

Kraft Foods

Ein süßes neues Jahr

Im ersten Quartal 2011 bringt Kraft Foods wieder einige innovative Produkte in den Handel. So gibt es von Milka eine neue limitierte Ski-Edition in drei Sorten sowie Milka & Daim als neue Tafel-Sorte. Die Milka Großtafel Choco & Rice wird fix ins Sortiment mit aufgenommen.

Milka Tender XL startet mit einer dritten neuen Sorte ins Jahr: Tender XL à la Schwarzwälder Kirsch. Mikado steht bereits seit August 2010 unter der Geschäftsverantwortung von Kraft Foods und startet 2011 mit neuem Packungsdesign und der neuen Sorte Weiße Schokolade durch.

Und schließlich steht seit Anfang 2011 auch die beliebte amerikanische Keksmarke Oreo neu unter der Geschäftsverantwortung von Kraft Foods.

Ab Jänner 2011 präsentieren sich die **Milka Skitafeln** in drei sportlichen Sorten: Milka „Abfahrt“ verwöhnt den Gaumen mit Milchcrème und feinen Mandelstückchen. Die „Super-G“-Sorte bietet ein neuartiges Geschmacks-Highlight durch Milchreisfüllung und fruchtiger Zwetschke. Und bei der Milka „Slalom“-Variante kommt zur Milchreisfüllung eine feine



Vanillenote hinzu. Als Krönung sind alle drei Skitafeln umhüllt von zarter Milka Alpenmilch Schokolade.

Das alpine Trio wird ab Anfang 2011 an den Handel ausgeliefert und steht im Mittelpunkt der FIS Alpine Ski WM 2011 in Garmisch-Partenkirchen. Denn als offizielle Schokolade der Weltmeisterschaft versüßt Milka den Sportlern die Winterzeit.

Mit einer beliebten Geschmacksrichtung startet Milka ins neue Jahr. Die neue Sorte **Milka & Daim** belebt das traditionelle Tafelsortiment.

Von allen Geschmacksrichtungen im Süßwarenmarkt ist Caramel in Österreich eine der beliebtesten. Die neue Sorte Milka & Daim 100 g vereint knackige Daim-Caramel-Stückchen mit zarter Milka Alpenmilch Schokolade und trägt zur weiteren Belebung des Tafelschokoladenmarkts bei. Milka & Daim 100 g ist ab Ende Februar erhältlich.



Ab Anfang 2011 wird die neue Geschmacksrichtung **Milka Choco**



& Rice dem Großtafel-Segment neue Impulse geben. Die Sorte wurde Anfang 2011 ins Standardsortiment von Milka aufgenommen. Der luftig-lockere Puffreis in zarter Alpenmilch Schokolade verspricht ein außergewöhnliches und knuspriges Geschmackserlebnis. Milka Choco & Rice 200 g ist ab Anfang

Februar im Handel erhältlich. Seit dem Launch von Milka Tender XL im April diesen Jahres steigt das Interesse der Konsumenten an der 250-g-Variante. Ab der KW 4 wird das **Milka-Tender-XL-Portfolio**, bestehend aus Milch und à la Tiramisu, um die Geschmacksrichtung **à la Schwarzwälder Kirsch** ergänzt.

Der dunkle Biskuit, gefüllt mit einer Kombination aus lockerer Milchcrème-Füllung und Kirschmarmelade, ist mit zarterherber Milka Alpenmilch Schokolade überzogen und macht den Kuchengenuss zu etwas ganz Besonderem. Dieser einmalige Geschmack wird durch die wiederverschließbare Verpackung geschützt.



Mikado, der lange dünne Keks-Stick mit Schokolade, steht für verspielten Schoko-Knabberspaß. Er spricht vor allem aktive, lebenslustige junge Erwachsene an, die die Leichtigkeit des Lebens genießen. Im Jänner 2011 hält nun bei Mikado die Trendfarbe Weiß Einzug.

Ab Anfang des Jahres ist die **neue Mikado Sorte Weiße Schokolade** in der 75-g-Packung erhältlich. Bereits im vergangenen Jahr verzeichnete Mikado ein stärkeres Wachstum als der gesamte Keksmarkt. Mit zusätzlicher Sorte und neuem Design schafft die Marke nun weitere Impulse. Denn alle Mikado Packungsgrößen und Sorten wurden einem **Design-Relaunch** unterzogen. Wie Konsumententests belegen, erzielt die neue Gestaltung eine schnellere Wiedererkennung am Regal und lässt die Konsumenten zu Mikado greifen.



Alle drei Sorten Mikado werden ab Anfang Jänner im neuen Design an den Handel ausgeliefert.

Ab Jänner 2011 übernimmt Kraft Foods die Geschäftsverantwortung für die beliebte Keksmarke **Oreo**. Damit baut das Unternehmen



neben den Milka Keksen und Mikado ein weiteres starkes Standbein im Keksmarkt auf. Eine umfangreiche Marketing-offensive unterstützt den Neustart. Zentraler Inhalt der Kommunikation ist das spezielle Oreo Genuss-Ritual „Drehen – Lecken – Eintauchen“.

