

Markt-Analyse: Getränkekonsum 2025 – zwischen Druck und Dynamik

Analyse du marché: Consommation de boissons en 2025 – entre pression et dynamique



Pascal
Homberger,
DIGITALDRINK AG

Ein schwankendes Jahr, ein starkes Finale und deutliche Verschiebungen im Konsum: Der Getränkemarkt zeigte 2025 viele Facetten. Zwischen rückläufigen Volumen und neuen Wachstumsimpulsen zeichnen sich klare Trends ab. Ein Blick in die Daten zeigt, wo Stabilität entsteht und welche Chancen sich daraus ableiten lassen.

Der Schweizer Getränkemarkt zeigte sich 2025 von seiner volatilen Seite, schloss das Jahr jedoch solide ab: Nach einem schwachen Start ins Jahr mit Q1 bei -2.9% sorgte vor allem ein starkes zweites Quartal ($+8.0\%$) für eine klare Erholung, sodass das Gesamtjahr von Januar bis Dezember mit einem Plus von $+1.0\%$ beendet wurde (s. Abb. 1).

Während der Sommer erneut durch schwankende Monatswerte geprägt war, stabilisierte sich der Markt im zweiten Halbjahr, wobei Q4 insgesamt bei $+1.0\%$ lag und der kräftige Dezember mit $+5.6\%$ gegenüber Vorjahr dem Jahresendspurt entscheidenden Rückenwind verlieh.

Besonders das Gesundheitswesen und die Heimlieferdienste wirkten im Jahresverlauf stabilisierend, während eine starke Gastronomie sowie höhere Volumen bei Festen und Events im Dezember den positiven Jahresabschluss absicherten.

Gastronomie stabilisiert sich zum Jahresende

Die Gastronomie zeigte sich im vierten Quartal wechselhaft, konnte sich dank eines starken Dezembers mit $+5.3\%$ jedoch stabilisieren und

Une année fluctuante, une fin d'année forte et des changements significatifs dans la consommation: En 2025, le marché des boissons s'est montré sous de nombreux aspects. Entre baisses de volumes et nouvelles impulsions de croissance, des tendances claires se dessinent. Un coup d'œil sur les données montre où la stabilité se développe et quelles opportunités peuvent en découler.

Le marché suisse des boissons a montré son côté volatile en 2025, mais il a cependant terminé l'année sur une base solide: Après un début d'année laborieux avec un premier trimestre à -2.9% , c'est surtout une forte dynamique au deuxième trimestre ($+8.0\%$) qui a permis une reprise significative, de sorte que l'année entière, de janvier à décembre, s'est terminée avec une hausse de $+1.0\%$ (voir fig. 1).

Alors que l'été a de nouveau été marqué par des résultats mensuels fluctuants, le marché s'est stabilisé au second semestre, avant un quatrième trimestre globalement en hausse de $+1.0\%$ et un mois de décembre très dynamique de $+5.6\%$ par rapport à l'année précédente, qui a donné un élan décisif à la fin de l'année.

Ce sont surtout le secteur de la santé et les services de livraison à domicile qui ont eu un impact stabilisant, au cours de l'année, alors que la restauration affichait de très bons résultats, et que les fêtes et événements enregistraient des volumes plus élevés en décembre, permettant de clôturer l'année sur une note positive.

