

Marktanalyse: ein bewegtes erstes Quartal

Analyse du marché: Un premier trimestre mouvementé



Pascal
Homberger,
DIGITALDRINK AG

Der Schweizer Getränkemarkt startet dynamisch ins Jahr 2025: Zwischen leichten Rückgängen und überraschenden Aufwärtstrends zeigen sich spannende Entwicklungen, die neue Chancen eröffnen. Welche Kanäle sich behaupten und welche Getränke jetzt besonders gefragt sind, erfahren Sie in unserer aktuellen Marktanalyse.

Der Schweizer On-Trade-Getränkemarkt verzeichnete im ersten Quartal 2025 einen moderaten Rückgang von -3.5% im Vergleich zum Vorjahr. Während der Januar mit -1.1% noch relativ stabil verlief, setzte der Februar mit -8.4% ein deutliches Minus. Im März deutete sich mit -0.8% bereits eine leichte Erholung an (s. Abb. 1).

Insgesamt beweist der Markt seine Widerstandsfähigkeit und lässt in mehreren Segmenten positive Entwicklungen erkennen.

Herausforderungen, aber auch Chancen in der Gastronomie

In der Gastronomie zeigt sich ein etwas schwächeres Bild als im Gesamtmarkt, mit einem Gesamtjahresindex von -3.7% . Besonders im Februar fiel der Absatz um -7.4% , während der Januar mit -1.5% und der März mit -2.0% moderat ausfielen (s. Abb. 2.) Beim Marktanteil verliert die Gastronomie mit 0.1 Prozentpunkten leicht, nachdem im Vorjahr noch Zugewinne verzeichnet wurden (s. Abb. 3)

Wasser bewegt sich mit -0.4% beinahe auf Vorjahresniveau, während vergorene Säfte sogar um $+4.3\%$ zulegen konnten. Biere (-6.3%) und Süssgetränke mit Kohlensäure (-5.8%) sowie ohne Kohlensäure (-8.6%) bleiben jedoch unter Druck.

Le marché suisse des boissons entame l'année 2025 de manière dynamique: Entre de légers reculs et de surprenantes tendances à la hausse, des évolutions passionnantes apparaissent, ouvrant de nouvelles opportunités. Vous découvrirez dans notre analyse du marché actuelle, quels canaux s'affirment et quelles boissons sont désormais particulièrement demandées.

Par rapport à l'année précédente, le marché suisse des boissons on-trade a enregistré, au premier trimestre 2025, un recul modéré de -3.5% . Alors que le mois de janvier était encore relativement stable avec -1.1% , le mois de février a connu un net recul avec -8.4% . En mars, une légère reprise s'est déjà dessinée avec -0.8% (cf. fig. 1).

Dans l'ensemble, le marché prouve sa résistance et laisse entrevoir des évolutions positives dans plusieurs segments.

Des défis et aussi des opportunités dans la restauration

Dans la restauration, les résultats sont un peu plus faibles que sur l'ensemble du marché, avec un indice annuel global de -3.7% . Les ventes ont particulièrement chuté en février (-7.4%), alors que leur baisse a été modérée (voir fig. 2) en janvier (-1.5%) et mars (-2.0%). La restauration perd un petit 0.1 point de pourcentage de sa part de marché, alors qu'elle avait encore enregistré des gains l'année précédente (voir fig. 3).

