INSIDE

INFORMATIONEN FÜR DIE GETRÄNKEBRANCHE · INFORMATIONS POUR LA BRANCHE DES BOISSONS

Ausgabe 2/25 · Mai

Marktanalyse:
Ein bewegtes erstes Quartal **04**

Analyse du marché :
Un premier trimestre mouvementé **04**

Interview Martin Candinas:
Wir sind eine Willensgemeinschaft **10**

Interview Martin Candinas :
Nous sommes une communauté de volontés **10**

Digitale Verkaufsförderung am POS:
Werbedisplays und KI-Avatar **26**

SWISSDRINK
Genossenschaft
Cooperative

share a Coke®

& erlebe unvergessliche Momente

KAUFEN
SCANNEN
TEILEN

© 2025 The Coca-Cola Company

Liebe Leserin, lieber Leser

Die Generalversammlung vom 30. April 2025 markiert einen bedeutenden Wendepunkt für SwissDrink und den unabhängigen Getränkefachhandel in der Schweiz. Mit grosser Mehrheit wurde die Einführung der Zentralen Warenwirtschaft (ZWW) beschlossen – ein strategischer Schritt, der ab dem 1. Januar 2026 die Grundlage für eine effizientere und verbindlichere Zusammenarbeit bildet.

Die ZWW ermöglicht es, Einkaufsvolumen zu bündeln, Prozesse zu vereinheitlichen und klare Verbindlichkeiten zwischen Händlern, Produzenten und der Zentrale zu schaffen. Getränkehändler profitieren von besseren Konditionen und schlankeren Abläufen. Produzenten erhalten durch zentrale Sortimentierung Planungssicherheit und eine garantierte Distribution.

Zeitgleich wurde die Einführung der neuen Vermarktungsplattform SignalMedia+ beschlossen. Ergänzt wird sie durch ein zentral gesteuertes Display-Netzwerk, das in unseren Fachmärkten installiert wird. Diese digitalen Werbedisplays ermöglichen eine zielgerichtete, emotionale Kommunikation direkt am Verkaufspunkt – Werbung wird dadurch wirkungsvoller und messbarer.

Mit der ZWW und SignalMedia+ setzt SwissDrink ein starkes Zeichen für Innovation, Effizienz und Zusammenarbeit. Ziel ist es, als Gruppe schlagkräftiger zu werden – zum Nutzen aller Beteiligten. SwissDrink schafft damit echte Marktvorteile und stärkt die Wettbewerbsfähigkeit des unabhängigen Getränkefachhandels nachhaltig.

Jetzt heisst es: gemeinsam handeln, gemeinsam profitieren.

Zum Wohl, Ihr Stefan Gloor

Chères lectrices, chers lecteurs,

L'assemblée générale du 30 avril 2025 marque un tournant important pour SwissDrink et le commerce indépendant des boissons en Suisse. L'introduction de la gestion centralisée des marchandises (GCM) a été décidée à une large majorité. Il s'agit là d'une étape stratégique qui constituera la base d'une collaboration plus efficace et plus fiable à partir du 1er janvier 2026.

La GCM permet de regrouper les volumes d'achat, d'uniformiser les processus et de créer des liens clairs entre les négociants, les producteurs et la centrale. Les distributeurs de boissons bénéficient de meilleures conditions et de processus allégés. Les producteurs disposent d'une sécurité de planification ainsi que d'une distribution garantie, grâce à un assortiment centralisé.

En parallèle, il a été décidé de lancer SignalMedia+, la nouvelle plateforme de commercialisation. Elle est complétée par un réseau d'écrans à commande centralisée, installé dans nos magasins spécialisés. Ces écrans de diffusion publicitaire numérique permettent une communication ciblée et sensible, directement sur le point de vente – la publicité devient ainsi plus efficace et plus mesurable.

Avec la GCM et SignalMedia+, SwissDrink donne un signal fort en matière d'innovation, d'efficacité et de collaboration. L'objectif est de devenir plus performant en tant que groupement – pour en faire bénéficier tous les participants. SwissDrink se crée ainsi de véritables avantages sur le marché et renforce durablement la compétitivité du commerce indépendant des boissons.

Il s'agit maintenant d'agir ensemble et de profiter ensemble de notre action.

Votre dévoué Stefan Gloor

INHALTSVERZEICHNIS

MARKTINFORMATIONEN 04
- Marktanalyse: Ein bewegtes erstes Quartal
- Analyse du marché : Un premier trimestre mouvementé

AUF EIN GLAS MIT … 10
- Martin Candinas Nationalrat und Präsident SwissDrink

RÜCKBLICK GENERALVERSAMMLUNG 20
- Die Weichen für die Zukunft sind gestellt

DIGITALE VERKAUFSFÖRDERUNG 26
- Digitale Verkaufsförderung, die begeistert – SwissDrink gestaltet die Zukunft des Getränkefachhandels

KETTENBETRIEBE 32
- Erfolgreicher Start: SwissDrink Logistics beliefert die Senevita Gruppe

GETRÄNKETRENDS SOMMER 34
- Was in der Gastronomie und in Bars angesagt ist

PRODUKTNEUHEITEN 36
- Hohes C Vitamin Wasser
- Calanda Radler 0.0 % Mango Spritz
- Red Bull Summer Edition
- Eichhof Ale(x)
- Sonnenbräu 24/7 alkoholfrei

MELDUNGEN AUS DER BRANCHE 38
- 175 Jahre Hermann Müller-Thurgau: Eine Hommage an Innovation und Tradition
- Bierabsatz in Deutschland sinkt zweistellig
- KNUTWILER eröffnet neue Betriebshalle

VERANSTALTUNGEN & TERMINE 42

EINKAUFSPOOLPARTNER 44
- Profishop von Jungheinrich

EINKAUFSPOOL 49
- Übersicht Einkaufspoolpartner

IMPRESSUM 51

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 CO_2, 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 CO_2, jus, boissons fonctionnelles et bières | quantités en (millions de) litres

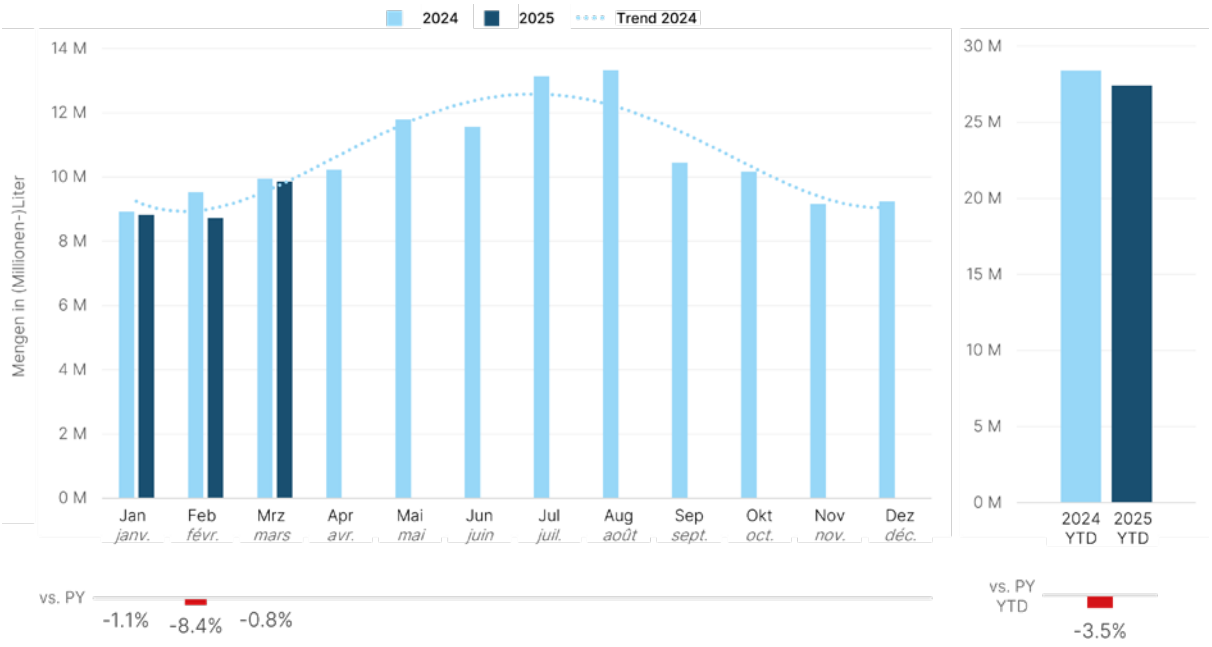


Abbildung 1: Januar und März beinahe auf Vorjahres-Niveau

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 %.

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 CO_2, 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 CO_2, jus, boissons fonctionnelles et bières | quantités en (millions de) litres

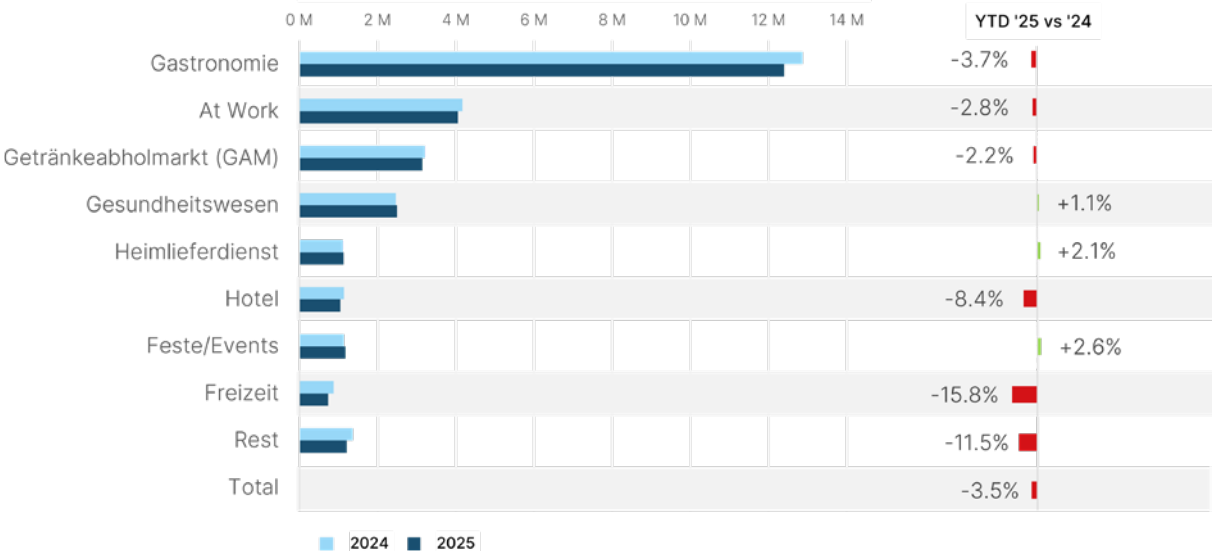


Abbildung 2: Gesundheitswesen als absatzstärkster Vertriebskanal mit einer positiven Gesamtentwicklung

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

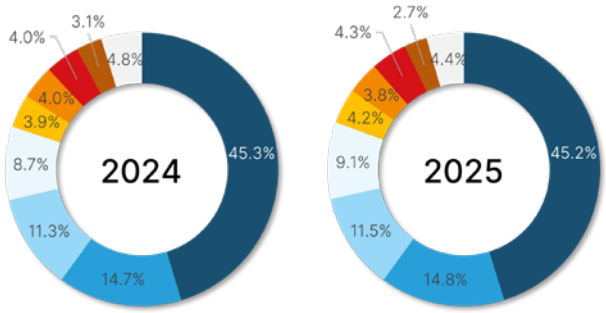
Wasser behauptet sich als absatzstärkste Kategorie und erreicht nach dem ersten Quartal mit +0.1 % nahezu Vorjahresniveau. Insbesondere stilles Wasser legt um +2.2 % zu, während karbo-

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 CO_2, 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 CO_2, jus, boissons fonctionnelles et bières | quantités en (millions de) litres

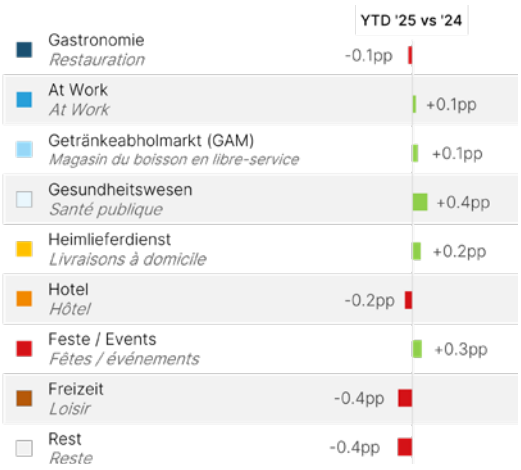


Abbildung 3: Gesundheitswesen, Feste und Events legen Anteile zu

Figure 3 : Le secteur de la santé et les fêtes et événements augmentent leurs parts de marché

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 CO_2 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

