

Exklusive GfK-Shopperanalyse im Auftrag von REGAL

# Wachstums Sieger 2019

→ Ranking der Top-3 Marken → 20 Warengruppen → MAT Mai 2019

REDAKTION: ANGELIKA WESSELY

**Welche Marken treiben die  
Kategorie und bringen dem  
Handel Wachstum? Welche Marke  
hat die höchste Käuferreichweite?**

Laut einer internationalen Studie verlieren **Marken** rund 50% ihrer Käufer in einem Jahr. **Reichweite** zu halten ist daher schon eine enorme Herausforderung. Gewinnt eine Marke Haushalte dazu, zählt sie zu den absoluten **Gewinnern!** GfK erhob daher exklusiv für **REGAL** jene Marken mit dem größten **Wachstum**.

Auf den Folgeseiten präsentiert REGAL die exklusive GfK Shopperanalyse in **20 Sortimenten**.

## → Studien- beschreibung:

### **Penetrationswachstum in Käuferhaushalten**

Gibt die absolute Veränderung der Käuferhaushalte vs. Vorperiode an. Hier werden nur die Marken dargestellt, die im betrachteten Zeitraum auch eine für den österreichischen Markt repräsentative Käuferstichprobe haben (mind. 50 Käuferhaushalte). Betrachtet wurde der Zeitraum MAT\* Mai 2019.

### **Penetration (Käuferreich- weite) in %**

Die Reichweite zeigt den Anteil aller österreichischen Haushalte, die die Marke mindestens einmal im definierten Zeitraum gekauft haben. Sie ist ein entscheidendes Kriterium zur Messung der Markenstärke.

### **Warengruppen**

Die Definition der Warengruppen ist soweit möglich in Anlehnung an die österreichische ECR Warengruppenhierarchie vorgenommen worden.

### **Quelle & Basis**

Basis: AT GfK Consumer Panel Total. In-Home Konsum der österreichischen Haushalte. Universum Gesamtmarkt, d.h. klassische Vertriebstypen (wie z.B. Supermärkte, Drogerien) und Großhandel, Fachhandel, Tankstellen usw. Basis Branded, exkl. Handelsmarken

\*) MAT = Moving Annual Total, gleitende Darstellung über die letzten 12 Monate

# Rapso®

## DAS ORIGINAL

- ernährungsphysiologisch besonders wertvoll
- 100% reines Rapsöl-schonend gepresst
- für Salate, zum Backen, Braten und Frittieren
- Vertragsanbau aus Österreich



0,75 L

Natürlich aus Österreich

Natürlich aus Österreich

Weitere Informationen können angefordert werden bei:  
VOG AG, Bäckermühlweg 44, A-4030 Linz oder unter [www.rapso.at](http://www.rapso.at)

# Mopro Desserts

MAT Mai 2019

→ Diese Subkategorie enthält alle gekühlt angebotenen Produkte auf Milchbasis, die man als Desserts ansehen kann. Die Palette umfasst etwa Topfencreme, Pudding mit und ohne Schlagobers, Milchreis, Mousse, Tiramisu, etc.

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

**Danone** 46,8 % | **Müller** 23,4 % | **Landliebe** 23,3 %

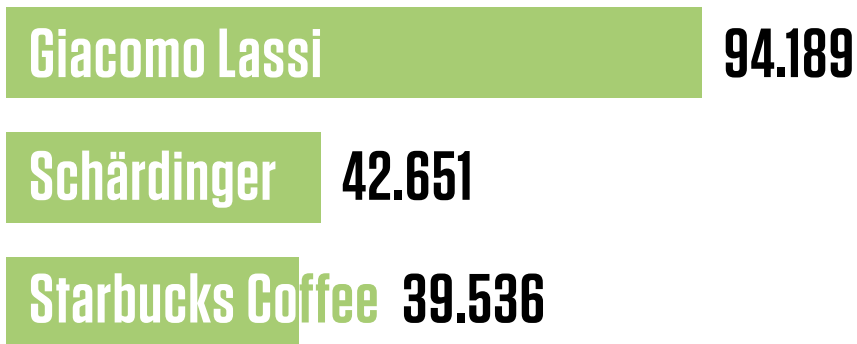
NÖM inkl. Sub-Marke Pro; Danone inkl. Submarken Dany+Sahne, Fruchtzwerg, Obstgarten

