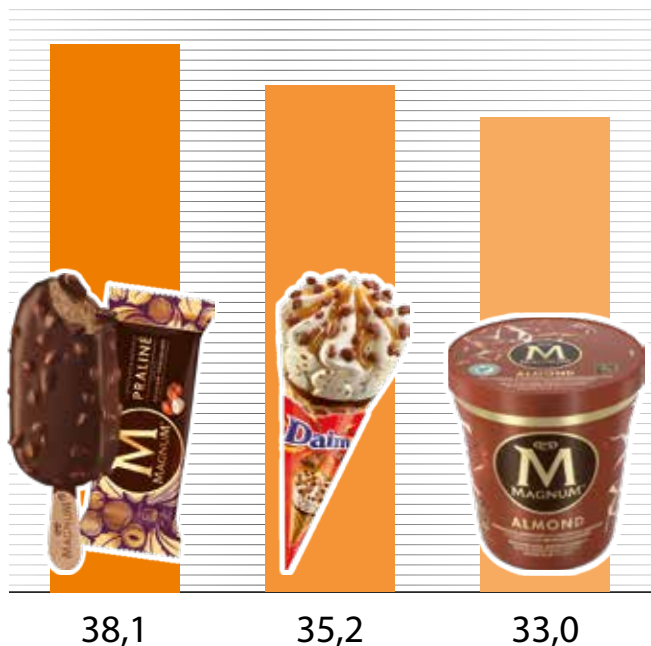




1. Platz: Magnum Chocolate & Hazelnut Praliné ..... 38,1%
2. Platz: Froneri Daim..... 35,2%
3. Platz: Magnum 440ml-Becher ..... 33,0%



**A** Iso gut: Es gibt ja so Ergebnisse, die einen kaum überraschen und für die man keine Glaskugel oder wahrsagerische Fähigkeiten benötigt. Dass die jeweils aktuelle „Magnum“-Innovation unter den Top 3 unserer „best launches“ in der Kategorie Eis rangiert, ist so ein Fall. Aber dieses Jahr hat die Mega-Brand aus dem Hause **Unilever** noch mal etwas oben drauf gelegt: Denn erstens sahnt die Variante „**Magnum Chocolate & Hazelnut Praliné**“ nicht nur souverän den Sieg ab, sondern erreicht mit 38,1% Kaufbereitschaft auch noch den höchsten Wert der je – über alle Kategorien hinweg – bei unseren ‚best launches‘ gemessen wurde. Und zweitens platziert sich mit „Magnum“ im 440ml-Becher auch noch eine zweite „Magnum“-Neuheit auf dem Siegerpodest (Platz 3).

**VERSprochen, GEHALTEN.** Dass die Verbraucher bei diesen Innovationen auch wirklich, so wie sie es bei der Abfrage beteuerten, zugegriffen haben, kann Birgit Fritz, CCD Lead Category Refreshment Unilever Austria, berichten: „Auch heuer belegen die beiden Neuheiten ‚Magnum Chocolate & Hazelnut Praliné‘ sowie das einzigartige ‚Magnum‘-Becher-Format Top-Plätze in den Nielsen-Rankings und bringen damit den Eismarkt zum Wachsen.“

**SCHOKO-OHO.** Was die Innovationen so unwiderstehlich macht? Mit Garantie der lustvolle und ungehemmte Einsatz bester Schokolade in Kombination mit immer wieder neuen, spannenden Konzepten. So wird bei „Magnum Hazelnut Praliné“ feines Praliné-Eis mit Haselnuss und Schokolade mit einem Mantel aus knackiger Milkschokolade und karamellisierten Haselnüssen kombiniert. Und der **440ml-„Ma-**

**gnum“-Becher** punktet überhaupt mit einem völlig neuartigen Konzept: Der Becher ist nämlich mit Schokolade ausgekleidet und das Eis zudem mit einer Schoko-Schicht bedeckt. Da das natürlich mit einem Löffel nicht zu knacken ist, befinden sich auf der Außenseite des Bechers zwei Markierungen, an denen der Becher herzhaft gedrückt wer-

*Auch heuer belegen die beiden Neuheiten ‚Magnum Chocolate & Hazelnut Praliné‘ sowie das einzigartige ‚Magnum‘-Becher-Format Top Plätze in den Nielsen-Rankings und bringen damit den Eismarkt zum Wachsen.“*

*Birgit Fritz, CCD Lead Category Refreshment Unilever Austria*

den muss, damit die Schoko auf- und der Genuss so richtig ausbrechen kann. Schokolade und Karamell gepaart mit einer verlässlichen Brand waren also 2018 die absoluten Sieger-Argumente. Birgit Fritz: „Magnum steht seit mittlerweile fast drei Jahrzehnten für cremigen Eisgenuss und Schoko-Expertise und punktet Jahr für Jahr mit Top-Innovationskonzepten. Die Auszeichnung zum ‚best launch 2018‘ freut uns sehr und bestätigt die breite Konsumentenakzeptanz!“

**IN DER TÜTE.** Aber Moment! Zwischen „Magnum“ und „Magnum“ findet sich – auf Platz 2 mit sensationellen 35,2% Kaufbereitschaft: „**Daim**“ in der Tüte aus dem Hause **Froneri**. Was den oben genannten Gusto auf Schoko und Karamell weiter bestätigt, denn auch „Daim“ punktet genau mit diesen Eigenschaften. Schließlich wird dafür cremiges Eis mit knusprigen „Daim“-Stückchen und mit Karamellsauce getoppt in ein Stanitzl gepackt. Genug geschwelgt mitten im Winter? An dieser Stelle sei uns eine kleine Vorschau erlaubt: Bereits in der nächsten Ausgabe von PRODUKT, nämlich in PRODUKT 1-2/2019, präsentieren wir die Innovationen für die nächste Sommersaison. Wir sind gespannt, wer mit welchen Neuheiten dann das Rennen machen wird.

*„Magnum‘ steht seit mittlerweile fast drei Jahrzehnten für cremigen Eisgenuss und Schoko-Expertise und punktet Jahr für Jahr mit Top-Innovationskonzepten. Die Auszeichnung zum ‚best launch 2018‘ freut uns sehr und bestätigt die breite Konsumentenakzeptanz!“*

*Birgit Fritz, CCD Lead Category Refreshment Unilever Austria*