



**GUTER WURF. Soletti Mini-Kornspitz sind eine Idee von Dr. Wolfgang Hötschl, Kelly (links) und Peter Augendopler, backaldrin.**

Kelly

## Ein Fall für zwei

Kelly, Österreichs Experte in punkto Knabbergebäck, und backaldrin, Österreichs führender Hersteller von Backgrundstoffen und Kornspitz-Ende, vereinen ihr Know-how und bringen ein gemeinsames Produkt auf den Markt. Der **Soletti Mini Kornspitz** ist das jüngste Produkt im Knabber-Regal und die kleine Ausgabe des großen Gebäck-Bruders mit dem geschützten Namen, der für höchste Qualität steht.

Dr. Wolfgang Hötschl, Geschäftsführer der Kelly GmbH, erklärt die Idee, die dahinter steht: „Kornspitz schmeckt frisch am besten, doch nicht immer ist er sofort verfügbar. Daher haben wir uns überlegt, wie wir den Kornspitz so produzieren können, dass er frisch und knusprig bleibt und

damit immer und überall verfügbar ist.“ Es ging also darum, aus dem Kornspitz ein Knabbergebäck zu machen und mit der Marke Soletti die Marke Kornspitz zu „miniaturisieren“.

Essenziell dabei: Der Soletti Mini Kornspitz hat den gleichen Ballaststoffgehalt und identen Geschmack wie der große Bruder, nur eben als Knabbergebäck im Miniaturformat. Wie das Gebäck ist auch SolettiMini Kornspitz cholesterinfrei, frei von Geschmacksverstärkern und kommt ohne Aromen, Farbstoffe und Konservierungsstoffe aus. Das AMA-Gütesiegel ist ein Garant für die hervorragende Qualität des Produktes.

### Gelungene Zusammenarbeit

Peter Augendopler, Eigentümer von backaldrin, freut sich über die gelungene Kooperation: „Dass zwei erfolgreiche heimische Unternehmen kooperieren, ihr Know-how vereinen und ein wirklich gutes Produkt gemeinsam gestalten, ist hierzulande eine Ausnahme.“ Dementsprechend ist das jüngste Produkt nur der erste Schritt der Zusammenarbeit, eine Fortführung und Ausweitung ist geplant. Soletti Mini Kornspitz ist in einer 125-g-Packung seit März im LEH erhältlich.

Auffälliges Material im Handel soll die Konsumenten auf das neue Produkt hinweisen, die Webseiten [www.soletti.eu](http://www.soletti.eu) und [www.kornspitz.com](http://www.kornspitz.com) bieten weitere Informationen zu dem Produkt. Die Promotionaktionen stehen ganz im Zeichen von „mini“, dementsprechend werden ge-

brandete MiniCoopers den Konsumenten den neuen Soletti Mini Kornspitz verkosten lassen sowie Tease-Insertate in Special Interest Magazinen und im Internet auf die Neuigkeit aufmerksam machen.

Als nächsten Schritt soll es dann als Testlauf ab April im Handel eine Kooperation mit einem neuen Produkt von Loidl geben – miniWurst und miniKornspitz in einer Jausenpackung, um den Soletti Mini Kornspitz als Zwischenmahlzeit zu positionieren.

Kaiser

## Mehr vom Zuckerl

Die neuen Kaiser Wohltuzuckerl sind das, was sie versprechen: wohltuend. Das beweist einmal mehr das neue **Multivitamin plus Bonbon**. Mit 30% weniger Zucker trägt es dem aktuellen Ernährungsbewusstsein der Verbraucher überzeugend Rechnung. Zucker ist gerade für Hals- und Hustenbonbons ein wichtiger Geschmacks- und Wirkungsträger. Dennoch kommt das innovative Konzept der neuen Kaiser Multivitamin plus Bonbons trotz Zuckerreduktion ohne Zusatz von Süßstoffen oder Süßungsmitteln aus.