# Milchmischgetränke

MAT Mai 2019

→ Alle Getränke, die sich zum Großteil aus Milchprodukten zusammensetzen. Enthalten sind hier Getränke auf Trinkmilchbasis (Kakao, Bananenmilch, etc.), Molkedrinks, Joghurt drinks und Sauermilchgetränke mit und ohne Zusatz

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

**NÖM** 26,9 % | **Schärddinger** 24,9 % | **Lattella** 24,3 %

# Feinbackwaren

MAT Mai 2019

→ Enthalten sind Hefegebäck gefüllt und ungefüllt, Feinbackwaren, Früchtebrote, Zelten und Saisonstollen, Torten und Kuchen, Rouladen, Konditoreikleinware, Blätterteiggebäck, auch Tortenböden, Torteletts, Profiteroles

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

Guschlbauer

168.873

Temizkan

75.753

Salzburg Schokolade 57.618



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Ölz 54,7 % | Jomo 25,8 % | Thurner 18,5 %

# Lebkuchen & Spezialitäten

MAT Mai 2019

→ In diese Kategorie fallen nicht nur klassische Lebkuchen sondern auch Spekulatius, Zimtsterne, Dominosteine und Baumkuchen

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

Coppenrath

28.110

Lambertz

26.400

Stieffenhofer

23.295



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

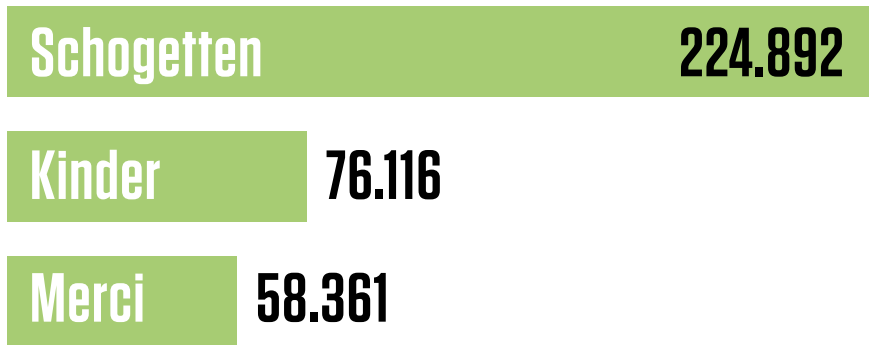
Weiss Max 15,9 % | Bahlsen 13,9 % | Kastner 9,7 %

# Tafelschokolade

MAT Mai 2019

→ Tafelschokolade inkl. Kochschokolade

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

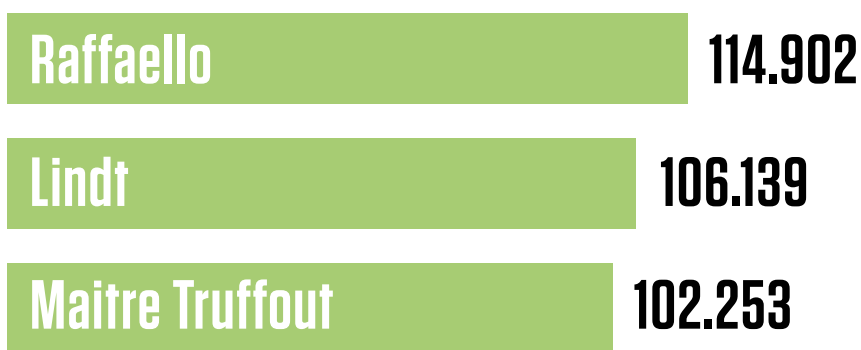
Milka 63,3 % | Rittersport 31,0 % | Lindt 29,6 %

