

## Milka und Kellogg verschmelzen zu einer 300 Gramm-Tafel

Ergebnis einer Kooperation von Kraft Foods und Kellogg ist die neue 300 g-Tafel Milka Crispy Joghurt & Kellogg's. Ab August gibt es die Kombination aus Milka Alpenmilch-Schokolade, Kellogg's Corn Flakes und Kellogg's Rice Krispies in einer erfrischenden Joghurtcrème als limitierte Edition (EVP 1,89 €).

„Milka ist mit rund 400 Millionen Tafeln pro Jahr die Nr. 1 im Tafelmarkt und Kellogg weltweit klarer Marktführer bei den

1,89 €).

Jacobs Caffè Crema ist ein weiterer starker Markenpartner von Milka. Die neuen 100 g-Tafeln Latte Macchiato mit weißer Schokolade, Cappuccino mit Alpenmilch-Schokolade und Espresso mit zarterherber Milka (EVP jeweils 0,69 €) sind ab sofort als limitierte Editionen nur für kurze Zeit im Handel. Jede Café-Tafel enthält eine Füllung aus zwei Schichten: Café-Crème und eine weiche Schicht mit echtem Röstkaffee.



### IMAS-Studie: Milka ist bekannteste und attraktivste Marke

Milka ist im Nahrungsmittelbereich die bekannteste und attraktivste Marke. Dies geht zumindest aus einer Studie des Marktforschungsinstituts IMAS International hervor. Auf die Frage „An welche Werbung erinnern Sie sich besonders?“ hatten 10 % von 2.006 Befragten spontan und ungestützt die Marke Milka genannt, die damit hinter Mercedes auf Platz zwei zu finden ist. Milka führt die Liste der sieben bekanntesten Food-Marken an, gefolgt von Müller Milch, Maggi, McDonald's, Coca-Cola, Haribo und Jacobs. 77 % der Umfrageteilnehmer bewerteten Milka-Werbung als gut oder sehr gut.

Hinsichtlich Attraktivität liegt die Markenwerbung von Milka vor Haribo (72 %), Coca-Cola (66 %), Maggi (65 %), Jacobs (61 %), McDonald's (57 %) und Müller Milch (44 %). Unter allen Marken erzielte Milka hier Platz 3 hinter Renault und BMW.

Cerealien – daraus wird Markenstärke hoch zwei. Schließlich sind Markenpower und Innovationen die Erfolgsfaktoren im Süßwarenmarkt“, betont Anemarie Leniger (rechts im Bild), Director Marketing Snacks bei Kraft Foods. Roland Brandstät (links), Marketing Direktor bei Kellogg, ist ebenfalls vom Erfolg der Zusammenarbeit überzeugt: „Beide Marken sprechen Familien an, sind bekannt für ihre hohe Qualität und haben eine lange Tradition – ideale Voraussetzungen, um gemeinsam zusätzliche Potenziale auszuschöpfen.“

### Die große „Weisse“ und drei neue Café-Tafeln

Außerdem erweitert Milka das Sortiment der 300 g-Tafeln. Milka Weisse Ganznuss ist die erste Sorte mit weißer Schokolade im Großformat. Die „Weisse“ besticht durch ganze, knackige Haselnüsse (EVP



## Angelika Schwalber ist „German Chocolate Master 2004“

Angelika Schwalber, Geschäftsführerin der Confiserie Neßbach & Schwalber in Olching (Oberbayern), hat bei dem von Barry Callebaut initiierten Wettbewerb „German Chocolate Master 2004“ ihr handwerkliches Können mit Schokolade bewiesen. Mit der höchsten Punktzahl gewann sie in Köln den Titel des German Chocolate Master 2004 und wird beim Weltfinale im Herbst 2005, das voraussichtlich in Paris stattfindet, unter Landessiegern aus 15 Nationen vertreten sein.

### Surrealismus aus Schokolade

Fünf junge Confiseure und Schokoladenkünstler hatten die Herausforderung angenommen, bei der bundesweiten Entscheidung gegeneinander anzutreten. Markus Podzimek aus Neunkirchen, Angelika Schwalber aus Alling-Holzkirchen, Dorte Schetter-Goeckler aus Metzingen, Heiko Oswald aus Remchingen und Nora Kristin Czudaj aus Lübeck präsentierten ihre Kreationen einer Jury von Schokoladenexperten. Die Variationen wurden nach Geschmack, optischen Aspekten und technischen Raffinessen beurteilt.

Alle Kandidaten kreierten eine handelsübliche Praline, eine extrem kreative Praline, einen geschichteten Schokoladenkuchen und ein künstlerisches Schaustück zum Thema „Surrealismus“ – natürlich nur aus Scho-

kolade. Angelika Schwalber gewann den Titel dank einer hoch geschätzten Kombination ihrer technischen Fertigkeiten, geschmackvollen Werken und der Kreativität bei Formen und Zutaten. Als sie die Auszeichnung aus den Händen von Kölns Bürgermeister Josef Müller entgegennahm, war sie so gerührt, dass sie nur ein „super“ herausbrachte.



Von dem Schaustück „Mousse Torte Tanzanie“ von Siegerin Angelika Schwalber waren nicht nur die Juroren beeindruckt.

### Weltfinale im Jahr 2005

Die deutsche Vorausscheidung ist Teil des Wettbewerbs World Chocolate Masters von Barry Callebaut. Im nächsten Jahr soll die Auswahl für die World Chocolate Masters weltweit organisiert werden. Im Finale werden die Gewinner aller teilnehmenden Länder um den Titel des World Chocolate Masters 2005 und einen Anteil am Preisgeld von 75.000 € wetteifern. Datum und Ort für das Finale werden im Herbst 2004 bekannt gegeben.