Konkret bedeutet das: die beiden Kekshälften gegeneinander aufdrehen, die Crème ablecken, dann die beiden Kekshälften in frische Milch eintauchen und genießen. In einem emotionalen TV-Spot wird das Ritual inszeniert. Der Spot wird auf allen reichweitenstarken Sendern ausgestrahlt. Darüber hinaus gibt es Samplings und Verkostungen am POS, bei denen die besondere Art des Oreo Verzehrs ebenfalls im Mittelpunkt steht. Eine aufmerksamkeitsstarke POS-Deko und eine Outdoorkampagne runden das Maßnahmenpaket ab.

Der klassische Oreo besteht aus zwei dunklen Keksen, die mit speziell geröstetem Kakao hergestellt werden. Eine Crème mit Vanillegeschmack verbindet beide Kekse. Perfekt für die Reise ist auch das Mini-Format in der wiederverschließbaren Dose. Und für Abwechslung sorgen die Variante „Schokocrème“ sowie Oreo Kekse mit Vanillecrème und einer Hülle aus Milchschokolade oder weißer Schokolade. Die Varianten im Detail: Classic 154 und 176 g, Classic 66 g Single, Classic 115 g Minis. Classic 176 g Schokocrème, Choco 264 g Milchschokolade sowie Choco 264 g Weiße Schokolade.

Ab Jänner 2011 präsentiert sich die **Milka Skitafeln** in drei sportlichen Sorten: Milka „Abfahrt“ verwöhnt den Gaumen mit Milchcrème und feinen Mandelstückchen. Die „Super-G“-Sorte bietet ein neuartiges Geschmacks-Highlight durch Milchreisfüllung und fruchtiger Zwetschke. Und bei der Milka „Slalom“-Variante kommt zur Milchreisfüllung eine feine Vanillenote hinzu. Als Krönung sind alle drei Skitafeln umhüllt von zarter Milka Alpenmilch Schokolade. Das alpine Trio wird ab Anfang 2011 an den Handel ausgeliefert und steht im Mittelpunkt der FIS Alpine Ski WM 2011 in Garmisch-Partenkirchen. Denn als offizielle Schokolade der Weltmeisterschaft versüßt Milka den Sportlern die Winterzeit. Mit einer beliebten Geschmacksrichtung startet Milka ins neue Jahr. Die neue Sorte **Milka & Daim** belebt das traditionelle Tafelsortiment. Von allen Geschmacksrichtungen im Süßwarenmarkt ist Caramel in Österreich eine der beliebtesten. Die neue Sorte Milka & Daim 100 g vereint knackige Daim-Caramel-Stückchen mit zarter Milka Alpenmilch Schokolade und trägt zur weiteren Belebung des Tafelschokoladenmarkts bei. Milka & Daim 100 g ist ab Ende Februar erhältlich. Ab Anfang 2011 wird die neue Geschmacksrichtung **Milka Choco & Rice** dem Großtafel-Segment neue Impulse geben. Die Sorte wurde Anfang 2011 ins Standardsortiment von Milka aufgenommen. Der luftig-lockere Puffreis in zarter Alpenmilch Schokolade verspricht ein außergewöhnliches und knuspriges Geschmackserlebnis. Milka Choco & Rice 200 g ist ab Anfang Februar im Handel erhältlich. Seit dem Launch von Milka Tender XL im April diesen Jahres steigt das Interesse der Konsumenten an der 250-g-Variante. Ab der KW 4 wird das **Milka-Tender-XL-Portfolio**, bestehend aus Milch und à la Tiramisu, um die Geschmacksrichtung **à la Schwarzwälder Kirsch** ergänzt. Der dunkle Biskuit, gefüllt mit einer Kombination aus lockerer Milchcrème-Füllung und Kirschmarmelade, ist mit zarterherber Milka Alpenmilch Schokolade überzogen und macht den Kuchengenuss zu etwas ganz Besonderem. Dieser einmalige Geschmack wird durch die wiederverschließbare Verpackung geschützt. **Mikado**, der lange dünne Keks-Stick mit Schokolade, steht für verspielten Schoko-Knabberspaß. Er spricht vor allem aktive, lebenslustige junge Erwachsene an, die die Leichtigkeit des Lebens genießen. Im Jänner 2011 hält nun bei Mikado die Trendfarbe Weiß Einzug.

Iglo

Richtig viele Knödel

Die Iglo Hausmannskost erhält gewichtigen Zuwachs: **XXL-Grammelknödel 800 g** und **XXL-Selchfleischknödel 800 g**. Die pikanten Knödel von Iglo zählen zu den beliebtesten und bekanntesten Vertretern der Hausmannskost. Bezüglich der Packungsgröße geht der Trend ganz klar in Richtung Großpackung. Daher bietet Iglo mit den XXL-Grammelknödel und den XXL-Selchfleischknödel seine erfolgreichsten Varianten nun auch in der Familienpackung an. Die Iglo Grammelknödel und Iglo Selchfleischknödel werden in der bewährten Rezeptur mit streng kontrollierten Zutaten aus Österreich hergestellt.

Selbstverständlich – und wie alle Iglo-Produkte – enthalten auch die Selchfleischknödel und Grammelknödel im XXL-Format weder Geschmacksverstärker noch Farb- und Aromastoffe. Und das schmeckt man auch. Zu haben ab sofort.



