

NACHHALTIG- KEITSBERICHT 2024



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 2025
Berichtsperiode 2024

Gestaltung: Plasmadesign Studio
Text: Bettina Sutter Hammer (www.bspr.ch)
Fotonachweis: S. 4: Stefan Bienz (bienz:photography)
S. 9/39/45/51: Rahel Anja Schreiber und Megan Olivia Dällenbach
(beide Mediamatik-Lernende, Feldschlösschen)
S. 17: Flashpoint Studio (www.flashpointstudio.de)
S. 26: Valeriano Di Domenico (www.valerianodidomenico.ch)

INHALTSVERZEICHNIS

EINLEITUNG	4
TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND	10
KENNZAHLEN (ÜBERSICHT)	10
ENERGIE & CO ₂	13
LANDWIRTSCHAFT	25
VERPACKUNG	29
WASSER	35
VERANTWORTUNGSVOLLER GENUSS	41
ARBEITSSICHERHEIT UND GESUNDHEIT	47
GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG	53
KENNZAHLEN	66

FELDSCHLÖSSCHEN EIN ZEICHEN SETZEN

«2024 war ein Meilenstein für den Naturschutz und die Biodiversität an unserem Hauptstandort Rheinfelden. Mit der Renaturierung des Magdenerbachs entstand eine der grössten Bach-Auenlandschaften im Kanton Aargau. Es freut mich, dass Feldschlösschen zu diesem Pionier-Projekt einen Beitrag leisten konnte.»



Thomas Amstutz
CEO Feldschlösschen Getränke AG



Bereits seit Ende der 1980er Jahre hat Feldschlösschen nahe der Brauerei ein Naturschutzreservat eingerichtet. Nun finden Amphibien, Insekten, Vögel, Fische und Krebse im vergrösserten Schutzgebiet Ängi neuen Lebensraum. Feldschlösschen hat sich aktiv in dieses Projekt des Kantons eingebracht und damit ein Zeichen für die Biodiversität gesetzt (siehe auch S. 8).

Als Bier- und Getränkeproduzentin beinhaltet unsere Nachhaltigkeitsstrategie neben ökologischen auch soziale Schwerpunktbereiche und das Wahrnehmen von gesellschaftlicher Verantwortung. 2024 haben wir deshalb Massnahmen für einen verantwortungsvollen Konsum weitergeführt, u.a. mit Sensibilisierungskampagnen und der Bereitstellung eines immer breiteren Angebots an alkoholreduzierten und -freien Getränken.

 @brauereifeldschloessen

 @brauerei_feldschloessen

 Feldschlösschen Getränke AG

2024 war für Feldschlösschen kein einfaches Jahr. Gründe dafür waren u.a. das schlechte Wetter im Frühling und viele verregnete Events. Als Partner für Getränke- und Eventlogistik waren wir davon stark betroffen. Umso mehr freuen wir uns 2025 auf zahlreiche Anlässe wie das eidgenössische Turnfest in Lausanne oder die Fussball-EM der Frauen, die wir mit der Marke Pepsi unterstützen.

Auch wenn die Nachhaltigkeitszahlen nicht jedes Jahr und in allen Bereichen in die richtige Richtung zeigen – der Weg stimmt. Feldschlösschen verfolgt seine Ziele mit ungebrochenem Elan weiter. Das wird auch von der Schweizer Bevölkerung wahrgenommen: Konsumenten in der Schweiz beurteilen Feldschlösschen als nachhaltiges Unternehmen, das hat der SCOPES-Reports 2023¹ gezeigt. Diese Tatsache spornt uns weiter an, Zeichen zu setzen.

¹ Im Rahmen des SCOPES-Reports 2023 wurden 5 555 Schweizer Konsumentende u.a. gefragt, welche Unternehmen sie als besonders nachhaltig wahrnehmen.

UNTERNEHMEN FELDSCHLÖSSCHEN NACHHALTIKEITSSTRATEGIE

Das Unternehmen Feldschlösschen hat seit seiner Gründung 1876 eine Vision: Das beste Bier der Schweiz zu brauen, etwas Herausragendes zu schaffen, sich stets weiterzuentwickeln – und dabei einen respektvollen Umgang mit den Menschen, der Natur und der Umwelt zu pflegen. Nachhaltigkeit hat bei Feldschlösschen Tradition. Deshalb übernimmt das Unternehmen Verantwortung im ökologischen und sozialen Bereich. «Together Towards ZERO & Beyond» ist der Name seiner Nachhaltigkeitsstrategie.

Diese ist ein wesentlicher Teil der Unternehmensstrategie von Feldschlösschen. Mit einem konsequenten Programm und zahlreichen Massnahmen wurden in den vergangenen Jahren bereits substanzielle Einsparungen in den Bereichen Energie & CO₂ und Wasser erreicht, Arbeitsunfälle reduziert sowie der verantwortungsvolle Konsum gefördert.



➤ **NACHHALTIGKEITSSTRATEGIE
FELDSCHLÖSSCHEN**



➤ **TOGETHER TOWARDS ZERO
& BEYOND**
Carlsberg Film und Nachhaltigkeitsbericht 2024

TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND UNSERE ZIELE

Das sind die sechs Schwerpunktbereiche, in denen sich Feldschlösschen anspruchsvolle Ziele gesetzt hat:



ZERO
CO₂
Fussabdruck



ZERO
Landwirtschaftlicher
Fussabdruck



ZERO
Verpackungs-
abfall



ZERO
Wasser-
verschwendung



ZERO
Verantwortungs-
loses
Trinken



ZERO
Unfall-
kultur

Verantwortungsvolle
Beschaffung

Vielfalt,
Gleichberechtigung
& Inklusion

Menschenrechte

Unserem
Kompass folgen

Gemeinschaftliches
Engagement

FÜNF FRAGEN AN CAROLINA FÜNFELD

Carolina Fünfeld, im Juni 2024 wurde in Rheinfelden die Auenlandschaft im Naturschutzgebiet Ängi eingeweiht. Welche Rolle spielte Feldschlösschen bei der Realisierung?

In der Ängi besteht auf Feldschlösschen-eigenem Boden nahe der Brauerei bereits seit 1990 ein Naturschutzgebiet von rund 100 Aaren. 2017 stiess der Kanton Aargau ein Projekt zur Renaturierung des Magdenerbachs an. Feldschlösschen trat dafür 2023 Land an den Kanton ab und beteiligte sich aktiv an der Umsetzung, u.a. mit der Gestaltung eines Erlebnispfades, der die Bevölkerung über Naturschutz und Biodiversität aufklärt.

Sie waren Mitglied des Teams, das den Natur-Erlebnispfad am Magdenerbach realisiert hat. Welche Erwartungen haben Sie an das neue Angebot?

Ich fände es schön, wenn durch spielerisches Entdecken und Knobeln das Bewusstsein für einen schonenden und verantwortungsvollen Umgang mit Wasser gestärkt wird. Persönlich hoffe ich, dass das Quiz auch neue Gäste in unser Besucherzentrum Brauwelt bringt. Dort erfährt man u.a. viel Wissenswertes zum Thema Wasser bei Feldschlösschen, z.B., dass das Brauwasser für unsere Biere direkt «von nebenan», aus Magden, stammt.

Wie kommt der Erlebnispfad bei Besuchenden an?

Wir sehen, dass der Weg gut besucht und das Quiz gespielt wird. An verschiedenen Stationen werden spannende Informationen über die Natur, das Auenprojekt sowie Flora und Fauna vermittelt. Über einen QR-Code können Fragen dazu beantwortet werden. Wer mindestens 80 % richtige Antworten erzielt, erhält eine kühle Erfrischung in der Brauwelt. Das ist attraktiv.

Um welche Fragen geht es im Quiz konkret?

Es gibt z.B. Fragen über einzelne Tiere, die in der Ängi ihren Lebensraum haben. Alle Antworten sind auf den Informationstafeln, aber auch in der Auenlandschaft selbst, zu finden. Natürlich darf auch eine Frage zur Brauerei Feldschlösschen nicht fehlen. Die Aufgaben scheinen schwieriger zu lösen als gedacht. Wir lassen uns hier noch etwas einfallen (lacht).

Warum engagiert sich Feldschlösschen für Flüsse, Bäche und Seen?

Der volumenmässig wichtigste Rohstoff bei der Bierherstellung ist das Brauwasser. Die Güte des Bieres hängt wesentlich von dessen Qualität ab. Deshalb gehen wir in der Brauerei mit Wasser seit jeher verantwortungsvoll um und haben 2022 die Nachhaltigkeitskampagne «Gemeinsam für Schweizer Gewässer» lanciert.



