

# Raffinierte **Sorten** und **MULTI**-Packs

Der Sommer kommt und dann dürfen trendige Impulseis-Sorten in der Gefriertruhe nicht fehlen. Ob vegan oder Milcheis – die Hersteller ließen sich innovative Geschmacksrichtungen und Verpackungsgrößen einfallen.

TEXT: LISA LEVY FOTOS: STOCK.ADOBE.COM/ROBERTO; GENUPORT; FERRERO; FRONERI SCHÖLLER; UNILEVER, MARS WRIGLEY, KAY FOTO DESIGN GMBH



„Durch ein Zusammenspiel im Sortiment aus Topsellern bekannter Hersteller und überraschenden Innovationen“, erhält die Kategorie Impulseis laut Fabian Brüderle, Category Manager beim Großhändler „MCS“ wiederum selbst neue Impulse. „Besonders in Convenience-Stores verlangen die Kunden Markeneis dervier großen Anbieter ‚Unilever‘, ‚Froneri Schöller‘, ‚Ferrero‘ und ‚Mars Icecream‘.“

Die Zusammenarbeit von zweier starker Marken führt laut Fabian Brüderle zu ganz neuen Eisvarianten. „Produkte von ‚Mars‘ zählen sowohl im Schokoriegelbereich als auch im Eis-Bereich zu den absoluten Topsellern“, weiß der „MCS“-Category Manager. „Gleiches gilt für ‚Ferrero‘, dessen Eisprodukte aufgrund der starken Marke im Süßwarenereich sehr gefragt sind. Dieser Mix zeigt sich 2024 bei der Fortführung von ‚Froneri‘ mit ‚Oreo‘ bei dem neuen Artikel ‚Oreo Mini Bites‘ oder bei der neuen ‚Milka‘-Eisvariante im ‚Strawberry Cheesecake‘-Style. Dieser Mix unterstreicht die Wichtigkeit dieser Marken und ist auch in den Topsellern zu erkennen.“

## Werbeinvestitionen zahlen sich aus

„Die Werbeinvestitionen starker Marken zahlen sich für Shopbetreiber aus“, so Fabian Brüderle von „MCS“. Jeder Händler sollte vor Ort sicherstellen, dass sich in seinem Sortiment die beliebtesten Produkte befinden.“ Marken und Lizenzen spielen bei Impulseis eine wichtige Rolle, besonders im Hinblick auf den Kunden. „Die Eis-Konsumenten sind mit Eismarken groß geworden und verbinden Kindheitserinnerungen mit ihrem „Lieblingseis“. Besonders in Convenience-Stores verlangen die Kunden Markeneis, denn industriell hergestelltes Markeneis ist mit 82,5 Prozent (Quelle: Statista) ein wahrer Topseller“, berichtet Volkmar Schwenk, Mitglied der Geschäftsführung bei „Ferrero Deutschland“. „Die Schokoladenmarken von ‚Fer-



*Weißer Schokolade ist ein Wachstumstreiber und nach Milkschokolade der Top-Flavour.*

Volkmar Schwenk, Mitglied der Geschäftsführung, „Ferrero Deutschland“



„... sind allseits bekannt und echte Verkaufsschlager im Convenience-Kanal.“

### Weiße Schokolade im Trend

„Weiße Schokolade ist definitiv ein Wachstumstreiber und starker Trend, was sich auch im Umsatz bemerkbar macht“, so Volkmar Schwenk weiter. „Eis mit weißer Schokolade generiert laut ‚Iri‘-Zahlen rund 40 Millionen Euro Umsatz im Jahr 2022. Dies zeigt sich besonders im Sticks-Segment – hier ist weiße Schokolade nach Milkschokolade der Top-Flavour.“

„Dabei nahm die Relevanz der Sorte besonders in den letzten sechs Jahren stark zu (+11 Prozent, Quelle: ‚GfK Consumer Scan‘). Bei den Speiseeisformaten lässt sich sagen, dass insbesondere Hörnchen, Sandwiches, Becher, Riegel und Eis am Stiel sich besonderer Beliebtheit

erfreuen. Diese Formate eignen sich vor allem für unterwegs: ausreichende Größe und mundgerechte Portionen sind perfekt für den Genuss zwischendurch.“

