

Quellenpost

Immer am Ball: René Hiepen, die Stimme von Rosbacher, und Charly Körbel



MARKEN

*Noch bis Ende September:
Gewinnen mit Rosbacher und Eintracht Frankfurt*

SEITE 04

Die bizzl Premium-Limonaden mit extra viel Frucht

SEITE 06

GASTRONOMIE

Obsthof Schneider: hassia Sprudel gratuliert zum Jubiläum

SEITE 10

**EVENTS |
SPONSORING**

Torwand on Tour mit Rosbacher

SEITE 12

Elisabethen Quelle erfrischt Konzertbesucher

SEITE 15

„Man kann jetzt schon sagen: Der Sommer 2015 ist eine umsatzstarke Saison“

Dirk Hinkel
Geschäftsführender Gesellschafter
HassiaGruppe

02

Als in einigen Regionen Deutschlands die Temperaturen auf bis zu 40 Grad Celsius stiegen, fand vor allem Mineralwasser reißenden Absatz – auch in unserem Vertriebsgebiet. Man kann jetzt schon sagen: Der Sommer 2015 ist eine umsatzstarke Saison. Zeitweise war der Mineralwasserdurst allerdings so groß, dass wir trotz Dreischicht- und Wochenendbetrieb Lieferverzögerungen von maximal 24 Stunden hatten. Unseren Handelspartnern danke ich an dieser Stelle deshalb noch einmal herzlich für ihre Geduld, wenn die gewünschte Ware einmal nicht sofort lieferbar war.

Im Markt für Süßgetränke kommen unsere neuen bizzl Premium-Limonaden Feine Orange und Feine Zitrone sehr gut bei den Verbrauchern an. Süßgetränke sind auch das Stichwort in der neuen, gleichnamigen Quellenpost-Rubrik, in der wir in loser Folge ein bestimmtes Branchenthema in den Mittelpunkt rücken. Dieses Mal kommen Hassia-Mitarbeiter mit ihren Einschätzungen zum Wettbewerb im Markt für Limonaden und andere nichtalkoholische Getränke zu Wort.

Um Wald statt Wettbewerb geht es bei „1 Kasten = 1 Baum“. In diesem Jahr lief unsere Verbraucheraktion für den Klimaschutz bereits im Juni und Juli. Dass nachhaltiges Handeln ansteckend ist, zeigt die Resonanz auch unter Geschäftspartnern: Zwei Agenturen entschlossen sich im Zuge der Zusammenarbeit mit Hassia dazu, die Aufforstungsprojekte der Initiative PrimaKlima-weltweit-e.V. zu unterstützen. Das freut uns sehr, und wir hoffen auf zahlreiche Nachahmer!

Ein musikalisches Sommerhighlight ist das Open-Air-Konzert des hr-Sinfonieorchesters in Frankfurt. In diesem Jahr sind wir mit der Marke Elisabethen Quelle unter den Sponsoren für dieses außergewöhnliche Musikereignis. Ich wünsche Ihnen nun einen schönen Spätsommer und viel Vergnügen bei der Lektüre.

Ihr





Inhaltsverzeichnis

MARKEN	<i>Die aktuelle Rosbacher-Gewinnaktion für 1 Tag mit Charly Körbel und Eintracht Frankfurt</i>	SEITE 04
	<i>bizzl vom Feinsten – neue Premium-Limonaden mit extra hohem Fruchtgehalt</i>	SEITE 06
DAS STICHWORT	<i>Süßgetränke</i>	SEITE 07
GASTRONOMIE	<i>LIZ und der Koch der Köche 2015: Ein Gespräch mit Joachim Wissler</i>	SEITE 08
UNTERNEHMEN	<i>Die Lichtenauer Mineralquellen feiern Jubiläum</i>	SEITE 11
EVENTS SPONSORING	<i>Viel Fußballspaß mit „Torwand on Tour“</i>	SEITE 12
	<i>Elisabethen Quelle bei großartiger Musik</i>	SEITE 15
NEWSTICKER, IMPRESSUM		SEITE 16

„Und jetzt Du, Charly“



Diese Stimme ... das ist doch ... René Hiepen, genau. Rund 20 Jahre lang war er Reporter, Moderator und Kommentator von Sportwettkämpfen. Zu den Highlights aus dieser Zeit zählt er selbst seine TV-Liveberichte von Olympischen Spielen und Fußballweltmeisterschaften. Als selbstständiger Medienprofi ist er unter anderem mit der Moderation von Sportevents oder der Entwicklung von Sendeformaten erfolgreich. Die eigene Fitness hält René Hiepen mit Laufen – er nimmt an Marathons im In- und Ausland teil – und Golfen in Topform. Seine Stimmbänder trainiert er auch beim Einsprechen von Funkspots: Seit fast 10 Jahren ist Hiepen die Stimme von Rosbacher. Für eine Spotaufnahme zur aktuellen Sammel- und Gewinnaktion teilte er das Mikrofon mit Charly Körbel und gab der Eintracht-Legende praktische Tipps für die Arbeit im Tonstudio.