# Pralinen

MAT Mai 2019

→ Pralinen und pralinenähnliche Produkte

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Lindt 33,8 % | Merci 31,4 % | Toffifee 28,9 %

## Öl

MAT Mai 2019

→ Pflanzenöle und Speiseöle

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

**Kronenöl**

**67.478**

**Rapso**

**29.670**

**Iliada**

**27.389**



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

**Rapso** 14,0 % | **Mazola** 11,1 % | **Alnatura** 10,5 %



**Wolfgang Ahammer**

GESCHÄFTSFÜHRER VFI GMBH

Das neue Design von Kronenöl vermittelt die klare und deutliche Botschaft „Bestes Rapsöl zu 100% aus Österreich“. Mit Unterstützung unserer Handelspartner trägt die VFI als österreichisches Familienunternehmen gemeinsam mit heimischen Landwirten zu einer Stärkung der österreichischen Wertschöpfung bei. Wir bedanken uns dafür und freuen uns auf weiterhin starke Wachstumsimpulse.



**Walter Holzner**

VORSTANDSVORSITZENDER  
VOG AG

Es freut uns, dass Rapso 100% reines Rapsöl den guten Platz bei der Studie „Marken-Wachstums-Sieger“ belegt hat. Laut Marktforschung ist Rapso das am stärksten verkaufte Öleinzelpunkt in Österreich. Rapso ist seit über 24 Jahren am Markt und wird zu 100% von Rapso-Vertragsbauern in Österreich angebaut. Der Rapso-Raps wird in der Ölmühle Aschach an der Donau zu 100% gepresst und schonend weiterverarbeitet. Der größte Teil der Produktion geht mit ca. 75% in den Export. Der Hauptexportmarkt ist Deutschland.

# Nicht gekühlte Riegel

MAT Mai 2019

→ Alle ungekühlten Süßwaren in Riegelform (sowohl mit als auch ohne Schokoladenumhüllung), inkl. Müsliriegel (Cerealienriegel, Diätriegel und Fruchtschnitten)

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

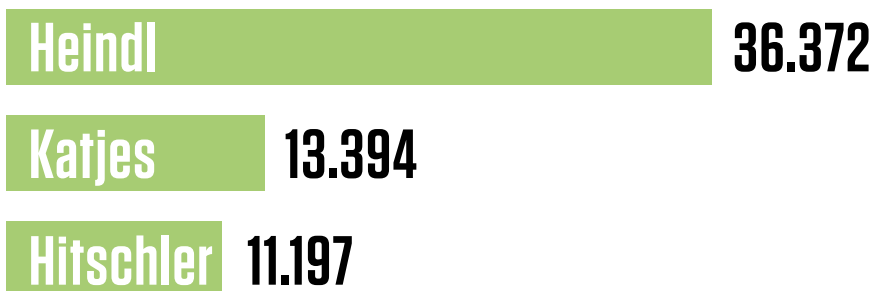
Kinder 34,8 % | Milka 30,5 % | Duplo 23,6 %

# Fruchtgummi & Gelee

MAT Mai 2019

→ Frucht-, Schaum-, Weingummi, Lakritz, Gelee, Saisonmotive wie Osterhaserl in Gelee, auch Halsgummi

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Haribo 53,9 % | Nimm 2 23,9 % | Trolli 14,4 %

# Müsli

MAT Mai 2019

→ Sämtliche Müslis wie Regular, Knusper sowie Porridge-Hafermahlzeit, Abendbrei, Frühstücksbrei

