

# Volksfest heißt hier Hessetaach

**Ausnahmezustand in Oberursel: Vom 10. bis 19. Juni findet der diesjährige und damit 51. Hessentag am sog. „Tor zum Taunus“ statt. Schon im Vorfeld ist klar: Dieser Hessetaach wird eine Veranstaltung der Superlative werden. Und Hassia Mineralquellen wird als unterstützender Premium-Partner mittendrin sein.**

Mit einem halben Dutzend verschiedener Funkspots voller Wortwitz mit Herbert und Ilse sowie aufmerksamkeitsstarken Großflächenplakaten rührt Hassia Mineralquellen als Premium-Partner bereits im Vorfeld des Hessentages mächtig die Werbetrommel für das traditionsreiche Fest der Hessen in Oberursel. Tatsächlich werden dieses Jahr mehr als eine Million Besucherinnen und Besucher in der Stadt am Südrand des Taunus erwartet, die sich das vielfältige Programm und die zahlreichen künstlerischen Höhepunkte nicht entgehen lassen wollen.

**Ein buntes Super-Programm** Geboten wird ein Programm der Superlative, das aber dennoch ausgewogen ist und für jedes Alter und jeden Geschmack etwas bietet. An einer Vielzahl von Veranstaltungsorten werden sage und schreibe über eintausend verschiedene Programm-

angebote informieren und unterhalten. Verteilt über das ganze Festgebiet wird ein erlebnisreiches, niveauvolles und buntes Festprogramm für alle Gesellschaftsgruppen unter folgenden Stichworten geboten: Comedy, Kabarett, Variété, Musical, Kinderprogramme, Live-Bands, Open Air, Theater, Spaß, Unterhaltung, Party. Konkret heißt das u. a.: Bryan Adams, BAP, Linkin Park, Ich & Ich, Bibi Blocksberg, Benjamin Blümchen, Badesalz, Mundstuhl, Roxette, die Scorpions, der Tigerpalast und noch vieles mehr.

**Hassia Mineralquellen ist mittendrin** Und Hassia Mineralquellen ist mit einem großen repräsentativen Stand mittendrin im Geschehen getreu dem Motto: „Volksfest heißt hier Hessetaach. Mineralwasser heißt hier Hassia.“ Und das nun schon im

dritten Jahr in Folge. Als exklusiver Lieferant für alkoholfreie Getränke begleiten die Bad Vilbeler mit einem bunten Getränkeortiment von bizzl und Hassia den Hessentag. Es wird den Besuchern nicht an fruchtigen bizzl-Limonaden, spritzigem Hassia-Mineralwasser, erfrischenden Schorlen, leckeren Cola-Getränken, „Indian Summer“-Eistees und Fruchtsäften von Rapps fehlen. Außerdem wird „Äppelwoi“ vom Alten Hochstädter ausgeschenkt. Und all jene, die den Sommerurlaub nicht mehr erwarten können, lädt die bizzl beach Lounge direkt am großen bizzl-Stand ein. Hier gibt es auf 450 m<sup>2</sup> echtes Strandfeeling mit Liegestühlen, Schirmen und natürlich bizzl-Cocktails!

**Der „Nähe ist gut“-Cup mit Charly Körbel** Darüber hinaus werden am 13. Juni im Rahmen des Hessentages die Endspiele um den „Nähe ist gut“-Cup ausgetragen. Die „Nähe ist gut“-Initiative wird von der Schwäbchen Molkerei, REWE und Hassia Mineralquellen getragen und unterstützt interessante regionale Projekte, wie in diesem Fall die Fußballschule der Frankfurter Eintracht von Charly Körbel. Der wird auch die Schirmherrschaft über das Fußball-Turnier der D-Jugend um den „Nähe ist gut“-Cup übernehmen, das bereits am 29. Mai mit den Vorrundenspielen in der Commerzbank Arena beginnen wird. Den Champions winken übrigens tolle Gewinne: Mit der Mannschaft, die zum Beispiel den 1. Preis erringen wird, wird der ehemalige Bundesliga-Rekordspieler Charly Körbel einen ganzen Tag lang trainieren.