René Hiepen, Voice of Rosbacher

04

Autogramme zum Auftakt

Ihre Profikarriere bei der Eintracht haben sie beendet, der eine als Spieler, der andere als Keeper. Aktiv sind Charly Körbel und sein Kollege Oka Nikolov aber immer noch, zum Beispiel in der Eintracht Frankfurt Fußballschule, unterstützt von Rosbacher mit dem 2:1-Ideal von Calcium zu Magnesium. Ende Juni konnte man die beiden Eintracht-Legenden in einem Frankfurter Getränkemarkt zur Autogrammstunde treffen – präsentiert von Rosbacher. Vor der Kulisse einer Torwand plauderten sie über „König Fußball“ und die neue Gewinnaktion zum Start der Bundesligasaison 2015/2016.

Karl-Heinz Körbel und Oka Nikolov (rechts) bei der Autogrammstunde





„Macht mit! Ich freu mich auf euch. Euer Charly“

05

Welcher Adler-Fan kann da widerstehen? In einem der Funkspots zur großen Partneraktion von Eintracht Frankfurt und Rosbacher ist der Rekord-Bundesligaspieler Karl-Heinz „Charly“ Körbel im O-Ton zu hören.

Sammeln und gewinnen lautet das Motto noch bis Ende September 2015. Wer die Kaufbelege von 8 Kästen Rosbacher aus dem Aktionszeitraum sammelt und einsendet, sichert sich auf jeden Fall eine Sporttasche und nimmt automatisch an der Verlosung für den Hauptgewinn teil: einen unvergesslichen Fußballtag im Rosbacher-Spieltagscamp. „Wir verlosen 30 Plätze für ein exklusives Training mit Karl-Heinz Körbel und anderen Ex-Profis von Eintracht Frankfurt“, sagt Michael Bergmann, Werbeleiter bei Hassia Mineralquellen. Jeder Hauptgewinner bekommt außerdem ein Trikot-Set und ein Ticket, denn: „Vom Spieltagscamp geht’s direkt auf die Tribüne in der Commerzbank-Arena zu einem Bundesliga-Heimspiel der Eintracht im Frühjahr 2016.“ Startpfeiff für die Aktion war am 1. Juli, Einsendeschluss für die 8 Kaufbelege ist spätestens der 31. Oktober 2015. Großflächenplakate und starke Funkspots auf starken Sendern machen in Hessen, Rheinland-Pfalz sowie in Teilen von Nordbayern und Baden-Württemberg auf die Aktion aufmerksam. www.rosbacher.de

Sammeln:
8 Kästen
ROSBACHER kaufen
→ Sporttasche
gratis



bizzl vom Feinsten

Extra fruchtig und natürlich-frisch, das sind die neuen Premium-Limonaden der Marke bizzl.

bizzl Feine Orange und Feine Zitrone eröffnen diese neue Produktreihe aus natürlichem Mineralwasser und einem extra hohen Fruchtgehalt. „Mit mehr als 10 Prozent ist er deutlich höher als bei klassischen Limonaden“, erklärt Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing von Hassia Mineralquellen. Zum Premium-Inhalt, frei von Konservierungs- und künstlichen Farbstoffen, passt der feine Markenauftritt in der formschönen Glasmehrwegflasche und im silbergrauen Kasten der HassiaGruppe. Auch für überzeugte Veganer sind die neuen Sorten 100-prozentig geeignet. Das heißt, die Fruchtsäfte wurden nicht mit Gelatine geklärt, für die Etikettierung wird Leim ohne Stoffe tierischer Herkunft verwendet. City-Light-Poster und -säulen bewerben die neuen Premium-Limonaden von bizzl. Gebinde: 6 x 0,75 Liter, Glas-Mehrweg.



06

Neuer Look für Rosbacher Mineralwässer

Die Mineralwassermarke mit dem Löwen erweitert das Gebinde: Ab September sind die Rosbacher Mineralwässer Klassisch, Medium und Naturell auch in der schlanken 1-Liter-Mehrwegflasche aus Glas im Handel – selbstverständlich ebenfalls im silbergrauen Kasten der HassiaGruppe. Gebinde: 6 x 1,0 Liter, Glas-Mehrweg.



