



**Medienmitteilung**

Rheinfelden, 23. April 2026

## **Feldschlösschen Nullkommanix: Das erste alkoholfreie Bier von Lernenden**

**Zwei Lernende Brau- und Getränketechnologen von Feldschlösschen greifen den aktuellen Biertrend auf: Sie haben das alkoholfreie Feldschlösschen Nullkommanix kreiert, das ab sofort in ausgewählten Coop Supermärkten erhältlich ist. Der Erlös fliesst vollständig in den Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands. Mit dem Projekt «Lernendenbier» unterstützen Coop und Feldschlösschen seit 2019 die Ausbildung zukünftiger Bierbrauerinnen und Bierbrauern in der Schweiz.**

Auf den Verpackungen und auf den Flaschenetiketten von Feldschlösschen Nullkommanix strahlen die Gesichter von Florian und Fynn. Sie sind die Ideengeber, Entwickler und Brauer hinter dem neuesten Bier von Feldschlösschen. Wie der Name verrät, enthält das Bier keinen Alkohol und folgt damit dem grössten Trend der letzten Jahre. Die Kategorie der alkoholfreien Biere entwickelt sich in der Schweiz überdurchschnittlich stark hat sich für viele Konsumentinnen und Konsumenten längst als bevorzugte Alternative und bewusste Wahl etabliert. Feldschlösschen Nullkommanix überzeugt mit einem harmonischen, malzaromatischen Profil und einer erfrischenden Balance - ideal für unterwegs oder zuhause und passend zu jeder Gelegenheit.

Der gute Geschmack und die hochstehende Qualität überzeugten auch am Swiss Beer Award 2026, bei dem die besten Biere der Schweiz ausgezeichnet werden. Feldschlösschen Nullkommanix erhielt von der Fachjury die Silber-Auszeichnung in der Kategorie «Lernendenbiere».

Ab sofort ist Feldschlösschen Nullkommanix in der 33-cl-Glasflasche im Sechserpack in ausgewählten Coop Supermärkten erhältlich.

## Das Projekt «Lernendenbier» für den Nachwuchs in der Schweizer Braubranche

Die Idee hinter dem «Lernendenbier», das Feldschlösschen und Coop 2019 lanciert haben, ist es, dem Fachkräftemangel in der Schweizer Brauereibranche entgegenzuwirken. Obwohl die Schweiz europaweit über die höchste Brauereidichte verfügt, fehlt es an qualifiziertem Nachwuchs. Ein Grund dafür ist, dass der Ausbildungsweg zur Brauerin oder zum Brauer noch zu wenig bekannt ist – und oft auch als wenig attraktiv wahrgenommen wird. Mit dem «Lernendenbier» wird jeweils zu Beginn der Biersaison ein von Lernenden von Feldschlösschen entwickeltes und gebrautes Bier in Coop-Supermärkten verkauft. Der gesamte Verkaufserlös der Sechserpackungen fließt in den Ausbildungsfonds des Schweizer Brauerei-Verbands. Daraus werden unter anderem überbetriebliche Kurse sowie Weiterbildungs- und Erlebnisangebote für Lernende aller Schweizer Brauereien finanziert. Mit diesen Mitteln wurde auch die Kommunikationskampagne «Legende werden» ins Leben gerufen. Über die Website [www.legende-werden.ch](http://www.legende-werden.ch) sowie Social-Media-Aktivitäten wird auf die Einzigartigkeit und Attraktivität der dreijährigen Ausbildung aufmerksam gemacht.

### [Bildmaterial](#)

### [Webseite «Legende werden»](#)

---

#### Für Rückfragen:

Esin Celiksüngü, Stv. Mediensprecherin

Tel. 058 123 43 86 / [uko@fgg.ch](mailto:uko@fgg.ch)

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

