

**SWISSDRINK GENOSSENSCHAFT** – Die marktführende Verbundgruppe unabhängiger Getränkegrossisten in der Schweiz ist Drehscheibe und Vermarktungspartner. Sie verbindet Handel und Industrie und entwickelt die Getränkebranche ständig weiter. Nachhaltigkeit, Umweltfreundlichkeit und Digitalisierung spielen zudem eine wichtige Rolle in der Schweizer Trinkkultur.

# Regionale Produkte im Aufschwung



Der Getränkeabsatz in der Gastronomie stieg im letzten Jahr: Restaurants, Bars und Cafés erleben einen Anstieg der Nachfrage, da die Menschen nach der Pandemie wieder ausgehen und konsumieren.

Bild: Scharfsinn Fotografie Micha Eicher

Die Schweizer Trinkkultur zeichnet sich durch eine breite Palette von Getränken aus. Dazu gehören Wasser, Süssgetränke, Säfte, Kaffee und Tee, aber auch alkoholische Getränke. «Insgesamt ist die Schweizer Trinkkultur geprägt von Genuss, Qualität und geselligem Beisammensein. Die Vielfalt an Getränken spiegelt die kulturelle Vielfalt des Landes wider und bietet für jeden Geschmack etwas», sagt **Stefan Gloor**, Geschäftsleiter der SwissDrink Genossenschaft. Die Landschaft der Getränkebranche hat sich in den letzten Jahren allerdings stark verändert, beeinflusst durch sich wandelnde Verbrauchertrends, technologische Fortschritte und sich entwickelnde Geschmäcker. Ganz gross im Trend sind Getränke, die natürliche Zutaten, weniger Zucker und künstliche Zusatzstoffe enthalten. Steigende Popularität zeigen aktuell die Mate-Drinks. Die Wachmacher enthalten nicht nur natürliches Koffein, sondern auch jede Menge anderer gesunder Stoffe und passen zu jeder Tageszeit und Gelegenheit – sie sind wie gemacht für die Bedürfnisse der modernen Welt. «Seit 2018 hat sich der Absatz von Mate-Getränken mehr als versechsfacht», so Gloor. Gefragt sind funktionelle Getränke, die mit Zusatzstoffen wie Probiotika, Antioxidantien, Vitaminen oder Kräutern angereichert und gesund sind. Dazu gehören Getränke wie Vitaminwasser, Elektrolytgetränke, Wellness-Getränke und Getränke, die geistige und physische Leistungsfähigkeit steigern.

## Wasser und gesunde Getränke boomen

Gesundheitsbewusste Menschen bevorzugen probiotische Drinks, Ingwer-Shots und pflanzliche Alternativen sind Lieblinge auf dem Markt der «Healthy Drinks». Der

Gesundheitstrend spiegelt sich auch beim Wasserkonsum wider. Über alle Kanäle gerechnet, erzielt Wasser gegenüber 2019 ein Wachstum von 6,5 Prozent. «Nebst einer positiven Entwicklung in der Gastronomie und At-Work-Betrieben, legt der Wasserkonsum im Gesundheitswesen um 6,1 Prozent und bei Festen und Events gar um 16,9 Prozent zu», stellt Gloor fest. Bei SwissDrink ist Mineralwasser mit einem Anteil von rund 40 Prozent die stärkste Kategorie aller Getränke. Auch die Nachfrage nach alkoholfreien Getränken steigt in den letzten Jahren. «Der Marktanteil des alkoholfreien Bieres im Schweizer Gesamtmarkt stieg auf 6,1 Prozent.» Produkte aus der Region sind im Aufschwung, was auch die Getränkebranche spürt. Dazu Gloor: «Lokale Brauereien, Weingüter oder Brennereien gewinnen weiter an Beliebtheit. Der regionale Bezug und Geschichten aus der Heimat sind dabei genauso essenziell wie Handwerk und Qualität.»

