

## **Gerolsteiner Brunnen: Gut gerüstet in einem sich verändernden Markt**

### **Ausbau von Erfrischungsgetränken / Fortführung der ambitionierten Nachhaltigkeitsziele / Bilanz 2020: Marktführerschaft bei Mineralwasser ausgebaut**

**Gerolstein, 10. Februar 2021.** Der Gerolsteiner Brunnen ist mit viel Schwung ins Jahr 2021 gestartet. Mit der konsequenten Verfolgung seiner Nachhaltigkeitsstrategie, der 2020 neu aufgesetzten Markenpositionierung sowie frischen Ideen für neue Produktkonzepte sieht sich das Unternehmen aus der Vulkaneifel für die Herausforderungen eines sich verändernden Marktes gut gerüstet. Im Fokus der Aktivitäten des aktuellen Geschäftsjahres stehen der Ausbau der Marktführerschaft unter den Markenmineralwässern sowie die Stärkung des Segments Erfrischungsgetränke. „Der Markt ist in Bewegung, und die sich daraus ergebenden Chancen wollen wir nutzen“, sagt Roel Annega, Vorsitzender der Geschäftsführung.

Ungeachtet der Auswirkungen der Corona-Pandemie, vor allem auf das Gastronomiegeschäft und den Out-of-Home-Markt, ist es dem Unternehmen gelungen, den Absatz mit 7,6 Mio. Hektolitern annähernd auf Vorjahresniveau zu halten (-1,9 %). Ein Grund dafür war unter anderem das starke Wachstum im Glas-Mehrweg-Sortiment (+11,7 % zum Vorjahr), das im vergangenen Jahr um ein neues 0,75 l-Individualgebilde erweitert wurde. Der Nettoumsatz des Gerolsteiner Brunnen lag im Jahr 2020 bei 292 Mio. Euro (-3,3 %). „Die Bilanz zeigt, dass wir durch frühzeitiges Handeln und eine große gemeinsame Kraftanstrengung verhältnismäßig gut durch dieses besondere Jahr gekommen sind. Wir haben unsere Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter geschützt und als systemrelevanter Lebensmittelhersteller zugleich die Lieferfähigkeit unserer Produkte sichergestellt“, so Annega.

### **„Echte Kraft kommt aus der Natur“ – klare Markenpositionierung**

Beim Kerngeschäft Mineralwasser hat der Gerolsteiner Brunnen seine Marktführerschaft im vergangenen Jahr ausgebaut und liegt mit einem Umsatz-Marktanteil von 9,4 % (2019:

9,2%) weiter unangefochten an der Spitze der Markenmineralwässer in Deutschland (Quelle: Nielsen). Als Erfolgsgarant bestätigt sich auch 2020 die Gebindevielfalt von Gerolsteiner, mit der alle Käufergruppen optimal bedient werden können: Gerolsteiner ist absatz- und umsatzstärkster Anbieter bei Glas- sowie PET-Mehrweg, der Mehrweganteil lag 2020 bei 67 %. Durchstarten will Gerolsteiner 2021 mit der im vergangenen Jahr überarbeiteten Markenpositionierung. Hinter der Botschaft „Echte Kraft kommt aus der Natur“ steht eine klare Fokussierung auf die hohe Mineralisierung des Gerolsteiner Mineralwassers.

### **Großes Innovationspotenzial bei Erfrischungsgetränken**

Ein weiterer Grund für die positive Geschäftsentwicklung im vergangenen Jahr sind die starken Impulse durch Saisonartikel bei den Erfrischungsgetränken. Roel Annega: „Wir sehen noch großes Potenzial bei den Erfrischungsgetränken, die wir zukünftig gezielt ausbauen werden.“ Ab Juli sind fünf Klassiker aus dem Gerolsteiner Erfrischungsgetränkessortiment erstmals in der 0,75 l-Glas-Mehrwegflasche erhältlich, bereits seit Januar gibt es zwei „Leichte Schorlen“ in den Sorten Apfel und Apfel-Kirsche. Weitere Neueinführungen folgen im Laufe des Jahres.

### **Nachhaltigkeit: Erhöhung des Recycling-PET-Anteils bei Einwegflaschen auf 75 %**

Auch im Corona-Jahr hat Gerolsteiner seine ambitionierten Nachhaltigkeitsziele konsequent umgesetzt. Seit 2020 ist das Unternehmen am Standort und entlang der gesamten Wertschöpfungskette klimaneutral (Scope 1 bis 3). Das Unternehmen bekennt sich als erster deutscher Mineralbrunnen zum 1,5-Grad-Ziel der internationalen Klimaschutzpolitik, nach dem der globale Temperaturanstieg durch den Treibhauseffekt bis 2030 auf maximal 1,5 Grad C beschränkt werden soll. Ein elementarer Bestandteil der Nachhaltigkeitsstrategie ist der Gerolsteiner Zukunftswald – ein lokales Aufforstungsprojekt in Kooperation mit den Landesforsten Rheinland-Pfalz, bei dem das Unternehmen seit 2013 in der Region rund um Gerolstein bereits 85.000 neue Bäume gepflanzt hat. „Neben der konsequenten Fortführung unseres Klimaengagements mit ambitionierten Reduktionszielen stehen in diesem Jahr die Erhöhung des Recycling-PET-Anteils bei Einwegflaschen von 50 % auf 75 % sowie der Einsatz für geschlossene Verpackungskreisläufe auf unserer Nachhaltigkeitsagenda“, stellt Roel Annega heraus.

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

Die Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG ist Anbieter der meistgekauften Mineralwassermarke auf dem deutschen Markt. Derzeit arbeiten beim Gerolsteiner Brunnen 880 Mitarbeiter, 53 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 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**

**Jacqueline Schneider**

Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG  
Leiterin Unternehmenskommunikation  
Telefon: 06591 14 348  
E-Mail: [jacqueline.schneider@gerolsteiner.com](mailto:jacqueline.schneider@gerolsteiner.com)

**Kontakt regionale/überregionale Medien**

**Christian Wolfram**

Telefon 089 893563-3  
E-Mail: [gerolsteiner@engel-zimmermann.de](mailto:gerolsteiner@engel-zimmermann.de)

**Kontakt Fachmedien**

**Anke Gebhardt-Pielen**

Telefon: 02225 8886791  
E-Mail: [pr@gebhardt-pielen.de](mailto:pr@gebhardt-pielen.de)