

Pressemappe – MAGNUS Mineralbrunnen

Stand März 2009



INHALT

Pressetexte (chronologisch)

- Neuer Webauftritt: MAGNUS Mineralbrunnen macht sich frisch
- Internorga 2009: MAGNUS Mineralbrunnen mit regionaler Stärke gegen die Krise
- MAGNUS Imperial im neuen Look
- MAGNUS Mineralbrunnen holt Sven Pazdyka an Bord
- Pfreches Pfrüchtchen: MAGNUS Mineralbrunnen präsentiert MAGNUS TeePlus Pflaume
- Öko-Test Jahrbuch 2007: „Sehr gut“ für MAGNUS Mineralwasser Medium
- Sommerspaß für die ganze Familie: Kinderfest in Kampen

Hintergrundinformationen

- Gaby Gaßmann im Profil
- Das Unternehmen – MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG

Über MAGNUS Mineralbrunnen

Die MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG ist mit mehr als 45 Millionen Abfüllungen im Jahr einer der größten Getränkehersteller in Norddeutschland. Das familiengeführte Unternehmen blickt auf eine mehr als 100-jährige Tradition zurück und vertreibt seine Produkte hauptsächlich in Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Niedersachsen und Mecklenburg-Vorpommern. Ein klares Bekenntnis zur Region, ein vielfältiges Produktangebot, sowie höchste Qualität zeichnen das Unternehmen aus. So wurde das natriumarme Mineralwasser MAGNUS Medium von der Verbraucherzeitschrift Öko-Test 2005 und 2007 mit der Note „sehr gut“ ausgezeichnete. Am Standort Norderstedt werden fast 20 verschiedene Erfrischungsgetränke ausschließlich in umweltfreundlichen Glas- und PET-Gebinden abgefüllt. Die Produktpalette reicht von Mineralwässern, über Schorlen bis zu Near Water-Getränken. Mit MAGNUS Imperial bietet der unabhängige Brunnenbetrieb eine Produktlinie für die Hotellerie und Gastronomie an.

Weitere Informationen

MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG
Gaby Gaßmann
Langenharmer Weg 211
22844 Norderstedt
eMail: g.gassmann@magnus-mineralbrunnen.de
Tel.: 040-30390990

SCHULTZEPLUS
Thomas Schultze
Amsickstraße 70
20097 Hamburg
eMail: ts@schultzeplus.de
Tel.: 040- 23166754

Neuer Webauftritt: MAGNUS Mineralbrunnen macht sich frisch

- Online Shop mit MAGNUS Produkten
- Neues Wasserlexikon

**Norderstedt, 12. März 2009 – Frischer, fröhlicher, emotionaler –
passend zur Internorga 2009 präsentiert sich MAGNUS**

**Mineralbrunnen (www.gute-laune-trinken.de) in neuem Design und
mit erweitertem Angebot. Neben einer kompletten Überarbeitung des
Erscheinungsbilds wurde auch das Serviceangebot des
Internetauftritts erweitert: So können Besucher im neuen Online-Shop
Produkte im MAGNUS-Design erwerben und ein neues Wasserlexikon
stillt den Wissensdurst.**

Immer dabei – die bunten MAGNUS Bubbles

Ganz im Sinne des Slogans von MAGNUS Mineralbrunnen „Gute Laune
Trinken“ lädt den Besucher auf der Startseite ein Karussell aus Flaschen
zum Einsteigen ein. Im Hintergrund sprudeln derweil sanft die bekannten
MAGNUS Bubbles in ihren vier Farben. „Der Auftritt wurde optisch und
emotional ansprechender gestaltet. Er bietet unseren Kunden jetzt noch
mehr Spaß, umfangreichere Informationen und überzeugt durch die hohe
Benutzerfreundlichkeit“, erläutert Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin von
MAGNUS Mineralbrunnen.

