



Medienmitteilung

Rheinfelden, 4. Februar 2026

Jahres- und Nachhaltigkeitskennzahlen 2025

Feldschlösschen zum 150-jährigen Bestehen: Operativ solide, Wachstum in strategischen Segmenten

Zum Auftakt seines 150-jährigen Bestehens blickt Feldschlösschen auf ein insgesamt robustes Geschäftsjahr 2025 zurück. Bis Ende Oktober entwickelte sich das Geschäft stabil; in den letzten beiden Monaten wurde das Jahresergebnis durch einen Sondereffekt negativ beeinflusst. Gleichzeitig konnte das Unternehmen insbesondere den strategisch bedeutenden Gastronomiekanal weiter stärken, seine Wachstumsfelder ausbauen und wichtige Marktpositionen behaupten.

Getränkemarkt Schweiz

Der gesamte Schweizer Biermarkt verlor im vergangenen Jahr 3 Prozent¹ an Volumen.

Ein Blick auf die Entwicklung der letzten zehn Jahre zeigt eine deutliche Verschiebung im Konsumverhalten: Der Pro-Kopf-Konsum von alkoholfreiem Bier stieg von 1,2 Litern im Jahr 2015 auf 3,9 Liter im Jahr 2025 und hat sich damit mehr als verdreifacht. Gleichzeitig sank der Konsum alkoholhaltiger Biere von 55,3 auf 46,1 Liter pro Person. Diese Entwicklung unterstreicht die zunehmende Bedeutung alkoholfreier Alternativen im Schweizer Biermarkt. Der Softdrink-Markt entwickelte sich insgesamt stabil, während der Mineralwassermarkt um 2 Prozent¹ wuchs.

Die Produkte von Feldschlösschen sind in der Gastronomie und im Detailhandel erhältlich. Die Umsatzentwicklung wird nachfolgend dargestellt; Absatzangaben sind in Klammern ausgewiesen.

Feldschlösschen stärkt die Gastronomie mit gezielten Investitionen

Das Unternehmen engagiert sich seit jeher für eine starke und zukunftsfähige Gastronomie und setzt dabei auf langfristige Zusammenarbeit. Vor diesem Hintergrund lancierte Feldschlösschen im vergangenen Jahr das Bier «Feldschlösschen Helvetic». Ein Teil des Erlöses fließt in den Pro Gastro Fonds, der Projekte zur Zukunftssicherung des Gastgewerbes unterstützt; im Berichtsjahr wurde dafür ein sechstelliger Betrag investiert.

Feldschlösschen stärkte den Absatzkanal Gastronomie und erzielte mit der Direktbelieferung und dem Gesamtsortiment aller Getränke ein Umsatzwachstum von über 2 Prozent. Gastronominnen und

¹ Vorläufige Daten Dezember 2025 / Insight Team Feldschlösschen

Gastronomen schätzen neben dem breiten Angebot den hohen Servicegrad, den Feldschlösschen bietet. Dies erhöht die Effizienz in ihren Betrieben.

Der Umsatz mit Bier ging in der Gastronomie 2025 um 4 Prozent zurück (Absatz -4 Prozent). Alkoholfreie Biere entwickelten sich hingegen mit einer Umsatzzunahme von 10 Prozent (Absatz +11 Prozent) ausgesprochen dynamisch. Dies bestätigt damit den anhaltenden Trend zu alkoholfreien Alternativen auch im Gastronomiebereich. In den anderen Getränkekategorien konnte Feldschlösschen beim Umsatz im vergangenen Jahr ebenfalls um 4 Prozent zulegen.

Detailhandel: stabile Entwicklung bis Oktober, Sondereffekt zum Jahresende

Im Detailhandel entwickelte sich der Umsatz des gesamten Getränkeportfolios bis Ende Oktober stabil (Absatz \pm 0 Prozent). Auch beim Bier war der Umsatz bis Oktober konstant (Absatz \pm 0 Prozent) auf Vorjahresniveau und damit deutlich besser als der Schweizer Gesamtmarkt.

Auf das Gesamtjahr betrachtet ging der Umsatz im Detailhandel um 6 Prozent zurück (Absatz -5 Prozent). Beim Bier betrug der Umsatzrückgang 7 Prozent (Absatz -6 Prozent). Diese Entwicklung ist nicht struktureller Natur, sondern auf den Entscheid von Feldschlösschen zurückzuführen, in den Monaten November und Dezember 2025 eine grosse Detailhandelsgruppe nicht mehr zu beliefern. Dieser Effekt trübte das Jahresergebnis im Absatzkanal Detailhandel sowie das Gesamtergebnis des Getränkeabsatzes.