Gesamt-Marktentwicklung 2025

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

Évolution globale du marché en 2025

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

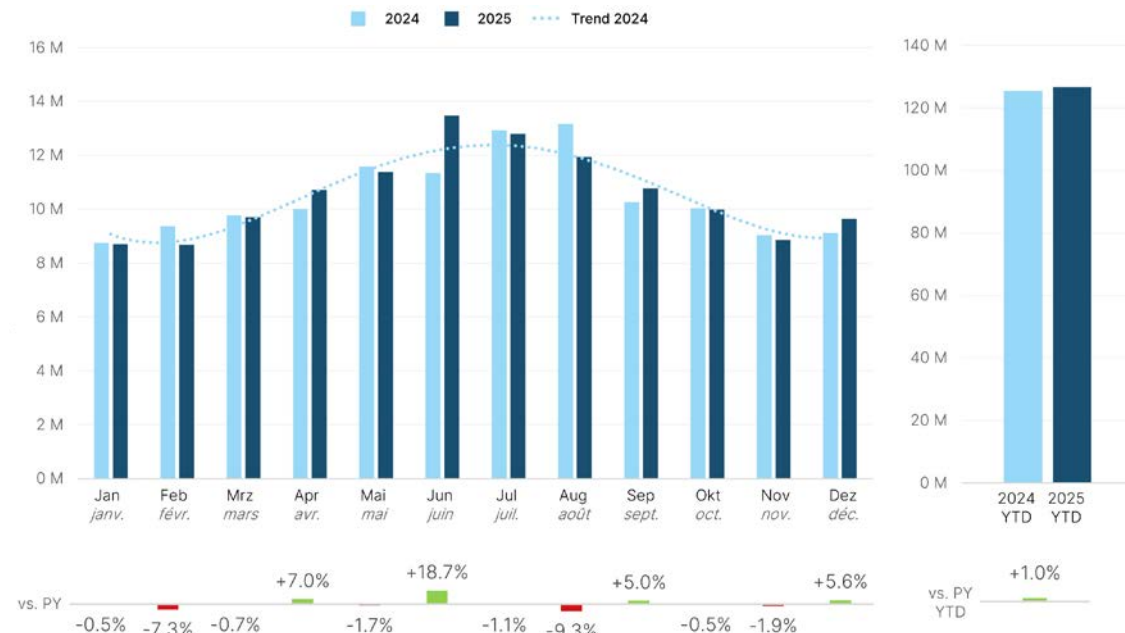


Abbildung 1: Stabile Gesamtentwicklung mit starkem Jahresendspurt

Figure 1: Évolution globale stable, avec une forte accélération en fin d'année

schloss das Gesamtjahr mit einem leichten Plus von +0.4 % ab, damit knapp unter der Entwicklung des Gesamtmarktes (s. Abb. 2).

Trotz eines geringfügigen Verlusts an Marktanteilen (-0.2 Prozentpunkte) auf 43.6 % blieb der Kanal robust (s. Abb. 3), getragen von einem weiterhin erhöhten Mineralwasserkonsum (+2.3 %) sowie klaren Zuwächsen bei vergorenen Säften (+6.4 %) und funktionalen Getränken (+4.1 %).

Der rückläufige Süssgetränke-Konsum setzte sich fort, insbesondere bei Eistees (-7.8 %), während auch karbonisierte Varianten mit -1.7 % unter Vorjahr liegen.

Der Bierabsatz konnte sich im letzten Quartal leicht erholen (+0.4 %) und schliesst mit einem Jahresminus von -0.6 % beinahe auf Vorjahresniveau, wobei insbesondere internationale Lagerbiere (+2.9 %) und Schweizer alkoholfreie Biere (+13.2 %) stabilisierend wirkten.

At Work bleibt stabil mit Fokus auf Wasser und Funktionalität

Die Entwicklung im Kanal At Work verlief im vierten Quartal uneinheitlich. Nach rückläufigen Monaten im Oktober (-1.2 %) und November (-2.8 %) sorgte ein starker Dezember mit +5.3 % für einen versöhnlichen Jahresabschluss. Insgesamt schliesst das vierte Quartal damit nahezu auf Vorjahresniveau

La restauration s'est stabilisée en fin d'année

Le secteur de la restauration a connu des fluctuations au quatrième trimestre, mais a pu se stabiliser, grâce à un mois de décembre solide, à +5.3 %, et a clôturé l'année avec une légère hausse de +0.4 %, soit un peu moins que l'évolution globale du marché (voir fig. 2).

Malgré une légère perte de parts de marché (-0.2 point de pourcentage) à 43.6 %, le canal de vente est resté solide (voir fig. 3) et soutenu par une consommation d'eau minérale toujours élevée (+2.3 %), une nette augmentation des jus fermentés (+6.4 %) et des boissons fonctionnelles (+4.1 %).

La baisse de consommation des boissons sucrées s'est poursuivie, en particulier pour les Ice Tea (-7.8 %), tandis que les variantes gazeuses enregistraient aussi une baisse de -1.7 % par rapport à l'année précédente.

Les ventes de bière ont légèrement repris au dernier trimestre (+0.4 %) et clôturent, avec une baisse annuelle de -0.6 %, presque au niveau de l'année précédente, alors que ce sont surtout les bières lager internationales (+2.9 %) et les bières suisses sans alcool (+13.2 %) qui ont eu un effet stabilisateur.

At Work reste stable en se concentrant sur l'eau minérale et les boissons fonctionnelles

Au quatrième trimestre, l'évolution du canal At Work s'est faite de manière inégale. Après deux mois de