Übersichtlicher und benutzerfreundlicher

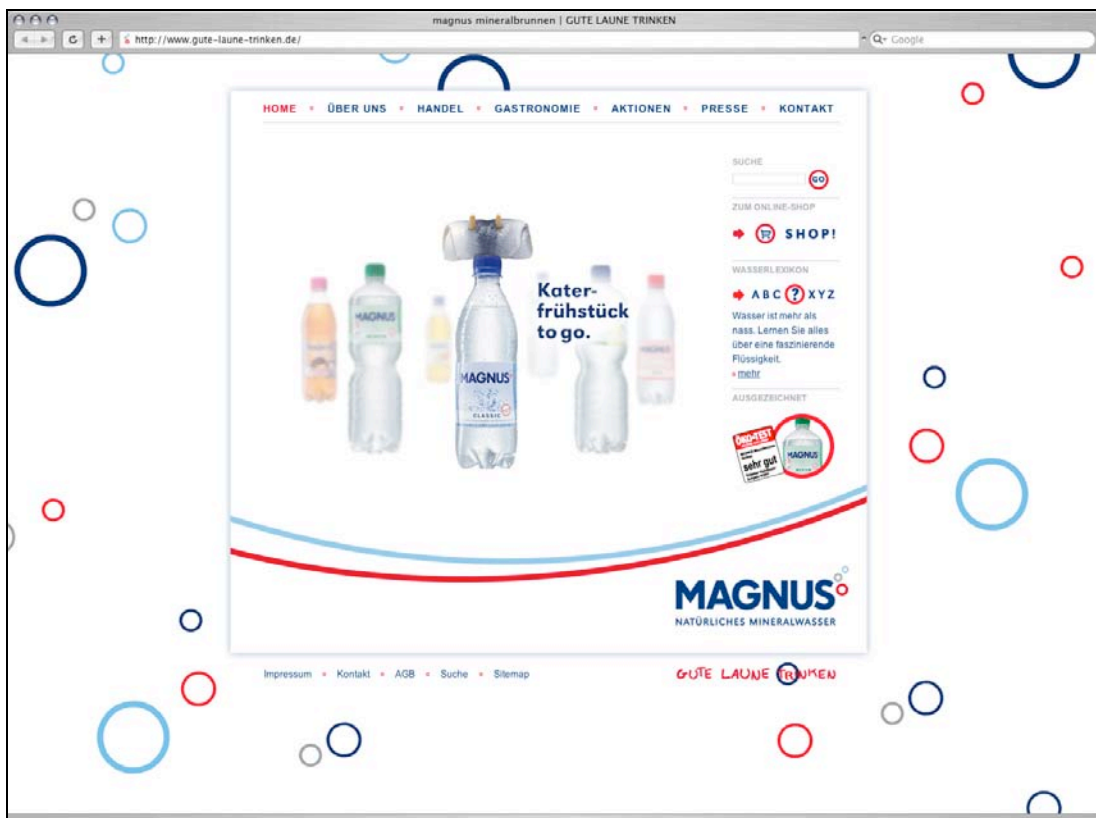
Eine übersichtliche Benutzerführung leitet den Besucher durch die Vielfalt
an Informationen rund um MAGNUS Mineralbrunnen. Im Kopfbereich der
Site dienen große Headlines mit eingebauten Wasserflaschen als Image-
und Informationsträger. Klickt man auf „Handel“, so finden sich hier
Informationen und Services für Geschäftspartner von MAGNUS
Mineralbrunnen: etwa ein Überblick über das gesamte Sortiment und
Abbildungen zum Downloaden. Im Bereich „Gastronomie“ finden

Gastronomen und Hoteliers Informationen über die Gastronomie-Range MAGNUS Imperial sowie Wissenswertes über Wasser und Wein.

Bunter wird's nicht – der MAGNUS Shop

Ein neues Feature auf der Seite ist ebenfalls der neu gestaltete Online-Shop mit Produkten im MAGNUS Design. Hier kann der Kunde bequem zwischen Handtüchern, Gläsern, Flip-Flops und vielem mehr aussuchen. Und alles Wissenswerte zum Thema Wasser erfährt der User im neuen MAGNUS Wasserlexikon.

Verantwortlich für Konzeption, Design und Realisierung des Webauftritts ist die MAGNUS-Hausagentur SCHULTZEPLUS.



Internet Relaunch von www.gute-laune-trinken.de: Alles dreht sich.

