

Quellenpost

150 Jahre Hassia

Vier Generationen auf einem Bild: vorne Günter und Dirk Hinkel, im Hintergrund Fritz Hinkel mit seinem kleinen Sohn Wilhelm auf einem Foto von 1905



MARKEN

Neue Werbekampagne
für Rosbacher

SEITE 04

Neue Produkte und Flaschenedition
für die Gastronomie

SEITE 06

JUBILÄUM

Große Party mit Tag der
offenen Tür in Bad Vilbel

SEITE 10

„Feiern Sie mit uns, mit der ganzen Familie und Ihren Freunden!

Wir freuen uns auf Sie.“

Dirk Hinkel
Geschäftsführender Gesellschafter
HassiaGruppe

02

In diesem besonderen Hassia-Jahr kommt die erste Quellenpost-Ausgabe ein wenig spät, was unseren zahlreichen Jubiläumsaktivitäten geschuldet ist. Dafür haben wir eine gebundene Ausgabe über „150 Jahre hassia“ gemacht. Dazu gleich mehr.

Zunächst möchte ich Sie auf unseren Tag der offenen Tür mit großer Geburtstagsparty am 7. September aufmerksam machen. Zum Jubiläum haben wir unser Quellenmuseum in der Gießener Straße um eine Markenerlebniswelt erweitert und die angrenzende Produktionshalle mit einer Besuchergalerie verbunden, die wir an diesem Tag offiziell einweihen. Von dort oben hat man einen optimalen Blick auf den Füllbetrieb. Die Party mit Live-Musik, Comedy und vielen Spielangeboten für Kinder steigt auf dem Bad Vilbeler Festplatz gleich hinter dem Hassia-Hauptgebäude. Um 11 Uhr geht's los. Es wird viel zu lachen geben mit dem Comedian Johannes Scherer und dem „FFH-Dummsfrager“. Durch das Bühnenprogramm führen die Moderatoren Daniel Fischer und Julia Nestle von HIT RADIO FFH. Feiern Sie mit uns, mit der ganzen Familie und Ihren Freunden! Wir freuen uns auf Sie.

Selbstverständlich geht es auch in dieser Quellenpost um das 150-jährige Bestehen von Hassia. Und wir haben ein Extrablatt beigelegt: In der Serie „Meine Firma“ von BILD Frankfurt geben einige unserer Mitarbeiter einen repräsentativen Einblick in ihre Aufgaben und Arbeitsplätze.

Wenn Sie mehr über die Firmengeschichte erfahren möchten, haben wir die rund 80-seitige „Hassia Story“ für Sie. In dieser Jubiläumsbroschüre stellen wir in fünf Kapiteln die Entwicklung von Hassia über fünf Generationen unserer Familie in der Geschäftsführung vor. Außerdem streift sie Interessantes rund um das Mineralwasser aus unserer Heimatstadt und die Entwicklung der gesamten Brunnenbranche. Schicken Sie uns einfach eine kurze E-Mail an quellenpost@hassia.com, wenn Sie ein Exemplar erhalten möchten.

Verbunden mit einem herzlichen Dank an unsere Kunden, Geschäftspartner und Mitarbeiter für die langjährige Zusammenarbeit wünsche ich Ihnen nun viel Vergnügen beim Lesen – und auf der Hassia-Jubiläumsparty. Bis bald!

Ihr





Inhaltsverzeichnis

MARKEN	<i>Neue Werbekampagne für Rosbacher</i>	SEITE 04
	<i>Neue Produkte und neue Flaschenedition aus Glas exclusiv für die Gastronomie</i>	SEITE 06
JUBILÄUM	<i>Quellfrisch – seit 150 Jahren: kleine Zeitreise, Retro-Etiketten und eine große Jubiläumsparty</i>	SEITE 08
	<i>„Zum Glück gibt’s hassia“ für viele Gewinner</i>	SEITE 11
SPONSORING EVENT	<i>1 Kasten = 1 Baum, die hassia-Klimaschutzaktion</i>	SEITE 12
	<i>Nähe ist gut: Aktion „Wir sind die Gipfelstürmer in der Region“</i>	
	<i>JPMCC: Katharina Grohmann vom Rosbacher-Team auf Platz 3</i>	SEITE 13
	<i>Rosbacher auf Hessens größter Public-Viewing-Party</i>	SEITE 14
	<i>Die hr4-Radtour mit Start und Ziel in Bad Vilbel</i>	
	<i>Luzius Ziermann – ein Künstler mit Frankfurter Wurzeln</i>	SEITE 15
NEWSTICKER, IMPRESSUM		SEITE 16

Neue Werbekampa

04

„Mit dem 2:1 Ideal. Eine Länge voraus“ oder „Mit dem 2:1 Ideal. Einen Moment fokussierter“ – das sind Titelbeispiele aus der neuen Kampagne für die Marke Rosbacher. Die ersten Motive wurden Mitte Juni in Hessen und benachbarten Bundesländern plakatiert.