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

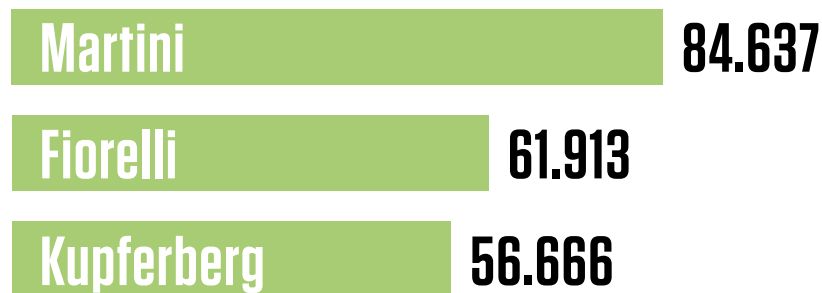
Vitalis 9,0 % | Knusperli 8,9 % | Kellogg's 6,9 %

## Sekt & Schaumweine

MAT Mai 2019

→ Enthalten sind alle Arten von Schaumweinen, auch alkoholfreie Sorten

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

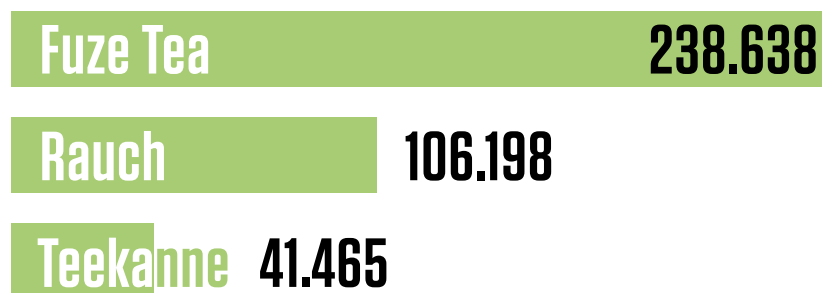
Hochriegl 11,9 % | Henkell 11,1 % | Kupferberg 10,3 %

## Alkoholfreie Getränke auf Teebasis

MAT Mai 2019

→ Eistees und andere trinkfertige Teegetränke

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Rauch 21,8 % | Fuze Tea 11,1 % | Pfanner 7,1 %

## Fruchtsäfte

MAT Mai 2019

→ Enthalten sind stille Limonaden, Fruchtsäfte, Nektare, Fruchtsaftgetränke

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Happy Day 45,1 % | Innocent 19,8 % | Pfanner 16,0 %



## Bier

MAT Mai 2019

→ Bier inklusive Biermischgetränke

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

**Gösser 36,7 % | Stiegl 29,4 % | Zipfer 25,3 %**



**Karl Guschlbauer**

GESCHÄFTSFÜHRER  
GUSCHLBAUER GMBH



**Mag. Petra Renner**

MARKETING MANAGER LUDWIG  
SCHOKOLADE VERTRIEBSGESMBH

Seit über 35 Jahren verbinden wir als qualitätsbewusstes und innovatives Familienunternehmen Genuss, Vielfalt und Tradition! Unsere bekannten Süßwaren produzieren wir auf einer der modernsten und vollautomatischen Fertigungsstraßen. Mittlerweile hat unser Unternehmen einen hohen Stellenwert und wichtigen Platz im Handel erlangt, und wir sind stolz darauf, dass der Bekanntheitswert unserer Marke stetig steigt. Innovativ, aber zugleich traditionell und von jeher stark verwurzelt in unserem Standort St. Willibald im Innviertel – mit viel Herzblut fertigen unsere fachlich sehr guten und hochmotivierten Mitarbeiter unsere süßen Köstlichkeiten, um unsere Kunden beliefern zu können.

Kontinuierliche Marktbearbeitung und Markenpflege zeigt sich auch in Zahlen: Schogetten legt im Marktanteil und in den HH-Daten von GfK deutlich zu. Wir haben im Handel Distribution und Sortenvielfalt in Super- und Verbrauchermärkten gestärkt. Unsere Schokofans erreichen wir über TV, Online, Straßenbahnwerbung, Print, OoH Screens und Sampling. Der Stockerplatz macht uns stolz und glücklich - und 2020 geht es weiter mit einem starken Innovationsprogramm!

