

## PROMOTIONS

## Kraft Foods

Dieses Jahr feiert die Traditionsmarke in Österreich ihren 170. Geburtstag und setzt aus diesem Anlass verstärkt Akzente im Einzelhandel. So wird Bendsorp im Jubiläumsjahr von einer aufmerksamstarken POS-Präsentation unterstützt. Zwischen April und November wird alle zwei Monate ein exklusives Wien-Wochenende verlost. Der Preis umfasst eine Übernachtung im Fünf-Sterne-Hotel Imperial, einem



der geschichtsträchtigsten Hotels der Bundeshauptstadt, sowie ein traditionelles Sightseeing-Programm inklusive einer Fahrt mit dem Fiaker, einem Opernbesuch in der Staatsoper, Besuchen im Kunsthistorischen Museum, dem Schloss Schönbrunn und der Spanischen Hofreitschule sowie eine Fahrt mit dem Wahrzeichen der Hauptstadt, dem Riesenrad im Wiener Prater. Darüber hinaus nimmt Bendsorp das Jubiläumsjahr zum Anlass für einen aufmerksamkeitsstarken POS-Auftritt. Quickboxen für die beliebten 300-g-Tafeln beleben das Geschäft ebenso wie Teilnahmekarten, die auf die Gewinnspiel-Promotion aufmerksam machen.

## Nestlé

Mit der Initiative „100% Geschmack“ reagierte Maggi als einer der Ersten auf das Bedürfnis nach mehr Ausgewogenheit und besseren Geschmack. Für Maggi-Gerichte werden ausschließlich hochwertige getrocknete Rohstoffe verwendet, die zum Beispiel aus frischem Gemüse oder frischen Kräutern hergestellt werden. Bei den meisten Produkten wird – soweit möglich – bewusst auf den Zusatz von Geschmacksverstärkern verzichtet. Beinahe alle in Österreich erhältlichen Maggi Produkte werden eigens für den österreichischen Markt entwickelt. Mit insgesamt 36 Suppen, 29 Fix-Produkten und 12 Saucen, die sicher und schnell gelingen, gestalten Kunden ihren Speiseplan bunt und vielfältig. Nicht nur mit der Zubereitungszeit von durchschnittlich 25 Minuten bei den Maggi-Fix-Produkten und etwa 5 bis 10 Minuten bei Suppen und Saucen schenkt Maggi Zeit.



Dr. Oetker

## Bistro Baguette Spéciale

Die Kategorie TK Snacks/Baguettes wächst im 1. Quartal 2010 um 16,9%; Bistro Baguette wächst sogar überproportional um 20,1%



(Quelle: Nielsen, LH exkl. Hofer/Lidl, Wertentwicklung in % auf Basis Menge EH im Vergleichszeitraum YTD 2010 vs. YTD 2009 bis inkl. KW 12). **Bistro Baguette** erfüllt alle Verbraucherwünsche – mit Fleisch-, Fisch- und vegetarischen Sorten. Gerade die Sorten mit fleischhaltigen Auflagen erfreuen sich größter Beliebtheit. Daher kommt jetzt ein neuer fleischhaltiger Genuss ins Sortiment: **Bistro Baguette Spéciale** – mit Salami, Schinken, Zwiebeln & Champignons. Eine im Pizzasegment bereits etablierte und sehr beliebte Geschmacksrichtung, die viele Verbraucher anspricht.

ment bereits etablierte und sehr beliebte Geschmacksrichtung, die viele Verbraucher anspricht.

Nöm

## Nöm Mix im 4er Pack

Der Klassiker unter den Fruchtjoghurts ist ab Juli im **4 x 125 Gramm Multipack** erhältlich. Dank der kleinen Becher eignet sich das neue Nöm Mix ideal für den kleinen Hunger zwischendurch. Auch in der Jausenbox von Kindergarten- und Schulkindern dient das kleine Nöm Mix als gesunde Alternative zu herkömmlichen Snacks. Es werden nur naturreine österreichische Zutaten verwendet, die frei von Konservierungsstoffen und künstlichen Aromen sind. Der neue Nöm Mix Multipack ist ab sofort erhältlich und wird in den Sorten Erdbeere, Heidelbeere und Vanille verfügbar sein. Passend zur aktuellen TV-Kampagne präsentiert sich die Verpackung im entsprechenden Design, bei dem das liebenswürdige Mammut als Key Visual im Mittelpunkt steht.

Neben dem neuen Multipack ist das beliebteste Fruchtjoghurt der Österreicherinnen und Österreicher im 180-g-Becher in 10 Geschmacksrichtungen erhältlich. Während des Sommers wurde das Sortiment um den Geschmack „**Schwarze Johannisbeere**“ als Limited Edition erweitert.

