



LIZ, das Premium-Mineralwasser von Hassia Mineralquellen, übertrifft im zweiten Jahr die Umsatzerwartungen

LIZ überzeugt mehr als 300 Spitzengastronomen

Intergastra, Halle 8, Stand B61, Messe Stuttgart / Bad Vilbel, 13. Februar 2012 – Fast zwei Jahre nach dem Vertriebsstart im Mai 2010 ist LIZ aus dem Hause Hassia Mineralquellen bereits eine nationale Marke und in allen 16 Bundesländern aktiv. Das edle Wasser, das exklusiv in der Spitzengastronomie erhältlich ist, übertrifft alle Absatzerwartungen. Über 300 Spitzengastronomen sind von LIZ überzeugt.

Ullrich Schweitzer, Marketing-Geschäftsführer HassiaGruppe: „Wir wollten ein edles und außergewöhnliches Produkt kreieren, das den hohen Ansprüchen der Spitzengastronomie gerecht wird. Dabei haben wir in der Entwicklungsphase eng mit Spitzengastronomen zusammen gearbeitet, um deren Bedürfnisse zu berücksichtigen. Entstanden ist ein unverwechselbares Produkt mit einem klaren und zugleich elegant-zurückhaltenden Design: der Schriftzug auf der Flasche ist satiniert, ein eigener Ausgießer und Kühler komplettieren den hochwertigen Auftritt. Das Konzept LIZ kommt bei der Zielgruppe sehr gut an.“

LIZ punktet bei Deutschlands Spitzengastronomen

Die Edelmarke steht in ausgewählten Häusern wie dem traditionellen „Hessischen Hof“ oder dem trendigen Designhotel „Roomers“ in Frankfurt, im Gourmet-Restaurant „La Venice“ in Stuttgart und beispielsweise im Luxus-Hotel „Adlon“ in Berlin oder dem Relais&Châteaux Haus „Seesteg“ auf Norderney auf der Getränkekarte.



Herkunft, Geschmack und Design und Ausstattung überzeugten diese und weitere Top-Gastronomen. Küchenchef und Sternekoch Michael Kammermeier, Restaurant „Ente“ im Nassauer Hof Wiesbaden, lobt den LIZ-Ausgießer: „Das ist mehr als Eingießen – das ist in gewisser Weise Zelebrieren. Und letztlich ist die Präsentation am Tisch des Gastes ebenfalls ein ganz wichtiger Bestandteil eines genussvollen Erlebnisses bei uns in der ‚Ente‘.“

Sein Kollege Herbert Brockel aus dem „Husarenquartier“ in Erfstadt weiß: „Wer wie wir, seinen Schwerpunkt auf deutsche Küche und heimische Produkte legt, der sollte natürlich auch ein deutsches Mineralwasser anbieten. LIZ ist ‚Made in Germany‘, hat also kurze Liefer- und Transportwege und darüber freut sich natürlich auch die Umwelt.“

Radim Marek, Stellvertretender Food & Beverage Manager im „Friedrich Franz“-Gourmetrestaurant im Grandhotel Heiligendamm sagt: „Unsere Küche ist orientiert sich eng an der klassischen, französischen Kochkunst – bodenständig und klar. Bei unseren Gerichten achten wir sehr darauf, ein Mineralwasser auszuschenken, das die Aromen und den Geschmack unserer Gerichte nicht stört, sondern optimal unterstützt. Das gelingt LIZ mit seiner ausgewogenen Mineralisierung perfekt.“

Und Restaurantbesitzer und Sternekoch Carmelo Greco aus dem gleichnamigen Restaurant in Frankfurt ergänzt: „Wir sind kein ‚klassischer Italiener um die Ecke‘. Das macht sich natürlich auch auf unserer Getränkekarte bemerkbar. Wir führen LIZ als unser Premium-Mineralwasser. Neben seiner hervorragenden Qualität passt es mit seiner Karaffen-Form exzellent zu unserem Ambiente.“



Michael Hock, Vertriebsleiter Gastronomie Hassia Mineralquellen, ist mit der Entwicklung sehr zufrieden: „Das Thema Nachhaltigkeit veranlasst viele Gastronomen, verstärkt deutsche Produkte einzusetzen. LIZ schließt als erstes deutsches Premium-Wasser eine Marktlücke.“

LIZ bietet Exklusivität in Vertrieb und Beratung

Das edle Mineralwasser LIZ können Verbraucher ausschließlich und exklusiv in Top-Gastronomiebetrieben genießen, denn es wird nicht über den Handel vertrieben. Darüber hinaus hat das Familienunternehmen aus Bad Vilbel vor einem Jahr als einer der ersten Mineralbrunnen in Deutschland, einen Mitarbeiter zum Wassersommelier ausbilden lassen. Martin Sons ist LIZ-Außendienstmitarbeiter und Wassersommelier. Als Ansprechpartner für die Spitzengastronomen verfügt er damit über ein intensives Verständnis für die Sichtweise seiner Top-Kunden. Fachgerecht berät er diese bei der richtigen Wasserauswahl zu Speisen und edlen Weinen. Die HassiaGruppe wird in diesem Jahr weitere Kollegen zum Wassersommelier ausbilden lassen und das Vertriebsteam in Norddeutschland weiter ausbauen.

Weitere Informationen zu LIZ finden Sie auch unter

www.liz-privatquelle.com oder auf Facebook

www.facebook.com/lizprivate.



Über die HassiaGruppe:

Die HassiaGruppe zählt mit dem Stammhaus Hassia Mineralquellen in Bad Vilbel und den Unternehmenstöchtern Lichtenauer Mineralquellen, Glashäger Brunnen, Thüringer Waldquell, Wilhelmsthaler Mineralbrunnen, Rapp's Kelterei sowie den Keltereien Höhl und Kumpf zu den größten Mineralbrunnenbetrieben in Deutschland. Mit ihren starken Regionalmarken steht die HassiaGruppe heute gemeinsam mit Danone auf Platz zwei des nationalen Rankings der absatzstärksten deutschen Markenanbieter im Segment der alkoholfreien Erfrischungsgetränke. In den neuen Bundesländern belegt sie sogar mit Abstand den ersten Platz. Das hessische Familienunternehmen wird heute in fünfter Generation erfolgreich geführt. Es versteht sich als klassischer Markenartikler, der unterschiedliche Mineralwässer und alkoholfreie Erfrischungsgetränke in den oberen Preisklassen anbietet. Im Jahr 2011 erzielte die HassiaGruppe bei einem Gesamtabsatz von 780 Millionen Litern einen Umsatz von knapp 242 Millionen Euro. Das Unternehmen beschäftigt 1.150 Mitarbeiter.

Für weitere Fragen und Bildmaterial wenden Sie sich bitte an:

Hassia Mineralquellen GmbH & Co. KG
Sibylle Trautmann
Leiterin Presse- und Öffentlichkeitsarbeit
Gießener Straße 18-30
61118 Bad Vilbel
Tel.: 06101/403-1416
Fax: 06101/403-1465
E-Mail: sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com
www.hassia.com

Klenk & Hoursch AG / Corporate Communications
Kathrin Schum
Walther-von-Cronberg-Platz 2
60594 Frankfurt am Main
Tel.: 069/719168-26
Fax: 069/719168-28
E-Mail: kathrin.schum@klenkhorsch.de