VIELFALT.

HOME • ÜBER UNS • **HANDEL** • GASTRONOMIE • AKTIONEN • PRESSE • KONTAKT

MAGNUS Mineralbrunnen
 Natürliches Mineralwasser
 Schorlen
 Lemon
 Wellness, Sport, ACE
 AquaPlus
 TeePlus
 Limonaden
 Brausen
 Aistertaler
 Sophie Charlotte
 Download

NATÜRLICHES MINERALWASSER

Sehr gut für Mama, Papa und ...

Natürliches Mineralwasser von MAGNUS enthält wenig Mineralien und ist daher besonders für die Bedürfnisse von Säuglingen und stillenden Müttern geeignet. Unsere Wässer unterliegen strengsten Kontrollen. Moderne Aufbereitungen und ein qualifiziertes Fachpersonal garantieren den gleichbleibend hohen Qualitätsstandard.

MAGNUS CLASSIC 0,7l

Kalorien	mg/l
Natrium (Na)	3,8
Kalium (K)	0,8
Magnesium (Mg)	3,9
Calcium (Ca)	82
Antimon	mg/l
Chlorid (Cl)	30
Sulfat (S ₀₄)	31
Hydrogencarbonat (HCO ₃)	142

MAGNUS CLASSIC PET 1,0l/1,5l

Kalorien	mg/l
Natrium (Na)	10,1
Kalium (K)	1,3
Magnesium (Mg)	5,32
Calcium (Ca)	101

Internet Relaunch von www.gute-laune-trinken.de: Mehr Übersichtlichkeit, mehr Service.

Internorga 2009: MAGNUS Mineralbrunnen mit regionaler Stärke gegen die Krise

- Neuer Internetauftritt und frisches Etikettendesign

Norderstedt, 8. März 2009 – „Die Krise ist zwar da, aber es kommt darauf an, was man daraus macht“, sagt Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin von MAGNUS Mineralbrunnen. Im Vorfeld der Internorga gibt sich der norddeutsche Brunnen betont kämpferisch. Mit überarbeiteter Gastronomie-Range und renoviertem Internetauftritt geht das Unternehmen in Hamburgs Messehallen an den Start. Um seine Marktposition im Norden weiter auszubauen, setzt MAGNUS Mineralbrunnen verstärkt auf die Vermarktung regionaler Werte.

„Das Jahr 2009 wird nicht leicht, aber das ist noch lange kein Grund, den Kopf in den Sand zu stecken“, findet Gaby Gaßmann. „Wir haben uns bewusst für eine Teilnahme an der Internorga entschieden, weil wir als norddeutscher Brunnenbetrieb Flagge zeigen wollen.“ So wurden pünktlich zum Messetermin die Website überarbeitet und nach dem Relaunch der Handels-Range im letzten Jahr die Etiketten von MAGNUS Imperial erfrischt. Insbesondere mit dem Absatz der Gastronomie-Range kann das Unternehmen große Erfolge im Norden verbuchen. So hat sich der Absatz von MAGNUS Imperial in den letzten zwölf Monaten mehr als verdoppelt. „Das ist maßgeblich der Kraft und der Kreativität der gesamten MAGNUS Mannschaft zu verdanken“, stellt Gaby Gaßmann fest.

„Mit unserer klaren Ausrichtung auf Norddeutschland haben wir Pluspunkte bei unseren Kunden gewonnen“, sagt Marc Böttcher, Leiter Gastronomie bei MAGNUS Mineralbrunnen. „Gastronomen schenken ihren Gästen immer häufiger Wasser aus der Region ein. Die Vorteile liegen auf der Hand: Weniger Transportkosten, bessere Ökobilanz und mehr regionales Bewusstsein.“

MAGNUS Imperial: Edler, klarer, schöner

Passend zur Messe wurde das Etikettendesign von MAGNUS Imperial weiter überarbeitet. Das Ergebnis sind noch besser lesbare Etiketten mit deutlich mehr Eleganz. So wurde das Etikettenpapier einer besonderen Behandlung unterzogen, damit die Flaschen auf dem Tisch

eine noch bessere Figur machen. Das Design der Flasche, mit dem vertikalen MAGNUS-Logo, wurde beibehalten. Neu in der Gastronomie-Ausstattung ist ein Konferenzkühler für sechs 0,25l-Gebinde. MAGNUS Imperial ist in zwei Größen (12 x 0,75l und 20 x 0,25l-Glasflasche) und in den Sorten „Feinperlig“ und „Still“ erhältlich.