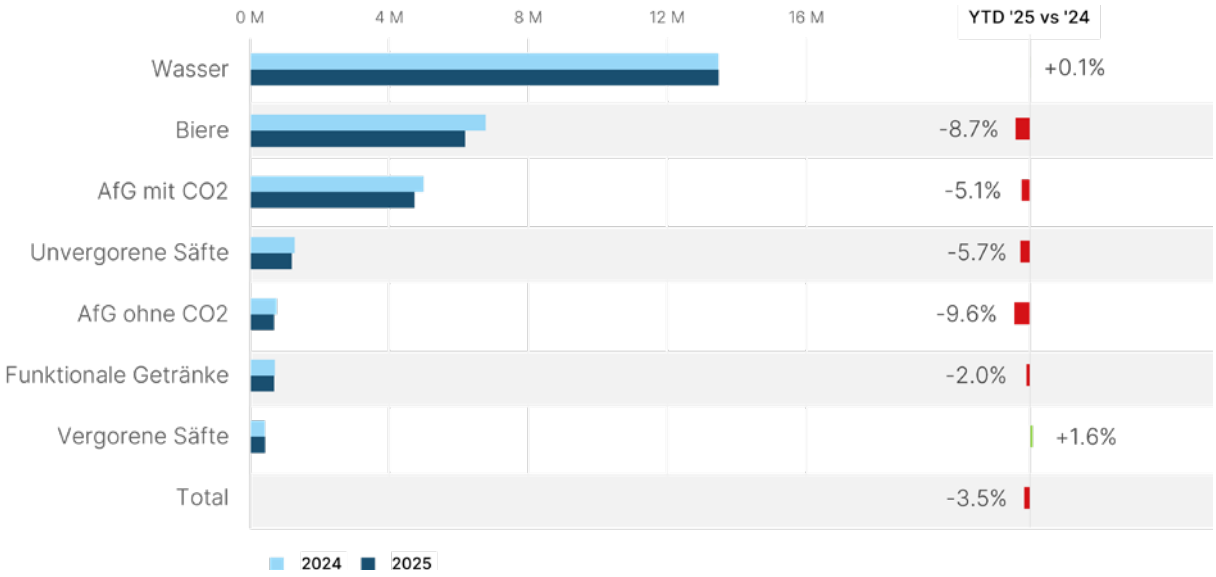
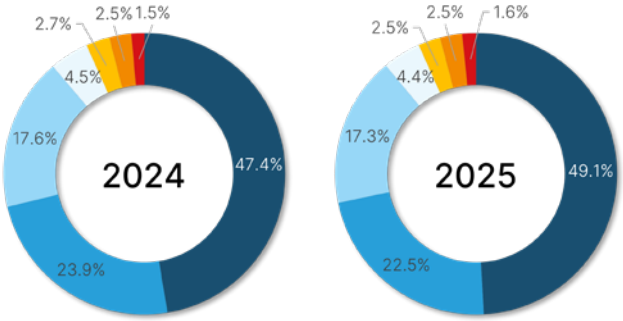


Abbildung 4: Mineralwasser weiterhin als stabile Grösse unterwegs

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

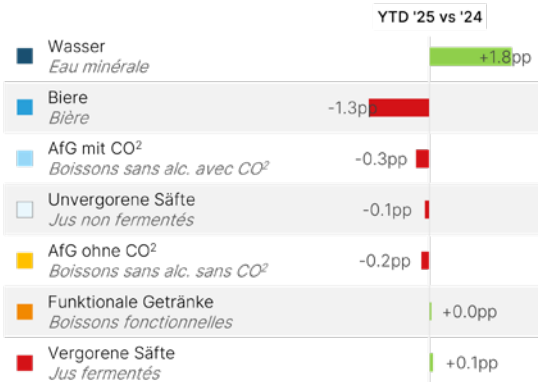


Abbildung 5:
Bier büsst im ersten Quartal deutlich Absatzanteile ein

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 lueur 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 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 %.

Wir sind eine Willensgemeinschaft

Nous sommes une communauté de volontés

Martin Candinas, Nationalrat und Präsident SwissDrink

Martin Candinas, Conseiller national et Président de SwissDrink

Er ist Sozialversicherungsfachmann, Nationalrat und seit einem Jahr Präsident von SwissDrink. Martin Candinas verbindet Bodenständigkeit und Bündner Charme mit politischem Gespür. Für die Getränkebranche setzt er sich in Bern auch politisch ein. Ein Gespräch über die Zukunft von SwissDrink, die Herausforderungen der Zukunft – und warum im Bundeshaus weiterhin Mineralwasser ausgeschenkt wird.

Spécialiste en assurances sociales, conseiller national et, depuis un an, président de SwissDrink, Martin Candinas réunit le réalisme avec le charme des Grisons et le sens politique. A Berne, il s'engage aussi politiquement pour le secteur des boissons. Nous vous proposons un entretien sur l'avenir de SwissDrink, les défis du futur et la raison pour laquelle l'eau minérale continue d'être servie au Palais fédéral.

Lieblingsort im Bundeshaus: Wenn Martin Candinas nicht an seinem Platz im Saal sitzt, trifft man ihn immer wieder mit einem Glas Mineralwasser in der Galerie des Alpes. «Hier pflegt man den Austausch.»

L'endroit préféré au Palais fédéral : Quand Martin Candinas ne siège pas à sa place au Conseil national, on le croise toujours dans la Galerie des Alpes avec un verre d'eau minérale. « Ici, on crée du lien. »

Martin Candinas, Sie sind nun seit einem Jahr Präsident von SwissDrink. Was hat Sie persönlich dazu bewogen, diese Aufgabe zu übernehmen?
Ich finde die Getränkebranche sehr interessant, sie betrifft uns alle. Als Präsident der Interessengemeinschaft Mineralwasser hatte ich schon Berührungspunkte mit der Branche. Ausschlaggebend war, dass mich die Thematik interessiert und ich mich zu hundert Prozent damit identifizieren kann. Ich engagiere mich grundsätzlich nur, wenn mein Herz Ja sagt.

«Wenn wir Kräfte bündeln, profitieren alle Genossenschafter.»

Martin Candinas, Präsident SwissDrink

Können Sie eine erste persönliche Bilanz ziehen?
Es ist eine hochspannende Tätigkeit. Man merkt, dass bei SwissDrink wie auch bei DIGITALDRINK sehr viel Initiative vorhanden ist. Es sind alle mit viel Schwung und Elan unterwegs, das fasziniert und beeindruckt mich gleichermassen. Projekte wie die digitale Fachmarktwerbung oder die zentrale Warenwirtschaft zeigen: Wenn wir Kräfte bündeln, profitieren alle Genossenschafter. Es ist eine grosse Ehre, diese Willensgemeinschaft von Getränkegrossisten zu präsidieren.

Wie schaffen Sie den Spagat zwischen Ihrer Tätigkeit in der Politik, bei SwissDrink und anderen Engagements?
Es ist fordernd, aber auch erfüllend. Die Themenvielfalt reizt mich, und viele Inhalte lassen sich verbinden. Gerade seitens der Getränkebranche gibt es politische Interessen, die uns direkt betreffen. Ich finde es wichtig, dass wir nicht nur Berufspolitiker sind, sondern auch in der Wirtschaft verankert bleiben. So können wir diese Erfahrungen in den politischen Prozess einbringen.

Welches waren die grössten Herausforderungen im ersten Jahr?
Der Einstieg mit der Strategietagung war intensiv – es ging um Grundsatzfragen: Bleiben wir, wie wir sind, oder gehen wir gemeinsam einen Schritt weiter und treten als Verbundgruppe noch einheitlicher und stärker im Markt auf? Der Vorstand hat sich klar für eine grössere Marktpräsenz und eine stärkere Bündelung der Kräfte ausgesprochen. Als Neuling im Amt war es für mich sehr spannend, das mitzugestalten. Ich spüre sehr viel Willen und Enthusiasmus.

Martin Candinas, cela fait maintenant un an que vous êtes président de SwissDrink. Qu'est-ce qui vous a personnellement incité à assumer cette tâche ?
Je trouve que la branche des boissons est très intéressante et qu'elle nous concerne tous. En tant que président de la communauté d'intérêts de l'eau minérale, j'avais déjà des contacts avec la branche. Ce qui a été déterminant, c'est le fait que la thématique m'intéresse et que je puisse m'identifier à 100 % à cette branche. En principe, je ne m'engage que si mon cœur est d'accord.

Pouvez-vous déjà tirer un premier bilan personnel ?
C'est une activité très intense. On remarque qu'il y a beaucoup d'initiatives chez SwissDrink tout comme chez DIGITALDRINK. Tout le monde ici est à la fois plein d'entrain et d'élan ; cela me fascine et m'impressionne tout autant. Des projets comme la publicité numérique sur le marché spécialisé ou la gestion centralisée des marchandises montrent que : lorsque nous unissons nos forces, tous les sociétaires en profitent. C'est un grand honneur que de pouvoir diriger cette communauté de volontés des grossistes en boissons.

Comment réussissez-vous à faire le grand-écart entre votre activité en politique, SwissDrink et vos autres engagements ?
C'est exigeant, mais aussi gratifiant. La diversité des thèmes m'attire et de nombreux contenus peuvent être combinés. Du côté de l'industrie des boissons, il y a justement des intérêts politiques qui nous concernent directement. Je pense qu'il est important que nous ne soyons pas seulement des politiciens professionnels, mais que nous restions aussi ancrés dans la réalité économique. Nous pouvons ainsi intégrer ces expériences dans le processus politique.

« Lorsque nous unissons nos forces, tous les sociétaires en profitent. »

Martin Candinas, président de SwissDrink

Quels ont été les plus grands défis de cette première année ?
Le démarrage avec la réunion stratégique a été intense, il s'agissait de décisions fondamentales : restons-nous comme nous sommes, ou faisons-nous ensemble un pas en avant, en décidant d'entrer sur le marché avec encore plus d'unité et de force, en tant que groupement ?

«Ich wünsche mir, dass jedes Mitglied sagt: Der Jahresbeitrag an SwissDrink ist die beste Investition.»

Martin Candinas, Präsident SwissDrink

Eine Herausforderung war, das Gesamtsystem von SwissDrink und DIGITALDRINK für die Weiterentwicklung besser zu verstehen und die Erwartungen der grossen und kleinen Mitglieder zu erkennen. Es ist mir wichtig, unterwegs niemanden zu verlieren. Letztlich geht es um gemeinsames Wachstum, Transparenz und Wettbewerbsfähigkeit.

Was hat Sie besonders überrascht?
Die grosse Wirkkraft einer kleinen Geschäftsstelle. Mit begrenzten Ressourcen so viel zu erreichen, das ist beachtlich. Gemeinsam beliefern wir nationale Kettenbetriebe und realisieren eine digitale Verankerung in der Branche. Hier wird nicht nur geredet, sondern gehandelt – agil, mit Herz und grosser Effizienz. Das ist schon faszinierend. Für mich ein springender Faktor, um Erfolg zu haben.

Welche Meilensteine sehen Sie für SwissDrink in den kommenden Jahren?
Die Vorbereitung der letzten Generalversammlung war für unseren Geschäftsleiter Stefan Gloor und das ganze Team eine echte Herkulesaufgabe – da wurden die Weichen für unsere Zukunft gestellt.

Mit der Einführung der zentralen Warenwirtschaft wollen wir uns als Zentrale gezielt stärken und unsere Position gegenüber Schlüssellieferanten verbessern. Das bedeutet: Wir entscheiden künftig mit, wenn es ums Sortiment geht, und definieren klare Spielregeln. So können wir für unsere Genossenschafter bessere Preise, höhere Qualität und eine stärkere Verhandlungsbasis herausholen.

Ein weiteres grosses Ziel ist der Ausbau der digitalen Werbung. In den nächsten zwei Jahren wollen wir alle 150 Getränkefachmärkte mit zentral gesteuerten Displays ausstatten. Damit können wir spannende Image- und Produktwerbung ausspielen: bewegte Bilder statt gedruckte Flyer. Stets aktuell, flexibel, ohne grossen Aufwand und personalisiert mit eigenem Logo. Fast schon wie ein perfekter Werbefilm. Wohl kein anderer Verband bietet das seinen Mitgliedern in dieser Form.

Sie setzen voll auf Digitalisierung?
Sie ist ein zentrales Thema. Heute müssen Fachmärkte ihren Kundinnen und Kunden ein Erlebnis bieten. Da braucht es neue Formen der Werbung: digital, vernetzt, flexibel. Zudem wollen wir unseren Mitgliedern laufend effiziente Prozesse und integrierte Verkaufsinstrumente bieten.

Mit DIGITALDRINK haben wir eine hervorragende Plattform mit unzähligen Möglichkeiten – vom Online-Bestellshop über den elektronischen Da-

Le comité s'est clairement prononcé en faveur d'une plus grande présence sur le marché et d'une plus grande concentration des forces. En tant que novice dans la fonction, c'était très excitant pour moi de participer à l'élaboration de ce projet. Je sens beaucoup de volonté et d'enthousiasme. Un défi constituait à mieux comprendre le système global de SwissDrink et DIGITALDRINK, afin de continuer leur développement, et d'identifier les attentes des membres, grands et petits. Il est important pour moi de ne perdre personne en route. Au final, il s'agit de croissance commune, de transparence et de compétitivité.

Qu'est-ce qui vous a surpris en particulier ?
La grande efficacité d'un petit bureau. Réaliser autant de choses avec des ressources limitées, c'est remarquable. Ensemble, nous livrons des chaînes nationales et réalisons un ancrage numérique dans la branche. Ici, on ne fait pas que parler, on agit avec dextérité, avec cœur et une grande efficacité. C'est tout à fait fascinant. Pour moi, c'est un facteur décisif pour réussir.

