

## **Pressemitteilung**

### **Der Volvic 14-Tage-Test**

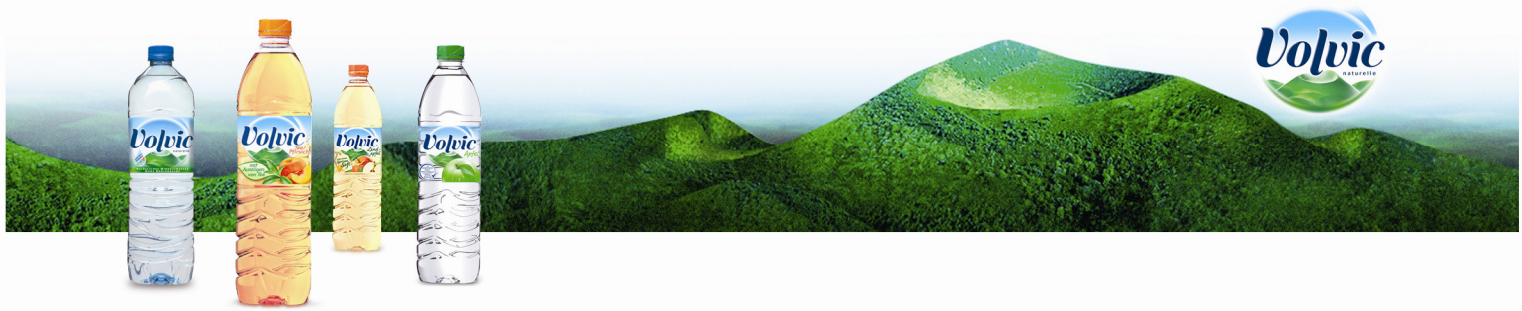
- Die erfolgreichste Volvic Promotion aller Zeiten geht in die zweite Runde
- Längerer Aktionszeitraum und noch mehr Outlets

**Frankfurt, 19. Januar 2010** – Eine regelmäßige und ausreichende Flüssigkeitszufuhr ist grundlegend für Gesundheit und Wohlbefinden. Genau hier setzt die Mineralwassermarke Volvic an und ruft ab sofort wieder zum 14-Tage-Test auf. Jeder kann mitmachen: Einfach auf [www.volvic.de/14-tage-test](http://www.volvic.de/14-tage-test) registrieren und täglich mindestens 1,5 Liter Volvic trinken. So kann jeder Teilnehmer seinem Körper etwas Gutes tun und dabei auch noch attraktive Preise gewinnen.

Wie wichtig ein ausgewogener Flüssigkeitshaushalt für das Wohlbefinden und die Produktivität ist, wissen die Meisten. Laut einer repräsentativen Studie trinken die Deutschen genug, jedoch nicht immer das Richtige, denn gerade einmal 34% der täglichen Trinkmenge sind Wasser. Und das, obwohl alle Studienteilnehmer stilles Mineralwasser als das gesündeste Getränk überhaupt bewerten und auch gerne mehr Wasser trinken würden.

### **Onlineunterstützung**

Um das regelmäßige Wassertrinken so einfach wie möglich zu machen, unterstützt Volvic die Teilnehmer mit kleinen Onlinetools wie einem Stimmungsbarometer, einem Trinktagebuch oder einem Trink-Countdown. Die Registrierung zum 14-Tage-Test auf [www.volvic.de/14-tage-test](http://www.volvic.de/14-tage-test) lohnt sich: Volvic verlost unter den Teilnehmern attraktive Preise wie einen Traumurlaub und viele weitere Durchhalteprämien. Da es mehr Spaß macht, Herausforderungen gemeinsam zu bewältigen, können Freunde und Kollegen mit E-Cards, einem „Webseiten-Flutter“ oder auch per Facebook und Twitter zur Teilnahme eingeladen werden.



Richtiges trinken spielt auch im Berufsalltag eine wichtige Rolle. Daher kann man sich auf der Promotionwebsite auch als Gruppe mit seiner Firma anmelden. Drei Büroteams, die täglich 1,5 Liter Volvic pro Person trinken und auf das Stimmungsbarometer klicken, winkt als Gewinn eine ganz private Kinovorstellung.