# Käse

MAT Mai 2019

→ Schmelz-, Frisch-, Hart-, Schnitt-, Weich- und Sauermilchkäse

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

<b>Tirol Milch</b>	<b>160.516</b>
<b>Schärdinger</b>	<b>125.418</b>
<b>Kärntner Milch</b>	<b>125.106</b>



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Schärdinger 74,3 % | Philadelphia 44,9 % | Woerle 35,4 %



**Arnold Pichl**

KEY ACCOUNT MANAGER  
EHRMANN GMBH

Ehrmann ist Wachstums-Sieger in der Kategorie Dessert in Österreich (aktuelle GfK-Studie). Mit der Trendmarke High Protein und der Genussmarke Grand Dessert kommt Dynamik und Abwechslung ins Kühlregal. Wachsende Beliebtheit zeigt sich durch eine Listungs-Ausweitung bei Spar. Die neue Trendmarke Ehrmann High Protein trifft den Nerv der Zeit: viel Protein, kein Zuckerzusatz, wenig Fett, laktosefrei und 100% Genuss. Dadurch wird die High Protein Range zum Must-Have. Durch die flächendeckende, nationale Listung bei Spar kann die Marke High Protein die Verfügbarkeit ausbauen und Käuferzuwachs generieren. Beide Marken werden mit Aktionen unterstützt, um zusätzliche Kaufanreize zu generieren. 2019 wird das Angebot mit Grand Dessert Schoko-Eierlikörsahne und mit den neuen Sorten Pudding und Joghurt ausgeweitet.

Mehr zum Thema auf  
**www.regal.at**



→ **Alle Studien & Marktumfragen**

Als Download übersichtlich angeordnet

→ **Neue Produkte**

mit umfassender Such- und Anmeldefunktion

# Haushalts- & Spezialreiniger

MAT Mai 2019

→ Haushaltsreiniger enthalten Scheuermittel, Allzweck-, Bade-, Glas- und Küchenreiniger, Desinfektion und spezielle Mehrzweckreiniger. Spezialreiniger enthalten alle Reiniger, die nur auf einen sehr speziellen Verwendungszweck abzielen, z.B. Abfluss, Grill, usw.

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

<b>Durgol</b>	<b>103.141</b>
<b>Dr. Beckmann</b>	<b>45.987</b>
<b>Dan Klorix</b>	<b>40.053</b>



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Cif 26,0 % | Frosch 18,6 % | Dan Klorix 16,2 %



**Mag. Bernhard Voit**  
GENERAL MANAGER HENKEL  
BEAUTY CARE RETAIL AUSTRIA



**Andreas Hunte**  
DIRECTOR MARKETING, R&D,  
INTERNATIONAL SALES SOWIE  
MITGLIED DER GESCHÄFTSLEITUNG  
DÜRING AG

Es freut uns sehr, dass Fa nicht nur als reichweitenstärkstes Duschgel in so vielen österreichischen Haushalten vertreten ist, sondern dass die Marke in der umsatzstarken Kategorie Duschbäder noch weiter an Reichweite zulegen kann. Urlaubsfeeling, langanhaltende und erfrischende Düfte, sanfte Formeln – das alles verbinden die Konsumenten mit Fa. Und die Zahlen belegen: Unsere spannenden Neuheiten kommen bei den ÖsterreicherInnen hervorragend an!

Wir freuen uns sehr über die neuerliche Auszeichnung und bedanken uns herzlich bei unseren Konsumenten für Ihr langjähriges Vertrauen in unsere Marke durgol. 2019 konnten wir mit der erfolgreichen Einführung unseres durgol Waschmaschinen Reiniger & Entkalker und der starken Konsumentennachfrage unsere Marktführerschaft in Österreich weiter ausbauen. Auch in Zukunft werden wir intensiv in die Weiterentwicklung unserer wirksamen und schonenden Entkalkungs- und Reinigungsprodukte investieren.