« Je souhaite que chaque membre se dise : ma contribution à SwissDrink est le meilleur investissement. »
Martin Candinas, président de SwissDrink

Quelles sont les prochaines étapes que vous voyez pour SwissDrink, au cours des années à venir ?
La préparation de la dernière assemblée générale a été une véritable tâche herculéenne pour notre directeur, Stefan Gloor, ainsi que toute l'équipe – c'est là que nous avons posé les jalons pour notre avenir.

En introduisant la gestion centralisée des marchandises, nous voulons nous renforcer de manière ciblée, en tant que centrale, et améliorer notre position vis-à-vis des fournisseurs clés. Cela signifie que : nous participerons à l'avenir aux décisions concernant l'assortiment et que nous définirons clairement les règles du jeu. Nous pourrons ainsi obtenir de meilleurs prix, une meilleure qualité et une base de négociation plus solide pour nos sociétaires.

Un autre objectif important est l'extension de la publicité numérique. Au cours des deux prochaines années, nous voulons équiper l'ensemble des

tenaustausch bis hin zur branchenweiten Vernetzung. 24/7-Zugriff, maximale Flexibilität, wann wer was bestellt – da müssen wir unsere Vorreiterrolle behalten. DIGITALDRINK macht möglich, wovon andere Branchen nur träumen.

«Ich finde es wichtig, dass wir nicht nur Berufspolitiker sind, sondern auch in der Wirtschaft verankert bleiben.»

Martin Candinas, Präsident SwissDrink

Haben sich die Rahmenbedingungen für die Getränkebranche verändert?
Der aktuelle Gesundheitstrend ist deutlich spürbar: weniger Zucker, mehr alkoholfreie Optionen und rückläufiger Weinkonsum bei den Jungen. Eine Herausforderung ist sicher, dass Leitungswasser immer öfter gleichgesetzt wird mit natürlichem Mineralwasser. Dabei sind das zwei völlig unterschiedliche Produkte. Mineralwasser fliesst über Jahrzehn-

150 magasins spécialisés en boissons avec des écrans à commande centralisée. Cela nous permettra de proposer une publicité passionnante pour l'image et les produits : des images animées au lieu de flyers imprimés ; une publicité toujours actuelle, flexible, sans grand investissement et personnalisée avec votre propre logo. Presque comme un film publicitaire parfait. Aucune autre association ne propose cela à ses membres sous cette forme.

Vous misez totalement sur la numérisation ?
C'est un thème central. Aujourd'hui, les magasins spécialisés doivent proposer une expérience d'achat particulière à leurs clients. Il faut donc de nouvelles formes de publicité intégrant le numérique, la mise en réseau et la flexibilité. Qui plus est, nous souhaitons proposer en permanence à nos membres des processus efficaces et des outils de vente intégrés.

Avec DIGITALDRINK, nous disposons d'une excellente plate-forme, offrant d'innombrables possibi-

Dynamisches Team:
Präsident Martin Candinas und Geschäftsleiter Stefan Gloor

Une équipe dynamique :
Le président Martin Candinas et le directeur Stefan Gloor.

**Martin Candinas –
Nationalrat mit Bodenhaftung**

Martin Candinas (*1980) ist Nationalrat für den Kanton Graubünden und Mitglied der Mitte-Fraktion. Seit 2011 vertritt er im Bundeshaus die Anliegen der Regionen – mit besonderem Fokus auf Verkehr, Raumplanung und die Berggebiete.

Als Präsident von SwissDrink und der IG Mineralwasser setzt er sich auch für die Interessen der Schweizer Getränkebranche ein. Der Sozialversicherungsfachmann leitete früher den Verkauf der Helsana in Graubünden, Glarus und im Sarganserland und war 2022/2023 Nationalratspräsident, wo er sich auch als Vermittler zwischen den Sprachregionen einsetzte.

Martin Candinas – Un conseiller national qui a les pieds sur terre

Martin Candinas (*1980) est Conseiller national du canton des Grisons et membre du groupe du centre. Au Palais fédéral, il défend les intérêts des régions, en mettant un accent particulier sur les transports, l'aménagement du territoire et les régions de montagne.

En tant que président de SwissDrink et de CI Eaux minérales, il s'engage aussi pour les intérêts de la branche suisse des boissons. Ce spécialiste des assurances sociales a dirigé auparavant le département des ventes d'Helsana dans les Grisons, à Glaris et dans le Sarganserland. Il a été président du Conseil national en 2022/2023, où il s'est également engagé comme médiateur entre les régions linguistiques.

Wer den Nationalrat präsidiert, kann mitbestimmen, woher das Mineralwasser kommt. «Bei mir wars Mineralwasser aus den Bündner Bergen.»

Celui qui préside le Conseil national peut codécider la provenance de l'eau minérale. «Avec moi, c'était de l'eau minérale provenant des montagnes des Grisons.»

te durch Gesteinsschichten, ist naturbelassen und wird nicht aufbereitet – ein echtes Qualitätsprodukt.

SwissDrink ist zudem stark bezüglich Kreislaufwirtschaft: Unsere Glasflaschen können bis zu 42-mal im Umlauf bleiben. Das ist gelebte Nachhaltigkeit, auf die wir stolz sind. Doch es braucht Aufklärung, damit diese Unterschiede auch bei den Konsumentinnen und Konsumenten ankommen.

«Wer nur noch Hahnenwasser will, soll sich sein Becherli füllen – aber es soll niemand bevormundet werden.»

Martin Candinas, Präsident SwissDrink

Welches Wasser trinkt man im Bundeshaus?
Es gibt immer wieder politische Vorstösse, die fordern, im Bundeshaus nur noch Leitungswasser anzubieten. Ich finde: Wer das will, kann sich sein Becherli damit füllen – aber es soll niemand bevormundet werden. Das eine hat mit dem anderen nichts zu tun. Mineralwasser ist das natürlichste Qualitätsprodukt, das man trinken kann.

Unser Ziel ist nicht, Leitungswasser schlechtzureden, sondern klarzumachen: Es sind zwei verschiedene Getränke – mit unterschiedlichen Eigenschaften sowie unterschiedlicher Herkunft und Bedeutung. Gerade in Zusammenarbeit mit GastroSuisse und dem Verband Schweizerischer

lités qui vont de la boutique de commande en ligne à la mise en réseau à l'échelle de la branche, en passant par l'échange électronique de données. Un accès 24h/24 et 7j/7, une flexibilité maximale, savoir qui commande quoi et quand – c'est là que nous devons conserver notre rôle de pionnier. DIGITALDRINK rend possible, ce dont d'autres branches ne peuvent que rêver.

« Ceux qui ne veulent plus que de l'eau du robinet sont invités à remplir leur gobelet, mais personne ne doit être mis sous tutelle. »

Martin Candinas, président de SwissDrink

Les comportements ont-ils changé pour le secteur des boissons ?
La tendance actuelle en matière de santé est clairement perceptible : moins de sucre, plus d'options sans alcool et une consommation de vin en baisse chez les jeunes. L'un défi à relever est assurément le fait que l'eau du robinet soit de plus en plus souvent assimilée à de l'eau minérale naturelle.

Pourtant, il s'agit-là de deux produits totalement différents. L'eau minérale ruisselle pendant des décennies à travers des couches rocheuses, elle est naturelle et ne subit aucun traitement ; c'est un véritable produit de qualité. SwissDrink est également très impliquée dans l'économie circulaire : nos bouteilles en verre peuvent rester en circulation jusqu'à 42 passages. C'est une durabilité réellement mise en pratique et dont nous sommes fiers. Mais c'est une démarche qui implique une certaine pédagogie afin que les consommateurs perçoivent eux-aussi ces différences.

Quelle eau boit-on au Palais fédéral ?
Il y a toujours des interventions politiques réclamant une consommation exclusive de l'eau du robinet au Palais fédéral. Personnellement, je trouve que : Ceux qui ne veulent plus que de l'eau du robinet sont invités à remplir leur gobelet, mais personne ne doit être mis sous tutelle. Ces deux eaux ne sont pas comparables. L'eau minérale est le produit qualitatif le plus naturel dans la consommation de boisson.

Notre objectif n'est pas de dénigrer l'eau du robinet, mais d'en clarifier sa consommation. Ce sont deux boissons différentes ayant des caractéristiques, une origine et une signification différentes.

Mineralquellen und Softdrink-Produzenten (SMS) setzen wir uns dafür ein, dass dieser Wert gesehen wird und die Konsumentinnen und Konsumenten selbst entscheiden können.

Welche politischen Rahmenbedingungen sind heute und künftig relevant für die Branche?
Ein zentrales Thema ist die Logistik: neue Umweltauflagen, alternative Antriebe wie Elektro- oder Wasserstofffahrzeuge, die LSVA betreffen uns direkt. Wir sind viel auf der Strasse unterwegs – mindestens auf der letzten Meile – und müssen solche Entwicklungen eng begleiten. Auch die wirtschaftliche Lage spielt eine zentrale Rolle. Wenn es der Wirtschaft gut geht, spüren wir das unmittelbar beim Getränkekonsum.

Dazu kommen Themen wie Technologisierung, Mehrwegsysteme und Nachhaltigkeit. Gerade bei unseren Grosskunden werden Zertifizierungen immer wichtiger, viele wollen, andere müssen klimaneutral werden. Dafür braucht es eine gemeinsame Strategie und verlässliche Rahmenbedingungen. Denn gute Wirtschaft und guter Umweltschutz gehören unmittelbar zusammen.

En collaboration avec GastroSuisse et l'Association suisse des sources d'eaux minérales et des producteurs de soft drinks (SMS), nous nous engageons précisément pour que cette valeur soit identifiable et que les consommateurs puissent décider eux-mêmes.

Sur un plan politique, quelles sont les conditions cadre importante actuellement et à l'avenir pour la branche ?
Un thème central est la logistique : Les nouvelles exigences environnementales, les motorisations alternatives comme les véhicules électriques ou à hydrogène et la RPLP nous concernent directement. Nous effectuons beaucoup de trajets sur la route, à tout le moins s'agissant des derniers kilomètres, et nous devons suivre de près de tels développements.

La situation économique joue également un rôle central. Lorsque l'économie va bien, nous le ressentons directement dans la consommation de boissons. A cela viennent s'ajouter des thèmes comme la technologisation, les systèmes réutilisables et la durabilité. Les certifications sont de

Was wünschen Sie sich für die Zukunft der SwissDrink-Getränkegrossisten?
Dass wir gemeinsam erfolgreich am Markt agieren und unsere Interessen als Gemeinschaft noch besser durchsetzen können. Ich wünsche mir, dass jedes Mitglied sagt: Der Beitrag an SwissDrink ist die beste Investition. Dabei ist Geschwindigkeit ein wichtiger Faktor: Wir müssen schlank, schnell und mutig unterwegs sein. Das gelingt uns, wenn alle bereit sind, neue Wege zu gehen und sich aktiv einzubringen.

Text und Fotos: Micha Eicher, scharfsinn

plus en plus importantes, surtout chez nos gros clients. Beaucoup veulent être climatiquement neutres, d'autres sont obligés de le devenir. Pour ce faire, il faut disposer d'une stratégie commune et de conditions cadre fiables. En effet, une bonne économie ne peut perdurer sans une bonne protection de l'environnement.

« Je trouve important que nous ne soyons pas que des politiciens professionnels, mais que nous restions aussi ancrés dans la réalité économique. »
Martin Candinas, président de SwissDrink

Que souhaitez-vous pour l'avenir des grossistes en boissons de SwissDrink ?
Que nous puissions agir ensemble avec succès sur le marché et parvenir à défendre encore mieux nos intérêts, en tant que groupement. Je souhaite que chaque membre se dise : ma contribution à SwissDrink est le meilleur investissement. A cet effet, la rapidité est un facteur important. Nous devons évoluer en gardant une petite structure et en étant rapides et audacieux. Nous y parviendrons si tous sont prêts à s'engager activement dans de nouvelles voies.

Texte et photos : Micha Eicher, scharfsinn

Espresso-Shot-Fragen

Kaffee oder Energydrink?
Kaffee, das ist mein Zmorge.

Mit oder ohne Zucker?
Ohne. Lungo, schwarz oder mit einem Schuss Rahm.

Calanda oder Bündner Herrschaft?
Calanda, ich gehe gern in die Berge, ob zu Fuss oder mit dem Bike.

Fitness, Joggen oder Couch?
Eigentlich nichts von allem: arbeiten, Ski fahren und biken.

Mit oder ohne Motor?
Mit Motor, das geht viel besser und ich komme viel weiter.

Murmeltier oder Bartgeier?
(Überlegt) Beide finde ich toll. Den Bartgeier wegen der Freiheit, das Murmeltier wegen seines Pfeifens.

Städtetrip oder Strandferien?
Städtetrip. Doch wegen der Kinder gehts nun in die Strandferien nach Zypern.

Vos préférences

Café ou boissons énergétiques ?
Café, c'est mon petit déjeuner.

Avec ou sans sucre ?
Sans. Allongé, noir ou avec un peu de crème.