L'eau minérale se maintient presque au même niveau que l'année précédente (-0.4%), alors que les jus fermentés parviennent même à progresser de $+4.3\%$. Les bières (-6.3%) et les boissons sucrées

Gesamtentwicklung per Ende Q1 2025

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

Evolution globale à la fin du 1er trimestre 2025

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

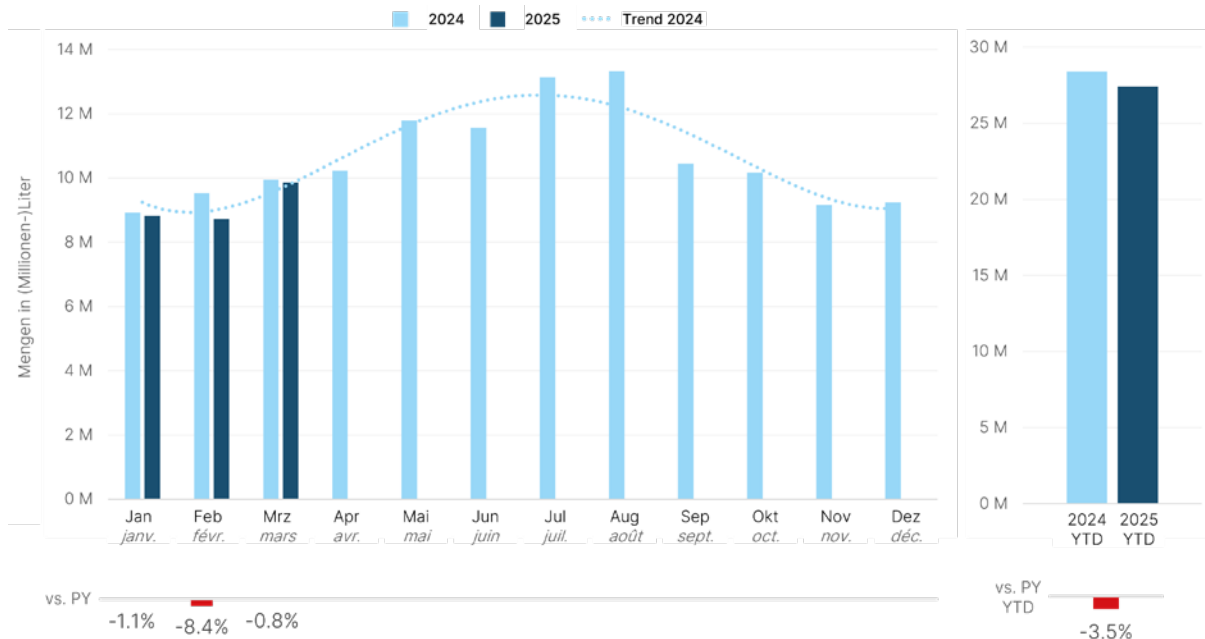


Abbildung 1: Januar und März beinahe auf Vorjahres-Niveau
 Figure 1: Janvier et mars presque au même niveau que l'année précédente

At-Work mit funktionalen Getränken als kleiner Lichtblick

Der At-Work-Kanal zeigt sich leicht resistenter gegenüber den allgemeinen Trends und schliesst das Quartal mit einem Rückgang von -2.8% ab. Nach einem erfreulichen Jahresstart im Januar (+2.8%) folgten deutliche Verluste im Februar (-9.2%) und März (-2.0%).

Besonders hervorzuheben sind funktionale Getränke, die ein Wachstum von +2.2% verzeichnen und in der Beliebtheit weiter steigen. Wasser liegt mit -1.0% etwas besser als der Gesamtmarkt, während unvergorene Säfte (-5.2%) sowie Süssgetränke mit (-3.8%) und ohne Kohlensäure (-11.3%) Rückgänge aufweisen.

Gesundheitswesen: Der Aufsteiger des Quartals

Mit einem Plus von +1.1% ist das Gesundheitswesen der absatzstärkste Vertriebskanal mit einer positiven Gesamtentwicklung im ersten Quartal. Insbesondere der März (+5.8%) trägt, auch dank der neu gestarteten Belieferung der Senevita Gruppe durch SwissDrink, zur positiven Bilanz bei.

Wasser, die wichtigste Kategorie in diesem Kanal, steigert sich um +1.4%, während sprudelnde Süssgetränke leicht nachgeben (-1.5%). Unvergorene Säfte überzeugen mit einem Zuwachs von +4.8%.

gazeuses (-5.8%) et non gazeuses (-8.6%) restent toutefois sous pression.

