

# Newsletter

Nr. 9, 2019

## Schweizer Getränke

Was macht ein Schweizer Getränk aus? Sind es die lokalen Rohstoffe, die Verarbeitung in der Schweiz oder die schweizerische Präzision? Für die Schweizer Getränkeproduzenten ist es eine Mischung aus alledem. Sowohl traditionelle wie auch neuere Unternehmen oder Start-Ups sind stolz auf die Schweizer Wurzeln und ihren Standort und schmücken sich gerne mit dem Slogan "Made in Switzerland". Schweizer Qualitätsprodukte haben weiterhin ein gutes Ansehen, nicht nur im lokalen Markt, sondern auch im Ausland.

Schweizer Getränkeproduzenten überraschen mit immer neuen Innovationen und reagieren so auf Kundenbedürfnisse oder Änderungen im Markt. So ist es wichtig, dass den Schweizer Getränkefirmen keine Steine in den Weg gelegt werden, sei es durch neue Regeln und Gesetze oder auch ausufernde Präventionsmassnahmen. Die ASG vertritt rund 30'000 Betriebe, welche eine grosse Anzahl von Arbeitnehmenden beschäftigen. Geht es diesen Unternehmen gut, profitieren die Arbeitnehmenden, die Schweizer Wirtschaft und schlussendlich auch die Schweiz.

Der nächste ASG-Kongress findet am 7. und 8. Mai 2020 im Hotel Victoria-Jungfrau in Interlaken statt. Vertreter der Schweizerischen Getränkebranche, der Politik und Wirtschaft sowie geladene Referenten treffen sich zum Austausch. Denn neben interessanten Vorträgen bleibt genügend Zeit für tolle Gespräche. Die offizielle Einladung folgt zeitnah.

Arbeitsgemeinschaft der Schweizerischen Getränkebranche ASG  
[www.getraenkebranche.ch](http://www.getraenkebranche.ch)

## Braujahr 2018/19: Schweizer Biermarkt wächst 1,0 Prozent

**Der schweizerische Gesamtbeermarkt im Braujahr 2018/19 (1. Oktober 2018 bis 30. September 2019) verzeichnete im Vergleich zum Vorjahr ein Plus von 1,0 Prozent. Der gesamte Bierausstoss steigerte sich von 4'695'475 Hektoliter auf 4'740'092 Hektoliter. Der Inlandausstoss hat dabei erneut zugelegt (+ 2,3 Prozent). Die Bierimporte haben im Berichtszeitraum wiederum an Terrain eingebüsst und weisen ein Minus von 3,5 Prozent auf. Neben günstigen Wetterbedingungen im Berichtsjahr ist das Wachstum auch auf einen Imagewandel des Bieres zurückzuführen. Die Lernendenförderung und das Sicherstellen der hohen Qualität der Biere sind neben der Imagepflege sowie Interessenvertretung die strategischen Ziele des Schweizer Brauerei-Verbandes (SBV).**

Schönes und warmes Wetter wirkt sich positiv auf den Bierabsatz aus. Ein Vergleich der monatlichen Bierabsatzzahlen mit den entsprechenden Wetterverlaufdaten belegt diese Aussage. Im Freien sitzen und den lau-en Sommerabend mit einem frischen Bier geniessen – was will man mehr. 2019 blickt die Schweiz auf den drittheissesten Sommer seit Messbeginn



Schweizer Brauerei-Verband  
Association suisse des brasseries  
Associazione svizzera delle birrerie  
Associazioni svizra da bierarias

zurück. Wesentlich heisser zeigte sich nur der Hitzesommer 2003.

Die Altes Tramdepot Brauerei Restaurant AG aus Bern und die Liechtensteiner Brauhaus AG wurden im Berichtsjahr als neue Mitglieder im SBV willkommen geheissen. Dr. Markus Zemp, SBV-Präsident, freut sich über die neuen Mitglieder, denn als Ausbildungsbetriebe für angehende Bierbrauer arbeiteten sie ohnehin schon seit mehreren Jahren sehr eng mit dem SBV zusammen. "Die Mitgliedschaften sind somit die erfreuliche Fortsetzung unserer erfolgreichen Zusammenarbeit."