La Calanda ou la Seigneurie des Grisons ?
La Calanda, j'aime parcourir la montagne, à pied ou à vélo.

Musculation, jogging ou canapé ?
Aucun des trois : travail, ski et vélo.

Avec ou sans moteur ?
Avec moteur, c'est bien mieux et je vais beaucoup plus loin.

Marmotte ou rapace ?
(Temps de réflexion), je trouve les deux formidables. Le rapace pour sa liberté, et la marmotte pour sa manière de siffler.

Séjours en ville ou à la plage ?
Séjours en ville. Mais à cause des enfants, on va maintenant en vacances à la mer, à Chypre.

Das neue Swiss Performance Water

Bergquellwasser mit natürlichen Mineralien und Vitaminen
Null Zucker, null Süssstoffe, null Kalorien, null Farbstoffe
100% recyclebare Aluminiumflasche

peaqhydration.com

PEAQ

Jetzt bestellen

Rückblick SwissDrink Generalversammlung

Die Weichen für die Zukunft sind gestellt

Am 30. April 2025 fand die ordentliche Generalversammlung der SwissDrink statt. Die Veranstaltung war nicht nur eine Gelegenheit, auf das vergangene Jahr zurückzublicken, sondern auch eine Plattform für zukunftsweisende Entscheidungen, die den unabhängigen Getränkehandel in der Schweiz nachhaltig stärken werden.

Mit der Weiterentwicklung hin zu einer «strategischen Einkaufsorganisation» hat SwissDrink einen entscheidenden Schritt getan, um die Wettbewerbsfähigkeit und finanzielle Stabilität ihrer Mitglieder langfristig zu sichern. Diese Neuausrichtung ermöglicht es, Synergien effizienter zu nutzen, die Investitionsfähigkeit zu steigern und Innovationen schneller in die Praxis umzusetzen. Besonders wegweisend waren die Beschlüsse zu drei zentralen Themen:

Einheitliche Warenwirtschaft als Erfolgskonzept

Mit der Einführung der **Zentralen Warenwirtschaft (ZWW)** per 1. Januar 2026 setzt SwissDrink auf eine engere Zusammenarbeit zwischen Grossisten und Lieferanten, welche für alle Seiten Vorteile bringt. Ziel ist es, durch die Bündelung von Einkaufsvolumen, effizientere Prozesse und eine stärkere Verhandlungsposition nachhaltige Vorteile zu schaffen.

Der Grundsatz gilt: Die ZWW muss einen Mehrwert für alle Partner bringen, damit es ein Erfolg wird.

- **Getränkehändler:** bessere Preise und Konditionen
- **Produzenten:** Verbindlichkeiten, einfache Sortimentierung, nationale Werbung, mehr Effizienz
- **Zentrale:** stärkere Positionierung gegenüber der Konkurrenz

Die Mitglieder haben mit breiter Zustimmung für die Umsetzung der ZWW gestimmt – ein Meilenstein für den unabhängigen Getränkehandel!

Neue Mitgliederkategorien und Anpassung der Statuten

Ein weiteres Traktandum betraf die **Neueinteilung der Mitgliederkategorien** und eine moderate Anpassung der Mitgliederbeiträge.

Um der zunehmenden Bedeutung nationaler Konzepte gerecht zu werden, wurden drei neue Kategorien für Genossenschafter eingeführt:

- **Kategorie A & B:** verpflichtende Teilnahme an der ZWW mit umfangreichen Vorteilen
- **Kategorie C:** erlaubt eine passive Genossenschaftsmitgliedschaft ohne ZWW-Teilnahme, allerdings mit eingeschränkten Leistungen
- **Kategorie D:** für Mitglieder ohne Genossenschaftsstatus mit Basisleistungen

Die Erhöhung der Jahresgebühren bleibt moderat. Sie sind weiterhin günstiger als vor der Fusion mit VSG/ASDB. Damit bleibt SwissDrink eine der wirtschaftlich attraktivsten Verbundgruppen im Getränkehandel.

Mit der neuen **Statutenanpassung** wurden die Grundlagen für die strategische Neuausrichtung gefestigt. Die wesentlichen Änderungen sind die verbindliche Teilnahme an der ZWW für A- und B-Mitglieder, ein neues Einstufungssystem für Lieferanten und Sortimente und eine stärkere Integration der Mitglieder in nationale Konzepte. Diese Anpassungen schaffen die notwendige rechtliche Basis, um die Vorteile der strategischen Einkaufsorganisation nachhaltig zu nutzen.

Generationenwechsel im Vorstand
Ein besonderer Moment war die Verabschiedung von Markus Rietschi von der Theo Rietschi AG, der über viele Jahre mit grossem Engagement im Vorstand tätig war. SwissDrink dankt ihm herzlich für seine wertvolle Arbeit und seinen unermüdlichen Einsatz für die Branche.

Als sein Nachfolger wurde Alain Jenny von der Theo Rietschi AG in den Vorstand gewählt. Wir begrüssen ihn herzlich und freuen uns auf seine Impulse in dieser spannenden Entwicklungsphase der SwissDrink.

Digitale Zukunft: SwissDrink setzt neue Massstäbe im Getränkehandel
Nach der GV und dem gemeinsamen Mittagessen stand das Rahmenprogramm ganz im Zeichen der

digitalen Zukunft des Getränkehandels. Die Grossisten erlebten hautnah, wie digitale Technologien das Einkaufserlebnis revolutionieren. Die begleitende Ausstellung bot einen faszinierenden Einblick in modernste Verkaufsförderungs-Tools, die den Fachhandel auf das nächste Level heben.

Digitale Werbedisplays – verkaufsstarke Werbung:

Digitale Werbedisplays steigern die Verkäufe am Verkaufspunkt, indem sie mit animierten Inhalten Aufmerksamkeit erzeugen, Impulskäufe fördern und das Kundenerlebnis verbessern. Dank zentraler Content-Steuerung werden Werbeinhalte automatisch eingespielt. So wird sichergestellt, dass die Werbedisplays stets relevante und aktuelle Inhalte abspielen. Natürlich kann der Getränkehändler auch jederzeit seine eigene lokale und regionale Werbung einspeisen.

Bereits am 1. Januar 2026 startet die SwissDrink schweizweit mit der zentral gesteuerten Displaywerbung. Die Genossenschafter profitieren von einem Full-Service-Paket. Sie erhalten Bildschirm, Display und die Installation komplett kostenlos sowie eine voll automatisierte Inhaltspflege mit attraktiver und hochwertiger Werbung. Auch Mitglieder profitieren, dank dem Verbundeffekt, von attraktiven Konditionen.

Weinsommelier Avatar – digitale Beratung am POS

Der Weinsommelier Avatar bietet Kundinnen und Kunden im Getränkefachmarkt eine interaktive, digitale Beratung direkt am POS. Er empfiehlt Weine basierend auf Geschmacksvorlieben, Speisen, aktuellen Trends oder Aktionen und sorgt so für ein personalisiertes Einkaufserlebnis. Durch gezielte Produktempfehlungen steigert er den Abverkauf, reduziert den Beratungsaufwand für das Personal und macht die Weinauswahl für Kundinnen und Kunden einfacher und unterhaltsamer.

Die gezeigte Avatar-Technologie kann nebst Einsatz am POS auch in einem Webshop des Getränkehändlers integriert werden. Denkbar ist bei genügender Nachfrage künftig auch ein Ausbau für Biersommeliers, Wassersommeliers oder Spirituosenberater, die mit ihrem Expertenwissen Kundinnen und Kunden virtuell beraten und die Kaufentscheidung erleichtern.

Dieses digitale Innovationsprogramm zeigt, dass SwissDrink ihre Mitglieder nicht nur bei Einkaufsstrategien unterstützt, sondern auch aktiv in die Zukunftsfähigkeit der Branche investiert.

Fazit: eine starke Zukunft für SwissDrink

Die Generalversammlung 2025 war eine richtungsweisende Veranstaltung, die die Basis für eine erfolgreiche Zukunft der SwissDrink gelegt hat. Die verabschiedeten Massnahmen stärken nicht nur die Wettbewerbsfähigkeit der Verbundgruppe, sondern bringen auch den einzelnen Mitgliedern langfristige Vorteile. Die Weichen sind gestellt – gemeinsam in eine starke Zukunft!

NEU
Öpfel & Bire & Malz Bschorle
alkoholfrei

AKTION

SWISSDRINK

Glückliche Wettbewerbsgewinner

BROSLI Single Malt Whisky
(150 cl) der Brauerei Locher

Samsung Galaxy Tablet S9 FE

DARF ES EIN ALPROCCINO SEIN?

Bei weiteren Fragen wie Bezugsquellen, Preisen etc. können Sie sich gerne an Lukas Burri wenden: lukas.burri@danone.com

Digitale Verkaufsförderung, die begeistert – SwissDrink gestaltet die Zukunft des Getränkefachhandels

Als führende Verbundgruppe bringt SwissDrink mit zeitgemässen Marketing-Instrumenten frische Impulse in die Getränkefachmärkte. Ziel ist es, den Handel fit für die Zukunft zu machen, indem Kundenerlebnisse gestärkt und neue Umsatzpotenziale erschlossen werden. Gerade angesichts der steigenden Anforderungen im stationären Handel gewinnen innovative Ansätze an Bedeutung. Zwei besonders wirkungsvolle Werkzeuge stehen dabei im Fokus: die digitalen Werbedisplays und der KI-Avatar Matteo – ein virtueller Genussberater am Point of Sale (POS).

Beide Instrumente eröffnen ab 1. Januar 2026 neue Wege, Kundinnen und Kunden direkt am POS zu erreichen, sie emotional anzusprechen – und sie zu begeistern. Denn eines ist klar: Die Zukunft des Getränkefachhandels ist digital, interaktiv und intelligent.

Digitale Werbedisplays

Der klassische Getränkefachmarkt ist im Wandel. Die Konsumentinnen und Konsumenten erwarten heute ein Einkaufserlebnis, das sich nahtlos in ihren digitalen Alltag einfügt. Mit digitalen Werbedisplays schafft SwissDrink ein attraktives, modernes Werbemedium, das dort wirkt, wo die Kaufentscheidungen getroffen werden: direkt am Verkaufspunkt.

Die Displays sind mehr als nur ein Bildschirm – sie sind ein neues Kommunikationsmedium zwischen Fachhändler und Kundschaft. Mit bewegten Bildern, animierten Inhalten und zielgerichteter Botschaften erzeugen sie Aufmerksamkeit, steigern die Interaktionszeit und tragen nachweislich zur Umsatzsteigerung bei.

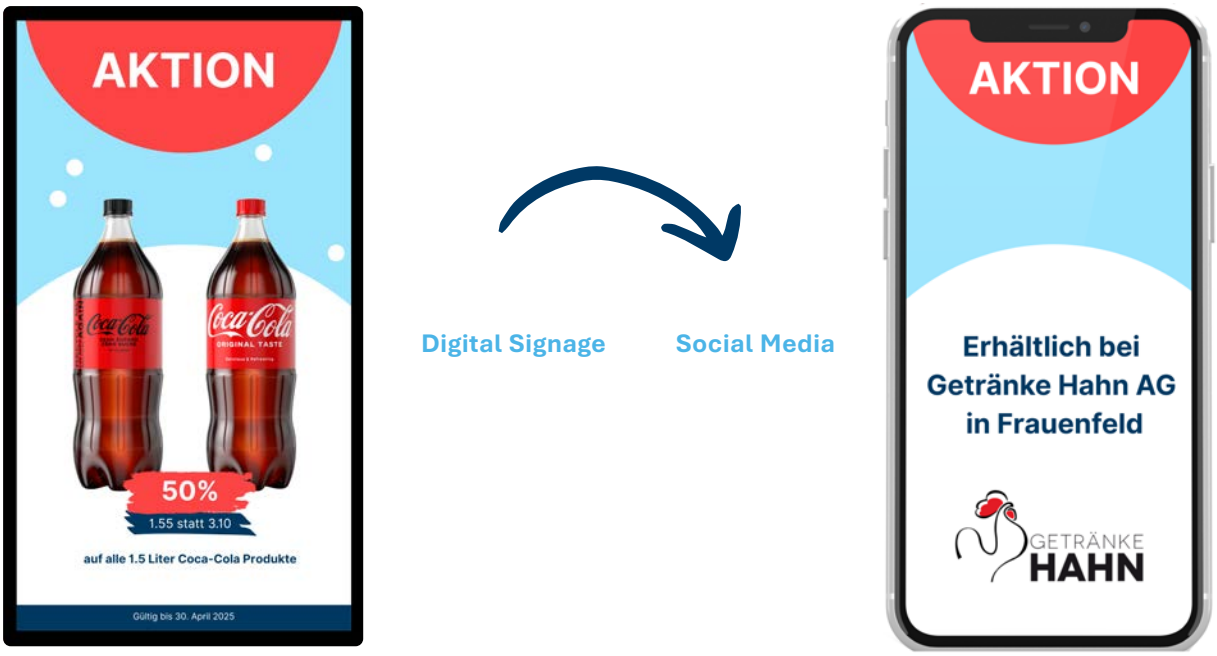
Ein Full-Service-Angebot mit maximaler Flexibilität

SwissDrink bietet seinen A/B-Genossenschaftern ein echtes Rundum-sorglos-Paket: Die Displays samt Montage werden kostenlos zur Verfügung gestellt. Ein zentrales Content-Management-System sorgt dafür, dass nationale Kampagnen, Imagewerbung oder Aktionen professionell und einheitlich ausgestrahlt werden. Gleichzeitig haben die Grossisten die Möglichkeit, eigene Inhalte regional oder lokal individualisieren zu lassen – für maximale Relevanz und Nähe zum Kunden.

