

Fazit Rosbacher Prämien-Cup

Erwartungen wurden übertroffen

Schumis Comeback und die Fußballweltmeisterschaft versprachen einen heißen Sportsommer 2010. Anlass für Hassia Mineralquellen, mit dem Rosbacher Prämien-Cup für zusätzliche Kaufimpulse zu sorgen. Vom 3. Mai bis zum 3. September hieß es: Ran an die Prämien von Rosbacher! Und die Verbraucher ließen sich nicht lange bitten. Tatsächlich übertraf die Teilnahme am Rosbacher Prämien-Cup alle Erwartungen.

Vier Monate lang belohnte Rosbacher die Kaufreue der Verbraucher – mit einer Vielzahl von tollen Prämien für Sport, Spiel und Spaß. Die Rosbacher Mineralwasser-Kassenbons waren ganz einfach zu sammeln, in das Teilnahme-Kuvert zu stecken und abzuschieken. Versand-Kuverts und Ausfüll-Coupons waren überall dort zu haben, wo es im Handel Rosbacher gibt. Bereits ab fünf gekauften Kästen Rosbacher Klassisch, Medium und/oder Naturell war eine Wunschbelohnung zu gewinnen. Und gestaffelt ging es wei-

ter: Ab zehn, 20 und 30 Kästen winkten immer stärkere Prämien und motivierten zum Mitmachen. Eingelöst werden konnten so attraktive Prämien wie zum Beispiel wertvolle Gutscheine bekannter Markenartikel, MP4-Player, Freizeitpark-Tickets, Michael-Schumacher-Shirts und vieles mehr. Darüber hinaus nahm jeder Einsender automatisch am Rosbacher Aktions-Gewinnspiel teil. Dabei hatten die Teilnehmer die Möglichkeit, drei hochwertige Flatscreen-TV-Geräte von Toshiba zu gewinnen oder 33 Nintendo-Wii-Spielekonsolen.



Ran auf die Prämien

Kein Wunder also, dass der Run auf die attraktiven Prämien entsprechend groß war, so groß, dass noch bis Ende November nicht alle Teilnehmer ihre Prämien erhalten hatten. Wartezeiten von vier bis acht Wochen waren in Kauf zu nehmen. „Wir rechneten zwar mit einer starken Teilnahme, aber dass sich so viele Verbraucher am Prämien-Cup beteiligen würden, überraschte uns doch. Deshalb bitten wir nachträglich noch einmal all jene um Verständnis, die auf ihre Wunschprämie über Gebühr warten mussten“, entschuldigt sich Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing bei Hassia Mineralquellen.

Schließlich waren alle dort eingegangenen Kassenbons zunächst zu prüfen und freizugeben, um gegenüber den Teilnehmern eine gerechte Abwicklung sicherzustellen. Schließlich gab es einige „Nieten“ unter den Einsendungen, die nicht den Teilnahmebedingungen entsprachen und aussortiert werden mussten. Bei der Masse an Bons, die Hassia Mineralquellen erhalten hatte, ein zeitraubendes Unterfangen. Inzwischen dürften aber alle Teilnehmer ihre heiß ersehnten Wunschprämien in Empfang genommen haben.

News-Ticker

Rosbacher Main-Lauf-Cup 2010. Am 31. Dezember dieses Jahres findet der Spiridon-Silvesterlauf in Frankfurt am Main statt, das letzte Wertungsrennen, das im Rahmen des Rosbacher Main-Lauf-Cups 2010 veranstaltet wird. Die renommierte Laufveranstaltung ist 2010 bereits ins 13. Jahr ihres Bestehens gegangen und wird von zahlreichen Sponsoren und Partnern unterstützt. Allen voran von Rosbacher, das als Titelsponsor firmiert. Mit jährlich mehr als 16.000 Teilnehmern ist der Rosbacher Main-Lauf-Cup mittlerweile zur bedeutendsten Laufserie im Rhein-Main-Gebiet geworden.

Licher Hessen Cup 2011.

Am 2. Januar wird in der Frankfurter Ballsporthalle das 33. Frankfurter Hallenfußballturnier ausgetragen. Das hochattraktive Teilnehmerfeld mit Eintracht Frankfurt, Schalke 04, FC St. Pauli, VfL Bochum, Greuther Fürth und Kickers Offenbach verspricht Spannung pur. Als Partner des Licher Hessen Cups wird natürlich auch Rosbacher exklusiv mit seinem kompletten Getränkeortiment vertreten sein und außerdem die kostenlose Spielerversorgung übernehmen.