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 (millions de) litres

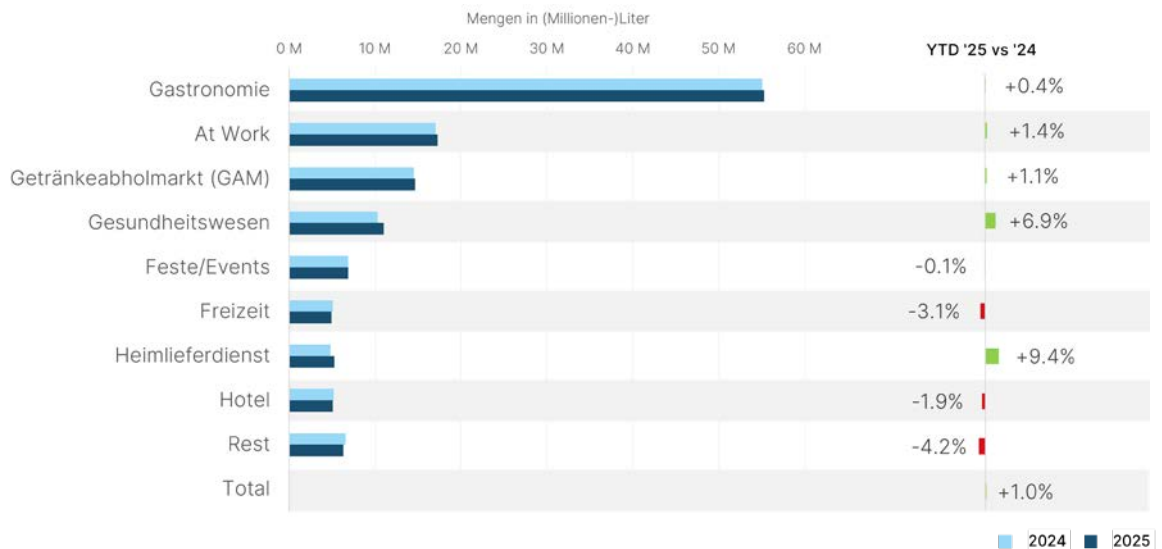


Abbildung 2:
Gesundheits-
wesen und Heim-
lieferdienste legen
deutlich zu.

Figure 2:
Le secteur de
la santé et les
services de
livraisons à domi-
cile augmentent
considérablement.

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

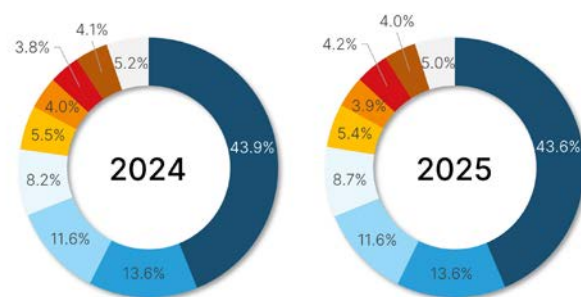


Abbildung 3:
Verschiebungen der
Absatzanteile zum
Vorjahr

Figure 3:
Déplacements
des parts de ventes
par rapport à
l'année précédente



und führt zu einem Gesamtjahresindex von +1.4 %, leicht über dem Gesamtmarkt.

Getragen wird diese Entwicklung vor allem durch den anhaltend steigenden Mineralwasserkonsum, der im Jahresvergleich um +3.4 % zulegt. Noch dynamischer entwickeln sich die funktionalen Getränke, die mit +9.4 % weiter deutlich wachsen und sich als feste Grösse im Arbeitsumfeld etablieren.

Demgegenüber stehen rückläufige klassische Kategorien. Besonders Eistees (-9.7 %) und unvergorene

recul, en octobre (-1.2 %) et novembre (-2.8 %), la solidité du mois de décembre, avec +5.3 %, a permis une fin d'année plus apaisée. Globalement, le quatrième trimestre se rapproche du niveau de l'an passé, portant l'indice annuel total à +1.4 %, légèrement au-dessus du marché global.

Cette évolution est surtout portée par la hausse continue de la consommation d'eau minérale, qui progresse de +3.4 % en comparaison annuelle. Les boissons fonctionnelles évoluent de manière encore plus dynamique, poursuivant leur hausse significative, avec +9.4 %, et s'imposant comme

Säfte (–5.0 %) verlieren weiter an Bedeutung, was auf eine zunehmende Verschiebung hin zu funktionalen und alltagsnahen Konsumlösungen hindeutet.

Gesundheitswesen wächst breit abgestützt

Der Kanal Gesundheitswesen setzte seinen klaren Wachstumskurs auch im vierten Quartal fort und schloss das Jahr mit einem Plus von +6.9 % deutlich über dem Gesamtmarkt ab. Alle relevanten Kategorien trugen zu dieser positiven Entwicklung bei und sorgten für ein breit abgestütztes Wachstum auch beim Absatzanteil mit +0.5 Prozentpunkten.

Haupttreiber bleibt der Wasserkonsum, der im Jahresvergleich um +7.3 % zulegt und insbesondere im Dezember mit +17.2 % nochmals deutlich an Dynamik gewinnt. Auch funktionale Getränke entwickeln sich sehr stark und wachsen um +17.6 %, was ihre zunehmende Bedeutung im Versorgungsumfeld unterstreicht. Unvergorene Säfte legen ebenfalls solide zu (+8.1 %) und runden das positive Gesamtbild ab.