KURZ & NEU

Danone

Activia von Danone ist eine erfolgreiche Dachmarke und die Nummer 1 im Fruchtjoghurtmarkt. Mit mehr als 24% Plus ist Activia weiter auf rasantem Wachstumskurs. Nun bringt Danone die **neue Sorte Erdbeer Cerealien 4x120 g**. Cerealien-/Müslisorten tragen bereits mehr als ein Drittel zum Activia-Umsatz bei. Damit unterstützt Danone den Gesundheitsfokus der Marke. Im Rahmen der Testwochen wird TV-Werbung gesendet. Saisonsorten funktionieren. Das macht sich jetzt **Dany Sahne** zunutze und bringt in der Verpackungsgröße 4x115 g die **neue Sorte CremeDuett Schoko-Karamell**, eine beliebte Kombination aus dem Schokolade- und Konfektbereich. Die Nummer 1 im Dessertmarkt meldet für CremeDuett schon erste erfolgversprechende Zahlen.



Das fruchtig-weiche Maoam Kaubonbon präsentiert zum Jahresbeginn 2011 eine Neuheit in der Familie der Maoam Stripes: **Maoam Giant Stripes**. Sie werden mit echtem Fruchtsaft hergestellt. Erhältlich in der beliebten Geschmacksrichtung Erdbeere; ab 2011 einzeln verpackt im Karton zu 60 Stück. Die beliebten und bekannten Haribo Fruchtgummi-Konfektstücke **Balla-Balla** sind ab Frühjahr 2011 auch in der neuen Geschmacksrichtung **Pfirsich** erhältlich, und zwar ab dem Frühjahr 2011 als 5-Cent-Stückartikel in der Viereckdose à 150 Stück. Geliefert wird im Umkarton mit acht Viereckdosen. Ab dem Frühjahr 2011 präsentiert sich der neue **Haribo Starmix-Beutel** im neuen, blauen Design. Die Umstellung der 100-, 200- und 500-g-Beutel erfolgt zwischen Mai und September 2011. Neu wird außerdem der Inhalt von Haribo Starmix. Die bunte Mischung wird Liebesherzen mit Schaumzucker, Freundschaftsringe und Spiegeleier mit Schaumzucker sowie die beliebten Gummibären und Colafläschchen enthalten.

Haribo

Das fruchtig-weiche Maoam Kaubonbon präsentiert zum Jahresbeginn 2011 eine Neuheit in der Familie der Maoam Stripes: **Maoam Giant Stripes**. Sie werden mit echtem Fruchtsaft hergestellt.



Erhältlich in der beliebten Geschmacksrichtung Erdbeere; ab 2011 einzeln verpackt im Karton zu 60 Stück.

Die beliebten und bekannten Haribo Fruchtgummi-Konfektstücke **Balla-Balla** sind ab Frühjahr 2011 auch in der neuen Geschmacksrichtung **Pfirsich** erhältlich, und zwar ab dem Frühjahr 2011 als 5-Cent-Stückartikel in der Viereckdose à 150 Stück. Geliefert wird im Umkarton mit acht Viereckdosen.



Ab dem Frühjahr 2011 präsentiert sich der neue **Haribo Starmix-Beutel** im neuen, blauen Design. Die Umstellung der 100-, 200- und 500-g-Beutel erfolgt zwischen Mai und September 2011. Neu wird außerdem der Inhalt von Haribo Starmix. Die bunte Mischung wird Liebesherzen mit Schaumzucker, Freundschaftsringe und Spiegeleier mit Schaumzucker sowie die beliebten Gummibären und Colafläschchen enthalten.

Ab dem Frühjahr 2011 präsentiert sich der neue **Haribo Starmix-Beutel** im neuen, blauen Design. Die Umstellung der 100-, 200- und 500-g-Beutel erfolgt zwischen Mai und September 2011. Neu wird außerdem der Inhalt von Haribo Starmix. Die bunte Mischung wird Liebesherzen mit Schaumzucker, Freundschaftsringe und Spiegeleier mit Schaumzucker sowie die beliebten Gummibären und Colafläschchen enthalten.



KURZ & NEU

Almliesl

Unter der Marke Almliesl – die frischen Milchprodukte aus Oberösterreich – wird ab sofort auch ein „Länger frisches Schlagobers“ mit 36 Prozent Fett in einer 0,25 Liter Giebelpackung



angeboten. Der wertvolle Rahm für dieses Produkt stammt ausschließlich von Milchbauern aus Oberösterreich und ist 100 Prozent gentechnikfrei. Aufgrund eines innovativen und schonenden Erhitzungsverfahrens behält dieses Produkt seine Frische und seinen natürlichen Geschmack bei einer Haltbarkeit von mindestens zwei Wochen. Der Drehverschluss ermöglicht ein einfaches Öffnen und Schließen sowie eine sichere Aufbewahrung der Packung.

Heineken

Ab sofort gibt es Heineken Bier in einem neuen Gebinde. Durch ein spezielles Druckverfahren



wird die Oberfläche griffig, die Dose wird somit zur spürbaren Erfrischung. Neu ist auch der Look: Ganz klassisch von vorne, überrascht die Dose auf der Rückseite im „en vogue Design“.