## «SEIT 2018 HAT SICH DER ABSATZ VON MATE-GETRÄNKEN MEHR ALS VERSECHSFACHT.»

2023 war ein erfreuliches Jahr für die Branche, konnte sie doch den Getränkeabsatz steigern. Dies ist auf das grosse Nachholbedürfnis in der Gastronomie nach der Pandemie zurückzuführen: «Viele Menschen gehen wieder vermehrt auswärts essen.» Doch es gibt auch die andere Seite der Medaille: Während die Getränkefachmärkte in der Pandemie stark zulegten, verzeichnen sie nun bereits zum zweiten Jahr in Folge einen Verlust mit 4,6 Prozent per Ende 2022 bzw. 6,9 Prozent per Ende 2023. «Die Umsätze sind allerdings immer noch

höher als 2019 vor der Pandemie», sagt Gloor. Und er doppelt nach: «Zudem sind einige Getränke-Fachmärkte in die Jahre gekommen und haben Modernisierungsbedarf.» Im Rahmen des Shop-Konzeptes unterstützt die SwissDrink ihre Mitglieder dabei mit Shop-Analysen und professionellen Ladenbauern aus dem SwissDrink Einkaufspool.

## Nachhaltigere Produktion und recyceltes Material

Nachhaltigkeit und Umweltschutz machen vor der Getränkebranche keinen Halt und werden auf verschiedene Weisen umgesetzt. So optimieren viele Unternehmen ihre Verpackungen, um Abfall zu reduzieren und Ressourcen zu schonen. Dies beinhaltet die Verwendung von leichteren Materialien, recycelbaren oder biologisch abbaubaren Verpackungen sowie die Minimierung von Verpackungsmaterialien insgesamt. «Wir setzen auf Mehrweg- und Kreislaufwirtschaft und fördern aktiv das Mehrweg-Glas, welches bis zu 42-mal wiederverwendet werden kann.» Viele Unternehmen setzen zudem auf Recyclingprogramme, um ihre Verpackungen zurückzunehmen und wiederzuverwerten. Nachhaltige Massnahmen sind dabei die Implementierung von Rücknahmesystemen an Verkaufsstellen oder die Partnerschaft mit Recyclingunternehmen zur Verarbeitung von Verpackungsabfällen. Ebenso setzen die Betriebe auf Energieeffizienz und Reduzierung des CO<sub>2</sub>-Ausstosses sowie ein cleveres Wassermanagement.

Auch bezüglich Digitalisierung ist die Branche vorbildlich unterwegs, verfügt SwissDrink doch mit der eigenen Business-Plattform Digitaldrink über hocheffiziente IT-Systeme und Prozesse. Die 2017 gegründete Digitaldrink AG vernetzt als führende

digitale Branchenplattform Handel, Gastronomie und Industrie. Sie optimiert Prozesse und gestaltet den Informationsaustausch effizienter. Hingegen noch in den Kinderschuhen steckt die Aus- und Weiterbildung in der Branche. «Es fehlen uns Chauffeure und gut ausgebildete Leute in der Logistik. Da müssen wir Gegensteuer geben, indem wir die Leute ausbilden. Es braucht zwingend das Berufsbild des Getränke-logistikers», betont Gloor.

## Wettbewerbsfähig dank Flexibilität und Innovation

Auf politischer Ebene verfolgt SwissDrink eine nachhaltige, aber KMU-freundliche Wirtschaftspolitik. «Wir fordern, die Kreislaufwirtschaft – insbesondere auch Mehrwegverpackungen – auszubauen und den Ressourcen- und Klimaschutz zu stärken.» Als personalintensive Branche steht SwissDrink hinter der Personalfreizügigkeit mit der EU.

