MEDIENMITTEILUNG
Bern, 5. November 2026

Promarca Innovation Awards 2026: Lindt überzeugt die Konsumenten, Ricola erschliesst eine neue Kategorie

Lindt Les Grandes 24% Noisettes & Salted Caramel gewinnt den Promarca Star of the Year 2026. Fast jede zweite befragte Person zählt die Markenneuheit zu ihren Favoriten. Der Promarca Explorer of the Year geht an Ricola Drink Cubes – eine Innovation, die eine neue Produktkategorie erschliesst. Die Generation Z kürt Rivella Peach Zero zu ihrem Favoriten. Verliehen wurden die Awards am Promarca Forum in Interlaken.

Wie schaffen Marken Relevanz und Nähe in einer zunehmend digitalen und von künstlicher Intelligenz geprägten Welt? Wie verbinden sie physische und digitale Kontaktpunkte zu einem überzeugenden Markenerlebnis? Und was erwarten Konsumentinnen und Konsumenten künftig von starken Marken?

Diesen Fragen widmet sich das Promarca Forum am 5. und 6. November 2026 im Victoria-Jungfrau in Interlaken. Unter dem Jahresthema **«Markenerlebnis: echt analog, intensiv digital»** diskutieren Entscheidungsträgerinnen und Entscheidungsträger der Schweizer Markenartikelindustrie mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft, Politik, Wissenschaft und Gesellschaft. Impulse geben unter anderem Staatssekretär Alexandre Fasel (EDA), Digitalvordenker Sascha Lobo, Markus Obrist (General Manager Red Bull Schweiz), Marc Gläser (CEO und Mitinhaber Stöckli Swiss Sports AG), Livio Dainese, Co-CEO und Co-Owner Wirz Group AG und Handels-Zukunftsforscherin Theresa Schleicher.

Ein Höhepunkt des Promarca Forums ist die neunte Verleihung der **Promarca Innovation Awards**. Die Auszeichnungen würdigen Markeninnovationen aus zwei Perspektiven: Der **Promarca Star of the Year** misst die Resonanz bei Konsumentinnen und Konsumenten. Der **Promarca Explorer of the Year** zeichnet besonders mutige und zukunftsweisende Innovationsansätze aus.

Promarca Star of the Year: Lindt gewinnt mit deutlichem Abstand

Der Promarca Star of the Year zeichnet die erfolgreichste Markenneuheit des Jahres aus. Grundlage bilden die Detailhandelsdaten von NielsenIQ, anhand derer die zwölf umsatzstärksten Neulancierungen von Promarca Mitgliedern ermittelt wurden. Anschliessend wählten 1'013 Konsumentinnen und Konsumenten in einer repräsentativen Befragung ihre Favoriten.

Lindt Les Grandes 24% Noisettes & Salted Caramel setzt sich mit deutlichem Abstand durch: 48 Prozent der Befragten zählen das Produkt zu ihren Favoriten. Die Markenneuheit überzeugt sowohl in der Deutschschweiz als auch in der Romandie. Auf den Plätzen zwei und drei folgen **Haribo Goldbären Die Sauren** mit 39 Prozent und **evian Sparkling** von **Danone** mit 26 Prozent.

Die Befragung zeigt auch, wie gut die diesjährigen Markeninnovationen insgesamt ankommen: 93 Prozent der Befragten fanden unter den zwölf Produkten mindestens einen Favoriten.

Konstantin Eckes, CEO Lindt & Sprüngli (Schweiz) AG: «Wir sind sehr stolz, dass unsere Schweizer Innovation bei den Konsumentinnen und Konsumenten so gut ankommt! Die Les Grandes Neuheit ist ein besonderes Geschmackserlebnis für alle, die feinste Lindt Schokolade mit einem grosszügigen Anteil an gerösteten Haselnüssen und einem Twist von Salted Caramel lieben.»

Promarca Explorer of the Year: Ricola erschliesst eine neue Kategorie

Der Promarca Explorer of the Year zeichnet Marken aus, die bestehende Produktkonzepte hinterfragen und neue Konsumbedürfnisse erschliessen. 2026 geht die Auszeichnung an **Ricola Drink Cubes**. Mit den zuckerfreien Würfeln überträgt Ricola ihre Markenkompetenz aus dem klassischen Bonbonsegment auf eine neue Anwendung: Die Cubes lösen sich in Wasser auf und lassen sich bestehenden Produktkategorien nicht ohne Weiteres zuordnen.

Die unabhängige Expertenjury überzeugten insbesondere der Mut, eine neue Kategorie zu schaffen, die konsequente Weiterentwicklung der Marke und das Potenzial, neue Konsumanlässe zu erschliessen.

Sandra Payer-Schmid, Head Marketing Schweiz: «Mit den Ricola Drink Cubes knüpfen wir an den Ricola-Erfindergeist an und übertragen unsere Kräuterkompetenz in neue Konsumsituationen. Die Auszeichnung als Promarca Explorer of the Year freut uns sehr, weil sie unseren Mut belohnt, in eine neue Kategorie vorzudringen und Wassertrinken neu zu denken.»