## News-Ticker

**JPMCC 2011 – Rosbacher wieder dabei.** Die bekannte Mineralwassermarke Rosbacher unterstützt den J. P. Morgan Corporate Challenge (JPMCC) von Beginn an, also seit 1993, mit umfangreichen Sponsoringmaßnahmen. Auch am 15. Juni 2011 werden die Läuferinnen und Läufer entlang der Strecke und am Ziel mit Rosbacher Sportgetränken und Rosbacher Mineralwasser kostenlos versorgt. Waren es vor 18 Jahren noch 240 Liter Rosbacher, die 527 Teilnehmer des JPMCC erfrischten, so sind es in diesem Jahr bereits über 45.000 Liter Rosbacher Mineralwasser und 20.000 Liter Rosbacher Sportgetränke, die zur Verfügung gestellt werden. Auch das neue ROSBACHER ISOFIT wird in diesem Jahr erstmals für neuen Antrieb auf der Strecke sorgen.

+++ ——— +++ ——— +++

### hr4-Radtour 2011.

Vom 4. bis 7. August wird die diesjährige hr4-Radtour unter dem Motto „Radeln und feiern zwischen Lahn und Dill“ stattfinden. Auf der von hr4, Hassia und Lotto Hessen veranstalteten traditionsreichen Rundfahrt werden die Teilnehmer drei Tage lang auf der Strecke Gießen–Dillenburg–Wetzlar–Gießen tüchtig in die Pedale treten. Dabei wird der Weg zumeist durch flache, leicht hügelige Landschaften führen, der mit einem Trekking- oder Tourenrad ohne größere Anstrengung gut zu bewältigen sein wird. Ein mobiles Serviceteam wird sich pausenlos um die Teilnehmer kümmern, die an den verschiedenen Raststationen mit erfrischenden Durstlöschern von Hassia versorgt werden. Wie in jedem Jahr wird die Pedalritter nach einem ereignisreichen Tag am jeweiligen Zielort ein buntes und spannendes Abendprogramm erwarten. Weitere Infos und Anmeldung unter [www.hr4.de](http://www.hr4.de).

+++ ——— +++ ——— +++

### Der bizzl Club macht wieder was los.

In diesem Jahr geht es Schlag auf Schlag: Am 14. Mai findet die bizzl Hit-Nacht Vol.16 auf dem Baubetriebshof in Bad Nauheim statt. Geboten werden 4 Floors, Show Acts & 4 DJs. Am 22. Juni startet die nächste bizzl Dance Night, die erstmals im Club Twenty4 in Großheubach bei Miltenberg stattfinden wird. Das bedeutet 3 DJs, bizzl-VIP-Lounge, GoGos und vieles mehr. Seit Jahren ebenfalls ein Muss ist der bizzl Monday. In diesem Jahr am 22. August auf dem Bad Vilbeler Markt. Live on Stage wird das Rex Richter Quintett aus Göttingen mit seiner einmaligen Kult-Schlager-Show sein und die unverwechselbaren mainhattan-club-DJs Rainer Groeber und Peter Henninger mit Animation, Moderation und den besten 70/80er-Partyhits.

+++ ——— +++ ——— +++

### Burgfestspiele Bad Vilbel vom 3. Juni bis 4. September.

Wie bereits in den vergangenen Jahren unterstützen die Bad Vilbeler UrQuelle, die Rapp's Kelterei, Karben, und Hassia Mineralquellen auch in diesem Jahr die überregional bekannten Burgfestspiele in Bad Vilbel. Die Theaterfreunde erwarten wieder ein abwechslungsreiches Programm mit vielen außergewöhnlichen Höhepunkten und Gastauftritten hochkarätiger Künstler sowie tolle Theateraufführungen für Kinder. Weitere Informationen sind entweder dem beiliegenden Festspielprogramm oder der Website [www.kultur-bad-vilbel.de](http://www.kultur-bad-vilbel.de) zu entnehmen.

# Quellenpost

12er-GDB-Poolkasten und 6er-EQ-Kasten

## Die Mineralwasser-Innovationen des Jahres

**Die Fangemeinde der Mehrwegflasche aus glasklarem Glas darf sich freuen: Neben Hassia Sprudel gibt es jetzt auch Hassia Leicht in der weißen 0,7-Liter-Glas-Perlenflasche – und das im neuen 12er-GDB-Poolkasten. Aber auch Elisabethen Quelle kommt seit März im trendigen Glasgebilde daher: in einer eleganten 1,0-Liter-Glas-Mehrwegflasche im ebenso praktischen wie komfortablen neuen 6er-Kasten mit Mittel-Tragegriff.**