Im Mittelpunkt steht unverändert das Alleinstellungsmerkmal dieses mineralstoffreichen Premium-Mineralwassers aus dem Hause Hassia Mineralquellen in Bad Vilbel: das ideale 2:1-Verhältnis von Calcium zu Magnesium, durch das Rosbacher wie geschaffen ist für die Leistungsfähigkeit von Körper und Geist.

„Unsere Lead-Agentur Damm & Bierbaum in Frankfurt hat die neue informativ-emotional positionierte Kampagne entwickelt“, sagt Ullrich Schweitzer, Geschäftsführer Marketing HassiaGruppe. „Im Fokus stehen neben der sportaffinen Kernzielgruppe auch Menschen, die typische Anforderungen aus dem Sport für ihre individuelle Bestleistung in Beruf und Freizeit nutzen wollen und deshalb auch im Alltag einen hohen Anspruch an ihr Mineralwasser stellen.“ Die positiven Attribute und Auswirkungen eines optimal mineralisierten Mineralwassers auf physische und mentale Fitness-Faktoren wie Koordination, Ausdauer, Reaktionsvermögen oder Konzentrationsfähigkeit werden in allen Kampagnenmotiven prägnant dargestellt.

gane für Rosbacher

Michael Schumacher ist und bleibt Markenbotschafter für Rosbacher

Aus Rücksicht auf seine gesundheitliche Verfassung nach dem schweren Skiunfall ersetzte Hassia Mineralquellen den erfolgreichen Rosbacher-Markenauftritt mit dem Formel-1-Star durch eine neue Werbekampagne. Dirk Hinkel, Geschäftsführender Gesellschafter der HassiaGruppe: „Unabhängig davon ist und bleibt Michael Schumacher unser Markenbotschafter für Rosbacher und Teil der Rosbacher-Familie. Wir sind ihm und seiner Familie freundschaftlich eng verbunden und senden ihm die besten Genesungswünsche.“ Dank der erfolgreichen Zusammenarbeit mit dem Rekordweltmeister als Testimonial seit 2006 stieg die Bekanntheit der Marke Rosbacher enorm. Gleichzeitig konnten Absatzserfolge durch eine gestiegene Verbrauchernachfrage und Ausweitung der Rosbacher-Distribution über das Kerngebiet Hessen und Rheinland-Pfalz hinaus generiert werden.



05

Ziel der neuen Kampagne ist es, den Mehrwert der Marke Rosbacher unverwechselbar zu kommunizieren. Der integrierte Auftritt umfasst neben Printanzeigen, Großflächenplakaten und Funkspots auch die Web-Präsenz sowie POS-Werbemittel.



Neue Produkte und eine Flaschenedition aus Glas exklusiv für die Gastronomie

Hassia setzt mit Elisabethen Vitamin Quelle Aprikose-Pfirsich die Reihe der Produktneuheiten 2014 fort. Das Mineralwasser Elisabethen Quelle Sanft ist seit Kurzem in der formschönen 1-Liter-Mehrwegflasche aus Glas im Handel, und in der Gastronomie punktet Hassia mit einer neuen Glasflaschenedition für Rosbacher Mineralwasser und ausgewählte Erfrischungsgetränke.

Anfang September hat die neue Sorte **Elisabethen Vitamin Quelle Aprikose-Pfirsich** in der 1,5-Liter-PETCycle-Flasche im 6er-Kasten Marktpremiere. Das stille Vitamin-Getränk mit 7 wichtigen Vitaminen ist kalorienarm und frei von Konservierungs- und Süßstoffen. In dieser Gebindeeinheit sind seit dem Frühjahr u.a. auch **Elisabethen Quelle Plus Frucht Himbeere** und **Elisabethen Quelle Plus Frucht Kirsche** neu im Handel.

bizzl begrüßte den Frühling mit der neuen exotischen Sorte **bizzl caribic kiss Orange-Guave** im 12 x 1,0-Liter-PET-Mehrwegkasten. Und wohl dosiert gibt es seit April den Klassiker **bizzl naturherb zitrone kiss** in der 0,33-Liter-Dose.



