



PRESSEMITTEILUNG

Die DIELIMONATI verbreiten Spaß und Die Limo von granini Neue Untergrundorganisation hat lustige Absichten

Nieder-Olm, 04.07.2019: Seit einigen Tagen kursieren Videos von einer neuen Untergrundorganisation, die sich DIELIMONATI nennen, in Netz und TV. Doch was genau hat es mit den DIELIMONATI auf sich? Die Bewegung macht sich stark gegen langweilige Trinkgewohnheiten und verbreitet auf unterhaltsame Weise *Die Limo von granini*. Damit wollen sie die vielleicht größte Verschwörung aller Zeiten bekämpfen: Die Versuche eines geheimen Machtzirkels, die Menschen vom Trinken leckerer Limonade abzuhalten. Geplant sind verschiedene Aktionen, die in den nächsten Wochen und Monaten Dank einer breit angelegten 360-Grad-Kampagne für Furore und eine hohe Aufmerksamkeit sorgen werden. Die DIELIMONATI machen sich unter anderem das Prinzip von Chemtrails zu Nutze und versorgen die Bevölkerung aus der Luft mit leckerer *Die Limo*.

Die Hintergründe

„Hinter den Kulissen unseres Alltags läuft die vielleicht größte Verschwörung aller Zeiten: Ein geheimer Machtzirkel will uns davon abhalten, leckere Limonade zu trinken. Stattdessen werden langweilige und spaßbefreite Trinkgewohnheiten propagiert. Denn Menschen können viel einfacher kontrolliert werden, wenn sie keinen Spaß haben“, so ein Mitglied der DIELIMONATI-Bewegung, das ergänzt: „Hieraus ist eine Bewegung entstanden, die sich mit lustigen Aktionen gegen die Spaßbefreiung wehrt. Wir schließen niemanden aus. Im Gegenteil. Jeder, der *Die Limo* verbreitet ist ein DIELIMONATI – und wir werden jeden Tag mehr“. *Die Limo* ist ein zentrales Tool zur Verbreitung von Spaß, denn sie ist für die Momente, in denen der Bauch dem Kopf einen Arschtritt gibt. Nicht umsonst ist sie der Marktführer der Premiumlimonaden mit den höchsten Wiederkaufsraten und Exklusivkäufern im Premiumsegment*.

[DIELIMONATI - Manifest](#)



Die Kampagne

Um eine noch höhere Aufschlagkraft zu generieren und möglichst viele Menschen zu erreichen, wird ab Juli eine bundesweite Kampagne lanciert mit über 500 Mio. Bruttokontakten in TV, auf der Straße, am POS und im digitalen Raum. Inhaltlich wird die Kampagne unterschiedliche Spaß- und Die-Limo-Verbreitungs-Aktionen der DIEELIMONATI zeigen. „Wir haben mit Jung von Matt/Havel eine Agentur an unserer Seite, die uns bei der Ideenfindung und Umsetzung unserer Aktionen und Medienkampagnen unterstützt. Zum Dank bekommen sie dafür übrigens auch regelmäßig große Mengen *Die Limo* von uns“, so das Mitglied der DIEELIMONATI.

Die Zielgruppe

Die Aktionen richten sich vor allem an junge Erwachsene, denn Menschen dieser Generation sind oft so gestresst, dass sie die schönen Dinge des Lebens schnell aus dem Auge verlieren. Wie zum Beispiel eine eisgekühlte herbsüße *Die Limo* mit einem großen Anteil an echten Früchten.

Die Aktionen

Bereits bekannt ist, dass eine erste Aktion der DIEELIMONATI der Einsatz von „Limotrails“ sein wird, basierend auf dem Prinzip von Chemtrails. „Wir glauben nicht an die Existenz von Chemtrails, doch die Idee dahinter ist einfach perfekt, um sie für unsere Vorhaben zu nutzen“, so das DIEELIMONATI-Mitglied. So sollen die Menschen sanft an den geregelten Konsum von *Die Limo* herangeführt werden. Bei der Aktion „Limotrails“ wird deswegen *Die leichte Limo* mit 50% weniger Zucker** versprüht. Die DIEELIMONATI verbinden die Aktion daher mit einem Warnhinweis: „Limotrails“ können die herkömmliche Aufnahme von Limonade nicht ersetzen, sondern nur ergänzen. Deshalb sollte *Die Limo* auch in ausreichenden Mengen aus der Flasche getrunken werden.“ Weitere Aktionen sind geplant, werden allerdings noch nicht verraten. So viel sei aber schon einmal gesagt: Keine wird wie die andere sein.

[DIEELIMONATI - Limotrails](#)

Die leichte Limo

Die leichte Limo mit 50% weniger Zucker** ist für die DIEELIMONATI strategisch enorm wichtig – denn von einer Limo mit halb so viel Zucker kann man doppelt so viel trinken. Auf diese Weise kann die Unterversorgung der Bevölkerung mit Limonade viel



schneller bekämpft werden. Die neuen Sorten Maracuja-Orange und Himbeere-Hibiskus beweisen eindrucksvoll, dass eine gute Limonade nicht mit viel Zucker gemacht sein muss. Sondern mit viel *Die Limo*.

Mehr Infos zu *Die Limo* gibt es unter:

www.dielimo.de

www.facebook.com/dielimo

www.youtube.com/dielimo

www.instagram.com/dielimo

Über das Unternehmen: Die Eckes-Granini Deutschland GmbH gehört zu den führenden Markenartiklern im Bereich der fruchthaltigen Getränke. Mit ihren Top-Marken hohes C, granini und Die Limo und ihrem hohen Qualitätsanspruch steht das Unternehmen für Genuss und Gesundheit gleichermaßen. Als modernes, nachhaltiges Familienunternehmen beschäftigt Eckes-Granini über 500 Mitarbeitern am Verwaltungssitz in Nieder-Olm (Rheinland-Pfalz) sowie an den Produktionsstandorten Bad Fallingbommel (Niedersachsen) und Bröl (Nordrhein-Westfalen).

Für weitere Informationen:

Engel & Zimmermann AG
Christoph Schmale
Am Schlosspark 15, 82131 Gauting
Telefon: 0 89 / 89 35 63 - 3, Telefax 0 89 / 89 39 84 29
E-Mail: presse@eckes-granini.com

Herstelleranschrift:
Eckes-Granini Deutschland GmbH, 55266 Nieder-Olm
Telefon: 0 61 36 / 35 - 04, Telefax: 0 61 36 / 35 – 14 00

*Quelle: GfK Consumer Panel, Gesamtjahr 2018, Limonaden > 1,00€, Käuferreichweite in %, Wiederkaufsrate in %, Exklusivkäufer in %

** Information zu 50% weniger Zucker in *Die leichte Limo*:

- Die leichte Limo Zitrone-Minze enthält 5,1g Zucker/100ml = 50% weniger Zucker als in Die Limo Limette+Zitrone
- Die leichte Limo Dark Berries-Zitrone enthält 4,3g Zucker/100ml = 50% weniger Zucker als in Die Limo Dark Berries+Guarana
- Die leichte Limo Himbeere-Hibiskus enthält 4,5g Zucker/100ml = 50% weniger Zucker als in Die Limo Pink Grapefruit + Cranberry
- Die leichte Limo Maracuja-Orange enthält 4,4g Zucker/100g = 50% weniger Zucker als in Die Limo Orange+Lemongras.