Bei den Süssgetränken zeigt sich ein differenziertes Bild. AfG mit CO₂ entwickeln sich mit +2.5 % zwar ebenfalls positiv, bleiben jedoch die Kategorie mit dem geringsten Wachstum. Auffällig ist hingegen, dass stille Varianten wie Eistees mit +7.5 % stärker zulegen als karbonisierte, womit sich diese Entwicklung von den meisten anderen volumenstarken Vertriebskanälen unterscheidet.

Getränkeabholmärkte gerieten zum Jahresende unter Druck

Die Getränkeabholmärkte blieben im vierten Quartal unter Druck und verzeichneten als einziger der grossen Kanäle einen Rückgang von –1.8 %. Nach einem schwachen Oktober (–4.7 %) konnte sich die Entwicklung im November (–0.4 %) und Dezember (–0.6 %) zwar stabilisieren, eine nachhaltige Trendwende blieb jedoch aus. Auf Gesamtjahressicht resultiert dennoch ein leicht positives Ergebnis mit einem Jahresindex von +1.1 %.

Karbonisierte Süssgetränke entwickeln sich sehr erfreulich und wachsen sowohl im vierten Quartal (+16.5 %) als auch im Gesamtjahr (+14.4 %). Auffällig ist, dass Getränkeabholmärkte im Vergleich zu den übrigen grossen Kanälen mit +1.7 % am wenigsten vom Trend zu funktionalen Getränken profitieren. Hier zeigt sich deutliches Potenzial, diese Zielgruppe stärker von der Verfügbarkeit und dem Angebot der Getränkemärkte zu überzeugen. Als Kanal mit dem zweitstärksten Biervolumen liegt der Absatz im Jahresvergleich bei –3.5 % und damit klar hinter den Erwartungen.

une composante durable dans l'environnement au travail.

À l'inverse, les catégories classiques sont en recul. Ce sont surtout les Ice Tea, avec –9.7 %, et les jus non fermentés, avec –5.0 %, qui continuent de perdre de l'importance, ce qui indique un glissement croissant vers des solutions de consommation plus fonctionnelles et proches du quotidien.

Le secteur de la santé connaît une croissance solidement étayée

Le canal de la santé a poursuivi sa croissance soutenue au quatrième trimestre et a clôturé l'année avec une hausse de +6.9 %, nettement supérieure à celle du marché global. Toutes les catégories importantes ont contribué à cette évolution positive, et ont assuré une croissance largement soutenue, également en termes de part de ventes, avec +0.5 point de pourcentage.

Le principal moteur reste la consommation d'eau minérale, qui augmente de +7.3 % par rapport à l'année précédente et qui, en décembre notamment, a connu à nouveau une forte accélération avec +17.2 %. Les boissons fonctionnelles connaissent également une forte progression, avec une croissance de +17.6 %, ce qui souligne leur importance croissante dans le domaine de l'approvisionnement. Les jus non fermentés affichent également une solide progression (+8.1 %) et viennent compléter ce tableau globalement positif.

Pour les boissons sucrées, le tableau est plus nuancé. Les boissons gazeuses sans alcool affichent également une évolution positive (+2.5 %), mais restent la catégorie affichant la plus faible croissance. Par contre il est surprenant que les variantes non gazeuses, comme les Ice Tea, enregistrent une hausse plus forte, avec +7.5 %, que les variantes gazeuses, cet écart distingue ce canal de la plupart des autres canaux de distribution ayant des volumes importants.

Les magasins de boissons en libre-service sous pression en fin d'année

Les magasins de boissons en libre-service sont restés sous pression au quatrième trimestre, et ont été le seul des grands canaux à enregistrer un recul de –1.8 %. Après un mois d'octobre morose (–4.7 %), la tendance a quand même pu se stabiliser en novembre (–0.4 %) et en décembre (–0.6 %), mais aucun revirement durable n'a eu lieu. Sur l'ensemble de l'année, le résultat est néanmoins légèrement positif, avec un indice annuel de +1.1 %.

Heimlieferdienste beschleunigen das Marktwachstum

Die Heimlieferdienste setzten ihren starken Wachstumskurs auch im vierten Quartal mit +11.2 % fort und bestätigen ihre Rolle als klarer Gewinner des Jahres. Mit einem Gesamtjahresindex von +9.4 %, klar über dem Gesamtmarkt, legen sie auch bei den Absatzanteilen um 0.3 Prozentpunkte zu.

Getragen wird dieses Wachstum vor allem von den volumenstarken Kategorien. Wasser bleibt der wichtigste Treiber und wächst im Gesamtjahr um +13.0 %, im Dezember sogar um +19.9 %. Auch Bier entwickelt sich im Heimlieferdienst positiv und legt um +5.1 % zu, wobei insbesondere alkoholfreie Varianten und internationale Biere an Bedeutung gewinnen. Damit profitiert der Kanal klar vom verstärkten Konsum zu Hause.