Mautner Markhof

Mautner Markhof bietet die „Feinen Klassiker“ – Hesperiden Essig, Tafel Essig, Apfelgold, 7 Kräuter Essig, Gold Essig und Edel-Most Essig – jetzt auch in Kunststoff-Flaschen an. Das geringe Gewicht des bruchfesten PET-Materials erleichtert das Heimtragen nach dem Einkauf. Aufgrund des reduzierten CO₂-Ausstosses beim Transport durch das geringere Gewicht sowie weniger



Abfall aufgrund der Schrumpfverpackung ohne Tray erweisen sich die Flaschen auch als umweltschonender. Die gute Stabilität aufgrund der hohen Wandstärke sowie der moderne Gesamteindruck der gewohnten Flaschenform machen die hochwertigen PET-Flaschen auch für den Handel besonders attraktiv. Für Glasliebhaber gibt es weiterhin die 0,5 Liter Glasflasche als Alternative.

Kraft Foods

Philadelphia mit Milka

Eine außergewöhnliche Innovation gibt es ab sofort im Kühlregal zu entdecken: Philadelphia mit Milka 175 g – eine Kombination aus cremig-kühlem Philadelphia mit zartschmelzender Milka Alpenmilchschokolade. Der neue Brotaufstrich vereint die Kraft zweier Marktführer aus dem Hause Kraft Foods. Die Konsumenten können Philadelphia mit Milka doppelt genießen: Einerseits eignet er sich für einen genussvollen Start in den Tag, andererseits aber auch als kühler Schokogenuss für zwischendurch.

Mit seiner auffallenden Cremigkeit und seinem schokoladig-frischem Geschmack sorgt Philadelphia mit Milka für außergewöhnlichen Frühstücks-Genuss. Darüber hinaus sorgen ein auffälliges, typisch lila Verpackungsdesign und die geballte Markenkraft für Aufmerksamkeit beim Konsumenten. Philadelphia setzt damit den Fokus auf das Thema Frühstück. Und das mit gutem Grund, frühstücken doch 70 Prozent der Österreicher täglich – insbesondere Familien mit Kindern. Verkaufunterstützung gibt es durch eine TV-Kampagne mit rund 31 Millionen Kontakten, Verkostungen am POS sowie diverse umfangreiche Online- und PR- Aktivitäten.



Schärdinger

Fettarmer Quargel

Der Schärdinger Quargel ist mit nur 0,3 Prozent Fett ein natürlich fettarmer Käse mit hohem Eiweißanteil. Der aus Mager-Topfen hergestellte, würzige Käse gehört zur Gruppe der Sauermilchkäse und ist seit Jahrhunderten fester Bestandteil der österreichischen Käsetradition. Im Laufe der Reifung wird das herzhaft Aroma des Quargels intensiver. Der Schärdinger Quargel wird in Rohrbach im oberösterreichischen Mühlviertel hergestellt, ist laktose- und gentechnikfrei und mit dem AMA-Gütesiegel ausgezeichnet.



Mit seinem würzig-kraftigen Geschmack eignet sich der Quargel besonders für eine herzhaft Jause. Dass er aber auch als Zutat für zahlreiche schmackhafte Gerichte ein vielseitiges Talent hat, davon überzeugen die neuen Schärdinger Quargel Rezepte. Ersichtlich sind diese in der kostenlosen Broschüre „Schmackhafte Schärdinger Quargel Rezepte“ oder online im Schärdinger Online Kochbuch www.schaerdinger.at. Der Schärdinger Quargel mit 0,3 % Fett ist ab sofort in der wiederverschließbaren Schalenpackung zu 150 g in den Sorten Natur und Paprika erhältlich.

Fleischanderl

Magere Oxenprodukte

Mit Oxenwurst und Oxenroschinken aus 100 Prozent Qualitätsrind gelang der Fleischerei Fleischanderl ein großer Wurf: „Weniger Fett, reines Rindfleisch – das entspricht den Wünschen vieler unserer Kunden, und uns ist mit diesen beiden Produkten eine Kombination aus herrlichem Geschmack und hohem ernährungsphysiologischen Nutzen gelungen. Bei Messen haben wir gesehen, dass besonders Frauen unsere Produkte vom Ochsen genießen.“, so Bernhard Fleischanderl. Die Fleischerei Fleischanderl mit Sitz in Ybbs ist



momentan der einzige Fleischer der Genussregion Waldviertler Weiderind. Nicht nur das Fleisch selbst, sondern auch die verarbeiteten Wurstwaren, die aus Rindfleisch hergestellt werden, sind fettärmer als vergleichbare Produkte. Erhältlich sind Fleischanderl Produkte vom Waldviertler Weiderind momentan in der Fleischerei direkt sowie aktuell die magere Oxenwurst auch exklusiv bei Merkur.

Milford

Saisonale Teespezialitäten

„Skiwasser“, „Bratapfel“ und „Wintergenuss“ nennen sich die aktuellen Sorten der Saison und bringen wärmenden und vertrauten Geschmack an kalten, winterlichen Tagen. Mit den neuen Milford Tees dürfen sich Teeliebhaber auf heimische Genüsse in den Teetassen freuen, denn die neu komponierten Rezepturen sind speziell auf den österreichischen Markt abgestimmt und mit ausschließlich natürlichen Zutaten hergestellt. Traditionell stillt das erfrischende „Skiwasser“ den Durst unzähliger Wintersportler auf den Skihütten. Der beliebte Himbeer-Zitrone-Mix schmeckt aber nicht nur als kalter Erfrischungstrank, sondern auch als wärmender Milford Tee. Ebenso passend bei Kälte und Schneefall ist „Milford Bratapfel“: Zimt, feine Vanille, ein Hauch Karamell und herrlich aromatische Äpfel bilden zusammen seinen charismatischen und unverwechselbaren Geschmack. Ein winterliches Zimtbouquet ist auch in der Früh- teemischung „Wintergenuss“ vertreten. Gepaart mit Hibiskus, Apfel und süßen Brombeerblättern bezieht der Tee zusätzliche Würze und Wärme aus den beigemengten aromatischen Gewürznelken. Der Kräutertee „Natur schenkt Energie“ von Milford spendet seinen Genießern durch das Zusammenspiel von erfrischenden Kräutern und belebenden Gewürzen, wie Zitronengras und Zimtrinde, neue Energie an dunklen Wintertagen.