Glasklare Sache für Handel und Gastronomie

Nach Elisabethen Quelle Spritzig, Medium und Pur ist seit Anfang des Jahres auch **Elisabethen Quelle Sanft** in der schlanken 1-Liter-Mehrwegflasche aus Glas im Handel erhältlich. „Viele Verbraucher schätzen dieses klassische Verpackungsmaterial und greifen verstärkt zu Mehrwegflaschen aus Glas“, sagt Marc-Oliver Gruppe, Leiter Produktmanagement. „Seit Anfang 2011 bieten wir Mineralwassersorten von Elisabethen Quelle in der form-schönen Glasflasche im handlichen 6er-Kasten an. Aufgrund des stetig wachsenden Absatzes sind die Produkte aus dem Sortiment nicht mehr wegzudenken.“

Neben der Marke Rosbacher werden auch die Süßgetränke der Marken **bizzl** und **Indian Summer in einem neuen Gebinde (0,25 Liter)** angeboten. Mit dem eigens für Hassia Mineralquellen entwickelten Design kann der Gastronom nun bei Mineralwasser zwischen einer **reinweißen Glaslinie für Rosbacher (0,25 / 0,75 Liter)** und der **edlen hellblauen Glaslinie für Elisabethen Quelle und hassia** wählen.

bizzl-Goldschatz on Tour



„Ran an die Schaufeln!“ hieß es im Juli. Sommer, Sonne, Sand und ganz viel Spaß kennzeichneten die bizzl-Goldschatz-Tour 2014. In zwölf regionalen Freibädern konnten die Schatzsucher ihr Glück versuchen. Groß und Klein buddelten nach den goldenen bizzl-Flaschen im Sand, in denen Schätze im Wert von bis zu 1.000 Euro in bar sowie Sachpreisgutscheine in Höhe von bis zu 2.000 Euro versteckt waren. Aber auch viele andere attraktive Gewinnprämien warteten auf die Goldgräber. Radio Primavera sorgte für die Unterhaltung und bizzl für die leckere Erfrischung.





Quellfrisch – s

Ein kleiner Mineralwasserhandel im Herzen von Vilbel entwickelt sich zu einem der größten Mineralbrunnenunternehmen in Deutschland. Das ist die Erfolgsgeschichte von Hassia und der Inhabersfamilie Hinkel.

Der Obstweinfabrikant und Weinhändler Johann Philipp Wilhelm Hinkel beginnt 1864, aus den Brunnen auf dem Familiengrundstück Mineralwasser abzufüllen. Damit legt er den Grundstein für jenes Unternehmen, das heute in fünfter Generation von Familie Hinkel geleitet wird. Sein Sohn Friedrich „Fritz“ Hinkel tauft das Mineralwasser 1898 auf den Markennamen Hassia. Es ist das lateinische Wort für Hessen.

Ein neuer Hassia-Sprudel im Kurpark

Fritz Hinkels Söhne Wilhelm und Otto übernehmen 1922 die Geschäfte. Trotz zahlreicher lokaler Wettbewerber und Weltwirtschaftskrise bleiben sie auf Erfolgskurs: 1929 schaffen sie erstmals mehr als 5 Millionen Füllungen. Gemeinsam mit der Stadt lassen die beiden Brüder 1936/37 einen neuen, etwa 320 Meter tiefen Brunnen auf öffentlichem Grund im Kurpark er-



Fritz Hinkel mit seinem Sohn Wilhelm am neu erbohrten Hassia-Sprudel auf dem Familiengrundstück im Herzen von Vilbel



Blick in die Füllhalle Ende der 20er Jahre



seit 150 Jahren

bohren. 1948 wird Vilbel offiziell zur Kurstadt und darf das „Bad“ im Namen tragen, 1955 wird der Hassia-Sprudel als Heilquelle staatlich anerkannt. Er speist nach wie vor öffentliche Trinkanlagen in der Stadt. Der Brunnentempel aus den 30er Jahren ist eine Sehenswürdigkeit und ziert noch immer jedes Etikett der Marke hassia.

