

## **PRESSEMITTEILUNG**

### **EiszeitQuell und SilberBrunnen auf der INTERGASTRA**

## **Mit Optimismus und Innovationen ins neue Jahrzehnt**

**Reutlingen/Stuttgart, 12. Februar 2020. Nach einem für die Branche turbulenten Jahr 2019 zieht die Romina Mineralbrunnen GmbH aus Reutlingen eine positive Bilanz und präsentiert sich auf der Fachmesse INTERGASTRA in Stuttgart mit attraktiven Neuprodukten und innovativen Verpackungslösungen.**

Das vergangene Jahr war für die Brunnenbranche nicht einfach: Weitgehend klar war, dass 2018 mit seinem Supersommer nur schwer zu toppen sein würde. Für zusätzlichen Druck auf die Zahlen sorgte allerdings die einseitig geführte Debatte um die PET-Flasche. Und so weist der Verband Deutscher Mineralbrunnen national ein Minus von 2 Prozent nach Füllungen in der Jahresbilanz aus. Nochmals deutlich schwächer entwickelte sich der Markt in Baden-Württemberg, der sogar um 6,8 Prozent nachgab.

### **Gute Bilanz bei Romina**

Alles in allem kein Jubeljahr für die Mineralbrunnenbranche im Südwesten. Doch bei Romina in Reutlingen blickt man zufrieden auf die vergangenen zwölf Monate zurück. Der Brunnen mit den Marken EiszeitQuell und SilberBrunnen hat sich – wie in den Vorjahren – deutlich besser als der Branchendurchschnitt entwickelt und konnte in vielen Kennzahlen das bisherige Rekordjahr 2018 sogar nochmals übertreffen. So legte der Umsatz bei leicht rückläufigem Absatz (- 0,4 Prozent) um 0,6 Prozent auf 35,3 Millionen Euro zu. Dabei galoppierte die Schwabenmarke SilberBrunnen zu einem Absatzplus von 3,3 Prozent (nach Füllungen), während die Premiummarke EiszeitQuell 1,9 Prozent der Vorjahresfüllungen abgeben musste. Angesichts des hohen PET-Anteils der Marke (circa zwei Drittel werden in PET-Flaschen verkauft) und der allgemeinen Marktentwicklung stuft Romina das als einen soliden Wert ein.

### **PET mit gutem Gewissen**

„Noch bevor das PET-Bashing in den Medien losging, hatten wir bereits eine Antwort darauf entwickelt“, verrät Achim Jarck, Geschäftsführer Marketing und Vertrieb. „Im Rahmen unserer Nachhaltigkeitsstrategie haben wir schon vor mehr als 15 Jahren damit begonnen, die Ökobilanz unserer PET-Flaschen zu verbessern und dabei auch den Anteil an Recycling-Material stetig erhöht, zuletzt auf 75 Prozent. Dank eines eigenen Closed Loops, den wir zusammen mit Partnern aus der Recycling-Wirtschaft

aufgebaut haben, konnten wir im Mai 2019 als einer der ersten Mineralbrunnen Deutschlands die PET-Flasche aus 100 Prozent Recycling-Material einführen“, berichtet Jarck stolz. Nach dem Start bei EiszeitQuell waren bis zum Spätsommer 2019 auch die Produktion von SilberBrunnen und die von Romina gefüllten Zweit- und Handelsmarken komplett auf die neue Ökoflasche umgestellt.

Eine offensive Kampagne in allen relevanten Medien sorgte dafür, dass die Vorreiterrolle von EiszeitQuell auch in der Öffentlichkeit wahrgenommen wurde. „Wir konnten den Verbrauchern zum richtigen Zeitpunkt ein Angebot machen, das viele überzeugt hat“, zieht Jarck eine erste Zwischenbilanz.

Das zeigen auch die Marktdaten: Während in Baden-Württemberg der Absatz von Getränken in PET-Einwegflaschen in Folge der negativen Medienberichterstattung um fast 29 Prozent einbrach, konnte EiszeitQuell die Verluste mit einem Minus im unteren, einstelligen Bereich deutlich begrenzen.

