



Pressmeddelande
2001-05-31

Unilever till undsättning för hungriga och svettiga på Hultsfredsfestivalen

Tre dagar av damm och konserträngsel kan få den mest rutinerade festivalaren att längta efter en varm dusch, rena kläder och en stadig frukost. AXE, Finesse, Lux, Via, Knorr, Crème Bonjour Softspread, Lipton, Lätta och Dextrosol står bakom satsningen Reningsverket och Morgonmålet - morgontimmarnas mest populära attraktion på Hultsfredsfestivalen.

Även i år kommer svettiga och hungriga festivalbesökare erbjudas ordentlig frukost, tvättservice, fräscha vattentoaletter och varma duschar på Hultsfredsfestivalen. Att kunna hålla sig ren har visat sig vara viktigt för besökarna. Därför byggs kapaciteten på Morgonmålet och Reningsverket ut ytterligare i år. 80 varmvattenduschar med obegränsad tillgång till tvål, schampo och balsam, 8 vattentoaletter, gratis tvätteria med 12 tvättmaskiner och 8 torktumlare samt större frukostservering ska serva de drygt 43 000 som besöker festivalen.

- Reningsverket och Morgonmålet innebär en fantastisk chans att på ett naturligt sätt närma sig en yngre målgrupp. Sponsringseventet erbjuder ett unikt tillfälle till direktkontakt med våra framtida konsumenter genom att erbjuda en relevant service på plats, säger Sara Brandt marknadsdirektör på Unilevers nordiska bolag inom Home and Personal Care.
- Eventet är en del i vårt långsiktiga arbete med varumärkesbyggande och kompletterar den traditionella marknadsföringen på ett mycket bra sätt, fortsätter Sara Brandt.

Bakgrund:

Hultsfredsfestivalen är Sveriges största rockfestival med drygt 43 000 besökare per dag. Festivalen, som i år hålls 14- 16 juni, arrangeras idéellt och är beroende av sponsorer för att bygga upp arrangemanget. I år spelar artister som Limp Bizkit, Outcast, Kent, The Ark och Ulf Lundell på festivalen.

AXE, Finesse, Lux, Via, Knorr, Crème Bonjour Softspread, Lipton, Lätta och Dextrosol är alla varumärken inom Unilever koncernen. För Unilever är målet med sponsringsprojektet att på ett bra och naturligt sätt exponera varumärkena för målgruppen, genom att erbjuda en service som är till verklig nytta för festivalbesökarna och som förhöjer besökarnas helhetsupplevelse av rockfestivalen.

Högupplöst bildmaterial finns att hämta på www.newsonline.se/unilever

För ytterligare information, kontakta:

Anneli Jönsson, informationsavdelningen Unilever Sverige AB
anneli.jonsson@unilever.com
www.unilever.se

Tel 08-519 268 14
Mobil 0709-53 18 23