Auf den von Kaiser gewohnten vollen Geschmack und die überzeugende Wirkung muss dabei aber keineswegs verzichtet werden. Hier zeigt sich einmal mehr das Know-how des Zuckerl-Herstellers. Durch sorgfältige Auswahl der hochwertigen Zutaten und die notwendige Verfahrens-

technologie sind diese Bonbons ein echtes Geschmackserlebnis und erfüllen alle Anforderungen eines echten Kaiser Wohltubonbons. Um die Zuckerreduzierung in diesem Aus-

maß zu ermöglichen, werden natürliche Ballaststoffe eingesetzt, die neben ihrer guten Verträglichkeit zudem wertvolle ernährungs- und gesundheitsbezogene Eigenschaften besitzen.



Ackerl

## Qualität aus Österreich

Als jüngste Neuheit hat das niederösterreichische TKK-Unternehmen, Ackerl, **Putenschinkenknödel**

**900 g** neu eingeführt. Ziel ist es auch dem kalorienbewußten

Genießer die österreichische Hausmannskost zu ermöglichen.

Das Produkt wird durch Einführungsaktionen unterstützt.



# VOLLER GESCHMACK FÜR VOLLE KASSEN.

## Almdudler Zuckerfrei

- Voller Geschmack, nur 1,4 kcal/100 ml
- Aus 32 natürlichen Alpenkräutern
- Kein Konservierungsmittel
- Kein künstliches Aroma
- Für Diabetiker bestens geeignet
- Kein Zucker, weniger als 0,01 BE



**Almdudler**

[www.almdudler.com](http://www.almdudler.com)

**Wrigley**  
**Erfrischend und angenehm**

Egal ob unterwegs, auf der Arbeit, in der Uni oder auf der Piste, ein frischer Atem ist mit der neuen Geschmacksrichtung **Airwaves Green Mint** immer dabei. Airwaves Green Mint kombiniert das intensive Airwaves-Mentholaroma mit einem angenehmen Minz-Geschmack und sorgt so für ein neues Frischeerlebnis. Davon kann man einfach nicht genug bekommen. Dabei sind die Kaugummi-Dragees dank wieder verschließbarem Beutel mit 25 Stück im Handumdrehen griffbereit.

Der neue **Airwaves Flash** ist die stärkste Innovation von Airwaves und sorgt für ein bisher unbekanntes Frischeerlebnis. Durch spezielle Menthol-Bits und eine neue Formel für lang anhaltenden Geschmack hält der maximale Flash gleich doppelt so lang. Das 2-stufige Geschmackserlebnis vermittelt Kick und Frische.



Mit dem trendigen Airwaves Flash ist man sofort bereit zum Ausgehen. Das stylische Design und die minimalistische Gestaltung gibt es in der bewährten Verpackung mit neuem Verschlusssystem – der perfekte Begleiter für unterwegs.

Die Eiszeit hat begonnen: **Orbit Ice Mints** sorgen mit dem beliebten Pfefferminzgeschmack für pure Frische. Egal ob in der U-Bahn, im Café oder in der Bar, Orbit Ice Mints sorgen schnell für eine Portion Frische. Die neuen Mints sind natürlich ganz ohne Zucker und unterstützen daher auch die Zahngesundheit. Die neue Form verbreitet den Geschmack noch schneller und intensiver im Mund und sorgt für ein Frische-Erlebnis der neuen Dimension. Passend für jede Tasche gibt es die Orbit Ice Mints in einer handlichen Verpackung mit 16 Mints.

**Schenkel**  
**Nordisch und zart**

Das Importhaus Schenkel bringt nun Heringszubereitungen nach typisch nordeuropäischer Art auf die Tische der österreichischen Feinschmecker: Die fangfrischen **Heringsfilets aus nordischen Gewässern** werden exklusiv für Importhaus Schenkel in Dänemark hergestellt. Höchste Qualitätsansprüche an die verwendete Rohware sowie die nach authentischen Rezepten hergestellten Remouladen und Marinaden machen diese typisch skandinavischen „Sild“ Spezialitäten zu einem außerordentlichen Genuss. Schenkel's Nordische Herings lets im Glas sind ab sofort in folgenden Sorten im Kühlregal erhältlich: **in Senf-Remoulade** – zarte Heringslets in einer würzig-cremigen Senf-Remoulade im 255-g-Glas, **in Remoulade mit roten Rüben** – zarte Heringslets in fruchtiger rote Rüben-Remoulade im 255-g-Glas und **in Kräuter-Marinade** – zarte Heringslets im Ganzen in aromatischer Kräuter-Marinade auf Matjes-Art im 275-g-Glas.



