



● Energie-Riegel mit grünem Gel-Kern

(Jh) Aktivierend wie ein Energy-Drink, leistungssteigernd wie ein Power-Snack – so präsentiert sich „Enexy“ im Süßwarenmarkt. Die Designnähe zur Dose kommt nicht von ungefähr und ist bewußt gewählt. Der leuchtend grüne Gel-Kern ist geschmacklich an die gängigen Energy-Drinks angelehnt, bietet aber, umhüllt von weißer Schokolade, einen besonderen Genuß. Ein hoher Koffein- und Guaranaergehalt (der entsprechende Warnhinweis ist aufgedruckt) ermöglicht die erwünschten Aktivierungseffekte eines Energy-Drinks. Der 40-g-Riegel ist frische- und formstabil verpackt. Angeboten wird er an Impulsszenen und auch im Kühlregal. Start für das neue Produkt ist im April – vorerst exklusiv über Leckerland im Convenience-Bereich.

Die Enexy UG ist ein junges Unternehmen aus Schwäbisch Gmünd. Geschäftsführende Gesellschafterin ist Stephanie von Niessen, die auch die Idee für das Produktkonzept hatte und realisierte. Die Verpackung wurde in Zusammenarbeit mit der ChocAlu Aluminiumverpackungen GmbH entwickelt. Das Produkt selbst wird bei einem führenden Süßwarenhersteller gefertigt.

● Neuer Country Manager bei Bahlsen

(ba-pr) Zu Monatsbeginn hat Jürgen Jürgensen, 55, die Position des Country Managers Deutschland in der Bahlsen GmbH & Co. KG übernommen.

ANZEIGE

HERZA
CHOCNOLOGY

Creative Chocolate Solutions

Funktionelle Schokoladenstücke für Ihre Anwendung vom Heißes Spezialitäten mit eigener Kakaoherstellung

Besuchen Sie unsere neue Homepage: www.HERZA.de

Herza Schokolade GmbH & Co. KG
Bergener Chaussee 132
D-22650 Norderstedt
Tel. +49 (0)40 900 176 19
Fax +49 (0)40 900 176 19
www.herzashop.com

Ein Unternehmen der Bram-Wyck Gruppe

Firmenjubiläum in Halle: 60 Jahre Kathi

(ssc) Die Kathi Rainer Thiele GmbH kann am 31. März 2011 ihr 60jähriges Bestehen feiern. Es ist der bisherige Höhepunkt der Erfolgsgeschichte eines Unternehmens, einer Marke und einer Familie aus Halle an der Saale.

1951 von den Eltern bzw. Großeltern der heutigen Firmeneinhaber gegründet, 1972 zwangsenteignet und zum VEB gemacht, repräsentiert Gründersohn Rainer



Senior Rainer Thiele mit seinen Söhnen Geschäftsführer Marco Thiele (rechts) und Thomas Wilhelm (Geschäftsleitung Organisation und Technik).

Thiele das Unternehmen 1991 und führte es erfolgreich in die Marktwirtschaft. Möglich wurde das durch den Neuaufbau der Firma 1994 mit einer DM-Investition in Millionenhöhe, mit weiteren Investitionen in Produktion und Lager, mit Produktinnovationen, mit engagierten Mitarbeitern, aber auch mit richtigen Entscheidungen. In den neuen Bundesländern ist das Unternehmen Markt-

fürmer im Segment der Backmischungen.

Mit Marco Thiele hat seit Anfang 2009 die nunmehr dritte Generation die Geschäftsführung übernommen. 90 Mitarbeiter, davon aktuell 14 Lehrlinge, erwirtschaftete 2010 einen Umsatz von 22 Mio. Euro. Die Produktpalette reicht von klassischen Grund- und Kuchenmischungen über Premiumsegmente bis zu Spezialitäten.

Ein Keks geht um die Welt – mit der Facebook-App von Prinzen Rolle

(pg) Abbeißen, weiterenden und Preise gewinnen: GdB schickt seit März die Prinzen Rolle auf große Reise rund um den Globus und startet eine breit angelegte Facebook-Kampagne. Unter dem Motto „I love Prinzen Rolle“ können die Anwender ihre Kontakte dazu einladen, von einem virtuellen Prinzen Rolle-Keks abzubeißen und diesen an andere Bekannte weiterzusenden. Ein Posting „Möchtest du auch mal an meinem leckeren Keks knabbern?“ wird dabei auf der Facebook-Pinnwand des Users



veröffentlicht. Auf einer Weltkarte wird angezeigt, wo bereits an dem Keks geknabbert wurde. Ist der kulinarische Gruß

einmal gestartet, wird der Versender fortlaufend über den Status informiert und kann auf einer Karte mitverfolgen, in welche Regionen und Länder der Keks bereits geschickt wurde.

Beim Prinzen Rolle-Facebook-Gewinnspiel werden Ende April unter allen Teilnehmern u. a. eine Städtereise für sechs Personen nach

Hamburg oder München verlost.

Mit der Prinzen Rolle Facebook-App will GdB die Social-Media-Aktivitäten weiter ausbauen und das Engagement in einem der wichtigsten sozialen Netzwerke verstärken.

Die Prinzen Rolle gilt als beliebtestes Süßgebäck in Deutschland und ist seit über 55 Jahren in vielen Variationen erhältlich. Ab Mai gibt es sie mit neuem Prinzenmotiv, einer überarbeiteten Sortimentsstruktur und einer wieder-verschließbaren Verpackung.

