

Marktanalyse: Nach dem Sommer wieder im Aufwind

Analyse du marché: De nouveau en plein essor après l'été



Pascal Homberger,
DIGITALDRINK AG

Nach einem heissen, aber schwankenden Sommer meldet sich der Getränkemarkt im September mit frischem Schwung zurück. Der Durst nach Erholung zeigt sich vor allem bei Heimlieferdiensten und im Gesundheitswesen, doch auch die Gastronomie findet zurück in die Spur. So endet das dritte Quartal versöhnlich und der Markt startet mit Rückenwind in den Jahresendspurt.

Erneuter Schwung nach herausfordernden Sommermonaten

Nach einem bewegten Sommer präsentiert sich der Schweizer Getränkemarkt im September mit einem erfreulichen Plus von +3.2 % gegenüber dem Vorjahr. Nach dem starken ersten Halbjahr (+2.5 %) hatte das dritte Quartal zeitweise an Dynamik verloren, insbesondere im August (–10 %). Der September bringt nun die erwartete Erholung und stabilisiert den Gesamtmarkt. Per Ende des dritten Quartals liegt der Jahresindex wieder leicht im Plus bei +0.3 % (s. Abb. 1). Trotz der schwankenden Entwicklung zeigt sich der Markt insgesamt robust: Die Gastronomie, das Gesundheitswesen und die Heimlieferdienste konnten ihre Positionen festigen und in Teilen sogar ausbauen.

Gastronomie:

Stabil mit leichter Erholung im Herbst

Die Gastronomie zeigt sich nach den durchgezogenen Sommermonaten wieder gefestigt. Zwar lagen Juli (–2.5 %) und August (–8 %) klar unter dem Vorjahr, doch der September bringt mit +2.8 % eine spürbare Entspannung. Damit steht der Kanal per Ende September leicht im Plus (+0.4 %) und schneidet etwas besser ab als der Gesamtmarkt (s. Abb. 2).

Besonders positiv wirkt sich der anhaltend hohe Mineralwasserkonsum aus (+3.1 %), gefolgt von vergorenen Säften (+5.2 %) und funktionalen

Après un été chaud mais fluctuant, le marché des boissons revient en septembre avec un nouvel élan. La soif de reprise se manifeste surtout dans les services de livraison à domicile et dans le secteur de la santé, cependant la restauration reprend également du poil de la bête. Le troisième trimestre se termine donc sur une note positive, et le marché entame la dernière ligne droite de l'année avec un vent arrière favorable.

Un nouvel élan après des mois d'été éprouvants

Après un été mouvementé, le marché suisse des boissons affiche en septembre une progression réjouissante de +3.2 %, par rapport à l'année précédente. Après un premier semestre solide (+2.5 %), le troisième trimestre a temporairement perdu de sa vigueur, en particulier au mois d'août (–10.0 %). Le mois de septembre apporte enfin la reprise attendue et stabilise l'ensemble du marché.

À la fin du troisième trimestre, l'indice annuel affiche à nouveau une légère hausse avec +0.3 % (cf. fig. 1). Malgré une évolution fluctuante, le marché reste globalement solide: la restauration, le secteur de la santé et les livraisons à domicile ont pu consolider leurs positions et même les accroître dans certains secteurs.

Restauration:

Stable avec une légère reprise à l'automne

Après des mois d'été mitigés, la restauration se montre à nouveau un peu plus solide. Certes, les mois de juillet (2.5 %) et août (8 %) ont été nettement inférieurs à l'année précédente, mais le mois de septembre avec un résultat à 2.8 % apporte un net répit. Ce canal de vente affiche ainsi un résultat légèrement positif (0.4 %), fin septembre, et obtient des résultats légèrement supérieurs à ceux du marché global (cf. fig. 2).

