



RheinfelsQuellen auf Wachstumskurs

Die RheinfelsQuellen H. Hövelmann GmbH & Co. KG haben 2015 ihren Gesamtabsatz um 1,4 Prozent gesteigert. Die verkaufte Getränkemenge erreichte 693,3 Mio. Liter (2014: 683,7 Mio. Liter). Die Anzahl der gefüllten Flaschen lag bei 736 Mio. (2014: 726 Mio.). Damit konnte das Duisburger Familienunternehmen seine Marktposition ausbauen und belegt nun den 5. Platz in der Rangliste der absatzstärksten Mineralbrunnen in Deutschland.

Im Mineralwassergeschäft verzeichneten die Kernmarken einen Mengenzuwachs, der über dem Branchendurchschnitt lag. Die national distribuierten Marken Staatl. Fachingen und Aquintéll sowie die regionalen NRW-Marken Rheinfels Quelle, Römerwall und Burgwallbronn legten insgesamt um 4,6 Prozent zu.

Mit einer erfreulichen Entwicklung über alle Gebinde hinweg bestätigte Rheinfels Quelle seine Rolle als volumenstärkstes Markenmineralwasser der Getränkegruppe Hövelmann. Insbesondere der Glasabsatz stieg beträchtlich an und erreichte ein Plus von 20 Prozent, nachdem zum Jahresbeginn 2015 die neue Individual-Glasflasche eingeführt wurde. Auch das Einwegangebot der Marke wird zunehmend besser angenommen. Sowohl die 0,5 Liter als auch die 1,5 Liter Flaschen zeigten deutlich zweistellige Wachstumsraten. Dazu leisteten die im Herbst in beiden Gebinden eingeführte Sorte Naturelle sowie das aromatisierte Mineralwasser Rheinfels Quelle Lemon in der 0,5 Liter Einwegflasche erste Beiträge.

Aus der positiven Gesamtbilanz der Marke Aquintéll ragten vor allem die 0,5 Liter PET Mehrwegflaschen und die Einweggebinde heraus, die jeweils zweistellige Zuwachsraten erreichten.

Die im Hochpreissegment angesiedelte Marke Staatl. Fachingen realisierte 2015 einen Absatzzuwachs von 5,3 Prozent, zu dem sowohl die Mineralwasservariante Medium als auch das stille Heilwasser beitrugen. Dadurch konnte die Traditionsmarke ihre Marktführerschaft im deutschen Heilwassermarkt weiter ausbauen.

Duisburg, 08.04.2016
97 Zeilen á 70 Anschläge

Rückfragen bitte an:
NEPTUN creativ-team gmbh
Thomas Münzer
Tel.: 0203 / 500 395 23
Fax: 0203 / 500 395 50
Mail: tm@neptun-creativ.de

...2/



- 2 -

Zum Hövelmann Mineralwasser Portfolio gehören auch Marken aus dem Preiseinstiegsbereich und Artikel, die exklusiv für Handelspartner gefüllt werden. Diese Produkte blieben teilweise unter dem Vorjahresabsatz.

Eine positive Wende gab es im Erfrischungsgetränke-Geschäft, das in den Vorjahren hinter den Erwartungen zurückgeblieben war. Durch steigende Absätze hat sich die Marktbedeutung von Sinalco 2015 deutlich erhöht. Zu dieser erfreulichen Gesamtentwicklung haben mehrere Faktoren beigetragen. Neben der gestiegenen Nachfrage nach 0,5 L Mehrwegflaschen haben zweistellige Zuwachsraten bei den Einweggebinden Sinalco im Lebensmittelhandel voran gebracht. Sowohl die Einweg PET-Flaschen mit 0,5 L und 1,25 L Inhalt als auch die neu eingeführte 0,33 L Dose trugen zum Absatzplus bei. Hinzu kam eine hervorragende Volumenentwicklung bei den Artikeln, die dem Gastronomiebereich zuzuordnen sind. Während die typischen Sinalco Glas-Formflaschen zweistellige Zuwachsraten zeigten, lag der Absatz mit Behältern für den Offenausschank sogar um zwei Drittel über dem Vorjahreswert.