Ein differenziertes Bild zeigt sich bei den übrigen Kategorien. Sprudelnde Süssgetränke liegen im Gesamtjahr mit -2.7 % leicht unter Vorjahr, während stille Varianten mit +0.2 % knapp über Vorjahr liegen. Funktionale Getränke entwickeln sich mit +3.5 % ebenfalls positiv, bleiben jedoch hinter der Dynamik anderer Kanäle zurück. Insgesamt zeigt der Heimlieferdienst eine klare Stärke bei Grundversorgung und Bier und bestätigt den Trend zur bequemen Getränkeversorgung im privaten Umfeld.

Feste und Events erholen sich zum Jahresende

Feste und Events zeigten im vierten Quartal eine spürbare Erholung. Nach rückläufigen Monaten im Oktober (-1.9 %) und November (-1.1 %) sorgte ein starker Dezember mit +11.1 % für einen positiven Abschluss. Insgesamt schliesst Q4 mit +1.7 % ab, während der Kanal auf Gesamtjahressicht knapp unter Vorjahr liegt (-0.1 %) und damit insgesamt stabil bleibt.

Positivster Treiber ist der wachsende Mineralwasserkonsum, der im Gesamtjahr um +8.4 % gegenüber Vorjahr zulegt. Auch Süssgetränke entwickeln sich leicht positiv (+1.6 %). Funktionale Getränke wachsen ebenfalls um +8.4 %, allerdings weiterhin auf vergleichsweise bescheidenem Volumen.

Bier, als absatzstärkste Kategorie in diesem Kanal, steht hingegen mit -8.3 % deutlich unter Druck. Einzige relevante Gewinner sind alkoholfreie Biere (+14.3 %), die aufgrund ihres noch geringen Anteils die Verluste jedoch nicht kompensieren können. Insgesamt zeigt sich der Kanal wie erwartet stark saisonal geprägt, mit klarer Abhängigkeit von einzelnen Grossanlässen und hoher Volatilität im Jahresverlauf.

Les boissons sucrées gazeuses connaissent une évolution très réjouissante et affichent une croissance aussi bien au quatrième trimestre (+16.5 %) que sur l'ensemble de l'année (+14.4 %). Il est frappant de constater que, par rapport aux autres grands canaux, les magasins de boissons en libre-service sont ceux qui, avec +1.7 %, profitent le moins de la tendance sur des boissons fonctionnelles. Il existe ici un potentiel évident, et il faudra donc convaincre davantage ce groupe cible de la disponibilité et de l'offre des magasins de boissons en libre-service. En tant que deuxième canal en termes de volume de bière, les ventes ont reculé de 3.5 % par rapport à l'année précédente, ce qui est nettement inférieur aux attentes.

Les services de livraisons à domicile accélèrent la croissance du marché

Les services de livraisons à domicile ont poursuivi leur forte croissance au quatrième trimestre, avec +11.2 %, et confirment leur rôle de grands gagnants de l'année. Avec un indice annuel total de +9.4 %, nettement supérieur à celui du marché global, ils gagnent également 0.3 point de pourcentage en termes de parts de marché.

Cette croissance est principalement soutenue par les catégories ayant des volumes importants. L'eau minérale reste le principal moteur et affiche une croissance de +13.0 % sur l'ensemble de l'année, et même de +19.9 % en décembre. La bière connaît également une évolution positive dans les services de livraisons à domicile et affiche une hausse de +5.1 %, bien que ce soient surtout les variantes sans alcool et les bières internationales qui gagnent en importance. Le canal profite ainsi clairement de l'augmentation de la consommation à domicile.

Les autres catégories présentent une image plus nuancée. Par rapport à l'année précédente, les boissons sucrées pétillantes affichent une légère baisse de -2.7 % sur l'ensemble de l'année, tandis que les variantes non gazeuses enregistrent une légère hausse de +0.2 %. Les boissons fonctionnelles connaissent également une évolution positive (+3.5 %), mais restent à la traîne par rapport à la dynamique des autres canaux. Dans l'ensemble, le service de livraison à domicile montre une solidité affirmée de l'approvisionnement de base et de la bière, et confirme la tendance pour un approvisionnement pratique en boissons, dans le cadre privé.

Fêtes & événements se ressaisissent en fin d'année

Les fêtes et événements ont connu une reprise sensible au quatrième trimestre. Après deux mois de

Wasser bleibt verlässlicher Wachstumstreiber

Mineralwasser bleibt auch 2025 eine stabile Kernkategorie und wächst über alle relevanten Kanäle hinweg um +3.7 % (s. Abb. 4). Dies führt zu einem Ausbau des Absatzanteils von ganzen +1.3 Prozentpunkten (s. Abb. 5)

Stilles Wasser bleibt der wichtigste Wachstumstreiber und legt um +5.3% zu, während sprudelndes Wasser mit +2.3% moderater wächst. Aromatisierte Wässer entwickeln sich mit +8.3% am dynamischsten, machen jedoch weiterhin nur rund 1.4% des Gesamtvolumens aus.