Carolina Fünfeld
Marketing Manager Brauwelt

Carolina Fünfeld ist zuständig für das Marketing des Besucherzentrums Brauwelt in Rheinfelden. Sie betreut das Besucherwesen in Rheinfelden. Dies beinhaltet die interaktive Ausstellung, Brauereirundgänge, den Fanshop, Events auf dem Areal und das Feldschlösschen Restaurant. Sie verfügt über ein Diplom in Betriebswirtschaft und Tourismus sowie ein CAS in Marketing Communications und arbeitet seit 2017 bei Feldschlösschen.

TOGETHER TOWARDS ZERO & BEYOND KENNZAHLEN 2024*

*Relative Veränderung gegenüber 2023.
Detaillierte Kennzahlen siehe S. 66.



ZERO
CO₂
Fussabdruck

+3.1%

CO₂-AUSSTOSS TOTAL

Effizienzverbesserungen in den Produktionsprozessen und die Reduktion der Verluste führten zu weniger verfügbarer erneuerbarer Energie (konzentrierter Alkohol/Biogas) für die Wärmeerzeugung und zu einem leichten Anstieg des CO₂-Ausstosses. Die Reduktion in den letzten fünf Jahren beträgt 7.4%.

68.4%

EIGENE ERNEUERBARE ENERGIE

für die Wärmeversorgung in Rheinfelden.

STROM

5.2 Mio.

KWH SOLARSTROM

Produktion von rund 5.2 Mio. kWh Strom. +30.9% gegenüber dem Vorjahr.

28.7%

EIGENDECKUNGSGRAD

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



ZERO
Landwirtschaftlicher
Fussabdruck

100%

SCHWEIZER HOPFEN

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



ZERO
Verpackungsabfall

74.8%

DER WERTSTOFFE

wurden recycelt.



ZERO
Wasser-
verschwendung

-3.9%

WASSERVERBRAUCH

Im Vergleich zum Vorjahr sank der Wasserverbrauch in den Produktionsbetrieben um 3.9%.

-8.4%

**WASSERVERBRAUCH
IN DEN LETZTEN FÜNF
JAHREN**



ZERO
Verantwor-
tungsloses
Trinken

87.5%

**DER FELDSCHLÖSSCHEN
KUNDINNEN UND KUNDEN
HABEN ALKOHOLFREIES
BIER IM ANGEBOT.**

98% der Kunden im Detailhandel boten 2024 alkoholfreie Biere aus dem Feldschlösschen-Sortiment an. In der Gastronomie waren es 77%.



ZERO
Unfall-
Kultur

-20%

BETRIEBSUNFÄLLE
gegenüber dem Vorjahr.



ZERO CO₂ Fussabdruck

+3.1%

CO₂-AUSSTOSS

im Vergleich zum Vorjahr.

-7.4%

**CO₂-AUSSTOSS TOTAL
SEIT 2020**

13 Energie & CO₂

ENERGIE- UND CO₂- REDUKTION

Um den CO₂-Ausstoss in seinen Brauereien und entlang der Lieferkette zu senken, unternimmt Felschlösschen seit vielen Jahre grosse Anstrengungen. So setzt man in der Brauerei z.B. auf die konsequente Wiederverwendung der Wärme- und Kälteenergie. Zudem sind bereits seit den 80er-Jahren in vielen Bereichen Wärmerückgewinnungssysteme installiert. Seit 2014 speist Felschlösschen Abwärme der Kühlanlagen und Kühltürme in den Wärmeverbund Rheinfelden Mitte ein. Weitere Bestrebungen liegen im Bereich der Logistik, bei der neue Technologien mithelfen, den Transport Schritt für Schritt CO₂-neutral zu gestalten. Mit Energieeffizienz, eigenen erneuerbaren Energien und innovativen Technologien soll die gesamte Wertschöpfungskette bis 2040 Netto-NUL CO₂ ausstossen.

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

NEUER HEIZKESSEL MIT HOLZ

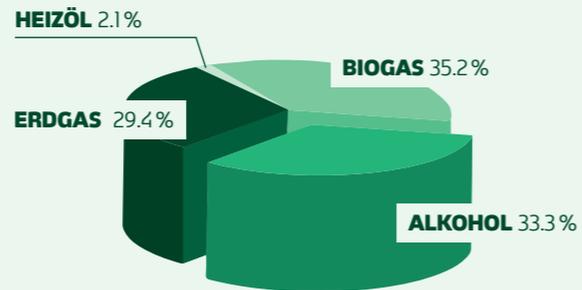
2024 wurden weitere Schritte unternommen, um den CO₂-Ausstoss bei der Wärmeenergie in der Brauerei zu senken. Geplant ist, mittel-fristig einen Anteil Holz anstelle von fossilen Energieträgern einzusetzen und damit dem Ziel von über 90 % erneuerbare Energie in Rheinfelden näher zu kommen.

68.4%

EIGENE ERNEUERBARE ENERGIE

für die Wärmeversorgung in Rheinfelden.

ENERGIETRÄGER BRENNSTOFFE RHEINFELDEN ENERGIEVERBRAUCH



Die Effizienzverbesserungen in den Produktionsprozessen und die Reduktion der Verluste führten 2024 zu weniger verfügbarer erneuerbarer Energie (konzentrierter Alkohol/Biogas) für die Wärmeerzeugung und zu einem leichten Anstieg des CO₂-Ausstosses.

1962 000 l

EINSPARUNG HEIZÖL
durch die Verwertung von
eigenem Biogas und
konzentriertem Alkohol.



MIT ULTRASCHALL ZUR EFFIZIENTEN DOSENABFÜLLUNG

Beim Abfüllprozess ist der Bierschaum eine Herausforderung. Deshalb hat Feldschlösschen bei einer Dosenabfüllanlage seit 2024 ein modernes und umweltfreundliches System mit Ultraschalltechnologie installiert. Damit werden die Abfüllgeschwindigkeit gesteigert, der CO₂-, Energie- und Wasserverbrauch gesenkt und der Flüssigkeitsverlust minimiert.

Eine von der Firma Cavitus entwickelte Sonde kontrolliert den Schaumeinfluss bei der Abfüllung. Bei einer Frequenz von 20 kHz werden die Schaumblasen zusammengedrückt, implodieren und die Tropfen fließen wie von Zauberhand zurück in die Dose. Dabei gibt es keinerlei Kontakt mit der Flüssigkeit, was aus hygienischer Sicht erwünscht ist.

Vor der Einsetzung des Ultraschallsystems wurde ein sogenannter Blasenbrecher genutzt, der den Schaum mit CO₂ abbläst. Das ist zwar auch effizient,

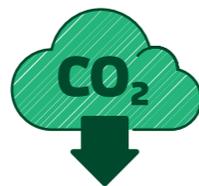
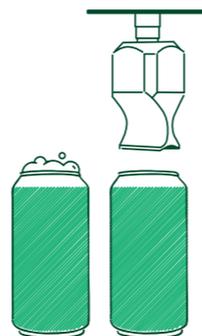
es gehen aber beim Abfüllprozess wenige Milliliter Bier verloren. Das summiert sich bei 60 000 Dosen pro Stunde zu einer beträchtlichen Menge.

Bis zu

60 000

DOSEN PRO STUNDE

werden auf einer Anlage abgefüllt.



Rund

30 t

CO₂ PRO JAHR

werden durch die Ultraschall-
technologie eingespart.



DIE VORTEILE

des neuen Ultraschallsystems liegen auf der Hand: Weniger

↓ Getränkeverlust

↓ CO₂

↓ Energie

↓ Wasser (gesenkter Reinigungs-
aufwand bei Dosen)

FACTS & FIGURES ELEKTRIZITÄT

PHOTOVOLTAIKANLAGEN

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

TOTAL

5.2 Mio. kWh

STROMPRODUKTION IM JAHR 2024

+ 30.9%

GEGENÜBER DEM VORJAHR



28.7%

EIGENDECKUNGSGRAD

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

E-LKW-FLOTTE

265 000 kWh

GESAMT-STROMVERBRAUCH 2024

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 000l Diesel **-196 t CO_{2e}²**

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

² CO_{2e} ist die Abkürzung für CO₂-Äquivalente, eine Masseinheit zur Vereinheitlichung der Klimawirkung von Treibhausgasen.

