

---

### **Gerolsteiner Brunnen verzeichnet Umsatz- und Absatzplus**

#### **Qualitätsstrategie und heißer Sommer sorgen für Nachfrage / Neuprodukte Kräuterwasser und Apfel-Limonade ab Frühjahr 2019 / TV-Kampagne verlängert über Online und Social Media**

**Gerolstein, 13. Februar 2019.** Der Gerolsteiner Brunnen blickt auf ein zufriedenstellendes Geschäftsjahr zurück. Der Gesamt-Nettoumsatz von Mineralwasser und mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränken konnte um 7,8 Prozent auf 308,7 Mio. Euro gesteigert werden. Der Gesamtabsatz erhöhte sich auf 8,04 Mio. Hektoliter. Gegenüber dem Vorjahr entspricht dies einer Steigerung von 6,5 Prozent. Seine Marktführerschaft unter den kohlenensäurehaltigen Mineralwässern konnte Gerolsteiner im Preissegment ab 0,40 € pro Liter mit einem Marktanteil von 20,9 Prozent leicht ausbauen (Nielsen, per Dezember 2018; 2017: 20,07 Prozent).

„Für die positive Entwicklung 2018 sehe ich insbesondere zwei Gründe“, sagt Joachim Schwarz, kaufmännischer Geschäftsführer der Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG.: „Zum einen zahlt sich unsere Strategie aus, konsequent auf hohe Qualität und die Orientierung an den Verbrauchervünschen zu setzen. Zum anderen arbeiten wir daran, unsere Marke mit Social Media-Kampagnen wie „Dein Jahresstart“ und der „Gerolsteiner Wasserwoche“ für unsere Konsumenten noch erlebbarer zu machen.“ Das Wachstum 2018 sei laut Schwarz aber auch auf den weit überdurchschnittlichen Sommer im vergangenen Jahr zurückzuführen. „Zwar ist Mineralwasser ein Ganzjahresprodukt, aber natürlich merken wir bei anhaltend schönem Sommerwetter schnell Absatzspitzen. Wir haben unsere Prozesse so organisiert, dass wir trotz der gesteigerten Nachfrage die Lieferfähigkeit für unsere Mineralwasserprodukte gewährleisten konnten.“

#### **Wachstum über dem Branchendurchschnitt**

2018 hat sich das Preissegment ab 0,40 € pro Liter über alle Verpackungsarten hinweg positiv entwickelt, besonders bei PET-Einweg und Glas-Mehrweg. Die strategische Ausrichtung des Unternehmens aus der Vulkaneifel entspricht dem steigenden Qualitäts- und Gesundheitsbewusstsein der Verbraucher. Zwar dominieren Niedrigpreissegmente weiterhin den Wassermarkt, deren Anteile sind jedoch anhaltend rückläufig.

Produktseitig getragen wurde das Wachstum von allen drei Mineralwasservarianten – sowohl das stille Mineralwasser Gerolsteiner Naturell (Absatz +17,8 Prozent) als auch Gerolsteiner Medium (Absatz +4 Prozent) und Gerolsteiner Sprudel (Absatz +6 Prozent) wurden deutlich stärker nachgefragt. Die steile Absatzkurve, die das Gerolsteiner Heilwasser seit der Markteinführung 2016 hingelegt hat, setzte sich auch im abgelaufenen Geschäftsjahr mit einem Plus von 27 Prozent fort.

Ebenfalls positiv entwickelte sich das Gastronomie-Geschäft (+6,1 Prozent). Im Segment der mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränke verzeichnet Gerolsteiner für 2018 ein Absatzplus von 2,8 Prozent. Wachstumstreiber beim Export (+4,5 Prozent) waren insbesondere Südkorea, Nordamerika und die Benelux-Staaten.

### **Ausblick: Weiter hohe Investitionen in den Standort / Innovationen bei den Erfrischungsgetränken**

2018 hat der Gerolsteiner Brunnen wieder umfassend in seinen Standort investiert. Um der wachsenden Nachfrage Rechnung zu tragen, hat das Unternehmen den Bau einer neuen Abfüllhalle für Glas-Mehrweg sowie einer Glas-Mehrweg-Abfülllinie abgeschlossen. Im Bau befindlich ist eine neue Anlage für Einweg-Gebinde und eine neue Lagerhalle. Der neue LKW-Parkplatz mit 40 Stellplätzen ergänzt das bereits modernisierte Yard Management. Für das laufende Geschäftsjahr sind weitere Investitionen vorgesehen, unter anderem die Errichtung neuer Füllanlagen.

Produktseitig setzt Gerolsteiner 2019 durch mehrere Neueinführungen Impulse: Im März bringt der Mineralbrunnen die „Gerolsteiner Apfel-Limonade“ auf den Markt, ab Mai folgt als neue Subbrand „Gerolsteiner Kräuterwasser“. Mit den Sorten Ingwer-Zitronengras, Mirabelle-Melisse und Apfel-Melisse-Lavendel spricht Gerolsteiner vor allem jüngere Verbraucher an, die sich für eine natürliche und ausgewogene Ernährung interessieren. Zeitgleich strukturiert Gerolsteiner sein Portfolio an mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränken neu: „Gerolsteiner Fit“, „Gerolsteiner Leicht & Fruchtig“ sowie „Gerolsteiner Linée“ werden im Frühjahr 2019 zur neuen Subbrand „Gerolsteiner und Frucht“ zusammengefasst.

Schon 2018 hat Gerolsteiner mit seinen neuen TV-Spots für Aufmerksamkeit gesorgt, die den Erfrischungsmoment inszenieren und die Herkunft aus der Vulkaneifel sowie die hohe Mineralisierung als Merkmale des Gerolsteiner Mineralwassers betonen. Um neue, insbesondere junge Zielgruppen zu erreichen, wird die TV-Kampagne online und auf Social Media verlängert.

### **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 840 Mitarbeiter, 54 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)