Lichtenauer Mineralbrunnen profitiert von der positiven Entwicklung der Glas-Mehrweggebinde

19.03.2018 - Die Lichtenauer Mineralquellen GmbH verzeichnet für das Jahr 2017 ein Ergebnis, das leicht über dem des Vorjahres liegt (+ 0,1 %). 165,1 Millionen Liter alkoholfreie Getränke füllte das Unternehmen im vergangenen Jahr ab. Dies ist ein beachtliches Ergebnis, angesichts der Tatsache, dass der AfG-Markt in Ostdeutschland 2017 nach Nielsen Marktdaten um 3,1 % rückläufig war. Aufgrund von Sortimentsverschiebungen entwickelte sich der Umsatz von 50,3 Millionen Euro leicht nach unten (- 0,6 %). Eine Entwicklung, die der zunehmenden Vorliebe der Verbraucher für regionale Produkte, insbesondere in der Kategorie Mineralwasser, entspricht. Die in Sachsen beheimateten Lichtenauer Mineralquellen, die zur HassiaGruppe gehören, sind mit ihrem Vollsortiment alkoholfreier Getränke seit Jahren das erfolgreichste Mineralbrunnenunternehmen Ostdeutschlands.

Lichtenauer Mineralquellen GmbH

Lichtenauer Abfüllanlage

Besonders zufrieden zeigt sich Geschäftsführer Paul K. Korn mit der positiven Entwicklung des individuellen 1,0 Liter Glas-Mehrweggebindes für Lichtenauer Mineralwasser, das im letzten Jahr um die Premium-Limonaden Feine Zitrone und Feine Orange erweitert worden ist: „Seit Einführung unseres Individual-Glasgebindes verzeichnen wir eine erhöhte und steigende Nachfrage für Glas. Zum einen, weil Verbraucher die Glasflasche wieder für sich entdecken, zum anderen konnten wir mit diesem hochwertigen Gebinde neue Zielgruppen abholen“, erläutert Korn. Das hochwertige Individualgebinde, in dem seit Anfang letzten Jahres auch Premiumlimonaden vermarktet werden, verzeichnet allein im vergangenen Jahr ein Plus von 41,2 %, der Absatz sämtlicher Lichtenauer Glasgebinde wuchs um 12,6 %. „Wir sind sehr froh, dass dieses Angebot so gut angenommen wird. Denn dies ist der Weg in Richtung Nachhaltigkeit, an dem unser Unternehmen langfristig arbeitet.“ In diesem Jahr wird die 1,0 Liter Individualglas-Range auf die Margon Mineralwässer ausgeweitet.

Lichtenauer punktet mit Mineralwasser und Wässern mit Aroma

Insbesondere das natürliche Lichtenauer Mineralwasser hat sich entgegen der negativen Entwick-

© LUMITOS AG

lung im Gesamtmarkt positiv entwickelt. Es ist laut Nielsen Marktdaten das beliebteste regionale Mineralwasser auf dem umkämpften Markt in Ostdeutschland und wuchs 2017 um 2,4 %.* Währenddessen war der Markt mit 3,5 % im Minus.* Im Heimatland Sachsen führt Lichtenauer die Spitze des Marktes klar an. Sein Anteil liegt hier bei 8,2 % und einem Plus von 5,9 % gegenüber 2016.* Genau wie im bundesweiten Trend legt auch die Mineralwassersorte „Pur“ – ohne Kohlensäure – bei Lichtenauer in Sachsen mit einem Wachstum von 18,9 % am stärksten zu.* Die seit Jahren für Ostdeutschland bestehende Marktführerschaft im Segment „aromatisierte Mineralwässer“ konnte Lichtenauer auch 2017 verteidigen und lässt alle anderen Marken in Ostdeutschland mit einem Marktanteil von 10,1 % – in Sachsen sogar 15,9 % – hinter sich.*

Margon Bittergetränke führen den sächsischen Markt an

Die sächsische Traditionsmarke Margon besetzt wie gewohnt mit ihrer Bittergetränke-Range in den Sorten Bitter Lemon, Tonic Water und Ginger Ale die Position des sächsischen Marktführers. Mit einem Anteil von insgesamt 20,1 % liegen sie deutlich vor allen anderen Marken dieses Segments.* Margon Mineralwasser belegt in Sachsen hinter der Schwestern-Marke Lichtenauer den 2. Platz mit einem Marktanteil von 4,2 %.* Ab April 2018 wird es ebenfalls in einem neuen 1,0 Liter Individual-Glas-Mehrweggebinde erhältlich sein.

VITA COLA wächst und entfaltet „neue Energie“

Die Marke VITA COLA konnte – während der Colamarkt in Ostdeutschland einen Rückgang von 2,7 %* verbuchte – ihren Absatz 2017 im Vergleich zum Vorjahr um 2,8 % auf 82,2 Millionen Liter steigern. Den größten Absatzanteil verzeichnete traditionell VITA COLA Original. Bei Colas und Limonaden bleibt VITA COLA die Nummer 1 in Thüringen und Nummer 2 im Vertriebsgebiet Ostdeutschland.* Auch auf nationaler Ebene betrachtet, ist VITA COLA nach den Internationalen größte deutsche Cola-Marke. Auf dem historischen Höhepunkt der Marke ist es nur logisch, dass VITA COLA ihre Produktpalette im März 2018 um ein neues Segment erweitert: Unter der Bezeichnung VITA ENERGY sind ab sofort erstmals Energydrinks von der Marke erhältlich. Sie werden in den innovativen Sorten Rote Traube Açaí und Pfirsich Passionsfrucht in 0,33 Liter Sleek-Dosen angeboten.

© LUMITOS AG