

Zweifel gewinnt zum zweiten Mal in Folge den Promarca Brand of the Year 2026

Am heutigen Promarca Tag der Marke wurde zum 12. Mal der renommierte Award Promarca Brand of the Year vergeben. Die Auszeichnung basiert auf einer umfassenden Konsumentenbefragung, aus der die Marke Zweifel als klare Siegerin hervorging. Das Schweizer Familienunternehmen feiert damit nach 2018 und 2025 das Triple, dieses Jahr ausgezeichnet am eigenen Produktionsstandort in Spreitenbach.

Knackige Innovationen: Wie Zweifel die Schweizer Markenwelt bewegt

Zweifel versteht es ausserordentlich gut, den Konsumentinnen und Konsumenten echte, massgeschneiderte Innovationen zu bieten, die der Marke treu sind. Kooperationen wie die Aromat Chips mit Unilever und die Thomy-Mayonnaise mit Nestlé sowie die Neulancierung von Snacketti mit den Paprika Claws beweisen diese Dynamik, ohne dass die typische Zweifel-Geschmacksidentität verloren geht. Zweifel passt Verpackungen modern an, entwickelt Produkte gemeinsam mit den Wünschen der Zweifel-Fans und testet diese direkt in der eigenen Community. Dies geschieht sowohl digital über die Plattform Friendz als auch physisch an Zweifel Pop-up-Events oder bei Festival-Präsenzen. Mit dieser umfassenden Brand Experience festigt das Unternehmen seinen Status als Schweizer Kultmarke.

„Die erneute Auszeichnung mit dem Promarca Brand of the Year ist für uns eine besondere Ehre. Die Studie zeigt, wie eng Dynamik und Vertrauen zusammenspielen. Diese beiden Faktoren gemeinsam prägen die langfristige Relevanz und Glaubwürdigkeit unserer Marke.“

Christoph Zweifel, CEO von Zweifel Chips & Snacks AG

Vom Kaffeesubstitut zur Clubszene: El Tony Mate sichert sich Platz zwei

Den zweiten Platz sichert sich El Tony Mate (intelligentfood Schweiz AG). Der Mate-Pionier in der Schweiz prägt das Nachtleben und ist für viele Menschen zum unverzichtbaren Kaffeesubstitut im Alltag geworden. Mate ist ein traditionelles, von Natur aus koffeinhaltiges Getränk aus Südamerika, das sich in Europa als prickelnde Alternative zu klassischen Energy Drinks und Kaffee positioniert und etabliert hat.

Oatly stürmt aufs Podest

Auf dem dritten Platz folgt der Haferdrink-Pionier Oatly. Pflanzliche Alternativen sind längst kein vorübergehender Trend mehr, sondern fest im Schweizer Alltag und in den Cafés angekommen. Oatly überzeugt dabei mit innovativen Geschmacksvariationen und setzt voll auf den Zeitgeist einer bewussten, zeitgemässen Ernährung. Nach dem letztjährigen Beitritt zu Promarca gelingt der Hafer-Marke ein sensationeller Sprung direkt aufs Podest.

Wissenschaftliche Grundlage: Repräsentative Konsumentenbefragung mit über 6'600 Teilnehmenden

Die wissenschaftliche Grundlage für die Vergabe des Promarca Brand of the Year Awards bildet eine unabhängige Studie von Havas Switzerland, die vom 1. bis zum 24. März 2026 durchgeführt wurde. Im Rahmen der repräsentativen Online-Befragung bewerteten 6'628 Teilnehmende aus der Deutsch- und Westschweiz insgesamt 400 Marken, darunter auch die der Promarca-Mitglieder. Die zwei Hauptpfeiler der Untersuchung sind die wahrgenommene Markendynamik, also ob eine Marke an Beliebtheit gewinnt, sowie die Vertrauenswürdigkeit bezüglich des gehaltenen Leistungsversprechens.

Promarca Tag der Marke: Das Who's Who der Markenwelt

Der Sommer-Signature-Event von Promarca fand dieses Jahr bei der Zweifel Chips & Snacks AG in Spreitenbach statt. Der exklusive Event brachte die führenden Köpfe der Schweizer Markenartikelindustrie, CEOs sowie Entscheidungsträger aus Wirtschaft und Marketing zusammen. Im Zentrum: die Zukunft der Brand Experience und die Frage, wie Marken ihre Zielgruppen sowohl analog als auch digital und in Symbiose nachhaltig begeistern können.

 Logos und Fotos: <https://www.picdrop.com/dariagfeller/oWPEeSucY> (Bildlegenden: siehe Kommentare)

Promarca Brand of the Year 2026: Top Ten der dynamischsten Marken



1.



2.



3.



4.



5.



6.



7.



8.



9.



10.

Über die Havas Brand Predictor 2026 Studie:

Die Brand Predictor Studie von Havas Switzerland ist eine etablierte, repräsentative Markenbefragung, die jährlich die Wahrnehmung von 400 Marken in der Schweiz untersucht, mit besonderem Fokus auf Markendynamik und Vertrauen. Diese beiden Faktoren sind zentrale Indikatoren für die Markenattraktivität und geben Aufschluss über zukünftige Konsumpräferenzen. Der Havas Brand Predictor dient als strategisches Instrument zur Analyse von Trends in der Schweizer Markenlandschaft und ermöglicht vertiefte Einblicke in soziodemografische und psychografische Zielgruppen. Die wahrgenommene Markendynamik wird anhand der Frage gemessen, ob eine Marke an Beliebtheit gewinnt, stagniert oder verliert. Die Vertrauenswürdigkeit basiert auf der Einschätzung, inwieweit eine Marke ihre Leistungsversprechen bislang erfüllt hat. Die Online-Befragung fand im März 2026 bei 6'628 Personen statt und wurde vom Institut YouGov ausgeführt.

Zu Promarca

Promarca, der schweizerische Markenartikelverband, ist seit 1929 die engagierte Stimme der Marken in der Schweiz. Promarca zählt 104 namhafte nationale und internationale Unternehmen zu seinen Mitgliedern. Diese repräsentieren mehr als 2150 Marken. Der Verband setzt sich für die Vertretung der Werte der Marke und für gute Rahmenbedingungen der Markenunternehmen in der Schweiz ein. Mit einem Gesamtumsatz von 14,5 Milliarden Schweizer Franken im Jahr 2025 verzeichnete die Mitglieder des Verbands ein Plus von 0,3 Milliarden Franken im Vergleich zum Vorjahr. Die Mitgliedsunternehmen sichern zudem rund 30'000 Arbeitsplätze in der Schweiz und investieren kontinuierlich in den Wirtschaftsstandort. Damit leistet die Markenartikelindustrie einen bedeutenden Beitrag zur Wettbewerbsfähigkeit und Stabilität des Schweizer Wirtschaftsstandorts.

KONTAKT

Barbara Castegnaro, Director Promarca
Natacha Vallette d'Osia, Public Affairs and Communications Manager

Presseanfragen schriftlich an: kommunikation@promarca.ch

Promarca
Schweizerischer Markenartikelverband
Bahnhofplatz 1
3011 Bern
www.promarca.ch