

KURZ & NEU

Kuchen-Peter

Würzig, knusprig, fest im Biss – so mögen es die Österreicher am Liebsten. Die **Sonnenblumenmuschel** von **Kuchen-Peter** vereint all diese Eigenschaften zu einem Kraftpaket der besonderen Art. Die Sonnenblumenkerne im Teig und an der Unterseite der Sonnenblumenmuschel enthalten Vitamine, Kalzium, Magnesium, Eisen und Selen. Passend sowohl zu süßen als auch pikanten Belägen ist die Sonnenblumenmuschel ein außergewöhnlicher Hingucker in jedem Brotkorb. Seit Mai ist das neue Produkt im österreichischen Lebensmittelhandel erhältlich.



Sonnentor

Sonnentor erweitert das **Bio-Bengelchen Sortiment** um **Bald-Mami-Tee** und **Sonnenkind Baby-Tee**. Der **Bald-Mami-Tee** besteht aus Brennnessel, Erdbeerblättern und Scharfgarbe, abgerundet durch Rosenblüten, Orangenschalen und -blüten schmeckt er nicht nur gut sondern unterstützt auch das seelische Wohlbefinden. Den benötigten Frischekick bekommt die werdende Mutter dank Lemongras und Zitronenmelisse. Fenchel, Anis, Kümmel und Zitronenmelisse sind das Geheimnis des Sonnenkind Baby-Tees.



Hochriegel

Hochriegel bereichert den Frizzante-Markt ab Juni 2011 mit einer besonderen Innovation: **Frizzante acht** überrascht mit voll-fruchtigem Geschmack bei nur 8,5% Alkoholgehalt. Der Schraubverschluss sichert die Qualität vor und nach dem ersten Öffnen und ermöglicht eine unkomplizierte Handhabung. Die prickelnde Leichtigkeit von Frizzante acht spiegelt sich auch in der hochwertigen, modernen Ausstattung wider – das transparente Etikett kommuniziert mit der Zahl acht bereits den besonderen Vorteil dieses Frizzante. Frizzante acht ist ab Juni 2011 erhältlich.



Danone

Doppel-Null mit Geschmack

Ein deutliches Wachstum konnte Activia 2010 mit den 0%-Produkten erreichen, doch das ist nicht genug. Sich ein Beispiel an Holland nehmend relaucht Danone die 0%-Produkte nun auch in Österreich und fügt eine zweite Null hinzu. Die neuen **Activia 00%**-Sorten beinhalten neuerdings sowohl 0% Fett als auch 0% Zuckerzusatz – weiterhin kombiniert mit dem Gesundheitsnutzen aller Activia-Produkte. Der Design-Relaunch der Verpackung soll zusätzlich für bessere Differenzierung und maximalen Shelf Impact sorgen. Passend zu den Temperaturen wird ab KW 25 auch die neue sommerliche Geschmacksrichtung **Activia Mango 00%** im Kühlregal zu finden sein. Eine 360°-Kampagne mit dem Motto „Jetzt entdeckt – wirkt und schmeckt“ inklusive Gewinnspiel soll den Verkauf der Activia-Produkte zusätzlich ankurbeln.



Kraft Foods

Benco wird Bio

Österreich liebt Bio. Nun fährt auch der Benco-Boy, Symbolfigur von Österreichs beliebtestem Kakao, voll auf Bio ab – denn ab sofort gibt es **Benco** auch in kontrollierter **Bio-Qualität**. Dass Benco Bio nach kontrollierten Bio-Standards hergestellt wird, garantiert das bekannte österreichische AMA-Biozeichen: Kakaobohnen und Rohrzucker stammen aus biologischem Anbau, auf Geschmacksverstärker, künstliche Aromen und Farbstoffe wird entsprechend den gesetzlichen Vorschriften verzichtet. Der bewährte Geschmack der Standard-Sorte bleibt natürlich gleich. Die Benco Bio Packung hat Signalwirkung und sticht durch ihr auffälliges Design in leuchtendem Grün sofort ins Auge. Zusätzlich handelt es sich bei der Verpackung um einen wiederverschließbaren, umweltverträglichen Karton. Das Kultgetränk in Bio-Qualität gibt es ab sofort im Handel zu kaufen.