# Universalwaschmittel

MAT Mai 2019

→ Universalwaschmittel = Vollwaschmittel

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

**Lenor** 275.673

**Ariel** 29.943

**Frosch** 29.774

**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Persil 32,1 % | Ariel 29,2 % | Weisser Riese 9,6 %



# Zahnpasta

MAT Mai 2019

→ alle Zahnpasten, -gels, auch in flüssiger Konsistenz, Kinderpasten, sowie 2 in 1

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

**Oral B** 179.929

**Colgate** 112.029

**Elmex** 50.212

**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Blendamed 29,0 % | Elmex 26,4 % | Colgate 20,2 %



# Hautpflege Gesicht

MAT Mai 2019

→ Gesichtspflege und -Reinigung

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

**Neutrogena** 114.520

**Nivea** 10.583

**Weleda** 10.397

**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Nivea 19,7 % | Garnier 10,4 % | Bebe 9,4 %



# Duschen

MAT Mai 2019

→ Enthalten sind Duschbäder

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

Dove	124.509
Fa	75.211
Bebe	36.358



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Fa 31,6 % | Nivea 24,0 % | Palmolive 18,1%



**Nr.2**  
Wachstumssieger  
bei der Käufer-  
reichweite



FÜHL DICH FANTASTISCH

**NR. 1**  
**REICHWEITEN-  
STÄRKSTES  
DUSCHGEL  
IN ÖSTERREICH!**

# Duschen

MAT Mai 2019

→ Enthalten sind Duschbäder

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

Dove	124.509
Fa	75.211
Bebe	36.358



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Fa 31,6 % | Nivea 24,0 % | Palmolive 18,1 %

© GfK 15. Juli 2019 | Top 3 Marken MAT Mai 2019



**Nr.2**  
Wachstumssieger  
bei der Käufer-  
reichweite



FÜHL DICH FANTASTISCH

**NR. 1**  
**REICHWEITEN-**  
**STÄRKSTES**  
**DUSCHGEL**  
**IN ÖSTERREICH!**

## Käse

MAT Mai 2019

→ Schmelz-, Frisch-, Hart-, Schnitt-, Weich- und Sauermilchkäse

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

Tirol Milch

160.516

Schärdinger

125.418

Kärtner Milch

125.106



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Schärdinger 74,3 % | Philadelphia 44,9 % | Woerle 35,4 %



**Arnold Pichl**

KEY ACCOUNT MANAGER  
EHRMANN GMBH

Ehrmann ist Wachstums-Sieger in der Kategorie Dessert in Österreich (aktuelle GfK-Studie). Mit der Trendmarke High Protein und der Genussmarke Grand Dessert kommt Dynamik und Abwechslung ins Kühlregal. Wachsende Beliebtheit zeigt sich durch eine Listungs-Ausweitung bei Spar. Die neue Trendmarke Ehrmann High Protein trifft den Nerv der Zeit: viel Protein, kein Zuckerzusatz, wenig Fett, laktosefrei und 100% Genuss. Dadurch wird die High Protein Range zum Must-Have. Durch die flächendeckende, nationale Listung bei Spar kann die Marke High Protein die Verfügbarkeit ausbauen und Käuferzuwachs generieren. Beide Marken werden mit Aktionen unterstützt um zusätzliche Kaufanreize zu generieren. 2019 wird das Angebot mit Grand Dessert Schoko-Eierlikörsahne und mit neuen Sorten Pudding und Joghurt ausgeweitet.