Süßgetränke

**Was bewegt den Markt für nichtalkoholische Getränke? Welche Trends zeichnen sich ab?
In der Rubrik >Das Stichwort< bringen Hassia-Kollegen ihre Einschätzungen auf den Punkt.**



Markus Lintl, Leiter Key Account Management HassiaGruppe

Allgemein verlieren Süßgetränke an Mineralwasser, die Mengen in der größten Kategorie – Softdrinks mit Kohlensäure – sind rückläufig. Der traditionelle Limonadenmarkt wird also kleiner, der Wettbewerb intensiver. Mit bizzl in der 0,33-Liter-Dose und als Premium-Limonade mit hohem Fruchtgehalt führen wir neue Kunden an die Marke heran. Innovationen werden auch zukünftig der Schlüssel für Stabilisierung sein.

Markus Belter, Gebietsleiter Einzelhandel Hassia Mineralquellen

Süßgetränke stehen weiter unter Druck. Das Segment ist im Wandel, klassische Saftersteller und Brauereien drängen mit alkoholfreien Mischgetränken hinein. Unsere größten Chancen sehe ich in der Einführung der neuen bizzl Premium-Limonaden und durch die bizzl-Sorten in der 0,33-Liter-Dose.



Steffen Häuser, Gebietsleiter Gastronomie Hassia Mineralquellen

Süßgetränke werden in der Gastronomie immer gefragt sein. Ohne geht es nicht! Und für unsere Marke bizzl sehe ich noch mehr Potenzial durch Bewerbung unseres Gastrogebindes, beispielsweise auch in sozialen Medien.

Michael Hock, Verkaufsleiter Außer-Haus-Markt HassiaGruppe

Internationale Marken wie Coca-Cola setzen den Markt für Süßgetränke gewaltig unter Vertriebs- und Werbedruck. Pepsi erschließt zusammen mit Radeberger neue Vertriebswege in den GFGH und in die Gastronomie. Beides wird den Markt nicht ruhen lassen. Die Gastronomie wird immer Süßgetränke anbieten, aber ihr Standing wird sich verändern.



Andreas Dietzel, Vertriebsleiter Hassia Mineralquellen und Mitglied der Geschäftsleitung

Erfrischungsgetränke sind von großer Bedeutung für Hassia. Das wird so bleiben. Wir beobachten die Verbraucherwünsche sehr genau. Die neuen bizzl Premium-Limonaden entsprechen dem Wunsch nach hoher Qualität, die wertige Verpackung aus Glasmehrwegflaschen im 6er-Kasten passt ideal dazu und unterstreicht unsere Positionierung als regionales, nachhaltig agierendes Unternehmen.

Rudolf Olschansky, Verkaufsleiter Hassia Mineralquellen

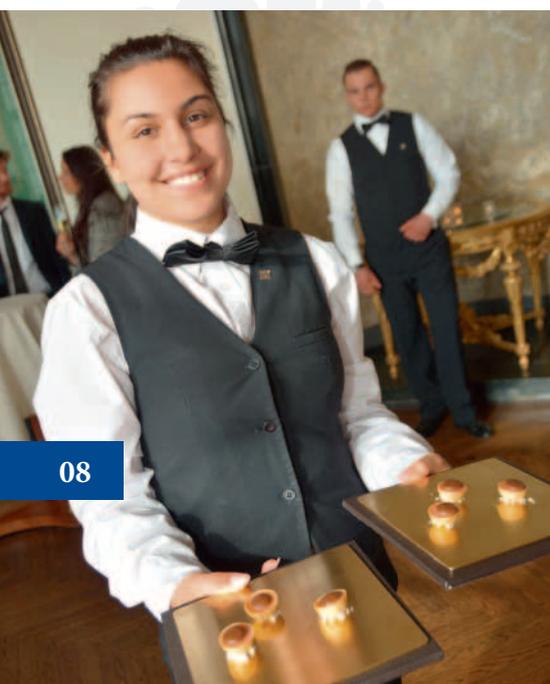
Unsere neuen Süßgetränke wie z. B. das neue Rosbacher Isofit Orange-Mandarine entsprechen dem veränderten Ernährungs- und Einkaufsverhalten. Hier gehen wir mit aufmerksamkeitsstarken Vkf-Maßnahmen auf unsere Kunden im GFGH zu, von denen einige zurzeit vor einem Generationswechsel stehen. Als Vertriebsmann freue ich mich natürlich auch, wenn uns Kunden aktiv auf Verkaufsförderung für die verschiedenen Vertriebskanäle wie Heimdienst, GAM und AHM ansprechen!



LIZ präsentiert den Koch der Köche



Rinder-Tatar mit Oliven & Tomate, Kleine Spitzmorcheln & Walbecker Spargel, Lechtal-Seeforelle in Kokos-Meerrettich-Butter, eine kühle Köstlichkeit, silbern wie der Verschluss einer LIZ-Karaffe zum süßen Abschluss – das sind nur einige Kostproben aus Joachim Wisslers Gala-Menü zur Preisverleihung für den „LIZ Koch der Köche“ 2015.