Relaunch Gastronomie-Range

MAGNUS Imperial im neuen Look

Norderstedt, Juli 2008 – Alles bleibt anders bei MAGNUS

Mineralbrunnen: Im Rahmen der Überarbeitung des Markenauftritts präsentiert der norddeutsche Brunnen seine Gastronomie-Range MAGNUS Imperial im neuen Look. Erstmals sorgen edel gestaltete Banderolen für die Kennzeichnung der Sorten classic und still.

Banderolen für klare Sortenkennung

Bei dem Relaunch von MAGNUS Imperial standen zeitlose Eleganz, Klarheit und Eigenständigkeit im Vordergrund. Ganz neu sind silberne Banderolen auf den Gebinden, die neben den farblich abgestimmten Verschlüssen für eine klare Sortenkennung sorgen. Das MAGNUS-Logo, das ebenfalls eine Überarbeitung erfuhr, wird vertikal im Siebdruckverfahren direkt auf die Flaschen aufgedruckt. Mit seinen drei bunten „Bubbles“ sorgt das Markenzeichen für maximale Wiedererkennbarkeit.

„Wir freuen uns, dass MAGNUS Imperial einen festen Platz auf norddeutschen Tischen hat. Insgesamt ist die Range jetzt noch eine Spur klarer und deutlich eleganter geworden. Die formschönen Glasflaschen repräsentieren den hohen Qualitätsanspruch von MAGNUS Imperial und fügen sich perfekt in jedes Ambiente ein“, sagt Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin MAGNUS Mineralbrunnen.

Erweiterte Gastronomie-Ausstattung

Zur Gastronomie-Ausstattung von MAGNUS Imperial gehören neben trendigen Bechern auch Stielgläser sowie Flaschenkühler in gebürstetem Edelstahl und Plexiglas in Eisoptik für die 0,75l-Gebinde. Ein Konferenzkühler für sechs 0,25l-Gebinde rundet das Angebot ab. „Der sanft-frische Geschmack und der Einsatz von weniger Kohlensäure machen MAGNUS Imperial classic so beliebt und sorgen für eine rege Nachfrage. Mit unserem umfangreichen Serviceangebot wollen wir Gastronomen und Hoteliers im Norden von der ausgezeichneten Qualität des Produktes überzeugen. Dies

wird uns gelingen, zumal das Bewusstsein für Produkte aus der Region weiter zunehmen wird“, sagt Marc Böttcher, Verkaufleiter Gastronomie MAGNUS Mineralbrunnen. MAGNUS Imperial ist in zwei Größen (12 x 0,75l und 20 x 0,25l-Glasflasche) und in den Sorten classic und still erhältlich.

MAGNUS Mineralbrunnen holt Sven Pazdyka an Bord

Norderstedt, Januar 2008 – Verstärkung für das Vertriebsteam von MAGNUS Mineralbrunnen. Seit Anfang des Jahres unterstützt Sven Pazdyka (44) als Vertriebsmitarbeiter im Außendienst den norddeutschen Mineralbrunnen.

Sven Pazdyka kommt von Mineralquellen Wüllner, für die er mehr als 11 Jahre, zuletzt als Gebietsverkaufsleiter Region Nord, tätig war. Bei MAGNUS Mineralbrunnen betreut der Getränkefachmann die Regionen Hamburg sowie Schleswig Holstein. „Ich freue mich auf die Herausforderung und möchte meine Erfahrungen gewinnbringend für das Unternehmen einbringen“, sagt Sven Pazdyka.

Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin MAGNUS Mineralbrunnen: „Wir sind stolz, mit Herrn Pazdyka einen ausgewiesenen Experten für uns gewonnen zu haben. Mit ihm werden wir unsere Präsenz im Norden weiter ausbauen und den Kontakt zu den Kunden intensivieren.“

Pfreches Pfrüchtchen: MAGNUS Mineralbrunnen präsentiert MAGNUS TeePlus Pflaume

Norderstedt, November 2007 – Für mehr Auswahl im Getränkeregale sorgt ab sofort das Near Water-Getränk MAGNUS TeePlus Pflaume. Das Produkt komplettiert die erfolgreiche MAGNUS TeePlus-Range, die in den Geschmacks-richtungen Zitrone und Pfirsich erhält ist. Kommunikativ unterstützt wird die Line-Extension durch aufmerksamkeits-starke Promotionsmaßnahmen am POS.

MAGNUS TeePlus gibt es in drei leckeren Geschmacksrichtungen: Zitrone, Pfirsich und Pflaume. Erhältlich sind die 1,5-Liter-PETCycle-Flaschen im 6er-Kasten. Die 0,5-Liter-PETCycle-Flasche im 20er-Kasten. „Mit ihrem leichten Gewicht unterstützen gerade die PETCycle-Flaschen die Leichtigkeit der Range“, sagt Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin MAGNUS Mineralbrunnen. Für einen geschmackvollen Unterschied sorgt eine maßvolle Süßung mit Fructose. Dank des hohen Anteils natürlicher Mineralien ist MAGNUS TeePlus Pflaume die ideale Erfrischung für ernährungsbewusste Menschen.

Nährwerttabelle

	MAGNUS TeePlus Zitrone	MAGNUS TeePlus Pfirsich	MAGNUS TeePlus Pflaume
Brennwert 100 ml	72,1 kJ (17,0 kcal)	71,4 kJ (16,8 kcal)	71,4 kJ (16,8 kcal)
Eiweiß	< 0,1 g/l	< 0,1 g/l	< 0,1 g/l
Kohlenhydrate	4,0 g/l	4,0 g/l	4,0 g/l
Fett	< 0,1 g/l	< 0,1 g/l	< 0,1 g/l

**Öko-Test Jahrbuch 2007: „Sehr gut“ für MAGNUS Mineralwasser
Medium**

Norderstedt, November 2007 – MAGNUS Mineralbrunnen freut sich über eine Bestnote. Bei einem Test der Verbraucher-zeitschrift Öko-Test erhielt MAGNUS Mineralwasser Medium das Gesamturteil „sehr gut“. Damit erhält dieses Produkt, nach 2005, zum zweiten Mal diese Note.

Die Zeitschrift hat in ihrem Jahrbuch 2007 insgesamt 40 Mineralwässer getestet, die für die Zubereitung von Säuglingsnahrung geeignet sind. Der Fokus des Tests lag auf dem Urangehalt. Zusätzlich wurden die Wässer auf Keime und Bakterien untersucht, die für Kinder besonders gefährlich sind. 38 der 40 untersuchten Wässer bekommen beim Testergebnis Uran ein "sehr gut", eines ist "befriedigend", ein anderes überschreitet den Grenzwert und ist damit "ungenügend".

„Wir freuen uns sehr über dieses hervorragende Ergebnis. Es spricht für die überragende Qualität unserer Quelle und unserer Arbeit“, sagt Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin MAGNUS Mineralbrunnen. Alle Getränke von MAGNUS Mineralbrunnen kommen erst dann in den Handel, wenn durch intensive mikrobiologische Untersuchungen die Unbedenklichkeit garantiert ist. Sorgfältige Kontrollen, moderne Produktionsanlagen und ein hoch qualifiziertes Personal garantieren eine gleich bleibende Qualität der Produkte.

Sommerspaß für die ganze Familie: Kinderfest in Kampen

Norderstedt und Kampen, Juli 2007 – Für kleine und große Kinder heißt es am 28. und 29. Juli aufgepasst und mitgemacht. Das Strandbistro La Grande Plage in Kampen und Magnus Mineralbrunnen veranstalten ihr erstes großes Kinderfest. Zahlreiche Aktionen, tolle Spiele und jede Menge Gewinne warten in der Zeit von 10 bis 18 Uhr auf die Besucher. Der Spaß steigt am Strand vom La Grande Plage und der Eintritt ist kostenfrei.