Der eine Verbraucher bevorzugt die leichtere PET-Flasche, der andere dagegen mag lieber eine Mineralwasserflasche aus Glas in seiner Hand halten. Tatsächlich zeigt ein Blick auf das Verbraucherverhalten, dass sich deren Gunst hinsichtlich umweltfreundlicher Glas- und PET-Mehrwegflaschen in etwa die Waage hält. Offensichtlich ist darüber hinaus, dass auch die Einführung der PET-Flasche der Beliebtheit der schwereren Glasflasche

nicht geschadet hat, die derzeit nicht zuletzt bei umwelt- und gesundheitsbewussten Käufern eine kleine Renaissance erlebt.

### Die Vorteile der neuen Kästen

Deshalb dürfte folgende Nachricht aus dem Hause Hassia Mineralquellen nicht nur auf das gespannte Interesse der Fangemeinde der Glasflasche stoßen, sondern auch auf das der Partner im Handel. Die beiden Mineralwasser-

Klassiker Hassia Sprudel und Hassia Leicht gibt es jetzt in neuem Outfit – im neuen 12er-GDB-Kasten, der im Gegensatz zu den früheren sperrigen braunen und grünen Kästen leicht in der Handhabung ist und auch sonst noch einige Vorteile bietet (s. unten).

### Positive Prognose

Vor diesem Hintergrund sind die Prognosen bezüglich einer hohen Kundenakzeptanz der Mineralwasser-Innovation insgesamt mehr als gut. Der Qualitätsvorteil gegenüber dem Wettbewerb ist deutlich erkennbar, er liegt quasi auf der Hand; die Ansprache neuer Zielgruppen wird für zusätzliche Umsätze sorgen. Und ein massiver Media-Einsatz wird für die Unterstützung des Vorverkaufs sorgen.

### Der neue 6er-Kasten von Elisabethen Quelle

Elisabethen Quelle SPRITZIG, MEDIUM und PUR im Glasgebilde erfreuen sich derzeit ebenfalls einer steigenden Nachfrage. Insbesondere das 1,0-Liter-Glas-Mehrweggebilde gilt unter Konsumenten als attraktive und praktische Größe. Und dafür gibt es jetzt den neuen praktischen 6er-Kasten mit Mittel-Tragegriff, der den Tragekomfort erheblich verbessert. Tatsächlich ist der 6er-Glasgebilde-Kasten im eleganten Elisabethen Quelle-Design leicht und angenehm zu transportieren. – Ein stilvoller Begleiter für besondere Momente und Feierlichkeiten zu Hause.



Der neue 12er-Poolkasten mit Hassia Sprudel und Hassia Leicht

### Die Vorteile des neuen 12er-Poolkastens:

- attraktives Design aktiviert Kunden
- das offene Display inszeniert Premium-Marken
- tragefreundlich durch den praktischen Mittel-Tragegriff
- reduziert den Sortieraufwand gegenüber Individualkästen
- steht für Nachhaltigkeit als Teil des Mehrwegsystems
- ergänzt das bestehende braune und grüne 12er-Kasten-Angebot im Glasbereich
- ist durch Modulmaße kompatibel zur Europalette
- für die Logistik optimiert, bis zu fünf Lagen pro Palette



Der neue 6er-Kasten mit Mittel-Tragegriff für Elisabethen Quelle

## Impressum

**Herausgeber:**  
Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG  
Postfach 11 60, 61101 Bad Vilbel  
Tel. (06101) 403-0, Fax (06101) 7140  
[quellenpost@hassia-gruppe.com](mailto:quellenpost@hassia-gruppe.com)

**Verantwortlich für den Inhalt:**  
Verena Christmann, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit  
Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing

**Redaktion:** Hans-Jürgen Mülln  
**Layout:** Katrin Jehner  
**Redaktionsbüro und Gestaltung:** DAMM & BIERBAUM GmbH  
Hanauer Landstraße 135-137, 60314 Frankfurt am Main  
[www.damm Bierbaum.de](http://www.damm Bierbaum.de)

**Bildnachweis:** Hassia Mineralquellen  
Foto: Hassia Mineralquellen, EC Bad Nauheim, Christine Semm

**Druck:** Druckerei Gebhard, Heusenstamm  
Auflage 2.000. Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.  
Erscheinungstermin: Mai 2011

