

## PRESSEMITTEILUNG

### **Bilanz 2016: Romina festigt hohes Niveau**

### **Kluge Portfoliopolitik – neuer Markenkasten überzeugt**

**Reutlingen, 18. August 2017. Die Romina Mineralbrunnen GmbH (Romina) setzt ihren beständigen Erfolgskurs fort und schließt das zurückliegende Geschäftsjahr erneut über Branchendurchschnitt ab. Der Absatz lag 2016 mit 165,7 Millionen Füllungen nur leicht unter Vorjahresniveau, der Umsatz stieg jedoch um 1,64 Prozent auf 31,9 Millionen Euro an. Als starker Impuls erwies sich der neu eingeführte Markenkasten von EiszeitQuell mit 6x1-Liter-Glas-Mehrweg-Flaschen.**

Branchenbeobachter hatten es vorausgesagt: Nach dem Rekordsommer 2015 konnten die Mineralbrunnen im Südwesten des Landes für 2016 kaum Steigerungen im Absatz und Umsatz erwarten. Manche Unternehmen planten sogar deutliche Einbußen ein. Umso erfreulicher verlief das Geschäftsjahr für Romina. Der minimale Rückgang im Absatz (-1,1 Prozent) fiel geringer aus als im Branchendurchschnitt (-1,68 Prozent). Gleichzeitig konnte Romina den Umsatz im Vergleich zum Vorjahr um eine halbe Million Euro steigern (+1,64 Prozent). Daran hatte der im März eingeführte EiszeitQuell-Markenkasten maßgeblichen Anteil. „Die Glasflasche mit Eiszapfenrelief im individuell gestalteten Markenkasten trifft den Nerv der Zeit. Damit hatten wir zur rechten Zeit die passende Antwort auf die steigende Nachfrage nach Premium-Mineralwasser in Individualgebinden“, erklärt Achim Jarck, Geschäftsführer Marketing / Vertrieb.

#### **EiszeitQuell: Vorjahreshoch übertroffen**

Auch in einem Jahr ohne Ausnahmesommer blieb die Marke EiszeitQuell unbeirrt auf Wachstumskurs und entwickelte sich deutlich besser als der Markt. Mit einem Plus von 0,4 Prozent stieg der Rekordabsatz des Vorjahres weiter an. Im Wachstumssegment „Glas-Mehrweg“ punktete EiszeitQuell mit dem Markenkasten besonders stark. „Mit unserem handlichen 6er-Kasten im unverwechselbaren EiszeitQuell-Design konnten wir zusätzliche Zielgruppen erreichen“, freut sich Jarck. Der Individualkasten übertraf bereits im ersten Jahr deutlich die Erwartungen und ließ den Gesamtabsatz von EiszeitQuell in Glasflaschen nach 2015 wiederholt im zweistelligen Bereich (+17,0 Prozent) wachsen. Mit diesen Ergebnissen festigte EiszeitQuell seine Top-2-Platzierung im Ranking der baden-württembergischen Marken-Mineralwässer.

Aber auch im PET-Einweg-Bereich verzeichnet EiszeitQuell eine positive Entwicklung. Die Marke legte 2016 in diesem Segment um 3,0 Prozent zu und behauptet damit die Position als stärkste regionale Einweg-Marke in Baden-Württemberg.

## **SilberBrunnen: weitgehend stabil**

Nach einem deutlichen Mengenplus im Jahr 2014 und weiterem Wachstum im Vorjahr konnten die SilberBrunnen-Produkte zuletzt nicht ganz an die vorherigen Werte anknüpfen. Mit einem moderaten Minus von 2,15 Prozent schließt die zweite Marke von Romina das Geschäftsjahr 2016 aber weitgehend stabil auf einem soliden Niveau ab.

Erfreulich stark zeigte sich die Marke (Motto: "Wir sind Schwaben") in der 9x1-Liter-PET-Cycle-Kiste. Hier verbuchte SilberBrunnen Mineralwasser entgegen dem allgemein leicht rückläufigen Trend ein Absatz-Plus von 0,5 Prozent. Ebenfalls positiv zu bewerten sind die Ergebnisse für die Produkte in Glas-Mehrweg-Flaschen. Hier belegt SilberBrunnen Platz zwei unter den regionalen Marken im Mittelpreissegment.

## **Sortimentspolitik: Verbraucher mögen es stiller**

2016 war „ohne Kohlensäure“ die am stärksten wachsende Kategorie bei Mineralwasser. Im Bundesdurchschnitt legte sie laut Verband Deutscher Mineralbrunnen e.V. (VDM) um 11,0 Prozent zu. Romina hatte diesen Trend schon früh erkannt und rechtzeitig zur ansteigenden Nachfrage sowohl EiszeitQuell als auch SilberBrunnen um kohlenstofffreie Sorten erweitert. Über beide Produktfamilien und unterschiedliche Flaschengrößen hinweg stieg der Anteil kohlenstofffreier Varianten im vergangenen Jahr bei Romina um 20,7 Prozent.

## **Standort: Glas-Abfüllanlage modernisiert**

Auch im vergangenen Jahr investierte Romina wieder eine siebenstellige Summe in den Standort. Nach der Inbetriebnahme einer neuen Lagerhalle und einer zweiten PET-Abfüllanlage im Jahr 2015 wurden 2016 rund 1,8 Millionen Euro in den Ausbau der bestehenden Glas-Abfüllanlage investiert. „Glas liegt seit ein paar Jahren wieder voll im Trend und ist für viele Verbraucher das bevorzugte Verpackungsmaterial für Mineralwasser. Mit unserer neuen 1-Liter-Glasflasche haben wir auf dieses Bedürfnis reagiert und unsere Produktion technisch dafür aufgerüstet“, erklärt Stefan Gugel, Geschäftsführer Technik / Verwaltung.

Auch die seit fast 20 Jahren verfolgte Nachhaltigkeitsstrategie wurde fortgeführt und Romina 2016 erneut EMAS-zertifiziert. EMAS ist das weltweit anspruchsvollste System für nachhaltiges Umweltmanagement. Jetzt wurde erstmals auch die firmeneigene Tochter Romina Logistik GmbH nach dem EU-Öko-Audit zertifiziert. Sie wickelt mit 19 Mitarbeitern und 11 eigenen LKWs rund ein Drittel des



Transportaufkommens der Romina-Produkte ab. Die Romina-LKWs erfüllen bereits mehrheitlich die Euro 6-Norm.

Romina Mineralbrunnen GmbH ist 100-prozentige Tochter der FRANKEN BRUNNEN GmbH & Co. KG mit Sitz in Neustadt an der Aisch.

**Ansprechpartner:**

Romina Mineralbrunnen GmbH  
Bettina Class  
Germanenstraße 21  
72768 Reutlingen  
Telefon: 07121/ 9615-173  
Fax: 07121/ 9615-50  
E-Mail: [bettina.class@romina.de](mailto:bettina.class@romina.de)

Publik. Agentur für Kommunikation GmbH  
Ulrike Martin  
Rheinuferstraße 9  
67061 Ludwigshafen  
Telefon: 0621/ 963600-43  
Fax: 0621/ 963600-743  
E-Mail: [u.martin@agentur-publik.de](mailto:u.martin@agentur-publik.de)