08

Und der heißt ... Joachim Wissler, Chef de Cuisine des Restaurants Vendôme im Althoff Grandhotel Schloss Bensberg, Bergisch Gladbach. Im mittlerweile dritten Onlinevoting des Gourmetportals Restaurant-Ranglisten hatten ihn die 100 besten Köche Deutschlands erneut zum Besten aus ihren Reihen gewählt. Insgesamt gibt es sechs Kategorien; in der Hauptkategorie „Koch der Köche“ folgten auf Rang 2 und 3 Sven Elverfeld (Aqua, Ritz-Carlton, Wolfsburg) und Christian Bau (Victor's Gourmet-Restaurant Schloss Berg an der Mosel). Wissler und sein Team hatten also wieder ein kulinarisches Heimspiel zur Preisverleihung im Mai. Er verteidigte zum dritten Mal hintereinander den begehrten Titel und ist heute Deutschlands bedeutendster Repräsentant der modernen Kochkunst. Und als einziger von Deutschlands Spitzenköchen wird er mit dem Vendôme in der Liste The World's 50 Best Restaurants geführt. An diesem Gala-Abend im Vendôme wurden auch Harald Wohlfahrt für sein Lebenswerk, Heiko Nieder (Dolder Grand, Zürich) als Bester Koch international und Sven Elverfeld in der Kategorie Avantgarde geehrt. Tristan Brandt (Opus V, Mannheim) und Jan Hartwig (Atelier, Hotel Bayerischer Hof, München) teilen sich in diesem Jahr die Auszeichnung „Jung und mit Potenzial für mehr“, und auf David Eitel (La Belle Epoque, Columbia-Hotel Travemünde) fiel die Wahl „Bester Sommelier“.



Joachim Wissler und sein Team bescherten den Gästen beim LIZ Koch der Köche 2015 einen genussreichen Abend

Exklusive Wahl

Nur die 100 besten Köche Deutschlands sind für die Wahl zum „Koch der Köche“ stimmberechtigt. Es sind Grand Chefs wie Harald Wohlfahrt oder Heinz Winkler darunter, junge, aufstrebende Talente, Vertreter der Avantgarde und Köche mit besonderer Medienpräsenz. Wer aktuell in der bundesweiten Bestenliste steht, ist auf dem Gourmetportal www.restaurant-ranglisten.de nachzulesen. In einem anonymen Voting wählen die Spitzenköche ihren Favoriten für den „Koch der Köche“ sowie für unterschiedliche Kategorien der Kochkunst. Neben der Bewertung in klassischen Gourmetführern wie dem Guide Michelin ist diese Würdigung durch Fachkollegen eine ganz besondere Ehre für die Preisträger.

Ein kurzes Küchengespräch mit Joachim Wissler

Drei Sterne, zum dritten Mal in Folge Koch der Köche, zur Preisverleihung mehr als doppelt so viele Gäste wie sonst – wie stemmt man das? Hatten Sie Lampenfieber?

Joachim Wissler: Das Menü war sehr anspruchsvoll, fast alle Gerichte hatten an diesem Abend ihre Premiere, aber ich hatte keinerlei Bedenken, das auch für 100 Gäste zeitgenau und handwerklich perfekt zu servieren. Schon bei der Kreation eines Menüs erkenne ich, ob es in dieser Größenordnung zuzubereiten ist. Lampenfieber? Nein, ich würde es eher konzentriert nennen.

Wie groß ist Ihr „Vendôme“-Team in Küche und Service?

Joachim Wissler: In der Küche arbeiten wir mit 14 Köchen, im Service mit 10 Mitarbeitern für maximal 40 Gäste. Schon daran erkennt man den enormen Aufwand in der Spitzengastronomie.

Wie viel Zeit nimmt die Menüplanung, die Vorbereitung in Anspruch?

Joachim Wissler: Wir benötigen für jede Menüfolge mit 15 bis 16 Gerichten von der Idee bis zum fertigen Teller etwa drei Monate und wechseln viermal im Jahr. Sobald das neue Menü eingeführt ist, plane ich die nächsten Gerichte.

Sich an der Spitze zu halten, ist eine Kunst für sich. Was ist Ihre Triebfeder?

Joachim Wissler: Man kann es nicht nur darauf reduzieren, aber Neugier und Beharrlichkeit sind elementar und machen meine Mitarbeiter und mich zu dem, wofür wir in unserer Branche stehen. Und man muss jeden Tag an sich arbeiten.