## Aktiv gewinnt

Haben Sie die Quellenpost – insbesondere den Leitartikel auf Seite 1 – aufmerksam gelesen? Dann machen Sie mit! Zu gewinnen gibt es 2x2 VIP-Karten für die ersten beiden Heimspiele der Offenbacher Kickers (Termine Juli/August 2011). Vorausgesetzt, Sie können die folgende Frage richtig beantworten:

### Welche Hassia-Sorten können künftig im neuen 12er-GDB-Poolkasten nach Hause getragen werden?

Die Lösung senden Sie bitte auf einer ausreichend frankierten Postkarte an: Verena Christmann, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit, Postfach 11 60, 61101 Bad Vilbel – oder per Fax: (0 61 01) 4 03-14 65. Sie können sie uns aber auch online zukommen lassen unter [quellenpost@hassia-gruppe.com](mailto:quellenpost@hassia-gruppe.com). Dort tragen Sie bitte Ihren Namen, Ihre Adresse, Telefonnummer und E-Mail-Adresse ein. Einsendeschluss ist der 30.06.2011. **Viel Spaß und viel Erfolg!**

Mitmachen kann jeder, ausgenommen die Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter von Hassia Mineralquellen sowie deren Angehörige. Unter allen richtigen Einsendungen entscheidet das Los. Der Rechtsweg ist ausgeschlossen.

Editorial



Dirk Hinkel, Geschäftsführender Gesellschafter Hassia Mineralquellen

# Wertschätzung führt zur nachhaltigen Wertschöpfung

**Sehr geehrte Geschäftsfreunde, liebe Leser,**  
 die Forderung nach einem nachhaltigen Konsum ist in aller Munde. Immer mehr Verbraucher wollen mit ihrer Kaufentscheidung einen aktiven Beitrag zum Schutz der Umwelt, gegen den Klimawandel und für die Zukunftssicherung leisten. Aber wie ernst ist das zu nehmen? Ist das Thema Nachhaltigkeit tatsächlich mehr als eine Modeerscheinung? Geht es dem Verbraucher nur um „Green Washing“ oder ist er bei der Umsetzung von Nachhaltigkeit in seinem Einkaufsverhalten schlichtweg überfordert? Diesen Eindruck kann man haben, wenn man sich z. B. das widersprüchliche Verbraucherverhalten in unterschiedlichen Kaufentscheidungssituationen ansieht. Während der Fahrer eines Hybridfahrzeuges seine nachhaltige Lebenseinstellung für alle demonstrativ mit einem CO<sub>2</sub>-armen Fahrzeug unter Beweis stellt, bevorzugt er bei der Wahl seines Mineralwassers möglicherweise französisches Lebensgefühl versprechende Einwegflaschen. Er weiß in der Regel weder, dass es sich beim pfandpflichtigen Angebot um eine Einwegflasche handelt, noch kennt er den CO<sub>2</sub>-Ausstoß seines aus Frankreich kommenden PET-Einweggebindes,

der mehr als doppelt so hoch wie bei einer PET-Mehrwegflasche aus der Region liegt.  
**Der überforderte Verbraucher**  
 Die weitverbreitete Meinung „Pfandflasche ist gleich Mehrwegflasche“ gehört zu den größten Irrtümern des derzeitigen Verbraucherverhaltens, ohne dass sich darüber irgendjemand aufregt. Die bei solchen Fragen sonst immer in vorderster Front zu findenden NGOs wie foodwatch, Stiftung Warentest u. a. schweigen zu diesem Thema genauso wie die Politiker aller Parteien. Die Ursache hierfür liegt in der Bedeutungslosigkeit des Themas für die Gewinnung von Wählerstimmen bzw. Mitgliedern begründet. Eine Hassia-interne Marktforschung kommt zu dem Ergebnis, dass von 1.017 befragten Verbrauchern nur 14 Prozent überhaupt in der Lage sind, bei einer Flasche die entsprechende Information, ob es sich um eine Einweg- oder um eine Mehrwegflasche handelt, richtig zu lesen. Über 40 Prozent der Verbraucher interpretieren das Zeichen für Einweg als Mehrwegsymbold. Von daher haben sie auch kein schlechtes Gewissen, ein Verhalten an den Tag zu legen, das mit Nachhaltigkeit nicht in Einklang steht. Der Verbraucher

