

## Kraft Foods Österreich

## Mini-Mozart, Milka-News

Bei Mirabell gibt es eine köstliche Produkteinführung: die Mirabell **Mozartkugeln Minis**. Sie sind das jüngste Produkt von Mirabell und seit Jänner im Handel erhältlich. Die Mozartkugeln Minis basieren auf dem Originalrezept und bieten den gewohnten Genuss bei nur einem Viertel des Gewichts der Echten Salzburger Mozartkugeln.

Die Mozartkugel Minis haben den gleichen Schichtaufbau wie die Echte Salzburger Mozartkugel. Mit einem Gewicht von 4g pro Kugel haben sie aber nur rund ein Viertel von jenem der großen Vorbilder, die rund 17g wiegen. Die dragierten Minis eignen sich hervorragend, um sich zwischendurch den Mirabell-Genuss zu gönnen.

Die beiden Verpackungsvarianten zu 40g und 180g sind ideal auf die neuen Minis abgestimmt. Die Mini-Genuss 40g ist ideal für Unterwegs. Der größere, wiederverschließbare Genuss-Becher 180g eignet sich zum selbst Genießen und Teilen. Bei der österreichweiten Minis-Sampling-Tour kamen Promotoren von März bis April in verschiedene Verbrauchermärkte, wo Konsumenten die kleinen Köstlichkeiten verkosten konnten.

Zusätzlich gibt es auch ein Gewinnspiel, das noch bis Mitte des Jahres läuft: Jeder, der die Gewinnfrage – Teilnahme auch auf [www.mozartkugel.at](http://www.mozartkugel.at) – richtig beantwortet, hat die Chance, tolle Preise zu gewinnen: je einen von 400 Mini-Monatsvorräte, 75 Mini-Filofax, 25 Mini-MP3-Player iPod shuffle oder den Hauptpreis, einen Mini Cooper.

**Milka 100g + 25%:** Für einen begrenzten Zeitraum unterstützt Milka den Verkauf mit den Aktionstafeln Milka 100g + 25% Gratis in den drei Sorten Alpenmilch, Noisette und Haselnuss mit 25 Prozent mehr Schokoladengenuss. Im Aktionszeitraum gibt es aufmerksamkeitsstarke Sonderdisplays. Außerdem weist ein neuer TV-Spot, der seit Ende April auf allen großen TV-Sendern des Landes eingesetzt wird, eigens auf den Gratis-Schokoladengenuss hin.

Schokolade im Großformat erfreut sich einer ständig wachsenden Beliebtheit und weist einen kontinuierlichen Anstieg des Absatzes auf. Deshalb präsentierte Milka Ende April davon gleich drei neue Sorten. **Milka Choco & Rice** und **Milka White & Rice:** luftig-lockerer Puffreis umhüllt mit zarter Alpenmilch oder mit weißer Schokolade.

**Milka Choc'n Choc**, die Komposition aus knusprig-knackigen Keksstückchen mit intensivem Kakaogeschmack und zarter Milka Alpenmilch Schokolade, ergänzt das Sortiment der Milka Großtafeln. Schöne POS-Displays sowie die Einbindung in den neuen Internetauftritt von [www.milka.at](http://www.milka.at) lenken zusätzlich die Aufmerksamkeit auf die neuen Großtafeln.

Neu: **Milka Riegel 45g Ganze Haselnüsse** – der einzige Riegel mit patentiertem Öffnungsmechanismus. „Einfach ziehen und genießen“ lautet die Devise. Ein kleiner Teil der Verpackung wird abgezogen, der Rest dient beim Verzehr als Schutzhülle für die Schokolade. Der handliche Riegel ist gefüllt mit 29 Prozent ganzen Haselnüssen. Diese sind umhüllt von zarter Milka Alpenmilch Schokolade. Seit KW 14 sorgt das neue Produkt im Impulsbereich wie Kiosk und Tankstellen für Kaufanreize, ab Herbst ist es dann auch im Einzelhandel erhältlich.

Als Snack verbucht Milka Tender Jahr für Jahr steigende Absätze. Von diesem Erfolg profitiert künftig auch die Milka Produktneuheit im Kuchenregal: **Milka Tender XL**. Die neue 250-g-Biskuit-Roulade

in den Geschmacksrichtungen Milch oder à la Tiramisu wurde Anfang April eingeführt. Der lockere Kuchenteig ist mit original zarter Milka Alpenmilch Schokolade überzogen. Ein weiterer Pluspunkt ist die wiederverschließbare Verpackung.

Laut Konsumentenumfrage (Opinion, Konsumententest, November 2009) würde jeder zweite Verbraucher Milka Tender XL kaufen. Marketing-Aktivitäten unterstützen die Neueinführung. Am POS rücken Zweitplatzierungen die neue Biskuit-Roulade ins Blickfeld der Verbraucher. Parallel erscheint ab Mai auf allen reichweiten-

starken Sendern ein TV-Spot, der die Lust auf Milka Tender XL weckt. Umfangreiche PR-Maßnahmen in Publikumsmedien und die Einbindung des neuen Produkts unter [www.milka.at](http://www.milka.at) schaffen weiteren Kaufanreiz.

