

## MEDIENINFORMATION

### Die neue Römerquelle belebt mit prickelnden Innovationen

**Seit April präsentiert sich die österreichische Traditionsmarke mit elegant reduziertem Design und verjüngtem Schriftzug, in den kommenden Wochen wird Römerquelle das Mineralwassersegment mit prickelnden Innovationen beleben. Mit Römerquelle Zitrone und Römerquelle Blutorange kommen erfrischende Geschmackserlebnisse ganz ohne Kalorien in den Handel, die Limited Edition Römerquelle emotion ribisel|melisse bringt Sommerlaune im neuen Erscheinungsbild.**

„Unsere Konsumenten wünschen sich ein erfrischendes Geschmackserlebnis – und das am besten ohne Kalorien und ohne Zucker oder andere Süßungsmittel. Bei Römerquelle Zitrone bzw. Blutorange wird Römerquelle Mineralwasser durch natürliche Fruchtaromen ein leichter Geschmack verliehen, die zugesetzte Kohlensäure sorgt für mildes Prickeln,“ erklärt Sonja Callahan die Innovation.

„Mit den neuen Geschmacksrichtungen füllt Römerquelle die Marktlücke zwischen dem Mineralwasser- und dem Near Water- Segment. Das kalorienfreie Mineralwasser mit Geschmack wird ab Mai im Mineralwasser-Regal zu finden sein“, so Coca-Cola Hellenic Commercial Director Barbara Tönz zur Positionierung von Römerquelle Zitrone und Blutorange. Die beiden Innovationen werden in der 0,5L und der 1,5L PET-Flasche erhältlich sein. Unterstützt werden sie durch eine starke Kampagne mit TV-Spot, Plakaten und Onlinewerbung.

### Römerquelle emotion ribisel|melisse bringt Sommerlaune mit neuem Auftritt

Zu Beginn der sommerlichen Jahreszeit bringt Römerquelle eine weitere Innovation in die österreichischen Regale. Ab sofort ist die Limited Edition Römerquelle emotion ribisel|melisse in der 1 L PET-Flasche erhältlich. Die säuerlich-süße Ribisel ist ein Klassiker in den heimischen Gärten; vereint mit Melissenkraut sorgt die neue Sorte für eine wunderbare Erfrischung an entspannten Sommertagen. „Heimisches Obst, insbesondere Beerenfrüchte liegen voll im Trend. Unsere drei erfolgreichsten Römerquelle emotion-Sorten enthalten traditionelle heimische Früchte“, so Lisa-Maria Moosbrugger. „Nummer 1 bei den Near Water-Getränken ist Römerquelle emotion birnelmelisse, darauf folgen brombeere|limette und marille|holunderblüte. Die umsatzstärkste Geschmacksrichtung vom Mitbewerb ist erst nach unseren Top 3-Geschmäckern zu finden<sup>1</sup>.“

Die Limited Edition wird im Handel mit umfassendem POS-Material wie Displays oder Deckenhängern sowie mit österreichweiten Radiospots unterstützt.

Wien, 4. Mai 2015

Rückfragen und weitere Informationen:

MPW-1060, Mag. Julia Fassl, 01-504 16 14, [julia.fassl@mpw-1060.com](mailto:julia.fassl@mpw-1060.com) und [Austria@MPW-1060.com](mailto:Austria@MPW-1060.com)

---

<sup>1</sup> Quelle: AC Nielsen, Near Water LEH exkl. Hofer/Lidl, KW 1-12/2015