



Der Sinziger Mineralbrunnen – ein Unternehmen mit Tradition

In der Region zu Hause

Ob sprudelnd, weniger prickelnd oder still: Mineralwasser ist einer der beliebtesten Durstlöscher. Knapp 144 Liter trinkt jeder Deutsche pro Jahr. Dabei ist Wasser nicht gleich Wasser – den Unterschied macht die Natur. Gewonnen aus der Tiefe der Vulkaneifel steht das Sinziger Mineralwasser seit mehr als 160 Jahren für Qualität mit besonderem Ursprung.

Von der Quelle zum Mittelstandsbetrieb

1853 entdeckte und fasste A. Rosenbaum die Quelle in der Osteifel, begann das Mineralwasser in Tonkrüge abzufüllen und zu vermarkten. In den Folgejahren wechselte der Brunnen immer wieder den Besitzer, bis Carl Baum den Sinziger Mineralbrunnen 1921 übernahm und nur acht Jahre später, mit Beginn der maschinellen Abfüllung, einen Meilenstein in der Unternehmensgeschichte setzte. Das Unternehmen investierte weiter in den Brunnenausbau, erweiterte seine Produktpalette und entwickelte sich fortan zu einem wirtschaftlich stabilen Mittelstandsbetrieb mit hohem Qualitäts- und Markenanspruch. Seit 2005 gehört der Sinziger Mineralbrunnen zur Franken Brunnen GmbH & Co. KG, die mit über einer Milliarde Füllungen pro Jahr die Nummer neun unter den Brunnen in Deutschland ist.

Natürlich geschmackvoll

Seine Reinheit verdankt das Mineralwasser dem Ursprung in der Eifel. Natürlich gefiltert durch das vulkanische Gestein und angereichert mit wertvollen Mineralien und Spurenelementen, erhält das Wasser seinen frischen Geschmack und seine ausgewogene Mineralisierung – reich an Magnesium, Calcium und Hydrogencarbonat. Für die Qualität seiner Wässer wurde der Sinziger Mineralbrunnen erst im Februar 2017 ausgezeichnet und im Rahmen der Internationalen Qualitätsprüfung für Mineral-, Quell- und Tafelwasser der Deutschen Landwirtschafts-Gesellschaft mit vier Goldmedaillen prämiert. Bewertet wurde neben Aussehen, Klarheit, Geruch und Geschmack auch die Verpackung sowie die mikrobiologischen Eigenschaften.



Erfrischende Vielfalt

Die Qualität und die ausgewogene Mineralisierung kennzeichnen die gesamte Produktpalette. Neben drei Wässern – Classic, Medium und Naturelle – mit unterschiedlichem Kohlensäuregehalt gehören auch Erfrischungsgetränke zum Sortiment des Unternehmens. Ob Limonaden, Schorlen oder Wellnessdrinks: Das natürliche Mineralwasser aus der Eifelquelle ist Basis für alle Produkte. Erfrischend fruchtig und nicht zu süß sind die Sinziger Limonaden in den Sorten Orange und Zitrone. Auch die Apfelschorle des Mineralbrunnens ist mit 55 Prozent Fruchtanteil besonders aromatisch und kommt ganz ohne Zuckerzusatz aus.

Gut kombiniert

Die Mischung macht's auch bei den Wellnessdrinks: Angereichert mit Kräutern, Vitaminen oder grünem Tee hat Sinziger drei Wellness-Getränke im Sortiment. Verfeinert mit Grapefruitsaft bietet der Mineralbrunnen mit Sinziger Activ einen isotonischen und kalorienarmen Begleiter für den Sport, während Sinziger Balance mit dem Geschmack von exotischen Früchten, Ginseng und Kräuterextrakten das Wohlbefinden seiner Genießer steigern soll. Sinziger Holunderblüte, das außer nach Holunder auch nach Grüntee schmeckt und eine feine Apfelessig-Note aufweist, ist ein besonders erfrischender Durstlöscher.

Dinnerbegleitung

Abgerundet wird die umfangreiche Produktpalette durch Sinziger Exclusiv, die Gastronomie-Marke des Mineralbrunnens. Im schicken Design sind die drei Wässer sowie die Sinziger Apfelschorle und Orangenlimonade der passende Begleiter zu jedem Menü.