**Ölz**  
**Luftig und fruchtig**

Ölz, als beliebteste Backwarenmarke am österreichischen Markt (Galup 2009), punktet ab April mit einer Innovation: Als Marktführer im Segment gefüllte Hefeteige (AC Nielsen YTD 04/10) beleben die Meisterbäcker mit dieser köstlichen Sensation das Segment. Die bereits bekannten **Ölz 4er** erhalten jetzt zusätzlich eine **Füllung aus fruchtiger Marille** und **schokoladigem Nuss-Nougat**. Die neuen Füllungen

verleihen den hochwertigen Hefeteiggebäcken den besonderen Kick und erinnern an die beliebten österreichischen Buchteln. Die neuen **Ölz 4er** gefüllt sind **die Sensation** auf dem Frühstückstisch: für alle, die nach Tradition mit dem gewissen Etwas suchen, ganz neu und einzigartig in Österreich.



**Haas**  
**Edel und würzig**

Eine vollkommene Neuheit auf dem österreichischen Senfmarkt ist der **Haas Biersenf**, der **in Kooperation mit der Brauerei Hirt** entstanden ist. Produziert wird der Biersenf mit dem Hirter Morchl, das nicht nur einzigartig als Marke ist, sondern auch in seiner Herstellung anders als andere dunkle Biere. Hirter Morchl wird noch mit dunklem Braumalz, Hopfen und Caramelmalz gebraut. Unterstützt wird die Einführung dieser neuen Senfsorte mit einer Promotion der Brauerei Hirt im April:



25.000 Tuben werden als Beigabe in den Hirter Bierkisten in den Handel kommen.

**Haubi's**  
**Eine Sünde wert**

Mit feinsten Zotterschokolade gefüllt und im typischen Zotterdesign verpackt: Das neue **Schokocroissant** von Haubi's muntert die Gemüter nicht nur am frühen Morgen auf. Ob als ideale Begleitung zum Frühstückskaffee oder als „sündiger“ Snack Zwischendurch, das Schokocroissant von Haubi's schmeckt saftig und riecht herrlich nach feiner Haselnusschokolade. Sorgfältig ausgewählte Zutaten aus der Region liefern dabei wichtige Nährstoffe und machen die „kleine Sünde“ zu einer gesunden Gaumenfreude.



**Wiesbauer**  
**Innovativ in den Frühling**

Mit kreativen Produktinnovationen erweitert Wiesbauer nun sowohl sein typisch österreichisches Wurstsortiment an Frischwürsten und Grillprodukten wie auch die Schinkenrange der Premiummarke **Wiesbauer Exquisit**: Innerhalb der Premium-Schinkenrange finden sich der exotische **Wasabi Krenschinken**, der bei Genießern sehr beliebte **Bärlauchschinken** und die besondere Schinkeninnovation der **Spargel Hollandaise Schinken** (Bild). Eine Sauce Hollandaise, die aus Butter, Eiern, ausgesuchten Gewürzen und einem Schuss Weißwein hergestellt wird, genießen Feinschmecker gerne zu Spargelgerichten. Wiesbauer kombiniert seinen Premium-Schinken mit hochwertigen grünen Spargelspitzen und einer Sauce Hollandaise.



Den neuen Spargel Hollandaise Schinken bietet Wiesbauer für die Feinkosttheke und in einer attraktiven Aktions-Verpackung für das SB-Regal an. Außerdem aktuell bei Wiesbauer: **Feine Oliven Extra**, **Countrygriller** und **Pizzagriller**.

**KURZ & NEU**

**Bioquelle**

Besonders auf die Balance der Zutaten wird bei der neuen **Knusperli Muesli Premium-Line** geachtet: Durch den Zusatz von extra zarten Vollkornocken, die noch den Keimling und die Schale beinhalten, sind alle Mueslis in der 450 g-Packung besonders verdauungsfördernd. Es gibt sie nun in den Sorten: **Vitality Beerenfrucht**, **Sport & Nuss Selektion**, **30% Frucht Selektion + Ingwer** und **Choco Symphonie - Milch- & weiße & dunkle Schokolade**.