Auf Wunsch lassen sich Vorlagen einfach personalisieren, etwa mit eigenem Logo oder im Corporate Design. Und das Beste: Die Inhalte sind crossmedial nutzbar – auch auf Social-Media-Kanälen wie Instagram, Facebook, LinkedIn oder TikTok. Damit entsteht ein integriertes Werbekonzept über alle relevanten Touchpoints hinweg.

Auch für C-Mitglieder eine smarte Lösung
Nicht nur A/B-Genossenschafter profitieren. Auch C-Mitglieder können das attraktive Angebot der digitalen Werbedisplays nutzen: Sie erhalten Zugang zu dieser Technologie zu attraktiven Konditionen und können sich so ebenfalls auf dem Markt erfolgreich differenzieren.

Attraktive und interaktive Werbebotschaften

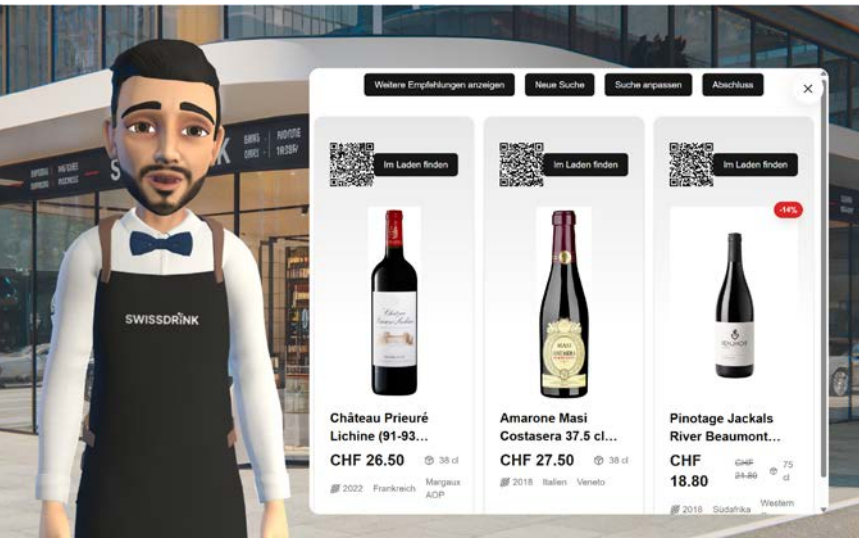


Crossmediale Werbung – auch für Social Media

KI-Avatar Matteo – der digitale Genussberater

Eine weitere Innovation im Portfolio von SwissDrink ist Matteo – ein KI-gestützter Avatar, der als digitaler Genussberater fungiert. Was auf den ersten Blick wie Science-Fiction anmutet, ist in der Realität eine technologisch ausgereifte, hochintelligente Kundenlösung.

Viele Kundinnen und Kunden wünschen sich eine fachkundige Weinberatung, doch das Verkaufspersonal ist nicht immer verfügbar – oder manche bevorzugen bewusst eine anonyme Beratung. Matteo füllt diese Lücke mit Bravour. Als virtueller Sommelier erfasst er in Sekundenschnelle die Bedürfnisse seiner Gesprächspartner und empfiehlt Weine, die zu Geschmack, Anlass und Budget passen.



Der KI-Avatar passt das Verkaufsgespräch dynamisch an die Bedürfnisse der Kundinnen und Kunden an – dadurch wird die Kundenbindung gestärkt.

Und oft bleibt es nicht bei der Empfehlung. Matteo bietet eine intuitive Shop-Navigation, führt Kundinnen und Kunden gezielt zum richtigen Regalplatz und begleitet sie durch den gesamten Entscheidungsprozess. So entsteht ein neuartiges Einkaufserlebnis, das Information, Interaktion und Inspiration vereint.

Matteo kann flexibel in verschiedene Kanäle eingebunden werden – ob stationär im Markt, integriert in eine Website, im Online-Shop oder als mobile App. Sein Aussehen und sein Name lassen sich auf das jeweilige Markenbild abstimmen. So fügt er sich nahtlos ins Corporate Design ein.

Für Getränkegrossisten bedeutet das eine völlig neue Dimension der Kundeninteraktion: Kundinnen und Kunden können sich schon vor dem Ladenbesuch informieren oder sich während des Online-Shoppings beraten lassen.

Exklusive Vorteile für SwissDrink-Mitglieder

SwissDrink-Mitglieder profitieren von einer zentral entwickelten, fortschrittlichen KI-Lösung zu besonders attraktiven Konditionen. Matteo wird mit jeder Interaktion schlauer und passt seine Empfehlungen immer präziser an. Ein digitales Beratungserlebnis, das stetig wächst und sich weiterentwickelt.

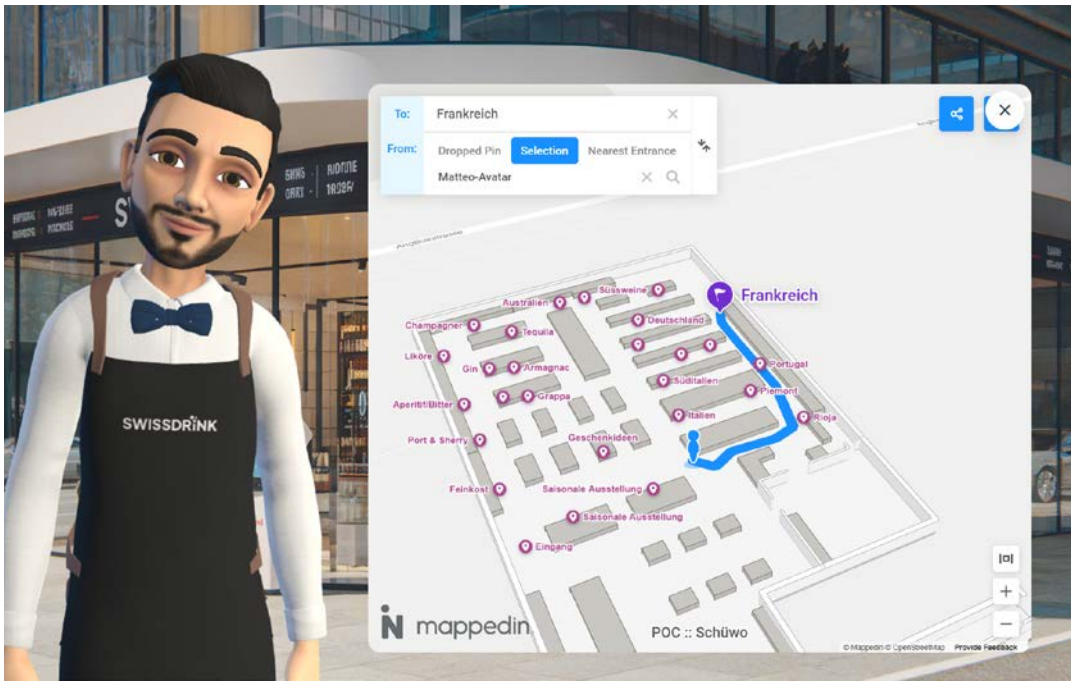
Zudem ist Matteo nicht auf Wein beschränkt: Er kann ebenso als Biersommelier, Wasserspezialist oder Spirituosenberater auftreten. Seine Lernfähigkeit sorgt dafür, dass er mit jeder Kundeninteraktion besser wird. Mit Matteo beginnt eine neue Ära der Weinberatung. Getränkegrossisten, die auf diese Technologie setzen, profitieren nicht nur von effizienteren Abläufen, sondern auch von einer innovativen Möglichkeit, ihre Kundschaft zu begeistern.

Ein starker Partner für die Umsetzung

Damit Innovationen wie die digitalen Werbedisplays oder der KI-Avatar Matteo reibungslos in der Praxis funktionieren, braucht es mehr als nur Technik. Es braucht Erfahrung, Branchenwissen und operative Exzellenz. Die SwissDrink setzt deshalb auf die Zusammenarbeit mit einem bewährten Experten: **Trade Marketing Intelligence AG (TMI) – www.tm-i.ch**

TMI ist eine erfahrene Agentur mit tiefem Verständnis für den Detail- und Grosshandel, insbesondere im Bereich POS-Kommunikation. Das Unternehmen begleitet alle SwissDrink-Partner ab dem Zeitpunkt der Projektzusage – von der konkreten Planung über die Montage und technische Umsetzung bis hin zum laufenden Betrieb und Unterhalt.

Mit ihrer ganzheitlichen Herangehensweise sorgt TMI dafür, dass innovative Technologien nicht nur eingeführt, sondern auch langfristig gewinnbringend betrieben werden. Bei Fragen zur Umsetzung, Integration oder bei individuellen Anforderungen steht TMI jederzeit zur Verfügung – kompetent, lösungsorientiert und partnerschaftlich.



Dank integriertem Lageplan weiss die Kundschaft genau, wo sie den empfohlenen Wein im Fachmarkt findet.

Die Zukunft des digitalen Fachmarktes ist da!
Mit der Kombination aus digitalen Werbedisplays und dem KI-Avatar Matteo bietet SwissDrink ein einzigartiges Angebot, das den Getränkefachhandel ins digitale Zeitalter führt – praxisnah, benutzerfreundlich und hochwirksam.

Wer jetzt auf diese Instrumente setzt, positioniert sich nicht nur als moderner Anbieter, sondern stärkt nachhaltig Kundenbindung und Wettbewerbsfähigkeit.

«Die Zukunft des POS beginnt heute – mit SwissDrink.»

Noch mehr erfahren?
Alle Details zu den Vorteilen, Funktionen und Einsatzmöglichkeiten der digitalen Werbedisplays und des KI-Avatars Matteo finden Sie im beigelegten Flyer. Entdecken Sie auf einen Blick, wie Sie mit diesen Tools die Kundenbindung stärken und Ihren POS zukunftsfähig machen.

RETHINK RETAIL

Trade Marketing Intelligence AG (TMI)
Althardstrasse 146
8105 Regensdorf
www.tm-i.ch

Bei Fragen zur Umsetzung, Integration oder bei individuellen Anforderungen steht TMI jederzeit zur Verfügung – kompetent, lösungsorientiert und partnerschaftlich.

Ihr Kontakt:

Markus Wanner

+41 79 823 11 62
swissdrink@tm-i.ch

Kylie
MINOGUE
WINES

EXKLUSIV ERHÄLTLICH BEI BATAILLARD

COMING SOON

Die Linie wird schon bald durch die praktischen 20cl Mini-Formate ergänzt.

JUNGHEINRICH
65 JAHRE
Jubiläumsaktion
SCHWEIZ
Für die Jubiläumsangebote
QR Code scannen
Seit 65 Jahren steht Jungheinrich Schweiz für Qualität und Innovation – feiern Sie mit uns und sichern Sie sich den Elektro-Deichselstapler EJC 110i schon ab 6.965,00 CHF *
* Jungheinrich Jubiläumsaktion - solange der Vorrat reicht
Der Zwischenverkauf bleibt vorbehalten. Die Preise sind nicht kombinierbar mit anderen Rabatten, inklusive vorgezogener Recyclinggebühr, inklusive Einweisung der Nutzer vor Ort, 30 Tage netto, Preise ab Hirschthal (EXW) exkl. MwSt. Das Angebot ist freibleibend und solange der Vorrat reicht. Die Lieferungen und Leistungen erfolgen gemäss unseren allgemeinen AGB. Diese finden sie auf unserer Webseite unter www.jungheinrich.ch im Bereich AGB.
JUNGHEINRICH

Erfolgreicher Start: SwissDrink Logistics beliefert die Senevita Gruppe

Dani Lieb, SwissDrink Genossenschaft

Ein effizienter Logistikpartner ist für Kettenbetriebe entscheidend – insbesondere, wenn es um die Belieferung mehrerer Standorte geht. Genau diese Herausforderung hat die Senevita Gruppe im Bereich Getränkeversorgung gelöst: Seit März 2025 werden 38 Standorte schweizweit von SwissDrink Logistics beliefert.

Die in Muri bei Bern ansässige und schweizweit tätige Senevita Gruppe ist führend in der integrierten stationären und ambulanten Pflege in der Schweiz. Sie bietet rund 5500 älteren Menschen sichere und attraktive Wohnformen an insgesamt 38 Standorten und Spitex-Leistungen an 23 Standorten. Zur Senevita Gruppe gehören ebenfalls über 30 öffentliche Restaurants.

Über 4000 Mitarbeitende setzen sich tagtäglich für das Wohl der Bewohner:innen sowie der Kundschaft ein. Die Anforderungen an die Wahl eines neuen Getränkepartners waren dementsprechend hoch: Nachhaltigkeit, Regionalität und Ressourcenschonung standen im Zentrum – ebenso lag der Fokus auf einer zuverlässigen und effizienten Abwicklung.

