



Medienmitteilung

Rheinfelden, 1. September 2026

Neuer Auftritt für eine Schweizer Bierikone

Feldschlösschen schlägt im Jahr seines 150-jährigen Bestehens ein neues Kapitel auf. Die beliebteste Biermarke der Schweiz erhält ein überarbeitetes Erscheinungsbild. Den Anfang macht Feldschlösschen Original, das meistverkaufte Lagerbier der Schweiz. Mit dem Redesign schärft Feldschlösschen seine Identität als moderne Schweizer Marke und richtet sich konsequent auf die nächsten Generationen von Bierliebhaberinnen und Bierliebhabern aus.

Seit 150 Jahren gehört Feldschlösschen zur Schweiz. Heute ist jedes vierte Bier, das hierzulande konsumiert wird, eines der Marke Feldschlösschen. Diese starke Verankerung bildet die Grundlage für den neuen Markenauftritt, der Tradition und Zukunft miteinander verbindet. «Im Jubiläumsjahr blicken wir mit Stolz auf unsere pionierhafte Geschichte zurück. So wie sich die Schweiz und die Menschen verändern, entwickelt sich auch Feldschlösschen stetig weiter. Mit dem neuen Design führen wir unsere Marke in die Zukunft, ohne dabei ihre Wurzeln zu verlieren», sagt Astrid Roland, Brand Director Feldschlösschen. In einem ersten Schritt erneuert die Brauerei die Verpackungen ihrer Biere. Neu zieren im Hintergrund feine Zeichnungen von Elementen, welche das kulturelle Erbe von Feldschlösschen prägen. Neben dem Schloss befinden sich darin unter anderem die Brauereipferde, der erste Brauer und Gründer Theophil Roniger, Braukessel sowie Bierrohstoffe. Die Umstellung erfolgt schrittweise. Zunächst erhalten die Feldschlösschen Original Dosen, Flaschen und Multipacks das neue Erscheinungsbild. Danach werden die weiteren Biersorten sukzessive umgestellt.

Das neue Erscheinungsbild entstand in einem längeren Entwicklungsprozess unter Einbezug von Mitarbeitenden, Kundinnen und Kunden sowie Konsumentinnen und Konsumenten. Ziel war es, den Markenkern von Feldschlösschen neu herauszuarbeiten und in eine zeitgemässe Form zu übersetzen.

Das Schloss als roter Faden der Markenidentität

Im Zentrum des neuen Auftritts steht das unverkennbare rote Schloss, das seit Generationen das sichtbarste Symbol der Marke ist. Seine Geschichte reicht weit zurück: Bereits um 1900 taucht das Backsteinschloss erstmals auf, als es zur Eröffnung eines Restaurants in Rheinfelden in Stein gemeisselt wird. 1923 erscheint das rote Backsteinschlösschen erstmals auf einem Abreisskalender der Brauerei auf grünem Grund mit Ähren und wird als Markenlogo im Handelsregister eingetragen. Einen weiteren Meilenstein setzt Feldschlösschen 1960: Die charakteristische Backsteinschrift wird eigens für die Brauerei von der renommierten Zürcher Werbeagentur Gisler & Gisler entwickelt. Das aktuelle Redesign ist die erste umfassende Überarbeitung des Markenauftritts seit 2008.

Mit der neuen Gestaltung wurde das ikonische Schloss behutsam weiterentwickelt und noch stärker in den Mittelpunkt gerückt.

Das Redesign zeigt: Auch nach 150 Jahren bleibt Feldschlösschen in Bewegung.

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

