

01.11.2016

Gerolsteiner setzt Wachstum fort

Der Gerolsteiner Brunnen setzt in den ersten sieben Monaten des Jahres die positive Geschäftsentwicklung fort. Der Gesamt-Nettowarenumsatz liegt per Juli bei 160,9 Millionen Euro. Dies entspricht einer Steigerung von 7,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahreszeitraum. Auch der Gesamtabatz von Mineralwasser und mineralwasserbasierten Erfrischungsgetränken konnte um 6,4 Prozent auf 4,4 Millionen Hektoliter erhöht werden. Mit einem Anteil von über 19 Prozent (Nielsen, per Juli 2016) kann Gerolsteiner unter den kohlen säurehaltigen Mineralwässern im gehobenen Preissegment ab 0,40 Euro pro Liter seine führende Position als Deutschlands Mineralwassermarke Nummer Eins festigen.

„Zwar haben wir in diesem Jahr aufgrund des durchwachsenen Sommers keine großen Nachfragespitzen verzeichnen können, aber insgesamt ist der Absatz von Gerolsteiner Produkten in den ersten sieben Monaten konstant auf einem guten Niveau geblieben“, sagt Axel Dahm, Vorsitzender der Geschäftsführung der Gerolsteiner Brunnen GmbH & Co. KG.

Zur Saison 2016 hat Gerolsteiner das Verpackungsangebot für sein Mineralwassersortiment um ein neu entwickeltes 1-Liter-PET-Mehrweggebinde mit neuem 6er-Kasten ergänzt. Starke Absatzzuwächse haben erneut die 1,0-Liter-Glas-Mehrwegflasche und die 0,75-Liter-PET-Einwegflasche verbucht. Auch die Nachfrage nach stillem und kohlen säurereduziertem Mineralwasser wächst mit einem Plus bei Gerolsteiner Naturell und Gerolsteiner Medium weiter an. Mit der Einführung des Gerolsteiner Heilwassers Anfang 2016 konnte Gerolsteiner zudem neue Akzente im traditionsreichen Heilwasser-Segment setzen. Bei den Erfrischungsgetränken auf Mineralwasserbasis verzeichneten die Gerolsteiner Limonaden die stärkste Entwicklung

Mit den zwei neuen Saisonprodukten Gerolsteiner Moment (Rooibostee & Mango) und Gerolsteiner Plus (Mandarine) sowie der Limited Edition Gerolsteiner 11Freunde zur Fußball-EM brachte Gerolsteiner zudem Abwechslung ins Getränkeangebot und schaffte zusätzliche Absatzimpulse für die Sommermonate.

Einen leichten Rückgang verzeichnet Gerolsteiner 2016 für das internationale Geschäft. Während die Entwicklung insbesondere im Mittleren Osten und Südkorea positiv verlief, war das Geschäft in Japan aufgrund des hohen Wettbewerbsdrucks rückläufig.