Ölz

## Linzer Torte „neu“

Die **neue Öl Linzer Torte** schmeckt noch fruchtiger und noch nussiger. Der Geruch nach Nüssen, Nelken und Zimt weckt Erinnerungen an Omas Backkünste und die Vorfreude auf ein einzigartiges Geschmackserlebnis. Der vollnussige, lockere Teig und die belebend fruchtige Ribisel-Marmelade aus besten Zutaten vereinen sich zu einem perfekten Ensemble.

Mit dem neuen handwerklichen Gitter ist die Öl Linzer Torte zu einem optischen Meisterwerk aufgestiegen, das traditionellen Genuss der Extraklasse verspricht. Die neue Öl Linzer Torte sieht aus und schmeckt wie hausgemacht.



Unilever/Knorr

## Bouillon PUR: neue Sorte

Die neue Bouillon PUR schmeckt wie selbstgemacht: ohne Zusatz von Geschmacksverstärkern, ohne künstliche Farb- und Konservierungsstoffe. Aufgrund des großen Erfolgs wird die Range schon jetzt ausgebaut:

**Bouillon PUR in der Sorte Huhn** ist ab Anfang August (KW 31) im Handel. Die Knorr-Innovation des Jahres 2010 hat auf Anhieb die Herzen und Teller der Österreicher erobert. Das beweisen auch die Marktzahlen: +20% Wachstum im mehr als 21 Mio.€ schweren Bouillonmarkt und ein Marktanteil von 9% wertmäßig konnten bereits in der ersten Periode nach Einführung (lt. Nielsen) ausgewiesen werden. Auch im Gängigkeiten-Ranking ist Bouillon PUR eine Erfolgsgeschichte: Die Sorte Rind nimmt bereits Platz zwei ein, und die zweite Variante – Gemüse – rangiert auf dem beachtlichen fünften Platz.

Die neuen Bouillons sind aber nicht nur etwas für ausgesprochene Suppen-Fans sondern eignen sich auch bestens zum Verfeinern verschiedener Gerichte. Durch ihre natürliche, weiche Konsistenz löst sich Knorr Bouillon PUR schnell auf und kann direkt ins Gericht eingerührt werden.

„Bouillon PUR schmeckt wie vom Profi selbstgemacht“, davon ist auch TV- und Haubenkoch Oliver Hoffinger überzeugt, der für die neuen Multitalente in der Küche via TV-Spots eine klare Empfehlung abgibt und auch jede Menge Rezepte dafür kreiert hat. Alle Rezepte, viele Tipps und Tricks vom Kochprofi findet man auf [www.knorr-bouillon-pur.at](http://www.knorr-bouillon-pur.at).

Eine Packung enthält 8 Töpfchen.



## PROMOTION

## Käserei Champignon

30 Jahre Cambozola: Die Erfolgsmarke feiert und aktiviert die Verbraucher mit genussvollen Überraschungen.

„Unwiderstehlich wie beim ersten Mal“ – unter diesem vielversprechenden Motto feiert Cambozola 30. Geburtstag. Liebhaber raffiniert-würziger Käsespezialitäten freuen sich über genussreiche Überraschungen und viele Highlights im Jubiläumsjahr, vom edlen Cambozola Rezeptbuch bis zum Gewinnspiel. Mit attraktiven Teilnahmekarten im Handel sowie auf der Website [www.cambozola.de](http://www.cambozola.de) wurde das Gewinnspiel beworben; nun erhielten die Gewinnerinnen und Gewinner in Österreich edle Weinsets für den vollendeten Käse- und Weingenuss. Immer wieder neue, impulsstarke Genussideen: Seit 30 Jahren ist Cambozola das Geschmacks-Highlight mit der besonderen Cremigkeit und der raffinierten Würze von Blaudelkulturen. 1980 wurde die einzigartige Weichkäse-Kreation mit sensationellem Erfolg eingeführt. Mit dem verführerisch cremigen Teig, der schneeweißen Oberfläche und dem charakteristischen, feinwürzigen Geschmack bot Cambozola eine neue Genussdimension, die begeisterte. Innerhalb weniger Jahre entwickelte sich Cambozola zu einer der erfolgreichsten Käsemarken Europas. Heute genießen Verbraucher in mehr als 50 Ländern weltweit die Weichkäse-Spezialität.

Die Promotion-Aktionen im Jubiläumsjahr flankieren eine PR-Offensive in Verbrauchertiteln und die überarbeitete Website [www.cambozola.de](http://www.cambozola.de) mit vielen neuen Rezeptideen. Ob am Point of Sale, in der Presse oder online. Cambozola setzt Impulse, die Verbraucher genau dort erreichen, wo sie Genuss-Inspirationen erwarten.



**Franz Zechmeister, Key Account Manager National Austria der Käserei Champignon, überreicht ein Weinsset und eine prall gefüllte Tasche mit Käse-Schlemmereien an Gewinnerin Sabine Übleis.**