Ein weiterer wesentlicher Faktor, mit dem SwissDrink Logistics überzeugte, betraf die Schnittstellen für die digitale Übermittlung von Bestellungen (via externe Bestellplattform). Die Schnittstellen konnten nahtlos in die bestehenden Prozesse der Senevita Gruppe implementiert werden. Dies führte zu spürbaren Effizienzgewinnen in Einkauf und Logistik.

SwissDrink Logistics: der ideale Partner für Kettenbetriebe

Als grösste unabhängige Getränkeorganisation der Schweiz bietet SwissDrink Logistics ein Sortiment von über 12 000 Artikeln – darunter alkoholfreie Getränke, Biere, Weine und Spirituosen und regionale Spezialitäten. Dank der schweizweiten, regional verankerten Logistik profitieren Kettenbetriebe von kurzen Transportwegen und einer nachhaltigen Lieferkette.

Kurz: Die SwissDrink vereint das Beste aus zwei Welten – Getränkeprofis in allen Regionen, breite nationale und regionale Sortimentes sowie eine starke Zentrale als Ansprechpartner mit effizienten nationalen Prozessen.

Was SwissDrink Logistics auszeichnet:

- **Breites und tiefes Sortiment:**
  über 12 000 Artikel, inklusive zahlreicher regionaler und lokaler Spezialitäten
- **Schweizweite Belieferung mit regionaler Nähe:**
  kurze Wege – direkt bis in den Keller
- **Zentrale Koordination:**
  einheitliche Prozesse, nationale Konditionen und Preise, zentrale Lieferverträge und Rechnungsstellung
- **Persönliche Beratung:**
  regionale Getränkespezialisten stehen für maximale Service-Qualität und sorgen für unkomplizierte Abläufe
- **Moderne IT-Lösungen:**
  effiziente, digitale Bestell- und Faktura-Prozesse und Reportings

Ein gelungener Start für eine langfristige Partnerschaft

Nach dem Zuschlag im Dezember 2024 setzte SwissDrink Logistics in enger Zusammenarbeit mit der Senevita Gruppe und DIGITALDRINK innerhalb weniger Wochen ein umfassendes Logistik- und Belieferungskonzept um. Bereits Mitte März 2025 erfolgte die erste erfolgreiche Getränkelieferung – ein starkes Zeichen für die Umsetzungskompetenz und Agilität des Teams.

Der erfolgreiche Start unterstreicht die Position von SwissDrink Logistics als verlässlichen Partner für Gastronomiekettenbetriebe, Hotellerie, Pflege und Unternehmen – für alle, die Wert auf eine nachhaltige, effiziente und flexible Getränkelogistik legen.

«Die Zusammenarbeit mit SwissDrink Logistics ist äusserst effizient, lösungsorientiert und stets auf Augenhöhe. Besonders schätzen wir, dass die Regionalität und zentrale Strukturen optimal kombiniert werden und gleichzeitig eine freie Sortimentswahl ermöglicht wird. Eine starke Organisation und ein verlässlicher Partner für die Zukunft.»

Dominic Aeschbacher,
Direktor F&B bei Senevita Gruppe

Zukunftsorientierte Logistik für Kettenbetriebe

Mit der erfolgreichen Implementierung des neuen Getränkelogistiksystems für die Senevita Gruppe beweist SwissDrink Logistics einmal mehr, dass sie nicht nur ein Lieferant, sondern auch ein wertvoller und innovativer Partner für Kettenbetriebe ist.

Das grosse Sortiment, die nationale Reichweite, die regionale Verankerung und moderne IT-Lösungen machen SwissDrink Logistics zur bevorzugten Wahl für Kettenbetriebe mit hohen Ansprüchen an Service, Nachhaltigkeit und Effizienz.

senevita
Näher am Menschen

Branche:	Altenpflege
Rechtsform:	Aktiengesellschaft
Gründung:	1989
Sitz:	Muri bei Bern
Standorte:	38
Bewohner:	5500
Mitarbeiter:	über 4000
Lernende:	über 210

Getränketrends Sommer: Was in der Gastronomie und in Bars angesagt ist

Cristina Service,
SwissDrink
Genossenschaft

Welche Getränke werden den Sommer 2025 dominieren? Um mögliche Trends und Entwicklungen zu identifizieren, haben wir recherchiert und analysiert, welche Strömungen sich abzeichnen könnten.

Die aktuellen Trends zeigen eine Mischung aus Gesundheitsbewusstsein, Nachhaltigkeit und innovativen Geschmackserlebnissen. Dabei setzen Gastronomen vermehrt auf kreative, hochwertige Zutaten und individuelle Genussmomente. Hier die wichtigsten Entwicklungen:

Alkoholfreie und alkoholreduzierte Drinks: Genuss ohne Reue
Die Nachfrage nach alkoholfreien und alkoholreduzierten Alternativen bleibt ungebrochen. Mocktails – alkoholfreie Cocktails – überzeugen mit raffinierten Rezepturen und edlen Zutaten. Besonders beliebt sind leichte Spritz-Varianten sowie Cocktails mit Verjus, einer fruchtig-zitronigen Flüssigkeit aus unreifen Trauben, die als nachhaltige Alternative zu Zitrusfrüchten gilt. Diese Kreationen bieten anspruchsvollen Genuss und kommen besonders bei gesundheitsbewussten Gästen gut an.

Functional Drinks: Gesundheit zum Trinken
Gesundheitsfördernde Getränke setzen sich weiter durch. Functional Teas wie Matcha Latte oder Golden Milk, aber auch proteinreiche Limonaden und Smoothies mit Superfoods wie Spirulina oder Kollagen erfreuen sich wachsender Beliebtheit. Zudem werden immer mehr zuckerfreie Varianten von Softdrinks, Eistees und sogar Slush Ice angeboten. Pflanzliche Milchalternativen wie Hafer- oder Mandelmilch finden verstärkt Eingang in sommerliche Erfrischungen wie vegane Eisschokolade.

Hard Iced Tea: Der Sommerhit 2025
Nach Hard Seltzer kommt nun Hard Iced Tea: Diese alkoholhaltigen Eistees kombinieren hochwertige Tee-Extrakte mit Fruchtaromen und einem moderaten Alkoholgehalt von 4.5 bis 5 %. Oft mit einem leichten Koffeinschub versehen, sind sie die perfekte Erfrischung für heisse Tage und eine spannende Alternative zu klassischen Cocktails.

Kreative Geschmackserlebnisse: Von extravagant bis minimalistisch
Der Experimentierfreude sind keine Grenzen gesetzt: Ungewöhnliche Aromen wie Rosmarin, Chili

oder Pickle bringen neue Geschmackserlebnisse. Cherry Cocktails erleben ein Revival, während Klassiker wie der Martini mit innovativen Zutaten neu interpretiert werden. Zusätzlich sorgen farbwechselnde Drinks oder puristische Highballs mit hochwertigen Spirituosen für optische und geschmackliche Highlights.

DIY-Getränke und individuelle Kreationen
Personalisierbare Getränke werden immer beliebter. Hausgemachte Eistees und Limonaden mit individuell auswählbaren Sirupen oder Fruchtpürees bieten den Gästen die Möglichkeit, ihre Drinks ganz nach eigenem Geschmack zu gestalten. Dieser Trend fördert nicht nur die Kreativität, sondern schafft auch ein besonderes Erlebnis – und bietet Gastronomen gleichzeitig attraktive Margen.

Nachhaltigkeit und Regionalität: Umweltfreundlicher Genuss
Nachhaltigkeit ist kein Trend, sondern eine Notwendigkeit. Regionale Zutaten, Zero-Waste-Konzepte wie der Einsatz von Verjus anstelle von importierten Zitrusfrüchten sowie biologisch produzierte Spirituosen setzen neue Massstäbe. Gäste schätzen es, wenn sie nicht nur hochwertige, sondern auch umweltfreundliche Getränke geniessen können.

Fazit: Wohin geht die Reise?
Die Getränketrends für den Sommer 2025 zeigen eine Fülle an innovativen Ideen und spannenden Konzepten. Ob alkoholfreie Mocktails, funktionale Gesundheitsdrinks oder kreative Cocktailkreationen – die Möglichkeiten für Gastronomen sind vielseitig. Doch welche dieser Trends sich tatsächlich in der Schweizer Gastro- und Barszene durchsetzen werden, bleibt abzuwarten.

Letztendlich entscheidet der Konsument, welche neuen Getränke sich langfristig etablieren und zu den Favoriten der Saison werden. Es bleibt spannend zu beobachten, welche Entwicklungen in den kommenden Monaten für echte Begeisterung sorgen werden.

Quellen: gastro-marktplatz.de/drinkdirect.ch/hotelinside.ch/ falstaff.com/blog.tillhub.de

HYDRATE DIFFERENT

Hohes C Vitamin Wasser – Das erfrischende Vitaminwasser mit natürlichem und fruchtigem Geschmack, ganz ohne Zuckerzusatz oder Süssstoffe!

Die neuen Vitaminwasser sind kalorienarm (nur 13 kcal/100 ml) und bieten einen natürlichen Fruchtgeschmack dank eines Saftanteils von 20 %. Mit dieser neuen Produktlinie von Vitaminwasser können Sie Genuss und Wohlbefinden im Alltag perfekt miteinander verbinden!

Die Variante **«Revitalize»** vereint den spritzigen Geschmack von Zitrone und Limette mit den Vitaminen C, E, B6 und B12, die Müdigkeit reduzieren.

«Active» hingegen verbindet die exotische Note der Passionsfrucht mit der Süsse des Pfirsichs und ist angereichert mit den Vitaminen C, E, A, B5 und B12, um Ihnen Energie für all Ihre Aktivitäten zu schenken.

Hohes C Vitamin Wasser Revitalize und Active, erhältlich im praktischen 50 cl PET-Format.

Calanda Radler 0.0% Mango Spritz

Lust auf eine tropische Erfrischung? Ein bisschen Sonnenschein in jedem Schluck. Fruchtig, spritzig und erfrischend – dieser tropische Cocktail bringt sofort Sommerfeeling.

Die Limited Edition von Calanda Radler: der Mango Spritz. Gebraut mit Bündner Bergwasser, kombiniert er die fruchtige Süsse der Mango mit der spritzigen Frische der Zitrone – perfekt für eine erfrischende Auszeit bei jedem Schluck.

Red Bull Summer Edition Weisser Pfirsich

Red Bull läutet den Sommer: und zwar mit der neuen Red Bull Summer Edition mit dem Geschmack von weissem Pfirsich und einem Hauch von Zitrusschalen.

Der Abgang ist weich und blumig mit einer zarten Note von Ambrette, was dem Ganzen etwas Würze und Komplexität verleiht. So kann man das Beste aus dieser lang ersehnten Jahreszeit herausholen und die warmen, langen Tage vollumfänglich auskosten.

Die Red Bull Summer Edition kommt jedes Jahr in neuem Kleid und in einer neuen Geschmacksrichtung. Sie enthält die gleichen Hauptinhaltsstoffe wie Red Bull Energy Drink und ist ebenfalls in der 250-ml-Dose erhältlich.

Eichhof Ale(x)

Ein Ale für Alle – ein Bier, das für Vielfalt und Gemeinschaft steht, inspiriert von den Geschichten des Eichhof Brau-Teams, das x-tausend Stunden investiert hat, um ein Ale zu brauen, das den Gaumen erfreut und Genuss in jedem Schluck entfacht – in der Flasche oder Dose und im Leben.

Ale(x) ist ein Ale auf Basis eines Lagers, oder: ein Easy Ale. Süffig und einzigartig im Geschmack, dank der Eichhof-Ale-Hefe und unserer innovativen Braumethode. Ein Bier, das leicht zu trinken ist und dennoch das gewisse Etwas bietet.

Sonnenbräu 24/7 Alkoholfrei – voller Geschmack, null Kompromisse

Die Brauerei Sonnenbräu bringt mit 24/7 Alkoholfrei ein neues, kraftvoll schmeckendes Bier in den Handel, das in Sachen Geschmack neue Massstäbe setzt. Das komplett alkoholfreie Bier (0.0 %) überzeugt mit vollmundigem Charakter, ausgewogener Malz-Balance und feinen Hopfennoten.

«Der Wunsch nach alkoholfreien Bieren mit echtem Charakter ist in den letzten Jahren stark gestiegen. Viele Konsument:innen suchen bewusste Alternativen, die nicht nur isotonisch und erfrischend sind, sondern auch geschmacklich überzeugen», sagt Claudia Keel-Graf, Geschäftsführerin der Brauerei Sonnenbräu.

24/7 Alkoholfrei ist ein Bier für jede Lebenslage: nach dem Sport, beim gemütlichen Beisammensein oder einfach zwischendurch – ohne Kompromisse im Geschmack und ohne Alkohol.

175 Jahre Hermann Müller-Thurgau: Eine Hommage an Innovation und Tradition

Die Getränkebranche feiert ein besonderes Jubiläum: 175 Jahre Hermann Müller-Thurgau. Der Name steht nicht nur für eine der bekanntesten Rebsorten der Welt, sondern auch für einen visionären Forscher, dessen Arbeit den Weinbau bis heute prägt.

Anlässlich dieses Meilensteins erwartet Weinliebhaber und Branchenvertreter ein vielseitiges Jubiläumsprogramm, das die Bedeutung von Müller-Thurgau und sein Erbe in den Mittelpunkt rückt.