Die Markenwelt des Mineralbrunnens

Sinziger ist nicht die einzige Marke des Unternehmens: Mit dem Claim „Erfrischend natürlich“ präsentiert sich die zweite Mineralwassermarke des Mineralbrunnens – die regionale Ahrtalquelle. Ihre Sorten Classic, Medium und Naturelle bereichern seit 2001 das Portfolio. Für 2017 ist ein Relaunch der Produktausstattung geplant. Neben der Ahrtalquelle gehört seit 2003 auch die bekannte Limonadenmarke Gerri zur Unternehmensgruppe. Die zwölf Sorten, davon vier Light-Varianten, präsentieren sich seit Frühjahr 2017 mit neuem Logo, relaunchten Etiketten und dem Claim „Das Original“. Der frische Look ist nicht die einzige Neuerung: Auf Wunsch der vielen Gerri-Freunde werden die drei absatzstärksten Sorten – Cola Mix, Orange und Zitrone – in Sinzig erstmals in Glasflaschen abgefüllt.



Von Sinzig bis nach Wuppertal

Naturgemäß hat Sinziger vor allem in der namensgebenden Region seine treuesten Anhänger. Aber auch im übrigen Rheinland-Pfalz und in Nordrhein-Westfalen, vor allem aber in Remscheid, Solingen und besonders in Wuppertal schätzt man die Wässer, Limonaden und Fruchtschorlen aus dem Eifelbrunnen. Die Verbindung zu Wuppertal geht im Übrigen auf die Eigentümerfamilie Baum zurück, die in der bergischen Metropole zu Hause war.

In der Heimat aktiv

Die Positionierung als „local hero“, als regional verwurzelter Anbieter, begründet sich allerdings nicht in der Herkunft allein. Sie muss gelebt werden, und das geht am besten mit Marketing- und Promotion-Aktionen, die ebenfalls in der Region beheimatet sind. Wie zum Beispiel die Aktion „Verein der Woche“, die Sinziger seit mehreren Jahren gemeinsam mit einem lokalen Radiosender organisiert. Dabei können Vereine, die sich sozial engagieren, 500 Euro für ihr Projekt und zusätzliche Getränkegutscheine gewinnen. Ein wichtiger Baustein ist auch das lokale Sponsoring. Die Mineralwassermarke unterstützt mehrere örtliche Vereine und fördert dadurch Sport, Kultur und das soziale Leben. „Für uns ist es eine Herzensangelegenheit den Menschen in der Region etwas zurückzugeben“, erklärt Astrid Lettau, Marketingleiterin des Sinziger Mineralbrunnens.

Beim Mineralbrunnen zu Gast

Eine wichtige Rolle zur Bindung der Konsumenten an den Brunnen spielen Veranstaltungen auf dem eigenen Firmengelände. Ob zum An grillen, zum Tag der offenen Türe oder zum Frühlingsfest – immer wieder lädt das Unternehmen Mitarbeiter und Angehörige, Handelspartner und natürlich seine Konsumenten zu Veranstaltungen ein. Zuletzt 2016 zum Sinziger Brunnenfest, bei dem namhafte Künstler für einen passenden Rahmen sorgten.

Vom Handel geschätzt

Neben den regionalen Aktivitäten setzt der Brunnen auch mit überregionalen Verkaufsaaktionen Akzente. Hier hat Sinziger in den letzten Jahren eine ganze Reihe an Aktionen veranstaltet. Angefangen beim Sinziger Himmelsmenü – einem Dinner in luftiger Höhe – fanden auch die Sponsoringpakete rund um das Musical „Wicked“ und das Theaterstück „Caveman“ bei den Verbrauchern großen Anklang. Solche aufmerksamkeitsstarken Promotion-Maßnahmen schätzen auch die Partner im Handel – geben sie der Marke doch ein Gesicht und sorgen für „action“ am Point of Sale.



Mit Gerri unterwegs

Auch außerhalb des Handels versucht Gerri Akzente zu setzen. So war der Limonadenklassiker zu Karneval bei gleich mehreren Umzügen im Rheinland dabei und verteilte Produktproben an die Jecken. Auch der Einsatz von Gerri auf Facebook kommt an: Bereits nach kurzer Zeit folgen der Marke dort knapp 9000 Fans. „Unsere Produkte überzeugen nicht nur mit Qualität und Geschmack, sondern machen den Konsumenten auch Spaß“, freut sich Lettau. „Daran wollen wir auch in Zukunft anknüpfen und unsere Marktposition weiter ausbauen.“

Pressekontakt Sinziger

Astrid Lettau

Sinziger Mineralbrunnen GmbH

Bodendorfer Straße 4

53489 Sinzig/Eifel

Tel.: 02642 4006-24

E-Mail: astrid.lettau@sinziger.de

Pressekontakt PR-Agentur

Jana-Marie Brücher

K1 Gesellschaft für Kommunikation mbH

Sachsenring 40

50677 Köln

Tel.: 0221 22277-32

E-Mail: bruecher@k1-agentur.de