Un petit rayon de soleil pour «At-Work» avec les boissons fonctionnelles

Le canal «At Work» se montre légèrement plus résistant aux tendances générales et termine le trimestre avec un recul de -2.8%. Après un début d'année réjouissant en janvier (+2.8%), des pertes importantes ont été enregistrées en février (-9.2%) et en mars (-2.0%).

Ce sont surtout les boissons fonctionnelles qui se démarquent, avec une croissance de +2.2% et une popularité toujours à la hausse. L'eau minérale enregistre de meilleurs résultats que l'ensemble du marché (-1.0%), tandis que les jus non fermentés (-5.2%) ainsi que les boissons sucrées gazeuses (-3.8%) et non gazeuses (-11.3%) accusent un recul.

Secteur de la santé: La star du trimestre

Avec une augmentation de +1.1%, le secteur de la santé est le canal de distribution le plus important en termes de ventes, et il a connu une évolution globale positive au premier trimestre. C'est surtout le mois de mars (+5.8%) qui contribue à ce bilan positif grâce au nouveau lancement de la livraison du groupe Senevita par SwissDrink.

Getränkeabholmärkte mit leichter Korrektur nach solidem Vorjahr

Die Getränkeabholmärkte mussten im ersten Quartal einen moderaten Rückgang von -2.2% hinnehmen, nachdem sie Ende 2024 noch das Vorjahresvolumen exakt gehalten hatten.

Während Mineralwasser ($+2.7\%$) und Süssgetränke mit Kohlensäure ($+3.1\%$) erfreuliche Entwicklungen zeigen, dämpft ein deutlicher Rückgang beim Bierverkauf (-11.0%) das Gesamtergebnis.

Heimlieferdienste mit zuversichtlicher Entwicklung

Ein erfreuliches Bild bieten die Heimlieferdienste, die das erste Quartal mit einem Plus von $+2.1\%$ abschliessen. Besonders das Wachstum bei Mineralwasser ($+6.2\%$) und funktionalen Getränken ($+10.6\%$) sorgt für Aufwind. Diese Ergebnisse stimmen zuversichtlich, dass der Trend zu bequemer Versorgung zu Hause weiterhin Potenzial bietet.

Feste und Events im März mit Aufwind

Feste und Events durchlebten eine Achterbahnfahrt: Nach einem herben Rückgang im Februar (-20.2%) folgte im März eine fulminante Erholung ($+52.9\%$). Unter dem Strich steht ein erfreulicher Gesamtjahresindex von $+2.6\%$. Die spätere Fasnacht in der Innerschweiz mit Besucherrekorden sorgte für den massiven Aufschwung.

L'eau minérale, la catégorie la plus importante de ce canal, progresse de $+1.4\%$, tandis que les boissons sucrées pétillantes reculent légèrement (-1.5%). La croissance de $+4.8\%$ des jus non fermentés montre qu'ils savent convaincre.

Les magasins de boissons en libre-service subissent une légère correction après une solide année précédente

Les magasins de boissons en libre-service ont enregistré un recul modéré de -2.2% au premier trimestre, alors que jusqu'à fin 2024, ils avaient encore maintenu exactement le même volume que l'année précédente.

Alors que les eaux minérales ($+2.7\%$) et les boissons sucrées gazeuses ($+3.1\%$) affichent des évolutions réjouissantes, un net recul des ventes de bière (-11.0%) atténue le résultat global.

Evolution durable/stable pour les livraisons à domicile

Les services de livraison à domicile offrent un tableau réjouissant, en clôturant le premier trimestre avec une hausse de $+2.1\%$. C'est surtout la croissance des eaux minérales ($+6.2\%$) et des boissons fonctionnelles ($+10.6\%$) qui met le vent en poupe. Ces résultats montrent, de manière encourageante, que la tendance à un approvisionnement confortable à domicile a encore du potentiel.