Touring Indoor Cup 2011.

In der Soccerhalle der Real Sport Entertainment GmbH in Frankfurt-Preungesheim wird vom 5. bis 6. Februar 2011 ein Fußballturnier der Superlative ausgetragen. Gesucht wird das beste Firmenteam des Rhein-Main-Gebietes. 64 Mannschaften aus Unternehmen der Rhein-Main-Region werden an zwei Spieltagen auf vier Spielfeldern gegeneinander antreten, um untereinander den Touring Indoor Cup 2011 auszuspüren. Für Spannung und Spaß wird damit gesorgt sein. Weitere Infos und Online-Anmeldung unter www.touring-indoor-cup.de.

Giga-Saurier-Ausstellung nur noch bis 30.1.2011!

Wer sie noch nicht besucht und gesehen hat, sollte sich beeilen! Denn die vom Senckenberg-Naturmuseum veranstaltete und von Hassia unterstützte Ausstellung „GigaSaurier – Die Riesen Argentinens“ wird nur noch bis zum 30. Januar 2011 zu sehen sein. Die ebenso spektakuläre wie unvergessliche Dinosaurierausstellung an der Messe-Festhalle in Frankfurt am Main ist – besonders zwischen den Jahren – ein ideales Ausflugsziel für die ganze Familie.



Wir wünschen unseren Leserinnen und Lesern und ihren Familien geruhsame Festtage sowie einen guten Rutsch ins neue Jahr 2011.

Hassia Mineralquellen

Quellenpost

3 | 10



Ein Eistee-Konzept der Spitzenklasse

Hochwertige und 100-prozentig natürliche Eistees liegen im Trend. Hassia Mineralquellen führt unter dem Label INDIAN SUMMER einen Premium-Eistee in drei Geschmacksrichtungen, der schon längst seinen Weg in die Spitzengastronomie gefunden hat. Kein Wunder, sind doch selbst kritische Verkoster von FIZZZ voll des Lobes.

INDIAN SUMMER



Es gibt viele Eistees, aber nur einen INDIAN SUMMER. Tatsächlich hat Hassia Mineralquellen Fans von hochwertigen Lifestyle-Getränken mit der neuen und im September 2009 in den Markt eingeführten Marke ein neues Geschmackserlebnis verschafft. Eistees unter dem Label INDIAN SUMMER bestechen durch die neuartige und einmalige Kombination aus schonend aufgebühtem Grünem Tee und natürlichem Mineralwasser. Dabei verzichtet INDIAN SUMMER völlig auf den Zusatz von Farb-, Konservierungs- und künstlichen Aromastoffen und ist 100% natürlich.

Überzeugendes Testergebnis von FIZZZ
Die bekannte Zeitschrift für die Szene-Gastronomie FIZZZ testete in diesem Sommer Premium-Eistees auf frisch gebrühter Basis. Neben Klassikern wie Arizona, Charitea oder Tradewinds verkostete FIZZZ auch Neuheiten wie INDIAN SUMMER, und zwar in der Geschmacksrichtung Pomegranate. Zwar wurde auf ein Ranking verzichtet, die Resultate sprechen allerdings für sich: INDIAN SUMMER beeindruckte die strengen Geschmacksrichter durchweg in allen Kriterien; es wurde keine einzige negative Aussage gemacht: „Kräftiges, appetitliches Hellrot; in der Nase eher dezent, aber mit deutlich wahrnehmbaren Teenoten, leichte Anklänge von Früchtetee; auf der Zunge mit feiner, frischer Säure vom Granatapfel, angenehm fruchtig bei moderater Süße, leicht herber Tee-Geschmack.“

UND schließlicH das positive, aber wenig überraschende Fazit von FIZZZ: „Rundum rundes Eistee-Konzept mit überzeugenden Aromen und schöner, indianisch-gelassener Verpackung.“



INDIAN SUMMER	Andere herkömmliche Eistees
mit schonend aufgebühtem Tee	– mit Tee-Extrakt
mit 5% Fruchtsaft (INDIAN SUMMER Pomegranate)	– mit Fruchtaroma oder nur geringem Fruchtsaftanteil
ohne Farb- und Konservierungsstoffe	– mit Farb- und Konservierungsstoffen