ist schlichtweg überfordert, seinem eigenen Anspruch nach Nachhaltigkeit beim Einkauf gerecht zu werden.  
**Verpackungsverordnung von 2003 ist gescheitert**  
 Die in 2003 verabschiedete Verpackungsverordnung ist hinsichtlich ihrer ökologischen Lenkungswirkung mit dem Ziel eines 80-prozentigen Mehrweganteils total gescheitert. Dies liegt weniger an einer zunehmenden Sensibilisierung in Sachen Nachhaltigkeit als an einer kumulierenden, negativen Medienberichterstattung, in der teilweise wider besseres Wissen dem Endverbraucher Angst vor PET-Flaschen gemacht wird. Themen wie Antimon, Acetaldehyd, Hormone und Bisphenol A sowie Filme wie „Planet Plastic“ haben den Konsumenten beim Einkauf seines Mineralwasser-Gebindes sensibilisiert und ihn z. T. wieder zur Rückkehr zum Glas stimuliert.  
**Verbessertes Glas-Mehrweg-Angebot aus Bad Vilbel**  
 Wir von Hassia Mineralquellen haben auf diese Entwicklung im Markt entsprechend schnell reagiert. Seit dem 1. März 2011 machen wir mit dem neuen 6er-Kasten von Elisabethen Quelle dem Endverbraucher ein zusätzliches neues

**Renaissance des Glas-Mehrweggebindes**  
 Erfreulich hingegen ist die Tatsache, dass gerade im Einzugsgebiet der Hassia Mineralquellen (Hessen, Rheinland-Pfalz und angrenzende Bundesländer) eine Renaissance des Glas-Mehrweggebindes zu beobachten ist. Der seitherige galoppierende Rückgang wurde gestoppt; erste leichte Wachstumsraten sind zu verzeichnen. Dies liegt weniger an einer zunehmenden Sensibilisierung in Sachen Nachhaltigkeit als an einer kumulierenden, negativen Medienberichterstattung, in der teilweise wider besseres Wissen dem Endverbraucher Angst vor PET-Flaschen gemacht wird. Themen wie Antimon, Acetaldehyd, Hormone und Bisphenol A sowie Filme wie „Planet Plastic“ haben den Konsumenten beim Einkauf seines Mineralwasser-Gebindes sensibilisiert und ihn z. T. wieder zur Rückkehr zum Glas stimuliert.  
**Verbessertes Glas-Mehrweg-Angebot aus Bad Vilbel**  
 Wir von Hassia Mineralquellen haben auf diese Entwicklung im Markt entsprechend schnell reagiert. Seit dem 1. März 2011 machen wir mit dem neuen 6er-Kasten von Elisabethen Quelle dem Endverbraucher ein zusätzliches neues

Glasangebot. Ein Gebinde, das die klassische GDB-Glasperlenflasche nicht ersetzt, sondern ergänzen soll, eröffnet dem Handel zusätzliche Umsatzmöglichkeiten. Darüber hinaus hat Hassia Mineralquellen Anfang Mai 2011 mit seiner Traditionsmarke hassia als erster Brunnenanbieter in Deutschland den neuen Glas-Mehrwegkasten der Genossenschaft Deutscher Brunnen (GDB) in den Markt eingeführt. Mit dieser Entscheidung tragen wir insbesondere auch den Interessen des Handels nach Reduzierung des Sortieraufwandes Rechnung.  
 Hassia Mineralquellen setzt mit seinem verbesserten Angebot bei Glas-Mehrweg ein deutliches Zeichen in Sachen Nachhaltigkeit, sowohl ökologisch als auch für eine verbesserte Wertschätzung des natürlichen Reichtums garantierenden Inhalts. Nur durch Wertschätzung lässt sich langfristig auch eine nachhaltige Wertschöpfung erzielen.



Die neue Elisabethen Vitamin Quelle

## Ein wahrer Gesundbrunnen

Ab 1. Mai offeriert Elisabethen Quelle speziell den ernährungsbewussten Verbrauchern ein neues vitaminreiches Genusserelebnis: die Elisabethen Vitamin Quelle, mit der auch neue Zielgruppen erschlossen werden sollen.

