

BIONADE mit großen Neuigkeiten im Jubiläumsjahr Markteintritt in weitere Getränkekategorie geplant Spitzenposition bei Premium-, Bio- und Glas-Limonaden behauptet

Der Bio-Pionier ist mit viel Schwung ins Jubiläumsjahr 2024 gestartet: Seit 30 Jahren steht BIONADE für ein nachhaltiges Unternehmens- und Markenkonzept, das sich wieder bewährt hat und hohes Vertrauen genießt – auch in wirtschaftlich angespannten Zeiten. Mit erfrischenden Neuheiten will der Getränkehersteller aus der Rhön jetzt weitere Marktchancen erfolgreich nutzen.

Alkoholfreie Erfrischungsgetränke stehen im zunehmenden Wettbewerb mit anderen Kategorien. Auch innerhalb des Segments sorgen veränderte Nachfrage- und Konsummuster zu Verschiebungen: Verbraucher überlegen verstärkt, wofür sie ihr Geld ausgeben und was verzichtbar ist. Diese krisen- und inflationsbedingte Kaufzurückhaltung spüren insbesondere imageschwache Produkte, preisattraktive Handelsmarken profitieren hingegen ebenso wie starke, führende Markenartikel.

Dreifache Führungsrolle

„BIONADE gehört eindeutig dazu als Nummer 1 bei Bio-, Premium- sowie Glas-Limonaden. Diese dreifache Spitzenposition haben wir in einem hochdynamischen, äußerst anspruchsvollen Spannungsumfeld verteidigt“, freut sich Marketingleiterin Corinna Fuchs beim Blick auf das Geschäftsjahr 2023. „Nachdem wir absatzseitig auf Marktniveau* abgeschlossen haben – im Handel verzeichneten Limonaden einen leichten Absatzrückgang von 0,9 Prozent gegenüber Vorjahr bei einem ordentlichen Umsatzplus von 8,0 Prozent –, wollen wir unsere Marktführerschaft gezielt ausbauen. Auch, indem wir unser Portfolio strategisch weiterentwickeln.“

* Unify LEH >= 200 qm (inklusive DM/GAM, exklusive HD), 2023 vs. 2022

So gibt es die im Sommer 2023 erfolgreich eingeführte BIONADE Naturtrübe Blutorange neu in der 0,33-Liter sowie in der 0,5-Liter-Mehrweg-Glasflasche. Damit bietet der Bio-Pionier die komplette Naturtrüb-Range (Orange, Zitrone, Blutorange) plus Sortenliebling BIONADE Holunder im Großgebilde an. „Mit praktischem Schraubverschluss, ideal zum Teilen und Mitnehmen. Wobei unser Absatzschwerpunkt weiterhin auf der ikonischen 0,33-Liter-Mehrweg-Glasflasche mit Kronkorken liegt“, betont Marketingleiterin Corinna Fuchs.

Millionenfache Liebeserklärung

Den Kronkorken tauscht BIONADE anlässlich ihres 30-jährigen Jubiläums aus: Statt des bekannten roten Punkts wird das komplette 0,33-Liter-Sortiment dann für ein halbes Jahr ein Herz tragen, als kleine Liebeserklärung an die Marke und ihre Fans.

Ebenfalls neu ist, dass nun sämtliche BIONADE Mate Sorten (Pur, Pfirsich, Limette) ausschließlich im Fokusgebilde angeboten werden. Zum einen habe die Nachfrage-Entwicklung gezeigt, dass die BIONADE Mate-Range am liebsten aus der 0,33-Liter-Mehrweg-Glasflasche genossen wird. Zum anderen sei sie das bevorzugte Gastronomie- und Event-Gebilde, heißt es vom Unternehmen.

Neue Getränkekategorie

Weiter ausbauen will der Bio-Pionier auch seine vielfältige Erfrischungskompetenz. „Nachdem BIONADE Naturtrübe Blutorange unsere Absatzerwartungen dank eines schnellen Distributionsaufbaus und einer reichweitenstarken Kampagne deutlich übertroffen hat, stehen wir mit zwei Neuprodukten in den Startlöchern. Natürlich BIONADE-typisch mit 100 Prozent natürlichen Bio-Rohstoffen, wenig Zucker, erfrischend und vor allem richtig lecker, aber keine Limonade“, kündigt Corinna Fuchs an. Mit ihnen wolle der Bio-Pionier schon bald eine dritte Getränkekategorie erfolgreich besetzen.

Investieren wird BIONADE zudem in reichweitenstarke nationale Plakat- und Digitalkampagnen. Im Blickpunkt werden die Neuprodukte und die Naturtrüb-Range stehen. Auch die BIONADE Straßenbahnen gehen wieder auf Schiene, um für den Bio-Pionier nachhaltig im Vorbeifahren zu werben. Zudem wird das BIONADE Wassereis in diesem Sommer wieder in den Handel und die Gastronomie kommen: Die heiß begehrte, limitierte Zugabe legt der Bio-Pionier in neuen Sorten auf.

Bereits im Frühjahr startet außerdem die fünfte limitierte Sonderedition auf den Markt, in diesem Jahr mit der Top-Sorte BIONADE Naturtrübe Orange. Ihr fröhlich-buntes, erstmals mit Früchten gestaltetes Etikett resultiert aus einem Wettbewerb unter Markenfans. Von jeder verkauften Flasche werden 5 Cent an die Biodiversity Foundation von Ingrid Rudolph und Dirk Steffen fließen.

Bio bleibt

„Das Verschwinden ganzer Ökosysteme und der Klimawandel sind die größten Gefahren für das Überleben auf unserem Planeten“, so Corinna Fuchs. „Auch, wenn sich die finanzielle Situation vieler Verbraucher zuletzt verschlechterte: Langfristig führt kein Weg an nachhaltigen Konsumgütern vorbei.“ Das Bewusstsein dafür ist jedenfalls vorhanden, wie die inzwischen wieder robuste Marktentwicklung beweist. So hatte das über Jahre stetig gewachsene, erfolgsverwöhnte Bio-Segment zwar im Jahr 2022 einen Rückgang erlebt, der Bund Ökologische Lebensmittelwirtschaft meldete ein Umsatzminus von 3,5 Prozent auf 15,3 Milliarden Euro. Allerdings ist der deutsche Bio-Lebensmittelumsatz im Jahr 2023 wieder in Richtung 16 Milliarden Euro gewachsen. Auch die Marktforscher von NielsenIQ sehen positive Signale: Ihnen zufolge ist der Umsatz mit Bio-Lebensmitteln im vergangenen Jahr um knapp 9 Prozent gewachsen. Corinna Fuchs: „Das finden wir von BIONADE ehrlich gut.“



BIONADE Vielfalt für jeden Geschmack, Foto: Bionade GmbH/Abdruck honorarfrei



Die naturtrübe BIONADE Range, Foto: Bionade GmbH/Abdruck honorarfrei



Corinna Fuchs, Marketingleiterin Bionade GmbH, Foto: Bionade GmbH/Abdruck honorarfrei



Über BIONADE

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 wird aus 100 Prozent Bio-Rohstoffen hergestellt; sie 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

Pressekontakt/Interviewanfragen

BIONADE GmbH

Susanne Seufert

Presse- und Öffentlichkeitsarbeit

✉ presse@bionade.de

☎ +49 (97 77) 9 10 10