Impressum

Herausgeber:
Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG
Postfach 11 60, 61101 Bad Vilbel
Tel. (0 61 01) 4 03-0, Fax (0 61 01) 71 40
quellenpost@hassia-gruppe.com

Verantwortlich für den Inhalt:
Verena Christmann, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit
Anna-Maria Girz, Marketing-Referentin
Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing

Redaktion: Hans-Jürgen Mülln
Layout: Katrin Jehnel
Redaktionsbüro und Gestaltung: DAMM & BIERBAUM GmbH
Hanauer Landstraße 135-137, 60314 Frankfurt am Main
www.damm-bierbaum.de

Bildnachweis: Hassia Mineralquellen
Foto: BC Pharmaserv Marburg, Hassia Mineralquellen, HRS BusinessRun

Druck: Druckerei Gebhard, Heusenstamm
Auflage 2.000. Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.
Erscheinungstermin: Dezember 2010.

Aktiv gewinnt

Haben Sie die Quellenpost – insbesondere den Leitartikel auf Seite 1 – aufmerksam gelesen? Dann machen Sie mit! Zu gewinnen gibt es je 2 VIP-Karten für die Spiele GIESSEN 46ers – Gloria Giants Düsseldorf (19.01.11) und HSG Wetlar – VfL Gummersbach (20.02.11). Vorausgesetzt, Sie können die folgende Frage richtig beantworten:

In wie vielen Geschmacksrichtungen ist INDIAN SUMMER-Eistee zu haben?

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. Dort tragen Sie bitte Ihren Namen, Ihre Adresse, Telefonnummer und E-Mail-Adresse ein. Einsendeschluss ist der 15.01.2011. **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

Mineralwasser: Lieber kohlenstofffrei statt kohlenstoffhaltig?



Dirk Hinkel, Geschäftsführer der Hassia Mineralquellen

Sehr geehrte Geschäftsfreunde, liebe Leser, auf dem deutschen Mineralwassermarkt unterscheiden wir Mineralwasser mit hohem und niedrigem Kohlenstoffgehalt und Mineralwasser ohne Kohlenstoff. Nach wie vor werden in Deutschland, unabhängig von der Verpackung, mehr als 80 Prozent der verkauften Mineralwässer mit Kohlenstoff verkauft. Dessen ungeachtet hat sich in den letzten zehn Jahren ein deutlicher Wandel hin zu kohlenstoffärmeren oder kohlenstofffreien Produkten vollzogen. Die Ursachen hierfür sind vielfältig und nicht immer einfach nachvollziehbar.

Marktführer, obwohl die deutschen Mineralbrunnen – insbesondere auch die Marken der HassiaGruppe – inzwischen nicht nur den Ausgleichs-, sondern auch den Führungstreffer geschossen haben. Neben der Einweg-Vierkant-Flasche gibt es kohlenstofffreies Wasser aus unserem Hause nicht nur in PET-, sondern auch in Glas-Mehrweg, mit ernährungsphysiologisch vernünftigem Mineralstoffgehalt (Rosbacher Naturell mit 1.190 mg/l Gesamtschwefelgehalt gegenüber Volvic mit 130 mg/l) und kurzen Transportwegen.

Warum stille Wässer Konjunktur haben Die deutsche Psychologin Wiebke Hüster sieht eine andere Deutungsmöglichkeit für den rasanten Aufstieg dieses Getränks. Ihre Argumentation führt tiefer in die Metaphysik der menschlichen Physis. Demnach trinkt der Mensch aufgrund der veränderten Arbeitsbedingungen nicht mehr länger, um sich zu erfrischen. Sein hauptsächliches Arbeitsproblem ist nicht die Anstrengung und nicht die Erschöpfung, aus der ihn Sprudel reißen müsste. Sein Hauptproblem ist Überflutung durch Kommunikation. Nicht objektiver Stress ist der Effekt seiner Über-

lastung. Im Getränk sucht er deshalb Ruhe, Einkehr und Andacht. Deshalb darf sein Getränk kein Eigengeräusch erzeugen.