Getränken (+6.0%). Schwächer verliefen die Sommermonate für Süssgetränke: karbonisierte Varianten liegen -1.2 %, Eistees sogar -6.0 % hinter dem Vorjahr. Auch Bier bleibt mit -1.8 % leicht unter Druck. Dennoch behauptet die Gastronomie mit einem Marktanteil von 43.7 % ihre führende Rolle im On-Trade-Markt (s. Abb. 3).

At Work:

Gedämpfte Nachfrage nach Sommerferien

Der Kanal At Work verzeichnet nach einem soliden ersten Halbjahr eine spürbare Abkühlung. Das dritte Quartal endet mit -5.6 %, nachdem Juli (-3.2 %), August (-12.1 %) und September (-0.8 %) allesamt rückläufig waren. Auf's Jahr gerechnet liegt der Index nun bei -0.8 %. Ein Lichtblick bleibt der Mineralwasserkonsum, der dennoch leicht zulegen konnte (+0.7 %). Auch funktionale Getränke erfreuen sich wachsender Beliebtheit und steigen um +9.2 %. Alle anderen Kategorien verlieren Volumen, insbesondere Süssgetränke (-5.7 %) und Bier (-4.5 %).

Gesundheitswesen:

Wachstum auf konstant hohem Niveau

Kaum ein anderer Kanal zeigt sich derzeit so dynamisch wie das Gesundheitswesen. Nach einem bereits starken Halbjahr setzt sich der Trend fort. Per Ende September liegt das Wachstum bei +7.3 %. Besonders der letzte Monat des Quartals überzeugt mit einem beeindruckenden Plus von +13.7 % gegenüber dem Vorjahr. Alle Kategorien tragen zu diesem Erfolg bei: Mineralwasser wächst um +7.6 %, Süssgetränke um +4.0 % und funktionale

La consommation élevée et soutenue d'eau minérale (+3.1 %) suivie par celle des jus fermentés (+5.2 %) et des boissons fonctionnelles (+6.0 %) ont un effet particulièrement positif sur les résultats. Les mois d'été ont été moins bons pour les boissons sucrées : les résultats des variantes gazeuses sont inférieurs à l'année précédente de -1.2 % et ceux du Ice Tea même de -6.0 %. La bière avec -1 8 % reste aussi légèrement sous pression. La restauration conserve néanmoins sa position de leader sur le marché on-trade, avec une part de marché de 43.7 % (cf. fig. 3).

At Work:

Une demande mitigée après les vacances d'été

Après un premier semestre solide, le canal At Work enregistre un ralentissement sensible. Le résultat du troisième trimestre termine à -5.6 %, après que ceux de juillet (-3.2 %), août (-12.1 %) et septembre (-0.8 %) aient tous connu une baisse. Sur l'ensemble de l'année, l'indice s'établit désormais à -0.8 %. La consommation d'eau minérale reste toutefois un point positif, puisqu'elle a pu augmenter légèrement (+0.7 %). Les boissons fonctionnelles connaissent également un succès croissant et augmentent de +9.2 %. Toutes les autres catégories perdent du volume, en particulier les boissons sucrées (-5.7 %) et la bière (-4.5 %).

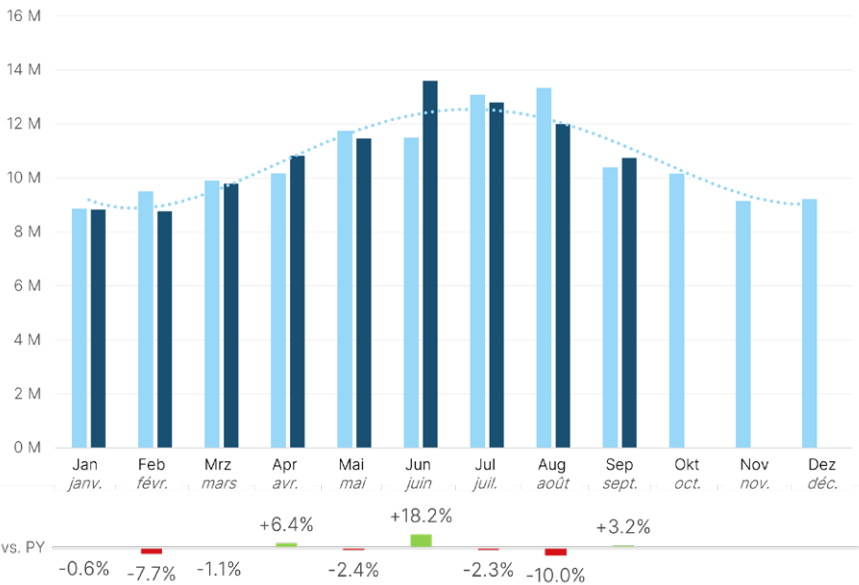
Secteur de la santé :