## Lindt &amp; Sprüngli

## Knusprig und kühl

Jetzt kommen alle Knusperliebhaber mit den Lindt **Knusper-Minis „Sommer“** auf ihre Kosten. Die sommerlich-knusprigen Crisps werden von herber Kaffecreme, zarter Kokoscreme und feiner Amarettini- und Zabaionecreme umhüllt und bieten den Knusper-Genuss der Extraklasse. Ob in der edlen Geschenks-Box oder in den hochwertigen Stehbeuteln für Unterwegs oder Zwischendurch lassen die „Knusper-Minis Sommer“ keine Wünsche offen. Die vier Variationen werden in der Packung getrennt präsentiert.

Im auffälligen sommerlichen Design präsentieren sich die beiden Klassiker „Eiscafé“ und „Kokos“ im 100-g-Steh-Beutel.

Speziell für den Sommer gemacht sind die neuen **Lindt-Eis-Tafeln**, die man am besten gut gekühlt genießen sollte. Im neuen Slim-Format locken die cremig gefüllten 100-g-Tafeln in den Sorten Amarena-Kirsche, Eiscafé und Nocciola.

Das Geschmackserlebnis von Excellence gibt es heuer auch wieder in 3 limitierten Sommer Sorten: **Excellence Stracciatella** – eine verführerische, weiße Schokolade mit zarten, dunklen Schokolade-Splittern. **Excellence Cocos** – weiße Excellence Schokolade mit exotischen Cocos-Flocken. **Excellence Raspberry** – erfrischender Himbeer-Geschmack in dunkler Excellence Schokolade.

Die Maitres Chocolatiers von Lindt haben die **Joghurttafeln** einem Relaunch unterzogen und überraschen im komplett neuen Gewand. Allein durch das Slim-Format – höher und schmaler als die regulären Tafeln – setzen sich die neuen Joghurttafeln deutlich in Szene. Die erfrischend-leichten Joghurtfüllungen werden erstmals von der feinen Lindt-Schokolade in Kissenform umhüllt, welches die besondere Cremigkeit beim Genuss noch stärker zur Geltung bringt.

Die beliebten Sorten der Joghurttafeln: Himbeer-Vanille, Erdbeer-Rhabarber, Heidelbeer-Vanille und Kirsche bekommen mit der neuen Sorte Pfirsich-Aprikose einen erfrischenden Zuwachs:

**Aprikosencrispys** in einer fruchtigen Pfirsich-Aprikosen-Crème, umhüllt von zarter Lindt Schokolade.

## Bahlsen

## Hauchdünne Crispettis

Mit **Crispettis** erweitert Bahlsen das Segment „Süßes Naschen“: Crispettis sind dreieckig, mit knackigen Erdnuss-Stückchen bestreut und seit März ein Muss, wenn ein Abend mit Freunden geplant ist. Denn durch ihre Kombination von Keks, Erdnuss-Stückchen und zartschmelzender Vollmilchschokolade sind sie perfekt zum süßen Naschen.

Außergewöhnlich ist neben dem Geschmack auch die mundgerechte, hauchdünne, dreieckige Form der einzelnen Crispettis. Bahlsen Crispettis sind seit März 2010 erhältlich. Der empfohlene Endverbraucherpreis für einen wiederverschließbaren 135-g-Beutel Bahlsen Crispettis liegt bei 1,79 €.

Der Launch von Crispettis wird sowohl mit österreichweiter TV-Werbung (15,3 Mio. Bruttokontakte) als auch mit zahlreichen Samplingaktionen unterstützt. So werden unter anderem in Einkaufsstrassen, bei Morawa, im Möbelhaus Leiner, bei Douglas und bei einigen Kinofilmpremierens insgesamt ca. 300.000 Kostproben von Crispettis verteilt.

## KURZ &amp; NEU

## Kelly

**Kelly's Cornitos** bringen Sie direkt in die Berge Mexicos, wo der Mais zu Hause ist. Durch den Verzicht auf Geschmacksverstärker, künstliche Farbstoffe und künstliche Aromen und die Verwendung von 100% bestem Sonnenblumenöl bleibt der typische ursprüngliche Geschmack erhalten; in den Geschmacksrichtungen „Red & Black Pepper“ und „Cheese & Chili“. Kelly's erweitert mit den Produkten seine umsatzstarke und schnelldrehende Extruder-Range. Das auffällige Verpackungsdesign sorgt für hohe Aufmerksamkeit und ist die optimale Ergänzung zu den beliebten Kelly's-Spezialitäten. Kelly's Cornitos sind in 100-g-Packungen erhältlich.

Die neuen **Kelly's BBQ Stripes** muten wie gebratene Speckstreifen an, sind reich an Geschmack, aber arm an Kalorien. Durch eine spezielle Zubereitung haben die neuen Speckstreifen um die Hälfte weniger Fett als vergleichbare Produkte.

## Bauer

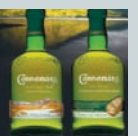
Die Mövenpick-Produkte aus der Caffè Freddo Range freuen sich über ein neues Familienmitglied. Neben den Sorten Macchiato, Cappuccino und Espresso ist ab sofort die neue Sorte **Caffè Freddo Crema** im Handel erhältlich. Das Neuprodukt ist im handlichen 200-g-Becher erhältlich.