**Barilla**

Das Knäckebrotgeschäft stagniert und braucht Impulse. Ein neues Produkt vom Marktführer sorgt nun für Bewegung: **Wasa Sport 225 g**, passend zum Trend und Anliegen der Marke, sich



gesund und natürlich zu ernähren. Das Knäckebrotregal wird damit „verjüngt“ und Neukunden werden gewonnen. Wasa Sport ist proteinreich durch Vollkornroggenmehl und Weizenkeime.

**Bemena**

**Less is More** ist naturreiner Fruchtsaft in konzentrierter Form – genau jener Rohstoff, aus dem Fruchtsaftabfüller ihren herkömmlichen 100-prozentigen Fruchtsaft herstellen. Ohne Zugabe von Zucker, ohne Zusatz von Farbstoffen, ohne Konservierungsstoffe und natürlich



ohne Wasser ist **Less is More** das erste Konzentrat direkt für den Endverbraucher. Zu Hause wird es nur noch mit Wasser verdünnt und so entsteht Glas für Glas wieder 100-prozentiger Fruchtsaft. In der 3-Liter-Bag-in-Box-Verpackung mit praktischem Zapfhahn ist **Less is More** ungekühlt auch nach dem ersten Öffnen mindestens 3 Monate haltbar. Info: [www.less-is-more.at](http://www.less-is-more.at)

# Activia startet genussvoll in den Frühling

Danone setzt seine Erfolgsstrategie fort, die auf starken Marken, klaren und einzigartigen Konzepten sowie hervorragender Produktqualität basiert.

Die Marke Activia ist der Nummer-1-Wachstumstreiber der Bunten Palette und weiterhin die Nummer 1 am Fruchtjoghurtmarkt. Laut Nielsen (LH total, exkl. HD, Jahresvergleich Frucht- und Naturjoghurts) hat der Umsatz von Activia von 2008 auf 2009 um 38% rasant zugelegt.

Das Gesundheitssegment ist weiterhin einer der Top-Wachstumsmotoren in der Kategorie. Seit 2002 hat sich dieser Bereich mehr als verdoppelt. Das Gesundheitssegment leistet auch einen erheblichen Wachstumsbeitrag in der Bunten Palette und trägt wesentlich zur Wertschöpfung bei.

Produkte mit gesundheitlichem Zusatznutzen („Gesundheitsprodukte“) bieten den Konsumenten einen nachweislichen Mehrwert, den normale Milchprodukte nicht aufweisen, z. B. bestimmte Kulturen, die die Abwehrkräfte stärken,



die Verdauung unterstützen oder den Cholesterinspiegel senken.

Darauf baut Danone mit der Activia-Innovation im Jahr 2010 auf: Activia Creme-Genuss.

## Activia Creme-Genuss

Bei einem gelungenen Essen gehört etwas Leckeres zum Abschluss einfach dazu. Jetzt gibt es von Activia einen herrlich fruchtigen Verwöhnmoment mit nur 3% Fett. Mit erlesenen Fruchtstückchen in besonders cremigem Joghurt bringt Activia die Verdauung in Schwung.

Activia Creme-Genuss besteht nicht nur aus einer cremigen Textur, sondern hilft bei täglichem Verzehr, eine träge Verdauung natürlich zu regulieren und das Darmwohlbedenken zu verbessern (durch die einzigartige ActiRegularis-Kultur).

Activia Creme-Genuss ist das extra cremige Joghurt für vollen Genuss – besonders leicht, ohne zu belasten im Vergleich zu Dessertjoghurts. Die Neuheit wird im 4er-Karton (à 4 x 125 g) ab Ende April 2010 ausgeliefert und spricht hauptsächlich neue Konsumenten an. Der Claim „Gesundes Naschen zwischendurch“ streicht die Produktvorteile heraus: besonders cremige Rezeptur, nur 3% Fett (vergleichbar mit Fruchtjoghurt) und die Ankurbelung der Verdauung. Das Sortiment besteht aus den vier Sorten Vanille, Erdbeere, Pfirsich und Zitrone (Saisonsorte). Danone empfiehlt die Platzierung im Gesundheitsblock und neben den restlichen Activia Joghurts.

