

## **Erfolgreiches Geschäftsjahr 2019**

### **BIONADE und Ti Erfrischungstee melden sich zurück**

**Marktoffensive mit neuen Sorten, wiederverschließbaren Glasgebinden und Kommunikationsmaßnahmen greifen • Absatzperformance übertrifft Erwartungen • Bionade füllt im Sommer 2019 erstmals seit zehn Jahren wieder Rekordmenge • Investitionen in die Marken und ihre Heimat Ostheim sollen weiteren Wachstumspfad ebnen**

**Ostheim/Rhön, 12. Februar 2019.** BIONADE ist zurück auf der Erfolgsspur: Nachdem der Bio-Pionier bereits im Jahr 2018 erfreulich gewachsen ist, legte die Marke im Jahr 2019 erneut entgegen dem Markttrend zu: Während dieser um minus 0,9 Prozent im Umsatz nachgab, wuchs BIONADE um plus 10 Prozent, im Fokus-Gebinde Glas-Mehrweg sogar um stolze 25 Prozent. Ihren unangefochtenen zweiten Platz unter den Bio-Limonaden in Deutschland hat BIONADE somit deutlich gestärkt.

Bei den Bio-Eistee/-Erfrischungstees kann auch Ti Erfrischungstees punkten: Der Wegbereiter des Segments in Deutschland hat diesen Wachstumsmarkt geprägt und gehört zu den fünf umsatzstärksten Marken im Handel.

#### **Strategie geht auf**

„Es ist uns gelungen, unsere Marken BIONADE und Ti Erfrischungstee weiterzuentwickeln, ihren Markenkern herauszuarbeiten und neues Wachstumspotenzial zu erschließen“, freut sich Svenja Lonicer, Marketingleiterin der Bionade GmbH. „Seit ihrem Eigentümerwechsel zur HassiaGruppe, dem Spezialisten für alkoholfreie Getränke, erhalten beide Marken wieder die Aufmerksamkeit, die sie verdienen. Die Ergebnisse sind die beste Bestätigung, dass unsere Strategie aufgeht.“

#### **Neue Sorten und Gebinde punkten**

Zu den Erfolgsfaktoren gehören nicht nur die neuen Klassiker BIONADE Naturtrübe Zitrone und Naturtrübe Orange, die seit ihrer Einführung im Frühjahr 2019 kräftig wachsen und im Ranking der zehn BIONADE Sorten nach BIONADE Holunder bereits die zweite und dritte Position eingenommen haben. Svenja Lonicer: „Im Juli hat das Bionade-Team in Ostheim erstmals seit zehn Jahren wieder Rekordmengen gefüllt. Wäre die Leergut- und Logistikkette im deutschen Getränkemarkt nicht so angespannt, hätten wir sogar noch mehr zulegen können.“

Wachstumsimpulse im abgelaufenen Geschäftsjahr sowie für 2020 versprechen auch die Erweiterungen des Glasgebände-Sortiments um die 0,33-Liter-Flasche für Ti Erfrischungstee sowie die im letzten Quartal 2019 eingeführte 0,5-Liter-Longneckflasche für BIONADE, beide mit praktischem Schraubverschluss in handlichen Mehrwegkästen.

#### **Investitionen in optimierte Infrastruktur**

Um die Abläufe und Prozesse für volumenstarke Perioden zu optimieren, wird in Ostheim derzeit im siebenstelligen Bereich investiert. Kernstück dieses Standortbekenntnisses ist der Bau einer neuen Logistikhalle, die noch im ersten Quartal 2020 eingeweiht werden soll.

Ein wichtiger Schritt angesichts der Marktentwicklung: Schon heute kaufen 94 Prozent aller Verbraucher auch Bio-Produkte, inzwischen liegt ihr Umsatzanteil an den Gesamtausgaben im Handel laut der Gesellschaft für Konsumforschung bei rund 6 Prozent.

Bei alkoholfreien Getränken sehen die Marktforscher von Nielsen sogar einen Umsatzanteil von 11 Prozent am Gesamtvolumen alkoholfreier Getränke im Handel – mit der höchsten Dynamik bei Bio-Eistees und aromatisiertem Bio-Mineralwasser.