Exklusive Vielfalt

Die Edelmarke LIZ aus dem Hause Hassia ist seit 2012 Partner der Gala für den „Koch der Köche“. Zwei Jahre zuvor hatte sie ihr Debüt als Begleiter zu erlesenen Speisen und Weinen. Heute wird das Premium-Mineralwasser, das Deutschlands Spitzengastronomie vorbehalten ist, an fast 400 Top-Adressen eingeschickt. „Wie unterschiedlich Ambiente, gastronomische Konzepte und Standorte sind, ist faszinierend“, sagt Gastro-Vertriebsleiter Michael Hock. Die folgende kleine Auswahl spiegelt diese Vielfalt wider: **Axt**, Gourmetrestaurant Mannheim – **first floor**, Gourmetrestaurant, Hotel Palace Berlin – **5**, **Café. Bar. Restaurant. Lounge. Club.**, Stuttgart – **Gasthaus Zum Schlosswirt**, Schloss Kromsdorf bei Weimar – **GinYuu**, Systemgastronomie, Bonn und Stuttgart – **Hotel Adlon Kempinski**, Lobby Lounge & Bar, Lorenz Adlon Esszimmer sowie Bankette, Berlin – **Hotel Dolce Bad Nauheim** – **Paul's Restaurant-Café-Bar**, Meiningen – **Seesteg**, Well-being-Designhotel, Norderney – **Grandhotel Hessischer Hof**, Frankfurt/M



Herzlichen Glückwunsch!

Am Anfang war ein Apfelhain. Birn- und Kirschbäume, Erdbeerfelder und Beerenobst kamen hinzu. Heute sind es allein mehr als 8.000 Obstbäume, die Andreas Schneider mit rund 20 Mitarbeitern hegt und pflegt. Dann wären da noch Weinproben, Fackelwanderungen oder Apfelfeste. Auf dem Obsthof am Steinberg in Nieder-Erlenbach bei Frankfurt ist das ganze Jahr über etwas los. Im Juli stand nun das große Fest zum 50-jährigen Bestehen auf dem Programm. Nachdem er den Obsthof im Jahr zuvor von seinen Eltern übernommen hatte, stellte Andreas Schneider 1994 auf kontrolliert biologischen Anbau um. Seine Spezialität sind sortenrein ausgebaute Jahrgangsapfelweine, Apfelperl- und Schaumweine.

Die gibt's nicht nur im Hofladen, sondern auch in der Schoppenwirtschaft, die er 1999 eröffnete. Seitdem steht dort hassia Sprudel auf der Karte. „Mir liegt viel daran, mich langfristig mit Partnern aus der Region zu vernetzen“, sagt der Obstbauer aus Leidenschaft. Das trifft auch auf Hassia zu. Herzlichen Glückwunsch zum Jubiläum, weiterhin viel Erfolg und eine reiche Ernte!
www.obsthof-am-steinberg.de



Im Sommer wächst Andreas Schneiders Schoppenwirtschaft ins Freie hinaus



Klimaschutz ist ansteckend

well!
WERBEAGENTUR



PRIMAKLIMA
WELTWEIT

Bei den Vorbereitungen für die diesjährige Aktion „1 Kasten = 1 Baum“ fiel bei zwei Agenturpartnern von Hassia der spontane Entschluss fürs Mitmachen: Die Chefs der Playroom Studios in Frankfurt und der well! Werbeagentur in Großostheim haben die CO₂-Emissionen aus ihrem Geschäftsbetrieb 2014 durch Aufforstungen kompensiert. PrimaKlima-Urkunden bescheinigen „einen vorbildlichen Beitrag zum Klimaschutz“. Die achte hassia-Klimaschutzaktion in Kooperation mit der Initiative PrimaKlima-weltweit-e.V. von Dr. Karl Peter Hasenkamp startete in diesem Jahr bereits im Juni und dauerte bis Ende Juli. Zeitlich unbefristet hingegen ist die Möglichkeit für jedermann, die grüne Lunge der Erde zu stärken.

Jubiläumsfest bei Lichtenauer

Die Lichtenauer Mineralquellen GmbH machte den ersten Sonntag im Juni zu einem rundum gelungenen Feiertag: Das Unternehmen der HassiaGruppe feierte bei schönstem Sonnenschein sein 25-jähriges Bestehen mit einem Brunnenfest und Tag der offenen Tür.