Mit dem Zusatz von jeweils sieben wertvollen Vitaminen liegt Elisabethen Vitamin Quelle voll im Trend. Bereits ein Glas Elisabethen Vitamin Quelle deckt 50 Prozent des empfohlenen Tagesbedarfs an lebenswichtigen Vitaminen ab. Außerdem ist sie – wie alle Produkte von Elisabethen Quelle – natürlich natriumarm, angenehm leicht mineralisiert, selbstverständlich kalorienarm und enthält weder Süß- noch Konservierungsstoffe. Elisabethen Vitamin Quelle ist in den beiden erfrischenden Sorten Apfel-Granatapfel und Orange-Limonen zu haben. Sie spricht ernährungsbewusste Verbraucher ebenso an wie neue, junge Zielgruppen.

**Positive Wirkung auf die Gesundheit**  
 Wissenschaftliche Untersuchungen, die auf der Health-Claim-Verordnung basieren, belegen die positive Wirkung, die Elisabethen Vitamin Quelle auf die Gesundheit hat. Sie stärkt das Nerven- und Immunsystem, fördert eine gesunde Haut ebenso wie einen gesunden Haarwuchs und unterstützt den Stoffwechsel von Nähr- und Mineralstoffen. Begleitet wird die Produkteinführung von einem ebenso umfangreichen wie aufmerksamkeitsstarken Media- und Vkf-Maßnahmenpaket, das eine Anzeigenkampagne in Publikumszeitschriften, Funkspots und Deko-Materialien für den POS enthält.



### 7 Argumente, die für Elisabethen Vitamin Quelle sprechen:

- 7 wertvolle Vitamine
- natriumarmes Mineralwasser
- kalorienarm
- ohne Süß- und Konservierungsstoffe
- stärkt das Nerven- und Immunsystem
- fördert ein gesundes Hautbild und einen gesunden Haarwuchs
- unterstützt den Stoffwechsel von Nähr- und Mineralstoffen

# Genussvoller Energiespender

Im April hat das kalorienarme und isotonische ROSBACHER SPORT Verstärkung bekommen – von ROSBACHER ISOFIT, dem neuen Erfrischungsgetränk aus dem Hause Hassia Mineralquellen. Ebenfalls isotonisch und kalorienarm bietet es insbesondere den sportlich Aktiven in der 0,75-Liter-PET-Mehrwegflasche höchsten Trinkgenuss und versorgt Hobby- und Profisportler gleichermaßen mit neuer Kraft. Neuer Antrieb kommt vor allem von den natürlichen Energiequellen Fruchtsaft und Fructose. Das speziell auf die Bedürfnisse sportbegeisterter Menschen

abgestimmte ROSBACHER ISOFIT besteht aus farbstofffreiem und echtem Fruchtsaft aus Grapefruit, Zitrone sowie Mandarine und schmeckt angenehm herb-erfrischend. Als einziges Funktionsgetränk profitiert es vom 2:1-Ideal von Calcium zu Magnesium der Rosbacher Quelle. Damit versorgt ROSBACHER ISOFIT den Körper nicht nur mit Flüssigkeit, sondern auch mit wichtigen Mineralien und fünf wertvollen Vitaminen. ROSBACHER ISOFIT wurde exklusiv in Zusammenarbeit mit dem Institut für Sporternährung e. V., Bad Nauheim, entwickelt.



Seite 3

bizzl-Online-Gewinnspiel im Mai

## Das Grande bizzl Casino ist eröffnet!

Seit April geht es noch fruchtiger und frischer auf den PET-bizzl-Flaschen zu: Denn die neuen hochwertigen bizzl-Etiketten sollen den Appetit auf die leckeren Schorlen, Limonaden und Cola-Erfrischungsgetränke von bizzl noch steigern. Dabei hat es der neue Premium-Look der Etiketten ebenso in sich wie das bizzl-Gewinnspiel, das in diesem Zusammenhang den Blick der Verbraucher den ganzen Mai lang auf die prickelnden bizzl-Sorten lenkt.

**Aus Spiellaune wird Kauflaune**  
 Die große bizzl-Deckelcode-Aktion, kurz: das bizzl Casino, wird die Verbraucher vom 1. bis einschließlich 31. Mai in Spiel-laune versetzen und verführen, die eine oder andere Flasche bizzl zusätzlich zu kaufen. Denn die Preise, die den Gewinnern winken, sind einfach traumhaft: Der Sieger der Top-50-Highscoreliste eines jeden Tages gewinnt einen soundstarken iPod touch. Außerdem nimmt jeder registrierte Teilnehmer automatisch an der Verlosung einer Reise für zwei Personen nach Las Vegas teil – auch ohne in der Highscore-liste eingetragen gewesen zu sein.

