

BIONADE wächst 2025 weiter über Marktniveau

Starke Performance in Limonaden und Eistee – Marke bestätigt Führungsrolle im Bio-AfG-Markt

Ostheim vor der Rhön, 22. April 2026 – BIONADE blickt auf ein erfolgreiches Geschäftsjahr 2025 zurück und baut seine Marktposition im Segment der alkoholfreien Erfrischungsgetränke weiter aus. Insbesondere in den Kategorien Limonade und Eistee entwickelte sich die Marke überdurchschnittlich und wuchs deutlich stärker als die Segmente und der Gesamtmarkt (BIONADE +4,3% vs. AFG-Total 2,1%¹).



BIONADE begeistert Konsumenten, Foto: Bionade GmbH/Abdruck honorarfrei

Überdurchschnittliche Entwicklung in zentralen Segmenten

„In den Segmenten Limonade und Eistee liegen wir mit unserer Entwicklung erneut deutlich über Marktniveau. In beiden Kategorien und insgesamt auf Markenebene konnten wir viele neue Käufer für BIONADE begeistern und so unsere Käuferreichweite ausbauen. Das zeigt, dass unsere Ausrichtung auf eine erfrischend-leckere Sortenvielfalt in Premiumqualität durch Verwendung 100 Prozent bio-zertifizierter Zutaten weiterhin den Nerv der Zeit trifft“, sagt Ronny Lindstädt, der seit Oktober 2025 die Marketingleitung bei BIONADE verantwortet.

¹ Circana, Umsatzveränderung 2025 ggü. VJ in %, LEH >= 200qm (inkl. HD) + DM + C&C + GAM

Während sich der AfG-Markt insgesamt dynamisch und zugleich wettbewerbsintensiv entwickelt, gelingt es BIONADE, zusätzliche Marktanteile zu gewinnen. Treiber dieser Entwicklung sind eine wachsende Käuferreichweite bei recht stabilen Wiederkaufsraten. Die zunehmende Nachfrage nach zuckerreduzierten und natürlichen Produkten sowie der Trend nach alkoholfreien Alternativen unterstützen dieses Wachstum. Als die Bio-Marke im Erfrischungsgetränkemarkt profitiert BIONADE besonders von dieser Entwicklung und adressiert mit ihrem klar positionierten Portfolio aktuelle Kundenbedürfnisse.

Im Segment der Bio-Limonaden ist BIONADE mit einem Umsatz-Marktanteil von 62,9 Prozent² klarer Marktführer. Während Handelsmarken zusammen unter 10 Prozent liegen, folgen namhafte Wettbewerber mit deutlichem Abstand. Damit bestätigt BIONADE ihre Position als eine der zentralen Treiber im Bio-Erfrischungsgetränkesegment.

2026: Wachstumsimpulse durch neue Produkte

Die etablierten Sorten in der 0,33l-Mehrweg-Flasche bleiben weiterhin die wichtigsten Umsatzträger im BIONADE-Portfolio. Gleichzeitig setzt BIONADE auf Produktneuheiten, um neue Konsumanlässe zu erschließen und neue Verwender für die Marke zu begeistern.

Neu im klassischen Limonadensortiment in der 0,33l Mehrweg-Flasche ergänzt die Sorte Holunderblüte das Portfolio um eine florale, erfrischend-leckere Geschmacksrichtung, welche künftig ebenso wie die Sorte Holunder vom Bio-Landbau-Rhön regional bezogen werden soll. Im Eistee-Segment baut BIONADE seine Präsenz mit der Sorte Eistee Granatapfel, ebenfalls in der 0,33l Longneck-Flasche, weiter aus und greift die steigende Nachfrage nach erfrischend-fruchtigen und weniger süßen Getränken auf.

Mit der limitierten Designedition der Sorte Litschi setzt BIONADE zudem erneut ein besonders nachhaltiges Zeichen: Bereits im fünften Jahr fließen 5 Cent pro verkaufte Flasche an die Initiative Vielfalt 2030, die Projekte zum Schutz und zur Förderung der biologischen Artenvielfalt unterstützt. „Mit der Litschi-Sonderedition tragen wir konkret zum Erhalt der Biodiversität bei. Jede Flasche leistet einen kleinen Beitrag mit großer Wirkung“, so Ronny Lindstädt. Die Designedition stößt bereits auf großes Interesse bei Verbraucherinnen und Verbrauchern.

Die erfolgreichen zwei Eistee-Sorten Pfirsich und Zitrone erweitern zudem das bisher auf Limonade begrenzte nachhaltige 0,4l-rPET Gebinde-Portfolio. Die 0,4l rPET-Flaschen unterstützen Konsumsituationen, in denen leichte und wiederverschließbare Verpackungen gefragt sind. Die Flasche eignet sich optimal für die Wiederverwertung und ermöglicht einen sortenreinen Wertstoffstrom ohne störende Fremdmaterialien. So wird ein hundertprozentiges Flasche-zu-Flasche-Recycling realisierbar, welches einen wichtigen Baustein für geschlossene Wertstoffkreisläufe bietet.

Nachhaltigkeit bleibt zentraler Bestandteil

Nachhaltigkeit ist fest in der Marken-DNA verankert und nicht nur ein Ziel, sondern eine Grundhaltung, die sich im täglichen Handeln widerspiegelt. BIONADE setzt konsequent zu 100 Prozent auf Bio-Rohstoffe, eine ressourcenschonende Produktion, nachhaltige Gebinde und möglichst kurze Lieferketten. Daher setzt BIONADE alles daran, negative Einflüsse zu minimieren und Ressourcen effizient sowie schonend zu

² Circana, LEH (inkl. HD) + DM + GAM, 2025

nutzen. BIONADE ist stolz, nach dem ZNU-Standard „Nachhaltiger Wirtschaften“³ zertifiziert zu sein, wodurch das Nachhaltigkeitsengagement extern durch den TÜV-Rheinland unabhängig bestätigt, und zudem weiteres Verbesserungspotential aufgezeigt wird. Dieses klare Profil wird von Verbraucherinnen und Verbrauchern honoriert und stärkt die langfristige Markenbindung.

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

³ ZNU ist die Abkürzung für das Zentrum für nachhaltige Unternehmensführung. Der ZNU-Standard Nachhaltiger Wirtschaften ist ein extern zertifizierbarer Standard für die Implementierung eines ganzheitlichen Managementprozesses für nachhaltige Unternehmensführung. Die Zertifizierung stellt sicher, dass sich das Unternehmen ernsthaft mit dem Thema Nachhaltigkeit beschäftigt und sich in den wesentlichen Handlungsfeldern am jeweiligen Standort und entlang der Wertschöpfungsketten systematisch weiterentwickelt.