

---

## **Gerolsteiner Brunnen mit erneutem Umsatz-Plus**

### **Wachstum durch Qualitätsstrategie und Fokus auf Verbraucherwünsche / Standortinvestitionen sichern Zukunft / Gebindevielfalt sorgt für neue Impulse**

**Gerolstein, 13. Februar 2018.** Der Gerolsteiner Brunnen blickt auf ein zufriedenstellendes Geschäftsjahr 2017 zurück, sowohl auf Umsatz- als auch auf Absatzbasis wuchs der Mineralbrunnen stärker als der Gesamtmarkt der alkoholfreien Getränke (Nielsen, per Dezember 2017). Die Mineralwässer und mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränke des Unternehmens aus der Vulkaneifel konnten sich im Gesamt-Nettoumsatz um 3,5 Prozent auf 286,3 Mio. Euro steigern. Der Gesamtabsatz wuchs mit einem leichten Plus auf 7,55 Mio. Hektoliter. Im Bereich Mineralwasser baut Gerolsteiner seine Marktstellung weiter aus: Während der Gesamtmarkt mit 1,3 Prozent ein leichtes Umsatzwachstum verzeichnet, entwickelt sich Gerolsteiner mit 2,8 Prozent überproportional (Nielsen, per Dezember 2017).

„Mit unserem konsequenten Fokus auf Qualität und Innovation sind wir auch 2017 erfolgreich auf die Bedürfnisse und Erwartungen unserer Kunden eingegangen“, sagt Robert Mähler, Vorsitzender der Geschäftsführung der Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG. „Die Qualitätskampagne „Wasser mit Stern“ und das Angebot einer verbrauchergerechten Vielfalt an Gebinden setzen neue Impulse und unterstützen die nationale Distribution unserer Produkte. Dadurch schaffen wir die Basis, unsere Marktführerschaft auch für die Zukunft weiter auszubauen.“

Insgesamt bleibt der deutsche Mineral- und Heilwassermarkt 2017 laut dem Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM) auf einem stabil hohen Niveau. Der Gesamtabsatz der Branche von 11,3 Milliarden Litern und ein Pro-Kopf-Verbrauch von Mineral- und Heilwasser von knapp 148 Litern unterstreichen den anhaltenden Wunsch der Verbraucher nach dem Naturprodukt Mineralwasser.

### **Trend zu Glas-Mehrweg und PET-Einweg hält an**

Entsprechend den unterschiedlichen Verpackungsvorlieben und mit Blick auf das breite Spektrum an Konsumsituationen bietet Gerolsteiner sein Mineralwasser sowohl in Glas als auch in PET und sowohl in Mehrweg- als auch in Einwegflaschen verschiedener Größen an. Der Fokus liegt dabei weiterhin auf Mehrweg: Bei Gerolsteiner machen Mehrweggebilde

70 Prozent des Absatzes aus. Da viele Verbraucher ihr Mineralwasser gerne auch unterwegs dabei haben, hat Gerolsteiner für sein Mineralwasser im Oktober 2017 eine neue 0,33-Liter PET-Einwegflasche eingeführt und das 0,5-Liter-PET-Einweggebinde einem Relaunch unterzogen. Neben PET-Einweggebinden war wie in den Vorjahren die Gerolsteiner 1,0-Liter-Glas-Mehrwegflasche ein Wachstumstreiber. Das moderne Gebinde entspricht dem zunehmenden Konsumentenbedürfnis nach Individualisierung. Die 2016 von Gerolsteiner neu eingeführte 1,0-Liter-PET-Mehrwegflasche im 6er-Kasten hat ein gutes Distributionsniveau erreicht. An diese positive Entwicklung will Gerolsteiner 2018 anknüpfen.

Auf Produktseite förderten vor allem Gerolsteiner Naturell (Absatz +7 Prozent) und Gerolsteiner Medium (Absatz +1,2 Prozent) das Wachstum. Das 2016 eingeführte Gerolsteiner Heilwasser konnte sich erfolgreich unter den Top-Heilwassermarken etablieren. Im Segment der mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränke lag der Absatz leicht über dem Vorjahresniveau – besonders stark entwickelten sich Gerolsteiner Apfelschorle, Gerolsteiner Plus und die Gerolsteiner Limonaden. Im für das Unternehmen wichtigen Vertriebskanal Gastronomie konnte Gerolsteiner ein Absatzwachstum von 3,1 Prozent erzielen und damit seine Marktführerschaft im Außer-Haus-Markt weiter ausbauen.