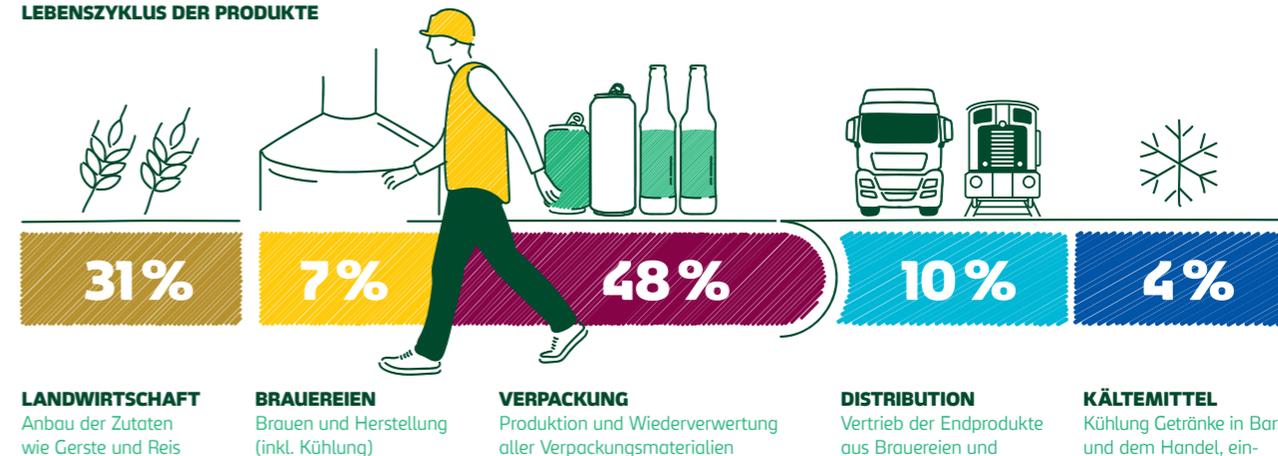


NETTO-NULL CO₂ IN DER WERT-SCHÖPFUNGSKETTE BIS 2040

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. Die Vision ist eine Netto-NULL-Wertschöpfungskette bis 2040.

ANTEIL DER CO₂-EMISSIONEN PRO PHASE DES LEBENSZYKLUS DER PRODUKTE



LANDWIRTSCHAFT

Anbau der Zutaten wie Gerste und Reis

BRAUEREIEN

Brauen und Herstellung (inkl. Kühlung)

VERPACKUNG

Produktion und Wiederverwertung aller Verpackungsmaterialien

DISTRIBUTION

Vertrieb der Endprodukte aus Brauereien und Depots

KÄLTEMITTEL

Kühlung Getränke in Bars und dem Handel, einschliesslich Kältemittel

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

DISTRIBUTION

Feldschlösschen betreibt für seine 25 000 Kundinnen und Kunden in Gastronomie, Detail- und Getränkehandel sowie für zahlreiche Veranstaltungen eine eigene schweizweite Logistik. Bereits seit 2008 setzt das Unternehmen kleinere Elektro-LKW für den Getränketransport ein und gehört damit zu den Pionieren in der Schweiz.



Die **20** seit 2021 im Einsatz stehenden **26-T-ELEKTRO-LKW** werden kontinuierlich schweizweit für die Feinverteilung genutzt und tragen zur umweltschonenden Distribution bei.



BIO-DIESEL

Weiterhin wird am Logistikstandort Biel jeden Sommer regulär Bio-Diesel zur Betankung der LKW eingesetzt.

Für die **3.5-T-LIEFERWAGEN** im Pikett-Dienst wurde bisher noch kein passendes Elektro-Modell gefunden. Die Reichweite der Test-Fahrzeuge im Jahr 2023 war nicht ausreichend für den Bedarf, da diese Lieferwagen weit grössere Distanzen zurücklegen als LKW in der Feinverteilung. Eine Neubeurteilung wird in ein paar Jahren vorgenommen werden.

BÄRENSTARKER ELEKTRO-LKW FÜR EVENTS

Seit Juni 2024 testet Feldschlösschen im operativen Tagesgeschäft seiner Event-Abteilung in Rheinfelden einen dreiachsigen 27-Tonnen-Elektro-LKW von Renault Trucks. Ein absolutes Novum: Dank seiner enormen Leistung ist der E-Truck in der Lage, einen Anhänger zu ziehen. Das Gesamtgewicht kann bis zu 42 Tonnen betragen.

Während der Nutzung erfasst Feldschlösschen verschiedenste Daten wie zurückgelegte Distanzen, Energieverbrauch etc. Die erste Beurteilung des Einsatzes fällt äusserst positiv aus: Die Chauffeure sind vom Fahrzeug begeistert und es wurden keine Störungen verzeichnet.

Feldschlösschen ist eines der ersten Unternehmen, das diesen umweltschonenden Lastwagen testet. Nach dem einjährigen Feldversuch geht das Fahrzeug zu Renault nach Lyon (F) zurück und wird zu Analysezwecken zerlegt.



FACTS & FIGURES



540 kWh

BATTERIEKAPAZITÄT



400 km

REICHWEITE



1.1 kWh

VERBRAUCH PRO 1 KM



ZERO Landwirtschaftlicher Fussabdruck

REGENERATIVE LANDWIRTSCHAFT

Die Rohstoffe, die Feldschlösschen für die Herstellung seiner Biere und Getränke verwendet, sollen bis 2040 zu 100 % aus regenerativen landwirtschaftlichen Verfahren stammen und nachhaltig beschafft werden. Damit sollen u.a. die Gesundheit der Böden verbessert und die Artenvielfalt auf den Anbauflächen gefördert werden, um den landwirtschaftlichen Fussabdruck so gering wie möglich zu halten.

GEFRAGTER SCHWEIZER HOPFEN

Schweizer Hopfen ist ein rares Gut. In der Schweiz gibt es lediglich zehn Hopfenpflanzler, die jährlich ca. 30 Tonnen ernten. Dies entspricht ungefähr 10 % des Bedarfs an Hopfen für die Schweizer Bierproduktion.

FELDSCHLÖSSCHEN HELVETIC: 100 % SCHWEIZER HOPFEN

Ende 2024 hat Feldschlösschen ein neues Bier von höchster Qualität kreiert: Feldschlösschen Helvetic, ein Schweizer Helles, gebraut mit 100 % Schweizer Premiumhopfen.

Beste Zutaten garantieren einen einzigartigen, raffinierten Geschmack. Neben dem sorgfältig ausgewählten Schweizer Hopfen sorgen das Spezialmalz CaraHell und das Brauwasser aus der Feldschlösschen-eigenen Quelle in Magden dafür. Das Bier ist seit Anfang 2025 exklusiv in der Gastronomie erhältlich.



FELDSCHLÖSSCHEN PRO GASTRO FONDS

Feldschlösschen engagiert sich seit vielen Jahren auf nationaler Ebene für die Aus- und Weiterbildung von Fachkräften in der Gastronomie, sei es bei der Ausbildung von Brauerlernenden oder bei der Schulung von Biersommeliers.

Mit jedem Schluck des neuen Biers unterstützt Feldschlösschen nun die Schweizer Gastronomie zusätzlich: Pro verkauftem Liter Feldschlösschen Helvetic fließen 10 Rappen in den neu geschaffenen Feldschlösschen Pro Gastro Fonds, um zukunftsweisende Projekte in der Branche zu fördern. Hierfür besteht eine Kooperation mit GastroSuisse und dem von ihr initiierten Programm «Avanti!», das dem Fachkräftemangel entgegenwirken will.

FELDSCHLÖSSCHEN HELVETIC UNTERSTÜTZT DIE SCHWEIZER GASTRONOMIE.



 **FELDSCHLÖSSCHEN PRO GASTRO FONDS**
Für die Zukunft der Gastronomie
Pour l'avenir de la gastronomie
Per il futuro della ristorazione

Fonds zur Förderung des Schweizer Gastgewerbes

10 Rp.
PRO LITER
verkauftem Feldschlösschen Helvetic Bier



ZERO Verpackungs- abfall

ZIELE BIS 2030

100 % Rezyklierbarkeit der Verpackungsmaterialien.

R-PET-Anteil im gesamten PET-Portfolio auf 65 % steigern.

Verbrauch von Neuplastik gegenüber 2019 um 60 % senken.

