

## Presseinfo

[www.listerine.de](http://www.listerine.de)

### **Erhält das natürliche Weiß der Zähne**

Ab Oktober 2008 verstärkt die antibakterielle Mundspüllösung Listerine *Zahnsteinschutz* die Mundhygiene mit neuer Formulierung, verändertem Design und arktisch-frischem Geschmack.

Düsseldorf, September 2008. Wenn der Zahnarzt die Zähne bei m Kontrolltermin genau unter die Lupe nimmt, lautet die Diagnose häufig: Zahnstein! Denn nach jedem Essen und Trinken bilden sich schädliche Plaquebakterien im gesamten Mundraum. Wenn diese nicht entfernt werden, können sie verkalken und zu Zahnstein führen. Wer weder eine Zahnfleischentzündung, Parodontitis oder Zahnverlust noch unschöne grau-gelbliche Verfärbungen riskieren möchte, sorgt mit einer umfassenden Mundhygiene zusätzlich zum Zähneputzen vor. Dafür ist das flüssige Multitalent Listerine *Zahnsteinschutz*, das ab Oktober mit verbesserter Zinkformel erhältlich ist, bestens geeignet. Die Innovation mit neuem, starkem Geschmack reduziert nachweislich Zahnsteinneubildung und erhält das natürliche Weiß der Zähne. Dies ist bisher einzigartig, denn Listerine ist die einzige Marke, bei der die Hemmung von Zahnstein klinisch getestet und nachgewiesen wurde.

Zahnbürste und Zahnpaste reinigen nur etwa 25 Prozent der Mundhöhle. Um die Pflege zu vervollständigen, wünschen sich Konsumenten zusätzliche Angebote. Diese Lücke schließt die antibakterielle Mundspüllösung Listerine: Sie bekämpft mit den bewährten ätherischen Ölen Thymol, Menthol, Eucalyptol und dem entzündungshemmenden Methylsalicylat schädliche Plaquebakterien

in fast 100 Prozent der Mundhöhle. Speziell für die tägliche Vorbeugung gegen Zahnstein und Zahnverfärbungen gibt es Listerine *Zahnsteinschutz*. Die klinisch getestete Produktvariante schützt mit innovativer Zinkformel optimal vor Zahnsteinneubildung, verhindert dadurch Zahnverfärbungen und erhält somit das natürliche Weiß der Zähne. Da bei erfrischt die veränderte Formulierung mit neuem, arttisch frischem Geschmack, der die Sauberkeit täglich erlebbar macht. Wer morgens und abends nach dem Zähneputzen seinen Mund eine halbe Minute lang mit jeweils 20 ml Listerine spült, verringert die Bildung von Zahnbelag um bis zu 56 Prozent und Zahnfleischentzündungen nachweislich um bis zu 35 Prozent. Ebenfalls neu: Die verbesserte Formel von Listerine *Zahnsteinschutz* lässt die hellblaue Flüssigkeit in der markanten Flasche nun noch heller leuchten und wird auf dem Etikett prominenter vorgehoben.

### **Wissenswertes rund um den Mund**

Auch die Website von Listerine erscheint mit neuen Inhalten und in neuem Design. Unter [www.listerine.de](http://www.listerine.de) können User unter anderem erfahren, warum Karies für die Zahngesundheit, was der Arzt meint, wenn er vom „zweiten Quadranten links oben“ spricht, und warum schädliche Bakterien im Mund bekämpft werden sollten. Bis Jahresende ist darüber hinaus eine Sonderaktion zum Testen geplant: Sind die Konsumenten wieder erwarten mit der antibakteriellen Mundspüllösung nicht zufrieden, erhalten sie ohne Angabe von Gründen ihr Geld zurück. Als besonderes Extra zum Kennenlernen bietet Listerine ab November zu dem praktischen Probiergrößen mit 95 ml an. So können sich die Verbraucher kostengünstig und ohne besseren Qualität überzeugen.

- Listerine *Zahnsteinschutz* mit neuer Formulierung und im neuen Design gibt es ab Oktober 2008 im Lebensmitteleinzelhandel, in Drogerien und Apotheken. 500ml kosten etwa 4,49 Euro.
- Ab November 2008 sind zusätzlich Probiervarianten im Handel erhältlich. 95ml kosten etwa 0,99 Euro.

Listerine ist eine Marke der McNeil GmbH & Co. oHG und im Vertrieb der **Johnson & Johnson GmbH**. Das Unternehmen ist die deutsche Tochter des gleichnamigen globalen Konzerns. Mit rund 119.200 Mitarbeitern in über 250 Firmen zählt Johnson & Johnson zu den zweitgrößten Unternehmen auf dem Gebiet der Gesundheitsfürsorge. Die Philosophie „Fürsorge für die Welt – individuell für jeden Konsumenten und Patienten“ inspiriert und verbindet die Mitarbeiter. Dabei macht sich die Johnson & Johnson „Family of Companies“ Forschung und Wissenschaft zu Eigen, um mit innovativen Ideen, Produkten und Dienstleistungen einen Beitrag zu einem gesunden Leben zu leisten. Mit den Geschäftsfeldern Consumer, Pharma und Medical setzte der 1886 gegründete Konzern 2007 weltweit rund 61,1 Milliarden US-Dollar um. In Deutschland ist der Geschäftsbereich Consumer mit einer Vielzahl bekannter Marken vertreten, unter anderem Dolomine, Immodium, Nicorette, Obetrol, Carefree, Listerine, Compeed oder Neutrogena.

**Mehr zu Johnson & Johnson** unter [www.jnjgermany.de](http://www.jnjgermany.de)

**Mehr zu Listerine** unter [www.listerine.de](http://www.listerine.de)

**Unser Service für Journalisten:**

Sie haben Fragen zu Listerine? Wir helfen Ihnen gerne weiter:

Johnson & Johnson-Pressbüro

c/o Pleon GmbH

Vanessa Stenzel

Huschbergerstraße 6

40212 Düsseldorf

Tel.: 0 211 9541-2445

Fax: 0 211 551651

E-Mail: [pressebuero-jnj@pleon.com](mailto:pressebuero-jnj@pleon.com)