Bahlsen

Aufi auf'n Berg

Auch heuer sorgt **Kornland** wieder für Abwechslung im Müsli- & Cerealien-Riegel-Regal. Zum Sommerstart launcht Kornland die limitierte **Aufi auf'n Berg Edition** mit den beiden Sorten Kornland **Schoko-Orange** und Kornland **Weichsel-Joghurt**. Außerdem gibt es Preise rund ums Thema Wandern zu gewinnen – einfach auf www.kornland.at dem Kornländer aufi auf'n Berg helfen und tolle Wanderaufenthalte in Österreichs Wanderdörfern sowie hochwertige Lowa Wanderschuhe gewinnen. Kornland Müsli-Riegel werden unter strengen Qualitätsrichtlinien und selbstverständlich ohne Zusatz von Konservierungsmitteln, ohne Farbstoffe sowie ohne gehärtete Fette mit ausgewählten Getreidesorten und hochwertigen, ungeschwefelten Früchten hergestellt.



Nöm

Fru Fru – frisch und fruchtig

Exotisches kombiniert mit Traditionellen – das ist der Mix, den die Badener Molkerei NÖM für die neue fru fru Sommersorte kreiert hat, die im Mai gelauncht wurde. „In diesem Fall haben sich unsere Produktentwickler eine besondere Mischung einfallen lassen. Der saftig-süße Kiwi wurde mit der säuerlichen Stachelbeere kombiniert, was zu einem fruchtig, frischen Geschmackserlebnis führt. Diese Komposition ist besonders erfrischend und daher für die warme Jahreszeit hervorragend geeignet“, betont NÖM-Marketingleiterin Claudia Schober. „Die leuchtend grüne Farbe der Stachelbeere und des Kiwis setzt auch in unserer Produktwerbung erfrischende Akzente.“ Die **limited Edition Kiwi Stachelbeere** löst damit Mandarine ab, die während des Winters im Kühlregal erhältlich war. Für alle, die es weniger exotisch lieben, ist fru fru natürlich weiterhin in den klassischen Sorten Erdbeere, Heidelbeere, Waldbeere, Kische, Himbeere und Mango erhältlich. Die beerige Holunder, die im vergangenen Jahr als fru fru limited Edition im Kühlregal erhältlich war, wurde aufgrund des großen Erfolgs ins Standard-sortiment aufgenommen. Außerdem ist fru fru in stichfester Form als fru fru wie damals in den Sorten Erdbeer, Waldbeer und Marille erhältlich.



Nestlé

Schmeckt einfach blendend

Im Juni 2011 verleiht Nescafé dem Segment „löslicher Bohnenkaffee“ wieder einen neuen Impuls. **Nescafé Green Blend** ist der erste Kaffee, der aus gerösteten und ungerösteten, grünen Kaffeebohnen hergestellt wird und einen hohen Anteil an natürlichen Antioxidantien aufweist. Antioxidantien können freie Radikale und hochreaktive Sauerstoffverbindungen abfangen. Kaffee enthält von Natur aus einen hohen Anteil an Antioxidantien. Dabei enthalten vor allem grüne Kaffeebohnen sogenannte Polyphenol-Antioxidantien, die den körpereigenen Zellschutz unterstützen können. Mit einem neuen, exklusiv von Nestlé entwickelten und patentierten Herstellungsverfahren ist es Nescafé nun gelungen, diese wertvollen Polyphenole – die bei einer normalen Röstung grobstils verloren gehen – aus grünem Kaffee verfügbar zu machen und mit feinstem gerösteten Kaffee abzustimmen. Zwei Tassen Nescafé Green Blend enthalten im Durchschnitt 0,35g Polyphenole.



Bongrain

Leicht und würzig

Gute Neuigkeiten für Frischkäsegenießer: Bresso bietet im Frühling 2011 mit **Bresso Kirschtomate & Chili** und **Bresso Französischer Schnittlauch** als Line-Extension zwei neue Köstlichkeiten für noch mehr Abwechslung und exquisiten Genuss. Kirschtomate & Chili vereint die feine Süße reifer Kirschtomaten mit einer angenehm scharfen Chili-Note. Da Schnittlauch in Österreich traditionell zu den stärksten Kräutersorten zählt, haben die Käsemeister von Bresso als Erweiterung der Kräuterrange den Bresso Französischer Schnittlauch kreiert. Feiner, französischer Schnittlauch bringt gerade rechtzeitig im Frühling einen neuen Kick ins Kühlregal und bietet so den Frischkäsegenießern würzigen, luftig-leichten Bresso-Genuss.



Milupa
Fit für den Kindergarten

Kinder im Wachstumsalter benötigen auch nach dem ersten Lebensjahr noch eine spezielle, kindgerechte Ernährung. Ernährungsstudien zeigen jedoch, dass Kleinkinder nicht optimal versorgt sind.