VERMEIDEN, WIEDERVERWERTEN, REZYKLIEREN

Mit 48 % machen Verpackungen den grössten Anteil am CO₂-Fussabdruck der Produkte von Feldschlösschen aus. Feldschlösschen sucht deshalb in diesem Bereich immer nach Innovationen und entwickelt Getränkeverpackungen in Zusammenarbeit mit den Herstellern weiter. Insbesondere die Verminderung von Material wie Plastik, Karton, Glas oder Aluminium ist ein Anliegen. Zudem steht die Reduktion von CO₂ bei der Herstellung, der Rücknahme und dem Recycling im Vordergrund. Feldschlösschen will beim Verpackungsmaterial 100 % Wiederverwendbarkeit erreichen und es von der Beschaffung bis zum Recycling ökologisch optimieren.

NEUER RECYCLING-SERVICE FÜR DIE GASTRONOMIE

Bei Feldschlösschen bestellen Gastronomiekunden alle Getränke aus einer Hand. Mehrwegbehälter sowie Flaschen und Dosen von eigenen Getränken nimmt Feldschlösschen seit jeher wieder zurück und führt sie dem Recycling zu. Mit der Ausweitung des Angebots von Wein und Spirituosen besteht seitens Gastrobranche inzwischen insbesondere für die Rücknahme und Entsorgung von Altglas eine erhöhte Nachfrage.

Ab 2025 testet Feldschlösschen deshalb bei ausgewählten Kundinnen und Kunden eine neue Dienstleistung: die Entsorgung von Einweg-Glasflaschen und von vielen anderen Stoffen.

Feldschlösschen kooperiert für dieses Angebot mit der Firma Obrist Transport + Recycling AG, die sich auf die Wertstoffentsorgung in der Gastronomie spezialisiert hat. Von Glas über PET, Karton/Papier, Kehrlicht, Blech/Alu, Keramik, Nassabfällen und Speiseöl bis hin zu Kunststoff – Obrist nimmt alles mit.

Es ist geplant, dass Kundinnen und Kunden zukünftig über das bewährte Kundenportal «FS.Cockpit» nicht nur Bestellungen aufgeben, sondern mit ein paar wenigen Klicks auch die Entsorgung abwickeln können.



Ziel der neuen Dienstleistung ist es, die Entsorgung für die Feldschlösschen Kundinnen und Kunden so einfach wie möglich zu gestalten und die Recyclingquote von Wertstoffen zu maximieren. Der Service ist zu Beginn auf die Nordwestschweiz (LU/ZG/BL/BS/AG) beschränkt und soll Schritt für Schritt auf andere Regionen ausgeweitet werden.



FACTS & FIGURES

100 %

R-PET

2024 wurden die Tests für die Umstellung auf 100 % R-PET bei 0.5L PEPSI ZERO SUGAR-Flaschen erfolgreich abgeschlossen.



2024

74.8 %

DER WERTSTOFFE

rezykliert.



Davon

769 t

GLAS



368 t

PET



61 Mio.

MEHRWEGGLASFLASCHEN

wurden 2024 bei Feldschlösschen abgefüllt.

Nachhaltiger Holzbecher

-11 t

PLASTIKABFALL

im Stadion Wankdorf.

BIERGENUSS AUS NACHHALTIGEN HOLZBECHERN IM STADION WANKDORF

Seit Januar 2024 genießen Fussballfans im Berner Fussballtempel ihre Feldschlösschen-Biere und weitere Getränke aus nachhaltigen Holzbechern. Nach der Testphase im Jahr 2023 wurden die Trinkgefäße definitiv eingeführt und lösten die bisherigen Plastikbecher ab.

Die nachhaltigen Getränke-Cups aus Zuwachsholz wurden vom Start-Up-Unternehmen arboloom in Zusammenarbeit mit Feldschlösschen entwickelt. Im Stadion Wankdorf werden nun jährlich rund 11 Tonnen Plastikabfall vermieden.

HOLZBECHER



mit FSC-zertifiziertem Holz



Aus erneuerbaren Rohstoffen



Nach dem Gebrauch zu Spanplatten für Möbel verarbeitet

3 mal
weniger Umweltbelastung als Einweg-Plastikbecher



ZERO Wasser- verschwendung

-3.9%

WASSERVERBRAUCH
im Vergleich zum Vorjahr.

-8.4%

WASSERVERBRAUCH
TOTAL SEIT 2020

EFFIZIENTE WASSERNUTZUNG

Bier besteht zu mehr als 90 Prozent aus Wasser. Reines Wasser ist deshalb ein Muss. Bei Feldschlösschen in Rheinfelden stammt das Brauwasser für die Biere aus den eigenen Quellen, die in fast 300 Metern Tiefe in der Nachbargemeinde Magden liegen. Auch die schonende Nutzung des kostbaren Guts innerhalb des Produktionsprozesses ist für Feldschlösschen eine absolute Priorität.

Feldschlösschen setzt neuste und führende Technologien ein, um Wasser effizient zu verwenden. 2024 wurden viele kleinere Wassersparprojekte realisiert. Deshalb sank auch der Wasserverbrauch in den Produktionsbetrieben gegenüber dem Vorjahr um 3.9%. Die Reduktion in den letzten fünf Jahren beträgt 8.4%.

RHEINFELDEN BRUNNEN MIT SOLAR- STROM-BETRIEB

Seit Juni 2024 sprudelt er wieder, der «Schäumende Bronzebrunnen», der den Eingang des Hauptsitzes von Feldschlösschen schmückt. Der Brunnen des Schweizer Bildhauers Erwin Rehmann wird mit Solarenergie betrieben, die auf dem Dach des Bürogebäudes produziert wird.

Viele Jahre floss kein Wasser mehr, weil die Pumpen am Ende ihres Lebenszyklus' angekommen waren und das ursprüngliche Betriebskonzept einen hohen Stromverbrauch aufwies.

Feldschlösschen suchte eine ökologische und energie-technisch gute Lösung: 2024 wurde die Technik rundum ersetzt und neu ein Wasserkreislauf aus Regenwasser erstellt. Betrieben wird das Kunstobjekt jetzt mit Elektrizität, die vor Ort mit Photo-

voltaikmodulen erzeugt wird. Die Wasserpumpen können nun optimal reguliert werden: Abhängig vom Wetter und vom verfügbaren Solarstrom werden die Betriebszeit und die Helligkeit des Kunstobjekts gesteuert. Das überschäumende Sprudeln erfreut Besucherinnen und Besucher sowie Mitarbeitende wieder in voller Pracht.

WASSER & BIER ZWEI, DIE ZUSAMMENGEGEHÖREN

Die Anspielung auf den Brauprozess, bei dem Wasser eine zentrale Rolle spielt, gehört zur wichtigsten Deutung des Kunstwerkes. Aber auch der Verweis auf überschäumendes Bier ist eine humorvolle Zusatzbedeutung, die der Künstler seinem Brunnen verliehen hat. Der Brunnen ist denn auch ein künstlerischer Orientierungspunkt auf dem Schloss-Areal.

Der «Schäumende Bronzebrunnen», wird von Experten als ein national bedeutender Beitrag zur Kunst im öffentlichen Raum und zur Geschichte der Schweizer Eisenplastik des 20. Jahrhunderts eingestuft. Erwin Rehmann (1921-2020), bedeutender

Schweizer Bildhauer aus Laufenburg, ist bekannt für seine abstrakten Metallplastiken. Er gehörte zu den bekanntesten Schweizer Plastikern seiner Generation.



Ein Beispiel von «Kunst am Bau»: Der 1986 eingeweihte Bronze-Brunnen in Rheinfelden. Hinter «Kunst am Bau» steht die Idee, dass Kunst nicht nur in Museen oder Galerien existieren, sondern auch den alltäglichen Lebensraum der Menschen verschönern soll.

FACTS & FIGURES



4100 m³

WASSER

werden bei der Herstellung von alkoholfreien Produkten eingespart.

ES GEHT AUCH OHNE!

Wassersparen wird auch beim Abfüllprozess in Rheinfelden grossgeschrieben – denn oft machen kleine Anpassungen einen grossen Unterschied. Markus Welker, Maschinenführer in der Füllerei in Rheinfelden, ist ein aufmerksamer Beobachter: Anfang 2024 stellte er fest, dass der sogenannte Schmierdüsenbalken am zweiten Füller unnötig Wasser ausstösst. Mit seinen insgesamt elf Wasserdüsen, die je sechs Liter Wasser pro Stunde verbrauchen, besprüht dieser die Auslaufbänder, bevor die Flaschen nach der Abfüllung zur Etikettiermaschine weiterfahren. Durch das intervallmässige Bespritzen mit Wasser und Schmiermittel gleiten die Flaschen auch in Kurven mühelos über die Bänder, ohne umzufallen und in der Folge die Mechanik zu beschädigen.