Die Marktpräsenz von Sinalco außerhalb der Kernabsatzgebiete wurde durch verschiedene Kooperationen mit Partnern, die in ihren Regionen nah am Kunden sind, effektiv verbessert. Hierzu zählen die im Januar 2015 wirksam gewordene Konzessionsvergabe an die Berentzen-Tochter Vivaris, Vertriebspartnerschaften mit drei mittelständischen Mineralbrunnen in Baden-Württemberg und Bayern sowie Kooperationen im Gastronomiegeschäft mit regionalen Privatbrauereien.

Wilhelm Josten, Sprecher der Geschäftsführung der Getränkegruppe Hövelmann, zeigte sich mit der Entwicklung zufrieden: „Unsere Kernmarken haben sich einmal mehr im Wettbewerb gut behauptet. Besonders erfreulich ist der Aufwärtstrend bei Sinalco. Wir haben gerade in den letzten beiden Jahren als Mittelständler erhebliche Aufwendungen für neue Gebinde, verstärkten Vertrieb und wirkungsvolle Werbung gestemmt. Nun beginnen diese Investitionen in die Marke und den Markt Früchte zu tragen.“

Die Getränkegruppe Hövelmann hat 2015 wieder den überwiegenden Teil ihrer Produktion in Mehrwegflaschen verkauft. Ihr Anteil an den Gesamtfüllungen lag über 80 Prozent. Glasflaschen erreichten einen Anteil von rund 40 Prozent.

...3/

Abdruck frei - Belegexemplar erbeten.

Für weitere Informationen und Rückfragen steht Ihnen gerne zur Verfügung:
RheinfelsQuellen H. Hövelmann GmbH & Co. KG, Römerstraße 109, 47179 Duisburg, Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
c/o NEPTUN creativ-team gmbh, Thomas Münzer, Dr.-Wilhelm-Roelen-Straße 145, 47179 Duisburg, Postfach 18 01 68, 47171 Duisburg,
Tel. 0203 - 500 395 23, Fax 0203 - 500 395 50, E-Mail: tm@neptun-creativ.de



- 3 -

Das traditionell mehrwegorientierte Unternehmen investiert auch im laufenden Jahr in die Weiterentwicklung der ökologisch vorteilhaften Angebotsform. Sukzessive fließt eine neue 0,5 Liter Mehrwegflasche für Sinalco in die relevanten Absatzkanäle ein. Ihre Abmessungen garantieren eine volle Kompatibilität für Automaten im Vending Bereich. Darüber hinaus gewährleistet der entsprechende neue Individualkasten aufgrund seines Mittelgriffes einen wesentlich höheren Tragekomfort. Die Getränkegruppe Hövelmann sieht diese Neuerungen als klares Bekenntnis zum Mehrwegsystem mit einer an den Kundenbedürfnissen orientierten Gebindevielfalt.

Anlässlich des 111. Markengeburtstages bringt Sinalco 2016 die traditionelle 0,33 L Glas-Formflasche in einer limitierten Sonderedition auch in den Handel. Jeweils vier dieser aus der Gastronomie bekannten Flaschen werden in einem speziell gestalteten Multipack mit nostalgischen Werbemotiven aus der Sinalco Geschichte erhältlich sein.

Das Jubiläum der 1905 eingetragenen ersten Softdrinkmarke des europäischen Kontinents wird auch im Mittelpunkt der Werbe- und Verkaufsförderungsmaßnahmen im laufenden Jahr stehen.

Unter dem Titel „111 Jahre Sinalco – Deutschland dreht am Rad“ gibt es ein großes Gewinnspiel bei dem neben 11.111 weiteren Preisen ein Original VW Bulli T1 im Sinalco Look auf den Gewinner wartet. Hörfunk-Spots auf öffentlich-rechtlichen und privaten Radiosendern machen die Aktion bundesweit bekannt. Flankiert wird die Kommunikation zum Markengeburtstag von Social Media Aktivitäten und Online Werbung.

Auch die Marken Staatl. Fachingen, Rheinfels Quelle, Römerwall und Burgwallbronn werden durch klassische Werbung sowie verschiedene Gewinnspiele, Treue-Promotions oder Zugabeaktionen begleitet.

Insgesamt erwartet die Getränkegruppe Hövelmann im laufenden Geschäftsjahr eine weiterhin positive Entwicklung der Kernmarken und ein leichtes Wachstum des Gesamtabsatzes.