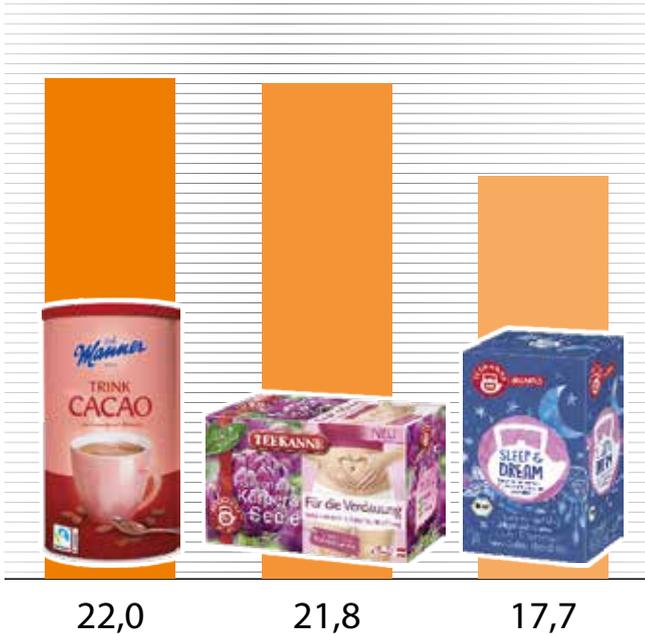




- 1. Platz:** Manner Trink Cacao 22,0%
- 2. Platz:** Teekanne Harmonie Für die Verdauung 21,8%
- 3. Platz:** Teekanne Organics 17,7%



Trendgemäß hat die Teekanne heuer ihr Engagement im Bio-Bereich verstärkt, was ihr für „**Teekanne Organics**“ Platz 3 eingebracht hat. Aber auch die Line Extension der Range „**Teekanne Harmonie**“ hat den Verbrauchern gefallen: Die Variante „Für die Verdauung“ hat den zweitgrößten Kaufanreiz aller abgefragten Launches dieser Warengruppe. Die Goldmedaille sicherte sich ein neuer Player bzw. korrekterweise Wiedereinsteiger in der Kategorie: der „**Manner Trink Cacao**“ mit Fairtrade-Kakao-Siegel.

„Der besondere ‚Manner Cacao Geschmack‘ entsteht dadurch, dass die ‚Manner Chocolate‘ von der Bohne weg in der hauseigenen Röstung in Wien hergestellt wird. Ich glaube fest daran, dass die Konsumenten Freude an der Wiedereinführung haben.“

Ulf Schöttl, Manner Marketingleiter