Croissance soutenue à un niveau élevé

Actuellement, pratiquement aucun autre secteur n'est aussi dynamique que celui de la santé. Après

Gesamtentwicklung per Ende des dritten Quartals 2025

Kategorien: Wasser, AfG mit/ohne CO₂, Säfte, funktionale Getränke und Bier | Mengen in (Millionen) Liter



Évolution globale à la fin du troisième trimestre 2025

Catégories: Eau minérale, boissons sans alcool avec ou sans CO₂, jus, boissons fonctionnelles et bières | quantités en (millions de) litres

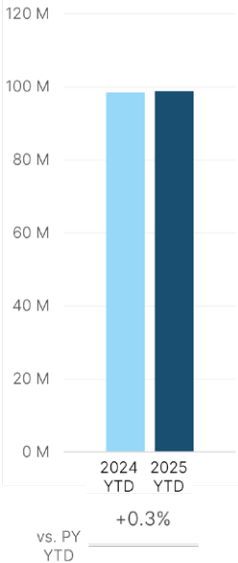


Abbildung 1: Herausforderungen im dritten Quartal mit Lichtblick im September

Figure 1 : Un troisième trimestre plein de défis, avec une embellie en septembre

Getränke gar um +12.0 %. Damit behauptet das Gesundheitswesen seine Position als zweitstärkster Wachstumstreiber im Gesamtmarkt und gewinnt weiter an Relevanz, nicht zuletzt durch die stabile Versorgung grosser Institutionen und Kliniken.

Getränkeabholmärkte:

Nach starkem Start auf Stabilisierungskurs

Die Getränkeabholmärkte konnten ihre positiven Resultate aus dem ersten Halbjahr nicht ganz halten. Nach deutlichen Rückgängen im August (–12.7 %) und September (–3.0 %) bleibt zum Quartalsende ein leichter Zuwachs von +0.2 % gegenüber dem Vorjahr. Während der Bierabsatz mit –5.2 % deutlich verliert, zeigt sich der Absatz karbonisierter Süssgetränke erfreulich robust mit +11.9 %. Trotz nachlassender Dynamik bleibt der Kanal stabil und ein wichtiger Absatzpfeiler.

Heimlieferdienste:

Stärkster Wachstumstreiber des Jahres

Der klare Gewinner des bisherigen Jahres ist der Heimlieferdienst. Dieser Kanal verzeichnet über alle Sommermonate hinweg ein kräftiges Wachstum und legt im September nochmals um +15.4 % zu. Damit steigt der Gesamtjahresindex auf +7.8 %, das beste Resultat unter allen Vertriebskanälen.

Treiber des Erfolgs ist vor allem das Mineralwasser mit +11.7 %, gefolgt von Bier (+3.2 %), das im Privatkonsum wieder beliebter wird. Lediglich Süssgetränke (–3.7 %) und unvergorene Säfte (–6.7 %) bleiben hinter den Erwartungen zurück. Insgesamt zeigt sich der Heimlieferdienst als Gewinner einer zunehmend bequemen Konsummentalität: Getränke werden vermehrt direkt nach Hause bestellt.