Bei den Verpackungen setzt sich der bestehende Trend fort. PET-Gebinde wachsen mit +4.1 % stärker als Glas mit +3.4 % und bauen ihre dominante Stellung weiter aus. Mit Blick auf 2026 darf man gespannt sein, welche Impulse die neu lancierten Alu-Dosen in dieser Kategorie setzen werden.

Süssgetränke verlieren weiter an Volumen

Die Süssgetränke bleiben 2025 insgesamt unter Druck und schliessen das Jahr mit einem Rückgang von -1.3% ab. Strukturell zeigt sich weiterhin eine klare Zweiteilung zwischen Süssgetränken mit und ohne CO₂.

Süssgetränke mit CO₂ behaupten sich deutlich besser und liegen im Gesamtjahr nahezu stabil bei -0.4 %. Die Cola-Varianten bleiben mit +2.9 % der wichtigste Stabilitätsanker der Kategorie. Demgegenüber verlieren klassische Geschmacks-

recul, en octobre (-1.9 %) et novembre (-1.1 %), la solidité du mois de décembre, avec +11.1 %, a permis de clôturer l'année avec une note positive. Au total, le quatrième trimestre se termine avec une hausse de +1.7 %, tandis que le canal reste globalement stable sur l'ensemble de l'année, avec un résultat légèrement inférieur à celui de l'année précédente (-0.1 %).

Le facteur le plus positif est la consommation croissante d'eau minérale, qui a augmenté de +8.4 % sur l'ensemble de l'année, par rapport à l'année précédente. Les boissons sucrées affichent également une légère hausse (+1.6 %). Les boissons fonctionnelles connaissent aussi une croissance de +8.4 %, mais toujours pour des volumes plus modestes comparativement.

La bière, en tant que catégorie la plus vendue de ce canal, est en revanche soumise à une forte pression, avec une baisse de -8.3%. Les seules vraies gagnantes sont les bières sans alcool (+14.3%), qui ne parviennent cependant pas à compenser les pertes en raison de leur part encore réduite. Dans l'ensemble et comme prévu, ce canal est fortement influencé par les variations saisonnières, avec une dépendance évidente à l'égard de certains événements majeurs ainsi qu'une forte volatilité au cours de l'année.

L'eau minérale reste un moteur de croissance fiable

L'eau minérale reste aussi une catégorie clé stable en 2025, avec une croissance de +3.7 % supérieure