Hassia zieht um und fusioniert mit dem Luise-Brunnen

Im Jubiläumsjahr 1964 erreicht Hassia mit 36 Millionen Füllungen eine neue Höchstmarke. Nach dem Tod seines Bruders Otto übergibt Wilhelm Hinkel 1969 die Geschäftsführung an seinen Sohn Günter und an Ilse Ochs, einer Tochter von Otto Hinkel. Bald darauf bringt Hassia gemeinsam mit den Partnern der BVU (Bad Vilbeler Urquelle Mineralbrunnen GmbH & Co. KG, bestehend aus sechs Bad Vilbeler Brunnenbetrieben) die bis heute erfolgreichen Marken bizzl und das Mineralwasser Bad Vilbeler

UrQuelle mit weniger Kohlensäure auf den Markt. Die Nachfrage steigt weiter, 1969 und 1970 verbucht Hassia jeweils 40 Millionen Füllungen. In der Altstadt kann der Betrieb nicht mehr wachsen, Günter Hinkel entscheidet sich für einen Neubau in der Gießener Straße, wo Hassia 1972 den Betrieb aufnimmt. Zehn Jahre später entsteht mit der Fusion der beiden größten Brunnenbetriebe Bad Vilbels – Hassia und Luise-Brunnen von Familie Weihl – die Hassia & Luise Mineralquellen Bad Vilbel GmbH & Co. KG, eines der leistungsfähigsten Brunnenunternehmen in der damaligen Bundesrepublik.

Hassia baut einen neuen Betrieb in Sachsen

Nach dem Fall der Mauer gründet Günter Hinkel, mittlerweile alleiniger Geschäftsführender Gesellschafter von Hassia & Luise, 1991 die Lichtenauer Mineralquellen GmbH in Niederlichtenau bei Chemnitz, das noch Karl-Marx-Stadt heißt. Seitdem hat sich Lichtenauer zur führenden Brun-



Das Wohnhaus am Hassia-Gelände in der Altstadt. Es sah bis zum Betriebsneubau und Umzug Anfang der 70er Jahre fast unverändert aus

Retro-Etiketten und ein Jubiläum zum Hören

Seit Juli schmückt ein repräsentatives Foto aus der 150-jährigen Firmengeschichte das Rückenetikett jeder 0,7-Liter-Mehrwegflasche mit hassia Sprudel und hassia Leicht. Insgesamt sind es ein Dutzend Aufnahmen. Zu sehen ist etwa das Hassia-Stammhaus oder die Mineralwasserabfüllung im Jahr 1929. Die Hals- und Bauchetiketten in einem Design aus den 1980er Jahren erinnern an die modernen Hassia-Zeiten, die 1972 im neu gebauten Betrieb an der Gießener Straße begannen. Begleitet wird die limitierte Sonderedition von Funkspots mit Original-Sequenzen aus Hassia-Radiowerbung der 60er und 70er Jahre. Die Jubiläumsaktion zum Hören ist über die Sender HIT RADIO FFH, radio harmony.fm, hr1, hr4, SWR1 und Hit-Radio RPR Eins „on air“.

nenmarke im Osten Deutschlands entwickelt. In Bad Vilbel gelingt in den 90er Jahren mit dem „Fitzelchen Zitrone“ eine äußerst erfolgreiche Produkteinführung. Die Vielfalt im Sortiment wächst, auch durch den Erwerb der Wilhelmsthaller Mineralbrunnen GmbH in Calden bei Kassel und den Einstieg in den Fruchtsaftmarkt nach der Übernahme der Rapp's Kelterei GmbH in Karben 1996. Hassia & Luisen ist jetzt eine kleine Unternehmensgruppe.

Auf dem Weg zur HassiaGruppe

Zu diesem Zeitpunkt ist die fünfte Generation der Familie mit Dipl.-Ing. Peter Ochs, Sohn von Otto Hinkels Tochter Ilse und seit 1999 stellvertretender Geschäftsführender Gesellschafter, sowie Günter Hinkels Kindern Daniela und Dirk Hinkel bereits im Unternehmen tätig. Im November 2002 ernennt Günter Hinkel im Namen der Gesellschafter seinen Sohn zum gleichberechtigten Geschäftsführenden Gesellschafter und übergibt ihm die operative Verantwortung. Man befindet sich gerade mitten in der Integration des Rosbacher Brunnens, der im Vorjahr aus der Insolvenz-