Vielfach unterschätzte Kohlenstoff In der HassiaGruppe haben wir in 2010 bei nahezu all unseren Markenmineralwässern – im Westen wie auch im Osten – eine deutlich negative Entwicklung bei den spritzigen Varianten (6–8 mg CO₂ pro Liter) zu verzeichnen. Diese Mengenabschmelzungen werden teilweise durch entsprechende Mengenzuwächse in der Medium-Variante (3–5 mg CO₂ pro Liter) oder auch im kohlenstofffreien Bereich kompensiert. Schaut man sich im Internet die zahlreichen Blogs an, die dieses Thema diskutieren, so erkennt man schnell, dass Kohlenstoff überwiegend als eine gesundheitsschädliche Substanz diskutiert wird. Die im Wasser gebundene Kohlenstoff spielt jedoch weder in der Klimabedrohung durch CO₂-Emissionen eine Rolle, noch nimmt sie Einfluss auf den Säure-Basen-Haushalt des menschlichen Körpers. Ganz im Gegenteil: Die Kohlenstoff fördert Gesundheit und Wohlbefinden. Das Prickeln der Kohlenstoff wird von den meisten Menschen als angenehm emp-

funden, manche Getränke wie Bier oder Sekt wären ohne Kohlenstoff kaum genießbar.

Kohlenstoff fördert Gesundheit und Wohlbefinden Die Kohlenstoff im Mineralwasser hat laut dem Institut für Sporternährung e. V., Bad Nauheim, sogar etliche gesundheitliche Vorteile. Erstens sorgt die Kohlenstoff für eine schnellere Mineralstoffaufnahme (= Bio-Turbo), zweitens verbessert sie die Durchblutung der Schleimhäute. Außerdem verkürzt die Kohlenstoff über einen physikalischen Reiz die Verweildauer der Nahrung im Magen und beschleunigt die Verdauung (= die Aufnahmegeschwindigkeit der Mineralstoffe aus einem Mineralwasser). Darüber hinaus verbessert sie das Geschmackempfinden. Sie sorgt bereits im Mund für eine bessere Durchblutung, reinigt die Geschmackspapillen und fördert so die bessere Wahrnehmung feiner Geschmacksunterschiede bei Speisen. Neben seiner positiven Belebung des Kreislauf- und Nervensystems macht Kohlenstoff die Getränke auch wesentlich besser haltbar: Sie hemmt das Wachstum von Mikroorganismen und die oxidierende Wirkung von Sauer-

stoff. In einem Urlaubsland mit bedenkenlichen hygienischen Verhältnissen sollte man daher immer ein Mineralwasser „mit Gas“ bestellen.

Reine Geschmackssache Ob viel oder wenig Kohlenstoff – die Entscheidung ist in erster Linie Geschmackssache. Die gesundheitlichen Bedenken erweisen sich als absolut nicht stichhaltig. Im Gegenteil: Kohlenstoff fördert Gesundheit und Wohlbefinden. Deshalb werden wir dem Handel in Kürze Werbemittel für den POS an die Hand geben, die dieses Thema aktiv und positiv gegenüber dem Konsumenten kommunizieren.

Ich wünsche Ihnen und Ihren Familien ein geruhiges Weihnachtsfest und einen guten Start ins neue Jahr 2011.

Ihr

Dirk Hinkel
Geschäftsführender Gesellschafter

24 Tage lang mit bizzl gewinnen

bizzl sorgt auch in diesem Jahr für erwartungsvolle Stimmung in der Vorweihnachtszeit. Denn die Verbraucher sind bereits zum sechsten Mal eingeladen, in der Zeit vom 1. bis 24. Dezember am bizzl Adventskalender, dem beliebten Gewinnspiel von bizzl, teilzunehmen. Dabei lassen die täglichen Gewinnchancen auch zusätzliches Geschäft erwarten. Kein Wunder: Wie in den Jahren zuvor locken die Verbraucher wieder tolle Preise in die Getränkemarkte.

Die gibt es 24 Tage lang in ausgewählten Getränkemarkten zu gewinnen, in denen täglich direkt vor Ort ein Gewinner ermittelt wird. Die Teilnahme erfolgt per Gewinnspielkarte und die jeweiligen Tagessieger werden direkt am Adventskalender-Aufbau veröffentlicht. Tatsächlich verlocken auch in diesem Jahr wieder attraktive Preise, an dem Gewinnspiel teilzunehmen: beispielsweise bizzl Streetbags, bizzl Kochschürzen, hochwertige Wanduhren, putzige bizzl Adventsmänner und vieles mehr. Natürlich gibt es wieder die Möglichkeit, bequem via bizzl Homepage (www.bizzl.com) mitzumachen und sich einen der 24 attraktiven Tagespreise zu sichern. Einfach das aktuelle Türchen öffnen, den Namen und die E-Mail-Adresse eingeben und schon nimmt man an der Verlosung des jeweiligen Preises teil.