Strategischer Umbau: Neue Getränkekategorien entstehen

Ein positives Bild zeigte sich bei Softdrinks und Mineralwasser, deren Umsatz 2025 um 11 Prozent zunahm (Absatz +4 Prozent). Treiber dieser Entwicklung war insbesondere der erfolgreiche Ausbau der Marke Pepsi in der Schweiz, die Feldschlösschen als Lizenznehmer herstellt. Gleichzeitig konnte auch in neuen Kategorien gebrauter Getränke Erfolge erzielt werden. So erschloss Feldschlösschen mit der erfolgreichen Neulancierung von Bilz Panache Naturelle, einem gebrauten Erfrischungsgetränk, zusätzliches Wachstumspotenzial.

Über alle Kategorien hinweg lag der Umsatz im Gesamtjahr 3 Prozent unter dem Vorjahr (Absatz -4 Prozent). Bis einschliesslich Oktober entwickelten sich Umsatz und Volumen stabil; der Rückgang ist auf den hohen Bieranteil im insgesamt rückläufigen Biermarkt sowie auf den Sondereffekt in den Monaten November und Dezember zurückzuführen.

Nachhaltigkeit: Grosser Schritt in Richtung CO₂-neutrale Bierherstellung in Rheinfelden

Im Jahr 2025 trieb Feldschlösschen die Dekarbonisierung seiner Produktionsprozesse weiter voran und senkte den CO₂-Ausstoss um 6 Prozent, vor allem durch die Umstellung der Wärmeversorgung verschiedener Standorte auf erneuerbare Energieträger. Im Vergleich zum Vorjahr sank der Wasserverbrauch in den Produktionsbetrieben um 1 % und die Betriebsunfälle konnten um weitere 50 % reduziert werden.

2026 wird die holzschnitzelbefeuerte Dampfversorgungsheizung in Betrieb gehen und den Anteil erneuerbarer Wärmeenergie am Standort Rheinfelden langfristig auf über 90 % steigern.

150 Jahre Feldschlösschen - Barometer zum Zusammenhalt in der Schweiz

Feldschlösschen nutzt sein 150-jähriges Jubiläum, um bewusst nach vorne zu schauen. Im Zentrum steht dabei die Frage, welchen Beitrag das Unternehmen heute – über sein wirtschaftliches Wirken hinaus – für die Schweiz leisten kann.

Als Brauerei ist Feldschlösschen seit jeher dort präsent, wo Menschen zusammenkommen – beim Feierabendbier in der Beiz, am Dorffest oder beim gemeinsamen Anstossen. Vor dem Hintergrund der Diskussionen über den gesellschaftlichen Zusammenhalt gab Feldschlösschen deshalb beim Meinungsforschungsinstitut Sotomo eine Umfrage in Auftrag und schenkt der Schweiz mit dem Barometer zum Zusammenhalt eine fundierte Standortbestimmung, die jährlich wiederholt wird.

Der Barometer zeigt auf, wie die Schweizerinnen und Schweizer den Zusammenhalt im Land wahrnehmen. Mit der zweiten Ausgabe, die im Februar erscheint, werden erstmals auch Entwicklungen sichtbar.

Die vollständige Studie wird am Mittwoch, 4. Februar 2026, um 17.00 Uhr veröffentlicht.

Weitere Informationen und Unterlagen:

[Bild- und Videomaterial](#)

[Feldschlösschen Nachhaltigkeitsbericht 2025](#)

[Barometer: Zusammenhalt in der Schweiz \(Publikation am 4.2. um 17.00 Uhr\)](#)

[Nachhaltigkeit bei Feldschlösschen](#)

Für Rückfragen:

Gaby Gerber, Leiterin Unternehmenskommunikation Feldschlösschen

Tel. 058 123 45 47/ uko@fgg.ch

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter www.feldschloessen.swiss

Das Unternehmen Feldschlösschen

Feldschlösschen mit Hauptsitz in Rheinfelden AG braute am 8. Februar 1876 als erste national tätige Brauerei der Schweiz erstmals Bier. Bis heute ist das Unternehmen Marktführerin im Biermarkt und als schweizweit tätige Getränkehändlerin aktiv. Feldschlösschen beschäftigt rund 1'200 Mitarbeitende an 22 Standorten in der ganzen Schweiz. Mit über 40 eigenen Schweizer Markenbieren; mit und ohne Alkohol, sowie einem breiten Getränkeportfolio von Mineralwasser über Softdrinks bis hin zu Wein beliefert Feldschlösschen rund 25'000 Kunden aus Gastronomie, Detail- und Getränkehandel. www.feldschloessen.swiss