## Borco

**Connemara Peated Single Malt Irish Whiskey**, der einzige rauchige Single Malt mit irischer Seele, wird ab sofort in einer neuen Ausstattung angeboten. Am St. Patrick's Day am 17. März stellte Connemara auf ein neues Etikett um, das die Einzigartigkeit und die Herkunft dieses Whiskeys stärker hervorhebt.

## Haribo

Die ideale Ergänzung bei Maoam: Ab sofort gibt es das Kauvergnügen in saurer Version in den spritzig-frischen Geschmacksrichtungen Limette, Apfel, Kirsche, Pfirsich und Erdbeere-Rhabarber. Die sauren Geschmacksrichtungen von „**Maoam Sour**“ sorgen für große Aufmerksamkeit bei allen Fans der Kaubonbonmarke. „Maoam Sour“ gibt es in den Mischpackungen 5er Sour und 10er Sour. Geliefert werden die 5er Sour à 110g und die 10er à 220g jeweils in einem Karton mit 48 Stangen.



Procter & Gamble

## Mehr Volumen für das Haar

Die Volumen Pur Styling-Produkte von Pantene Pro-V bieten, neben Schaumfestiger und Haarspray, mit dem neuen **Volumen Pur Haaransatz-Booster Gel Spray** die optimale Ergänzung für ein rundum flexibles Volumen. Das leichte Gel Spray enthält haltgebende Inhaltsstoffe, wie Polymere und Chitosan, ein natürliches Zuckerpolymer, das dem Haaransatz starken Halt gibt, ohne das Haar starr wirken zu lassen oder es zu verkleben. Für variable Styles das Gel-Spray gleichmäßig in den Ansatz des feuchten Haares einarbeiten und in die gewünschte Form bringen.

Das **Extra-leichte Pflegespray** ist ebenfalls neu in der Volumen Pur Serie und bietet die ideale Vorbereitung für jedes Volumen Styling. Pflegende Polymere umhüllen das Haar wie ein Schutzschild für bessere Kämmbarkeit sowie für Schutz vor Hitze und mechanischen Belastungen z. B. durch Bürsten. Das Leave-in Spray enthält leichte Pflegestoffe, die gesunden Glanz und Geschmeidigkeit verleihen, ohne das Volumen zu beeinträchtigen. Die Kur einfach gleichmäßig vom Ansatz bis in die Spitzen des feuchten Haares sprühen. Die Pflege zieht schnell ein und muss nicht ausgespült werden.



Beiersdorf

## Neues Rasurprogramm



Das neue Rasurprogramm von **Nivea For Men Silver Protect** mit integrierten Silber-Ionen unterstützt die Hautregeneration nach der Rasur. Silber-Ionen schützen die rasierte Haut vor Entzündungen, Kamille und Provitamin B5 agieren als Hybrid zur Regeneration. Das Aroma von Citrus-Essenzen, erdigem Sandelholz und Zedern beschleunigt das Erfrischungseffekt.

**Rasierschaum & Rasiergel** schützen die Haut bereits während der Rasur vor Hautirritationen. Die **After Shave Lotion** wirkt antibakteriell. Ergänzt wird die Silver Protect Range durch folgende Produkte: **Deo-Shower** (ist auch für die Haarwäsche geeignet) und **Deodorant** (Antitranspirant-Schutz für 24 Stunden) in 2 Duftvarianten als Spray, Roll-on und Stick.



Henkel

## Neues von Aok Pur Balance

Aok Pur Balance für reine Haut ab 20 versorgt die Haut intensiv mit Feuchtigkeit und wirkt sichtbar gegen Unreinheiten. Ab sofort erscheint die Hautpflegemarke nicht nur in neuem, modernisiertem Design, das Produktportfolio wird auch um vier Produkte erweitert: **Waschcreme, Gesichtswasser und Tagescreme** sowie **Klärende Reinigungstücher**.

Seit über 120 Jahren vertraut die Marke Aok auf natürliche Inhaltsstoffe, die die Haut klären, ausgleichen und pflegen. Die Pur Balance-Serie zeichnet sich durch den prebiotischen Wirkkomplex mit Aktivstoffen aus Ginsengwurzel und Epica aus, der das natürliche Gleichgewicht der Haut positiv beeinflusst. Das Wachstum von günstigen Bakterien wird selektiv gefördert und die Ausbreitung schädlicher Bakterien eingedämmt. Dem Entstehen von Hautunreinheiten wird somit auf natürliche Weise entgegengewirkt.



Procter & Gamble

## Mehr Pflege für das Haar

Um Haare und Kopfhaut auch an heißen Sonnentagen gesund und gepflegt aussehen zu lassen, bietet **head&shoulders** unter anderem zwei Varianten für individuelle Pflege und optimalen Schutz. Ideal für stark strapaziertes Haar und eine trockene Kopfhaut ist etwa die Variante **intensive repair**. Das Produkt verfügt über die höchsten Pflegeeigenschaften aller head&shoulders-Varianten und unterstützt Kopfhaut und Haare bei der Regeneration nach einem langen Sonnentag. Auch die head&shoulders-Variante **soft&silky** ist, dank ihrer feuchtigkeitsspendenden Inhaltsstoffe, besonders geeignet für Frauen, die gerne in der Sonne baden. Die pflegenden Inhaltsstoffe legen sich unsichtbar um die von der Sonne geschädigten Stellen des Haares und machen es so fühlbar seidig und geschmeidig. Besonders langes Haar lässt sich leichter kämmen, wird geglättet und glänzt gesund und schön.



