

BIONADE baut Spitzenstellung im Premium-Segment aus Bio-Pionier punktet mit Neuprodukteinführung Eistee und naturtrüben Limonaden

BIONADE blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2024 zurück: Dem Bio-Pionier aus der Rhön ist es gelungen, weiter zu wachsen, erfolgreich in die Kategorie Eistee einzutreten und seine Spitzenpositionen bei Premium-Limonaden, Bio-Limonaden und Limonaden in Glasgebinden zu bestätigen. Ein Kurs, den BIONADE im laufenden Jahr fortsetzen will – auch mit erfrischenden Neuheiten.

Die positive Entwicklung der Vorjahre bestätigt den Bio-Pionier in seiner Strategie, die Sortimentsvielfalt auszubauen, weitere Marktsegmente zu besetzen und auch innerhalb etablierter Kategorien mit neuen Sorten und Gebinden zu wachsen.



Foto: Bionade GmbH, Abdruck honorarfrei

„Wie mit BIONADE Eistee Pfirsich und Zitrone, die unsere Erwartungen seit ihrem Start vor rund einem Jahr deutlich übertroffen haben und insbesondere bei jungen Zielgruppen wachsen“, so Marketingleiterin Corinna Fuchs. „Auch unsere Naturtrüb-Range mit den Sorten Orange, Zitrone und Blutorange zeigt sich nachfragestark. Daran wollen wir mit unserer neuen BIONADE Naturtrübe Limette jetzt anknüpfen.“



Foto: Bionade GmbH, Abdruck honorarfrei

Absatzzuwachs entgegen Marktminus

Die Messlatte liegt hoch: Nach einem Absatzplus von 5 Prozent im Geschäftsjahr 2024 und damit deutlich entgegen dem rückläufigen Trend – alkoholfreie Erfrischungsgetränke verloren minus 0,4 Prozent – konnte BIONADE ihre Marktposition in diesem Marktsegment bestätigen und ausbauen. Auch umsatzseitig liegt BIONADE mit plus 8 Prozent über Branchenniveau von plus 6 Prozent.

Corinna Fuchs: „Wir spüren tagtäglich, dass die Schere zwischen Kostensteigerungen und Konsumverzicht weiter auseinandergegangen ist. Dass unsere BIONADE die dreifache Nummer 1 im Limonadenmarkt ist, heißt angesichts dessen nicht, dass wir uns auf den verdienten Lorbeeren ausruhen. Im Gegenteil, in diesem Jahr haben wir wieder einiges VOR.“* Daten laut Circana, LEH (inkl. HD)+DM+GAM, YTD Dez 2024

Vielfalt für alle

Mit dem gewachsenen Sortiment in jetzt drei Kategorien (Limonaden, Mate, Eistee), der Sortenvielfalt von Klassikern bis hin zu außergewöhnlichen Varianten und mit der 0,5-Liter-Flasche als Ergänzung zur 0,33-Liter-Flasche sieht sich BIONADE im zunehmenden Wettbewerb gut aufgestellt. Über alle Vertriebskanäle hinweg, für verschiedene Zielgruppen und für unterschiedliche Konsumanlässe können die Ostheimer attraktive Angebote machen.

Impulsgeber und Marktgestalter

„Mit unserer starken Marke BIONADE wollen wir weiterhin Impulse setzen, den Markt mitgestalten und unsere Chancen nutzen. Unser langfristiges Ziel ist es, die Welt der alkoholfreien Erfrischungsgetränke auf BIONADE Art zu erobern“, gibt sich Corinna Fuchs selbstbewusst.



Foto: Bionade GmbH, Abdruck honorarfrei

Dazu werde der Bio-Pionier weiter investieren, in diesem Jahr unter anderem in weitere Neuzugänge, aktivierende Promotions sowie reichweitenstarke Kommunikationsmaßnahmen mit Fokus auf Out-of-Home- und Digitalkampagnen. Neben dem laufenden nationalen Roll-out der BIONADE Naturtrube Limette wird es eine neue Premium PET-Flasche aus 100 Prozent Rezyklat mit hochwertiger Plasxmax-Beschichtung als Ergänzung zum Fokusgebilde Glas-Mehrweg sowie erstmals zwei limitierte Editionen geben. Los geht es mit Sortenliebling BIONADE Holunder als Jubiläumsedition zum 20-Jährigen des Anbauprojekts Bio-Landbau Rhön. Gefolgt von BIONADE Naturtrube Zitrone als Sonderedition, deren Etikett aus einem Designwettbewerb stammt, von deren Verkauf ein Teilerlös an die Biodiversity Foundation fließen wird. „Zum Schutz und Erhalt der vom Aussterben bedrohten Artenvielfalt“, erklärt Corinna Fuchs. „Ein Anliegen, das uns seit jeher wichtig ist. Weil in unserer BIONADE zu 100 Prozent natürliche Bio-Rohstoffe stecken. Vor allem aber, weil eine intakte Natur die Grundlage menschlichen Lebens ist.“

Bio wächst

Eine Botschaft, die bei den Konsumenten trotz Inflation ankommt: Laut Yougov Shopper Panel** konnte der Biomarkt im Jahr 2024 beim Absatz und Umsatz wieder zulegen. Die Haushaltsausgaben für Bio-Lebensmittel und -getränke stiegen um fast fünf Prozent gegenüber Vorjahr. Der klassische Lebensmitteleinzelhandel stellt inzwischen einen stabilen Marktanteil von 33,1 Prozent (Vorjahr 33,0 Prozent), Drogeriemärkte verzeichneten leichte Zuwächse auf 29,0 Prozent (Vorjahr: 28,5 Prozent). Der Fachhandel verlor hingegen an Marktbedeutung mit jetzt 26,4 Prozent (Vorjahr: 28,4 Prozent).** ehemals GfK Consumer Service Panel/Fachgeschäfte, Bio-Supermärkte und -Onlineshops, Naturkostläden, sonstige Bezugswege

Bio-Getränke erfolgreich gemacht

Dass Bio-Erfrischungsgetränke in Handel und Gastronomie, auf klassischen und digitalen Kanälen, über Sponsoring und Promotions heutzutage omnipräsent sind, ist auch BIONADE zu verdanken. „Produkteigenschaften wie 100 Prozent Bio-Rohstoffe in jeder Flasche, rund 30 Prozent weniger Zucker als Wettbewerbsprodukte, ohne künstliche Zusatzstoffe laut BIONADE Reinheitsgebot, das sind überzeugende Fakten“, so Corinna Fuchs. „Vor allem aber kann Bio einfach viel Genuss und Spaß bringen, wie wir als Weg- und Marktbereiter seit mehr als 30 Jahren beweisen.“ An der erfolgreichen Entwicklung von Bio-Erfrischungsgetränken habe BIONADE daher einen erheblichen Anteil, so das Fazit der Marketingleiterin.



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. Seit dem Jahr 2018 gehört sie zur HassiaGruppe. Hergestellt wird BIONADE aus 100 Prozent Bio-Rohstoffen; 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