masse erworben werden konnte. 2004 firmiert Hassia & Luisen in Hassia Mineralquellen GmbH & Co.KG um, die Holdingfunktion für alle Tochterunternehmen hat und das operative Geschäft am Standort Bad Vilbel betreibt. Im Verbund tritt das Unternehmen als HassiaGruppe auf. 2005 übernimmt Hassia von der Brau und Brunnen Mineralquellen GmbH den Margon Brunnen bei Dresden, den Thüringer Waldquell Mineralbrunnen in Schmalkalden, den Glashäger Brunnen in Bad Doberan sowie die Kultmarke Vita Cola. Die HassiaGruppe ist nun der führende Anbieter von Mineralwasser und Brunnengetränken im Osten Deutschlands, in Hessen und angrenzenden Regionen. Mit fast 840 Millionen Litern gelingt 2006 ein neuer Füllrekord. Bis zum Ende des Jahrzehnts wird die Apfelwein-Kelterei Höhl in Maintal-Hochstadt ein Schwesterbetrieb von Rapp's, darüber hinaus kommt die Kumpf Fruchtsaft GmbH & Co. KG in Markgröningen-Unterriexingen, Baden-Württemberg, hinzu. 2010 verkaufen die Inhaber der Kronia-Quelle an Familie Hinkel. Seitdem ist Hassia der einzige Brunnenbetrieb in Bad Vilbel.

Jubiläumsparty für Bad Vilbel und die ganze Region

Hassia feiert den 150. Firmengeburtstag und lädt alle zum Mitfeiern ein – am 7. September auf der großen Jubiläumsparty mit Tag der offenen Tür für die ganze Familie.

Von 11 bis 18 Uhr hat jeder die Gelegenheit, von der neuen Besuchergalerie in den Produktionshallen einen Blick auf die Anlagen zu werfen und den Füllmeistern bei der Arbeit zuzuschauen. Die Galerie verbindet das Quellenmuseum mit dem Produktionsbetrieb und wird an diesem Tag offiziell eingeweiht. Auf dem Festplatz direkt hinter dem Hassia-Hauptgebäude ist mit Comedy und Musik, Hüpfburg, Kistenklettern und Fahrten auf einem schönen nostalgischen Karussell für große wie kleine Gäste den ganzen Tag über etwas los. Die HIT RADIO FFH-Moderatoren Daniel Fischer und Julia Nestle führen durchs Programm, für Stimmung sorgen außerdem Comedian Johannes Scherer, der FFH-Dummfrager und die FFH-Band. Für das leibliche Wohl ist selbstverständlich ebenfalls gesorgt, die Durstlöscher von Hassia gibt es zu vergünstigten Preisen.

Mehr Infos unter www.hassia-sprudel.com.



„Zum Glück gibt's hassia“



Zum 150. Firmengeburtstag macht Hassia die Geschenke. Zweieinhalb Monate lang kullerten die Glückswürfel rund um die Marke hassia, die Traditionsmarke des Familienunternehmens.

Bei diesem hassia-Onlinespiel machten so viele Teilnehmer mit wie bei keinem zuvor: Sie lösten 180.000 Glückscodes auf der hassia-Website ein. Jeden Tag gab es tolle Sachpreise von Marken Anbietern aus der hassia-Region zu gewinnen: 150 Vaude-Rucksäcke von McTrek, 100 Smokey-Joe-Premium-Grills von Weber, 50 Kopfhörer von Bose, 5 Birdy-City-Bikes von Riese & Müller und für die Spielrunde zu Hause Würfelsets, Bembel im limitierten Hassia-Jubiläumsdesign und viele Kästen hassia Waldler.

Spannend blieb es bis zum Schluss Ende Mai, als der Hauptgewinn verlost wurde: ein Opel Zafira Family Plus 1.8. Genau das passende Auto für den Glückspilz



Sven Henning aus Hainburg. Der Mittdreißiger hat zwei Kinder und schaute sich gerade nach einem neuen Familienauto um, als er sein Glück mit hassia versuchte – und prompt gewann.