Mehr als 14.000 Besucher strömten auf das Betriebsgelände. „Das Interesse an Programm und Produktion war sensationell“, freut sich Geschäftsführer Paul K. Korn. „Tausende nutzten die Gelegenheit für eine Betriebsbesichtigung.“

Bei Günter Hinkel weckt das Jubiläum ganz besondere Erinnerungen. Kurz nach dem Mauerfall hatte er seine ersten Branchenkontakte in die künftigen neuen Bundesländer geknüpft und sich rasch entschlossen, einen neuen Brunnenbetrieb in Sachsen zu bauen. „Das war eine aufregende und lehrreiche Zeit“, sagt der Hassia-Seniorchef. „Binnen weniger Jahre hat sich Lichtenauer dann zur führenden Brunnenmarke Ostdeutschlands entwickelt.“

Mit dem Schlagerstar Christina Stürmer klang das Brunnenfest zum Jubiläum aus. Ihr Hit „Millionen Lichter“ könnte in Niederlichtenau auch „Millionen Liter“ heißen: In 25 Jahren füllten die Lichtenauer Mineralquellen über 3,7 Milliarden Flaschen ab.

Die Brunnenstraße in Lichtenau wurde zur Flanier- und Spaßmeile. Viele Besucher nutzten den Shuttlebus ab Chemnitz, um mit Lichtenauer zu feiern

Grundstein für die HassiaGruppe

11

Wenige Monate nach dem Mauerfall begann Günter Hinkel 1990 mit der Neugründung des Brunnenbetriebs in Niederlichtenau bei Karl-Marx-Stadt, wie Chemnitz zu jener Zeit hieß. Die Lichtenauer Mineralquellen GmbH war die erste Brunnentochter der damaligen Hassia & Luise Mineralquellen Bad Vilbel GmbH & Co. KG. Zum Sortiment der Mineralwässer und Erfrischungsgetränke von Lichtenauer zählen auch die sächsische Traditionsmarke Margon und Vita Cola, das ostdeutsche Colagetränk mit Kultstatus.



Der MainKick für Tore satt im Spessart

Beim Fußballspaß „Torwand on Tour“ von MainKick, dem Fußballportal des Aschaffener Main-Echo-Verlags, von Rosbacher und m.ehrlich Sport & Eventmanagement in Stockstadt geht's direkt zur Sache: zielen, Tore schießen, Punkte sammeln.



Mitmachen kann jeder, egal ob Sportverein oder Schulklasse: Wer ein 6er-Team bildet mit mindestens drei Torschützen unter 18 Jahren, der ist dabei. „Diesmal konnten sich auf Extra-Tour-Terminen bei drei Getränkehändlern auch Einzelkämpfer fürs Finale qualifizieren. Das kam richtig gut an bei den Marktkunden“, sagt Hassia-Werbeleiter Michael Bergmann. Sie testeten ihre Treffsicherheit bei Edeka-Stenger und Christl bottles & more in Aschaffenburg sowie bei Getränke-Pohl in Lohr.

12



Die ersten 6er-Teams zeigten Anfang Mai beim FC Kleinwallstadt, was sie balltechnisch drauf hatten. Weiter ging's auf den Sportplätzen der SG DJK/TuS Leier in Aschaffenburg, beim SV Albstadt, SV Weibersbrunn und der TuS Frammersbach.

Zum Finale beim SV in Albstadt, einem Stadtteil von Alzenau hart an der Grenze zu Hessen, traten am sechsten Tag die 20 besten Teams sowie 13 Einzelschützen gegeneinander an.

Die Torwand on Tour hat fünf Löcher mit Punktwerten zwischen 20 und 100. Jeder Kicker ist sechsmal am Ball, maximal sind also 3.600 Punkte pro Team und Tourtermin möglich, aber das schaffte noch keiner. „Die Roth's“ aus Weibersbrunn wurden mit stolzen 980 Punkten das Siegerteam 2015 und machten den Sportverein Rot-Weiß Weibersbrunn zum Gastgeber fürs Finale der dritten Tour im nächsten Jahr.

Die Gewinner freuten sich über sportliche Sachpreise wie Trikots oder Fußbälle. Der Hauptgewinn im Einzelschießen waren 4 Tage Fußballschule mit dem Ex-Profifußballer Thomas Kastenmaier. Mehr zu diesem Wettbewerb in Aschaffenburg und benachbarten Landkreisen gibt es unter www.main-kick.de.



„Komm und radle mit“

Das ist die Devise bei der hr4-Radtour für alle, die Radeln und Naturgenuss gerne mit Feiern am Etappenziel verbinden. Als Durstlöscher gehört hassia Sprudel zur Grundversorgung auf der 3-tägigen Tour. Die Strecke in diesem Jahr, Ende August: von Bad Hersfeld nach Gersfeld – wahlweise mit einem Abstecher zur Wasserkuppe für sportlich Anspruchsvolle – und Bad Salzschlirf und zurück nach Bad Hersfeld.

hr4

Läuft bei dir!