**Der Schlüssel zum Erfolg: der Gewinnspielcode**  
 Mitmachen ist ganz einfach: Unter allen Aktionsdeckeln der bizzl-Flaschen befindet sich während des Aktionszeitraums ein Online-Gewinnspielcode, mit dessen Eingabe unter [www.bizzl.com](http://www.bizzl.com) sich die Teilnehmer am bizzl Casino beteiligen können. Flankiert wird die Aktion von Großflächenplakaten im bizzl Casino-Look, Funkspots und aufmerksamkeitsstarken POS-Dekorationen.

Foto-Wettbewerb von hassia

## „Heimische Momente“ als Hiegugger

**Aktionszeitraum 01.07. – 30.09.**

## Rosbacher

Sport-Sponsoring: der EC Bad Nauheim

# Rote Teufel sind auf dem Sprung

Rosbacher engagiert sich bereits seit vielen Jahren als Sponsor und Unterstützer des regionalen und überregionalen Sports. Dazu gehört auch der traditionsreiche Eishockey-Club Bad Nauheim, der derzeit aussichtsreich darum kämpft, wieder in die 2. Bundesliga aufzusteigen.



der Stammverein „Rote Teufel Eishockey Nachwuchs e. V.“ betreut die gut 200 Kinder und Jugendlichen im Nachwuchsbereich sowie die zahlreichen Hobby- und Amateurspieler. Die Heimspiele finden im Colonel-Knight-Stadion statt, das direkt am repräsentativen Bad Nauheimer Kurpark liegt und 4.500 Zuschauern Platz bietet. Damit ist es das drittgrößte Eisstadion Hessens.

Weitere Informationen erhalten Sie über die stets aktuelle Homepage des Traditionsclubs unter [www.ec-badnauheim.de](http://www.ec-badnauheim.de).

### Erfolgreiche Saison 2010/11

Nach einer wirtschaftlich turbulenten Zeit traten die Roten Teufel 2004 das große Erbe an und erreichten auf Anhieb den Aufstieg in die Oberliga, in der sie in dieser Saison Zwischenrunden-Erster geworden sind und – angefeuert von einer treuen Fangemeinde – aktuell im Halbfinale der Aufstiegs-Playoffs zur 2. Bundesliga stehen. Der professionelle Spielbetrieb wird von einer GmbH abgewickelt und

### Rosbacher 2:1-Torwand-Kick

# Königin Fußball zu Ehren

König Fußball wirft auch in diesem Jahr wieder seinen Schatten voraus – oder sollte man nicht besser sagen: Königin Fußball? Schließlich handelt es sich ja bei dem kommenden Fußballfest um die Frauenfußball-Weltmeisterschaft, zu der Deutschland die Welt einlädt. Rosbacher, die bekannte Mineralwasser-marke für sportlich Aktive, ist bereits vorbereitet. Sie wird die WM mit einer neuen Promotion-Aktion – dem Rosbacher 2:1-Torwand-Kick – vom 20. Juni bis zum 31. August begleiten und ihren Partnern im Handel zusätzliche Umsatzchancen ermöglichen. Unterstützt wird die Promotion von Großflächenplakaten, Funkspots, entsprechenden Aktionsetiketten und Display-Kastenstecckern am POS.

**Das Mutterland des Fußballs lockt**  
 Der Rosbacher 2:1-Torwand-Kick ist ein Spiel, das nicht nur alle Altersklassen anspricht, sondern sowohl Männer als auch Frauen. Die Teilnehmer spielen online auf der Aktions-Website [www.torwand-kick.de](http://www.torwand-kick.de) mit und werden versuchen, eine virtuelle Torwand mit steigenden Schwierigkeitsgraden zu bezwingen. Dabei winken den Top 20 der Highscoreliste tolle Preise: Der Hauptgewinn führt zwei Personen übers Wochenende nach London und damit ins Mutterland des Fußballs. Und unter den Gewinnen 2 bis 20 werden Tickets für ein Bundesliga-Heimspiel der Frankfurter Eintracht, mobile Torwände und attraktive Buchpreise verlost.



## AB-INS-NETZ!

Jetzt online mitspielen – tolle Preise gewinnen.

Vom 20. Juni bis 31. August 2011

TORWAND-KICK.DE