## **EiszeitQuell: Neue Flasche im Eiszapfen-Design**

Die Investitionen in das leichte Gebinde gehen auch in diesem Jahr weiter: „Wir sind von der Recycling-PET-Flasche überzeugt, die objektiv betrachtet ökologisch mit Mehrwegflaschen mindestens auf Augenhöhe ist“, erläutert Achim Jarck. „Darum bekommt EiszeitQuell 2020 auch PET-Flaschen im Markenlook.“

Das einzigartige Mineralwasser aus der Eiszeit ist bereits seit 2016 in der eigens gestalteten Liter-Glasflasche erhältlich. Für PET-Flaschen war die Individualisierung im auffälligen Markenlook mit dem Eiszapfenrelief aus produktionstechnischen Gründen zunächst nicht umsetzbar. Jetzt wird die neue Flasche mit dem unverwechselbaren Design auf der INTERGASTRA erstmals vorgestellt. Im Frühsommer kommt sie dann in den Größen 0,5 und 1,0 Liter (im 9er-Petcycle-Kasten und Einweg-Shrinkpack) in den Handel.

Auch die „Feine Limo“-Range wechselt in die schicke Markenflasche. Die Premiulimonade wuchs im vergangenen Jahr dreistellig (+135 Prozent) und ist eine echte Romina-Erfolgsstory.

Ebenfalls mit einer erfreulichen Entwicklung: Die Romina-Marken in Glasflaschen legten 2019 im Schnitt zweistellig zu und lagen damit deutlich über der Marktentwicklung laut VDM im Südwesten, in dem das Wachstum rund 4,8 Prozent nach Füllungen betrug. Besonders stark war die Dynamik bei der EiszeitQuell-Markenflasche im 6er-Kasten, deren Absätze um 16 Prozent wachsen konnten. Im Laufe des Jahres, so verrät Jarck, soll eine weitere Markenflasche im Eiszapfenlook das Glas-Portfolio bei EiszeitQuell ergänzen.

## **SilberBrunnen: „Jetzt gibt's ebbes Gscheits“**

Auch bei SilberBrunnen boomt der Absatz in Glasflaschen mit deutlich zweistelligen Zuwächsen. Für weiter steigende Absätze soll ab März unter anderem eine neue, fruchtige Produktfamilie mit extra viel Saft sorgen: SilberBrunnen Fruchtläsche in der Glasflasche. Die schwäbische Premiumlimo kommt in drei leckeren Sorten und begeistert mit ihrem hochwertigen Inhalt und einem kultigen Retro-Charme.

„Die Fruchtläsche schmecken fast wie selbstgemacht und erinnern an die ‚gute alte Zeit‘, als Äffle & Pferdle noch im Fernsehen liefen“, beschreibt Achim Jarck das Produktkonzept. Und so zieren die beiden Schwabenstars die Fruchtläsche-Etiketten im Zeichenstil der 70er-Jahre, gedruckt auf griffigem Naturpapier. Das Gebinde macht das Konzept dann richtig „rund“, denn die Fruchtläsche gibt es exklusiv in der original Perlenflasche. Der GDB-Klassiker feierte kürzlich seinen 50. Geburtstag und genießt selbst schon Kultstatus.

2020 wird bei SilberBrunnen zum Fruchtläsche-Jahr. Darum stehen die drei leckeren Neuprodukte auch im Zentrum aller SilberBrunnen-Werbeaktivitäten (Plakat, Funk, Online, Social Media etc.). Sympathische Werbemittel im Retro-Stil schmücken den POS und machen Lust aufs Probieren.

Die SilberBrunnen Fruchtläsche in den Sorten Orange (12 Prozent Saft), Zitrone (10 Prozent Saft) und Schwarze Johannisbeere (12 Prozent Saft) sind ab Frühjahr erhältlich. Auf der INTERGASTRA-Präsenz von Romina in Halle 9 kann man die fruchtigen Kreationen bereits probieren.

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)