Auf Rang zwei folgt **Colgate Max White Purple Serum** von **GABA**, auf Rang drei **NESCAFÉ Espresso Concentrate** von **Nestlé**.

Generation Z kürt Rivella Peach Zero zu ihrem Favoriten

Beim Promarca Explorer of the Year hat auch die nächste Konsumentengeneration eine Stimme: Zwei Jugendliche aus einer Maturaklasse mit Schwerpunktfach Wirtschaft und Recht des Gymnasiums Kirchenfeld in Bern gehören der Fachjury an. Darüber hinaus bewertet die gesamte Klasse die nominierten Innovationen und kürt ihren eigenen Favoriten.

Ihr klarer Favorit 2026 ist **Rivella Peach Zero**. Besonders überzeugten das Aroma, die Dose und die auf die Generation Z abgestimmte Kampagne. Die Wahl zeigt, welche Markeninnovation bei jungen Konsumentinnen und Konsumenten besonders gut ankommt.

Barbara Castegnaro, Director Promarca: «Starke Marken bleiben relevant, wenn sie ihrem Markenkern konsequent treu bleiben, ihre Konsumentinnen und Konsumenten verstehen und einen festen Platz in deren Alltag finden. Innovation ist dabei ebenso eine Pflichtdisziplin wie die Fähigkeit, jüngere Zielgruppen zu begeistern und für die Marke zu gewinnen.»

PROMARCA FORUM™

Rangliste Promarca Star of the Year 2026

Rang	Produkt	Anteil Befragte*
1.	**Lindt Les Grandes 24% Noisettes & Salted Caramel**	**48 %**
2.	**Haribo Goldbären Die Sauren**	**39 %**
3.	**evian Sparkling**	**26 %**
4.	El Tony Mate Zero	22 %
5.	Trü Frü Nature's Strawberries	20 %
6.	Feldschlösschen Helvetic Schweizer Helles	17 %
7.	Emmi MATCHA LATTE	17 %
8.	Rimuss Mocktail Virgin Spritz 0%	15 %
9.	Finish Ultra Plus Citrus Edition	15 %
10.	L'Oréal Elseve Glycolic Gloss Spiegelglanz Shampoo	12 %
11.	Purina One Hydralife	9 %
12.	Nivea Cellular Epigenetics Verjüngendes Serum	8 %

* Mehrfachauswahl: bis zu drei Favoriten pro Person. Befragung NIQ eBUS (powered by GfK), online, 27. August bis 1. September 2026. 1'013 Personen im Alter von 16 bis 74 Jahren in der Deutsch- und Westschweiz, quotiert nach Geschlecht, Alter und Sprachregion. Vorauswahl: die zwölf umsatzstärksten Neulancierungen von Promarca Mitgliedern gemäss Detailhandelspanel NielsenIQ.

PROMARCA FORUM™

Promarca Explorer of the Year 2026 (total 23 Bewerbungen)

Rang	Einreichung	Mitglied
Top 3		
1	**Ricola Drink Cubes**	Ricola Group AG
2	**Colgate Max White Purple Serum**	GABA Schweiz AG
3	**NESCAFÉ Espresso Concentrate**	Nestlé Suisse S.A.
Weitere Top-10-Innovationen *(in alphabetischer Reihenfolge)*		
-	elmex® Sensitive Professional repair & prevent sanftes weiss	GABA Schweiz AG
-	Emmi MATCHA LATTE	Emmi Schweiz AG
-	evian Sparkling	Danone Schweiz AG
-	Lotus Biscoff Ice Cream Sandwich	Froneri Switzerland S.A.
-	Nestlé I love Kefir	Lactalis Nestlé Frischprodukte Schweiz AG
-	Rivella Peach Zero	Rivella AG
-	Zweifel VAYA Nuts & Fruit	Zweifel Chips & Snacks AG

Expertenjury Promarca Explorer:

PROF. DR. CHRISTOPH WECHT, Rektor New Design University und Partner Seconds AG;
DOMINIQUE LOCHER, Unternehmer & Digitalpionier;
DR. GIANLUCA SCHEIDEGGER, Senior Researcher Gottlieb Duttweiler Institute (GDI),
STEFAN VOGLER, Markenexperte.ch und Dozent & Studiengangsleiter HWZ Hochschule für Wirtschaft Zürich,
PAULINE NIEDAN & NOAH KREBS, VERTRETER DER GENERATION Z, Maturaklasse Schwerpunktfach Wirtschaft und Recht, Gymnasium Kirchenfeld Bern

Zu Promarca

Promarca, der schweizerische Markenartikelverband, ist seit 1929 die engagierte Stimme der Marken in der Schweiz. Promarca zählt 105 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 verzeichneten 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
Nathalie von Dach, Manager Office & Events
Presseanfragen schriftlich an: kommunikation@promarca.ch

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

Fotos der Preisverleihung: https://www.picdrop.com/dariagfeller/5F8sDKMdn1

Bildlegenden: siehe Kommentare in Picdrop