Aufgrund einer Anlageoptimierung wird der zweite Füller jedoch vorübergehend nicht benötigt. Deshalb schlug Markus Welker vor, die entsprechenden Wasserdüsen abzuschalten. Ein Kollege entwickelte die Idee weiter und so wurden am Ende nicht nur die Düsen entfernt, sondern gleich der gesamte Schmierdüsenbalken. Resultat des Teamworks und «Gemba Kaizen»-Projekts ist eine jährliche Einsparung von rund 300 000 Liter Wasser.

«Gemba Kaizen» ist ein internes Programm, das die Feldschlösschen Mitarbeitenden auffordert, Verbesserungsvorschläge im Betrieb einzubringen: für die Senkung des Verbrauchs von wertvollen Rohstoffen, wie z.B. Wasser, oder auch für einen sicheren Arbeitsplatz (siehe auch S. 50).

2024 Einsparung Wasser durch Entfernung Schmierdüsenbalken

300 000 l | **100 l**
PRO JAHR | PRO TAG



«Besonders gefallen hat mir an diesem Projekt, dass ein Teamkollege meinen Vorschlag aufgenommen hat und noch einen Schritt weiter gegangen ist. An dieser Stelle ein grosses Dankeschön an all jene, die die Wassersparidee weitergedacht und umgesetzt haben. Hammer Teamwork!»

Markus Welker
Maschinenführer, Füllerei
Feldschlösschen



ZERO Verantwortungsloses Trinken

87.5%

der Feldschlösschen-Kunden im Detailhandel und in der Gastronomie boten im Jahr 2024 alkoholfreie Biere aus dem Feldschlösschen-Sortiment an. 98% der Kunden im Detailhandel, 77% in der Gastronomie.

41 Verantwortungsvoller Genuss

FÜR EINEN MODERATEN KONSUM

Feldschlösschen möchte, dass die Menschen seine grosse Biervielfalt geniessen. Es ist dem Unternehmen jedoch ein Anliegen, dass sie das mit Verantwortung tun. Feldschlösschen setzt sich deshalb für einen moderaten Konsum von alkoholischen Getränken und für eine verantwortungsvolle Vermarktung seiner Produkte ein.

Ein vielfältiges Angebot an alkoholreduzierten oder alkoholfreien Getränken und deren hohe Verfügbarkeit ist ein Ziel, das Feldschlösschen in diesem Schwerpunktbereich anstrebt. Fast 90% der Feldschlösschen-Kunden in Detailhandel und Gastronomie bieten alkoholfreie Biere aus dem Feldschlösschen-Sortiment an.

ALKOHOLFREIES BIER ERWEITERTES ANGEBOT

Damit es für jede Gelegenheit und jeden Geschmack auch eine alkoholfreie Getränke-Alternative gibt, baut Feldschlösschen sein Sortiment der alkoholfreien Biere laufend aus.

Im Februar 2024 wurde das neue, spritzige und fruchtige Feldschlösschen Grapefruit 0.0% lanciert.

ANHALTEND POSITIVER TREND

Immer mehr Menschen führen einen aktiven Lebensstil. Alkoholfreies Bier passt wunderbar in dieses Konzept. Es ist natürlich erfrischend und durstlöschend, überzeugt mit vollem Geschmack, sorgt für Abwechslung beim Essen, in der Freizeit und beim geselligen Beisammensein. Nicht zuletzt ist es eine gute Wahl in all jenen Momenten, in denen man bewusst auf Alkohol verzichten möchte.



FACTS & FIGURES

+2%

UMSATZ

bei Feldschlösschen mit alkoholfreiem Bier 2024 vs. 2023.

7%

MARKTANTEIL

hatte alkoholfreies Bier im Schweizer Gesamt-biermarkt 2024.

10 l-Fass

FELDSCHLÖSSCHEN ALKOHOLFREI LAGER

Seit dem Frühjahr 2024 gibt es das beliebte alkoholfreie Bier für die Gastronomie auch im nachhaltigen 10l-Gebinde.

Die Vorteile liegen auf der Hand: Das Angebot der alkoholfreien Alternative ist am Zapfhahn gut sichtbar und es fällt weniger schweres Glas-Leergut an, das transportiert und recycelt werden muss.



INFORMATIONEN-KAMPAGNE FRIENDS FOR FRIENDS

Im Namen seiner Kampagne Friends For Friends hat Feldschlösschen am Brauereifest im April 2024 in Rheinfelden Besucherinnen und Besucher spielerisch auf die Thematik «don't drink & drive» aufmerksam gemacht, d.h. darauf, nicht gleichzeitig Alkohol zu trinken und zu fahren. Mittels Spezialbrille und -velo konnten die Gäste ausprobieren, wie Motorik und Reaktionsfähigkeit beeinträchtigt sind, wenn ein gewisser Promillepegel überschritten ist. Auch am Feldschlösschen Oktoberfest 2024 war Feldschlösschen mit einer Friends For Friends-Aktion präsent.



KLARE KENNZEICHNUNG

2024 hat Feldschlösschen die Sichtbarkeit der Altersbeschränkung (16+) für Bier mittels Signet auf allen Flaschen erhöht. In sämtlichen Medienprodukten fordert das Unternehmen zu einem moderaten Konsum seiner Getränke auf.

DETAILHANDEL ALKOHOLFREIE GETRÄNKE IM FOKUS

Mit einem besonderen Regaldisplay macht Feldschlösschen seit Frühjahr 2024 in Filialen eines Schweizer Detailhändlers Werbung für einen verantwortungsvollen Genuss. Die Idee dazu hatten Massimo Galvani, Customer Development Manager, und Niclas Dieringer, Key Account Manager. Sie konzipierten das wohl erste eigenständige Verkaufsregal mit verschiedenen alkoholfreien Getränken – Bier und Spirituosen – das auch Produkte von Feldschlösschen-Mitbewerbern enthält. Farblich unterschiedliche Elemente und Regalstopper verdeutlichen die grosse Vielfalt an alkoholfreien Bieren und Getränken und machen das Angebot besser sichtbar. Das Ziel ist, dass sich die Konsumentin/der Konsument besser in der Kategorie der alkoholfreien

Getränke zurechtfindet und dass die Entscheidung für ein alkoholfreies Bier leichter fällt.

Im Frühling stand das erste Display an prominentem Laden-Standort in einer Filiale im Mittelland, fünf weitere folgten.

Einzelne Geschäftsstellen waren zuerst skeptisch, wurden aber vom positiven Effekt der neuen Präsentation bald überzeugt. In Luzern zum Beispiel war bereits im Sommer ein starkes Umsatzwachstum mit alkoholfreien Getränken erkennbar. Fazit: Der innovative Marktauftritt kommt bei Konsumentinnen und Konsumenten gut an.

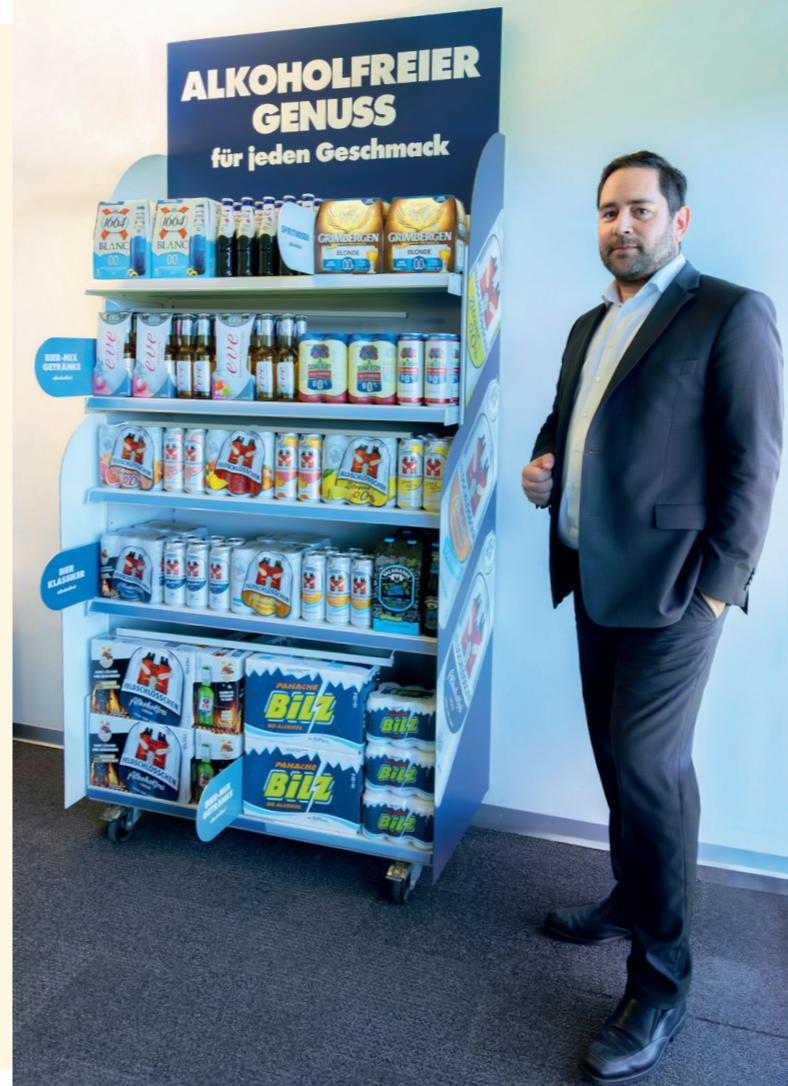
Alkoholfreie Biere von Feldschlösschen im Detailhandel