Entwicklung Gesamtabsatz nach Kategorie
Mengen in (Millionen) Liter

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

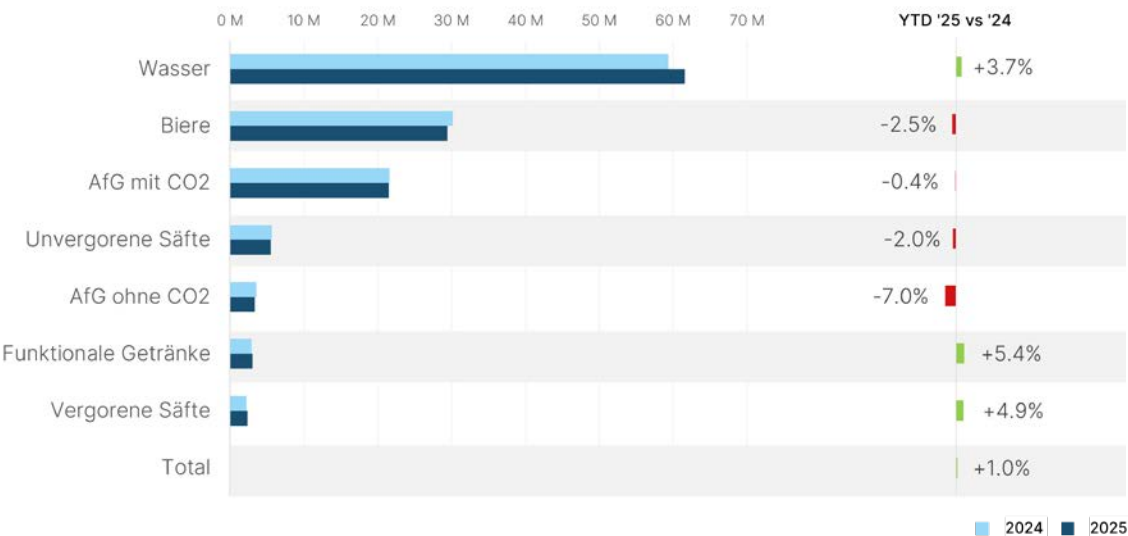


Abbildung 4:
Mineralwasser als
standhafter Treiber

Figure 4:
L'eau minérale,
un moteur fiable
et constant

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

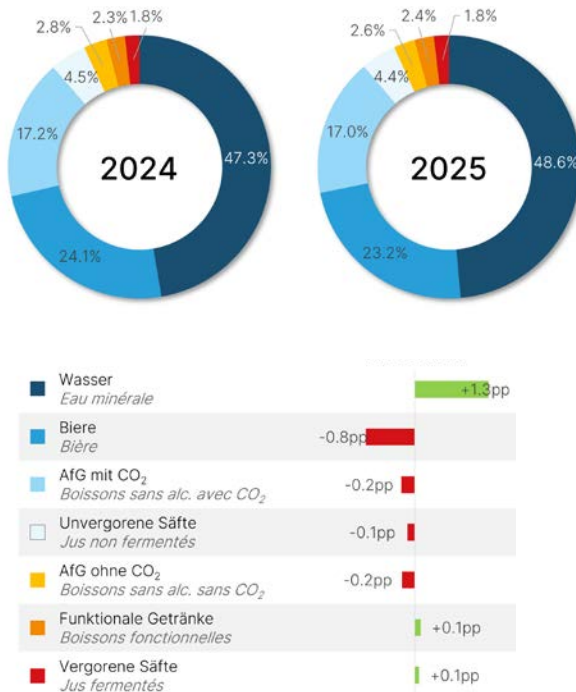


Abbildung 5:
Bier mit deutlich
reduziertem
Absatzanteil

Figure 5:
La part des
ventes de bière
enregistre une
baisse significative

richtungen wie Orange (–3.4 %), Citro (–2.7 %) sowie insbesondere Tonic- und Bittergetränke (–9.5 %) weiter an Volumen. Süssgetränke ohne CO₂ stehen deutlich stärker unter Druck (–7.0 %), was vor allem auf den anhaltend rückläufigen Eistee-Konsum (–7.5 %) zurückzuführen ist.

Bei den Verpackungen dominiert weiterhin PET mit einem Anteil von rund 68 %, verliert jedoch im Jahresvergleich –4.0 %. Glas entwickelt sich stabil bis leicht positiv (+1.0 %) und baut seinen Anteil auf 27 % weiter aus.

Funktionale Getränke wachsen dynamisch weiter

Funktionale Getränke setzen ihren Wachstumskurs auch 2025 fort und schliessen das Jahr mit einem Plus von +5.4 % ab. Die Kategorie wächst damit klar stärker als der Gesamtmarkt und bestätigt ihre zunehmende Relevanz über alle Kanäle hinweg.

Stärkster Wachstumstreiber sind auch in diesem Jahr die Wellness-Getränke mit +8.0 %, während Energy-Drinks mit +3.3 % moderater wachsen und damit unter dem Durchschnitt der Gesamtkategorie liegen.

à tous les canaux importants (voir fig. 4). Cela se traduit par une augmentation de la part des ventes de +1.3 point de pourcentage (cf. fig. 5).

L'eau plate reste le moteur de croissance le plus important et augmente de +5.3 %, alors que l'eau pétillante connaît une croissance modérée de +2.3 %. Les eaux minérales aromatisées enregistrent l'évolution la plus dynamique avec +8.3 %, mais ne constituent cependant qu'environ 1.4 % du volume global.

Concernant les d'emballages, la tendance actuelle se poursuit. Les emballages PET enregistrent, avec +4.1 %, une croissance plus forte que le verre, avec +3.4 %, et continuent à renforcer leur position dominante. Dans la perspective de 2026, on peut se demander avec grand intérêt quel impact vont avoir les nouvelles cannettes en aluminium, lancées dans cette catégorie.

Les volumes des boissons sucrées continuent de baisser

En 2025, les boissons sucrées restent, dans l'ensemble, sous pression et terminent l'année avec une baisse de –1.3 %. Sur le plan structurel, on observe toujours une nette distinction entre les boissons sucrées avec ou sans CO₂.

Les boissons sucrées avec CO₂ s'en sortent nettement mieux et restent pratiquement stables sur l'ensemble de l'année à –0.4 %. Les variantes de cola restent, avec +2.9 %, le facteur de stabilité le plus important de la catégorie. En revanche, les saveurs classiques comme l'orange (–3.4 %), le citron (–2.7 %) et surtout les boissons toniques et amères (–9.5 %) continuent de perdre en volumes. Les boissons sucrées sans CO₂ sont nettement plus sous pression (–7.0 %), ce qui s'explique principalement par la baisse persistante de la consommation de Ice Tea (–7.5 %).

Concernant les emballages, le PET continue de dominer, avec une part d'environ 68 %, par contre il recule de –4.0 % en comparaison annuelle. Le verre évolue de stable à légèrement positif (+1.0 %) et agrandit sa part jusqu'à 27 %.