AHK Madrid und GEFA organisieren Promotion bei El Corte Inglés in Spanien im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung und Landwirtschaft

(hh) Die Auslandshandelskammer in Madrid führt im Auftrag des Bundesministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (BMELV) mit dem Handelspartner El Corte Inglés in Spanien Deutsche Wochen im Oktober 2011 durch. Diese sollen in allen 96 Filialen von El Corte Inglés stattfinden. Die gesamte Aktion wird mit einem detaillierten nationalen Werbe- und PR-Konzept im Vorfeld und während der Aktion öffentlichkeitswirksam begleitet. Die Marketingorganisation GEFA (German Export Association for Food and Agriproducts, Berlin) wurde beauftragt, die Ansprache und Akquise der deutschen Teilnehmer an dieser Promotion-Aktion zu übernehmen.

El Corte Inglés ist der führende Warenhausbetreiber in Europa und der viertgrößte der Welt

(Quelle: Planet Retail). Nach Angaben dieser Handelskette vereinen die Umsätze ausländischer Produkte in ihren Regalen ca. 5 % der Umsätze (Lebensmittel), davon entfallen auf deutsche Produkte ca. 50 %. Deshalb ist die Partnerschaft mit Deutschland nach Aussagen von El Corte Inglés sehr wichtig. Der Handelspartner beabsichtigt, bei erfolgreichem Verlauf der Leistungsgespräche mit den deutschen Herstellern bis zu 70 % Neulisten für die Aktion vorzunehmen.

„Mit diesem Pilotprojekt wollen wir ein starkes Signal für deutsche Lebensmittel setzen und an die erfolgreiche Kooperation zwischen diesem Handelspartner und Deutschland aus der Vergangenheit anknüpfen“, so Gerhard Rech, verantwortlicher Unterabteilungsleiter im BMELV. „Die Wert-

schätzung Deutschlands als einer der wichtigsten Handelspartner im Ausland und die angekündigte hohe Bereitschaft, aktionsbezogene Neulisten voranzutreiben zu wollen, haben uns bewegt, uns für diese nationale Aktion mit El Corte Inglés zu entscheiden“, ergänzt Markus Kemper, stellv. Geschäftsführer und Leiter des Bereichs Markt- und Absatzberatung der Deutschen Auslandshandelskammer in Spanien.

Die Teilnahme an der Aktion steht dabei grundsätzlich allen interessierten Unternehmen in Deutschland offen. Die Aktionsbedingungen können auf der GEFA-Website eingesehen werden und stehen dort als Download zur Verfügung.

„Wir wollen als GEFA nach erfolgreicher Umsetzung unseres German Oktoberfest in den USA 2010 unser Know-how im

Interesse der gesamten deutschen Unternehmen einbringen“, betonte Willi Meier, stellvertretender Sprecher der GEFA.

Als Produktbereiche für die Teilnahme an dieser Aktion wurden Fleisch und Fleischwaren, Milchprodukte, Brot- und Backwaren, gekühlte Produkte, Konserven, Getränke, Süßwaren, Schokolade, Snackartikel und Bioprodukte vereinbart.

ANZEIGE

PETZOLD HEIDENAUER **LADCO**

Unser Wissen - Ihr Vorteil

Funfmalwerke
Neue Generation

www.petzold-heidenauer.de

Petzold-Heidenauer Maschinen- und Anlagenbau International GmbH
Niedersiedler Str. 41
01239 Dresden
Tel. +49(0)351 2861200
Fax +49(0)351 2861282
info@petzold-heidenauer.de

Ladco Group Members
MACHTE

Seminar mit Starkoch: Wie Marken Kultstatus erlangen

(df) „Wie Marken Kultstatus erlangen“, so lautet das Motto eines Seminars mit Starkoch Christian Henze in Kempen. Er lädt am 17. Mai 2011 Marketingmanager aus ganz Deutschland in seine Kochschule ein. Dort berichten Top-Referenten von Marken wie Häagen Dazs oder mymuesli.de darüber, wie Marken Kultstatus erlangen. Vier Unternehmer und Marketingmanager geben Einblicke in ihre Erfolgsgeschichten: Der Student Max Wittrock gründete mit

zwei Freunden das Unternehmen mymuesli.de. Seine Kunden bestellen ihre individuelle Müsli-Mischung online. Mit diesem Konzept knackte das Unternehmen bereits im Gründungsjahr die Millionengrenze beim Umsatz. Drei Jahre später ist mymuesli.de mit 100 Mitarbeitern ein sehr erfolgreiches mittelständisches Unternehmen. Tina Müller berichtet über den erfolgreichsten Launch des Jahres 2010: Als Corporate Senior Vice President bei

Henkel hat sie eine Profi-Stylingerie für den Einzelhandel unter der Marke Syoss auf den Markt gebracht.

UfLunge hat mit seinem Bruder eine Laufschuh-Manufaktur gegründet und ist heute mit seinen in Deutschland gefertigten Schuhen für Profilaufierer in einem hochpreisigen Segment erfolgreich. Matthias Dimke verantwortet das Marketing bei Häagen Dazs und berichtet über die Verbindung von Genuß und Lifestyle im Rahmen der Markenführung.