6

FILIALEN
mit attraktiven
«Alkoholfrei-Displays».

16

**ALKOHOLFREIE BIERE
UND BIERMISCH-
GETRÄNKE**
bietet Feldschlösschen dem
Detailhandel an.



«Ich fand es sehr spannend, für unseren Kunden zusammen mit meinem Kollegen Massimo Galvani und gemeinsam mit einer externen Agentur etwas ganz Neues zu entwickeln. Es war toll, das Projekt sowohl gegenüber unserem Kunden als auch unternehmensintern zu managen. Wir haben das Display vor Ort selbst eingebaut: Das Resultat sieht super aus und zeigt Wirkung!»

Niclas Dieringer
Key Account Manager
Feldschlösschen



ZERO Unfall- Kultur

-20%

BETRIEBSUNFÄLLE

vs. 2023*

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

VISION ZERO ACCIDENTS

Ziel von Feldschlösschen ist es, dass alle Mitarbeitenden gesund zur Arbeit kommen und gesund wieder nach Hause zurückkehren. Zum zweiten Mal fand im März 2024 eine unternehmensinterne Gesundheits- und Sicherheitswoche statt. Mit einem vielfältigen Angebot von Podcasts über Gesundheits-Check-ups bis hin zu Seminaren wurden die Mitarbeitenden für die Themen Arbeitssicherheit und Gesundheit sensibilisiert und dazu geschult.

2024

16 000

STUNDEN

Schulung zu den Themen Gesundheit und Sicherheit.

8 000

SICHERHEITS-WALKS

2 200

KONTROLLEN
von Abladeorten.

ARBEITSUNFÄLLE VERMEIDEN PRÄVENTION MIT SYSTEM

Stolperunfälle gehören gemäss Suva in der Schweiz zur Unfallursache Nummer eins. Rund 200 000 Personen verletzen sich jährlich so in Beruf und Freizeit. Feldschlösschen unternimmt grosse Anstrengungen, um das Unfallrisiko im Betrieb zu minimieren. Aufmerksame Mitarbeitende, die das Unternehmen dabei unterstützen, sind dabei hochwillkommen. Siehe auch S. 50. Nicht nur bei der Auslieferung der Getränke bei Kunden lauern Stolperfallen – auch innerhalb des Produktionsbetriebs können kleine Hindernisse zu Stürzen führen. Diese haben für die Mitarbeitenden nicht selten unangenehme gesundheitliche Beeinträchtigungen und Absenzen im Betrieb zur Folge.

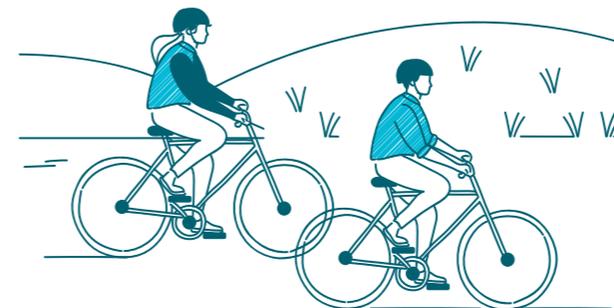
MENTAL HEALTH DAY

Auch die mentale Gesundheit der Mitarbeitenden ist Feldschlösschen wichtig. Denn sie ist der Schlüssel, um gesund zu bleiben und eine gute Work-Life-Balance zu erhalten. Den Mitarbeitenden werden u.a. E-Learning-Tools zur Verfügung gestellt oder Treffen mit Experten ermöglicht. An verschiedenen Workshops, die im Oktober in Zusammenarbeit mit der SUVA und dem Partner MOVIS organisiert wurden, stand das Thema während einem ganzen Tag im Mittelpunkt. Dabei konnten die Mitarbeitenden u.a. lernen, wie sie mit Stress umgehen können und wie man Resilienz aufbaut.



CO₂-FREI ZUR ARBEIT BIKE TO WORK

Auch 2024 traten wieder zahlreiche Mitarbeitende an verschiedenen Standorten in die Pedale, um ihren Arbeitsweg umweltfreundlich und gesundheitsfördernd zurückzulegen. Mit 12 594 km wurden das Ziel von 10 000 km sogar übertraffen und das, obwohl die Monate Mai und Juni sehr regenreich waren. Eine tolle Leistung!



FACTS & FIGURES

	36	Mitarbeitende
	10	Teams
	12 600	Kilometer
	67%	der Arbeitstage mit dem Velo
	889	Velotage total
	2t	CO ₂ eingespart

Raymond Mason, Kolonnenführer der Flaschenabfüllung, strampelte sagenhafte **2000km** zum Arbeitsplatz.

ACHTUNG STURZGEFAHR!

Immer wieder müssen Angestellte in der Füllerei an Anlageteile in der Höhe gelangen, um Funktionen zu kontrollieren oder Störungen zu beheben. Anfang 2024 stellte Raymond Mason, Kolonnenführer in der Flaschenfüllerei, Verbesserungspotenzial bei gewissen Zugängen fest. Er schlug vor, die sehr schweren, zwar mobilen aber mühsam zu bewegenden Tritte aus Eisen vor der Flaschenwaschmaschine zu ersetzen.

Es wurden in der Folge Stufen aus Aluminium installiert. Eine zusätzliche Fixierung verhindert, dass Tritte wegrutschen können, garantiert eine stabile Unterlage und reduziert damit das Stolper- und Sturz-Risiko beträchtlich.

Auch für die sogenannte Rollenbahn, ein Förderband, das vollbeladene Getränkekartons transportiert, suchte man in der Füllerei eine flexible Lösung, um die Trittsicherheit zu verbessern. Diese wurde in der Anfertigung und Bereitstellung eines Trittblechs gefunden: Das Stahlblech kann bei Bedarf über die beweglichen Rollen gelegt und wieder entfernt werden. Es ermöglicht den Mitarbeitenden einen stabilen und festen Stand.

Beide Initiativen zur Vermeidung von Stolper-Unfällen und -Stürzen wurden innerhalb des Programms «Gemba Kaizen» lanciert, das die Feldschlösschen Mitarbeitenden auffordert, Verbesserungsvorschläge im Betrieb einzubringen.

Fakten zu «Gemba Kaizen» 2024

139
INITIATIVEN

von
97
MITARBEITENDEN
umgesetzt – so viele
wie noch nie!

Seit
2009
besteht das interne
Programm.



