



Medienmitteilung

Rheinfelden, 18. März 2026

Feldschlösschen Helvetic neu im Detailhandel – ein Schweizer Helles mit 100 Prozent Schweizer Hopfen

Nach dem erfolgreichen Start in der Gastronomie ist Feldschlösschen Helvetic ab sofort auch im Detailhandel erhältlich. Das mit 100 Prozent Schweizer Hopfen gebraute Bier im Stil «Schweizer Helles» trifft den Geschmack vieler Konsumentinnen und Konsumenten und erweitert die Vielfalt im Lagerbierregal. Feldschlösschen bringt damit erstmals eine 33-cl-Sleek-Can auf den Markt. Gleichzeitig erfüllt das Bier einen guten Zweck: Ein Teil des Erlöses fließt in Projekte zur Nachwuchsförderung in der Gastronomiebranche.

Das Lagerbier ist mit Abstand die beliebteste Biersorte in der Schweiz. Drei von vier Bieren, die im vergangenen Jahr in der Schweiz getrunken wurden, waren Lagerbiere¹. Feldschlösschen baut seine Stärke in dieser Kategorie stetig mit weiteren Varianten aus. Die neuste Kreation heisst Feldschlösschen Helvetic: Ein Schweizer Helles, das 2025 in der Gastronomie lanciert wurde und ab sofort auch im Detailhandel erhältlich ist. Gebraut mit 100 Prozent Schweizer Hopfen, überzeugt Feldschlösschen Helvetic durch feine Malznoten, eine milde Bitterkeit und einen leicht süsslichen Abgang – ein ausgewogener und erfrischender Geschmack, der besonders gut zu geselligen Momenten passt. Zum ersten Mal setzt die Brauerei Feldschlösschen mit Helvetic auf das Format der 33-cl-Sleek-Can. Die schlanke Dose mit weniger Inhalt als die übliche 50-cl-Dose entspricht dem Trend zu moderaterem Konsum. In ausgewählten Coop Supermärkten sowie im Feldschlösschen Online-Getränkeshop ist Feldschlösschen Helvetic mit 4,7 Volumenprozent Alkohol auch im 4-Pack mit 27,5-cl-Einwegflaschen erhältlich.

¹ Quelle: Schweizer Brauerei-Verband, Absatzstatistik 2025

Die optische Gestaltung der beiden Gebinde ist inspiriert vom Entstehungsort aller Feldschlösschen-Biere: dem Sudhaus. Die blaugrünen Kacheln sowie die Kupferfarbe der Sudpfannen finden sich auf Dosen, Flaschen und Verpackungen wieder.

Nachwuchsförderung in der Gastronomie

Mit der Lancierung von Feldschlösschen Helvetic rief die Brauerei im Jahr 2025 auch den Feldschlösschen Pro Gastro Fonds ins Leben. Aus dem Verkauf des Biers floss im vergangenen Jahr ein sechstelliger Betrag in den Fonds. Dieser kam «Avanti!», einer Initiative von GastroSuisse, zugute und finanzierte die Aktion «Talent Table». Die Aktion bringt Lehrbetriebe und Nachwuchstalente zusammen – mit dem Ziel, mehr junge Menschen für eine Ausbildung im Gastgewerbe zu gewinnen. Auch mit dem Verkaufserlös aus dem Detailhandel werden Projekte unterstützt, die sich der nachhaltigen Nachwuchsförderung in der Gastronomie verschreiben.

Bildmaterial

Für Rückfragen:

Esin Celiksüngü, Stv. Mediensprecherin

Tel. 058 123 43 86 / uko@fgg.ch

Dieser Text ist elektronisch abrufbar unter www.feldschloessen.swiss

Das Unternehmen Feldschlösschen

Feldschlösschen mit Hauptsitz in Rheinfelden AG braute am 8. Februar 1876 als erste national tätige Brauerei der Schweiz erstmals Bier. Bis heute ist das Unternehmen Marktführerin im Biermarkt und als schweizweit tätige Getränkehändlerin aktiv. Feldschlösschen beschäftigt rund 1'200 Mitarbeitende an 22 Standorten in der ganzen Schweiz. Mit über 40 eigenen Schweizer Markenbieren; mit und ohne Alkohol, sowie einem breiten Getränkeportfolio von Mineralwasser über Softdrinks bis hin zu Wein beliefert Feldschlösschen rund 25'000 Kunden aus Gastronomie, Detail- und Getränkehandel. www.feldschloessen.swiss

