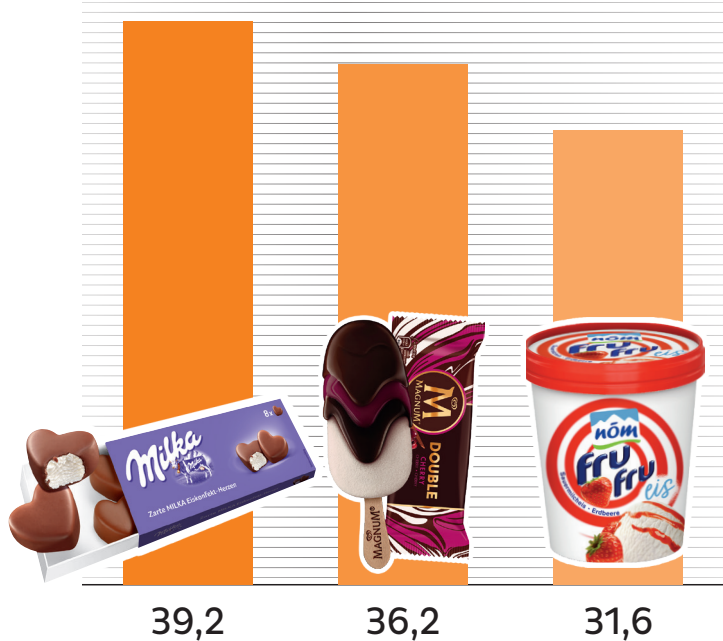




- 1. Platz: Milka Eiskonfekt Herzen..... 39,2%
- 2. Platz: Magnum Double Cherry..... 36,2%
- 3. Platz: nöm fru fru eis..... 31,6%



Die Markenstärke – das zieht bei den Verbrauchern und hievt die „Milka Eiskonfekt-Herzen“ aus dem Hause Froneri mit einem Kaufinteresse von 39,2% auf Platz 1 in der Kategorie Eis. Eva Nikendei, Brand Managerin: „Das positive Feedback der befragten Konsumenten auf unsere ‚Milka Eiskonfekt-Herzen‘ freut uns ganz besonders.“ Ausschlaggebend dafür war sicher die „herzige“ Form und das Packaging mit Faltschachtel in einer Größe, die an jene der Original „Milka“-Tafelschokolade erinnert. Nikendei: „Das sieht einfach wunderbar aus und außerdem sind die ‚Eiskonfekt Herzen‘ im handlichen Mini-Format wie gemacht für unterwegs und zum Teilen.“

HERZENSSACHE. Der Fokus in der Distribution lag 2019 allerdings mehr im Außerhausmarkt als im LEH. Nikendei: „Wir sind mit dem Launch der ‚Milka Eiskonfekt-Herzen‘ mehr als zufrieden. Das zeigt sich nicht nur am Feedback der Konsumenten, sondern auch an der Distribution. Unser Fokus liegt dabei auf dem Außerhausmarkt, für den Impulseis ein wichtiges Produkt darstellt. Darum freuen wir uns, dass wir mit unseren ‚Milka Eiskonfekt Herzen‘ in diesem Markt vielversprechende Leistungen erreichen konnten.“ 2020 wird die Range daher um einen Multipack erweitert – dieser soll die Bedürfnisse der Zielgruppe noch besser abdecken.

BESTENS AUSBALANCIERT. „Magnum“ ist eine echte Mega-Brand und Jahr für Jahr in allen Top-Innovationen-Rankings des Handels. Die Variante „Double Cherry“ mit einem doppelten Schoko-Mantel und flüssiger Kirsch-Schicht dazwischen, sprach auch bei den „best launches“ über 36% der Befragten spontan an. Gunnar Widhalm, Cate-

gory Director Foods & Refreshment Unilever Austria: „Magnum‘ steht seit 30 Jahren für Qualität und perfekte Balance zwischen Schokolade und Eiscreme. Die Konsumenten haben sehr hohe Ansprüche an unsere Produkte und schätzen die Qualität, den Neuheitenfaktor und das entsprechende Preis-Leistungsverhältnis.“ Aber nicht nur in unserer

„Wir sind mit dem Launch der ‚Milka Eiskonfekt-Herzen‘ mehr als zufrieden. Das zeigt sich nicht nur am Feedback der Konsumenten, sondern auch an der Distribution.“

Eva Nikendei, Brand Managerin Froneri

Abfrage, die traditionell einige Wochen vor dem Verkaufsstart durchgeführt wird, sondern auch tatsächlich ist „Magnum Double Cherry“, gemeinsam mit der zweiten „Magnum“-Innovation „White Chocolate & Cookies“, 2019 nicht zu bremsen gewesen. Widhalm: „Die Top Performance der beiden ‚Magnum‘-Innovationen im Nielsen-Ranking bestätigt die breite Konsumentenakzeptanz. In Zahlen ausgedrückt: Mit über 4 Mio. € Umsatz (LEH inkl. H/L, Kleinpackungen/Vorratspackungen, Magnum White Chocolate & Cookies/Double Cherry, Umsatz in Mio.€, YTD 19 bis inkl. KW44) haben die beiden Neuheiten starkes Wachstum in den Eismarkt gebracht.“

KULTSTATUS. Eine Siegerpaarung begegnet uns auf Platz 3: Die Kultmarke „fru fru“ hat sich in der vergangenen Eissaison mit dem traditionsreichen Wiener Eissalon am Schwedenplatz zusammengetan und zwei Eissorten im praktischen 300g-Becher gelauncht, die die Verbraucher in unserer Abfrage begeistert haben: „fru fru Mango“ und „fru fru Erdbeere“ wurden dabei in typischer „fru fru“-Manier (Sauer- milch-Eis und Fruchtsauce-Strudel) präsentiert. Niemand geringerer als der bekannte Eismacher Molin-Pradel des Eissalons am Schwedenplatz unterstützte die Nöm bei der Herstellung der eisgewordenen Kult-Marke aus dem MoPro-Regal.

„Die Top Performance der beiden ‚Magnum‘-Innovationen im Nielsen Ranking bestätigt die breite Konsumenten- akzeptanz.“

Gunnar Widhalm,
Category Director Foods & Refreshment Unilever Austria