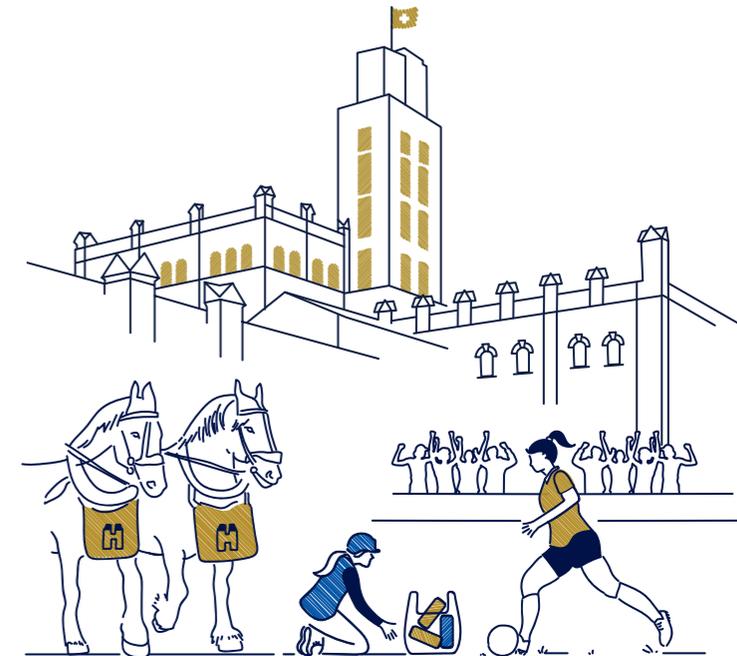
«Es ist super, wenn wir vorausschauend Gefahren entschärfen können, bevor Unfälle passieren. Unsere Kollegen von der technischen Instandhaltung unterstützen uns hier mit ihrem Know-how und setzen unsere Vorschläge mit guten und unkomplizierten Lösungen um.»

Raymond Mason
Kolonnenführer Flaschenabfüllung
Feldschlösschen



GESELLSCHAFTLICHE VERANTWORTUNG

Gemäss dem Vorsatz «Wir brauen für ein besseres Heute & Morgen» verfolgt Feldschlösschen die Nachhaltigkeitsstrategie «Together Towards ZERO & Beyond». Darüber hinaus nimmt das Unternehmen als grösste Brauerei und Getränke lieferant in der Schweiz auch ihre gesellschaftliche Verantwortung wahr. Das entspricht seit der Gründung 1876 dem Selbstverständnis von Feldschlösschen und ist integraler Bestandteil der Unternehmenswerte.



PIONIERPROJEKT NATURSCHUTZGEBIET ÄNGI

Zwischen Magden und Rheinfelden wurde Ende Juni 2024 eine neue Auenlandschaft von nationaler Bedeutung eingeweiht. Im Rahmen seiner Nachhaltigkeitskampagne «Gemeinsam für Schweizer Gewässer» unterstützte auch Feldschlösschen das Projekt rund um den Magdenerbach. Erstmals wurde einem kanalisierten Gewässer nicht 'nur' eine naturnahe Lauform zurückgegeben. Die Bachsohle wurde zudem auf einer Strecke von fast einem Kilometer angehoben, so dass gewässertypische Ausuferungen und auendynamische Prozesse möglich werden. Das gibt Fauna und Flora mehr Platz.

Seit 1990 besteht nahe der Brauerei Feldschlösschen in Rheinfelden mit der «Ängi» ein Naturschutzgebiet von rund 10 000 m². Bereits 1977 schlug der damalige Feldschlösschen-Direktor, Dr. Max Wüthrich,

vor, auf der Teilparzelle ein Naturschutzgebiet zu verwirklichen. 2017 stiess der Kanton Aargau ein Projekt an, um das Gebiet zu vergrössern. Für die Umsetzung trat die Brauerei das Land 2023 dem Kanton ab.

Auf dem ehemaligen Feldschlösschen-Gebiet erwartet Besucherinnen und Besucher nun ein Erlebnispfad mit einem informativen und interaktiven Quiz, der zum beliebten Besucherzentrum Brauwelt führt (siehe auch S. 8).

Erneut hat Feldschlösschen von Schweiz Tourismus 2024 das Swisstainable Signet für Level III (leading) erhalten.



GEWÄSSERSCHUTZKAMPAGNE «GEMEINSAM FÜR SCHWEIZER GEWÄSSER»

Feldschlösschen setzt sich für Schweizer Gewässer ein: Um Flüsse, Bäche und Seen in Schweizer Städten, Gemeinden und Dörfern zu renaturieren, zu schützen und sauber zu halten, lancierte Feldschlösschen 2022 die Nachhaltigkeitskampagne «Gemeinsam für Schweizer Gewässer».

STARKE PARTNER

Für dieses Engagement arbeitet Feldschlösschen mit professionellen Partnerorganisationen wie Aqua Viva, IGSU und Abfalltaucher Schweiz zusammen.

ABFALLTAUCHER SCHWEIZ

Die gemeinnützige Organisation Abfalltaucher Schweiz setzt sich aus passionierten Tauchern und Helfern an Land zusammen. Die Taucher sammeln auf dem Grund von Seen achtlos weggeworfenen Abfall ein.

AQUA VIVA: FÜR LEBENDIGE DORFBÄCHE

Ein Grossteil der kleinen Bäche in der Schweiz wurde begradigt oder eingedolt – das enorme Potenzial für die Biodiversität liegt brach. Die Initiative «Lebendiger Dorfbach» zielt auf die Renaturierung kleinerer Gewässer ab. Auch mit Hilfe von Feldschlösschen wurden 2024 verschiedene Projekte weiterverfolgt, Vorstudien erstellt, Ist-Aufnahmen gemacht und potenzielle Projekte eruiert. Auf dass das Leben in die Bäche zurückkehrt.

IGSU: FÜR SAUBERE GEWÄSSER

Gemeinsam mit der Interessensgemeinschaft für saubere Umwelt (IGSU) realisiert Feldschlösschen eine jährliche Clean-Up-Challenge und macht auf spielerische Art auf die Littering-Problematik aufmerksam. Ziel ist es, Abfälle zu sammeln, bevor sie in die Flüsse und Seen gelangen. 2024 traten die Städte Biel, Basel und Luzern gegeneinander an. Mit 103 Kilogramm Abfall entschied erneut Basel den Wettbewerb für sich.

CLEAN-UP-CHALLENGE JUNI 2024



102
FREIWILLIGE
TEILNEHMENDE



216 kg
GESAMMELTER
ABFALL

ENGAGEMENT FÜR NATUR & UMWELT

Initiative «Tag der guten Tat»: Im Mai 2024 halfen Feldschlösschen-Mitarbeitenden bei der Neopyhtenbekämpfung. Anlässlich der Initiative von Coop unterstützten Mitarbeitende den Naturschutzverein Rheinfelden bei der Bekämpfung invasiver Pflanzen.

Anlässlich des Aktionstags «Sauberes Fricktal» räumten im September 135 Schulkinder der vierten Klassen aus Rheinfelden Strassen und Wälder im Fricktal auf. Mit dabei waren Lehrerinnen und Lehrer, Werkhofmitarbeitende und neun Mitarbeitende von Feldschlösschen.



ENGAGEMENT FÜR DEN SPORT

FUSSBALL: NATIONAL, REGIONAL UND LOKAL

Seit vielen Jahren ist Feldschlösschen mit der Marke Feldschlösschen ein zuverlässiger Partner der grössten Fussballclubs der Super League (FC Basel 1893, BSC Young Boys, FC Zürich, Servette FC). Seit 2024 unterstützt Feldschlösschen mit der Marke Pepsi auf verschiedenen Ebenen auch den Frauenfussball in der Schweiz.

Das Engagement umfasst das Sponsoring von einzelnen Spielerinnen wie auch von ausgewählten Clubs. Zudem tritt die Marke als offizieller Sponsor der UEFA Women's Euro 2025 in der Schweiz auf. «Durstig nach mehr» lautet das Motto der ersten Fussball-Kampagne. Die beiden Nationalspielerinnen Nadine Riesen und Riola Xhemaili stehen als Markenbotschafterinnen im Zentrum. Zusätzlich treten Spielerinnen der unterstützten Clubs auf (FC Basel 1893, BSC Young Boys, FC Zürich, Servette FC).

FELDSCHLÖSSCHEN UND PEPSI – WIN-WIN AUF DER GANZEN LINIE

Seit 2022 ist das Unternehmen Feldschlösschen exklusiver Lizenznehmer für die Marken Pepsi und 7Up in der Schweiz. Die Softdrinks werden in Rhäzüns produziert und abgefüllt. Das stärkt den Bündner Standort.



NACHWUCHSARBEIT IM FOKUS

Das Unternehmen Feldschlösschen will einen Beitrag dazu leisten, dass der Frauenfussball grössere Sichtbarkeit erhält und mehr Frauen in der Schweiz Fussball spielen. Deshalb wird auch die lokale und regionale Talentförderung unterstützt, u.a. beim Fussballclub Rheinfelden und dem FC Frick. Deren Nachwuchsabteilungen bilden Talente aus, die regelmässig in Regionalauswahlen des Fussballverbands Nordwestschweiz berufen werden und die mit einer Doppellizenz auch für den höherklassierten FC Basel spielen. Eine tragende Rolle in der Nachwuchsarbeit hat Ariane Schmid inne.

