



Unternehmensporträt Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG

Stand: 02/2021

Auf der Suche nach Kohlensäure – einem heute wie damals begehrten Rohstoff – stieß der Bergwerksdirektor Wilhelm Castendyck 1888 in Gerolstein auf eine Mineralwasserquelle. Analysen bestätigten dem Wasser eine besondere Qualität. Grund genug für Castendyck, die Gerolsteiner Sprudel GmbH zu gründen – ohne zu ahnen, dass sich unser Mineralwasser aus der Vulkaneifel zur meist gekauften Mineralwassermarke Deutschlands entwickeln würde.

Die Marke mit dem Stern

Die Marke mit dem roten Stern und dem Löwenwappen steht auch heute noch insbesondere für kohlenstoffhaltiges Mineralwasser: Gerolsteiner Sprudel und Gerolsteiner Medium sind in Deutschland mit Abstand die Nr. 1 in ihren Segmenten. Auch Gerolsteiner Naturell liegt im deutschen Markt inzwischen auf Rang drei unter den stillen Mineralwässern und ist das absatzstärkste kohlenstofffreie Mineralwasser aus Deutschland. Anfang 2021 wurde das Portfolio durch die leicht kohlenstoffhaltige, ebenfalls hoch mineralisierte Sorte Gerolsteiner Feinperlig erweitert. Weitere wichtige Standbeine des Sortiments sind die Heilwässer St. Gero und Gerolsteiner Heilwasser sowie natürliche Erfrischungsgetränke auf Mineralwasser-Basis.

Eine Frage des Ursprungs

Seine Qualität verdankt unser Gerolsteiner Mineralwasser seiner Herkunft aus einem in seiner Geologie einzigartigen Quellgebiet in der Vulkaneifel. Hier trifft Kohlensäure vulkanischen Ursprungs auf calcium- und magnesiumhaltiges Dolomitgestein. So entsteht ein Mineralwasser, das geprägt wird durch Calcium, Magnesium und Hydrogencarbonat.

Gerolsteiner Sprudel, Gerolsteiner Medium und Gerolsteiner Feinperlig gehören mit 2.500 mg gelösten Mineralstoffen je Liter zu den hoch mineralisierten Wässern. Auch Gerolsteiner Naturell ist mit 806 mg gelösten Mineralstoffen pro Liter höher mineralisiert als die meisten anderen stillen Mineralwässer.

Zum Sortiment gehören darüber hinaus natürliche Erfrischungsgetränke, alle hergestellt auf der Basis des Gerolsteiner Mineralwassers aus der Vulkaneifel. Das Spektrum reicht von Gerolsteiner Limonaden, der klassischen Gerolsteiner Apfelschorle und der Produktlinie Gerolsteiner und Frucht, bis zu ganz neuen Konzepten wie Gerolsteiner Kräuterwasser und Gerolsteiner Leichte Schorle. Gerolsteiner sieht in diesem Geschäftsfeld interessantes Potenzial und will diesen Produktbereich um innovative Getränkekonzepte und neue Verpackungsangebote erweitern.

Nachhaltiges Wirtschaften dokumentiert

Gerolsteiner Mineralwasser ist ein Naturprodukt, das nur aus einer intakten Umwelt kommen kann. Daher setzt der Mineralbrunnen Umweltschutz gleich Produktschutz. Bereits 1992 wurde ein systematisches Umweltmanagement eingeführt. 2013 hat Gerolsteiner zudem eine Nachhaltigkeitsstrategie entwickelt, deren vier Säulen Gesundheit und Wohlbefinden, Quell-

und Produktschutz, Umweltschutz und soziale Verantwortung sind. 2014 wurde erstmals ein Nachhaltigkeitsbericht veröffentlicht, der den Status Quo, die Zielsetzungen und Fortschritte in den vier Bereichen dokumentiert. Seit 2016 erscheint der Nachhaltigkeitsbericht jährlich.