Das Bier hat in den letzten 10 Jahren einen regelrechten Imagewandel erfahren. Wurde Bier früher eher als Männer- oder Arbeitergetränk abgetan, wird heute die schweizerische Biervielfalt und die grosse Brauerei-Landschaft von immer mehr Biergeniesserinnen und Biergeniessern geschätzt.

Es werden Brauseminare besucht, Brauereien erkundet, Bierwanderungen absolviert und verschiedenste Biere degustiert. Dass der Bierabsatz in der Schweiz nun zum zweiten Mal hintereinander wächst, ist somit eine logische Folge.

## Schweizer Brenner - innovativ und ausgezeichnet

**Die nationale Spirituosenprämierung DistiSuisse fand am 17. Oktober 2019 in Basel statt. DistiSuisse führt alle zwei Jahre die grösste Schweizer Prämierung von Spirituosen in Zusammenarbeit mit Agroscope durch. Die Prämierung erzielte einen Teilnehmer Rekord: 108 Brennereien haben 622 Destillate aus allen Regionen der Schweiz eingereicht: Das sind 11 Betriebe und 118 Proben mehr als vor zwei Jahren. Neun Brenner wurden als Brenner des Jahres geehrt. 126 Brenner erhielten Gold-, 326 Silber-Auszeichnungen. Spezial-Gast war der Sänger Bligg, welcher mit seinem Tannenschnapps ebenfalls an der Prämierung teilnahm.**

Schweizer Obstverband  
Fruit-Union Suisse  
Associazione Svizzera Frutta  
[www.swissfruit.ch](http://www.swissfruit.ch)



Dieses Jahr fand DistiSuisse zum fünften Mal statt. Im Verhältnis zur Anzahl eingereicherter Proben erhielten 20 Prozent Gold-, und 52 Prozent Silber-Medaillen. Der Anteil der nicht prämierten Produkte liegt bei 16 Prozent und der Disqualifikationen bei 11 Prozent. Diese Zahlen entsprechen in etwa denjenigen der letzten Prämierung. Besonders erfreulich war die Kreativität, welche bei der Flaschengestaltung zur Schau gestellt wurde: Ein Gang durch den vollen DistiSuisse Spirituosenkeller ist eine Augenweide.

## VINIARASS – Das Mehrwegsystem der Weinbranche



Mit der Viniharass Genossenschaft verfügt die Weinbranche seit 1964 über eine eigene nationale Organisation für Transport-, Lager- und Verkaufsgebilde von Mehrwegglas in der Schweiz. Zweck der Genossenschaft ist es, den angeschlossenen Betrieben unentgeltlich die bekannten Viniharasskisten zur Verfügung zu stellen. Dazu ist Viniharass selbst Eigentümerin aller Viniharassen.

Während der Harassenpark frei zwischen den Genossenschaffern und deren Kunden zirkulieren kann, bietet die Genossenschaft in drei grossen Betrieben in der Deutsch- und Westschweiz sowohl einen Waschs-service für die

Mehrwegflaschen als auch Pufferlager an, wo Genossenschaffter die Viniharassen lagern und abholen können.

Nur homologierte und als solche gekennzeichnete Mehrwegflaschen dürfen in Viniharassen abgefüllt werden, wobei die Verwendung von Selbstklebetiketten auf den Flaschen untersagt ist. Die Teilnahme an der Genossenschaft steht allen Kellereien der Schweiz offen. Diese müssen Abfüller von Wein mit eigenem Waschbetrieb sein oder Abfüller, welche die Flaschen extern waschen lassen.

Weitere Informationen:  
[www.viniharass.ch](http://www.viniharass.ch)



## Schweizerischer Spirituosenverband SSV/FSS und SPIRITSUISSE gehen zusammen

Der Schweizerische Spirituosenverband SSV/FSS firmiert um und wird ab 1. Januar 2020 als Sektion Mitglied von SPIRITSUISSE. Die Vereinigung der bedeutendsten Produzenten und Distributoren von Qualitätsspirituosen vertritt damit gegen 90 Prozent der Spirituosenbranche in der Schweiz.

