

# OxyFit-O<sub>2</sub><sup>®</sup>

*El Original* <sub>2</sub>

vive con energía

**TREND INVEST**

**SAUERSTOFFWASSER - INSTITUT**

**C/ Salins primera línea de mar**

**E-17487 EMPURIABRAVA – Girona - España**

**Vermarktung und Vertreibsrechte mit der  
OxyFit-KONZEPTION & Markenbezeichnungen:  
Ein OxyFit-O<sub>2</sub> , Energy-O<sub>2</sub> Wellness, original nach  
Herbert Wilczek**



## 2) OKSI-02, internacional.

	<p><b>Información Nutricional</b></p> <p>Calorías 24 (0 kcal)</p> <p>Proteínas 0 g</p> <p>Carbohidratos 0 g</p> <p>Sales 0 g</p> <p><b>Composición Analítica (mg)</b></p> <p>Ca 27,0</p> <p>Cl 4,0</p> <p>Na 83,0</p> <p>Mg 0,0</p> <p>Fe 0,0</p> <p>Consumo en agua fría: Hacer y servir. Proteger de la luz y de los rayos ultravioleta. Evitar consumo en estado de ebriedad. Consumo en refrigerador: entre 5°C y 10°C. Este agua es un producto natural en su consumo en el 100% de su origen. "No apto para niños"</p> <p>Elaborado por WATER OXYGEN (Distribuidor de OKSI) Water Oxygen Importado distribuido por OKSI WATER OXYGEN S.L. de España de Est. Agua 2, Pta 2, 0824 Pineda de Mar (Barcelona)</p>	
--	---	--

## 3) F.C.BARCELONA-02 SPORT



#### 4) O2-Agua PREMIUMWASSER POT original, nach Prof. Dr. Pakdaman



Nach dem Motto: Purer Genuss ist die Quelle reiner Rendite. Demgemäss bieten wir eine konkurrenzlose, erfolgsversprechende Beteiligungs und Anlagevariante, die in Form von Aktien einer spanischen S.L. / S.A. (Aktiengesellschaft), die in Verbindung mit einer zusätzlichen Absicherung von einem sehr wertvollen Immobilienbesitz, gelegen,- in der ersten Meereslinie von Empuriabrava Die sich durch die Vermarktung von den: Verschiedenen, vorgenannten gesundheitsfördernden Sauerstoffwassermarken“, auszahlt.

Dazu, nachfolgende Informationen über die OxyFit TREND INVEST O2 -KONZEPTION POT - Premiumwasser, das viel mehr als nur ein gesundes Lebensmittel darstellen soll, sondern als kostbares Genussmittel und Energy Getränk avanciert werden soll.

In diesem gesonderten Markt strebt OxyFit-O2 KONZEPTION mit: POT O2-Agua Premiumwasser, eine Spitzenposition weltweit an.

Mit unseren Produktvarianten etablieren wir ein Premium-Gesundheitswasser im hochpreiseigen Luxussegment eines rasant wachsenden Gesundheit und Wellness Getränkemarktes.

Angereichert mit wertvollem Natur Sauerstoff, gemäß dem original Patent der POT (peroralen Sauerstoff Therapie) nach; Prof. Dr. Pakdaman, ausgezeichnet mit einzigartigen sensorischen Eigenschaften, die Wassersommeliers und Gourmets auf der ganzen Welt schätzen, hat auch

die Produktvariante der: POT **O2-Agua** Premiumwasser exzellente Aussichten auf Erfolg.

Entdecken Sie in diesem Exposé, warum es sich lohnt, jetzt mit einer Investition, Teil der Erfolgsgeschichte von **TREND INVEST OxyFit-02 KONZEPTION** zu werden.

**POT O2-Agua** Premiumwasser ist ein mit reinem Sauerstoff angereichertes Manufakturwasser exklusiv für den anspruchsvollen Sport und Wellness Bewusste Anwender, sowie ferner Gourmet, die Sterne und Spitzengastronomie, Hotellerie.

#### Produktbeschreibung

**OxyFit-O2-Agua** Premiumwasser hat seinen Ursprung in einer Tiefe von rund 240 Metern in der Nordsee.

Eine Quelle mit eiszeitlichen Gesteinsschichten und einem postvulkanischen System. Die außergewöhnliche Qualität des Wassers beruht auf der Reinheit seiner Quelle.

