nachhaltigkeitskennzahlen an die Muttergesellschaft, die Carlsberg-Gruppe mit Sitz in Kopenhagen (DK), wo diese in die Analyse des Fortschritts der Nachhaltigkeitsbestrebungen aller Gruppengesellschaften von «Carlsberg Westeuropa» einfließen. Ausführliche Berichterstattung über «Together Towards ZERO & Beyond» für die Carlsberg-Gruppe:



› **TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND**
Carlsberg Film und Nachhaltigkeitsbericht 2025



Dieses Produkt wurde auf
Blauer Engel-zertifiziertem
Papier gedruckt.

gedruckt in der
schweiz