Gerolsteiner wirtschaftet seit 2020 klimaneutral

Gerolsteiner bekennt sich als erster deutscher Mineralbrunnen zum 1,5-Grad-Ziel, wonach der von den Menschen verursachte globale Temperaturanstieg durch den Treibhauseffekt auf unter 1,5 Grad Celsius begrenzt werden soll. Seit Mai 2020 ist das Unternehmen entlang der gesamten Wertschöpfungskette klimaneutral. Dabei setzt Gerolsteiner, neben Maßnahmen zur CO₂-Reduktion, auf die Kompensation nicht vermeidbarer Emissionen mit international zertifizierten Klima- und Waldschutzprojekten. Auch bei der CO₂-Reduktion hat Gerolsteiner sich ein ehrgeiziges Ziel gesteckt: bis zum Jahr 2030 will der Mineralbrunnen die selbst verursachten Emissionen an seinem Unternehmensstandort (Scope I und II) im Vergleich zum Jahr 2016 um 59 Prozent reduzieren. Zu den Maßnahmen gehören unter anderem die Reduktion fossiler Brennstoffe, die Umstellung auf Ökostrom und der Einsatz von ElektroGabelstaplern. 2021 steht auch die Erhöhung des Recycling PET auf 75% auf der Nachhaltigkeitsagenda.

In der Heimat verwurzelt

Im Rahmen der sozialen Verantwortung steht für Gerolsteiner das gesellschaftliche Engagement in seiner Heimatregion, der Vulkaneifel, im Vordergrund: Mit der Initiative „Team mit Stern“ (www.team-mit-stern.de) unterstützt das Unternehmen seit 2010 soziale und gemeinnützige Projekte, Vereine und Organisationen in der Region. Jedes Jahr stellt Gerolsteiner hierfür Fördergelder in Höhe von 50.000 Euro zur Verfügung. Im Rahmen der traditionellen Weihnachtsspende übergibt der Gerolsteiner Brunnen alljährlich den Erlös seiner Weihnachtstombola an Schulen und Kitas in der Region. 2020 wurde dabei ein Rekordergebnis von über 20.000 Euro erzielt.

Außerdem engagiert sich das Unternehmen gemeinsam mit Landesforsten Rheinland-Pfalz im Projekt „Gerolsteiner Zukunftswald“. Seit 2013 werden regionale Wälder kontinuierlich aufgeforstet, was einen erheblichen Beitrag zur nachhaltigen Sicherung von Waldgebieten und der damit verbundenen Artenvielfalt leistet. Bis Ende 2020 wurden 85.000 Baumsetzlinge gepflanzt. Dieses Engagement für klimastabile Wälder in der Heimatregion wird in den kommenden Jahren noch deutlich ausgeweitet.

Regional, national, international

Gerolsteiner ist ein national agierender Mineralbrunnen mit einem starken regionalen Fokus. Das Hauptabsatzgebiet liegt in einem Umkreis von 250 km zum Unternehmenssitz in der Vulkaneifel, also in Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Hessen und dem Saarland. Der Export macht 3,4 Prozent des Gerolsteiner Absatzes aus, ein großer Teil davon geht in die benachbarten Beneluxländer. Darüber hinaus wird das Mineralwasser international schwerpunktmäßig in den USA und Kanada vertrieben.

Gebindevielfalt als Erfolgsfaktor

Einer der wichtigsten Meilensteine in der Gerolsteiner Markengeschichte ist zweifellos die Einführung der 1-Liter-PET-Mehrwegflasche. 1998 war Gerolsteiner der Vorreiter beim Einsatz des leichten, bruchstärkeren Materials für Mineralwasserflaschen. Ein weiteres Beispiel ist die moderne 1-Liter-Glas-Mehrwegflasche im handlichen 6er-Kasten, um die Gerolsteiner seit 2010 sein Portfolio erweitert hat. Seit 2019/20 bietet Gerolsteiner seine drei klassischen Mineralwasserprodukte Gerolsteiner Naturell, Gerolsteiner Medium und Gerolsteiner Sprudel

auch in einem neuen 12 x 0,75-Liter Glas-Mehrweg-Individualgebinde an. Ab Juli 2021 werden die fünf wichtigsten Gerolsteiner Erfrischungsgetränke, also das Kernsortiment, auch in einer 0,75 l-Glas-Mehrwegflasche im 6er-Kasten erhältlich sein, Die an den Verbraucherwünschen orientierte Gebindevielfalt mit einem starken Fokus auf Mehrweggebinden (67% des Gerolsteiner Absatzes) leistet einen wesentlichen Beitrag zum Markenerfolg.