Branchenexperten rechnen auch weiterhin mit kräftigem Wachstum bei ökologisch erzeugten Lebensmitteln und Getränken sowie bei Produkten mit Fokus auf Gesundheit und qualitativ hochwertigen Lifestyle-Angeboten.

### **Pionier und Wegbereiter**

Für das laufende Jahr sind die Bio-Spezialisten aus der bayerischen Rhön daher zuversichtlich, sich trotz des zunehmenden Wettbewerbsdrucks weiter behaupten zu können. Denn BIONADE und Ti Erfrischungstee als Pionier und Wegbereiter treffen mit ihrem natürlichen, erfrischenden Geschmack, den selbst entwickelten Herstellungsverfahren sowie mit ihren hochwertigen Bio-Zutaten bei nur wenig Zucker einmal mehr den Zeitgeist.

### **Nachhaltig erfolgreiche Neuerungen**

Für Aufmerksamkeit, Interesse und Wachstumsimpulse werden in diesem Umfeld nicht nur die Fortführungen der Kommunikationskampagne „BIONADE. Weil ehrlich gut.“ und des digitalen Maßnahmenpakets für Ti Erfrischungstee sorgen. Für das laufende Jahr sind außerdem verschiedene Promotions und Probieraktionen geplant.

Svenja Lonicer: „Während wir uns bei BIONADE außerdem von kastengebundenen PET-Einwegflaschen verabschiedet haben, wird unser Vertriebsteam die flächendeckende Distribution der wiederverschließbaren Glasgebilde vorantreiben.“ Parallel arbeitet das Bionade Team an nachhaltig erfolgsversprechenden Neuerungen, die noch mehr Lust machen auf BIONADE und Ti Erfrischungstee.





Svenja Lonicer, Marketingleiterin BIONADE und Ti Erfrischungstee

### Über die **BIONADE GmbH**

Die Bionade GmbH in Ostheim/Rhön ging aus der dort ansässigen Privatbrauerei Peter hervor. Der Erfinder von BIONADE war Diplom-Braumeister Dieter Leipold. Unter dem Dach der Bionade GmbH sind heute die Produkte der Marken BIONADE und Ti Erfrischungstee vereint. Seit Januar 2018 sind sie Teil der HassiaGruppe.

BIONADE ist das erste Erfrischungsgetränk, das aus 100 Prozent Bio-Rohstoffen hergestellt wird. BIONADE ist mit dem Bio-Siegel zertifiziert, vegan, laktose- und glutenfrei. Durch ein spezielles Herstellungsverfahren enthält BIONADE deutlich weniger Zucker als vergleichbare Erfrischungsgetränke. Je nach Sorte kommen noch Säfte und Extrakte aus Früchten, Kräutern oder Wurzeln aus biozertifiziertem Anbau hinzu. BIONADE hat zudem den Anspruch, mit Anstand gegenüber der Gesellschaft und Natur zu wirtschaften und Verantwortung zu übernehmen. Mehr unter: [www.bionade.de](http://www.bionade.de)

Ti Erfrischungstee ist die coole Seite des beliebtesten Heißgetränks der Welt. Für die innovativen, spannenden Geschmacksrichtungen werden ausschließlich hochwertige Tees, ausgewählte Bio-Fruchtsäfte und nur etwas Bio-Rohrzucker verwendet. So entstehen in dem speziellen, besonders aromaschonenden Ti Herstellungsverfahren die vier Sorten Pfefferminztee mit Brombeere, Grüner Tee mit Mango, Schwarzer Tee mit Heidelbeere und Granatapfel sowie Rooibos Tee mit Pfirsich. Jede Sorte bietet den vollen Geschmack aus frisch aufgebrühten ganzen Teeblättern bzw. Zweigen und fruchtigen Geschmacksnoten. Ti Erfrischungstee ist daher eine ideale Alternative zu herkömmlichen Eistees. Mehr unter: [www.ti-erfrischungstee.de](http://www.ti-erfrischungstee.de)

#### **Pressekontakt** **BIONADE GmbH**

Svenja Lonicer  
Leiterin Marketing

✉ [presse@bionade.de](mailto:presse@bionade.de)

☎ +49 (97 77) 9101 827

#### **Interviewanfragen** **Hassia Mineralquellen**

Sibylle Trautmann  
Leiterin PR / Öffentlichkeitsarbeit

✉ [sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com](mailto:sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com)

☎ +49 (61 01) 403 1416