Entwicklung Gesamtabsatz nach Vertriebskanal

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

Évolution globale 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

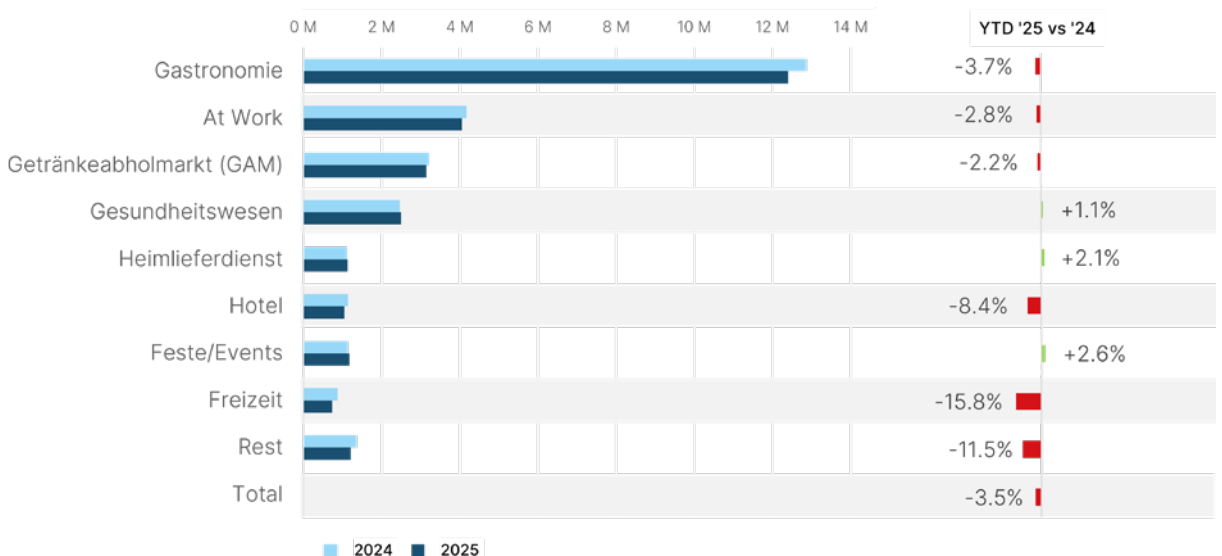


Abbildung 2: Gesundheitswesen als absatzstärkster Vertriebskanal mit einer positiven Gesamtentwicklung

Figure 2: Le secteur de la santé, premier canal de distribution en termes de ventes, affiche une évolution globale positive

Wasser als stabile Grösse mit wachsendem Einfluss

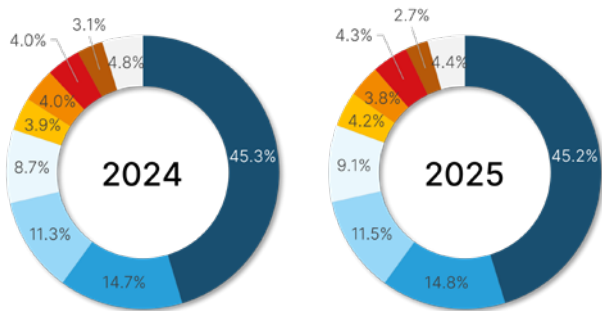
Wasser behauptet sich als absatzstärkste Kategorie und erreicht nach dem ersten Quartal mit +0.1% nahezu Vorjahresniveau. Insbesondere stilles Wasser legt um +2.2% zu, während karbo-

Beau fixe pour les fêtes et événements au mois de mars

Les fêtes et événements ont traversé les montagnes russes, en faisant une chute brutale en février (-20.2%) avant de connaître une reprise fulgurante (+52.9%) au mois de mars. Ce qui nous donne,