Beiersdorf

## Crystal Gloss, Blonde Gloss

Koloriertes Haar wirkt schnell matt und glanzlos. Um diesem Prozess entgegenzuwirken, setzt Nivea in der innovativen Haarpflege- und Stylinglinie **Nivea Color Crystal Gloss** für koloriertes Haar UV-Filter und Flüssigkristalle ein, die den haareigenen Fetten sehr ähnlich sind. Die Interaktion von Licht mit den unterschiedlichen Schichten dieser Kristalle resultiert in Farbauffrischung und Glanz. Natürliches Reisöl schützt als pflegendes Antioxidant das Haar vor schädlichen Einwirkungen. Das Sortiment beinhaltet **Shampoo, Spülung, 1-Minuten Kur, Styling Mousse, Styling Spray** und **Glanz & Pflege**.



Finish.

Blond koloriertes Haar ist besonders trocken und verliert dadurch an Glanz, Elastizität und Sprungkraft. Die Feuchtigkeit spendende Formel von **Nivea Blonde Gloss** beinhaltet UV-Filter und Acai, eine Beere vom Amazonas, die aufgrund ihrer extrem pflegenden Wirkung blond koloriertes Haar auf natürliche Weise regeneriert. Die Range setzt sich zusammen aus **Shampoo, Spülung, Reflex Kur, Styling Mousse** und **Styling Spray**.

Henkel

## Stylinghelfer von got2b



Gleich vier Neuheiten erweitern ab sofort das Styling-Sortiment von **got2b**, dem Shootingstar am Trendstyling-Markt. **Gefühlschicht Knetmasse** formt Männerhaar in jeden gewünschten Style und hinterlässt dabei ein natürliches Haargefühl. Zudem sorgt die spike-effekt Knetmasse, die im Haar verteilt und in die Haarspitzen gewirbelt wird, für verlässlichen Halt. Und für Ladies gibt's innerhalb der got2b Volumen-Serie neu die **Löwenmähne** mit innovativem Collagen-Lift-Effekt (**Haarspray** und **Mousse**). Die neue Verpackung lockt mit verspieltem Design und einem flauschigen Charme mit der Aufschrift „Pimp dein Haar – got2b Löwenmähne“. Außerdem wird das got2b Schmusekatze-Sortiment um einen **Anti-Frizz-Haarspray** erweitert. Dieser bündigt, glättet und formt lockiges, gewelltes oder glattes Haar, gibt ihm flexiblen Halt mit Haltegrad 3 und sorgt für ein geschmeidiges Finish mit Glanz und einem seidigweichen Haargefühl.



## KURZ & NEU

Oral B



Für alle, die ihre Zahnbürste zusätzlich als attraktives Accessoire im sommerfrischen Badezimmer sehen wollen, gibt es die **Oral-B Professional Care 500** im Aktionszeitraum von April bis Juni 2010 in limitierter Farb-Edition. Das Modell entfernt nämlich gründlich und schonend bis zu 2-mal mehr Plaque als eine herkömmliche Handzahnbürste, trägt zur Vorbeugung von Zahnfleischerkrankungen bei (der Hauptursache von Zahnausfall) und hilft, Verfärbungen der Zähne auf natürliche Weise zu entfernen.

Wilkinson



Passend zum 3 in 1 Rasierer Quattro Titanium Precision, launcht Wilkinson Quattro **Titanium Precision Klingen**. Die farbliche Abstimmung mit dem Apparat erleichtert den Konsumenten die Orientierung am Rasurregal und somit den Nachkauf der Klingen. Die neuen Quattro Titanium Precision Klingen sind mit einer hochwertigen Diamantbeschichtung versehen. Mit den Diamant-Klingen, der Konturenklinge und dem aktivierenden Vitamin-Komplex E & B5 sorgen die Quattro Titanium Precision Klingen für maximale Präzision bei der Rasur.

Fructis



Neue Looks erfordern neue Formeln, und daher bekommen die **Fructis Style Gele** nicht nur eine neue Optik sondern gleich auch eine **verbesserte Formel**. Durch die Formel mit Kaktus-Extrakt hält das Styling 24 Stunden lang, trocknet das Haar aber dank der feuchtigkeitsspendenden Eigenschaften von Kaktus nicht aus. Bambus ist wiederum bekannt für Elastizität und Widerstandsfähigkeit.

Hakle



Egal ob in der Hosentasche, im Portemonnaie oder im Rucksack – **Hakle to go Aloe vera & Kamille**, 14 einzeln verpackte Toilettentücher, passt in jedes noch so kleine Täschchen und spendet so allorts Frische und Sauberkeit in bewährter Hakle-Qualität.