### **Der Erfolg geht weiter**

Der Volvic 14-Tage-Test in 2010 war die erfolgreichste Promotion in der Geschichte von Volvic und wird in diesem Jahr noch größer, dank eines verlängerten Aktionszeitraums und einer starken Präsenz am POS in 8.000 Outlets. Auf vielfachen Wunsch der Konsumenten gibt es auch wieder eine Zugabeaktion mit Volvic Editionsgläsern.

Von März bis Mai wird darüber hinaus ein TV-Spot zum 14-Tage-Test auf allen reichweitenstärksten TV-Sendern ausgestrahlt, der so mehr als 600 Millionen Kontakte erreicht. In dem von Young & Rubicam kreierten Spot zeigt Testimonial Jennifer, wie sie ihren ganz persönlichen 14-Tage-Test gemeistert hat. Ab April werden über einen Tag-On zusätzlich die neuen Volvic Sommersorten beworben. Außerdem wird eine große Onlinekampagne umgesetzt, die sowohl den klassischen Onlinesupport mit Newslettern, Video-Ads und Bannern als auch Social Media Aktivitäten beinhaltet.

Zum TV-Spot:

Auftraggeber: Danone Waters Deutschland

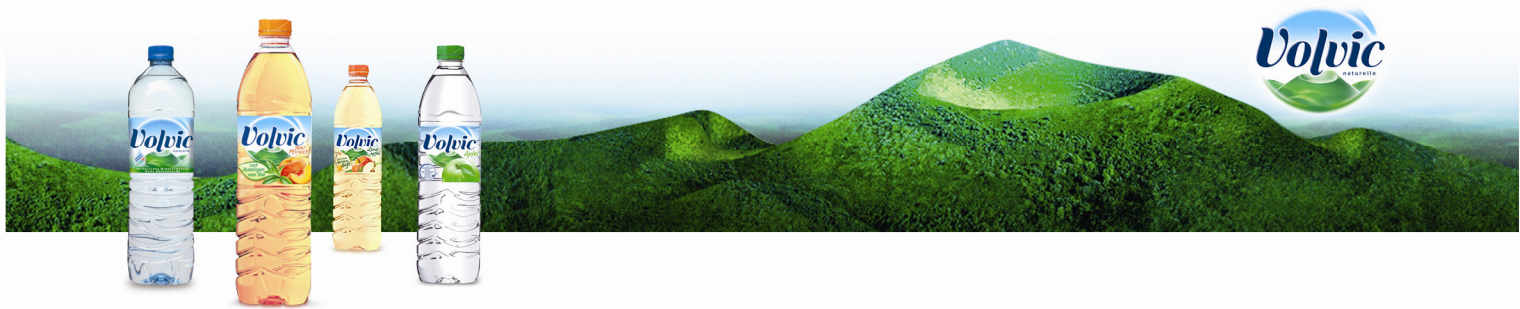
Produkt: Volvic

Werbeagentur: Young & Rubicam

Musikautor: Oliver Renoir (SACEM)

### **Über Volvic:**

Volvic, das natürliche stille Mineralwasser von vulkanischem Ursprung, entspringt in einem der größten Naturschutzgebiete Europas. Mit 23,7% Umsatzanteil ist Volvic naturelle Marktführer im Bereich der stillen Wässer. Volvic mit Geschmack ist mit 31,2% Umsatzanteil Marktführer im Bereich der aromatisierten Mineralwässer. Volvic wird in Deutschland von der Danone Waters Deutschland GmbH vermarktet, einem Unterneh-



men, das zu 100% zur französischen Danone Gruppe gehört. Weitere Informationen erhalten Sie unter [www.volvic.de](http://www.volvic.de). (alle Quellen: ACNielsen, Value, YTD, Oktober 2010.)

**Medienkontakt:**

Danone Waters Deutschland GmbH  
Sina Hempel, Tel.: 069 - 71 91 35-203  
E-Mail: [sina.hempel@danone.com](mailto:sina.hempel@danone.com)

komm.passion Hamburg GmbH  
Saskia Schröder, Tel.: 040 - 42 32 40-67  
E-Mail: [saskia.schroeder@komm-passion.de](mailto:saskia.schroeder@komm-passion.de)