



Part of the Carlsberg Group

Medienmitteilung

Rheinfelden, 6. Februar 2019

Jahreskennzahlen 2018

Grosse Nachfrage nach Feldschlösschen-Bier

Erfolgreiches Geschäftsjahr für die grösste Brauerei und Getränkehändlerin der Schweiz.

«Ein Feldschlösschen, bitte!», so lautete 2018 eine häufige Entscheidung von Konsumentinnen und Konsumenten bei der Wahl ihres Bieres. Das Unternehmen Feldschlösschen blickt denn auch auf ein erfolgreiches Jahr zurück: Volumen und Umsatz bei Bier und alkoholfreien Getränken konnten gesteigert werden. Kompetenz, Innovationskraft und Passion der Feldschlösschen-Mitarbeitenden sind die Basis für diesen Erfolg. Investitionen in die Qualität und Vielfalt der Getränke, in den Ausbau von digitalen Plattformen und den Onlinehandel sowie in die Nachhaltigkeit sorgen dafür, dass Feldschlösschen seine Marktführerposition weiter festigt.

Die konsequente Umsetzung der Getränke-Strategie von Feldschlösschen trägt Früchte: die grösste Brauerei und Getränkehändlerin der Schweiz verzeichnet im vergangenen Jahr 2% mehr Umsatz. «Vom Brauer über den Chauffeur bis hin zum Geschäftsleitungsmitglied – alle ziehen am gleichen Strang. Dank unseren qualifizierten und motivierten Mitarbeitenden konnten wir dieses sehr gute Resultat erreichen», ist Feldschlösschen-CEO Thomas Amstutz überzeugt.

Feldschlösschen - die stärkste Bier-Marke in der Schweiz

Besonders positiv: Die Biere der Hausmarke «Feldschlösschen» konnten ihren hohen Marktanteil ausbauen. Mit der Neulancierung von «Alkoholfrei Weizenfrisch» wurde die vielfältige Angebotspalette von Feldschlösschen im letzten Jahr erfolgreich erweitert. Damit bietet die Brauerei den Konsumenten neben dem beliebten Feldschlösschen Alkoholfrei Lager eine weitere Sorte mit vollem Geschmack und ohne Alkohol an. Auch die Nachfrage nach Cardinal-Bier war erfreulich: Die zweitstärkste Marke im Portfolio weist für 2018 stabile Verkaufszahlen auf.

Alkoholfreie Biere mit Potenzial

Der gesamte Biermarkt Schweiz wuchs im vergangen Braujahr (01.10.2017-30.09.2018) volumenmässig um +2% (inkl. alkoholfreie Biere). Auch das Unternehmen Feldschlösschen legte 2018 (01.01.2018-31.12.2018) beim Volumen zu: Beim Bier waren es insgesamt +2%, bei der Hauptmarke Feldschlösschen sogar +3%.

Auffällig war das überproportionale Volumenwachstum im Segment der Craft- und Spezialitätenbiere, zu denen unter anderem die Marken Valaisanne, Brooklyn und Grimbergen zählen. Grosses Potenzial sieht Feldschlösschen auch zukünftig bei den alkoholfreien Bieren, die im vergangenen Jahr um +15% zulegten. «Menschen mit einem aktiven Lebensstil schätzen alkoholfreies Bier als erfrischendes Naturprodukt. Dieser Trend wird anhalten und wir werden Konsumentinnen und Konsumenten auch in Zukunft mit neuen alkoholfreien Getränken überraschen», verspricht Thomas Amstutz. Feldschlösschen verzeichnet für 2018 jedoch nicht nur bei den Bieren sondern bei den Getränken insgesamt ein Wachstum: Der Absatz von Bier, Mineralwasser, Softdrinks, Wein und Somersby nahm um +2% zu.

Feldschlösschen auch im Onlinehandel erfolgreich

Hauptabsatzgebiete von Feldschlösschen sind Gastronomie, Detail- und Getränkehandel. Das Unternehmen Feldschlösschen ist zusätzlich auch im Onlinehandel gut vertreten und konnte dort den Umsatz im vergangenen Jahr steigern: Via Onlineshops der Detailhändler, dem eigenen Online-Direktvertrieb «beer4you» und der Kundenplattform «myFeldschlösschen» gelingt es Feldschlösschen, neue Kundenkreise zu erschliessen. «beer4you» gewinnt seit 2015 kontinuierlich an Beliebtheit und hat mittlerweile über 10'000 bestellende Kunden. Fazit: Auch im Bereich E-Commerce ist Feldschlösschen gut aufgestellt, um weiter zu wachsen.

Nachhaltiger Erfolg dank Energieeffizienz und erneuerbarer Energien

Im Bereich Nachhaltigkeit hat sich Feldschlösschen ebenfalls weiter verbessert und verfolgt konsequent das Programm «Together Towards ZERO». Im vergangenen Jahr konnte der CO₂-Ausstoss erneut um -4.6% gesenkt werden. Dies dank einem Effizienzsteigerungsprogramm und dem Einsatz von noch mehr erneuerbaren Energien in der Produktion sowie Anstrengungen zur Senkung des Treibstoffverbrauchs in der Logistik. Insgesamt hat Feldschlösschen den CO₂-Ausstoss in den vergangenen fünf Jahren um mehr als 30% reduziert. In Rheinfelden beträgt der Anteil erneuerbarer Energien bei der Wärmeerzeugung mittlerweile 54%. Auch der Wasserverbrauch konnte insgesamt um -3.8% reduziert werden. Als Branchenleader sieht sich Feldschlösschen verpflichtet, im Bereich Energieeffizienz und Nachhaltigkeit eine Vorreiterrolle einzunehmen.

Ausblick 2019

Die Umsetzung der Strategie, die sich ganz auf die Konsumentenbedürfnisse der Schweizerinnen und Schweizer richtet, wird auch 2019 konsequent verfolgt. Zudem wird Feldschlösschen im kommenden Sommer auch Partner der grossen Festanlässe in der Schweiz sein. Nebst tausenden von kleinen Anlässen wird Feldschlösschen mit seiner Event- und Getränke Logistik die Grossanlässe unterstützen. Dazu gehören u.a. das Eidgenössische Schwing- und Älplerfest in Zug im August, das Eidgenössische Turnfest in Aarau im Juni sowie die Fête des Vignerons im Juli/August in Vevey. Am 27. April findet einmal mehr der «Tag des Schweizer Bieres» statt, an dem Feldschlösschen seine Türen für die Bevölkerung öffnet.

Bild- und Videomaterial: media.pprmediarelations.ch/Feldschloesschen/Unternehmen/Geschaeftsgang/2018

Für Rückfragen:

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

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter www.feldschloesschen.swiss

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 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