Zur Preisübergabe am Profi Getränke Shop in der Hainburger Konrad-Adenauer-Straße trafen sich (von links) Marktleiter Jörg Wonneberger, Bezirksleiter Rudi Kunkel und Verkaufsleiter Arnd Göttemann von Profi Getränke, Hassia-Key Account Manager Rudolf Stettler, Familie Henning, Markenmanager Daniel Krämling und Werbeleiter Michael Bergmann von Hassia, Key Account Manager Erik Kochner von der Adam Opel AG sowie Hassia-Gebietsleiter Bernd Reich.

Unterstützung, die nachhaltig wirkt – direkt, in Hessen und anderswo



1 Kasten = 1 Baum startet im September und macht nachhaltiges Einkaufen einfach. Dann ist wieder mit jedem ökologisch vorteilhaften Mehrwegkasten der Marke hassia eine Spende an PrimaKlima-weltweit-e.V., Düsseldorf, verbunden. Diese Initiative setzt sich für den Klimaschutz durch Aufforstung ein. Seit dem Beginn der Aktion „1 Kasten = 1 Baum“ im Jahr 2008 haben Verbraucher durch ihren Einkauf dazu beigetragen, dass in vielen Ländern der Welt – auch in Deutschland – auf einer Fläche von rund 1.160 Fußballfeldern neuer Wald heranwächst. Die Bäume filtern in den nächsten vier Jahrzehnten jedes Jahr mehr als 6.000 Tonnen umweltbelastendes CO₂ aus der Atmosphäre.

www.1kasten1baum.de

Nähe ist gut – das gilt auch für die aktuelle Aktion „**Wir sind die Gipfelstürmer in der Region**“. Gesucht und mit insgesamt 8.000 Euro prämiert werden die beliebtesten und schönsten Wanderwege in der Region. Am 14. September geht es unter der Leitung des Hessischen Turnverbandes in einer Sternwanderung auf den Großen Feldberg. Die Initiative „Nähe ist gut“ für Mensch und Natur in der Region wurde 2010 von den hessischen Traditionsunternehmen Hassia, Licher, Rewe und Schwälbchen aus der Taufe gehoben. Jedes Jahr gibt es Mitmachaktionen für Verbraucher.

www.naehe-ist-gut.de



Mineralwasser für Flutopfer

Für die Menschen in den Hochwasserregionen von Bosnien und Herzegowina spendete Hassia im Mai 2014 mehrere zehntausend Liter Mineralwasser. Die Hilfsorganisation Luftfahrt ohne Grenzen / Wings Of Help (LOG) e. V. organisierte den Transport, verbunden mit anderen lebensnotwendigen Hilfsgütern. LOG mit Büro auf dem Frankfurter Flughafengelände setzt sich seit der Gründung 2003 für Not leidende Menschen weltweit ein, vor allem für Kinder. Seit 2007 unterstützt Hassia diese Arbeit mit Mineralwasserspenden.

www.luftfahrtohnegrenzen.de



Einer von vier Lkws mit Hilfsgütern, die im Mai vom Schenker-Gelände in Kelsterbach nach Bosnien-Herzegowina aufbrachen

JPMCC: Katharina Grohmann startet im Rosbacher-Team und belegt Platz 3

50 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter der HassiaGruppe beteiligten sich im Juni am J. P. Morgan Corporate Challenge (JPMCC) in Frankfurt am Main. In diesem Jahr gingen 71.735 Läufer aus 2.781 Unternehmen und über 400 Städten auf die 5,6 Kilometer lange Strecke. Katharina Grohmann startete im Rosbacher-Team und belegte nach 20:47 Minuten Platz 3 in der Wertungsklasse der Frauen. Entlang der Strecke wurden die Läufer mit Rosbacher Mineralwasser versorgt. Das ist seit dem ersten Startschuss für den JPMCC in Frankfurt so, also seit über zwanzig Jahren.

Im Vordergrund des größten Firmenlaufes der Welt, der in Städten rund um den Globus Beine macht, stehen vor allem Spaß, Teamgeist und Gesundheit. Für den guten Zweck kamen in Frankfurt dieses Mal 258.500 Euro zusammen. Der Betrag summiert sich aus einem Startgeldanteil, den J. P. Morgan verdoppelt. Die Spende kommt der Stiftung Deutsche Sporthilfe und der Deutschen Behindertensportjugend zugute.

Powerfrau für Ironman

Schwimmen, Rad fahren, Laufen – was die meisten als Freizeitsport kennen, hat Katharina Grohmann zum Beruf gemacht: Die 27-Jährige ist professionelle Triathletin und nimmt weltweit an Ironman-Wettkämpfen teil.