Mehr zum Thema auf  
**www.regal.at**



→ **Alle Studien & Marktumfragen**

Als Download übersichtlich angeordnet

→ **Neue Produkte**

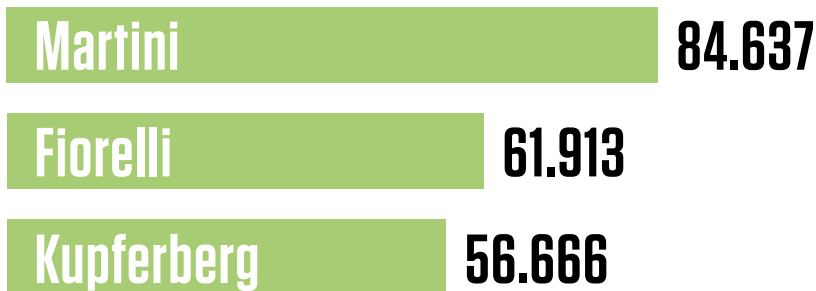
mit umfassender Such- und Anmeldefunktion

# Sekt & Schaumweine

MAT Mai 2019

→ Enthalten sind alle Arten von Schaumweinen, auch alkoholfreie Sorten

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

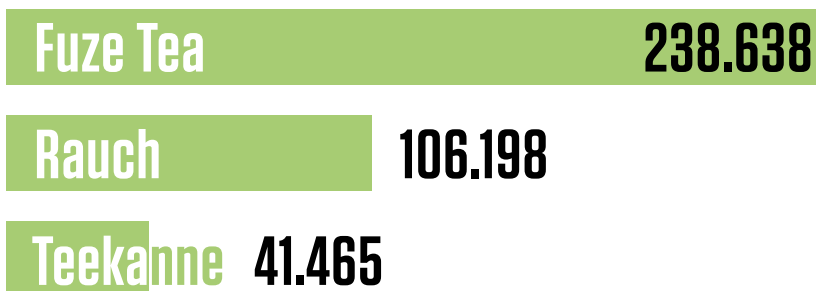
Hochriegl 11,9 % | Henkell 11,1 % | Kupferberg 10,3 %

# Alkoholfreie Getränke auf Teebasis

MAT Mai 2019

→ Eistees und andere trinkfertige Teegetränke

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Rauch 21,8 % | Fuze Tea 11,1 % | Pfanter 7,1 %

# Fruchtsäfte

MAT Mai 2019

→ Enthalten sind stille Limonaden, Fruchtsäfte, Nektare, Fruchtsaftgetränke

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Happy Day 45,1 % | Innocent 19,8 % | Pfanter 16,0 %



# Bier

MAT Mai 2019

→ Bier inklusive Biermischgetränke

## WACHSTUM vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



## TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

**Gösser 36,7 % | Stiegl 29,4 % | Zipfer 25,3 %**



**Mag. Petra Renner**

MARKETING MANAGER LUDWIG  
SCHOKOLADE VERTRIEBSGESMBH

Kontinuierliche Marktbearbeitung und Markenpflege zeigt sich auch in Zahlen: Schogetten legt im Marktanteil und in den HH-Daten von GfK deutlich zu. Wir haben im Handel Distribution und Sortenvielfalt in Super- und Verbrauchermärkten gestärkt. Unsere Schokofans erreichen wir über TV, Online, Straßenbahnwerbung, Print, OoH Screens und Sampling. Der Stockerlplatz macht uns stolz und glücklich - und 2020 geht es weiter mit einem starken Innovationsprogramm!



**Karl Guschlbauer**

GESCHÄFTSFÜHRER  
GUSCHLBAUER GMBH

Seit über 35 Jahren verbinden wir als qualitätsbewusstes und innovatives Familienunternehmen Genuss, Vielfalt und Tradition! Unsere bekannten Süßwaren produzieren wir auf einer der modernsten und vollautomatischen Fertigungsstraßen. Mittlerweile hat unser Unternehmen einen hohen Stellenwert und wichtigen Platz im Handel erlangt, und wir sind stolz darauf, dass der Bekanntheitswert unserer Marke stetig steigt. Innovativ, aber zugleich traditionell und von jeher stark verwurzelt in unserem Standort St. Willibald im Innviertel – mit viel Herzblut fertigen unsere fachlich sehr guten und hochmotivierten Mitarbeiter unsere süßen Köstlichkeiten, um unsere Kunden beliefern zu können.