## KURZ &amp; NEU

## Darbo

Darbo „Sommerkus“ ist jetzt wieder als limitierte Auflage bis Oktober 2010 im Kühlregal in folgenden Sorten erhältlich: Himbeer-Rhabarber und Pfirsich-Maracuja. Und seit April ist die neue Sorte im Sortiment der Darbo Fruchtsnacks im Handel, nämlich die **Darbo Fruchtschnitte schwarze Johannisbeeren** – ohne Zuckerzusatz und mit einem Fruchtanteil von 57%. Im 40-g-Riegelformat eignet sie sich als fruchtiger Snack für die Schule, zum Sport oder einfach nur zum Genießen.



## Loacker

Neu ist die Sorte **Loacker Classic Waffel Milk**. 2 Schichten feiner Milchcreme zwischen drei knusprigen Waffelblättern machen sie zu einer leichten Sommerascherei. Das 175-g-Format ist die klassische Verpackungseinheit für die Regalplatzierung im LEH.



## Ölz

Die neue **Ölz Erdbeer-Rahm Roulade** ist die erste ungekühlte Roulade im SB-Regal, die die Frische des Rahms vermittelt. Sie steht im Abtausch gegen die Ölz Schoko-Roulade in den Sommermonaten im Regal. Packungsgröße Verbrauchereinheit: 500 g.



## Meica

Zur Grillsaison bringt Meica jetzt die **Bratmaxe Meterschnecke**. Sie ist einen Meter lang und in Schneckenform gerollt. Man kann sie teilen, vierteln, achteln oder einfach nur der Länge nach genießen. Für noch mehr Abwechslung auf dem Grill sorgt **Meica Torfstecher**, die deftige Grillspezialität nach Art der groben Würzbratwurst; jetzt auch als Torfstecher Kleine im Sechserpack.

## Zentis

**Nusspli Nuss-Nougat-Creme** und **Belmandel Mandel-Nougat-Creme** stecken in neuer Verpackung. Sie signalisiert Genuss und Qualität, das moderne Design kommuniziert die hochwertigen Zutaten, wie Haselnüsse oder Mandeln. Gesteigert wird das Qualitätserlebnis durch eine verbesserte Materialstabilität der Becher. Die Cremes von Zentis im neuen Design sind im 400-g-Becher ab Juli zu haben, ergänzt durch den Nusspli 200-g-Becher.



## Unilever I

## Viennetta: Erfolgswelle wird 25

Seit 25 Jahren verzaubert Viennetta mit feinen Schoko-Knusper-schichten und unverwechselbaren Wellen aus cremigem Eis. Neu zum Jubiläum: **Viennetta tiramsu**.

1985 wird im ZDF die erste Folge der Schwarzwaldklinik ausgestrahlt, bei der ARD zeigt man erstmals die Lindenstraße. Und bei Eskimo – da läuft das erste Viennetta Eisdessert vom Band. Groß und Klein erfreuen sich nun schon seit 25 Jahren an der eisigen Erfolgswelle und ihrem Markenzeichen, dem zarten Knacken.

Zuwachs im Jubeljahr bekommen Viennetta Vanille, der Klassiker, und triple choc, die Variante für alle Schokofans, mit der neuen Premium Sorte Viennetta tiramsu. Hier vereinen sich cremiges Tiramisu- und aromatisches Kaffee-Eis mit vielen Knusper-schichten und zartem Gebäck zu einer köstlichen Komposition. Viennetta tiramsu ist ab sofort erhältlich.



## Berglandmilch

## Laktosefrei und leicht genießen

Schlanke, genussvolle Momente garantiert die neue **laktosefreie Vanillemilch von Schärddinger die Schlanke Linie**. Eine cremig süße Versuchung aus Milch und Vanille mit extra wenig Kalorien ist die leichte, laktosefreie Variante zur bereits bekannten und beliebten Schokomilch. Mit nur 47 kcal/100g entfaltet die leichte Vanillemilch beim Genuss ihren cremigen Vanillegeschmack. Dabei ist die Schlanke Linie Vanillemilch in der handlichen 500-g-PET-Flasche laktosefrei und versorgt zudem den Körper mit Ballaststoffen, Folsäure und Calcium.

Die erfrischend leichte **Buttermilch der Schlanke Linie von Schärddinger** gibt es nun in den zwei Geschmacksrichtungen Himbeer und Waldbeer, ganz ohne Laktose. Beste heimische Buttermilch, gemischt mit fruchtiger Himbeere oder Waldbeere, ergibt bei nur 37 kcal/100g und 0% Fett ein besonders leichtes, erfrischendes Trinkvergnügen. Ebenso wie die Schlanke Linie Vanille- und Schokomilch ist die Schlanke Linie Buttermilch in der handlichen 500-g-PET-Flasche laktosefrei und versorgt den Körper zudem mit Ballaststoffen, Folsäure und Calcium. Erhältlich sind die neuen Schlanke Linie Vanillemilch, sowie die beiden Schlanke Linie Buttermilchen ab sofort. Alle Produkte der „Schlanken Linie“ wurden und werden von Schärddinger und WeightWatchers in Zusammenarbeit entwickelt. Da jedoch gesundheitsbewusste Ernährung nicht ausreicht, arbeiten Schärddinger und WeightWatchers gemeinsam am Figurbewusstsein der Österreicher.