Ariane Schmid, Jahrgang 1991, ist langjährige Fussballspielerin im Fanionteam des FFT Fricktal und eine wichtige Stütze des Teams. Sie setzt sich zusätzlich bei ihrem Stammverein FC Frick im Vorstand für die Entwicklung des Juniorinnenfussballs ein.



DREI FRAGEN AN ARIANE SCHMID

Ariane Schmid, was bedeutet die Unterstützung für die Arbeit in Ihrem Club?

Das Sponsoring stärkt unsere Arbeit enorm. Es ermöglicht uns eine vertiefte Ausbildung, zielgerichtete Ausstattung und Teilnahme an überregionalen Turnieren. Zudem steigert es unsere Sichtbarkeit und fördert die Begeisterung für den Frauen- & Mädchenfussball im Fricktal und darüber hinaus.

Welche Ziele verfolgen Sie mit der Talentförderung?

Unser Ziel ist es, Spielerinnen individuell und altersgerecht zu fördern, ihr sportliches Potenzial zu entwickeln und sie langfristig für den Fussball zu begeistern. Wir fördern ihre technischen, taktischen und sozialen Fähigkeiten, um ihnen den Weg in die Aktiv-Teams des FFT Fricktal zu ermöglichen.

Welche Rolle spielt für Sie und Ihre Arbeit die Euro 2025 in der Schweiz?

Die Euro 2025 ist eine riesige Chance, dem Frauenfussball eine nachhaltige und starke mediale Plattform zu bieten. Sie inspiriert Talente und steigert das Interesse am Fussball. Für unsere Arbeit bedeutet das zusätzlichen Ansporn, optimale Rahmenbedingungen zu schaffen und die Begeisterung für den Frauenfussball weiterzugeben und zu leben.

ENGAGEMENT FÜR DIE BRAUEREI- KULTUR

Die Brauereipferde im Schloss in Rheinfelden gehören seit 148 Jahren zur Geschichte von Feldschlösschen. Die Haltung der Brauereipferde ist eine Herzensangelegenheit. Drei Fuhrmänner und eine Fuhrfrau kümmern sich um die acht Kaltblutpferde. Noch heute wird Bier in Rheinfelden mit dem Pferdegespann ausgeliefert. Der prächtige Feldschlösschen-Sechsspänner sorgt an vielen öffentlichen Anlässen für strahlende Gesichter.

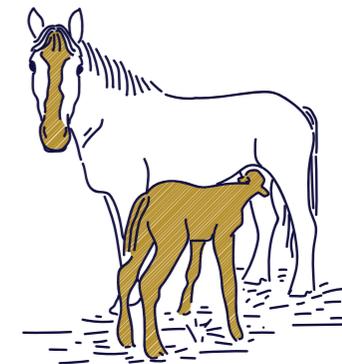


EIN NEUER STERN IST GEBOREN

Am 29. April 2024 kam zum zweiten Mal ein Fohlen im Schloss-Stall auf die Welt. Mama Lara, ein Süddeutsches Kaltblut, brachte das gesunde, hübsche weibliche Fohlen mit fuchsfarbigem Fell zur Welt.

Aus über 2000 eingegangenen Vorschlägen der Feldschlösschen Fangemeinde wurde für den neuen Liebling im Stall der Name «Amber» ausgewählt. Im Juli 2024 fand die Taufe statt. «Amber» bedeutet auf Englisch Bernstein. Dem Stein aus gehärtetem fossilem Harz werden viele positive Eigenschaften zugeschrieben und er steht für Lebensfreude – was ausgezeichnet auf den Zuwachs im Schlossstall passt.

Ende September wurde Amber «eingeschult». Auf der Fohlenweide in Himmelried lernt sie, sich in einer Herde zurechtzufinden, neue Kameradschaften zu knüpfen und mit ihren Gspänli zu spielen, bevor sie zu Feldschlösschen zurückkehrt. Dies ist für ihre physische und soziale Entwicklung von grosser Bedeutung.



DAS BIER DER LERNENDEN 2024

Im zweiten und dritten Lehrjahr brauen die Lernenden von Feldschlösschen ihr eigenes Bier und gewinnen dadurch wertvolle praktische Erfahrung für ihren zukünftigen Beruf als Brauer. Cédric, Franco, Till und Thomas waren 2024 von der Bestimmung des Bierstils über die Auswahl der Rohstoffe bis hin zu den ersten Probesuden für den ganzen Kreation- und Produktionsprozess verantwortlich. Sie entschieden sich für ein Lagerbier, das mit drei verschiedenen Hopfensorten kaltgehopft wird. Rund 10 000 Sechserträger wurden von ihrem «Fruity Lager» abgefüllt und bei Coop verkauft.

Feldschlösschen und Coop führten das Projekt «Lernendenbier» 2024 schon zum sechsten Mal durch. Der Erlös kommt dem Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands zugute, der sich für den Brauernachwuchs einsetzt.

20 Lernende werden jährlich bei Feldschlösschen ausgebildet und sechs Ausbildungsplätze für Lebensmitteltechnologe mit Schwerpunkt Bier (Brauereibräuer/Brauereibräuerin) zur Verfügung gestellt.



ENGAGEMENT FÜR KULTUR

DREI TAGE IM ZEICHEN DER FOLKLORE

Am letzten Juniwochenende 2024 fand in Zürich der grösste Schweizer Volkskulturanlass des Jahres statt: das Eidgenössische Trachtenfest. Neben Trachtenleuten waren viele andere Brauchtumsgruppen wie Jodel- und Blasmusikformationen, Volksmusikgruppen, Alphornspielerinnen und Fahنشwinger sowie rund 100 000 Besucherinnen und Besucher zugegen. Sie alle wurden von Feldschlösschen als Getränkepartner jederzeit professionell mit frischem Bier und kühlen Getränken versorgt.

GROSSANLASS RAD-WM

Feldschlösschen war als Partner auch an der UCI Rad- und Para-Cycling-Strassen-Weltmeisterschaft präsent, die vom 21. bis 29. September 2024 im Kanton Zürich stattfand. Mit der Marke Feldschlösschen Alkoholfrei stellte man in den Fanzonen die reibungslose Getränkeversorgung sicher. Über 1,2 Millionen Fans verfolgten die Rad- und Para-cycling-Weltmeisterschaften in Zürich.



KENNZAHLEN 2024 IM DETAIL

CO ₂	ERNEUERBARE ENERGIE	WERTSTOFFE
CO₂-Ausstoss aus Brennstoffverbrauch der Produktion und Logistik 2024: 3247t CO ₂ 2023: 2868t CO ₂ Differenz zum Vorjahr +13.2 % Veränderung in den letzten 5 Jahren +2.9 %	Deckungsgrad Brennstoff aus erneuerbaren Energien (Brauerei Feldschlösschen) 2024: 68.4 % 2023: 72.5 % Differenz zum Vorjahr -5.5 %	Recyclinganteil total 2024: 74.8 % 2023: 78.6 % Differenz zum Vorjahr -4.8 %
CO₂-Ausstoss aus Treibstoff 2024: 2793t CO ₂ 2023: 2990 CO ₂ Differenz zum Vorjahr -6.6 % Reduktion in den letzten 5 Jahren -17.1 %	Biogasverbrauch 2024: 1274188 m ³ 2023: 1379682 m ³ Differenz zum Vorjahr -7.6 %	Recyclingmenge Glas 2024: 769t 2023: 881t Differenz zum Vorjahr -12.7 %
CO₂-Ausstoss total 2024: 6040t CO ₂ 2023: 5858t CO ₂ Differenz zum Vorjahr +3.1 % Reduktion in den letzten 5 Jahren -7.4 %	Verwertungsmenge konzentrierter Alkohol aus Entalkoholisierung 2024: 1564430l 2023: 1698420l Differenz zum Vorjahr -7.9 %	Recyclingmenge PET 2024: 368t 2023: 398t Differenz zum Vorjahr -7.6 %
	Elektrizitätsproduktion durch Photovoltaikanlagen auf Dächern diverser Standorte 2024: 5208913 kWh 2023: 3977947 kWh Differenz zum Vorjahr +30.9 %	

INFORMATION ZU DEN KENNZAHLEN 2024

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 2024



Wirkt. Nachhaltig
Drucksache

myclimate.org/01-24-731773



MIX
Papier | Fördert
gute Waldnutzung
FSC® C012018

gedruckt in der
schweiz