### Trends und Geschmacksrichtungen

Diesen Trend will der Hersteller nicht verpassen und launcht daher dieses Jahr das „Ferrero Rocher White Eis“ und das „Raffaello Triple Experience Himbeere“ im Single-Pack, das ebenfalls von einer weißen Hülle umgeben ist. Auch das „Ferrero Rocher Triple Experience Caramel“ mit Haselnüsseis und Haselnussstückchen gibt es nun im Single-Pack. Sowohl „Froneri“ als auch „Unilever“ bringen im neuen Jahr spannende Neuheiten auf den Markt. Bei „Unilever“ wird es zwei neue interessante Sorten bei Magnum geben: „Euphoria Pink Lemonade“ und „Chill

Blueberry Cookie“ – letzteres ist eine vegane Variante, womit der Trend vegan weiter anhält. „Unseren Klassiker ‚Twister Pineapple‘ auf pflanzlicher Basis gibt es 2024 auch im großen Impulsformat (80 Milliliter)“, so die Pressestelle von „Unilever“ auf Anfrage der „tankstelle“. „Andere Entwicklungen sind im Bereich Snacking zu beobachten: Kleinere Portionen wie Eisriegel sind bereits seit einigen Jahren von ‚Mars‘ erfolgreich auf dem Markt etabliert“, erklärt Fabian Bröderle von „MCS“. „Im Jahr 2024 wird auch ein ‚Magnum‘-Eis im Riegel-Format eingeführt.“ Bei „Froneri“ kommen Neuheiten bei der „Nuii“-Reihe sowie unter den Marken „Oreo“ und „Milka“. „Nuii“ erweitert sein Sortiment um die Sorte „Italian“. Somit erhält die Marke auch in diesem Jahr eine neue Geschmacksrichtung. Category Manager Fabian Bröderle: „Diese Innovationen tragen dazu bei, die Attraktivität von Impulseis zu steigern und den Kunden stets neue und aufregende Produkte zu bieten.“

Trends, Konsumentenverhalten und -wünsche sind hier enorm wichtig. Kirstin Brunkhorst, Leiterin Marketing bei „Froneri“: „Das Thema Snacking spielt eine immer größere Rolle, auch im Eis-Segment. Das zeigt sich besonders an der positiven Entwicklung im Stieleis-Bereich. Mit über 15 Prozent verzeichnet der Stieleis-Markt ein kontinuierliches Wachstum. Über 60 Prozent der Kon- ▶

## Produktion von Eisriegeln zu 100 Prozent aus erneuerbaren Energien

### Fabrik in Steinbourg

„Wir entscheiden heute, wie die Welt von morgen aussehen wird“, sagt Carsten Simon, General Manager bei „Mars Wrigley“ in Deutschland. Darum stellte das Unternehmen Mitte 2022 die



Produktion von Eisriegeln auf 100 Prozent erneuerbare Energie um. Die Fabrik in Steinbourg (Elsass) ist damit die erste Fabrik von „Mars“, welche die benötigte Energie für Strom und Wärmeerzeugung vollständig aus regenerativen Quellen bezieht. Auf den Einsatz von fossilen Brennstoffen wird verzichtet. Carsten Simon von „Mars“: „Angesichts der Klimakrise sehen wir den Verzicht auf fossile Brennstoffe in unseren Fabriken als einen wichtigen Schritt in Richtung klimaneutrale Zukunft. Dieser nachhaltige Ansatz in Steinbourg spiegelt unser Engagement für unseren Planeten wieder.“

[www.mars.de](http://www.mars.de)



*Bekannte Marken bieten Kunden Sicherheit. Hier wissen sie, dass sie sich auf die Qualität verlassen können.*

Kirstin Brunkhorst, Leiterin Marketing, „Froneri“



► sumenten essen dabei das Stieleis am liebsten als leckeren Snack“, berichtet die Marketing-Leiterin unter Berufung auf „NielsenIQ MarketTrack“.