Sonnentor

Tees, Punsch, Aufstrich

Liebevoller Illustrationen schmücken die Verpackungen der „Wieder gut!“ Kräutertees von Sonnentor – dem Biospezialisten aus dem Waldviertel. Aber nicht nur optisch haben die sieben verschiedenen Kräutertee-mischungen einiges zu bieten. Mit seinen „Wieder gut!“ Tees kombiniert Sonnentor natürliche Aromen speziell aufeinander abgestimmter Pflanzen mit traditionsreicher Kräuterkunde. So trifft Sonnentor mit den Kräutertee-mischungen genau den richtigen Geschmack und bietet Genussmomente für jede Stimmungslage. In der Probierpackung „Alles wieder gut“ sind alle sieben Kräutertee-mischungen enthalten. Abgefüllt in Doppelkammerbeutel können die Kräuter beim Aufbrühen ihr volles Aroma entfalten und bereiten Körper und Seele mit jedem Schluck einen wohligen Genuss. Dabei stammen die Zutaten selbstverständlich – wie bei allen Sonnentor-Tees – aus kontrolliert biologischem Anbau. Doch damit nicht genug: Wie immer legt Sonnentor großen Wert auf die Regionalität der verwendeten Rohstoffe und garantiert darüber hinaus einen stets fairen Umgang mit Bauern und Partnern. Neu von Sonnentor ist weiters der „Apfelzauber Punsch-Sirup“. Intensiv duftende Gewürze wie Zimt und Nelke geben diesem Punsch-Sirup ein stimmungsvolles Aroma. Und schließlich „Der winterliche Apfel mit Zimt“: Fruchttige Apfelstücke, aromatisch-würziger Zimt und verführerisch duftende Bourbon-Vanille machen diesen Fruchtaufstrich zu einem einzigartigen Geschmackserlebnis.



Ölz Goldbrauner Genuss

Ölz ist klarer Marktführer und zugleich auch die stärkste Marke im Bereich Feinbackwaren und Toastbrote. Mit den neuen **Taschen zum Toasten** bringt Ölz eine Produktinnovation auf den Markt: Die Ölz Meisterbäcker präsentieren als Marktneuheit zart knusprige Plunderteigtaschen mit tollen Füllungen – zum Fertigtoasten in nur einer Minute.

Die Ölz Apfel- und Nougat Taschen sind feine Plunderteigtaschen, die ein kleines kulinarisches Highlight versprechen. Kurz getoastet verbreiten die Ölz Taschen zum Toasten feinsten Geruch und werden zum geschmacklichen Highlight. Nur die besten Zutaten werden durch die liebevolle Zubereitung der Meisterbäcker zu knusprigen Taschen verarbeitet. Besonders feiner Plunderteig aus hochwertigen Zutaten und viel Vollmilch lässt die Ölz Taschen zum Toasten zu einem goldbraunen Genuss werden. Für die tägliche Abwechslung gibt es die knusprig-zarten Plunderteigtaschen in zwei köstlichen Varianten: Apfel und Nougat. Die fruchtige Apfelfüllung ist mit ganzen Apfelstücken und feinem Zimt abgerundet und verführt jeden Gaumen.

Die knusprig zarten Ölz Apfel- und Nougat Taschen zum Toasten sind auf-



grund ihrer Größe in jedem haushaltsüblichen Toaster zubereitbar. Auf niedriger Stufe kurz in den Toaster und in einer Minute sind die warmen Ölz Apfel- und Nougat Taschen schon genussbereit, wie frisch aus dem Backofen. In einer umfangreichen Kampagne machen die Ölz Apfel und Nougat Taschen jeden Toaster zur kleinsten Backstube der Welt. Reichweitenstarke Anzeigen und eine maßgeschneiderte Online Kampagne lassen jedem Betrachter das Wasser im Mund zusammenfließen. Über ein Online Gewinnspiel werden auch gleich die Premium Toaster zu den genussvollen Ölz Taschen zum Toasten mitgeliefert.