Feste und Events: Erholung mit Dämpfer

Im Bereich Feste und Events bleibt die Lage anspruchsvoll. Nach deutlichen Verlusten im Juli (–10.4 %) und August (–16.2 %) konnte der September mit +11.3 % wieder Boden gutmachen. Insgesamt bleibt der Absatz jedoch –2.1 % hinter dem Vorjahr. Besonders stark betroffen ist der Bierauschank mit –10.5 %, während alkoholfreie Biere um +14.5 % zulegen, den Rückgang aber nicht kompensieren können. Positiv entwickeln sich Mineralwasser (+6.9 %) und funktionale Getränke (+7.0 %), die bei Sommer-Events zunehmend gefragt sind.

Wasser: Die stabile Säule des Getränkemarktes

Mineralwasser bleibt der Fels in der Brandung. Über alle Kanäle hinweg wächst die Kategorie um +3.3 %, baut ihren Marktanteil auf 48.4 % aus und erreicht ein Plus von +1.4 % gegenüber dem Vorjahr (s. Abb. 4/5).

un premier semestre déjà solide, la tendance se poursuit. Fin septembre, la croissance se situe à +7.3 %. Le dernier mois du trimestre est particulièrement remarquable avec une augmentation impressionnante de +13.7 % par rapport à l'année dernière.

Toutes les catégories contribuent à ce succès: L'eau minérale augmente de +7.6 %, les boissons sucrées de +4.0 % et les boissons fonctionnelles même de +12.0 %. Le secteur de la santé confirme ainsi sa position en tant que deuxième moteur de croissance le plus important sur le marché global et continue de gagner en importance, notamment grâce à l'approvisionnement stable des grandes institutions et cliniques.

Magasins de boissons en libre-service:

Après un bon départ, cap vers la stabilisation

Les magasins de boissons en libre-service n'ont pas tout à fait réussi à maintenir les résultats positifs obtenus au premier semestre. Après des baisses significatives en août (–12.7 %) et en septembre (–3.0 %), une légère augmentation de +0.2 % subsiste à la fin du trimestre, par rapport à l'année précédente. Alors que les ventes de bière ont nettement reculé avec –5.2 %, celles des boissons sucrées gazeuses ont affiché une vigueur réjouissante de +11.9 %. Malgré un ralentissement de la dynamique, le canal reste stable et continue de constituer un pilier important des ventes.

Services de livraisons à domicile:

Le moteur de croissance le plus fort de l'année

Le service de livraison à domicile est le grand gagnant de l'année. Ce canal enregistre une forte croissance tout au long des mois d'été et progresse de nouveau en septembre de +15.4 %. L'indice annuel global atteint ainsi +7.8 %, soit le meilleur résultat de tous les canaux de distribution.

Le moteur de ce succès est avant tout l'eau minérale avec +11.7 %, suivi de la bière avec +3.2 %, qui connaît un regain de popularité auprès des consommateurs privés. Seuls les boissons sucrées (–3.7 %) et les jus non fermentés (–6.7 %) restent en deçà des attentes. Dans l'ensemble, le service à domicile s'affiche comme le grand gagnant d'une mentalité de consommation de plus en plus axée sur le confort: les boissons sont de plus en plus souvent commandées directement à domicile.

Fêtes et événements: Une reprise en demi-teinte

Dans le domaine Fêtes & événements, la situation reste difficile. Après des pertes importantes en juillet (–10.4 %) et en août (–16.2 %), le mois de septembre a pu regagner du terrain avec une hausse

Entwicklung Gesamtabsatz nach Vertriebskanal
Kategorien: Wasser, AfG mit/ohne CO₂, Säfte, funktionale Getränke und Bier | Mengen in (Millionen) Liter

Évolution de l'ensemble des ventes par canal de distribution
Catégories : Eau minérale, boissons sans alcool avec ou sans CO₂, jus, boissons fonctionnelles et bières | quantités en litres