Außerdem ein toller Sportrodol zu gewinnen Alle Wintersportler unter den bizzl Fans sollten sich überdies das bizzl Adventsspiel ebenso wenig entgehen lassen, das sie ebenfalls auf der Website von bizzl finden können. Und so wird's gemacht: Als Nikolaus fliegt man mit einem von Rentieren gezogenen Schlitten über die Hausdächer durch die Lüfte und versucht, so viele Geschenkpäckchen wie möglich in die vorbeiziehenden Schornsteine zu werfen. Mit Zielgenauigkeit und etwas Glück kann man einen professionellen Tourensportrodol-schlitten aus massivem Eschenholz gewinnen, mit dem die Gewinnerin oder der Gewinner auf jeder winterlichen Piste reüssieren wird. Verlost wird der attraktive Hauptgewinn unter den besten 50 Teilnehmerinnen und Teilnehmern der Highscore-Liste. Teilnahmeschluss ist der 31. Januar 2011.



Jahresabschluss-Party mit Rosbacher Race of Champions

Vom 27. bis 28. November trafen sich die Stars der internationalen Motorsport-Szene beim diesjährigen Race of Champions (RoC), das erstmals seit 1989 wieder in Deutschland stattfand. Für das Duell des frischgebackenen Formel-1-Weltmeisters Sebastian Vettel mit Schumi & Co. war ein Düsseldorf-Fußballstadion aufwändig zur Rennstrecke umfunktioniert worden. Auch Rosbacher war als Unterstützer der Veranstaltung und Schumis „Treibstoff“ wieder mit von der Partie.

80 Bauarbeiter hatten zuvor mehrere Tage lang dafür gesorgt, dass Schumi & Co. auf der 600 Meter langen Strecke, auf der sage und schreibe 600 Tonnen Teer aufgetragen worden waren, mit bis zu 500 PS starken Rennwagen eine rauchende Jahresabschluss-Party feiern konnten. Das seit Jahren als reine Spaßveranstaltung ausgelegene und weltweit übertragene Ausscheidungsturnier auf vier Rädern bot erneut alles auf, was Rang und Namen im Motorsport hat. Darunter auch Alain Prost, Sébastien Loeb, Striezel Stück und andere Prominente aus der Motorsportszene. Alle waren gekommen, um entweder den Nationen-Cup und/oder den Titel im Einzelrennen zu erobern.

Schumi und Vettel gewannen Nationen-Cup Auch in diesem Jahr gewann das Traum-Duo Schumacher / Vettel vor dem begeisterten heimischen Publikum den Nationen-Cup – und das bereits zum vierten Mal. Am Titel im Einzelrennen schrammten sie indes beide vorbei. Schumacher



scheiterte im Viertelfinale gegen Vettel, der unterlag wiederum im Halbfinale „Nobody“ Filipe Albuquerque. Nichtsdestotrotz war die Begeisterung im Infield unter den Sportlern und auf den mit bis zu 40.000 Motorsportfans besetzten Rängen riesig. Insbesondere Michael Schumacher erwies sich an beiden Tagen nicht nur als ein guter Botschafter des Motorsports, sondern auch für Rosbacher. Dabei bot der Austragungsort Düsseldorf die Gelegenheit, sich mit Repräsentanten von Hassia Mineralquellen zu treffen und die Zusammenarbeit zu bekräftigen.



v.l.n.r. D. Hinkel, M. Schumacher, U. Schweitzer

Rosbacher „erobert“ Köln

Am 26. August dieses Jahres ging die Kölner Wirtschaft bereits zum dritten Mal auf die Straße und lief sich frei. Und Rosbacher lief als Sponsor natürlich mit.

Trotz unbeständigen Wetters wurde der diesjährige größte Firmenmannschaftslauf in Köln, der „HRS BusinessRun Cologne“, ein voller Erfolg. Mit mehr als 6.200 Teilnehmerinnen und Teilnehmern wurde erneut ein Rekord erzielt, der die Erwartungen der Veranstalter übertraf. Kein Wunder, wurde die Veranstaltung in ihrem dritten Jahr in einem noch größeren Umfeld durchgeführt. So lief diesmal in der einmaligen Atmosphäre des RheinEnergieStadions alles, was in Kölns Wirtschaft Rang und Namen hat, buchstäblich auf Hochtouren.