Les boissons fonctionnelles continuent leur croissance dynamique

Les boissons fonctionnelles poursuivent leur croissance en 2025 et clôturent l'année sur une hausse de +5.4 %. Cette catégorie connaît donc une croissance nettement supérieure à celle du marché global et confirme son importance croissante sur tous les canaux. Les moteurs de croissance les plus forts restent, cette année encore, les boissons Wellness avec +8.0 %, alors que les boissons énergétiques



Diese Entwicklung spiegelt sich auch bei den Verpackungen wider. PET-Gebinde legen um +6.3 % zu und schliessen volumenmässig zu den Alu-Dosen auf, die um +3.6 % wachsen. Besonders erfreulich ist zudem die Entwicklung von Glas-Flaschen, die mit +10.4 % zulegen und erstmals einen Volumenanteil von über 10 % erreichen.

Bier befindet sich im Strukturwandel

Der Bierkonsum bleibt 2025 in allen Absatzkanälen unter Druck und schliesst das Jahr mit einem Rückgang von -2.5 % ab. Nach einem schwachen Jahresstart und einem erneut volatilen Sommer konnte sich die Entwicklung im vierten Quartal etwas stabilisieren. Das Jahresminus konnte dadurch jedoch nur leicht abgefedert werden.

Während internationale Lagerbiere mit +3.5 % stabil bleiben, verlieren Schweizer Lagerbiere (-3.6 %) und Schweizer Spezialbiere (-7.0 %) weiter an Volumen. Deutlich positiv entwickeln sich alkoholfreie Biere, die insgesamt um +13.9 % zulegen. Ihr Marktanteil steigt damit um beinahe einen Prozentpunkt auf 6.5 %.

Der Konsum aus Aluminium-Dosen legt mit +1.9 % leicht zu. Glas verliert hingegen -1.3 % gegenüber Vorjahr. Der Offenausschank aus Tank-Gebinden geht um -7.0 % zurück, was auch auf die starken Rückgänge beim Bierkonsum an Festen und Events zurückzuführen ist.

Robuste Basis und neue Potenziale

Der Getränkemarkt zeigte sich 2025 insgesamt robust, getragen von strukturellem Wachstum bei Wasser, funktionalen Getränken und alternativen Konsumformen, während klassische Kategorien weiter unter Anpassungsdruck stehen.

Trends zu bewussterem Konsum, insbesondere bei alkohol- und zuckerfreien Varianten, sowie Verschiebungen bei Verpackungen und Konsumgelegenheiten schaffen 2026 ein Umfeld mit klaren Chancen, in dem sich differenzierte Angebote und gezielte Positionierungen nachhaltig durchsetzen können.

progressent plus modérément, avec +3.3 %, en restant ainsi en dessous de la moyenne de l'ensemble de la catégorie.

Cette évolution se reflète aussi dans les emballages. Les emballages en PET augmentent de +6.3 % et rattrapent, en termes de volume, les canettes en aluminium, qui progressent de +3.6 %. L'évolution des bouteilles en verre est aussi particulièrement réjouissante : elles enregistrent une hausse de +10.4 % et atteignent pour la première fois une part de volume supérieure à 10 %.

La bière traverse une phase de mutation structurelle

En 2025, la consommation de bière est restée sous pression dans tous les canaux de vente, et a terminé l'année avec une baisse de -2.5 %. Après un début d'année morose et un été à nouveau marqué par la volatilité, la situation s'est quelque peu stabilisée au quatrième trimestre. Cela n'a toutefois permis d'atténuer que légèrement la baisse enregistrée sur l'ensemble de l'année.

Alors que les bières lager internationales restent stables avec +3.5 %, les bières suisses continuent de perdre en volume, avec -3.6 % pour les lager et -7.0 % pour les spéciales. Les bières sans alcool affichent une évolution nettement positive, avec une hausse globale de +13.9 %. Leur part de marché augmente ainsi de près d'un point de pourcentage pour atteindre 6.5 %.

La consommation de boîtes en aluminium augmente légèrement de +1.9 %. Le verre perd en revanche -1.3 % par rapport à l'année précédente. La vente à la pression à partir de fûts recule de -7.0 %, ce qui est dû également à la forte baisse de consommation de bière, lors des fêtes et événements.

Une base robuste et de nouveaux potentiels

Dans l'ensemble, le marché des boissons 2025 se montre robuste, soutenu par une croissance structurelle pour l'eau minérale, les boissons fonctionnelles et des formes alternatives de consommation, tandis que les catégories classiques continuent de subir une pression d'adaptation.

Les tendances vers une consommation plus responsable, en particulier pour les variantes sans alcool et sans sucre, ainsi que les changements en matière d'emballages et d'occasions de consommation créeront, en 2026, un environnement offrant des opportunités visibles, dans lesquelles des offres différenciées et des positionnements ciblés pourront s'imposer durablement.