## «ES BRAUCHT ZWINGEND DAS BERUFSBILD DES GETRÄNKELOGISTIKERS»

Zu den grossen Herausforderungen in der Branche gehört die Zuckersteuer, welche die Mitglieder massiv treffen wird. Weitere Hürden sind Regulierungen und Vorschriften – von Altersbeschränkungen für den Verkauf von Alkohol bis hin zu Kennzeichnungs- und Verpackungsvorschriften. Der Getränkemarkt ist stark umkämpft und der Preiskampf hat sich in den letzten Jahren verschärft. «Die Konsolidierung von Unternehmen und die Einführung neuer (Online-)Marktteilnehmer können den Wettbewerb weiter verschärfen», sagt Gloor. Auch die zunehmende Verbreitung von E-Commerce und die Digi-

talisierung des Einzelhandels haben den Wettbewerb im Getränkehandel intensiviert. «Diese Herausforderungen bedingen strategische Planung, Flexibilität und Innovation, um wettbewerbsfähig zu bleiben und langfristiges Wachstum zu gewährleisten», so Gloor. Insgesamt hat die Getränkebranche aber ein grosses Potenzial für Wachstum und Innovation – insbesondere, wenn Unternehmen auf die sich ändernden Bedürfnisse der Verbraucher reagieren und nachhaltige und verantwortungsvolle Geschäftspraktiken fördern. Zunächst ist aber an der Spitze ein Wechsel angesagt: An der SwissDrink-GV am 30. April gibt Nationalrat **Alois Gmür** sein Zepier an seinen Nachfolger ab. Nominiert ist Nationalrat **Martin Candinas**.

Corinne Remund

www.swissdrink.net

## DAS MACHT SWISSDRINK

### Nummer 1 der Getränkebranche

1900 wurde der «Verband Schweizerischer Mineralwasser-Importeure» gegründet, um Synergien im Import und Vertrieb zu schaffen. Mitten in der Coronapandemie fusionierte die SwissDrink mit dem damals grössten Getränkeverband, dem «Verband Schweizerischer Getränkegrossisten VSG». Im Jahr 2020 entstand so die grösste Getränkehandels-Organisation mit über 150 Mitgliedern. Diese unabhängigen Getränkehändler beliefern rund 18 000 Gastrobetriebe, Büros, Kantinen und Spitäler in der gesamten Schweiz und erwirtschaften zusammen mit 150 Getränkefachmärkten einen jährlichen Umsatz von 750 Millionen Franken. Sie bieten ihren Kunden ein volles Sortiment von insgesamt 12 000 lokalen, regionalen und internationalen Getränken in den Kategorien Mineralwasser, Süssgetränke, Frucht- und Obstsaft, Bier, Wein und Spirituosen an. Die SwissDrink ist in allen Landesteilen vertreten und sorgt für kurze Transportwege, Kundennähe, Regionalität und Sortimentsvielfalt.

### Aktives Marketing und gute Vernetzung

Durch die gemeinsame Marktbeurteilung, Beschaffung und Geschäftsentwicklung entstehen positive Verbundeffekte, welche die Wettbewerbsposition jedes Mitgliedes verbessern. «Das Marketing für unsere Mitglieder ist eine wesentliche Aufgabe der Genossenschaft SwissDrink. Wir planen Werbe- und Verkaufskampagnen und unterstützen unsere Mitglieder bei ihren individuellen Verkaufsaktivitäten», sagt **Stefan Gloor**, Geschäftsleiter der SwissDrink Genossenschaft. Zudem verfügt die Organisation über gute politische und kommerzielle Netzwerke und unterstützt auch im europäischen Dachverband für Getränkegrossisten die Weiterentwicklung der Branche. Seit 2022 beliefert SwissDrink erfolgreich nationale Kettenbetriebe und Grosskunden. Die 154 SwissDrink Getränkegrossisten beschäftigen schweizweit 2500 Mitarbeitende. Gesamthaft erzielt der unabhängige Getränkehandel weit über 1 Milliarde Handelsumsatz mit Getränken.

CR