Absatzanteil am Gesamtmarkt pro Vertriebskanal

Kategorien: Wasser, AfG mit/ohne CO₂, Säfte, funktionale Getränke und Bier | Anteile basierend auf Mengen in (Millionen) 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 | quantités en (millions de) litres

	YTD '25 vs '24
Gastronomie / Restauration	-0.1pp
At Work / At Work	+0.1pp
Getränkeabholmarkt (GAM) / Magasin du boisson en libre-service	+0.1pp
Gesundheitswesen / Santé publique	+0.4pp
Heimlieferungsdienst / Livraisons à domicile	+0.2pp
Hotel / Hôtel	-0.2pp
Feste / Events / Fêtes / événements	+0.3pp
Freizeit / Loisir	-0.4pp
Rest / Reste	-0.4pp

Abbildung 3: Gesundheitswesen, Feste und Events legen Anteile zu
Figure 3: Le secteur de la santé et les fêtes et événements augmentent leurs parts de marché

ALKOHOLFREI SEIT 1954

RIMUSS

Prickeln für alle.

Ob trocken oder süß: Vielfalt, die begeistert.

nisierte Varianten leicht (-1.3 %) und aromatisierte Wasser deutlicher (-8.3 %) verlieren (s. Abb. 4).

Dank der robusten Performance in Gesundheitswesen, Getränkefachmärkten und Heimlieferdiensten steigert Wasser seinen Marktanteil um +1.8 Prozentpunkte (s. Abb. 5).

Süssgetränke mit Herausforderungen in wichtigen Kanälen

Die Kategorie der Süssgetränke bleibt unter Druck und verzeichnet einen Gesamtrückgang von -5.7 %. Kohlensäurehaltige Varianten verlieren -5.1 %, wobei Cola-Getränke (-2.3 %) etwas stabiler bleiben. Besonders in der Gastronomie (-8.6 %) und im At-Work-Bereich (-11.3 %) sind die Verluste spürbar. Nur bei Getränkefachmärkten (+3.1 %) und Events (+5.4 %) können Süssgetränke zulegen.

Stille Süssgetränke büssen insgesamt -9.6 % ein. Vor allem die Verluste in den beiden stärksten Kanälen der Gastronomie mit -8.6 % und At-Work mit -11.3 % schlagen zu Buche – einziger Lichtblick sind Events mit +13.4 %, jedoch auf kleinerem Gesamtniveau.

Funktionale Getränke zeigen differenziertes Bild

Funktionale Getränke verzeichnen erstmals seit längerer Zeit einen leicht negativen Gesamtjahresindex von -2.0 %. Vor allem der März (-7.0 %) drückt das Ergebnis. Während in der Gastronomie

au final, un indice annuel global réjouissant de +2.6 %. C'est la programmation tardive du carnaval de Suisse centrale et ses records de fréquentation, qui ont permis cette progression massive.

L'eau minérale, une variable stable à l'influence croissante

L'eau minérale s'affirme comme la catégorie la plus vendue et, avec un résultat de +0.1 % après le premier trimestre, elle atteint presque le niveau de l'année précédente. C'est en particulier l'eau plate qui progresse de +2.2 %, alors que les variantes avec CO₂ enregistrent des pertes légères (-1.3 %) et les eaux aromatisées des pertes plus nettes (-8.3 %) (cf. fig. 4). Grâce à une forte performance dans le secteur de la santé, les magasins de boissons spécialisés et les livraisons à domicile, l'eau minérale augmente sa part de marché de +1.8 point de pourcentage (voir fig. 5).