Eine erfreuliche Entwicklung kann der Gerolsteiner Brunnen 2017 auch beim Export verzeichnen. Hier spielte das Geschäft in den Benelux-Staaten, den USA, Südkorea und Russland eine treibende Rolle.

### **Ausblick 2018: Standorterweiterungen im Rahmen der Qualitätsstrategie / Digitalisierungsstrategie stärkt Zukunftsfähigkeit / Neue Erfrischungsgetränke**

Die Investitionen am Standort wurden 2017 fortgeführt, sodass die Infrastruktur weiter gestärkt werden konnte. „Im vergangenen Jahr haben wir mit dem Bau einer neuen Mehrweghalle begonnen, die Lager- und Produktionskapazität für unsere Mehrwegprodukte erweitert und die Weichen für ein hochmodernes Yardmanagement gestellt. Dass wir die Infrastruktur weiter modernisieren, zahlt auch in diesem Jahr auf unsere Qualitätsstrategie ein und ermöglicht mehr Flexibilität und Effizienz in Produktion und Logistik. Wir tragen damit der wachsenden Nachfrage und den gestiegenen Bedarfen Rechnung“, so Ulrich Rust, Geschäftsführer Technik und Logistik.

Der Mineralbrunnen hat sich außerdem im Rahmen einer 2017 entwickelten Digitalisierungsstrategie zum Ziel gesetzt, die Möglichkeiten der Digitalisierung konsequent zu nutzen, um den Konsumenten noch deutlicher als bisher in den Mittelpunkt aller unternehmerischen Prozesse zu rücken. Eine anzustrebende Vorreiterrolle in diesem Bereich sieht das Unternehmen in der Branche als wesentlichen Beitrag zur Stärkung der Wettbewerbs- und Zukunftsfähigkeit.

Akzente setzt der Gerolsteiner Brunnen im Jahr 2018 zudem mit neuen Produkten im Bereich mineralwasserbasierte Erfrischungsgetränke. Mit der Gerolsteiner Mannschaftspulle als Limited Edition in den Geschmacksrichtungen Limette, Apfel-Mango und Mandarine begleitet der Mineralbrunnen ab Ende Mai die Fußball Weltmeisterschaft. Für den Herbst kündigt Gerolsteiner eine neue Produktrange an. Beide Markteinführungen werden durch reichweitenstarke Kampagnen in TV und Social Media unterstützt. Ende Februar bekommt Gerolsteiner Linée mit der neuen Sorte Passionsfrucht-Orangenblüte Zuwachs. Zeitgleich wird die Range Gerolsteiner Moment dauerhaft um die Variation Rooibostee & Mango ergänzt.

Aktuell beschäftigt das Traditionsunternehmen aus der Vulkaneifel 806 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter, 51 davon sind Auszubildende.

**Weitere Informationen sowie die Presseinformation und Bilder zum Download:**

<https://www.gerolsteiner.de/de/meldungen/>

#### **Über den Gerolsteiner Brunnen:**

Die Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG ist Anbieter der meist gekauften Mineralwassermarke auf dem deutschen Markt und größter Mineralwasser-Exporteur der deutschen Mineralwasserbranche mit Schwerpunkt Nordamerika, Asien und den Beneluxländern. Derzeit arbeiten beim Gerolsteiner Brunnen 806 Mitarbeiter, 51 davon sind Auszubildende. Bekannt ist die Marke mit Stern für die kohlenensäurehaltigen Mineralwässer Gerolsteiner Sprudel und Gerolsteiner Medium sowie das stille Mineralwasser Gerolsteiner Naturell. Zum Produktportfolio gehören weiterhin das Gerolsteiner Heilwasser, das Heilwasser St. Gero sowie Erfrischungsgetränke auf Mineralwasserbasis. Anteilseigner der Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG sind die Bitburger Holding GmbH (51%) sowie die Buse KSW GmbH & Co. (32%). Die übrigen Anteile befinden sich in privatem Streubesitz.

#### **Für Rückfragen:**

Heike Görres  
Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG  
Leiterin Unternehmenskommunikation/Unternehmenssprecherin  
Telefon: +49 6591 14 237  
Email: [heike.goerres@gerolsteiner.com](mailto:heike.goerres@gerolsteiner.com)

Simone Licht  
Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG  
Unternehmenskommunikation  
Telefon: +49 6591 14 513  
Email: [simone.licht@gerolsteiner.com](mailto:simone.licht@gerolsteiner.com)