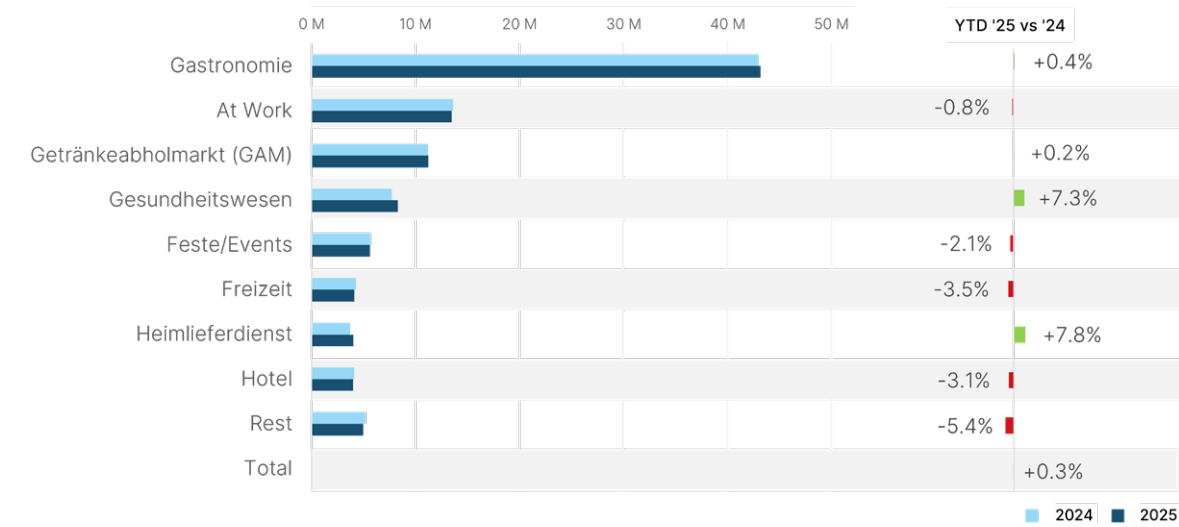


Abbildung 2: Gesundheitswesen und Heimlieferdienste legen deutlich zu.

Figure 2: Augmentation significative du secteur de la santé et des services de livraisons à domicile.

Absatzanteil am Gesamtmarkt pro Vertriebskanal
Kategorien: Wasser, AfG mit/ohne CO₂, Säfte, funktionale Getränke und Bier | Anteile basierend auf Mengen in Liter

Part des ventes sur l'ensemble du marché par canal de distribution
Catégories : Eau minérale, boissons sans alcool avec ou sans CO₂, jus, boissons fonctionnelles et bières | parts basées sur des quantités en litres