Ab Ende Mai wird Activia Creme-Genuss massiv mit einem eigenen TV-Spot beworben. Die Markteinführung in Deutschland und Großbritannien ist sehr erfolgreich verlaufen.

## Activia Joghurtdrink

Den Activia Joghurt Drink in der 300-g-Flasche gibt es in den Sorten: Erdbeer-Kiwi, Waldfrucht, Mango-Papaya und

Pfirsich-Cerealien. Seit dem Relaunch befindet sich Activia Joghurt Drink auf insgesamt höherem Niveau. So konnte die Absatzmenge 2009 im Vergleich zu 2008 um 33% gesteigert werden (Nielsen, LH total exkl. HD, Jahr 2009). Neue Impulse verleihen die beiden neuen Sorten „100% Natur“ und „Vanille“, die seit Kurzem ausgeliefert werden. Vanille ist im Getränkemarkt die zweitstärkste Geschmacksrichtung im Sortenranking, und Natur spricht eine spezielle Käufergruppe an. Die Sorte Pfirsich-Cerealien wird abgetauscht.

Die beiden Neuen kommen – wie alle anderen Sorten – in der 300-g-Flasche. Mit 0,99€ (unverbindlich empfohlener



Endverbraucherpreis) ist auch die Preisstellung attraktiv.

Danone empfiehlt, Activia Creme-Genuss unter der Dachmarke Activia neben den restlichen Activia-Joghurts zu platzieren. Während der Monate Mai und Juni 2010 läuft eine massive Werbeunterstützung im TV.



## Der Schlankdudler von Almdudler

Im Almdudler-Sortiment gilt **Almdudler Zuckerfrei** als Alternative für all diejenigen, die auf ihre schlanke Linie achten, aber nicht auf den einzigartigen Geschmack von 32 natürlichen Alpenkräutern verzichten wollen. **Almdudler Zuckerfrei** wird, ebenso wie der „traditionelle“ Almdudler, aus 32 natürlichen Alpenkräutern ganz ohne chemische Konservierungsmittel oder künstliche Aromen hergestellt. Ohne jeglichen Zucker erfrischt dieser Almdudler mit schlanken 1,4 kcal/100ml alle, die auf Zucker, nicht aber auf den unverwechselbaren Almdudler-Geschmack verzichten wollen. **Almdudler Zuckerfrei** enthält weniger als 0,01 BE und ist somit auch für Diabetiker bestens geeignet.

„Unsere Konsumenten sind vom einmaligen Almdudler-Geschmack begeistert, und daher ist es unser ständiges Bestreben, auch bei **Almdudler Zuckerfrei** den unverwechselbaren Geschmack der 32 natürlichen Alpenkräuter beizubehalten“, erklärt Almdudler Geschäftsführer Gerhard Schilling.

Dank spezieller Rezeptur bietet **Almdudler Zuckerfrei** den einzigartigen Almdudler-Geschmack und damit auch den unvergleichlich erfrischenden Almdudler-Trinkgenuss.

**Almdudler Zuckerfrei** ist der ideale Durstlöscher für alle kalorienbewussten Almdudler-Liebhaber, die ganz besonders auf ihre schlanke Linie achten wollen.



## Henkel Pflege mit Verantwortung



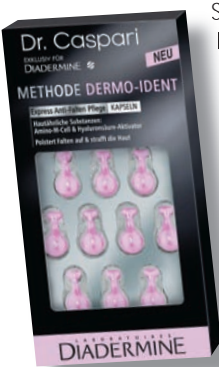
Das neue **Gliss Kur Shea Cashmere** von Schwarzkopf nährt und repariert trockenes, ausgelagtes Haar mit reichhaltiger Shea-Butter und verwöhnt es mit luxuriösen Kaschmir-Proteinen. Das Haar wird intensiv gepflegt und erhält fühlbar mehr Geschmeidigkeit. Die Formel dringt tief in das Haarinnere ein und versorgt

ausgelagte Haarzellen mit aufbauenden P egestoffen. Selbst sehr trockenes Haar wird tiefenwirksam genährt und repariert – für Haare, die sich so weich und sanft anfühlen wie Kaschmir. Neben Shampoo und Spülung besteht die erste Nährp egerie von Gliss Kur aus einer Sofort-Repair-Kur (Leave-In) und einer Intensiv-Nähr-Kur (Wash-Out).