Der Unternehmenswert der: **OxyFit-O2-INVESTMENT KONZEPTION** liegt laut Gutachten, derzeit (bei Nachfrage) von ..... Euro Millionen Euro. Demzufolge wird das Kapital wertstabil und absicherungsorientiert zusätzlich in eine einzigartige wv Liegenschaft ertvolle Immobilie investiert.

Hierdurch werden zusätzliche Sicherheiten geschaffen.

Entdecken Sie in diesem Exposé, warum es sich lohnt, jetzt mit einer Investition, Teil der Erfolgsgeschichte von

**TREND INVEST OxyFit 02 -KONZEPTION** zu werden.

Investieren und Partizipieren an Beeilung Möglichkeiten von der **TREND INVEST OxyFit-02 -KONZEPTION**

Diese Information ist kein Emissionsprospekt, sondern eine unverbindliche Vorabinformation.

Der Ertragswert der **OxyFit-O2-KONZEPTION** liegt laut Gutachten derzeit bei ..... Millionen Euro.

Demzufolge wird das Kapital wertstabil und absicherungsorientiert in einer, Immobilienliegenschaft und Vermarktungsrechte, Patent und Lizenzrechte und der Sauerstoff-Technologie investiert.

Hierdurch werden zusätzliche Sicherheiten für den Anleger geschaffen. Demzufolge wird das Kapital wertstabil und absicherungsorientiert investiert.

Hierdurch werden zusätzliche Sicherheiten geschaffen.

Fein eingebundener Sauerstoff macht OxyFit **O2-Agua** Premiumwasser

zu einem besonders milden Erlebnis.

Dies erreichen wir in einem aufwändigen und patentierten Spezial-Anreicherungsverfahren, welches von Prof. Dr. med. A. Pakdaman mit der POT entwickelt wurde.

Der zugeführte Sauerstoff wird von Wassermembranen umschlossen und so schonend gespeichert.

Auf diese Weise wird mit dem vorgeschriebenen POT-Therapie-Anreicherung von 55 mg Sauerstoff pro Liter, also ein mehrfaches an Sauerstoff im Vergleich zu herkömmlichem Mineralwasser.

Das Anreicherungsverfahren mit fein eingebundenem Natur Sauerstoff ist dabei nur eine von ausgereiften technischen Verarbeitungsstufen, die das Premiumwasser als Manufakturwasser auszeichnen.

Ein hoher Anteil an Handarbeit und strenge Kontrollen sichern die gleichbleibend überragende Qualität.

Das Ergebnis ist Exklusivität, die man schmeckt und die der Nutzer mit dem Namen der Gastronomie, Wellnes und Sportclub verbindet.

Denn OxyFit **O2-Agua** Premiumwasser wird mit dem individuellen Namen des ausschenkenden Restaurants, Hotel, Wellnes Studio oder Sportverein darauf etikettiert.

Flasche für Flasche ein Zeichen der besonderen Wertschätzung.

Noch bevor OxyFit **O2-Agua** überzeugt, Zieht es bereits die Blicke auf sich.

Ein exklusives Packaging vermittelt dezente Eleganz.

Und schon das Öffnen ist ein Erlebnis, das die Lust auf den reinen Genuss weckt.

Die Designerflasche unterstreicht die edle Note und bindet das wertvolle Sauerstoff und bewahrt dadurch den ursprünglichen Charakter des Wassers und garantiert eine ideale Trinktemperatur.

### Produktbeschreibung

Die außergewöhnliche Qualität des Wassers beruht auf der Reinheit seiner Quelle.

Es ist das älteste Getränk der Menschheit und immer noch ein Wachstums Produkt: Wasser.

Allein von 1970 bis 2021 hat sich der Pro-Kopf-Verbrauch verzehnfacht, Tendenz steigend.

Innerhalb von den kommenden fünf Jahren soll der Absatz von abgefülltem Wasser nach Schätzungen des Weltmarktführers Nestlé Waters um mehr als 50 Prozent steigen.

Für Europa wurde ein Mengenplus um 10 Mrd. Liter auf 94 Mrd. Liter prognostiziert.