Mit Rosbacher auf die Strecke Das Erfolgskonzept des HRS BusinessRun Cologne bewährte sich aufs Neue: Die laufbegeisterten Mitarbeiter/-innen von Firmen aus der Region bildeten 3er-Teams und begaben sich unter dem Event-Motto: „Laufe, fiere, danze!“ auf die fünf Kilometer lange Laufstrecke durch den Stadtwald. Unterwegs wurden sie von den Rosbacher Teams an der Strecke kostenlos mit Mineralwasser versorgt. Egal ob alt oder jung, ob Anfänger oder trainierter Läufer, auch dieses Mal stand das Gemeinschaftserlebnis wieder im Vordergrund und nicht die sportliche Höchstleistung. Nach dem Zieleinlauf war aber noch lange nicht Schluss. In der Business-Ebene West des RheinEnergieStadions war anschließend mit Siegerehrung, Live Acts und DJ noch eine lange Party angesagt.

Weitere Infos unter: www.business-run-cologne.de



Gutes für unsere Region

Initiative „Nähe ist gut“

Im Oktober wurde die neu gegründete Initiative „Nähe ist gut“ erstmals einer breiten Öffentlichkeit vorgestellt. Vier bekannte hessische Unternehmen hatten sich zusammengeschlossen – unter ihnen auch Hassia Mineralquellen. Gemeinsam wollen sie etwas Gutes für Hessen tun, es lebenswerter machen und fördern die Verbraucher auf mitzumachen.



Regionalität steht seit geraumer Zeit bei Verbrauchern hoch im Kurs – nicht zuletzt wegen der fortschreitenden Globalisierung. Ein Ausdruck dieses stärker werdenden Trends ist die steigende Nachfrage nach hochwertigen regionalen Produkten und Dienstleistungen. Dies entspricht dem zunehmenden Bedürfnis der Menschen nach emotionaler Verbundenheit und Identität mit dem heimischen Raum, in dem sie leben. Vor diesem Hintergrund haben sich vier bekannte hessische Marken aus der Lebensmittelbranche im Oktober zur Initiative „Nähe ist gut“ zusammengeschlossen: Die Schwäbchen Molkerei, die Licher Privatbrauerei, die REWE Region Mitte und Hassia Mineralquellen wollen gemeinsam mit gutem Beispiel vorangehen und nachhaltige Projekte in den Bereichen Umwelt- und Naturschutz, soziales Engagement, Familie, Bildung und Gesundheit für die Menschen in Hessen anstoßen

und fördern. Darüber hinaus wird die Initiative der heimischen Landwirtschaft ebenso Impulse geben wie sie der Lebensmittelproduktion und den Arbeitsplätzen dieser Branchen zugute kommt.

Teilnahme der Verbraucher per Gewinnspiel Das erste Projekt, Renaturierung der Lahnaue zwischen Caldern und Kernbach, trug die Bezeichnung „Nähe ist für die UMWELT gut“. Die Initiative förderte das Projekt mit bis zu 20.000 Euro und lud die Verbraucher ein, das Projekt per Gewinnspiel zu unterstützen. Dazu war einzig ein IST-GUTSchein auszufüllen und bis zum Annahmeschluss am 15.11. in die entsprechenden Sammelboxen in den Rewe-Märkten einzuwerfen. Gleichzeitig nahmen die Teilnehmer automatisch an der Verlosung von zehn Kurzeisen in Hessen teil. Ab Dezember beginnt übrigens bereits das zweite Projekt „Nähe ist für die FAMILIE gut“. Dabei steht das Zusammenleben in der Gemeinschaft im Mittelpunkt – passend zur Weihnachtszeit.

Weitere Informationen zur Initiative finden Sie unter www.naeh-ist-gut.de.

Auf der ganzen Linie erfolgreich

Ein halbes Jahr nach der Markteinführung des neuen Premium-Mineralwassers LIZ von Hassia Mineralquellen steht fest: Das Konzept von LIZ ist ein voller Erfolg. Die Nachfrage übertrifft alle Erwartungen. Auch die stilvolle Präsentation des edlen Wassers wurde bereits belohnt: Mehrere renommierte Design Awards gingen nach Bad Vilbel.

