



PRESSEINFORMATION

Gerolsteiner Markenjubiläum: 125 Jahre – Das Wasser mit Stern

Gerolstein, März 2013. Die Anfänge der Marke Gerolsteiner, die 2013 ihr 125-jähriges Jubiläum feiert, sind einem Zufall zu verdanken. Beim Bohren nach natürlicher Kohlensäure stieß der Geologe Wilhelm Castendyck 1887 in Gerolstein auf eine artesische Quelle. In einer 30 bis 40 Meter hohen Fontäne schoss Mineralwasser empor. Prof. Dr. Carl Remigius Fresenius, dessen Name heute durch den Fresenius-Konzern bekannt ist, analysierte eine Probe und bescheinigte dem Wasser hohe Qualität. Als Castendyck daraufhin 1888 das Unternehmen Gerolsteiner Sprudel gründete, konnte er kaum ahnen, dass Gerolsteiner sich zur gefragtesten Mineralwassermarke Deutschlands und dem weltweit erfolgreichsten kohlenensäurehaltigen Mineralwasser entwickeln würde. Wie der Rückblick auf die vergangenen 125 Jahre zeigt, zieht sich die Ausrichtung auf Qualität und eine klare Markenprofilierung wie ein roter Faden durch die Geschichte der Marke.

„Nur ächt mit dem Stern“ – „Von Aerzten und Autoritäten empfohlen“

Castendyck muss ein gutes Gespür für Marketing gehabt haben. Zudem wusste er als Geologe um die Besonderheiten des Gerolsteiner Mineralwassers und zog ergänzend weitere Experten zur Beurteilung des Wassers hinzu. Schon im Gründungsjahr 1888 entwarf er das Logo, das zum Markenzeichen für Gerolsteiner Mineralwasser wurde: der rote achteckige Stern mit dem schwarzen Löwen des Gerolsteiner Stadtwappens. Der Stern war von Anfang an nicht nur Markenzeichen, sondern zugleich ein Symbol für die nachweislich hohe Qualität des Gerolsteiner Mineralwassers. „Nur ächt mit dem Stern“ und „Von Aerzten und Autoritäten empfohlen als vorzügliches Mittel gegen Sodbrennen, Magen- und Nierenleiden“, hieß es schon in Zeitungsannoncen des 19. Jahrhunderts. Durch die Herkunft aus der Vulkaneifel verfügt Gerolsteiner Sprudel über einen hohen Gehalt an Mineralstoffen; ein Liter bietet 348 mg Calcium, 108 mg Magnesium und 1.816 mg Hydrogencarbonat. „Die Mineralisierung und der harmonische Geschmack, die sich aus der für Gerolsteiner typischen Zusammensetzung an Mineralstoffen ergeben, sind für unsere Markenkommunikation auch heute das zentrale Thema“, betont Axel Dahm, Vorsitzender der Geschäftsführung des Gerolsteiner Brunnen. „Mit der im Jahr 2009 gestarteten Gerolsteiner Informationskampagne sensibilisieren wir für

Qualitätsunterschiede bei Mineralwasser und fordern die Verbraucher auf, Gerolsteiner zu vergleichen, z.B. im Internet-Portal www.mineralienrechner.de, das über mehr als 1.000 in Deutschland erhältliche Wässer informiert.“

Von der Stunde Null bis zum Marktführer

Der Weg zum Marktführer begann sozusagen mit einem Start von Null an. Weihnachten 1944 wurde das Gerolsteiner Werk durch Luftangriffe vollständig zerstört. In einem enormen Kraftakt und unter aufopferungsvoller Mithilfe der Mitarbeiter gelang es, 1946 bereits wieder 900.000 Flaschen Gerolsteiner abzufüllen; bis 1948 waren Gebäude und Anlagen wieder aufgebaut. Von da an ging es steil bergauf. 1959 eroberte Gerolsteiner Sprudel erstmals Platz eins unter den deutschen Mineralbrunnen und verteidigt diese Führungsposition bis heute. Lediglich Ende der 1970er bis Mitte der 1980er Jahre musste die Mineralwassermarke sich vorübergehend mit Platz zwei zufriedengeben.

Gastronomie: Gourmet auf dem Vormarsch

Je populärer Mineralwasser in Deutschland wurde, umso mehr wuchs auch seine Bedeutung für die Gastronomie. Bereits in den 50er Jahren präsentierte Gerolsteiner Mineralwasser sich in einem besonderen Gastronomie-Gebinde, der 0,25 l-Einbrandflasche. Seit den 80ern hat das Unternehmen seine Gastronomieaktivitäten beständig ausgebaut. Als einer der ersten deutschen Mineralbrunnen führte Gerolsteiner 1992 ein exklusives Gebindesortiment für Gastronomie und Hotellerie ein. Mit der Gourmetflasche, die es nun nicht mehr nur als Kleingebinde, sondern auch in 0,75 l und später zusätzlich als 0,5 l-Gebinde gab, unterstrich Gerolsteiner den Anspruch, auch in der Gastronomie zur führenden Marke zu werden. Heute ist Gerolsteiner auch im Außer-Haus-Markt die Nummer eins unter den Mineralwassermarken. Im Bereich Restaurants liegt das Mineralwasser aus der Vulkaneifel auf Platz drei der Gastronomie-Wassermarken. Im Zentrum steht heute die Frage, wie in der Gastronomie der Service rund um das Produkt Mineralwasser noch weiter verbessert werden kann. Zu den Maßnahmen gehört dabei auch das Gastronomieprojekt zum Thema Wasser und Wein, das Gerolsteiner seit 2005 gemeinsam mit der Deutschen Wein- und Sommelierschule (DWS) und dem VDP. Die Prädikatsweingüter durchführt.

Aktivitäten im Jubiläumsjahr

Zum Geburtstag der Marke ist in diesem Jahr unter anderem eine Sonderedition der GDB-Perlenflasche im Look von 1970 geplant. Darüber hinaus hat Gerolsteiner die Markengeschichte in Buchform aufgelegt, mit Interviews von Zeitzeugen und bisher

unveröffentlichten Fotos. Die 125 Jahre „Wasser mit Stern“ werden auch in diversen Online-Aktivitäten aufgegriffen, z.B. unter www.facebook.com/Gerolsteiner.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG
Heike Görres, Unternehmenssprecherin
Vulkanring, 54567 Gerolstein
Tel.: 06591/14-237 – Fax: 07591/14-249
E-Mail: heike.goerres@gerolsteiner.com
www.gerolsteiner.de

Fachpressebetreuung auch über:
Anke Gebhardt-Pielen
PR-Beratung, Konzept, Text & Redaktion
Uhierstr. 31, 53173 Bonn
Tel.: 0228/36 81 928
E-Mail: pr@gebhardt-pielen.de

Druckfähiges Bildmaterial unter www.gerolsteiner.de/Presse/Fotos