**Dabei ist Spanien der größte europäische Absatz-Markt. Bei dem Pro-Kopf-Verbrauch hierzulande ist das spanische Umsatzvolumen als überproportional ein zu schätzen.**

**Diese Entwicklung spiegelt das verstärkte Interesse an einer gesunden Ernährung wieder. Immer mehr Menschen möchten gesund und nachhaltig konsumieren. Der Zuspruch findet bei jüngeren und älteren Konsumenten gleichermaßen und über alle Einkommensgruppen hinweg statt.**



**Aber nicht der Massenmarkt für Wasser verspricht hohe Rendite, Sondern das Luxussegment.**



**Neben einer konkreten Zielgruppenorientierung spielen die weichen Angebotsfaktoren wie Emotionen oder Individualität des Produktes heute eine entscheidende Rolle für den Erfolg. Hier ist OxyFit **O2-Agua** Premiumwasser optimal positioniert.**

**Das Luxussegment wächst überproportional und markengetrieben und es gibt wohl neben dem Premiumwasser kein anderes Getränk in der Gastronomie, Hotellerie, Wellness und Sport Segment, das sich in den vergangenen Jahren so sehr vom schlichten Begleitgetränk zum Hippen In-Produkt gemausert hat.**

**Im Trend hin zu exklusiven Wassern ist die Spitzengastronomie, Hotellerie und Wellness und Sport-Clubs und verbände bestrebt, sich vermehrt zu differenzieren und von Produkten des Lebensmitteleinzelhandels abzugrenzen.**



**Die Wassermarke dient hierbei als Identifikationsanker und soziales Differenzierungsmerkmal.**

**Der Anteil an Wassermarken, welche parallel über den Lebensmitteleinzelhandel distribuiert werden, schwindet stetig.**

**Die Gastronomie, Hotel, Wellness und Sportbranche ist bemüht, jegliche Art von Vergleichbarkeit zu unterbinden und dem Konsumenten eine erlesene und exklusive Produktauswahl zu bieten.**

**Ein Premiumwasser vor allem in der Spitzen Gastronomie soll bewusst in seiner Exklusivität wahrgenommen werden und den anspruchsvollen Gast begeistern.**

**Die Anzahl an gastronomischen Einrichtungen, welche über umfangreiche Wasserkarten nebst Wassersommelier verfügen, steigt kontinuierlich.**

**Für OxyFit [O2-Agua](#) Premiumwasser kommen ca. 5.600**

**Spitzengastronomien und Top Hotels, Wellness und Sportclubs als potentielle Kunden in Betracht, in Europa rund 12.000, in den USA ebenfalls 12.000 sowie rund 15.000 Lokalitäten in den weiteren relevanten Märkten.**

**Etablierte Wassermarken setzen bis zu 10.000 Gebinde je gut frequentiertes Restaurant, Hotel, Wellness und Sportstätten und Jahr ab. Unseren eher konservativen Planzahlen liegt eine Absatzprognose von bis zu 5.000 Flaschen je Top-Lokalität und Jahr zugrunde.**

**Dafür erzielt unser Produkt eine ungleich höhere Gewinnmarge.**

**[OxyFit-O2, Agua](#) Premiumwasser bewegt sich in einem hochmargigen Produktumfeld.**

**Durch eine volumenbedingte Verbesserung der Einkaufskonditionen und Skaleneffekte steigt die Bruttoproductmarge sukzessive auf über EUR ...../Stück an.**

**Mineralwasser aus dem Discountsegment können aufgrund der hohen Wettbewerbsintensität hingegen lediglich 1 bis 2 Cent Marge pro Flasche realisieren.**



## **Vertriebsstrategie und Wettbewerbsvorteil** **Eine gute Entscheidung für ein gutes Geschäft.**

**Strenge Kriterien stellen sicher, dass OxyFit 02 agua Premiumwasser nur in ausgewählten Sterne und Spitzengastronomien und in der führenden Top Hotellerie und intern.**

**Sportstätten und in der Wellnessbranche erhältlich ist. So wird POT O2-Agua Premiumwasser als Erkennungszeichen für herausragende Gastlichkeit zunächst in Spanien, mittelfristig auch europaweit und international etabliert.**

**Der margenträchtige Wachstumstreiber OxyFit O2-Agua Premiumwasser wird anfänglich im Direkt-vertrieb postalisch zugestellt. Besonders gesichert durch zertifizierten, robusten Spezialkarton mit Posttransportzulassung.**

### **Wettbewerb:**

**Die Wettbewerbsintensität im Premiumsegment ist im Vergleich zum Lebensmitteleinzelhandel sowie im Gegensatz zur Discountsparte sehr gering.**