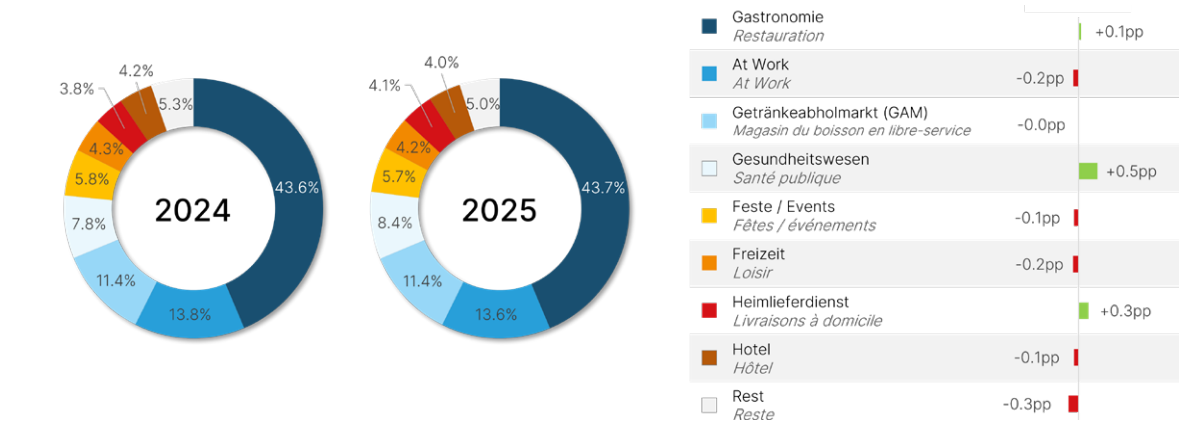


Abbildung 3: Verschiebungen der Absatzanteile nach dem dritten Quartal

Figure 3: Décalage des parts de marché après le troisième trimestre

Entwicklung Gesamtabsatz nach Kategorie
Mengen in (Millionen) Liter

Évolution de l'ensemble des ventes par catégorie
Quantité en (millions de) litres

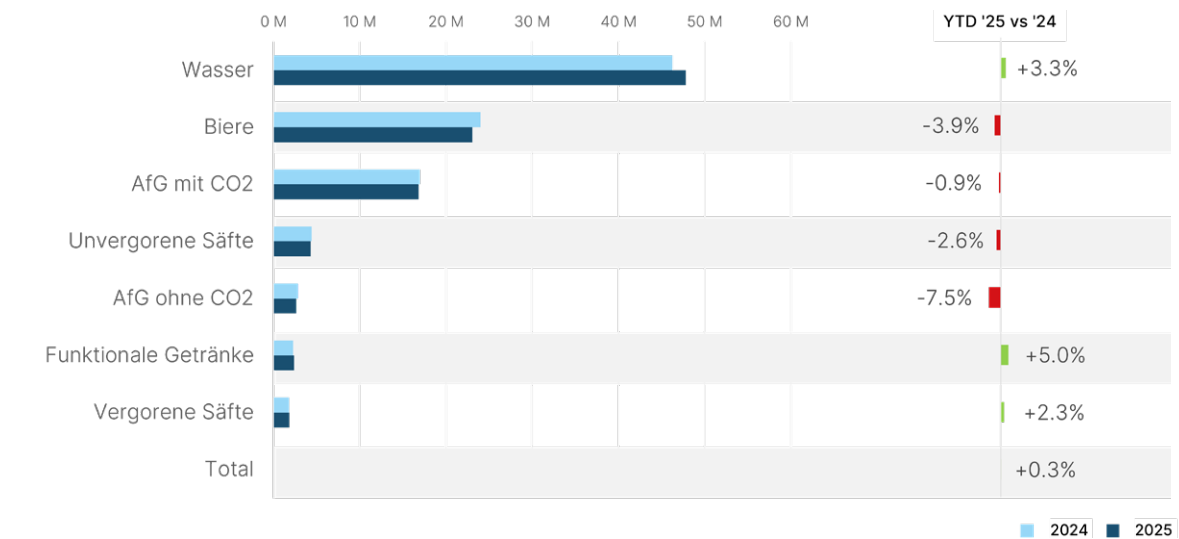


Abbildung 4: Mineralwasser als standhafter Treiber

Figure 4: L'eau minérale, un moteur constant

Besonders stark ist die Nachfrage in den Heimlieferdiensten und im Gesundheitswesen. Stilles Wasser wächst mit +4.9 % etwas stärker als sprudelnde Varianten (+2.0 %). PET-Gebinde legen um +3.9 % zu und gewinnen weiter an Bedeutung, während Glas leicht hinterherhinkt (+2.9 %).