## Nöm

## „fru fru Kaffee“



Zum Sommerbeginn bringt die Nöm AG eine neue Sorte „fru fru“ auf den Markt. Ab KW 24 wird die cremige Sauer Milch auch **in der Geschmacksrichtung Kaffee** erhältlich sein. Damit werden die fruchtigen Sorten Erdbeere, Himbeere, Heidelbeere, Kirsche, Mango und Waldbeere um eine neue Variante erweitert. Vorübergehend wurde das Produktsortiment mit der Limited Edition „Holunder“ ergänzt, die es nur während des Sommers gibt. Bei der Produktentwicklung ist die Nöm AG voll auf die Geschmacksvorlieben der Österreicherinnen und Österreicher eingegangen. Hinter der neuen Sorte versteckt sich perfekter fru-fru-Genuss in höchster Qualität.

Weiters wurde am 10. Mai eine neue fru-fru-Kampagne gestartet: „An welchen verrückten Orten genießt du dein fru fru?“ Mit dieser Kampagne fordert Nöm Konsumenten auf, ein Foto von ihren

verrücktesten fru-fru-Momenten zu senden. Als Hauptpreis für das originellste Foto wird ein Fiat 500 Cabrio verlost. Und das Produkt „fru fru wie damals“ – die löffelfeste Sauer Milch mit Frucht – wurde von den Konsumenten in Österreich zum Produkt des Jahres 2010 gewählt.

## Danone

## Activia Creme-Genuss

Neu ist **Activia Creme-Genuss**, der perfekte Nachtsch für jeden Tag. Das Joghurt ist durch das besondere Herstellungsverfahren cremig wie ein Rahmjoghurt, hat aber nur 3% Fett und belastet dadurch nicht. Die spezielle Rezeptur enthält außerdem extra viele Fruchtstücke für den cremig-feinen Genuss.



Activia Creme-Genuss ist ab sofort in den Sorten Erdbeere, Vanille und Pfirsich erhältlich. Die limitierte Sommer-Sorte Zitrone sorgt für extra erfrischendes Naschen auch an warmen Tagen. Activia Creme-Genuss im attraktiven 4-Pack mit 125-g-Bechern bietet einen 4-fachen Verwöhn-Moment.

Auch das Sortiment des beliebten Activia Joghurt Drinks wurde um zwei neue Geschmacksrichtungen erweitert. Der **Activia „Natur“ Drink** sorgt für Erfrischung, und die **neue Sorte „Vanille“** bietet ein einzigartiges Geschmackserlebnis.

## Unilever II

## Knorr Risotto

Die Kategorie Risotto hat sich von 2008 auf 2009 verdoppelt (Quelle: Nielsen, LH Total, Risotto exkl. Reis zur Risottozubereitung, Wert in Tsd. €, MAT KW 49/2009). Diese gewaltigen Umsatzsteigerungen bieten ein großes Potenzial für eine bekannte und beliebte Marke wie Knorr. Allerdings wird die Zubereitung eines Risottos von vielen als kompliziert und langwierig angesehen. Daher hat sich die Nummer 1 im Bereich Convenience entschieden, diesen Markt zu erobern.

In KW 29 launcht Knorr eine **Risotto -Range** mit vier Varianten: Funghi Porcini – Steinpilz, Asparagi – Spargel, Alla Parmigiana – mit Käse, und Spinaci – Spinat. Original italienische Rezepturen ohne geschmacksverstärkende Zusatzstoffe, künstliche Farbstoffe oder Konservierungsmittel sprechen für sich. Die Produkte sind absolut gelingsicher und in 15 Minuten servierfertig. Erhältlich wird Knorr Risotto im Beutelformat sein. Der UVP pro Packung für 2 Personen ist mit 1,79 bis 1,89€ ein weiteres schlagkräftiges Argument. Die Produkte wurden in einer repräsentativen qualitativen Marktforschung (Info Research International, n = 300) getestet und erreichten sensationelle Ergebnisse: 4 von 5 Testpersonen haben das Gesamtkonzept als sehr attraktiv bewertet. Bei der Sorte Steinpilz – Funghi Porcini waren es sogar 87%, die das Produkt als gut beurteilt haben. Lieferbeginn ist der 19. Juli 2010.



## Henkell &amp; Co

## Il Spr!z und Yello Rosato

**Il Spr!z von Mionetto**: trinkfertig gemixter Aperitivo in leuchtendem Orange, ein aromatisiertes, weinhaltes Getränk mit Bitter Soda und viel frischem Frizzante aus der Region Venetiens. Zu haben in der 0,75- und 0,375-l-Glasflasche.

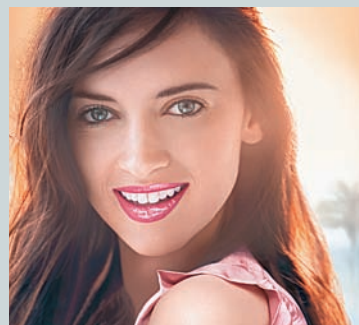
**Francesco Yello Rosato**: Line Extension aus einer Cuvée der roten Raboso-Traube sowie Cabernet Sauvignon und Merlot. Der spritzige Frizzante mit 11% vol passt als Aperitif oder Begleiter zu hellem Fleisch und zu Fisch. Zu haben in der klaren, grünen 0,75-l-Flasche.