Hauptattraktion ist ein aufblasbarer, riesiger Kletterberg. Mit Seilen rundum gesichert, geht es in luftige Höhen. Aber auch an weniger Mutige haben die Veranstalter gedacht: Ein Glücksrad mit vielen tollen Gewinnen, ein Sandburgen-Wettbewerb oder Kinderschminken versprechen viel Spaß für die Kleinen und Entspannung für die Großen. Als bleibende Erinnerung an einen sandgefüllten Sommertag auf Sylt kann sich jeder Besucher kostenfrei fotografieren lassen. Gaby Gaßmann, Geschäftsführerin Magnus Mineralbrunnen und Manfred Hermann, Inhaber vom La Grande Plage: „Wir freuen uns riesig auf das Kinderfest und hoffen auf super Wetter und viel gute Laune.“

Hintergrund

Gaby Gaßmann im Profil

Ein Sommer in Deutschland. Wieder einmal nichts als Wolken am Himmel. Kaum jemanden kam ins Schwitzen. Hersteller von Mineralwasser wünschten sich die Sonne da ganz besonders herbei. Beim MAGNUS Mineralbrunnen jedoch behält man ganz hanseatisch die Ruhe. Seit Jahren erzielt sich das mittelständische Unternehmen aus Norderstedt bei Hamburg positive Absatzzahlen. Im hart umkämpften norddeutschen Mineralwassermarkt schwimmt es ganz vorne mit. Hinter dem Erfolg von MAGNUS Mineralbrunnen steht eine Frau - Gaby Gaßmann, 35 und seit acht Jahren Geschäftsführerin.

Eigentlich hatte die studierte Betriebswirtin nie im familieneigenen Unternehmen arbeiten wollen. Bereits während ihres Studiums lernte Gaßmann die Werbebranche kennen. Für die Agentur TBWA war sie sechs Monate in New York tätig, ein weiteres halbes Jahr verbrachte die in der Kommunikationsabteilung von Beiersdorf in Santiago de Chile. Anschließend stieg sie als Kontakterin bei der Springer & Jacoby-Tochter „Heimat“ in Berlin ein. Einer Karriere in der Werbebranche stand also nichts im Wege.

Doch dann kam alles ganz anders. 2001 bot ihr Vater der damals 28-Jährigen die Leitung des MAGNUS Mineralbrunnens an. Gaby Gaßmann stellte sich dieser Aufgabe mit einer gesunden Mischung aus Selbstvertrauen und Selbstkritik: Um der verantwortungsvollen Position auch wirklich gewachsen zu sein, absolvierte sie zunächst ein halbjähriges Trainee-Programm bei einem anderen Mineralbrunnen. Parallel dazu stand intensive Weiterbildung rund um den Einkauf und Vertrieb auf dem Programm.

Die ersten Monate im Betrieb glichen trotz aller Vorbereitung einem Kulturschock. Durch ihre internationalen Erfahrungen geprägt, erkannte Gaßmann, dass Organisation und Abläufe erneuert werden mussten. Mutig stellte sie sich ihren neuen Aufgaben und löste diese mit Charme, aber auch mit Konsequenz. Zwar musste keiner der Arbeitnehmer gehen, im Gegenzug gab Gaby Gaßmann neue Zielvorgaben aus. Das Marketing wurde offensiver

gestaltet, eine neue Führungskultur, die auf offenen Dialog und Problembewusstsein basiert, hielt Einzug.

Sie selbst lebt die neue Unternehmenskultur vor und versteckte sich nicht vor ihren Mitarbeitern, die zum Teil über Jahrzehnte an Berufserfahrung verfügen. Die Tür zu ihrem Büro war von Beginn an für jeden und jederzeit geöffnet. Konflikten und Diskussionen ging Gaßmann bewusst nicht aus dem Weg und letztendlich löste sie die Probleme im Einklang mit ihrer Belegschaft. Das Engagement hat sich ausgezahlt. Seitdem Gaßmann die Geschäftsleitung der Betriebe in Norderstedt übernommen hat, sind die Umsätze deutlich gewachsen.