Beim Ironman in Los Cabos, Mexiko, belegte sie in diesem Jahr den neunten Platz in der Frauenwertung. 2013 konnte sie mit Platz 6 in Wales und Platz 7 in Südafrika zwei weitere Top-10-Platzierungen erringen. Vor etwa vier Jahren spezialisierte sich die Ausdauersportlerin aus Bautzen auf die Triathlon-Disziplinen Schwimmen, Fahrrad fahren und Laufen. 2013 entschied sie sich für die Profi-Laufbahn.

Ihr Wissen und ihre Erfahrung wird Katharina Grohmann, Tochter eines langjährigen Mitarbeiters der HassiaGruppe, künftig auch an andere Sportler weitergeben, denn parallel zu Training und Wettkämpfen absolviert sie ein Bachelor-Studium mit dem Schwerpunkt Bewegung und Gesundheit sowie eine Trainerausbildung für Laktatdiagnostik und Spiroergometrie. Dabei geht es vor allem darum, die Leistungsfähigkeit des Körpers in Verbindung mit der Sauerstoffversorgung zu messen. Für ihre Mineralwasserversorgung weiß die Powerfrau mit Rosbacher einen leistungsfähigen Sponsor an ihrer Seite.



Katharina Grohmann hat ihre Sportleidenschaft zum Beruf gemacht



WM-Stimmung in der Commerzbank-Arena

Rosbacher auf Hessens größter Public-Viewing-Party

14

Gänsehautmomente erlebten die Zuschauer beim Public Viewing in der Frankfurter Commerzbank-Arena mit Blick auf eine mehr als 400 Quadratmeter große Leinwand. In den vier Wochen der FIFA-Fußball-Weltmeisterschaft Brasilien 2014 hatten HIT RADIO FFH und das Stadionmanagement die Arena an allen Spieltagen der deutschen Nationalmannschaft geöffnet. Mehr als 181.000 Fans fieberten auf Hessens größter WM-Party mit – und Rosbacher mit dem 2:1-Ideal von Calcium zu Magnesium löschte den Durst der großen und kleinen Besucher. Als nach dem unglaublichen 7:1-Halbfinal-Sieg gegen Brasilien der Vorverkauf für das Endspiel begann, waren binnen 24 Stunden alle 50.000 Tickets verkauft. Die Stimmung im Stadion zum Finalekrimi Deutschland-Argentinien: Fantastisch! So wie das Spiel, nach dem „unsere Jungs“ den Pokal in den Händen hielten.

Sport und Spaß zwischen Nidda und Kinzig



Start- und Zielpunkt der dreitägigen hr4-Radtour war im Hattia-Jubiläumsjahr Bad Vilbel.

In bester Stimmung traten am letzten Augustwochenende rund 1.000 Radler auf der beliebten hr4-Radtour in die Pedale. Als langjähriger Partner sorgte hattia Sprudel wieder für erfrischende Momente auf den circa 60 Kilometer langen Tagesetappen. Zwischen Nidda und Kinzig genossen die Teilnehmer die herrliche Landschaft von Wetterau und Vogelsberg mit Ausblick auf Wiesen und Wälder. Das abwechslungsreiche Bühnenprogramm an den Etappenzielen sorgte für viel Spaß und Unterhaltung.

Ein Künstler mit Frankfurter Wurzeln und internationalem Auftritt



*Die „Signatur
des Lichtes“ von
Luzius Ziermann
in der Arena von
Verona, Novem-
ber 2013*

15

Sie kennen sich seit Langem, der Künstler Luzius Ziermann und Hassia-Chef Dirk Hinkel. „Ich habe vor einigen Jahren begonnen, mich für zeitgenössische Kunst zu interessieren“, sagt Dirk Hinkel. „Wenn man dann sogar den Menschen hinter einem Werk persönlich kennt und mit ihm befreundet ist, bekommt es noch einmal eine besondere Dimension.“