**Chocotella**: ein Likör aus natürlichen Zutaten mit viel Schokolade und einer feinen Note von Haselnüssen; in der 0,5-l-Flasche.

## KURZ &amp; NEU

## Beiersdorf

**Nivea Beautiful Smile**, der extrem haltbare Lippenstift mit Gloss-Effekt enthält blaues Saphir-Puder und Perlglanz. Einmal aufgetragen hält die intensive Lippenfarbe bis zu 10



Stunden lang. Das darüber aufzutragende Gloss ist mit wertvollen Ölen angereichert, die die Lippen mit angenehmer Feuchtigkeit versorgen. Beautiful Smile ist ab Juni in 4 Farbnuancen erhältlich:

## L'Oréal

Um den hohen Ansprüchen von Frauen in Bezug auf die empfindliche Augenpartie gerecht zu werden, präsentiert L'Oréal Paris jetzt **Collagen Vibration Auge**. Die Pflege kombiniert erstmals in zwei Schritten eine inno-



vative Formel mit einer vibrierenden Massage. Schritt 1: Intensive Pflege – Anti-Augenringe und Anti-Falten. Ein Peptid-Komplex hilft, verfärbte Pigmente, die sich unter dem Auge ansammeln und für Augenringe verantwortlich sind, abzutransportieren. Die Formel mit Collagen mildert Krähenfüße. Schritt 2: Vibrierende Massage – Anti-Tränensäcke. Die vibrierende Massagekugel stimuliert die Mikrozirkulation. Mit 130 Mikro-Vibrationen pro Sekunde hat sie die ideale Intensität, um die natürliche Drainage zu unterstützen und Tränensäcke zu mildern. Darüber hinaus hilft die Vibration der Haut die Pflege schneller und besser aufzunehmen. Die Metallkugel hat einen angenehm kühlenden Effekt. Ergebnis: Tiefe Augenringe werden aufgehellt und der Teint um die Augen erscheint ebenmäßiger. Falten und Tränensäcke gemildert. Collagen Vibration Auge von L'Oréal Paris ist ab Ende Mai in Parfümerien, Drogerie- und Verbrauchermärkten sowie Kauf- und Warenhäusern erhältlich.

## L'Oréal

## Garnier Bio Aktiv

Garnier steht für die Kraft natürlicher Inhaltsstoffe und ab sofort auch für Naturkosmetik. Denn mit der neuen Pflege-Serie Bio Aktiv ergänzt Garnier sein Pflegeangebot mit naturnahen Inhaltsstoffen um eine Ecocert-zertifizierte Naturkosmetik-Linie. Der Bereich der Naturkosmetik ist über die letzten Jahre enorm gewachsen. Über 3,8 Millionen Euro wurden 2009 alleine im Massenmarkt für diesen Bereich aufgewendet (Quelle: Nielsen und dm Data, Wert 2009). Ein Trend, der nicht nur den erhöhten Ansprüchen der Haut, sowie dem Wunsch nach einer nachhaltigen, natürlichen und verantwortungsbewussten Kosmetik gerecht wird. Im Mittelpunkt der Naturkosmetik stehen die Herkunft und Auswahl der eingesetzten Rohstoffe, ihre schonende Verarbeitung, die Verpackung des fertigen Produktes und die Beziehungen aller an diesem Prozess beteiligten Menschen sowohl untereinander als auch zur Natur. Dazu zählt ebenso die Verantwortung für den Verbraucher. Alle in der Naturkosmetik eingesetzten Wirkstoffe sollen der Grunderhaltung, der nachhaltigen Pflege und der natürlichen Verschönerung des Körpers dienen. Die Garnier-Formeln sind von Eco-Cert als „Ökologische und biologische Kosmetik“ gekennzeichnet. Das be-



deutet, dass bei den Garnier Bio-Aktiv-Produkten mindestens 95 Prozent der gesamten Inhaltsstoffe natürlichen Ursprungs sind. Zudem müssen mindestens 95 Prozent der gesamten pflanzlichen Stoffe aus biologisch kontrolliertem Anbau stammen. Eco-Cert ist eines der wichtigsten unabhängigen Bio-Kosmetiksigel im europäischen Raum. Zum Sortiment gehören **Intensivpflege mit Aloe Vera + Aprikosenöl**, **Schützende Intensivpflege mit Aloe Vera + Traubenextrakt** und **Abschminkfluid**.

## SCA

## Blasenschwäche-Produkte

Der Markt für Blasenschwäche-Produkte befindet sich weiter auf Wachstumskurs. Die größten Zuwächse zeigt das Pants-Segment mit einem Umsatzwachstum von 46,3 Prozent gegenüber dem Vorjahr (Quelle: Nielsen Market Track Inkontinenz, Österreich, KW 53/2009). Für jeden Grad der Blasenschwäche und jeden Körperbau hat SCA Hygiene Products unter der Marke Tena das passende Produkt. Tena Pants gibt es in den drei Saugstärken Discreet, Plus und Super, jeweils in den Größen M und L je nach Hüftumfang. Die größten Umsatzzuwächse verzeichneten in den vergangenen Jahren **Tena Pants Plus** für mittlere bis starke Blasenschwäche. Dieses häufig nachgefragte Produkt gibt es ab sofort **zusätzlich auch in den Größen S und XL**. Auf diese Weise können neue Verwender angesprochen werden, denn bei