Den Trend zu luxuriösen Inhaltsstoffen greifen die Experten von Schwarzkopf & Henkel mit der neuen **Körperpflege-Serie Fa Gelée Royale** auf. Diese Duschcreme enthält als erste Körperp ege-Linie von Fa das wertvolle Gelée Royale. Der Wirkstoff verleiht ein Gefühl von intensiver P ege und verwöhnt selbst anspruchsvolle Haut.

Den Laboratoiren Diadermine ist es in Zusammenarbeit mit Dr. Peter Caspari gelungen, eine neuartige Hochleistungs-p ege im Anti-Age-Segment zu entwickeln.

Die einzigartige Dermo-Ident Methode bei Diadermine füllt – ähnlich einer professionellen Schönheitsbehandlung – erschlafftes Gewebe mit haut-ähnlichen



Substanzen wieder auf. Jetzt neu in dieser Linie: Dr. Caspari exklusiv für **Diadermine Express Anti-Age Pflege Kapseln**. Diese Innovation enthält – wie alle Dr. Caspari exklusiv für Diadermine-Produkte – einen Hyaluronsäure-Aktivator und Amino-M-Cell für eine sofortige, intensive Anti-Falten-Wirkung. Die leistungsstarke Formel der Express Anti-Age P ege Kapseln versorgt die Haut intensiv mit Feuchtigkeit, unterstützt die Bildung von Hyaluronsäure in der Haut und hilft so, fehlende Hautsubstanzen zu ersetzen.

Haarstylingprodukte, die dem Haar megastarken Halt verleihen, gewinnen immer mehr an Bedeutung. 3 Wetter Taft Looks von Schwarzkopf bietet dafür trendige Stylingprodukte für coole, individuelle Looks, die jeder Herausforderung standhalten. Neu im Sortiment: **Maxx Power Ultimate Gel**, **Power'N Touch Anti-Crunch Gel** und **Power'N Touch Modelling Gum**. Die neuen 3 Wetter Taft Power Fixiermittel geben dem Haar 24 Stunden maximalen Halt, ohne zu verkleben, ohne Rückstände.



Während das Maxx Power Ultimate Gel das Haar „wie angeschraubt“ in Form hält, zeichnet sich die neue Power'N Touch-Serie durch ihren „Halt zum Anfassen“ aus. Sowohl das Anti-Crunch Gel, als auch das Modelling Gum für strukturiertes, definiertes Haarstyling geben der Frisur nicht nur lang anhaltenden Halt, sondern auch ein angenehmes Haargefühl. Nach der erfolgreichen Einführung von Syoss Hair Care und Syoss Styling wird das Portfolio nun um **Syoss Color** erweitert. Die von Friseuren und Coloristen mitentwickelte und getestete Haarfarbe enthält eine Hochleistungsformel mit farbintensiver Salon-Pigmentmischung und ermöglicht auch

zu Hause – zu einem Preis, den man sich leisten kann – ein farbgenaues, intensives und glänzendes Farbergebnis wie vom Friseur. Der Conditioner mit Nutri-P ege-Komplex verleiht zudem gesund aussehendes, kraftvolles Haar.

Das neue **Theramed Arctic White** gibt bis zu zwölf Stunden arktische Frische und bietet zuverlässigen Rundumschutz für Zähne und Zahneisch. Theramed 2in1 Arctic White sorgt als Zahncreme und Mundwasser in Einem für weißere Zähne und ein lang anhaltendes, extra-frisches Mundgefühl. Angereichert mit Fluorid bietet es einen Komplettschutz gegen Karies, Zahneischprobleme sowie Zahnstein und Zahnbelag. Auch Verfärbungen haben keine Chance, die Zähne erhalten ihr natürliches Weiß zurück. Einen spürbaren und dauerhaften Frische-Effekt liefern die innovativen „Polar Crystals“, kleine mit Menthol gefüllte Kapseln, die sich während des Zähneputzens au lösen. Theramed Arctic White ist ab sofort als 2in1-Variante und – für Freunde der klassischen Zahncreme – im Spender erhältlich.