Sie nehmen – gemessen an Ernährungsempfehlungen – u.a. zu viel Eiweiß zu sich, was zu späterem Übergewicht führen kann. Ein Großteil des Eiweiß wird über Milchprodukte aufgenommen, daher empfiehlt der österreichische Expertenkreis für Kleinkindernährung maximal drei Portionen (300–330ml) Milch oder Milchprodukte pro Tag und nennt eiweißreduzierte Produkte als Möglichkeit, um die Eiweißaufnahme zu verringern.



Mit **Aptamil Junior Kindermilch** von **Milupa** lässt sich die Eiweißaufnahme fast um die Hälfte reduzieren, und sie unterstützt das Immunsystem mit den Vitaminen A,C und D. Die Kindermilch von Milupa eignet sich optimal für Kinder ab einem Jahr als Milchgetränk und wächst in der Zusammensetzung mit dem Kind und seinen Anforderungen mit. Daher ist neben Aptamil Junior 1+ und Aptamil Junior 2+ seit neuestem auch **Aptamil Junior 3+** im Handel erhältlich. Damit wird eine ausgewogene Ernährung auch im Kindergartenalter optimal unterstützt.

Mars
Nachhaltiges Naschen

Dass Nachhaltigkeit bei **Mars Austria** hoch im Kurs steht, wurde bereits bei der Bilanzpressekonferenz betont. Jetzt haben die Kunden auch etwas davon. Für **Balisto** verwendet Mars nur noch hochwertigen **UTZ certified Kakao** und unterstützt damit den nachhaltigen Kakaoanbau. Das Gütesiegel UTZ certified belegt, dass die Kakaobauern lernen, ihre Felder umweltschonend und wirtschaftlich zu bebauen. Dadurch schützt nachhaltiger Anbau die Natur, steigert die Ernteerträge und die Qualität des Kakaos. Guter Kakao erhöht wiederum das Einkommen der Bauern und verbessert ihre Lebensqualität. Ab Sommer 2011 sind alle Balisto-Packungen mit dem UTZ certified Gütesiegel gekennzeichnet. Ab Anfang August startet die großangelegte Kampagne im Internet und am POS. Displays machen auf Balisto aufmerksam, ein Infofolder erklärt alle Details zum Kakao-Gütesiegel. Kampagnen im Print und im TV folgen. Mars hat sich dazu verpflichtet, bis 2020 nur noch Kakao aus nachhaltigem Anbau zu beziehen. Mit dem Gütesiegel UTZ certified für Balisto ist der erste Schritt in diese Richtung getan.



Hotwagner
Auf die Pute gekommen

Der Trend zur Pute setzt sich fort. Nach der erfolgreichen Einführung der Hotwagner Premium-Putensalami vor zwei Jahren will der Fleisch- und Wurstwaren-Experte nun mit der **Hotwagner Putenroulade mit Ei** punkten. Die Putenroulade besteht zu 100% aus Pute, ist lactose- und glutenfrei und beinhaltet nur Eier aus Bodenhaltung. Das neue Thekenprodukt, ab Juni im Handel erhältlich, ist ein Highlight für alle Platten und Aufschnitte. Die pikante Einlage sowie das Stangenei sorgt für ein vollmundiges Geschmacksaroma.



Darbo
Frisch und fruchtig

Rechtzeitig zum Sommer gibt es ab Juni die **kalorienreduzierten Sirupe** von Darbo – nur für kurze Zeit – in den erfrischenden Sorten **Pfirsich, Melisse-Ingwer** und **Birne-Holunderblüte** im gutsortierten Lebensmittelhandel. Die kalorienreduzierten Sirupe schmecken nicht nur besonders fruchtig, sondern haben auch 1/3 weniger Kalorien als herkömmliche Sirupe. Natürlich in der eleganten 500-ml-Glasflasche im Mischungsverhältnis 1:6 und ohne Zusatz von Farb- und Konservierungsstoffen. Angeboten wird die leichte Sommer Limited Edition von Darbo verstärkt über attraktive Displays.



