

### **Trotz Corona-Pandemie: Gerolsteiner Brunnen setzt Qualitäts- und Nachhaltigkeitskurs konsequent fort**

**Klimaneutral entlang der gesamten Wertschöpfungskette / Ausbau der Marktführerschaft / Corona-bedingte Rückgänge im Gastronomiegeschäft / Weiterentwicklung Markenpositionierung: Fokus auf Kraft, Herkunft und Natürlichkeit des Mineralwassers**

**Gerolstein, 8. September 2020.** Der Gerolsteiner Brunnen hat in den ersten sieben Monaten 2020 die Marktführerschaft unter den Markenmineralwässern ausgebaut: Der umsatzbezogene Marktanteil von Gerolsteiner am gesamten Mineralwassermarkt stieg im Vergleich zum Vorjahr von 9,1 % auf 9,4 %; auch in allen Teilsegmenten, vor allem bei stillem und Medium-Mineralwasser kann Gerolsteiner Marktanteile gewinnen (Quelle: Nielsen). Trotz der weltweiten Corona-Pandemie ist es dem Mineralbrunnen aus der Vulkaneifel gelungen, seine strategischen Ziele entschlossen weiter zu verfolgen. „Wir haben nicht nur unsere Markenpositionierung entscheidend weiterentwickelt, sondern auch bei unserem Nachhaltigkeitsengagement wichtige Meilensteine erreicht“, erklärt Roel Annega, Vorsitzender der Geschäftsführung des Gerolsteiner Brunnen.

„Die Geschäftsentwicklung im bisherigen Jahresverlauf ist aufgrund der Corona-Pandemie mit den Vorjahren schwer vergleichbar, sie bleibt wie im gesamten Mineralwassermarkt unter Vorjahresniveau. Zurückzuführen ist diese Entwicklung insbesondere darauf, dass durch den Lockdown sowohl unser Gastronomiegeschäft als auch das internationale Geschäft stark gelitten haben.“ Von Januar bis Juli verzeichnet der Mineralbrunnen einen Absatz von 4,4 Mio. Hektolitern (-5,7 %) sowie einen Gesamt-Nettoumsatz von 170,1 Mio. Euro (-7,3 %). „Während der Absatz in Haushaltsgebinden stabil bleibt, waren in der Gastronomie deutliche Rückgänge zu verzeichnen. Besonders hoch ist die Nachfrage nach unserem Glas-Mehrweg-Sortiment (+8 %), Impulsgeber für dieses Wachstum sind die Gerolsteiner Glas-Individualgebinde. Unsere Position als absatz- und umsatzstärkster Anbieter bei Glas- und PET-Mehrweg konnten wir laut Nielsen Handelspanel erfolgreich behaupten“, so Annega. Der Mehrweganteil am Gerolsteiner Absatz wächst und liegt jetzt bei 67 %. Um seine Beschäftigten bestmöglich zu schützen, hat Gerolsteiner schon frühzeitig umfangreiche Maßnahmen ergriffen, ein ganzheitliches Hygienekonzept erarbeitet und für die Mitarbeitenden in der Verwaltung die Arbeit aus dem Homeoffice ermöglicht.

## **Meilenstein erreicht: Klimaneutral entlang der gesamten Wertschöpfungskette**

Das Traditionsunternehmen aus der Vulkaneifel hat im Rahmen seiner Klimaschutzstrategie weitere Meilensteine erreicht: Seit 2020 ist Gerolsteiner entlang der gesamten Wertschöpfungskette klimaneutral und bekennt sich mit ambitionierten CO<sub>2</sub>-Reduktionszielen als erster deutscher Mineralbrunnen zum 1,5-Grad-Ziel der internationalen Klimapolitik. Auch die langjährige Kooperation mit Landesforsten Rheinland-Pfalz für klimastabile Wälder in der Eifel wird fortgesetzt und ausgebaut. Allein in diesem Jahr werden im „Gerolsteiner Zukunftswald“ knapp 40.000 Setzlinge gepflanzt, jährlich kommen weitere Bäume hinzu.

## **Frischer Markenauftritt: Echte Kraft kommt aus der Natur**

Soeben gestartet ist eine Kampagne zur Weiterentwicklung der Markenpositionierung, mit der sich das Gerolsteiner Mineralwasser in einem sehr herausfordernden Marktumfeld abgrenzt. „Unser Alleinstellungsmerkmal ist seit jeher die hohe Mineralisierung des Gerolsteiner Mineralwassers“, beschreibt Roel Annega. „Diese Besonderheit, die Natürlichkeit der Produkte, ihren Ursprung in der Vulkaneifel und ihre vitalisierende Wirkung stellen wir nun noch stärker in den Vordergrund.“ Der Kern der neuen Kampagne sind deshalb die Gerolsteiner Werte – 1.816 mg Hydrogencarbonat, 348 mg Calcium und 108 mg Magnesium je Liter in Gerolsteiner Sprudel und Medium.

## **Fruchtbare Impulse: Produktinnovationen am POS**

In Sachen Sortiment und Produkte bleibt der Gerolsteiner Brunnen ebenfalls in Bewegung und setzt stetig neue Impulse. Der Mineralbrunnen hat seinen Innovationsprozess neu ausgerichtet, um noch agiler zu sein und den Verbrauchern Vielfalt am POS zu bieten – zum Beispiel mit Sommerlimonaden in drei Geschmacksrichtungen sowie drei sortenreinen Apfelschorlen, die im Herbst erscheinen. Über das gesamte Jahr hinweg gibt es zudem attraktive limitierte Sondereditionen zu besonderen Anlässen.

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

Die Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG ist Anbieter der meist gekauften Mineralwassermarke auf dem deutschen Markt und europäischer Marktführer unter den kohlenstoffhaltigen Mineralwässern. Derzeit arbeiten beim Gerolsteiner Brunnen 881 Mitarbeiter, 53 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 Unternehmensgruppe (51 %) sowie die Buse KSW GmbH & Co. (32 %). Die übrigen Anteile befinden sich in privatem Streubesitz.

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

**Gerolsteiner Presseteam**

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