

## **Gerolsteiner setzt Wachstumskurs fort**

### **Sommerliche Absatzspitzen gut gemeistert / neue TV-Spots und Markenauftritt**

**Gerolstein, 11. September 2018.** Der Gerolsteiner Brunnen setzte in den ersten sieben Monaten des Jahres seine positive Geschäftsentwicklung fort. Der Gesamtabsatz an Mineralwasser und mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränken wuchs mit einem Plus von 4,7 Prozent auf 4,8 Mio. Hektoliter. Seinen Gesamt-Nettoumsatz steigerte das Unternehmen aus der Vulkaneifel um 6,1 Prozent auf 182,6 Mio. Euro. Seine Marktstellung im Bereich Mineralwasser baute Gerolsteiner damit weiter aus: Während der Gesamtmarkt ein Umsatzwachstum von 4,0 Prozent verzeichnete, entwickelte sich Gerolsteiner mit 7,3 Prozent überproportional (Nielsen, per Juli 2018). Seinen Marktanteil unter den kohlenensäurehaltigen Mineralwässern im Preissegment ab 0,40 Euro per Liter konnte Gerolsteiner ebenfalls ausweiten (21 Prozent, Nielsen, per Juli 2018).

„Mit unserem Angebot an qualitativ hochwertigen Mineralwasserprodukten orientieren wir uns konsequent an den Wünschen unserer Kunden und Konsumenten und konnten unsere Marktführerschaft festigen“, sagt Joachim Schwarz, kaufmännischer Geschäftsführer der Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG.

### **Trend zu Mineralwasser hält an / Lieferfähigkeit trotz Absatzspitzen gewährleistet**

Auf Produktseite förderte vor allem Gerolsteiner Mineralwasser das Wachstum. Alle drei Sorten (Sprudel, Medium, Naturell) legten im Absatz zu, besonders starke Zuwächse verzeichnete das stille Mineralwasser Gerolsteiner Naturell (Absatz +16,9 Prozent). Das 2016 eingeführte Gerolsteiner Heilwasser hat sich unter den Top-Heilwassermarken etabliert. Der Absatz stieg verglichen mit dem Vorjahreszeitraum um 23,2 Prozent. Auch im Segment der mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränke lag das Ergebnis leicht über dem Vorjahresniveau (Absatz +1,2 Prozent) – besonders stark entwickelte sich die Gerolsteiner Apfelschorle.

Als ein entscheidender Erfolgsfaktor für den Mineralbrunnen aus der Vulkaneifel bestätigt sich die Gebindevielfalt: Gerolsteiner bietet sein Mineralwasser passend zu den verschiedenen Konsumsituationen in Mehrweggebinden aus Glas und PET, aber auch in PET-Einwegflaschen an. Wie in den Vorjahren ist auch 2018 neben den Einweggebinden (Absatz +12,9 Prozent) die Gerolsteiner 1,0-Liter-Glas-Mehrwegflasche Wachstumstreiber

(Absatz +12,2 Prozent), aber auch bei PET-Mehrweg kann Gerolsteiner sowohl für seinen 12 x 1,0-Liter-Kasten als auch für den 2016 neu eingeführten 6 x 1,0 Liter-Kasten ein deutliches Plus verbuchen. 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.

„Die anhaltend hohen Temperaturen und die damit einhergehenden Absatzspitzen stellten uns vor Herausforderungen: Dank der großen Anstrengungen unserer Mitarbeiter in Produktion und Logistik ist es uns jedoch gelungen, unsere Lieferfähigkeit bei unseren Mineralwasser-Produkten zu gewährleisten“, so Ulrich Rust, Geschäftsführer Technik und Logistik des Gerolsteiner Brunnen.

Eine erfreuliche Entwicklung konnte der Gerolsteiner Brunnen in den ersten sieben Monaten 2018 auch beim Export verzeichnen. Hier spielte das Geschäft in den Benelux-Staaten, den USA und Südkorea eine treibende Rolle. Das Gerolsteiner Engagement in Japan ist weiterhin wettbewerbsbedingt unter Druck.

### **Erfrischend inszeniert: Gerolsteiner mit neuem Markenauftritt und TV-Spots**

Seit August zeigt sich der Mineralbrunnen aus der Vulkaneifel auf allen relevanten TV-Sendern in einer modernen Bildwelt. Im Mittelpunkt stehen die Inszenierung des Erfrischungsmoments sowie die Herkunft des Mineralwassers aus der Vulkaneifel und die besondere Mineralisierung. „Die Kampagne mit insgesamt drei neuen Spots verleiht der Marke moderne Impulse und macht den Erfrischungsmoment intensiv erlebbar“, erklärt Marcus Macioszek, Leiter Marketing. Verlängert wird die Werbe-Offensive durch eine breit angelegte Social Media Kampagne. Das Unternehmen hat zudem sein Logo – den Gerolsteiner Stern und die Wortmarke – sowie das Etikettendesign im Zuge der Neugestaltung weiterentwickelt.

### **Standorterweiterungen im Rahmen der Qualitätsstrategie**

Die Investitionen am Standort wurden auch 2018 fortgeführt, so dass die Infrastruktur weiter gestärkt werden konnte. „In diesem Jahr haben wir mit einer neuen Abfüllhalle für Glas-Mehrweg, einer neuen Anlage für Einweg-Gebinde sowie einer neuen Lagerhalle unsere Produktions- und Lagerkapazität erweitert. Der Bau eines LKW-Parkplatzes mit 40 Stellplätzen ergänzt unser modernisiertes Yardmanagement. Wir tragen damit der wachsenden Nachfrage und den gestiegenen Bedarfen Rechnung“, so Ulrich Rust, Geschäftsführer Technik und Logistik.

**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 830 Mitarbeiter, 51 davon sind Auszubildende. Bekannt ist die Marke mit Stern für die kohlenstoffhaltigen 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)