

Pressemitteilung

Romina Mineralbrunnen wächst weiter **Optimiertes Markenkonzept sorgt für Umsatzrekord**

Der Mineralwasseranbieter Romina Mineralbrunnen mit Sitz in Reutlingen-Rommelsbach behauptet sich im stark rückläufigen Absatzmarkt und bleibt auf Wachstumskurs.

Im Geschäftsjahr 2005 steigerte Romina Mineralbrunnen seinen Bruttoumsatz um 1,8 Prozent auf 25,1 Millionen Euro¹. Im gleichen Zeitraum war der Vergleichsmarkt in Südwestdeutschland um 7 Prozent rückläufig. Mit 1,16 Millionen Hektolitern Mineralwasser sowie Erfrischungsgetränken übertrifft der Brunnen das Absatzergebnis des Jahres 2004 um 0,3 Prozent. Der Anteil in PET betrug 32 Prozent.

Mit diesem positiven Ergebnis setzt Romina Mineralbrunnen seine Erfolgsgeschichte fort: Bereits zum 14. Mal in Folge gelang es dem Unternehmen den Vorjahresumsatz zu übertreffen. Seit der Entdeckung des eiszeitlichen Mineralwasservorkommens 1992 verfünffachte sich der Umsatz des Mineralbrunnens. Im gleichen Zeitraum wuchs der Markt in Baden-Württemberg lediglich um 19 Prozent. Unter den rund 40 Mineralwasseranbietern in Baden-Württemberg liegt Romina mittlerweile auf Platz drei (Quelle: Nielsen Handelspanel, Umsatz 2005.)

Investitionen und Qualitätsmanagement

1,7 Millionen Euro investierte das Unternehmen im vergangenen Geschäftsjahr in den Ausbau seiner PET-Anlage und erhöhte damit die Kapazität um mehr als 50 Prozent. Einen weiteren Schwerpunkt bildete das Qualitätsmanagement: Romina Mineralbrunnen wurde erfolgreich nach dem International Food Standard (IFS) zertifiziert. Das Unternehmen bestand die Prüfung in der höchsten Kategorie („Higher

¹ Die Brutto-Umsatzzahlen 2004 wurden zur Vergleichbarkeit auf das neue Preis- und Konditionssystem 2005 umgerechnet.

Level“). Im laufenden Jahr wird Romina Mineralbrunnen zwei neue Tiefenbrunnen in Betrieb nehmen. Zudem steht eine Kapazitätserweiterung für klassische Einweggebinde an.

EiszeitQuell: Optimierung des Markenkonzeptes

Die Marke entwickelt sich weiterhin überdurchschnittlich positiv: Seit Einführung des neuen Markennamens 2000 verzeichnete EiszeitQuell ein Umsatzwachstum von insgesamt 258 Prozent. In nur fünf Jahren stieg EiszeitQuell zur Nummer 1 unter den baden-württembergischen Premiummarken in PET auf.

2006 soll ein optimiertes Markenkonzept für einen weiteren Umsatzschub sorgen. Romina setzt auf eine offensive Kommunikation der Produktvorteile. „Im Rahmen von aufmerksamkeitsstarken Aktionen informieren wir über die Einzigartigkeit und die hohe Qualität des eiszeitlichen Mineralwasservorkommens“, sagt Manfred Traub, Geschäftsführer Romina Mineralbrunnen GmbH & Co. KG. „Wir wollen den Verbrauchern vermitteln, dass EiszeitQuell frei ist von schädlichen Substanzen wie Nitrat und Nitrit. Denn das Mineralwasser stammt aus einem 10.000 Jahre alten Vorkommen, das durch eine Folge von wasserundurchlässigen Gesteinsschichten seit seiner Entstehung in der letzten Eiszeit vor nachsickerndem Niederschlag geschützt ist. Die anhaltend positive Entwicklung zeigt uns, dass wir mit EiszeitQuell den richtigen Weg eingeschlagen haben.“ Aktuell nutzt Romina Mineralbrunnen beispielsweise den Kinostart von Ice Age 2 für eine groß angelegte Promotion. Mit den beliebten Ice Age-Figuren will der Reutlinger Mineralbrunnen Wissen über die Eiszeit vermitteln und Faszination für diese Epoche wecken.

Ansprechpartner:
Manfred Traub
Telefon: 07121/ 96 15-16
Fax: 07121/ 96 15-50
E-Mail:
Manfred.traub@romina.de

Reutlingen, den 22. März 2006