


SG

Magazin

INDUSTRIE • HANDEL • MARKETING • VERTRIEB

SCHWERPUNKT

Zuckerwaren: starke
Marken perfekt
in Szene gesetzt

INDUSTRIE

Ferrero kündigt neue
Führungsstruktur an

VERTRIEB

Agentur Clausmeyer
optimiert IT-Bereich

SCHWEIZ

Maestrani: Chocolarium
glanzvoll eröffnet

INTERNATIONAL

Pelit celebrates its
60th anniversary

Karibisch knackig...



knackig

fruchtig

Lecker

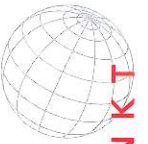
Hitschies

KNACK

Neu! Lecker! Exotisch!
Hitschies Tropical Mix

hitschler

www.hitschler.de



Cloetta Deutschland forciert Distribution von Lonka

Das Vertriebsunternehmen Cloetta Deutschland GmbH, das im Juli sein 50-jähriges Bestehen seit der Gründung als Red Band Süßwarenvertriebsgesellschaft mbH feiert, verfügt seit zwei Jahren mit Lonka über eine weitere renommierte Marke. Im Jahr 2015 hatte Cloetta das 1920 gegründete niederländische Unternehmen Locawo mit zwei Werken in Roosendaal und Dieren übernommen. Die Marke Lonka, deren Name sich von „Lonca“ (London Caramel Works) ableitet, blickt auf eine lange Tradition in der Herstellung von Karamell und Fudge zurück und hat sich mit dem Erwerb des Unternehmens Marandi einen anerkannten Experten für Soft Nougat ins Haus geholt. Das Soft Nougat von Lonka wird seither nach klassischer Rezeptur hergestellt, die dem berühmten Montelimar Nougat nachempfunden ist. Die leckeren Würfel aus weißem Nougat sind dabei

in verschiedenen Sorten mit hochwertigen Zutaten wie knusprigen Mandeln, Haselnüssen, kandierten Früchten oder Erdnüssen verfeinert.

Derzeit erlöst Lonka die Hälfte seines Umsatzes von mehr als 30 Mio. Euro im Heimatmarkt; im Export dominieren die nordeuropäischen Länder und Großbritannien. Nun soll die Marke auch im deutschen Markt forciert werden. „Soft Nougat ist in Deutschland seit Langem ein fester Bestandteil im Fachhandel. Jetzt wollen wir auch im Lebensmittel-einzelhandel eine größere Aufmerksamkeit für diese Spezialität erreichen“, erklärt Dominik Holtschlag, Vertriebs- und Marketingleiter von Cloetta Deutschland.

Vor allem der aktuelle Verpackungsrelaunch mit den neu designten Blockbodenbeuteln setzt die Produkte noch besser in Szene. Die 144-g-Beutel enthalten einzeln verpackte weiche



Nougat-Stücke mit entsprechenden knackigen Zutaten. Im deutschen Markt konzentriert sich die Vertriebstochter auf die Sorten Pistachio, Hazelnut & Almond sowie auf Geschenkpackungen unter dem Sublabel „Special Moments“. Auch die klassischen Karamell- und Fudge-Artikel im Stehbeutel wurden einem Relaunch unterzogen. Sie ergänzen das Lonka-Sortiment von Cloetta Deutschland, das dem Handel damit eine breitgefächerte Palette an Spezialitäten bieten kann.

www.cloettade.com

Luftige Marshmallows und weiche Torrone

Das Vertriebsunternehmen Market Grounds vermarktet ein hochwertiges Produktportfolio, in das sich die Produkte der belgischen Schokoladenfirma Barú nahtlos einreihen. Die Schoko-Riegel (30 g) bestehen aus einem luftigen Marshmallow, gekrönt mit einer Schicht aus besonderen Zutaten und ummantelt von feiner Milch- oder Zartbitterschokolade. Im Angebot sind die drei Sorten Dark Chocolate – Sea Salt Caramel mit leicht gesalzenem Karamell und gerösteten Mandelsplintern, Milk Chocolate – Crunchy Cashew mit Haselnusscreme und geröstetem Cashewkern-Crisp sowie Milk Chocolate – Chai Latte mit feiner Milchcreme-Schicht und würzigem Chai-Pulver.

Zudem hat Barú zehn Marshmallow-Kreationen im Angebot – zum einen umhüllt von belgischer Schokolade, zum anderen auch pur. Ein Highlight

sind Milk Chocolate Marshmallows – Coffee & Creme (60 g), Marshmallows mit echter Vanille, Honig und Kaffee-creme, umhüllt von Milkschokolade. Dark Chocolate & Sea Salt Caramel Marshmallows (60 g, 120 g) sind mit gesalzenem Karamell verfeinert und von Zartbitterschokolade umhüllt. Toasted Coconut (60 g) mit Bourbon Vanille und Honig ist mit gerösteten Kokosraspeln bestreut. Die Produkte sind frei von künstlichen Aromen oder Farbstoffen. In Deutschland sind sie in Feinkost- und Gourmetläden sowie in ausgewählten Online-Shops erhältlich.

100 Prozent natürliche, GVO-freie Zutaten ohne Konservierungsstoffe und ein hoher Mandelanteil sowie eine besonders weiche Textur zeichnen die Marke Trentasette, benannt nach dem Geburtsjahr des Gründers der heutigen Manufaktur Dolcidea, Senior De Cristofaro. Seit Generatio-



nen stellt das Familienunternehmen weiche Torrone her, 1972 wurde die heutige Manufaktur eröffnet, die nach wie vor auf traditionelle Rezepte und Methoden setzt.

www.market-grounds.com