Die Nachfrage der Spitzengastronomie übertraf bisher alle Prognosen. Ein halbes Jahr nach der Markteinführung liegen die Verkaufszahlen von LIZ 50 Prozent über dem Plan. Die Tendenz ist weiter steigend. Vor allem konnten viele neue Gastronomie-Partner gewonnen werden, so überzeugend sind das Premium-Mineralwasser und das dahinterstehende Konzept. Dabei sind rund die Hälfte der Top-Restaurants, die LIZ in ihr Getränkesortiment mit aufgenommen haben, neue Kontakte. Und das bundesweit! Vor dem Hintergrund der ursprünglichen Fokussierung auf das traditionelle Vertriebsgebiet von Hassia Mineralquellen eine sensationelle Entwicklung. Tatsächlich ist LIZ die erste Marke von Hassia, die nicht nur in allen Bundesländern, sondern auch in Österreich und auf Mallorca erhältlich ist. Natürlich servieren nur erste Adressen das edle Mineralwasser.

LIZ reüssieren: Bei den „Water Innovation Awards“ 2010 in Schottland wurde LIZ für das innovativste Verpackungsdesign mit dem ersten Platz, „best new packaging or manufacturing innovation“ ausgezeichnet. Außerdem erreichte die Glaskaraffe von LIZ in der Kategorie „best new bottle in glass“ das Finale der letzten drei und verewies damit die internationale Konkurrenz mit Danone, San Pellegrino, Love H₂O, Iceberg, Black Mountain und Fonte Sole auf die Plätze. Darüber hinaus wurde LIZ von der deutschen Branchenzeitschrift „Top hotel“ mit einem Award im Bereich „Food & Beverage-Konzept“ in Bronze geehrt.

Mehrere Design-Preise für LIZ LIZ konnte nicht nur die Spitzengastronomie überzeugen. Auch die Jurys einiger renommierter Design Awards beurteilten die stilvolle Präsentation des Spitzenmineralwassers und das neue Flaschenkonzept entsprechend positiv. So ging der „red dot communication design award“ ebenso nach Bad Vilbel wie der „iF communication design award“. Auch international konnte



Rosbacher Sport-Sponsoring: der BC Pharnaserv Marburg

Erstklassige Mädels

Rosbacher engagiert sich bereits seit vielen Jahren als Sponsor und Unterstützer des regionalen und überregionalen Sports. Darunter sind auch Vereine mit bundesweiter Bedeutung wie der BC Pharnaserv Marburg, eine Top-Adresse des deutschen Damenbasketballs.



Ende September ist die Damenbasketballbundesliga in die Spielzeit 2010/2011 gestartet. In der Saison davor belegte die Marburger Damenmannschaft, die weit über die Grenzen Marburgs auch als Blue Dolphins bekannt sind, einen hervorragenden dritten Platz in der deutschen Meisterschaft. Auch in dieser Saison arbeitet Trainerin Aleksandra Kojic mit dem nahezu unveränderten Bronze-Team. Einziger Neuzugang ist die 23-jährige Amerikanerin Shenita Landry, die bereits in den vergangenen Spielen für Aufsehen sorgte. An allen zehn Spieltagen der laufenden Saison blieb der BC Pharnaserv Marburg ungeschlagen. Somit rangieren Kapitänin Amanda Davidson und ihr Team auf dem ersten Tabellenplatz. Ebenso zog die Mannschaft bereits ins Viertelfinale des Pokals ein.

Attraktives Spiel begeistert Jung und Alt Das schnelle und attraktive Spiel der Blue Dolphins begeistert Jung und Alt gleichermaßen. Bei den Heimspielen erhält das Team stets lautstarke Unterstützung der zahlreichen Fans. Als „ein Erlebnis für die ganze Familie“ bezeichnet Trainerin Aleks Kojic die in der Georg-Gaßmann-Halle stattfindenden Heimspiele. Und so ist es nicht verwunderlich, dass Marburg als

„Dinosaurier“ der Liga gilt, da die Hessinnen bereits seit 17 Jahren ununterbrochen in der höchsten deutschen Liga spielen. So ein lang anhaltender Erfolg im Spitzensport wird natürlich nur durch das Engagement von Sponsoren möglich. Die HassiaGruppe ist ein aktiver Partner der Blue Dolphins und freut sich, dieses Team auch in der Saison 2010/2011 zu unterstützen. Was dieses Mal alles drin ist, wird das Frühjahr zeigen. Vielleicht sogar der Titel? Toi, toi, toi.