Henkel I Bester Halt bei jedem Wetter

70 Prozent aller Verwender von Haarstylingprodukten wollen Halt gebende Produkte und greifen dafür bevorzugt zu 3 Wetter Taft von Schwarzkopf. Die neue Haarstyling-Range der



Traditionsmarke präsentiert sich jetzt nicht nur mit optimierter Formel für noch besseren Halt und in neuem, modernisiertem Design, sie wird zudem um eine besonders pflegende Stylinglinie für trockenes und strapaziertes Haar erweitert: 3 Wetter Taft Ultra mit Argan-Öl-Essenz. Argan-Öl, oft auch als das „flüssige Gold Marokkos“ bezeichnet, ist das seltenste Öl der Welt. Es enthält eine hohe Konzentration an ungesättigten Fettsäuren, Vitamin E und natürliche Antioxidantien zum Schutz gegen freie Radikale. Zudem hilft das exklusive Öl trockenes Haar zu reparieren und restrukturieren, weshalb es die Schwarzkopf-Haarexperten nun als Essenz in einer neuen Stylinglinie inte-

griert haben. Das neue **3 Wetter Taft Ultra mit Argan-Öl-Essenz** hilft das Haar zu pflegen, schützt es und verleiht ihm ein geschmeidiges Haargefühl. Gleichzeitig geben Schaumfestiger und Haarspray ultra starken Halt, ohne das Haar zu verkleben. Auch optisch hat sich die 3 Wetter Taft-Range verändert: Logo und Verpackungsdesign wurden modernisiert und das Leistungsversprechen einmal mehr in den Vordergrund gerückt.

Henkel II Frisch und rein

Bei der Pflege ihrer Wäsche vertrauen Hausfrauen und -männer auf der ganzen Welt seit mehr als 100 Jahren auf Persil von Henkel. Schließlich orientiert sich die Traditionsmarke stets am Puls der Zeit und belebt den Markt durch innovative Produkte: Das neue **Persil mit Frische-Perlen von Silan** kombi-

niert stärkste Waschleistung mit einem extra lang anhaltenden Dufterlebnis. Die Frische-Perlen setzen sich während des Waschens auf dem Textil ab und verbleiben dort auch nach dem Trocknen der Wäsche – bis zum nächsten Waschgang mit einem herkömmlichen Waschmittel, bei dem die Frische-Perlen wieder rückstandslos ausgewaschen werden. Wird mit der Hand nun über die trockene Wäsche gestrichen, öffnen sich die – in trockenem Zustand porösen – Frische-Perlen und geben erneut ihren angenehm frischen Duft ab. So lässt sich der Duft frisch gewaschener Wäsche noch länger und auch während des Tragens der Kleidung genießen. Zudem macht Persil mit Frische-Perlen von Silan die Wäsche ohne separate Zugabe eines Weichspülers weich und verleiht ihr den beliebten Wildrosen-Duft von Silan. Das neue Persil mit Frische-Perlen von Silan ist gut hautverträglich und ab sofort in drei Größen (32/45/100 Waschgänge) erhältlich.



Beiersdorf Natürliche Soforthilfe

Die leichte, aber intensiv pflegende Produktserie **Florena mit Bio-Arganöl und natürlicher Sheabutter** schenkt der Haut auf natürliche Weise ihr Gleichgewicht. Der Feuchtigkeitsgehalt der Haut wird intensiviert, Spannungsgefühle in kurzer Zeit gelindert. Die Produktserie ist erhältlich als Tagescreme, Nachtcreme, Cremedusche, glättende Körperlotion, Körperbutter und Hand-Konzentrat. Bio-Arganöl wird aus der Frucht des Arganbaums gewonnen, einem der ältesten Bäume der Welt, der nur im südwestlichen Marokko gedeiht. Die leichte, aber intensiv pflegende Produktserie Florena mit Bio-Arganöl und natürlicher Sheabutter schenkt der Haut auf natürliche Weise ihr Gleichgewicht. Der Feuchtigkeitsgehalt der Haut wird intensiviert, Spannungsgefühle in kurzer Zeit gelindert. Die Naturmarke Florena bietet ein breites Angebot an natürlichen Pflegeprodukten für die tägliche Hautpflege. Der nachhaltige, verantwortungsvolle Umgang mit der Natur ist oberste Priorität. Deshalb werden natürliche, nachwachsende Rohstoffe aus kontrolliert biologischem Anbau eingesetzt, die strengsten Qualitätskontrollen unterliegen. Die Hautverträglichkeit ist dermatologisch bestätigt.



KURZ & NEU

SCA

Tempo begleitet nicht nur Schnupfen-geplagte, sondern alle, die gerne ein Taschentuch in der gewohnten Tempo Qualität dabei haben, mit einer



ansprechenden **Design-Edition** durch die Erkältungszeit. So zieren attraktive Motive wie beispielsweise Strickmuster und Polka Dots die Einzelpäckchen der 42x10er-Packungen der klassischen Tempo Taschentücher sowie der 36x9er-Packungen von Tempo Plus. Zudem sorgen gute Wünsche wie „Kopf hoch“ und „Alles Liebe“ auch für moralische Erkältungsunterstützung und machen die Tempo Taschentücher zu einem sympathischen Accessoire. Die Tempo Wohlfühl-Design-Edition ist vom 1. Jänner bis 31. März 2011 erhältlich.

Rewe

iQ Cosmetics präsentiert innovative **High End Mascara**. Das Produkt betont dank einer außergewöhnlichen



Form des Mascara-Bürstchens nicht nur jede Wimper einzeln, sie umhüllt und verwehnt sie gleichzeitig mit einer an Vitamin A und C sowie Ceramiden reichen und pflegenden Formel. Die neue iQ Cosmetics High End Mascara ist in allen Bipa-Filialen erhältlich.