Wer war Hermann Müller-Thurgau?
Hermann Müller wurde 1850 im Schweizer Kanton Thurgau geboren und war ein herausragender Botaniker und Rebforscher. Er entwickelte die nach ihm benannte Rebsorte, indem er Riesling mit einer anderen Rebsorte kreuzte – lange Zeit wurde fälschlicherweise Silvaner vermutet, bis DNA-Analysen zeigten, dass es sich um Madeleine Royale handelt.

Die Sorte Müller-Thurgau erlangte ab den 1920er-Jahren weltweite Bekanntheit und zählt heute zu den meistangebauten weissen Rebsorten. Besonders in Deutschland, der Schweiz, Österreich und Italien hat sie einen festen Platz im Weinbau.

Ein Jubiläum mit vielfältigem Programm
Zum 175. Geburtstag von Hermann Müller-Thurgau wurde ein umfangreiches Jubiläumsprogramm auf die Beine gestellt. Fachveranstaltungen, Weinverkostungen, Themenführungen und kulturelle Events beleuchten das Schaffen des Rebforschers und die Entwicklung seiner berühmten Sorte. Interessierte können sich auf spannende Einblicke in die Weinbaugeschichte und moderne Interpretationen des Müller-Thurgau freuen.

Ein Highlight ist die Möglichkeit, an speziellen Degustationen teilzunehmen, bei denen verschiedene Müller-Thurgau-Weine aus unterschiedlichen Anbaugebieten verkostet werden. Zudem gibt es exklusive Einblicke in historische Dokumente und Forschungsergebnisse, die das Lebenswerk von Hermann Müller-Thurgau dokumentieren.

175 JAHRE
HERMANN MÜLLER-THURGAU

Detaillierte Informationen zur Geschichte und den Feierlichkeiten gibt es unter:

www.erlebnismuellerthurgau.ch

Bierabsatz in Deutschland sinkt zweistellig

Der Absatzrückgang der Brauereien aus Deutschland hält an: Auf das Absatzminus von 3.3 % im Januar folgt im Februar ein Rückgang beim Gesamtbierabsatz von 10.8 %. Insgesamt fehlen den Brauereien bereits 800 000 Hektoliter Bier zum Vorjahr.

Laut Deutschem Brauer-Bund (DBB) dürfte ein Grund für den hohen Rückgang sein, dass der Rosenmontag in diesem Jahr in den März fiel. Dazu komme, dass die Verbraucher durch die allgemeinen Rahmenbedingungen verunsichert seien und deshalb weiter den privaten Konsum einschränkten, heisst es.

Wie der DBB unter Verweis auf Erhebungen des Statistischen Bundesamts meldet, setzten die Brauereien aus Deutschland im Februar insgesamt 5,27 Millionen Hektoliter Bier ab. Das waren 634 000 Hektoliter weniger als im Februar des Vorjahres. Die Ausfuhren gingen im Vergleich zum Vorjahresmonat um 11.7 % auf 950 000 Hektoliter zurück (–126 000 Hektoliter). Dabei lag das Absatzminus in EU-Länder bei 9.9 % (–56 000 Hektoliter).

Insgesamt wurden im Februar 511 000 Hektoliter Bier in die EU exportiert. Der Absatz von Biermischgetränken legte dagegen im Februar deutlich zu. Hier erzielten die Brauer ein Plus von 25.1 % auf 261 000 Hektoliter.

Quelle: getraenke-news.de

KNUTWILER eröffnet neue Betriebshalle

Nach knapp einem Jahr Bauzeit geht die neue Betriebshalle von KNUTWILER Anfang April in Triengen in Betrieb. Schweizer Holz, eine leistungsstarke Photovoltaikanlage und eine energieeffiziente Wärmepumpe machen den Bau zu einem nachhaltigen Beispiel moderner Bauweise.

Nachhaltig, effizient, zukunftsgerichtet: Mit der neuen Betriebshalle in Triengen setzt KNUTWILER ein starkes Zeichen für Wachstum mit Verantwortung. Nach knapp einem Jahr Bauzeit nimmt das Unternehmen den ökologisch durchdachten Neubau in Betrieb.

Die Verlagerung des externen Lagers in Rothenburg ist bereits erfolgt und seit April ist das gesamte Bauvorhaben inklusive Nebengebäude abgeschlossen. Auf 70 x 30 Metern bietet die Halle optimale Bedingungen für die Aufbereitung und Bereitstellung von Rohstoffen, Packmaterial und Gebinden.

Ergänzt wird sie durch Labor- und Büroräume sowie eine grosszügige Wohnung. Zudem steht eine freie Gewerbefläche interessierten Unternehmen aus der Region zur Verfügung.

Schweizer Holz und Sonnenenergie

Die neue Betriebshalle vereint ökologische Verantwortung mit wirtschaftlicher Weitsicht. «Von der Materialwahl bis hin zur effizienten Energienutzung – wir haben dieses Projekt von Anfang an unter dem Aspekt der Nachhaltigkeit geplant», betont Projektleiter Lukas Hodel. So wurden für den Bau beispielsweise 600 m^3 Schweizer Holz verwendet. «Holz ist nicht nur ressourcenschonend, sondern auch äusserst flexibel einsetzbar und sorgt für ein angenehmes, natürliches Raumklima», so Lukas Hodel weiter.

KNUTWILER legt jedoch nicht nur beim Bau Wert auf Nachhaltigkeit, sondern auch im Betrieb. Eine Photovoltaikanlage auf dem Dach erzielt jährlich rund 240 000 kWh Strom – genug, um den Eigenbedarf zu decken und weitere 55 Einfamilienhäuser zu versorgen. Darüber hinaus ist das neue Betriebsgebäude mit innovativen Andockrampen ausgestattet, die den Lastwagen einen direkten Zugang zur Halle ermöglicht. «Dies sorgt dafür, dass im Winter keine Wärme und im Sommer keine Kälte verloren geht», erklärt Lukas Hodel.

Neben den ökologischen Aspekten steht bei dem Projekt auch die langfristige Weiterentwicklung des Unternehmens im Fokus. «Mit der neuen Betriebshalle stärken wir unsere Logistikkapazitäten und investieren gezielt in eine zukunftsfähige Infrastruktur, die auf Effizienz und Nachhaltigkeit ausgerichtet ist», freut sich Stefan Suter, VR-Präsident der Mineralquelle Bad Knutwil AG.

NEU

0 Zucker Süssung

Jetzt bestellen!

Veranstaltungen & Termine Getränkemarkt

JUNI

DI, 3. Juni 2025
SVUG Delegiertenversammlung

NOVEMBER

MI, 12. November 2025
SwissDrink Herbstversammlung

Terminverschiebungen / Absagen nicht ausgeschlossen

IAG SOFTWARE

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

Das webbasierte Tool für Kundenbindung und Interaktion!

Nutzen Sie Funktionen wie Bestellverfolgung, Besuchsplanung und Auftragsverwaltung für eine nahtlose Kommunikation mit Ihren Kunden.

Stärken Sie Ihre Kunden-beziehungen und verbessern Sie das Kundenerlebnis .

Wir beraten Sie gerne.

VinXportal

APPENZELLER

BRAND LÖSCHER

APPENZELLER BIER

Jungheinrich PROFISHOP: Betriebsausstattungen für die Getränkebranche

Transportieren, lagern, stapeln, einrichten, betreiben, reinigen – im Jungheinrich PROFISHOP finden Sie 100 000 Produkte für Ihre gesamte Betriebsausstattung. Ob als Getränkefachmarkt, Grossist oder Gastrokunde: Zählen Sie auf die persönlichste Beratung in der digitalen Welt, auf smarte Lösungen und Top-Konditionen.

100 000 Produkte – 1 Anspruch
Beim Jungheinrich PROFISHOP bieten wir Ihnen nur das Beste, optimal auf Ihre individuellen Ansprüche angepasst. Es ist unser Anspruch, Ihre Erwartungen in jedem Bereich zu übertreffen.

In unseren acht Produkt-Kategorien fassen wir für Sie die passenden Lösungen zusammen: Stapeln und Heben, Werkstatt, Transport, Lager, Umwelt, Arbeitsschutz, Büro und Betrieb. Suchen Sie ein Einstiegsprodukt, etwas für den häufigeren Gebrauch oder eine Lösung für den Dauereinsatz im 3-Schicht-Betrieb? Beim Jungheinrich PROFISHOP finden Sie für jeden Bereich die richtigen Artikel.

Alles drin dank starker Marken
Von A wie Ameise® bis Z wie ZARGES: Unsere starken Exklusiv-Marken garantieren Ihnen zusammen mit bewährten Herstellermarken eine einmalige Produkt- und Servicevielfalt. Als Profi dürfen Sie sich bei uns auf bewährte Qualität und ein aktuelles, bedürfnisorientiertes Sortiment verlassen.

Reinigen ganz leicht gemacht
Ein Dauerthema in der Getränkebranche ist beispielsweise die Reinigung. Flaschen zerbrechen, Gebinde lecken, Kundenkühlschränke kommen verschmutzt zurück. Fahrzeuge, Betriebsflächen, Büros und sanitäre Anlagen müssen tadellos sein.

Ihre Bedürfnisse – unser Sortiment:
Wählen Sie aus unseren Starter-, Performance- und Professional-Produkten.

STARTER

Zum Einstieg den besten Preis

- Basisqualität zum günstigen Preis
- Angebotssegment mit Einstiegsprodukten für leichte und gelegentliche Einsätze
- Produkte reduziert auf das Wesentliche

PERFORMANCE

Gute Qualität zum fairen Preis

- Breite Mitte des Jungheinrich PROFISHOP Angebots
- Robuste Produkte für den täglichen Einsatz
- Zuverlässig und belastbar
- Starke Leistungsfähigkeit

PROFESSIONAL

Für höchste Ansprüche

- Premium-Qualität und lange Lebensdauer
- Konzipiert für den Dauereinsatz unter höchsten Belastungsansprüchen und Anforderungen
- Anspruchsvolles Design
- Sonderanfertigungen möglich
- Besondere After-Sales-Leistungen

Die Betriebshygiene wird gross geschrieben. Vom Lagerbehälter bis zur Aufsitz-Kehrmaschine haben wir alles im Sortiment, was Ihren Arbeitsalltag erleichtert. Profitieren Sie jetzt von unserem Rabatt auf Hochdruckreiniger, exklusiv für Swiss-Drink-Mitglieder!

Onlineshop: Schnell und sicher zum Ziel
Entdecken Sie das gesamte praxiserprobte Sortiment und bestellen Sie einfach und unkompliziert in unserem übersichtlichen Online-Shop.

Ihre Vorteile:

- Detaillierte Bilder, über 500 Produktvideos
- Persönliche Beratung via Online-Chat
- Laufend attraktive Aktionsangebote
- Trusted-Shop-Zertifizierung

Unser Motto: Hauptsache unkompliziert!
Sie haben Fragen? Sie erreichen uns ganz einfach telefonisch auf unserer kostenlosen Service-Hotline oder im Online-Chat. Oder kontaktieren Sie unseren Aussendienst für eine professionelle, unverbindliche Beratung in Ihrem Betrieb. Vereinbaren Sie gleich jetzt einen Termin.

Jungheinrich PROFISHOP:
Ihr persönlicher Partner
Seit 2016 überzeugen wir immer mehr Kunden mit unserem hochwertigen Sortiment, mit massgeschneiderten Lösungen und unserer 360°-Beratung. Jungheinrich PROFISHOP: Partnerschaftlich. Persönlich. Professionell.