Pants ist es ganz wichtig, dass sie hundertprozentig passen und perfekt sitzen. Marktforschungen haben gezeigt, dass bei Tena Pants der relativ hohe Preis eine Kaufbarriere sein kann (Quelle: GfK, Usage & Attitude-Studie, Deutschland, 2008). Deshalb hat sich Tena für eine neue Preisgestaltung entschieden, die dem Handel eine größere Nachfrage in dieser sehr loyalen und kaufkräftigen Zielgruppe verspricht. Ab sofort gibt es auch **kleinere Packungen zu attraktiven Preisen**. Ein neuer TV-Spot zeigt die Sicherheit und Diskretion von Tena Pants, die viele Alltagssituationen sehr viel leichter und angenehmer machen. Der neue Internetauftritt [www.TENA.at/pants](http://www.TENA.at/pants) gibt interessante Informationen speziell für die Pants-Zielgruppe. Darüber hinaus wird die Zielgruppe mit Direct Mail-Aktionen angesprochen.

## Melitta

## Swirl Bio-Müllbeutel

Mit einer Steigerung von knapp 8 Prozent sind bereits 6,2 Prozent aller verkauften Müllbeutel dem Bio-Segment zuzuordnen (Quelle: Nielsen Gesamtjahr 2009, Wert) – mit wachsender Tendenz. Auch Müllsäcke mit Tragegriffen wuchsen mengenmäßig um annähernd 25 Prozent auf nun etwa 18 Prozent Marktanteil, d.h. beinahe jeder fünfte Müllbeutel ist bereits mit Tragegriff ausgestattet. Vor diesem Hintergrund führt Swirl zwei neue, nachhaltige und umweltschonende Produkte ein: **Bio-Müll Tragegriff-Beuteln in zwei Größen:**



10 Liter/8 Stück Inhalt mit Tragegriffen und 20 Liter/6 Stück Inhalt mit Tragegriffen. Swirl Bio-Müll Tragegriff-Beutel schonen die Umwelt, da sie aus 100% kompostierbarer Folie bestehen (zertifiziert durch externe Kontrollstelle nach DIN EN 13432), innerhalb weniger Wochen schadstofffrei verrotten und aus natürlichen und nachwachsenden Rohstoffen hergestellt werden. Die Bio-Müll Tragegriff-Beutel sind selbstverständlich bewährt reißfest und flüssigkeitsdicht und dank ihrer besonders stabilen Tragegriffe einfach zu transportieren sowie problemlos, schnell und dicht zu verschließen. Die Hände bleiben so sauber und der Bio-Müll wird sicher in die Tonne gebracht. Die spürbar hochqualitative Biofolie punktet mit extrastarken Schweißnähten und einem hohen Weiterreißwiderstand. Die Zertifizierung durch DIN CERTCO garantiert die Kompostierbarkeit – innerhalb weniger Wochen verrotten die Bio-Müll Tragegriff-Beutel schadstofffrei und können somit einfach auf dem Kompost im Garten oder in der Biotonne entsorgt werden.

## Brita

## Filter für weiches Wasser

Gefiltertes Wasser ist weicher und bringt so die Aromen etwa von Kaffee oder Tee besser zur Entfaltung. Außerdem bilden sich auf dem Tee keine unappetitlichen Schlieren mehr. Beim Zubereiten von Gemüse wird der Geschmack ebenfalls geschont. Und: Haushaltsgeräte wie Wasserkocher oder Kaffeemaschinen haben dank des geringeren Kalkgehalts eine längere Lebensdauer. Viele Nationen wissen um die Vorzüge gefilterten Wassers, wie beispielsweise das Gourmet-Land Frankreich genauso wie die Briten, die das gefilterte Wasser ganz traditionell vor allem für die Teezubereitung schätzen. Brita, ein Unternehmen aus dem hessischen Taunusstein, in Europa Marktführer bei **Tischwasserfilter**. Eshandelt sich dabei um eine Kanne mit Trichtereinsatz, in den eine Filterkartusche eingepasst ist, durch die Leitungswasser kontrolliert nach unten fließen kann. Das Filtermaterial besteht aus einem Ionenaustauscher, der die Karbonhärte (Kalk) verringert sowie Aktivkohle, die geruchs- und geschmacksstörende Stoffe vermindert. Heute gibt es Modelle in zahlreichen Varianten von puristisch bis edel, von der platzsparenden bis zur XL-Version. Allen gemeinsam ist die gestalterische Konsequenz: Funktionalität, komfortable Handhabung und Ästhetik müssen eine Einheit bilden, denn der Tischwasserfilter ist nicht zuletzt ein Gegenstand der Alltagskultur. Er sollte sich in das Ambiente jedes Haushalts einfügen können und auch auf dem gedeckten Tisch gut aussehen.

In diesem Jahr gibt es die „Marella“-Jubiläums-Edition in den ganz neuen Farben **Zitrone, Orange, Apfel und Brombeer**. In Österreich wird der Tischwasserfilter Marella ab Juni 2010 zum Preis von Euro 19,99 (UVP) über den Fachhandel erhältlich sein.