## Nicht gekühlte Riegel

MAT Mai 2019

→ Alle ungekühlten Süßwaren in Riegelform (sowohl mit als auch ohne Schokoladeumhüllung), inkl. Müsliriegel (Cerealienriegel, Diätriegel und Fruchtschnitten)

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

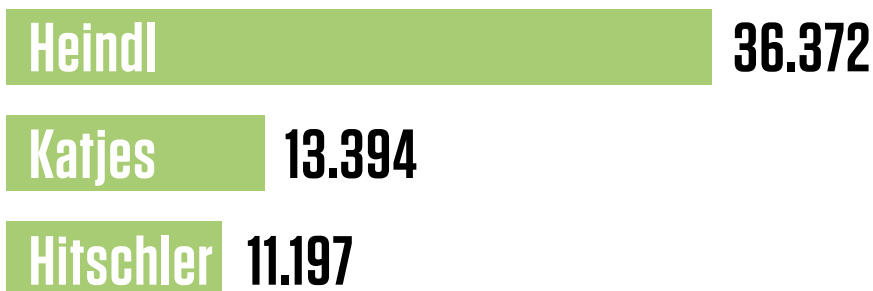
Kinder 34,8 % | Milka 30,5 % | Duplo 23,6 %

## Fruchtgummi & Gelee

MAT Mai 2019

→ Frucht-, Schaum-, Weingummi, Lakritz, Gelee, Saisonmotive wie Osterhaserl in Gelee, auch Halsgummi

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Haribo 53,9 % | Nimm 2 23,9 % | Trolli 14,4 %

## Müsli

MAT Mai 2019

→ Sämtliche Müslis wie Regular, Knusper sowie Porridge-Hafermahlzeit, Abendbrei, Frühstücksbrei

**WACHSTUM** vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)



**TOP 3 MARKEN:** Käuferreichweite in %

Vitalis 9,0 % | Knusperli 8,9 % | Kellogg's 6,9 %

# Käse

MAT Mai 2019

→ Schmelz-, Frisch-, Hart-, Schnitt-, Weich- und Sauermilchkäse

## WACHSTUM vs. Vorperiode (in Käuferhaushalten)

Tirol Milch	160.516
Schärdinger	125.418
Kärntner Milch	125.106



## TOP 3 MARKEN: Käuferreichweite in %

Schärdinger 74,3 % | Philadelphia 44,9 % | Woerle 35,4 %



### Arnold Pichl

KEY ACCOUNT MANAGER  
EHRMANN GMBH

Ehrmann ist Wachstums-Sieger in der Kategorie Dessert in Österreich (aktuelle GfK-Studie). Mit der Trendmarke High Protein und der Genussmarke Grand Dessert kommt Dynamik und Abwechslung ins Kühlregal. Wachsende Beliebtheit zeigt sich durch eine Listungs-Ausweitung bei Spar. Die neue Trendmarke Ehrmann High Protein trifft den Nerv der Zeit: viel Protein, kein Zuckerzusatz, wenig Fett, laktosefrei und 100% Genuss. Dadurch wird die High Protein Range zum Must-Have. Durch die flächendeckende, nationale Listung bei Spar kann die Marke High Protein die Verfügbarkeit ausbauen und Käuferzuwachs generieren. Beide Marken werden mit Aktionen unterstützt, um zusätzliche Kaufanreize zu generieren. 2019 wird das Angebot mit Grand Dessert Schoko-Eierlikörsahne und mit den neuen Sorten Pudding und Joghurt ausgeweitet.

Mehr zum Thema auf [www.regal.at](http://www.regal.at)



### → Alle Studien & Marktumfragen

Als Download übersichtlich angeordnet

### → Neue Produkte

mit umfassender Such- und Anmeldefunktion