Süssgetränke: Rückläufig, aber mit Lichtblicken

Die Kategorie der Süssgetränke steht weiterhin unter Druck und liegt per Ende September bei -1.9 %. Dennoch zeigen sich differenzierte Entwicklungen: Karbonisierte Varianten verlieren nur leicht (-0.9 %) und profitieren von stabilen Cola-Absätzen (+2.3 %). Der Konsum aus Glasflaschen verbleibt dabei auf Vorjahresniveau, während PET-Verpackungen um -3.3 % rückläufig sind. Stille Süssgetränke hingegen verlieren deutlich (-7.5 %) und können einzig im Gesundheitswesen leicht zulegen. Verpackungsseitig halten Glasflaschen ihr Niveau (+0.2 %), während PET-Gebinde mit -8.5 % deutlicher rückläufig sind.

Funktionale Getränke:

Weiterhin starke Nachfrage

Funktionale Getränke bleiben auf Wachstumskurs. Mit einem Plus von +5.0 % gegenüber dem Vorjahr zählen sie auch im dritten Quartal zu den Gewinnern. Besonders stark performen Wellness-Varianten (+5.3 %) und Energy-Drinks (+4.5 %). Der Konsum aus Aludosen legt dabei um +5.1 % zu

de +11.3 %. Dans l'ensemble, les ventes restent toutefois inférieures de -2.1 % à celles de l'année précédente. La vente de bière est particulièrement touchée avec -10.5 %, tandis que les bières sans alcool progressent de +14.5 %, mais sans toutefois arriver à compenser la baisse. L'eau minérale (+6.9 %) et les boissons fonctionnelles (+7.0 %) connaissent une évolution positive et sont de plus en plus sollicitées lors des événements estivaux.

Eau minérale:

Le pilier stable du marché des boissons

L'eau minérale se maintient comme le rocher dans la tempête. Tous canaux confondus, la catégorie connaît une croissance de +3.3 %, augmente sa part de marché à 48.4 %, et atteint une hausse de +1.4 points de pourcentage par rapport à l'année précédente (cf. fig. 4/5). La demande est particulièrement forte dans les services de livraison à domicile et le secteur de la santé. Avec +4.9 %, l'eau plate affiche une croissance un peu plus forte que les variantes pétillantes (+2.0 %). Les emballages PET augmentent de +3.9 % et gagnent en importance, alors que le verre est un peu à la traine (+2.9 %).

Boissons sucrées: En baisse, mais avec quelques lueurs d'espoir

La catégorie des boissons sucrées continue d'être sous pression et ses résultats se situent à la fin septembre à -1.9 %. On observe toutefois des évolutions différenciées: les variantes gazeuses n'enregistrent qu'une perte légère (-0.9 %) et profitent de la stabilité des ventes de cola (+2.3 %). La consommation en bouteilles de verre se maintient au niveau de l'année précédente, alors que les emballages PET enregistrent une baisse de -3.3 %.

Les boissons sucrées non gazeuses subissent, en revanche, une baisse significative (-7.5 %) et ne progressent légèrement que dans le secteur de la santé. Côté emballage, les bouteilles en verre se maintiennent à leur niveau (+0.2 %), pendant que les emballages PET baissent davantage avec -8.5 %.

Boissons fonctionnelles: La demande reste forte

Les boissons fonctionnelles continuent leur croissance. Avec une augmentation de +5.0 % par rapport à l'année précédente, elles figurent également parmi les gagnants au troisième trimestre.

Les variantes Wellness (+5.3 %) et les boissons énergétiques (+4.5 %) réalisent une performance particulièrement concluante. La consommation en canettes en aluminium progresse de +5.1 % et dépasse désormais légèrement, pour la première fois, celle des emballages PET, qui augmente de +3.8 %.