Les boissons sucrées face aux défis dans les différents canaux déterminants

La catégorie des boissons sucrées reste sous pression et affiche une baisse globale de -5.7 %. Les variantes gazeuses perdent -5.1 % mais les boissons au cola (-2.3 %) restent un peu plus stables. Les pertes sont particulièrement sensibles dans la restauration (-8.6 %) et dans le secteur «At Work» (-11.3 %). Les boissons sucrées n'arrivent à progresser que dans les magasins de boissons spécialisés (+3.1 %) et lors des événements (+5.4 %).

Entwicklung Gesamtabsatz nach Kategorie
Mengen in (Millionen) Liter

Évolution des ventes totales par catégorie
Quantité en (millions de) litres

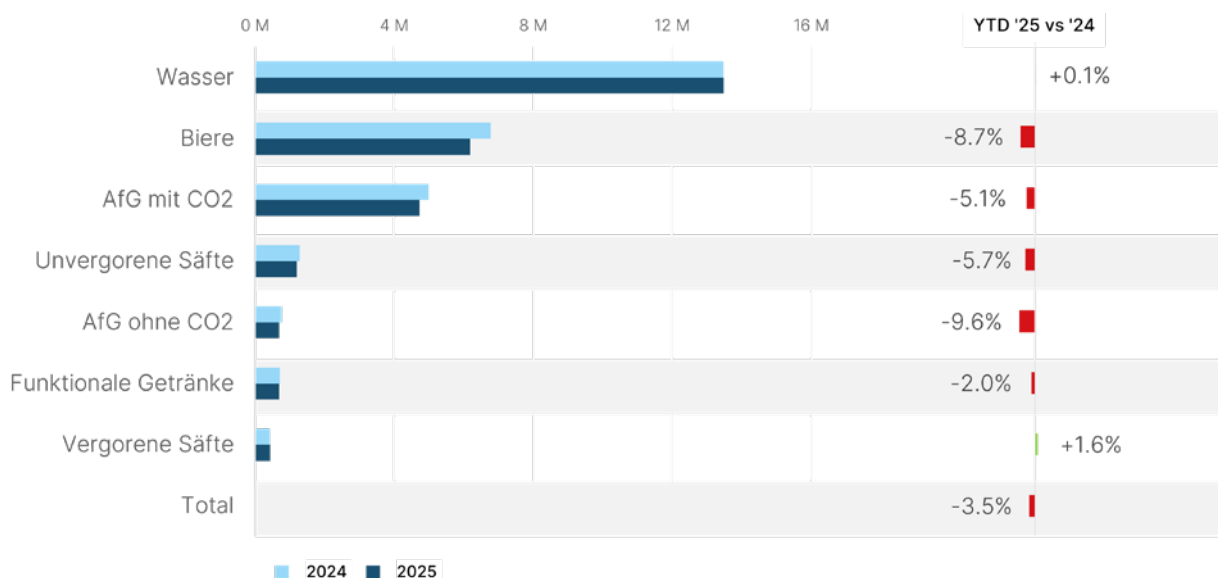
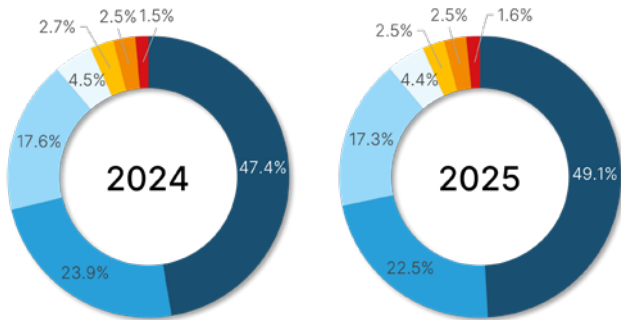


Abbildung 4:
Mineralwasser
weiterhin als
stabile Grösse
unterwegs

Figure 4:
L'eau minérale
reste une valeur
stable
en progression

Absatzanteil am Gesamtmarkt pro Kategorie
Anteile basierend auf Mengen in Liter



Part de ventes par catégorie sur l'ensemble du marché
Parts basées sur des quantités en litres