Das Zusammengehen von SSV/FSS und SPIRITSUISSE ermöglicht es, künftig in wichtigen Fragen zum inländischen Spirituosenmarkt auf Verbandsebene deutlich repräsentativer aufzutreten und die Anliegen der Branche mit einer Stimme zu vertreten.

Die neue SPIRITSUISSE-Mitgliedsektion des ehemaligen SSV/FSS heisst "Spiritsuisse Sektion Schweizer Spirituosen". Der Verein hat seinen Sitz bei der Geschäftsstelle von SPIRITSUISSE. Allfällige Korrespondenz, die sich explizit an den ehemaligen SSV/FSS richtet, ist ab 1. Januar 2020 wie folgt zu adressieren:

Spiritsuisse Sektion Schweizer Spirituosen  
Gurzelngasse 27  
4500 Solothurn

[pplutzer@spiritsuisse.ch](mailto:pplutzer@spiritsuisse.ch)  
032 662 50 50

VERBAND SCHWEIZERISCHER  
MINERALQUELLEN UND  
SOFT-DRINK-PRODUZENTEN



ASSOCIATION SUISSE DES SOURCES  
D'EAUX MINERALES ET DES  
PRODUCTEURS DE SOFT DRINKS

## Natürliches Mineralwasser – erfrischend authentisch

Wasser ist nicht gleich Wasser. An über zwanzig Quellen wird in der Schweiz natürliches Mineralwasser abgefüllt. Konsumentinnen und Konsumenten geniessen ein Naturprodukt erster Güte. Gastgeber profitieren von einem Mehrwert, der sich auszahlt.

Natürliches Mineralwasser ist das beliebteste Kaltgetränk von Herrn und Frau Schweizer. Der Begriff ist geschützt. Natürliches Mineralwasser wird am Ort der Quelle naturbelassen und unbehandelt abgefüllt. Das garantiert den Konsumentinnen und Konsumenten hervorragende Qualität und höchsten Trinkgenuss.

Qualitativ sind die Schweizer Mineralwässer einander ebenbürtig. Einige entspringen den Felsen im Gebirge, andere den grünen Ebenen im Mittelland. Das macht sie zu einzigartigen Erzeugnissen der Natur.

Die enthaltenen Mineralien sind nicht nur wertvoll für die Gesundheit. Sie

beeinflussen auch den Geschmack des Wassers. Je nach Gestein, durch das ein Wasser wandert, und je nach Zeit, die dabei vergeht, schmeckt es nachher süss, sauer, salzig oder bitter.

In der Gastronomie zeichnet sich ein Trend in Richtung kohlenensäurearmes Mineralwasser ab. Allgemein steigend ist das Bedürfnis nach einer ansprechenden alkoholfreien Essensbegleitung. Gastgeber können mit natürlichem Mineralwasser ihr Getränkeangebot erweitern, neue Produkte kreieren und überraschende Geschmackserlebnisse bieten.

Die Naturbelassenheit verschafft natürlichem Mineralwasser einen echten Mehrwert gegenüber Leitungswasser. Gastgeber wissen genau, was sie ihren Gästen verkaufen. Das fördert die Zufriedenheit und den Absatz. Konsumentinnen und Konsumenten wissen immer, was sie trinken: ein authentisches Naturprodukt.

**ASG:** Die 1957 gegründete Arbeitsgemeinschaft der Schweizerischen Getränkebranche (ASG) ist der Dachverband der Schweizer Getränkeindustrie. Sie vertritt rund 30'000 Betriebe und repräsentiert einen Gesamtumsatz von ca. 14 Milliarden Franken. Folgende Sektoren sind in der ASG vertreten: Bier, Wein, Mineralwasser/Erfrischungsgetränke, Spirituosen und Obstsaft.

## ASG-Kongress 2020

Der 63. ASG-Kongress findet am 7. und 8. Mai 2020 in Interlaken statt.