Ihre Erfahrungen aus der Werbung konnte sie bei MAGNUS Mineralbrunnen ebenfalls einbringen. So wurde das Erscheinungsbild der Marke unter ihrer Regie aufgefrischt. Dabei führte sie den "Bubble-Look" und den Werbe-Slogan "Gute Laune trinken" ein. Markenbekanntheit und Sympathie für die Marke sind seither gestiegen.

Auch wenn der Beruf sie sehr in Anspruch nimmt, schafft Gaby Gaßmann es, auch über den Rand der Getränkeboxen hinweg zu denken und handeln. Zusammen mit dem HSV rief sie beispielsweise die Aktion "Der Kick deines Lebens" ins Leben. Im Rahmen der Aktion werden die talentiertesten Nachwuchskicker gesucht und erhalten die Chance in ein Trainingslager in die USA zu fliegen.

Dank ihres Engagements ist Hamburg seit 2003 außerdem um einen attraktiven Veranstaltungsort reicher. In einer alten Halle an der Amsinckstraße, in der früher Schiffsmotoren produziert wurden, entstand die „MAGNUSHall“. Heute sind die Wände der alten Industriehalle weiß gestrichen, ein schrilles Fischgraffiti prangt an der Stirnseite einer elf Meter langen, weiß gemauerten Poolbar. Die MAGNUSHall ist mit modernster Licht-, Ton- und Event-Technik ausgestattet und verfügt über eine 70 qm große Bühne, Bar, einen Catering-Bereich und ein attraktives Foyer. Mittlerweile ist die ehemalige Fabrikhalle mit ungewöhnlichem Ambiente ein vielgefragtes Veranstaltungszentrum und hat weitere zwei Hallenteile hinzugebaut.

Regelmäßig finden dort Seminare, Unternehmensveranstaltungen und Präsentationen statt.

Für Gaby Gaßmann steht bei allen Projekten die Freude im Vordergrund. Gleichwohl ist ein so vielfältiges Engagement nur mit absolutem Leistungswillen und äußerster Disziplin machbar. Entspannung findet Gaby Gaßmann im Austausch mit Freunden, wie etwa im Skiurlaub, den sie jedes Jahr mit Freunden verbringt, oder an der See. Bleibt abzuwarten, welches Projekt sie als nächstes in Angriff nimmt.

Hintergrund

Das Unternehmen – MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG

„Die Menschen erfrischen und sie erfreuen.“ Seit der Gründung im Jahre 1900 verfolgt die heutige MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG dieses Motto. Während seiner langen Unternehmensgeschichte hat sich der inhabergeführte Mittelständler zu einem der wichtigsten Getränkehersteller in Norddeutschland entwickelt.

Gegenwärtig beliefert MAGNUS Mineralbrunnen Getränkeshändler und Einzelhändler in der norddeutschen Region. Rund 26 Mitarbeiter sind am Standort Norderstedt beschäftigt. Von der Produktentwicklung über Marketing und Vertrieb bis hin zu Abfüllung und Logistik wird alles in Eigenregie bewerkstelligt. Eine Unabhängigkeit, die nicht selbstverständlich ist in einem Markt, der zunehmend von einigen wenigen Großanbietern dominiert wird.

Geschäftsführerin Gaby Gaßmann (35) will an der Tradition des Familienunternehmens festhalten und weiter Marktanteile gewinnen. Gegenwärtig läuft die Produktion an den zwei Produktions-Anlagen, die eine Füllleistung von 18.000 bzw. 36.000 Flaschen je Stunde erreichen, auf Hochtouren. Insgesamt gehört das Unternehmen mit einem jährlichen Ausstoß von 45 Mio. Füllungen zu den bedeutendsten unabhängigen Anbietern in Norddeutschland.

In den Hauptabsatzgebiete Hamburg, Bremen, Schleswig-Holstein, Teilen von Niedersachsen sowie Mecklenburg-Vorpommern erfreuen sich die Produkte der wichtigsten Marken-Familie MAGNUS wachsender Beliebtheit. Kontinuierliche Produktinnovationen wie die in diesem Jahr gelaunchte Produktlinie AQUA PLUS und Tee plus sollen zum künftigen Wachstum beitragen. Des Weiteren ist MAGNUS Mineralbrunnen auch in dem Bereich PET von 0,5l bis 1,5l erhältlich.