Marke erlebbar machen

Um die Marke noch erlebbarer zu machen, setzt Gerolsteiner auf Aktionen, die eine aktive Auseinandersetzung mit dem Produkt und rege Interaktion ermöglichen. Beispiele sind die „Gerolsteiner Wasserwoche“, bei der die Teilnehmer über einen bestimmten Zeitraum hauptsächlich Mineralwasser trinken und sich via Social Media über ihre Erfahrungen austauschen, oder „Dein Jahrestart“, eine Aktion, bei der die Teilnehmer mit Gerolsteiner und seinen Mini Challenges gesund ins Jahr starten können. Im Herbst 2020 fand die überaus erfolgreiche „Digitale Baumpflanzaktion“ statt. Dabei konnten die Verbraucherinnen und Verbraucher online einen Baumsetzling wählen, den das Unternehmen dann im Rahmen des Projektes „Gerolsteiner Zukunftswald“ pflanzen wird – 40.000 Setzlinge kamen auf diese Weise zusammen.

Mehr Qualität als die MTVO verlangt

Ein Beispiel für den hohen Qualitätsstandard und das Streben nach einer ganzheitlich hohen Qualität ist die 2016 erfolgte Auszeichnung des Gerolsteiner Mineralwassers als „Premiummineralwasser“ durch SGS Institut Fresenius. Für die Zertifizierung werden strenge Anforderungen im Hinblick auf Grenzwerte, Ressourcenschutz, Nachhaltigkeit in der gesamten Prozesskette und Qualitätsmanagement gestellt. Sie werden jährlich im Rahmen von Audits und Laboruntersuchungen durch das SGS Institut Fresenius geprüft. Der umfassende Kriterienkatalog überschreitet die hohen Anforderungen der Mineral- und Tafelwasserverordnung und anderer Gesetze aus dem Lebensmittelbereich. Allein der Nachweis sozialer und ökologischer Nachhaltigkeit umfasst 97 anspruchsvolle Kriterien und muss jährlich im Rahmen eines Audits wiederholt werden.

Kurzprofil Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG

Die Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG ist Anbieter der meistgekauften Mineralwassermarke auf dem deutschen Markt.

7,6 Millionen Hektoliter Mineralwasser und mineralwasserbasierte natürliche Erfrischungsgetränke hat die Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG 2020 abgesetzt, der Nettowarenumsatz lag bei 291,9 Millionen Euro.

881 Mitarbeiter (darunter 53 Auszubildende) arbeiten für das rheinland-pfälzische Unternehmen, das seinen Sitz in Gerolstein in der Vulkaneifel hat.

Die wichtigsten Absatzgebiete sind Rheinland-Pfalz, Nordrhein-Westfalen, Hessen und das Saarland. Darüber hinaus wird Gerolsteiner – insbesondere in Großstädten und über die Gastronomie – bundesweit angeboten.

International vertreibt der Brunnen seine Produkte schwerpunktmäßig in den benachbarten Beneluxländern sowie in den USA. Das internationale Geschäft hatte 2020 einen Anteil von 3,4 Prozent am Absatz von Gerolsteiner.

Bekannt ist die Marke mit dem roten Stern insbesondere für die kohlenensäurehaltigen Mineralwässer Gerolsteiner Sprudel und Gerolsteiner Medium sowie das stille Mineralwasser Gerolsteiner Naturell. Zum Sortiment gehören darüber hinaus Gerolsteiner Feinperlig mit

einem Hauch von Kohlensäure, die Heilwässer St. Gero, Gerolsteiner Heilwasser sowie mineralwasser-basierte Erfrischungsgetränke wie Near-Water-Getränke, Schorlen und Limonaden.

Die Mehrheit an der Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG hält die Bitburger Unternehmensgruppe (51%). Weiterer Gesellschafter ist die Buse KSW GmbH & Co. KG. (32%) Die übrigen Anteile (17%) befinden sich im privaten Streubesitz.