Unilever
Zarter Fischgenuss

Sommer ist Fischzeit. Deshalb erweitert **Knorr** die erfolgreichen Ofen-Genuss Gerichte um **Zarte Fischfilets mit Kräutern** – und reagiert damit auch auf die wachsende Beliebtheit von Fisch in Österreich. Die Produktinnovation ist ein ideales Angebot



an die wachsende Gruppe gesundheitsbewusster Fisch-Fans, lässt sie sich doch optimal in den modernen Alltag integrieren: Mit dem neuen Ofen-Genuss Gericht gelingen zarte Fischfilets in nur 20 Minuten. Die schonende Zubereitung im Bratbeutel sorgt dafür, dass die natürlichen Aromen und Nährstoffe weitgehend erhalten bleiben, während die Fischfilets gleichzeitig saftig und zart werden und den Geschmack der köstlichen Kräuter-Dill-Sauce

hervorragend aufnehmen. Für einen rundum ungetrübten Genuss sorgt zusätzlich der **Original Toppits Bratbeutel**, der sicherstellt, dass lästiges Ofenputzen beim Kochen mit den Ofen-Genuss-Produkten kein Thema ist.

Starkes Unterstützungspaket
Der Launch von Ofen-Genuss „Zarte Fischfilets mit Kräutern“, wird von einem umfassenden Unterstützungspaket begleitet. Neben TV- und PR-Maßnahmen beinhaltet dieses eine eigene Produktwebsite und eine Sampling-Aktion mit über 100.000 Produkten in ganz Österreich.

Trolli
Auf die Finger, fertig, los!

Die neuen **Trolli Gummi Bear-Rings** steckt sich jeder gerne an den Finger – und natürlich in den Mund. Denn die farnefrohen Ringe, auf denen putzige Bärchen in unterschiedlichen Positionen herumturnen, sind lustige und kreative Schmuckstücke aus Fruchtgummi. In drei fruchtigen Farb- und Geschmackskombinationen kann man sich seine Ringkollektion zusammenstellen, um diese dann lustvoll zu verspeisen. Die intensiven Fruchtkombinationen Zitrone-Kirsche, Ananas-Orange und Erdbeer-schwarze Johannisbeere machen die Trolli Gummi Bear-Rings zum süßen Genuss, nach dem sich alle die Finger lecken. Eine tolle Idee für Schultüten, Einschulungs-Partys und vieles mehr. Erhältlich sind die Trolli Gummi Bear-Rings in der 200-g-Packung (18 x 200 g im Karton).

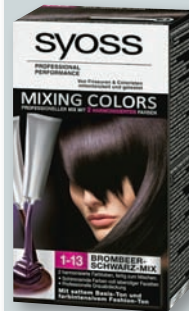


KURZ & NEU

Beiersdorf
Der Volumen-Booster schlechthin ist die neue **Nivea Max Volume Grandiose Mascara**. Der Wimpern verdichtende und restrukturierende Biotin-Komplex mit Hightech-Bürstchen sorgt für sechs Mal mehr Volumen. Die neue Wimperntusche ist augenärztlich getestet und auch für Kontaktlinsen-Trägerinnen geeignet.



Henkel
Ab jetzt ist beim Colorieren Eins plus Eins mehr als Zwei: Zwei Farbtöne – ein intensiver Basis-Ton und ein hochpigmentierter Fashion-Ton – werden, wie im Friseursalon, frisch zusammengemischt. **Syoss Mixing Colors**, die Coloration mit professioneller Mix-Technik, liefert schimmernde, intensive Farben mit lebendigen Facetten zu einem Preis, den man sich leisten kann. Diese Profi-Mix-Technik wurde im



Retailmarkt bisher noch nicht angeboten. Das hochwertige Design und die ausdrucksstarken Farben der Stufe 3-Coloration verhelfen außerdem zu einem aufmerksamkeitsstarken Regalauftritt. Das Portfolio von Syoss Mixing Colors umfasst 8 Farbnuancen: 1–13 Brombeer-Schwarz-Mix, 1–18 Schoko-Dunkelbraun-Mix, 3–12 Amaretto-Dunkelbraun-Twist, 4–58 Granit-Hellbraun-Twist, 4–86 Praline-Braun-Mix, 5–25 Kirsch-Rot-Mix, 5–82 Nougat-Braun-Twist und 9–52 Perlmutter-Hellblond-Mix.

Energizer

Hawaiian Tropic ist seit jeher der Inbegriff von Sommer, Sonne, Strand und perfekter Bräune. **Hawaiian Tropic Produkte** sind für ihren hochwirksamen Sonnenschutz, die natürlichen Inhaltsstoffe und den unverwechselbaren Kokosduft weltbekannt. Die hyperallergenen Hawaiian Tropic Sonnenschutzöle bieten zuverlässigen UVA und UVB Schutz und sind dermatologisch getestet. Die neue Verpackung, geziert von Hibiskus-Blüten, ist attraktiver und konsumentenfreundlicher gestaltet, enthält eine noch ausführlichere Beschreibung und kennzeichnet den Lichtschutzfaktor deutlich.