In seiner Preispolitik setzt MAGNUS Mineralbrunnen auf hochwertige Markenqualität bei familienfreundlichen Preisen. Kontinuierliche interne und externe Qualitätskontrollen sichern eine beständige und hohe Produktqualität.

Alle Erfrischungsgetränke werden in umweltfreundlichen Glas- und PET-Mehrweggebinden abgefüllt.

Die Geschichte des Unternehmens beginnt im Jahre 1900 in Stuckenborstel. Dort wird „Söt un Sur“ gegründet. Im Vordergrund standen damals die Herstellung von Appelsöt (naturreiner Apfelsüßmost), Sötings Limonaden, sowie Surling (Tafelwasser und Rebsur, – aromatisierter Weinessig). Aus den Beiden Namen AppelsÖT und SURling entstand später die Marke SÖT un SUR. In den folgenden Jahrzehnten entwickelt sich das Unternehmen zu einem der erfolgreichsten Anbietern von Erfrischungsgetränken in der Hamburger Region. Die Produktionsanlagen in Struckenborstel überdauerten beide Weltkriege und in der jungen Bundesrepublik wurde der Abfüller zu einem Stück regionalen Wirtschaftswunder.

Im Jahre 1978 wurde ein neuer Produktionsstandort in Norderstedt erworben. Die komplette Produktion wurde nach Norderstedt verlagert und der Betrieb in Stuckenborstel in den Getränkefachgroßhandel umgewandelt. Es beginnt die Herstellung alkoholfreier Erfrischungsgetränke. Das MAGNUS Mineralwasser wird aus der Taufe gehoben. Nach erfolgreicher Markteinführung in den 80er Jahren gewinnt die Marke schnell an Popularität und bereits 1995 ist das gesunde Wasser eine feste Größe in den Gläsern in Norddeutschland.

Ab 2002 präsentiert sich das Wasser dann in einem neuen Look. Mit einem neuen Claim – „Gute Laune trinken!“ – und frischem „Bubbles“-Look wird der Auftritt der Marke auf allen Werbemitteln erneuert. Zwei Jahre später erfolgt in 2004 zudem eine organisatorische Neuordnung des Unternehmens. Söt un Sur wird in zwei eigenständige Betriebe, „Söt un Sur Getränkefachgroßhandel GmbH & Co. KG“ in Stuckenborstel sowie die „MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG“ in Norderstedt aufgeteilt. Für 2005 stehen nun eine Überarbeitung der Gebinde und Etiketten an. Auch die Produktpalette soll weiter wachsen, Pläne für neue und erfrischende Ideen werden in Norderstedt bereits entwickelt.

Historie in Überblick

1900 – Gründung Söt un Sur in Stuckenborstel

Im Vordergrund standen damals die Herstellung von Appelsöt (naturreiner Apfelsüßmost), Sötungs Limonaden, sowie Surling (Tafelwasser und Rebsur, – aromatisierter Weinessig). Aus den Beiden Namen AppelsÖT und SURLing entstand später die Marke: SÖT un SUR.

1978 – Erwerb Produktionsstandort Norderstedt

Beginn der Herstellung alkoholfreier Erfrischungsgetränke. Die komplette Produktion wurde nach Norderstedt verlagert und der Betrieb in Stuckenborstel in den Getränkefachgroßhandel umgewandelt.

2002 – Relaunch der Marken-Familie MAGNUS

Entwicklung des Werbeslogans „Gute Laune Trinken“. Umstellung aller Werbemittel auf die sehr aufmerksame Gestaltung der bunten „Bubbles“.

2004 – Aufteilung Söt un Sur in zwei eigenständige Betriebe

Söt un Sur Getränkefachgroßhandel GmbH & Co. KG in Stuckenborstel und die MAGNUS Mineralbrunnen GmbH & Co. KG in Norderstedt.