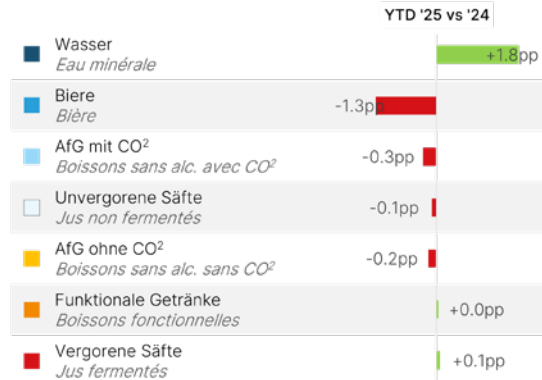


Abbildung 5: Bier büsst im ersten Quartal deutlich Absatzanteile ein

Figure 5: La bière perd clairement des parts de ventes au premier trimestre

(-1.9 %) Verluste hingenommen werden müssen, zeigen andere Kanäle weiterhin Wachstum. Innerhalb der Kategorie gewinnen Energy-Drinks mit +3.4 % an Bedeutung, während Wellness-Wasser (-9.9 %) deutlich nachgeben und Sportgetränke auf Vorjahres-Niveau bleiben (+0.1 %).

Bier weiter unter Druck

Bier bleibt im ersten Quartal weiter unter Druck und verzeichnet ein Minus von -8.7 %. Besonders die Gastronomie (-6.3 %) und die Getränkefachmärkte (-11.0 %) belasten die Bilanz.

Schweizer Lagerbiere verlieren dabei -9.3 %, internationale Lager etwas moderater -7.8 %. Positiv stechen alkoholfreie Biere hervor: Schweizer Varianten wachsen um +1.6 %, internationale alkoholfreie sogar um beeindruckende +14.1 %.

Positive Impulse trotz anspruchsvollem Umfeld

Trotz der Rückgänge im ersten Quartal zeigen viele Trends klar in eine positive Richtung. Die steigende Nachfrage nach Wasser und funktionalen Getränken sowie die starken Entwicklungen im Gesundheitswesen und bei Heimlieferdiensten stimmen optimistisch.

Mit frischen Ideen, Anpassungsfähigkeit und gezielten Innovationen kann der Schweizer Getränkemarkt die Herausforderungen meistern und 2025 zu einem erfolgreichen Jahr machen.

Les boissons sucrées non gazeuses perdent au total -9.6 %. Ce sont surtout les pertes dans les deux canaux les plus forts, la restauration avec -8.6 % et «At-Work» avec -11.3 %, qui pèsent sur les résultats – seule leur d’espoir, les événements avec +13.4 %, mais à un niveau global plus faible.

Les boissons fonctionnelles présentent une image nuancée

Les boissons fonctionnelles affichent, pour la première fois depuis longtemps, un indice annuel global légèrement négatif de -2.0 %. C’est surtout le mois de mars (-7.0 %) qui pèse sur le résultat. Alors que la restauration (-1.9 %) enregistre des pertes, d’autres canaux continuent d’afficher de la croissance. Dans cette catégorie, les boissons énergisantes gagnent en importance avec +3.4 %, tandis que les boissons Wellness (vitaminées) (-9.9 %) sont en net recul et que les boissons sportives restent au niveau de l’année précédente (+0.1 %).

La bière encore sous pression

Au cours du premier trimestre, la bière reste sous pression et enregistre une baisse de -8.7 %. Ce sont surtout la restauration (-6.3 %) et les magasins de boissons spécialisés (-11.0 %) qui alourdissent le bilan.

Les bières Lager suisses perdent ainsi -9.3 %, les bières Lager internationales, quant à elle, un peu moins avec -7.8 %. Les bières sans alcool se distinguent positivement: Les variantes suisses progressent de +1.6 %, les boissons sans alcool internationales affichent même un résultat impressionnant de +14.1 %.