**Derzeit gibt es weltweit lediglich knapp 70 bis max: 80 Premiumwasser. Davon gelten lediglich eine Handvoll als Super Premiumwasser.**

**Im Gegensatz zur Vertriebsstrategie von OxyFit-02 KONZEPTION Sauerstoffwasser wird die Mehrheit der Premiumwasser primär regional vertrieben.**

**Aufgrund seiner überragenden Qualität, seiner hohen und idealen Anreicherung mit Sauerstoff und seines sehr exklusiven und innovativen Vertriebsschienen mit u.a, den: F.C. Barcelona-02 Premiumwasser hier eine Spitzenstellung ein.**

### **Marketing:**

**Ziel der Marketingstrategie von OxyFit-02-KONZEPTION Sauerstoffwasser ist es, eine hohe Identifikation der Kunden und Konsumenten mit dem Produkt zu schaffen.**

**Neben der klassischen Kommunikation setzt OxyFit-02, KONZEPTION gezielt auf einen Mix der Kommunikationsmaßnahmen. Die Event, Promotion, und Messepräsenz wird ergänzt durch Printkampagnen, Product Placements, die Verpflichtung von Testimonials und Verkaufsförderungs Aktionen.**

**Die kontinuierliche PR-Arbeit für On und Offline Medien, Kunden und Verbraucher sowie der Einsatz des Internets runden die Kommunikation ab.**

**Durch Engagements als Sponsor diverser nationaler und internationaler Veranstaltungen mit medialer Präsenz und durch Kooperationen gelingt die Übertragung von Dynamik und Emotionalität auf die Produkte.**



Das Marketing gliedert sich insbesondere in folgende Bereiche:

- Event • Promotion • Messe • Product-Placement • Testimonial • PR
- Print • Internet • Verkaufsförderung • Veranstaltungssponsoring
- Kooperationen

Das Marketing gliedert sich insbesondere in folgende Bereiche in der Startphase legen wir den Fokus auf kurzfristig einsetzbare und gut steuerbare Marketing- Maßnahmen mit Wahrnehmungseffekt wie Event, Promotion, Print, Internet und Verkaufsförderung.

Auch Product Placement wird in dieser Phase zu einer raschen Verbreitung der Markenbekanntheit beitragen. Ziel der kurzfristig steuerbaren Maßnahmen ist eine rasche Markteinführung sowie die Gewinnung von strategischen Primärkunden.

Mittelfristig angelegt sind Maßnahmen des Veranstaltungssponsorings, Verpflichtungen von Testimonials und Kooperationen.

Diese Maßnahmen dienen dem weiteren Vertriebsaufbau, einer annähernden Sättigung des nationalen Marktes sowie einer zügigen Internationalisierung.

Nach Optimierung der Basis Kanäle stehen langfristig der sukzessive Ausbau des internationalen Händlernetzes und die weitere Marktdurchdringung im Vordergrund.

So wird die anfängliche Konsumentenstrategie zunehmend durch eine Multiplikatorenstrategie ergänzt.

Das regionale, nationale und internationale Kooperationsmarketing schafft langfristig Wettbewerbsvorteile und ist ein weiterer Erfolgsfaktor für wettbewerbsfähiges Marketing.

**Sieben gute Gründe, warum sich eine Investition im: OxyFit-02, CURAVIT-KONZEPTION Sauerstoffwasser auszahlt.**

**01.** Der spezielle Tafelwassermarkt ist einer der am stärksten Wachsender Märkte der Zukunft.

**02.** Aufmerksamkeitsstarke Werbung und außergewöhnliche Marketingaktionen stellen einen schnellen Markenaufbau sicher.



**03.** Durch die hochpreisige Positionierung im luxuriösen Lifestyle- Segment sind attraktive Margen garantiert.

**04.** Die Investition bei **OxyFit-02 -KONZEPTION**

ist die Beteiligung an einem transparenten, greifbaren Konsumprodukt.

**05.** Die Multi Channel Strategie setzt auf absatzstarke Vertriebskanäle und sorgt für hohe Umsätze.

.

**06.** Die Chance einer weltweiten Expansion an der: **OxyFit-02**

**-KONZEPTION** bietet die Aussicht auf eine attraktive Wertsteigerung.

Weitere Info unter:

[www.bio-medicina.net](http://www.bio-medicina.net) - [www.fresh-o2.info](http://www.fresh-o2.info) - [www.pakdaman.es](http://www.pakdaman.es)