

## Presseinformation

### Premium Desserts auf Erfolgskurs:

### Mövenpick ergänzt Wachstumsmarkt um zwei neue Sorten „Feinster Pudding“



**Wasserburg am Inn, im Februar 2019** – „Diesen Moment nehm ich mir.“ – viele Deutsche bezeichnen sich selbst als Genießer und gönnen sich im Alltag eine köstliche Auszeit. Das bestätigt auch der immer weiterwachsende Markt der Desserts im Lebensmitteleinzelhandel (+11,5 Prozent Umsatzsteigerung, 1. HJ 2018 vs. 1. HJ 2017)<sup>1</sup>. Auf diesen Erfolg setzt auch die Premiummarke Mövenpick, die im Jahr 2017 die Kategorie „Feinster Pudding“ lancierte und seitdem überzeugende Abverkäufe (+14,8 Prozent<sup>2</sup>) generiert. Mit neuen Sorten und jährlichen Innovationen sorgt Mövenpick für frischen Wind im Sortiment und weitere Kaufimpulse bei bestehenden und neuen Kunden. Ab Februar freuen sich Verbraucher daher auf die erlesenen Kreationen „Feinster Pudding mit Milchcrème“ pur oder mit Mandel- und Kokosstückchen im aufmerksamkeitsstarken und ansprechenden Becher-Design. Mit diesen außergewöhnlichen Geschmackskombinationen bietet der Premium-Anbieter acht cremige Sahnepudding-Desserts im Kühlregal. Eine großangelegte TV-

<sup>1</sup> Nielsen, Dessert, LEH, Veränderung Umsatz, 1. HJ 2018 vs. VJ

<sup>2</sup> Nielsen, Dessert mit Sahne, LEH+DM, % Veränderung Absatz konv., 1. HJ 2018 vs. VJ

Kampagne sowie weitere Kommunikationsmaßnahmen unterstützen den Abverkauf der besonderen Pudding Kreationen.

### **Attraktives Produktkonzept mit Potential**

Tradition, Premium-Genuss, Natürlichkeit und Qualität – das sind die ausschlaggebenden Kaufkriterien für Mövenpick Produkte im Mopro-Regal. Im Segment der Sahne-Puddings besticht der Premium-Anbieter durch attraktive Neuheiten und hochwertige Zutaten bei Verbrauchern, die sich gern mit abwechslungsreichen Variationen von qualitativen Produkten überraschen lassen. Zwei stark nachgefragte und unwiderstehliche Kompositionen knüpfen ab Februar an den Erfolg der bestehenden Vielfalt an und sorgen für ein ganz besonderes und sommerliches Geschmackserlebnis: „Feinster Pudding mit Milchcrème“ und „Feinster Pudding mit Milchcrème und Mandel- und Kokosstückchen“. Die cremigen und mild-süßen Sahnepuddings pur oder mit knackigem Extra punkten bei Premium-Genießern mit Natürlichkeit und hochwertigen Rezepturen ganz ohne künstliche Aromen und ohne Konservierungsstoffe – für den authentischen Genuss in entspannten Momenten.

### **Ein „Augenschmaus“ auf jeder Plattform**

Ob direkt im Kühlregal, beim Surfen im Internet oder plakativ im TV, das Mövenpick "Feinster Pudding" Sortiment mit insgesamt acht attraktiven und erlesenen Geschmacksrichtungen sticht insbesondere durch ein edles Becher-Design mit großflächiger Sortenabbildung direkt ins Auge. Um diese Sichtbarkeit und damit den Werbedruck zu erhöhen, werden die Dessert-Kreationen in die großangelegte Dachmarkenkampagne 2019 integriert. Ein 20-Sekünder im TV, der mit einer Reichweite von ca. 150 Mio. Kontakten u.a. auf den Sendern ARD, RTL und VOX ausgestrahlt wird, macht auf die kommunikative Neuausrichtung der Premium-Marke aufmerksam. Dabei werden die Zuschauer unter dem Claim „Diesen Moment nehm ich mir.“ in eine Traumwelt entführt, die zum Verweilen und Genießen einlädt.

„Feinster Pudding mit Milchcrème“ und „Feinster Pudding mit Milchcrème und Mandel- und Kokosstückchen“ kann in einer 12er-Mischsteige (6 Becher pro Sorte) geordert werden (Karton-EAN: 4002334107352). Der 150-Gramm-Becher ist im Kühlregal ab Februar 2019 zum unverbindlich empfohlenen Ladenverkaufspreis von ca. 0,79 Euro erhältlich.

### **Über die Privatmolkerei Bauer**

1887 gründet Franz Seraph Bauer das „Bauerschweizer Käsewerk“ in Wasserburg, wo das mittlerweile in der fünften Generation von den Brüdern Markus und Florian Bauer geführte Familienunternehmen noch heute seinen Sitz hat. Die Privatmolkerei Bauer ist Teil der Bauer Gruppe und gehört – nach 130 Jahren erfolgreicher Firmengeschichte – zu den größten Molkereiunternehmen Europas. Mit Leidenschaft für die Milch und dem Bestreben, natürliche Produkte mit besten Zutaten zu vermarkten, entwickelt sich die Molkerei stets weiter. Mit dem Markencredo „Die Bauers, die können's einfach“ unterstreicht das Unternehmen sein Qualitätsversprechen und weist auf die breite Sortimentsvielfalt mit Klassikern wie dem Fruchtjoghurt „Der Große Bauer“, dem Bauer Weinkäse oder dem Schnittkäse „Diplomat“ sowie stetig neuen Innovationen wie dem Kinderjoghurt Bauer „Hofspass“ hin.

### **Kontakt:**

FAKTOR 3 AG  
Karoline Bialon  
Senior-Beratung

Fon: +49 (0)40-67 94 46-48  
Fax: +49 (0)40-67 94 46-11  
Mail: [bauer-milch@faktor3.de](mailto:bauer-milch@faktor3.de)

FAKTOR 3 AG  
Kattunbleiche 35  
22041 Hamburg