profishop JUNGHEINRICH

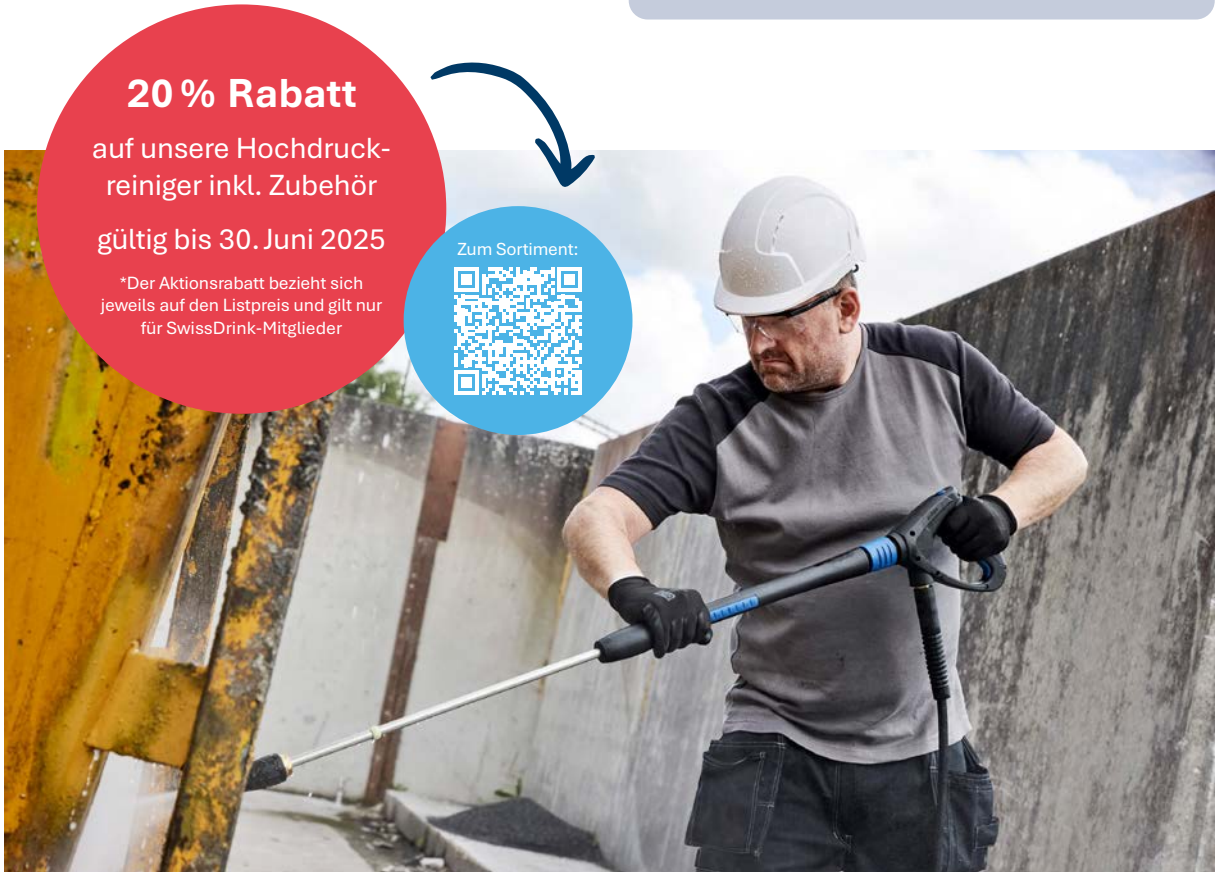
Jungheinrich PROFISHOP AG
Holzikerstrasse 5
5042 Hirschthal

Kostenlose Service-Hotline:
0800 199 301
(Mo – Do: 07.30 – 16.30 Uhr, Fr: 07.30 – 16.00 Uhr)
www.jungheinrich-profishop.ch

Ihr persönlicher Kontakt:

Daniel Hamzai
Leiter Jungheinrich PROFISHOP

+41 62 739 33 74
shop.chi@jungheinrich.ch



Ideenpacker. Markenschaffer. Kreativmacher.

Als Agentur verstehen wir deine Bedürfnisse und bieten passende Lösungen:

Marketing,
das nachhaltig stärkt

Design,
das wirksam ist

Web & Online,
das überzeugt

Drucklösungen,
die im Kopf bleiben

bacher

bacher.swiss

---

dein wasser
dein FOCUS

NEU

0 Zucker Süssung

TOSONE

Sizilianische Abenteuer

Entdecken Sie den top bewerteten
Nero D'Avola

2016 2019 2020 2021 2017 2015

SwissDrink-Einkaufspool
Win-win-Situation für alle

SwissDrink-Getränkegrossisten profitieren von qualitativ guten Dienstleistungen und Produkten zu äusserst günstigen Bedingungen. Attraktive Rahmenverträge bieten den Mitgliedern Vorteile, die ansonsten im Tagesgeschäft leicht untergehen.

Das Angebot umfasst eine breite Palette an Dienstleistungen sowie Artikel aus den Bereichen Transporthilfsmittel, Arbeitskleider, Fahrzeuge & Anhänger, Eventzubehör, Kühlmaterial, Finanzdienstleistungen sowie Grafik & Druck.

Die Spezialkonditionen pro Lieferant sind auf **www.swissdrink.net** im Mitglieder-Login-Bereich zu finden oder können auch von der SwissDrink-Zentrale angefordert werden.

Nachfolgend finden Sie die Übersicht aller aktuellen Einkaufspoolpartner:

BETRIEBSMATERIAL

BRACK.CH Business
Hintermättlistrasse 3, 5506 Mägenwil
Kontaktperson: Mara Saro
062 889 60 06
mara.saro@competec.ch
www.business.brack.ch

Ecolab (Schweiz) GmbH
Kägenstrasse 10, 4153 Reinach
Kontaktperson: Martin David Glauser
061 466 94 76
martindavid.glauser@ecolab.com
www.de-at.ecolab.com

Lyreco Switzerland AG
Riedstrasse 4, 8953 Dietikon

Büromaterial/Schutzbekleidung
Kontaktperson: Amina Zecovic
078 714 37 29, amina.zecovic@lyreco.com
www.lyreco.com/webshop

Werbe-/Promotionsartikel
Kontaktperson: Ina Klingele
076 825 93 27, ina.klingele@lyreco.com
www.lyrecopromo.ch

WEBSTAR
Industriestrasse 28, 8157 Dielsdorf
Kontaktperson: Philippe Bucher
044 870 87 00
p.bucher@webstar.ch
www.webstar.ch

WETROK AG
Steinackerstrasse 62, 8302 Kloten
Kontaktperson: Franco Pavic
0848 818 181
info@wetrok.ch
www.wetrok.ch

DIENSTLEISTUNGEN

Bacher PrePress AG
Gewerbering 1, 6105 Schachen
Kontaktperson: André Bacher
041 498 09 88
swissdrink@bacher.swiss
www.bacher.swiss

I-AG Software
Unter der Egg 10, 6004 Luzern
Kontaktperson: Susanne Endter
041 417 31 00
info@iag.ch
www.iag.ch

inteco edv ag
Barzloostrasse 20, 8330 Pfäffikon
Kontaktperson: Thomas Honegger
055 256 57 58
info@inteco.ch
www.inteco.ch

Nexi Schweiz AG
Richtistrasse 17, 8304 Wallisellen
Kontaktperson: Thomas Burkart
058 220 58 58 / 079 101 53 82
thomas.burkart@nexigroup.com
www.nexi.swiss

LADENBAU / SHOPS

SCS Storeconcept AG
Oltnerstrasse 19, 4614 Hägendorf
Kontaktperson: Markus Meier
062 387 78 19
m.meier@storeconcept.ch
www.storeconcept.ch

Wanzl (Schweiz) AG
Industrie Hegi 2, 9425 Thal
Kontaktperson: Werner Reifler
071 886 90 11
Werner.Reifler@wanzl.com
www.wanzl.ch

INDUSTRIEGASE

VITOGAZ Switzerland AG
A Bugeon, 2087 Cornaux NE
Kontaktperson: Francesco Pignatelli
079 832 56 03
welcome@vitogaz.ch
www.vitogaz.ch

Westfalen Gas Schweiz GmbH
Sisslerstrasse 11, 5047 Eiken
Kontaktperson: Nils Ladwig
061 855 25 25
n.ladwig@westfalen.com
www.westfalen.com

KÜHLGERÄTE & EIS

Eisexpress.ch GmbH
Industriestrasse 8, 8625 Gossau
Kontaktperson: Roger Diethelm
0844 115 511
rogerd@eisexpress.ch
www.eisexpress.ch

Eismeister GmbH
Industriestrasse 17, 5432 Neuenhof
Kontaktperson: Werner Meister
079 222 05 94
eismeister@eismeister.ch
www.eismeister.ch

FORS AG / SA
Schaftenholzweg 8, 2557 Studen
Kontaktperson: Savino Giuralarocca
032 374 26 26
savino.giuralarocca@fors.ch
www.fors.ch

VERPACKUNGSMATERIAL

EJS Verpackungen AG
Lyssstrasse 37, 3054 Schüpfen
Kontaktperson: Yannick Amstutz
031 879 09 02
office@ejs.ch
www.ejs.ch

TREIBSTOFFE

AVIA Vereinigung
Badenerstrasse 329, 8040 Zürich
Kontaktperson: Patrick Staubli
044 405 43 43
patrick.staubli@avia.ch
www.avia.ch

Shell (Switzerland) AG
Baarermatte, 6340 Baar
Kontaktperson: Laura Terramoto
041 769 40 26
Laura.Terramoto@shell.com
www.shell.ch

SOCAR Energy Switzerland GmbH
Nüschelerstrasse 24, 8001 Zürich
Kontaktperson: Roman Laimbacher
044 214 43 32
roman.laimbacher@socarenergy.com
www.socarenergy.com

Volenergy AG
Spittelweg 1, 5034 Suhr
Kontaktperson: Flavio Caggiula
062 555 28 39
f.caggiula@volenergy.com
www.volenergy.com

PERSONENFAHRZEUGE

BMW (Schweiz) AG
Industriestrasse 20, 8157 Dielsdorf
Kontaktperson: Stephan Inauen
058 269 10 33
stephan.inauen@bmw.ch
www.bmw.ch

Ford Motor Company (Switzerland) SA
Geerenstrasse 10, 8304 Wallisellen
Kontaktperson: Martin Kyburz
044 804 44 37 / 078 688 54 12
mkyburz@ford.com
www.ford.com

RRG Suisse SA (Renault)
Thurgauerstrasse 103, 8152 Glattpark
Kontaktperson: Ersan Beciri
079 570 96 50 / 044 809 98 41
ersan.beciri@renault.ch
www.rrg-renault.ch

NUTZFAHRZEUGE

Daimler Truck Schweiz AG
Bernstrasse 55, 8952 Schlieren
Kontaktperson: Daniel Würgler
043 883 20 26 / 076 367 48 90
daniel.wuergler@daimlertruck.com
www.daimlertruck.com

Ford Motor Company (Switzerland) SA
Geerenstrasse 10, 8304 Wallisellen
Kontaktperson: Martin Kyburz
044 804 44 37 / 078 688 54 12
mkyburz@ford.com
www.ford.com

IVECO (Schweiz) AG
Oberfeldstrasse 16, 8302 Kloten
Kontaktperson: Sandro Ruesch
044 804 44 37 / 078 688 54 12
sandro.ruesch@ivecogroup.com
www.iveco.com

Renault Trucks (Schweiz) AG
Heimstrasse 45, 8953 Dietikon
Kontaktperson: Thomas Merz Bill
044 746 65 65
thomas.merz@renault-trucks.com
www.renault-trucks.ch

Volvo Group (Schweiz) AG
Lindenstrasse 6, 8108 Dällikon
Kontaktperson: Uwe Kilian
079 840 67 89
uwe.kilian@volvo.com
www.volvogroup.com

TRANSPORT & LOGISTIK

HRB Heinemann AG
Wehntalstrasse 108, 8155 Nassenwil
Kontaktperson: Oskar Burch
044 851 80 80
info@hrbanhaenger.ch
www.hrbanhaenger.ch / www.unsinn.ch

Jungheinrich AG
Holzikerstrasse 5, 5042 Hirschthal
Kontaktperson: Stephan Baass
062 739 32 24 / 076 357 22 74
stephan.baass@jungheinrich.ch
www.jungheinrich.ch

Jungheinrich Profishop AG
Holzikerstrasse 5, 5042 Hirschthal
Kontaktperson: Daniel Hamzai
0800 199 301 / 079 800 16 00
daniel.hamzai@jungheinrich.ch
www.jungheinrich-profishop.ch

MAPO AG
Europa-Strasse 12, 8152 Glattbrugg
Kontaktperson: Valérie Favre
044 874 48 60
orders@mapo.ch
www.mapo.ch

Toyota Material Handling Schweiz AG
Feldstrasse 62, 8180 Bülach
Kontaktperson: Patrick Köppli
0844 869 682
info@ch.toyota-industries.eu
www.toyota-forklifts.ch

PERSONALDIENSTLEISTER

The Adecco Group Switzerland
Üetlibergstrasse 134, 8045 Zürich
Kontaktperson: Giuseppe Martinelli
079 375 41 56
Giuseppe.Martinelli@adeccogroup.ch
www.adecco.ch

EMA Partners Switzerland AG
Richard Wagner-Strasse, 8002 Zürich
Kontaktperson: Philippe D. Eyer
044 250 88 66
p.eyer@ema-partners.ch
www.ema-partners.com

Randstad (Schweiz) AG
Küchengasse 9, 4051 Basel
Kontaktperson: Philipp Vogel
058 201 41 00
philipp.vogel@randstad.ch
www.randstad.ch

IMPRESSUM

SwissDrink Genossenschaft
Althardstrasse 146 · 8105 Regensdorf
043 388 84 73 · info@swissdrink.net
www.swissdrink.net

Ausgabe: 2 / 25 Mai
Erscheinung: 4x jährlich
Auflage: 1'000 Exemplare
Redaktionsschluss:
für Ausgabe 3 / 25: 1. Juli 2025
Inserate: SwissDrink Genossenschaft
Druck / Layout: Bacher PrePress AG
Bildquelle: wenn nicht anders gekennzeichnet: stock.adobe.com

Druckprodukt mit finanziellem Klimabeitrag
ClimatePartner.com/14232-2002-1001

hohes C

Deine Vitamin C Power

NEU

HYDRATE DIFFERENT

EIN EINZIGARTIGES VITAMIN-WASSER OHNE ZUCKERZUSATZ UND MIT FRUCHTGESCHMACK!

- Ohne Zuckerzusatz*
- Mit 20% Fruchtsaft
- Ohne Süssungsmittel
- Kalorienarm (13 kcal)

LOW CALORIE

6x50cl
PET-Flaschen

* Enthält von Natur aus Zucker