



Medienmitteilung

Rheinfelden, 7. Februar 2018

Jahreskennzahlen 2017

## **Feldschlösschen setzt weiterhin auf Biervielfalt – die Strategie zahlt sich aus**

**Das Unternehmen Feldschlösschen konnte im Geschäftsjahr 2017 den Umsatz mit den eigenen Getränken steigern. Die Strategie der Biervielfalt und der Angebotserweiterung im Bereich der Spezialitätenbiere zahlt sich aus. Feldschlösschen hat im letzten Jahr auch im Bereich Nachhaltigkeit seine angestrebten Ziele erreicht. 2018 will Feldschlösschen sein Bierportfolio und seine innovativen und digitalen Kundenlösungen weiter ausbauen.**

Die grösste Brauerei und Getränkehändlerin der Schweiz, das Unternehmen Feldschlösschen, entwickelte sich im vergangenen Geschäftsjahr positiv. Insgesamt erwirtschaftete Feldschlösschen mit den eigenen Produkten 2017 ein Umsatzplus von +0.2%. Beim Bier legte Feldschlösschen umsatzmässig im Vergleich zum Vorjahr um +0.3% zu, beim Wasser um +0.6%. Gut verkauften sich insbesondere die Neulancierungen wie Feldschlösschen Weizen, Hopfen, Dunkel, die 2017 auf den Markt gebracht wurden. Starkes Umsatz-Wachstum zeigte der Bereich «New Cider» mit + 7,7%, zu dem der leicht alkoholhaltige Apfeldrink «Somersby» gehört. Eine erfreuliche Tendenz ist bei alkoholfreien Bieren zu verzeichnen, von denen Feldschlösschen 3.2% mehr umsetzte.

«Der Trend zum gesunden und aktiven Lebensstil wirkt sich positiv auf den Bereich der alkoholfreien Biere aus. Wer keinen Alkohol trinken möchte, und eine Alternative zu Süssgetränken sucht, greift heute öfter zu alkoholfreien Bieren», betont Feldschlösschen CEO Thomas Amstutz.

### **Spezialitätenbiere sind gefragt**

Der gesamte Biermarkt Schweiz wuchs im vergangenen Jahr leicht (total Volumen alkoholhaltige Biere +0.3%). Feldschlösschen behauptete sich in diesem Markt gut und verzeichnete insbesondere bei den Spezialitätenbieren volumenmässig eine deutliche Zunahme (+8.9%). Beim Gesamtvolumen Bier büsste Feldschlösschen leicht ein (-1.4 %). Der Rückgang ist ausschliesslich auf das abnehmende Volumen im Segment der Tiefpreisbiere zurückzuführen.

## **Ziele im Bereich Nachhaltigkeit erreicht: wiederum deutliche Reduktion des CO<sub>2</sub>-Ausstosses**

Mit der Strategie «Together towards zero» konzentriert sich Feldschlösschen im Bereich der Nachhaltigkeit auf die vier Fokus-Themen: CO<sub>2</sub> und Energie, Wasser, verantwortungsvoller Konsum und Arbeitssicherheit. Der CO<sub>2</sub>-Ausstoss des Unternehmens konnte auch im vergangenen Jahr weiter reduziert werden (-6.4%). Der Wasserverbrauch sank um 10.3 % und die Verfügbarkeit von alkoholfreiem Bier liegt bei den direkt belieferten Kunden bei über 60%. Die Zahl der Betriebsunfälle sank um 15%.

Heute liegt der Anteil erneuerbarer Energien in der Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden bei über 50%. Bis ins Jahr 2022 will Feldschlösschen 75% der Energie aus erneuerbaren Ressourcen einsetzen. «Um unsere ambitionierten Nachhaltigkeits-Ziele zu erreichen, haben wir eine Roadmap erstellt, an der wir konsequent arbeiten. Feldschlösschen will die nachhaltigste Brauerei der Schweiz sein», unterstreicht Thomas Amstutz, CEO von Feldschlösschen.

## **Ausbau der innovativen digitalen Dienstleistungen**

Feldschlösschen hat in den letzten Jahren einige innovative digitale Kundenlösungen entwickelt. So z.B. den «intelligenten» Biertank, der für Gastronomiekunden die automatische Nachbestellung von Bier sicherstellt. 2017 wurde die sogenannte «Beer Station» eingeführt. Gäste können damit Saison- oder Spezialitätenbier in ihrem Stammlokal für den Heimkonsum abfüllen. Die wiederverwendbaren Karaffen und Growler schonen die Umwelt. Die Stationen sind digital vernetzt, sodass bei Störungen automatisch der Service von Feldschlösschen aufgeboten wird. Ein weiterer Vorteil: Die «Beer Station» gibt Feldschlösschen-Gastronomiekunden wertvolle Hinweise auf die Nachfrage ihrer Gäste. Auch mit dem Onlineshop Beer4you.ch ist Feldschlösschen gut unterwegs: Der Umsatz konnte 2017 verdoppelt werden. Die Leistungen werden weiter ausgebaut.

## **Highlights und Perspektiven 2018**

Im April 2018 wird zum ersten Mal in der Schweiz ein Hackathon für Bier durchgeführt. Feldschlösschen führt in Zusammenarbeit mit der Swiss Startup Factory als erste Schweizer Brauerei einen solchen Event durch. 66 Studentinnen und Studenten aus der ganzen Schweiz suchen zwei Tage lang Ideen und Lösungen für Bierkonsumenten in der Schweiz. Damit geht Feldschlösschen einen anderen innovativen Weg um die kreativsten Dienstleistungslösungen für Kunden und Konsumenten zu erarbeiten.

Der Biersommer 2018 wird im Zeichen der Fussball-WM stehen. Mit verschiedenen Aktivitäten wird Feldschlösschen unter anderem auch an verschiedenen Public Viewings in der ganzen Schweiz präsent sein. Ende April findet wiederum der «Tag des Schweizer Bieres» statt, an dem Feldschlösschen seine Türen für die Bevölkerung öffnet. Es wird also viele Gelegenheiten geben, die über 40 verschiedenen Biere von Feldschlösschen zu geniessen.

**Für Rückfragen:**

Gabriela Gerber, Head of Corporate Communications & Public Affairs Feldschlösschen  
Tel. 058 123 45 47 / [gabriela.gerber@fgg.ch](mailto:gabriela.gerber@fgg.ch)

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter [www.feldschloesschen.swiss](http://www.feldschloesschen.swiss)

**Vorstellung Neulancierung 2018**

Am 22. Februar präsentiert Feldschlösschen ein neues Produkt, das ab Frühling erhältlich ist. Ab 11.30 Uhr findet ein Lunch-Event in Zürich mit spannenden Gesprächen u.a. mit einer Trendforscherin und diversen Bierexperten statt. Interessierte Journalisten können sich direkt bei [uko@fgg.ch](mailto:uko@fgg.ch) anmelden.

**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](mailto:uko@fgg.ch)).

**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](http://www.feldschloesschen.swiss)



<https://www.facebook.com/feldschloesschen>



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



<https://www.instagram.com/feldschloesschen>



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