## Unilever Deo-Innovation

Rexona Girl präsentiert 2010 die **Deo-Innovation „friends forever“** mit fruchtigem Duft und stylischem Look: Es ist der treue Begleiter für coole Girls und lässt sie dank 24h-Deo-Schutz nicht im Stich. Mit seinem frischen, energiegeladenen und fruchtigen Mix aus Früchten und einer Note Sandelholz sowie der knalligen Dose in Rot sorgt der lebendige Duft für super Stimmung in jeder Situation. Neben den beliebten Sorten „Music Fan“ und „Dance Energy“ ist Rexona Girl „friends forever“ ab sofort österreichweit im Handel erhältlich.



## Energizer Erfrischend und einfach

Der Granatapfel, auch Paradiesapfel genannt, gilt als Symbol für ein langes, gesundes Leben und zeichnet sich durch seine bioaktiven, antioxidativen Eigenschaften aus. All diese Eigenschaften finden sich ab sofort im beliebten **All-in-One Damenrasierer Intuition** wieder. Der neue Hautconditioner mit den P egestoffen des Granatapfels belebt und erfrischt die Haut mit seiner wertvollen Rezeptur und besticht zudem mit einem einzigartigen, fantastischen Duft. Der trendige, pinke Rasierer ist zudem ein stylischer Blickfang im Bad. Mit der neuen Variety-Packung bietet Intuition nun noch mehr Vielfalt und P ege für jeden Hauttyp. Der Apparat bietet eine Auswahl an Klingen mit Shea Butter und Milch & Honig. Die Nachfüll-Packung enthält je eine Klinge Shea Butter, Milch & Honig und Granatapfel. Das vielfältige Intuition All-In-One Nassrasur Programm wird durch die neue Sorte Variety stimmig abgerundet. Der All-in-One Damen-Nassrasierer von Wilkinson bietet besonderen Komfort bei der Rasur und ist dabei zeitsparend: Eine Rasurvorbereitung mit Rasierschaum oder Rasiergel ist bei der Nassrasur mit Intuition nicht notwendig. Im Hautconditioner ist die Rasierp ege bereits enthalten, damit die Klingen sanft über die Haut gleiten. Der flexible Schwingkopf passt sich zudem den Konturen des weiblichen Körpers optimal an und ermöglicht ein besonders angenehmes Rasurgefühl.



## KURZ & NEU

### SCA

Nach der gelungenen Markenerweiterung der Marke Tempo um Toilettenpapier im vergangenen Jahr bietet der Hygienepapier-Hersteller nun auch **feuchte Toilettentücher** an. Mit ihnen erhalten Verbraucher ein spürbar sicheres Gefühl von Sauberkeit – als ideale Ergänzung zu trockenem Toilettenpapier. Tempo Feuchte Toilettentücher werden Anfang Jänner 2010 in drei verschiedenen Varianten in Österreich und Deutschland erhältlich sein. Sie sind die ideale Ergänzung zu trockenem Tempo Toilettenpapier und



stärken damit das Gefühl von Sicherheit, Frische und Sauberkeit. „Die Einführung von feuchten Toilettentüchern im Jänner 2010 ist für uns ein konsequenter strategischer Schritt, um die Marke Tempo im Bereich Persönliche Hygiene als Category Leader zu stärken“, erklärt Jochen Sendelbach, Marketing Director Brand, Region D-A-CH. Tempo Feuchte Toilettentücher sind in drei Varianten erhältlich: „sanft & pflegend“, „sanft & sensitiv“ und „sanft & frisch“.

### Beiersdorf

Intensive Farben und ultra glossy Glanz sind der Nagellack-Trend der Saison. **Das macht den Calcium Power Gloss von Nivea** zum perfekten Accessoire der Saison. Seine schockgeprüfte Lackformel mit Calcium und dem Arctic



Mineral Complex sorgt für ein maximales Durchhaltevermögen. Makellos schöne Nägel, die die Strapazen des Alltags mitmachen. Rubinpuder und Kristallglanz-Polymere erzielen völlig neuartige, vibrierend intensive Farbtöne mit Gloss-Effekt. Angereichert mit dem innovativen Arctic Mineral Complex und Calcium erreicht die Formel Bestwerte in punkto Stabilität und Belastbarkeit – für ein starkes, alltagresistentes Lackergebnis, das bis zu 5 Tage hält.