13

Als Teamcaptain hatte Jessica Gramm 57 Kollegen aus der HassiaGruppe zum diesjährigen J.P. Morgan Corporate Challenge (JPMCC) in Frankfurt angemeldet. „Wir liefen in Teams für Rosbacher und Rapp's mit“, sagt die Assistentin Sponsoring, Promotion und Event-Management bei Hassia in Bad Vilbel. Auch die Profi-Triathletin und Tochter eines Mitarbeiters Katharina Grohmann war wieder für Rosbacher am Start. Beim JPMCC geht es weniger um Bestzeiten als um Teamgeist und den guten Zweck: Auf dem Scheckscheck zugunsten der Stiftung Deutsche Sporthilfe und der Deutschen Behindertensportjugend standen

dieses Mal 253.000 Euro. Der JPMCC (5,6 km) gilt als größter Firmenlauf weltweit, Austragungsorte in Europa sind London und Frankfurt.

Seine Popularität ist bei Rosbacher – von Beginn an Sponsor des Frankfurter Laufs – in Litern messbar. „Anfangs waren es noch 240 Liter für knapp 530 Teilnehmer“, sagt Jessica Gramm. „Für den 23. Lauf in diesem Juni haben wir etwa 75.000 Flaschen Mineralwasser und Rosbacher Isofit für mehr als 70.200 Läufer ausgegeben und die Versorgungslogistik dafür gemeistert.“

Auch Rosbacher war wieder mittendrin – und mit einem löwenstarken Team am Start



J.P.Morgan

Corporate Challenge





Pfingsten in Bad Vilbel ...

... das sind Konzerte und Kunstevents, Spiel und Spaß und das Römerbrunnenfest von Hassia für die ganze Familie am Pfingstmontag, wenn das Quellenfest endet.

14

Das Fest feierte zum 13. Mal die Bad Vilbeler Quellen-geschichte und -geschichten. Sowohl das eine als auch das andere gab es aus erster Hand von Hassia-Seniorchef Günter Hinkel, der durch das Brunnen- und Bädernmuseum führte. Ein Programmbeitrag von Hassia war auch die Quellen-Rallye: Mit Fragebögen bewaffnet, machten sich mehr als 160 Kinder auf die Tour zum Museum, Römer-Mosaik im Kurpark und Römerbrunnen am Niddauer. Wer alles richtig beantwortet hatte, konnte sportliche Gewinne für die ganze Familie an Land ziehen – Hassia verlor 4 x 4 Karten für ein Heimspiel der Eintracht Frankfurt, Fraport Skyliners oder HSG Wetzlar.

Viele Besucher lockte auch der Hassia-Markenspark an, der nach dem großen Zuspruch auf dem Hassia-Jubiläumsfest im letzten Jahr seinen ersten Auftritt am Römerbrunnen hatte. Hier fielen die hassia-Glückswürfel und der bizzl-Goldschatz sorgte für aufwühlende Momente im Sandkasten. Im Vergleich dazu sind an der Rosbacher-Torwand oder Touchwall von Elisabethen Quelle vor allem Konzentration und ein kühler Kopf gefordert. Um gekrönte Häupter ging es dann wieder beim traditionellen „Machtwechsel“ zum Festende, als Quellenkönigin Frida I. das Zepter an ihre Nachfolgerin Michelle I. übergab.

Quellenkönigin Michelle I. (großes Foto) repräsentiert bis zum nächsten Quellenfest 2016 die Quellenstadt Bad Vilbel. Ganz und gar nicht „höfisch“ ging es beim Buddeln nach dem bizzl-Goldschatz (links) oder beim Torwandschießen zu



Großartige Musik in großer Besetzung



Musik unter freiem Himmel ist ja wirklich nichts Ungewöhnliches. Ein Auftritt von Spitzenmusikern in orchestraler Besetzung bei freiem Eintritt allerdings schon. Und wo gibt es das? In Frankfurt – beim großen Open Air des hr-Sinfonieorchesters, in diesem Jahr zuvor mit einem Konzert der hr-Bigband.

Diese Quellenpost-Ausgabe ist bereits gedruckt, bevor die Musik am 26. August verklungen sein wird. Über das sommerliche Musikerlebnis – dieses Mal auf der Weseler Werft – gibt es aber auch im Vorhinein einiges zu berichten.

15

Das Open Air mit Meisterwerken der klassischen Musik ist ein Geschenk des hr-Sinfonieorchesters an alle Bürgerinnen und Bürger, nicht nur in der Mainmetropole: Per Liveübertragung im Radio auf hr2-kultur, im hr-Fernsehen sowie als Livestream auf Arte Concert und www.hr-sinfonieorchester.de erreicht es Musikgenießer in ganz Hessen und in aller Welt.

