



Medienmitteilung

Rheinfelden, 08. Februar 2017

Jahreskennzahlen 2016

Feldschlösschen behauptet sich trotz rückläufigem Schweizer Biermarkt

Die grösste Brauerei und Getränkehändlerin der Schweiz erfüllte 2016 die Erwartungen und bestätigte ihre Marktführungsposition. Wie der gesamte Schweizer Biermarkt, verzeichnete auch das Unternehmen Feldschlösschen im Schweizer Markt einen leichten Volumen- und Umsatzrückgang beim Bier. Durch Aufträge für den Export konnte Feldschlösschen jedoch sein Gesamtproduktionsvolumen leicht steigern. Positiv entwickelten sich im vergangenen Jahr die Innovationen beim Lagerbier sowie die Spezialitätenbiere.

Der Schweizer Bier- und Getränkemarkt war auch 2016 mit starken Veränderungen und hohem Preisdruck konfrontiert. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Bier sank zwischen 2012 und 2015 von 57,3 auf 55,3lt. Die Konsumgewohnheiten verändern sich stark. Bier wird immer öfter zu Hause getrunken, der Druck auf die Gastronomie nimmt stark zu, was zu einer erhöhten Komplexität im Markt führt. Spezialitätenbiere werden stärker nachgefragt. Das Volumen des Biermarktes Schweiz nahm 2016 gegenüber dem Vorjahr um 1.1% ab. Das Biervolumen, das Feldschlösschen für den Schweizer Markt produzierte, sank im vergangenen Jahr um 1.8%, der Umsatz bei Bier und Getränken ging um 1.1% zurück. Nach einem schwierigen 2015 (Frankenschock/Einbruch in Tourismus und Gastronomie) reagierte Feldschlösschen 2016 mit der Erschliessung neuer Kundengruppen und Geschäftsfelder auf die neuen Herausforderungen und beurteilt die Gesamtleistung des Unternehmens positiv.

Mit Bier- und Getränkeinnovationen sowie Schwingfest 2016 erfolgreich

Auf Erfolgskurs ist u.a. das 2015 eingeführte «Feldschlösschen Braufrisch», das wegen grosser Nachfrage mittlerweile auch im Offenausschank und in Bügelflaschen erhältlich ist. Mit seiner

«Neuinterpretation von Lagerbier» gelingt es Feldschlösschen, zusätzliche Konsumentengruppen anzusprechen. Mit innovativen Spezialitätenbieren verlieh Feldschlösschen 2016 diesem Wachstumssegment wichtige Impulse. Erfreulich entwickelte sich auch weiterhin der alkoholhaltige Apfeldrink «Somersby», mit dem Feldschlösschen im Schweizer Getränkemarkt erfolgreich eine neue Kategorie erschlossen hat. Ein Höhepunkt war 2016 das Eidg. Schwing- und Älplerfest in Estavayer. Am wärmsten Wochenende des Jahres versorgte Feldschlösschen zuverlässig 280'000 Besucherinnen und Besucher mit kühlen Getränken und stellte so einmal mehr seine einzigartige Getränkelogistik-kompetenz unter Beweis.

Exportaufträge brachten 2016 Zusatzvolumen beim Bier

Feldschlösschen konnte durch verschiedenen Produktionsaufträgen der Carlsberg-Gruppe das Produktionsvolumen leicht steigern. Unter anderem braute das Unternehmen in Rheinfelden Bier für die Fussball-Europa-meisterschaft in Paris. Solche Produktionsvolumen erhält Feldschlösschen aufgrund hoher Flexibilität und Produktqualität sowie seinem Spezial-Know-how im Bereich alkoholfreie Biere. «Die Exportaufträge stellen eine Auszeichnung für die Mitarbeitenden und den Produktionsstandort Schweiz dar», unterstreicht denn auch CEO Thomas Amstutz.

Produktinnovationen, Serviceleistungen, innovative Geschäftsfelder

«Als Leader im Schweizer Bier- und Getränkemarkt investieren wir stetig in Produktinnovationen, Serviceleistungen und neue innovative Geschäftsfelder», so Thomas Amstutz, CEO. Auch 2017 wird das Unternehmen mit erfolgversprechenden Neuheiten den Schweizer Bier- und Getränkemarkt beleben. Die Marken «Feldschlösschen» und «Cardinal» werden demnächst mit tollen saisonalen Bieren und Spezialitäten überraschen. Zudem werden zahlreiche digitale Applikationen für Kunden und Konsumenten weiterentwickelt und implementiert. Beispielsweise wird die Plattform beer4you.ch, auf der seit Ende 2015 auch Privatkunden direkt bei Feldschlösschen bestellen können, laufend ausgebaut. «Die Stärken des Unternehmens Feldschlösschen sind Dynamik und Innovationskraft, Flexibilität, Effizienz und höchste Qualität. Dank diesen Attributen werden wir Herausforderungen auch in Zukunft positiv begegnen», ist Amstutz überzeugt.

Hinweis an die Redaktionen: Die Carlsberg-Gruppe hat heute ihre Jahreszahlen 2016 veröffentlicht: <https://carlsberggroup.com/newsroom/financial-statement-as-at-31-december-2016/>

Medienevent zu den neuen Bierinnovationen von Feldschlösschen: Freitag/Samstag, 10./11. Februar 2017 in Rheinfelden. Bei Interesse an der Teilnahme freut sich das Team von Corporate Communications über Ihre Kontaktaufnahme bis 09.02.2017 (uko@fgg.ch)

Für Rückfragen:

Gabriela Gerber, Head of Corporate Communications & Public Affairs Feldschlösschen
Tel. 058 123 45 47 /uko@fgg.ch

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter www.feldschloesschen.com

Bierkunde für Medienschaffende:

Wenn Sie mehr über Bier erfahren wollen, heissen wir Sie gerne bei uns in der Brauerei in Rheinfelden willkommen und organisieren für Sie einen Brauereibesuch, bei dem Sie hinter die Kulissen blicken und sich mit Fachpersonen austauschen können. Melden Sie sich bei der Feldschlösschen Unternehmenskommunikation (uko@fgg.ch).

Das Unternehmen Feldschlösschen

Feldschlösschen mit Hauptsitz in Rheinfelden AG ist die führende Brauerei und grösste Getränkehandlerin 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 bietet Feldschlösschen die grösste Biervielfalt des Landes. 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.com



<https://www.twitter.com/Feldschloss1876>



<https://www.youtube.com/user/FeldschloesschenAG>