Johnson & Johnson

Die „Parfümfrei“-Linie von Penaten wird im Februar 2011 um zwei Produkte erweitert, die trockene, raue und sensible Haut wieder babyweich pflegen: Neu sind die **Parfümfreie Intensiv-Lotion** in der 400ml-Flasche und die **Parfümfreie Intensiv-Creme Gesicht & Körper** in der 75ml-Tube. Beide Alternativen zur herkömmlichen Range enthalten die „Soothing naturals“-Formel, eine Kombination aus Vitamin E, Olivenblattextrakt und Mineralien.



Danone Promotion-Offensive

Mit gleich drei Promotion-Aktionen startet Danone ins neue Jahr. Abnehmen und eine gesündere Ernährung stehen nach den Feiertagen bei vielen Österreichern auf der Liste der Neujahrsvorsätze. Passend dazu läuft seit KW 1 das **Activia Testwochenprogramm 2011** unter dem Motto „**Activia probieren - Blähbauch reduzieren**“. Konsumenten haben die Möglichkeit, alle Activia-Produkte zu testen. Bei einem nicht zufriedenstellenden Ergebnis bietet Danone über den Promotion-Zeitraum (KW 1-12) eine Geld-zurück-Garantie. Dafür einfach eine kurze Begründung – mind. 15 Wörter – zusammen mit den ausgeschnittenen „Activia probieren – Blähbauch reduzieren“-Logos und den Kassabons für mindestens 28 und maximal 32 Portionen einsenden. Nähere Informationen sowie ein Gewinnspiel finden Interessierte unter www.danone-activia.at. Als Hauptpreis gibt es ein Wohlfühl-Wochenende für zwei Personen im 4-Sterne-Hotel Retter in der Steiermark zu gewinnen.

Kleinen Danone-Fans finden im Zeitraum Jänner bis März 2011 auf allen **Fruchtzwerge-Packungen** (300 g MK 1, MK 2, Maxi, Duo, 8pack) **Magnet-Tiere zum Sammeln & Tauschen**. Insgesamt 26 verschiedene Tiermotive – für jeden Buchstaben des Alphabets – sind in den Fruchtzwerge-Packungen zu finden.

Romantisch wird es mit **Danone Topfencreme** im Februar. Passend zum Valentins-Tag

am 14. Februar veranstaltet Danone von KW 5-8 ein **Valentins-Gewinnspiel**.

Zu gewinnen gibt acht Wellness- und Kuschel-Reisen zum Verlieben, 333 Blumensträuße im Wert von je 30 Euro und diverse Streupreise wie Wallpapers etc. Mehr dazu unter www.danone-topfencreme.at.



Haribo Ins Schwarze getroffen

Im Promotionszeitraum Jänner bis März 2011 verlost **Haribo** 300 trendige **Haribo-Dartscheiben**. Die Dartscheiben mit gebrandeten Haribo-Pfeilen werden exklusiv bei dieser Haribo-Promotion verlost und können nicht käuflich erworben werden. Die vollautomatische Dartscheibe bringt Spaß nach Hause und sorgt in den kalten Wintermonaten für jede Menge Spaß im Wohnzimmer. Bis zu acht Spieler bzw. Teams haben die Wahl zwischen 13 verschiedenen Spielen mit automatischer Punktwertung und Memory-Funktion. Im Handel wird die Promotion österreichweit durch eigene Promotion-Crowner ausgelobt. Zusätzlich kommen im Promotionszeitraum Hörfunkspots sowie verstärkte TV-Werbung zum Einsatz.

Im Promotionszeitraum Jänner bis März 2011 verlost **Haribo** 300 trendige **Haribo-Dartscheiben**. Die Dartscheiben mit gebrandeten Haribo-Pfeilen werden exklusiv bei dieser Haribo-Promotion verlost und können nicht käuflich erworben werden. Die vollautomatische Dartscheibe bringt Spaß nach Hause und sorgt in den kalten Wintermonaten für jede Menge Spaß im Wohnzimmer. Bis zu acht Spieler bzw. Teams haben die Wahl zwischen 13 verschiedenen Spielen mit automatischer Punktwertung und Memory-Funktion. Im Handel wird die Promotion österreichweit durch eigene Promotion-Crowner ausgelobt. Zusätzlich kommen im Promotionszeitraum Hörfunkspots sowie verstärkte TV-Werbung zum Einsatz.

Urlaub im Europa-Park Rust

Im Sommer 2011 verlost Haribo **10 Familienaufenthalte im Europa-Park in Rust/Baden**. Mit verschiedenen europäischen Themenbereichen sowie über 100 Attraktionen und Shows ist der Europa-Park Deutschlands größter Freizeitpark. Die Preise inkludieren zwei Übernachtungen incl. Frühstück im 4-Sterne Resort im Europa-Park für zwei Erwachsene und zwei Kinder. Das Gewinnspiel wird im Handel mittels Teilnahmekarten sowie Aufklebern auf den Goldbären-Beuteln beworben. Zusätzlich werden die Konsumenten durch **Promotion-Crowner** sowie durch **Haribo-Hängesessel** auf das Gewinnspiel hingewiesen.



Vita+ Naturprodukte Mehr für's Geld

Mehr für sein Geld bekommt der Konsument bei der Tiroler Bio-Marke Verival – und zwar gleich 20 Prozent. Denn bis Ende März gibt bei allen Sorten der Linien Verival Active Müsli und Verival Crunchy gibt es 20% mehr Inhalt.