Absatzanteil am Gesamtmarkt pro Kategorie

Anteile basierend auf Mengen in Liter

Part des ventes sur l'ensemble du marché par catégorie

Parts basées sur des quantités en litres

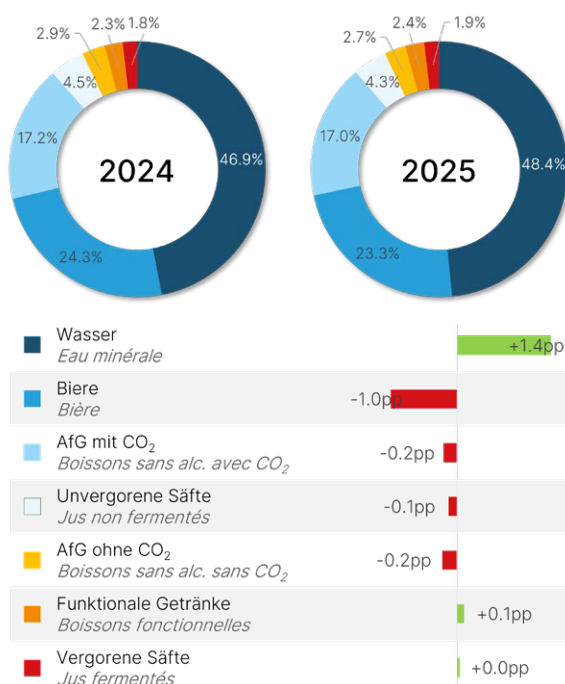


Abbildung 5:
Deutliche
Verschiebung der
Absatzanteile

Figure 5:
Nettoveränderung
des parts de vente

und liegt nun erstmalig leicht höher als der PET-Verpackungen, der um +3.8 % höher ausfällt.

Bier: Leichte Stabilisierung, aber weiter unter Vorjahr

Der Bierkonsum bleibt unter Druck. Zwar bringt der September eine kleine Entspannung, doch per Ende des dritten Quartals liegt die Kategorie mit -3.9% deutlich im Minus. Schweizer Lagerbiere verlieren -5.1%, internationale Lagerbiere -0.6%. Einziger Lichtblick sind alkoholfreie Varianten, die um +13.0% zulegen, bei einem Absatzanteil von 6.7%. Besonders in Events und Heimpliefdiensten zeigen sich neue Konsumgewohnheiten: Bier bleibt präsent, wird aber bewusster konsumiert.

Stabiler Herbst mit Chancen für den Jahresendspurt

Nach einem bewegten Sommer zeigt der September, dass der Markt in der Lage ist, sich rasch zu erholen. Die anhaltend starke Nachfrage in den Heimpliefdiensten, die Stabilität der Gastronomie und das Wachstum im Gesundheitswesen stimmen zuversichtlich. Mit dem positiven Gesamtjahresindex von +0.3% blickt die Branche optimistisch auf das vierte Quartal und damit auf die Chance, das Jahr 2025 trotz wechselhafter Phasen mit einem klaren Plus abzuschliessen.

Bière : Légère stabilisation, mais toujours en dessous du niveau de l'année précédente

La consommation de bière reste sous pression. Certes, le mois de septembre apporte un léger répit, mais à la fin du troisième trimestre, la catégorie affiche une nette baisse de -3.9%. Les bières lager suisses reculent de -5.1%, et les bières lager internationales de -0.6%. Le seul point positif concerne les variantes sans alcool, qui progressent de +13.0%, pour une part de marché de 6.7%. Ce sont surtout dans les événements et les services de livraison à domicile que se manifestent de nouvelles habitudes de consommation : La bière reste présente, mais elle est consommée de manière toujours plus responsable.

Un automne stable avec des opportunités pour la fin d'année

Après un été mouvementé, le mois de septembre montre que le marché est capable de se redresser rapidement. La demande toujours forte dans le secteur des services de livraison à domicile, la stabilité de la restauration et la croissance dans le secteur de la santé sont des signes encourageants. Avec un indice annuel positif de +0,3%, la branche aborde le quatrième trimestre avec optimisme et espère ainsi terminer l'année 2025 avec un résultat nettement positif, malgré des phases mouvementées.

Seit 1981
Ihr Partner für
Branchensoftware

44
JAHRE



I-AG Software

Unter der Egg 10
CH-6004 Luzern
+41 41 417 31 00
info@iag.ch
iag.ch | vinx.ch