Luzius Ziermann, Jahrgang 1959, lebt in Frankfurt am Main. Seit Mitte der 1980er Jahre stellt er seine Bilder und Fotografien, Skulpturen und Installationen aus – international und immer wieder in der Mainmetropole. Mit seiner Kunstkampagne „Signatur des Lichtes“ an außergewöhnlichen Orten vereint er Kunst mit Ästhetik und Bewusstsein mit Empfinden: Mehr als 2.500 gebrauchte Autoaußenspiegel von Autoverwertungsplätzen in Deutschland und Namibia werden auf einem Terrain von 40 x 45 Metern zu einem Symbol für Licht angeordnet. Jeder Spiegel ist auf einem kleinen, niedrigen Drehgestell befestigt, das vom Wind angetrieben wird. Das reflektierte Sonnenlicht ergibt schließlich ein einzigartiges Farbenspiel, ist Werkzeug und Symbol der Schöpfung. Interessierte können eine Patenschaft für einzelne Spiegel übernehmen und sich so an diesem Projekt beteiligen, das der Künstler bereits in Namibia, Irland und Italien realisierte.

Einige Arbeiten von Luzius Ziermann sind nur wenige Kilometer gereist, nach Bad Vilbel, und dort bleiben sie auch: „Wir haben Exponate gekauft, um unsere neue Büroetage einladend auszugestalten“, erklärt Dirk Hinkel. „Zur Begeisterung für die Arbeiten von Luzius kommt die Freude zu wissen, wen wir damit persönlich unterstützen - einen Künstler mit internationalem Renommee, aus unserer Region.“ Inspiriert von einem der Werke im großen Konferenzraum wird dieser kurzerhand in Blauer Salon für die gleichnamige Veranstaltungsreihe zum Jubiläum umbenannt (siehe auch Newsticker). Detaillierte Informationen zum Künstler gibt es unter www.luzius-ziermann.de.



Luzius Ziermann



*Dirk Hinkel im großen
Hassia-Konferenzraum vor einem
Gemälde von Luzius Ziermann*

Newsticker

„MEINE FIRMA“ – MITARBEITER STELLEN HASSIA IN BILD FRANKFURT VOR. Anlagenführer Thomas Bobe im automatischen Regallager, die Auszubildende Jenny Bleek in der Logistik, Laborantin Franziska Hofmann sowie die Füllmeister Eduard und Viktor Felix stellen am 1. September 2014 ihren Arbeitsplatz in der großen Sommerserie von BILD Frankfurt vor. Eine ganze Seite informiert die Leser über die Menschen, ihre Aufgaben und Arbeitsplätze bei Hassia in Bad Vilbel.

ACHT NEUE AZUBIS beginnen am Standort Bad Vilbel mit ihrer Berufsausbildung. Jeweils drei werden ab September Fachkraft Lagerlogistik und Fachkraft Lebensmitteltechnik, zwei starteten bereits Anfang August mit ihrer Ausbildung zum Industriekaufmann. Herzlich willkommen bei Hassia!

16

„DER BLAUE SALON“ nähert sich auf musikalische, literarische oder wissenschaftliche Weise dem Element Wasser. Mit dieser kleinen Veranstaltungsreihe öffnet Hassia den neuen, großen Tagungsraum am Hauptsitz in der Gießener Straße auch für kulturelle Angebote. Auftakt ist am 30. September 2014 mit den drei Musikerinnen Die Rheinnixen und ihren Liedern „Von Wasser, Nixen und Intrigen“. Am 15. Oktober 2014 spricht Prof. Heiner Boehncke über „Vilbeler Wasser in der Literatur“ und am 12. November 2014 liest der Schriftsteller John von Düffel aus seinen „Wassererzählungen“. Am 4. Dezember steht ein Fachvortrag von Prof. Dr. Dr. h. c. Volker Mosbrugger, Direktor Senckenberg Forschungsinstitut und Naturmuseum, im Programm. Der Blaue Salon wird bis ins Frühjahr 2015 hinein fortgesetzt. Beginn ist immer um 20 Uhr, der Zugang ist barrierefrei, der Eintritt kostet jeweils 8,- Euro. Infos zum Kartenvorverkauf gibt es unter www.hassia.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, Katharina Voit,
Barbara Kwacsik – Text und Beratung

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

Bildnachweis: Hassia Mineralquellen; Titel + S. 5: Eugen Sommer; S. 7: Radio Primavera;
S. 12 (Broschürentitel): Nähe ist gut; S. 14 (Public Viewing): HIT RADIO FFH, Hessischer
Rundfunk; S. 15 (Verona): Luzius Ziermann; (Porträt Ziermann): Klaus Setzer

Druck: DruckPunkt GmbH, Aschaffenburg, Auflage: 2.000
Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem Papier.
Erscheinungstermin: September 2014