Im Handel werden die verkaufsfördernden Maßnahmen über Aktionsdisplays promoted.

Almdudler

Mit Alpenkräutern zum Sommerflitzer



ÜBERGABE. v. I. Claus Hofmann-Credner, Almdudler Marketingleiter, Gewinnerin Kathrin Krajnc und Hubert Freiler, Marketingleiter des Vespa-Importeurs Faber.

Mitte September verlost **Almdudler** am Almdudler Trachtenpärchenball im Wiener Rathaus unter allen Besuchern eine Original **Almdudler-Vespa** für einen Sommer. Die Original Almdudler-Vespa im Retrodesign steht für die einzigartige Kombination aus Tradition und Moderne, die die Marken Almdudler und Vespa verbindet. Der weißen Sommerflitzer, mit 125 Kubik-cm, zieren Motive des Almdudler Trachtenpärchens Jakob und Marianne, die der Fahrerinnen einen einzigartigen Auftritt garantieren. Die glückliche Gewinnerin Kathrin Krajnc – die im nächsten Sommer mit der Almdudler-Vespa durch Wien flitzen wird – kann sich daher über mehr als einen fahrbaren Untersatz freuen, denn diese Original Almdudler-Vespa ist ein wahres Schmuckstück auf zwei Rädern.

Kellogg

Fit für den dm Frauenlauf

Kellogg Österreich gibt mit Kellogg's Special K den Startschuss für die Laufsaison 2011: Der Frühstücksspezialist verlost 20 Startplätze im Kellogg Laufteam für den **Österreichischen dm Frauenlauf** am 22. Mai 2011 im Wiener Prater. Seit Mitte Dezember befinden sich die Teilnahme-Sticker für das Gewinnspiel auf den **Kellogg's Special K Packungen Classic** und **Red Fruit**. Inkludiert sind ein professionelles Lauftraining und die Teilnahme am erfolgreichsten Frauensportevent Kontinentaleuropas. Ziel des Laufs ist es, Frauen und Mädchen für den Laufsport zu begeistern und damit zu einem gesünderen Lebensstil zu führen. Volker Tratz über die Kooperation mit dem Österreichischen dm Frauenlauf: „Ausgewogene Ernährung gehört zu einem gesunden Lebensstil wie das Schuhband zum Laufschuh. Der Österreichische dm Frauenlauf bietet uns daher eine ideale Möglichkeit, um mit Kellogg's Special K präsent zu sein. Wir haben uns in diesem Jahr entschieden, uns für diesen Anlass noch stärker zu engagieren. Das Gewinnspiel ist die erste von vielen Aktivitäten rund um den Event. Neben den bewährten Informations- und Verkostungszelten mit Tony dem Tiger ist auch eine umfangreiche inhaltliche Kooperation im Themenbereich Ernährung geplant.“ Weitere Informationen unter www.specialk.at.



KURZ & NEU

Rewe

Bereits über 9000 Unterstützer, 30 fertige Projekteinreichungen und in etwa 30 Einreichungen im Entwurfsmodus verzeichnet das **Bipa Schulprojekt**, das anlässlich des 30jährigen Jubiläums des Unternehmens gestartet wurde: Wie berichtet stellt Bipa im Rahmen des Projekts 500.000 Euro zur Verfügung, damit österreichischen Schülerinnen und Schülern beim Helfen geholfen wird. Votings für Projekte sind unter www.facebook.com/BIPASchulprojekt möglich.

Für eine Teilnahme am Bipa Schulprojekt haben engagierte Schülerinnen zusammen mit einem betreuenden Lehrer die Möglichkeit, ihre Idee in Form einer Kurzbeschreibung ihres Projekts auf www.bipaschulprojekt.at hochzuladen. Einreichungen sind noch bis 28. Februar 2011 möglich. Für eine Projekt-Realisierung ist es notwendig, möglichst viele „Likes“ auf der eigens ins Leben gerufenen Website zu sammeln. Die Projekte mit den meisten Unterstützern werden dann von Bipa finanziert und von der jeweiligen Klasse umgesetzt.

SCA

Zewa Moll verlost 10 Kuschelsofas des Einrichtungshauses **Leiner** sowie 200 mollig dicke, gelbe Kuscheldecken. Beworben wird die Promotionaktion noch bis Ende Jänner auf den Zewa Moll 10er- und 16er-Packungen. Und so geht's: einfach auf www.zewa.at den Lösungssatz vervollständigen und mit ein bisschen Glück gewinnen. Teilnahmeschluss des Gewinnspiels ist am 31.1.2011.

Mars

Die „**Passt-perfekt-Promotion**“ von **Kitekat** wird fortgesetzt. Bis Ende März gibt es zu allen 750-g- und 1,4-kg-Trockenpackungen von Perfect Fit bunte Spielmäuse als Geschenk für die Stubentiger. Neben einer aufmerksamkeitsstarken Banderole finden Konsumenten auf der Rückseite der Packung auch noch eine Broschüre mit Produktinformationen und die Aufforderung zum Sammeln. Für drei EAN-Codes gibt es einen Futternapf als Treuegeschenk. Zur Auswahl stehen diverse Farben und Aufschriften – von Abenteurer bis zum Salonlöwen. Für jeden Katzentyp ist also als richtige dabei.