Im vergangenen Jahr hatte das hr-Sinfonieorchester zu seinem ersten Frankfurter Open-Air-Konzert eingeladen. Für Andrés Orozco-Estrada bot der Abend im Metzlerpark am Mainufer eine ideale Gelegenheit, sich dem Publikum als neuer Chefdirigent vorzustellen. In diesem Jahr übernahm Hassia mit der Marke Elisabethen Quelle einen Part als Sponsor des besonderen Konzertereignisses. Das natriumarme Mineralwasser bereicherte das Getränkeangebot für die Besucher und hat sich einen Platz auf dem gastronomischen Begleitprogramm für den nächsten Sommer reserviert.

Andrés Orozco-Estrada, seit 2014 Chefdirigent des hr-Sinfonieorchesters. Beim Open Air im vergangenen Jahr (Foto oben) hatte er sich dem Frankfurter Publikum vorgestellt



Newsticker

ZUM GLÜCK GIBT'S HASSIA und die Hassia-Glückswürfel im Onlinegewinnspiel vom 7. September bis 15. November 2015! Einfach Glückscode eingeben, würfeln und tolle Sachpreise gewinnen. Die Codes zum Glück stehen auf den Aktionsetiketten von hassia Sprudel, hassia Leicht und Still (1,0 Liter PET-Mehrweg) sowie von hassia Sprudel und hassia Leicht (0,7 bzw. 0,75 Liter Glas-Mehrweg). www.hassia-sprudel.de

„**REGIONSENGEL**“ nennt die Initiative Nähe ist gut zum Wohle von Mensch und Natur in der Region ehrenamtlich engagierte Menschen. Und so lautete auch das Motto der jüngsten Aktion. Die vier Partner der Initiative, die hessischen Unternehmen Rewe, Licher, Schwälbchen und Hassia, riefen bis Ende Juli zum Mitmachen und Bewerben auf. Zehn ehrenamtliche Projekte werden ausgewählt und mit jeweils 500 Euro gefördert. www.naeh-ist-gut.de

FRANKFURT GALAXY is back und die Party geht weiter! Seit Mai begeistert das Team nach sieben Jahren Pause wieder die American-Football-Fans. Rosbacher ist offizieller Getränkepartner und damit auch bei den legendären Power Partys im Vorfeld dabei. www.galaxy-frankfurt.de

16

DER ROSBACHER MAIN-LAUF-CUP 2015 geht mit den Läufen am 6., 20. und 25. September, am 11. Oktober sowie am 31. Dezember weiter. Die beliebte Laufsportserie für jedermann besteht aus insgesamt elf Wertungsläufen, die das ganze Jahr über in der Region veranstaltet werden. Traditioneller Abschluss ist der Spiridon-Silvesterlauf. www.main-lauf-cup.de

DIE TURN-DM 2015 am 19. und 20. September in Gießen ist ein Highlight für Deutschlands Turner und ihre Fans. Austragungsort der Deutschen Meisterschaft im Gerätturnen ist die Sporthalle Ost. Rosbacher mit dem 2:1-Ideal von Calcium:Magnesium erfrischt als exklusiver und langjähriger Partner für alkoholfreie Getränke sowohl Sportler als auch Ehrengäste und Helfer des DTB. www.dtb-online.de

BEIM FRANKFURT MARATHON am 25. Oktober 2015 wird Rosbacher – seit Jahrzehnten Sponsor – wieder rund 15.000 Läufer zuverlässig mit Getränken versorgen. Am Donnerstag vor dem Marathonsonntag macht sich das Bad Vilbeler Logistikteam startklar und verlädt Paletten voller Rosbacher. www.frankfurt-marathon.com

Impressum

Herausgeber:
Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG
Postfach 11 60, 61101 Bad Vilbel
Tel. (0 61 01) 4 03-0, Fax (0 61 01) 7 14-0
quellenpost@hassia-gruppe.com

Verantwortlich für den Inhalt:
Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing
Sibylle Trautmann, Leiterin PR/Öffentlichkeitsarbeit

Redaktion: Sibylle Trautmann,
Text und Beratung: Barbara Kwacsik - BK Text & Konzeption, Aschaffenburg

Gestaltung: DAMM & BIERBAUM GmbH,
Hanauer Landstraße 135-137, 60314 Frankfurt am Main
www.damm-bierbaum.de

Bildnachweis: Hassia Mineralquellen; Titel + S. 4 oben: Klaus Hoppe; S. 4 unten: Joachim Storch; S. 8/9: Michael Ragwitz; S. 10: Obsthof Schneider (o.), shutterstock (u.); S. 11: Lichtenauer Mineralquellen; S.12: Main-Echo; S. 13: Gersfeld Tourismus (o.); S. 14: Thomas Kopp; S. 15: Ben Knabe (o.), Werner Kmetitsch (u.)

Druck: DruckPunkt GmbH, Aschaffenburg, Auflage: 3.000
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier. Erscheinungstermin: August 2015