**Absatz- und Umsatzentwicklung**

An Tankstellen entwickelten sich Absatz und Umsatz von Impulseis im vergange-

nen Jahr laut Fabian Brüderle von „MCS“ wie folgt „Im Vergleich zum Vorjahr entwickelte sich die Warengruppe Eis um plus neun Prozent im Umsatz und plus/minus null Prozent im Absatz. Die uns vorliegende Umsatz-/Absatzentwicklung beziehen sich nur auf Tankstellen (Quelle: „Nielsen TS Scanning MAT“ bis 03.12.2023 gegenüber Vorjahr).“

Für eine erfolgreiche Eis-Saison empfiehlt „MCS“-Category Manager Fabian Brüderle unter anderem folgende Vorgehensweisen: Die Truhe im Laufweg oder der Fast Lane aufstellen, Markenblöcke bilden, alle Renner vorhanden haben, Neuheiten, eine Auswahl der stärksten Produkte von mehreren Herstellern anbieten, Warendruck in der Truhe erzeugen, frühe warme Tage sofort nutzen und nicht zuletzt: Eiskarte aufhängen und Preise auszeichnen.

**Tipps für erfolgreichen Verkauf**

Eine gut bestückte Truhe mit möglichst unterschiedlichen Sorten ist laut Kirstin Brunkhorst, Leiterin Marketing bei „Froneri“, ideal: „Zum Beispiel ‚Nuii‘-Stieleis für Menschen, die Premiueis lieben, kleinere vegane Fruchtessorten von ‚Pirulo‘ für Kinder oder Erwachsene, die Lust auf einen fruchtigen Eis-Snack haben und ‚Oreo Mini Bites‘ zum Snacken im Auto. So ist für jeden das passende Impulseis dabei.“

**KI in der Eistruhe**

Bei „Unilever“ hat die Digitalisierung in Form von künstlicher Intelligenz (KI) in die Eistruhe Einzug gehalten. „Wir haben bei unseren Kühltruhen in den vergangenen zwei Jahren die GoldenEye-Technik getestet und weiterentwickelt. Dabei sind eine Kamera und ein



Das „Langnese Cornetto soft Stracciatella Caramel“ des Herstellers „Unilever“ hat 140 Milliliter Inhalt, eine Kakaowaffel und einen Karamell-Saucenkern in Vanilleeis.



„Unilever“ packt in seinen neuen „Langnese Go Minis“-Beutel gleich fünf kleine Eis am Stiel à 14,5 Milliliter in den Geschmacksrichtungen Orange, Erdbeere, Brombeere und Cola.



Seit Januar gibt es die „Oreo Mini Bites“ von „Froneri Schöllner“. Im Becher sind 14 Stück 7,5-Milliliter-Eiskonfekte mit Vanillegeschmack, umhüllt von einem „Oreo“-Keksmantel.



Das Stieleis von „Genuport“ kommt in einer Dreier-Packung zum Teilen: „Hershey's Cookies 'n' Creme“ mit je 90 Millilitern. Mit weißer Schokolade, Sahneis und Keksstücken.



Die All-time-Favourite-Schokoriegel von „Mars Wrigley“ sind auch als Eis sehr beliebt. Die jüngste Eis-Sorte „Snickers Creamy Peanut Butter“ ist nun auch in Deutschland erhältlich.



„Unilever“ bringt den „Langnese Twister Pineapple“ in der Größe von 80 Millilitern heraus. Im Rezept ist Erbsenprotein enthalten, das Eis hat 70 Kalorien pro Portion.

“

*Kleinere Portionen wie Eisriegel sind bereits seit einigen Jahren von ‚Mars‘ erfolgreich auf dem Markt etabliert.*

Fabian Bröderle, Category Manager, „MCS“



Sendegerät direkt in der Eistruhe integriert. Diese schicken Daten über den aktuellen Füllstand pro Eiscreme-Fach, die aktuelle Temperatur sowie die GPS-Koordinaten der Truhe an einen cloud-basierten Server“, so die „Unilever“-Pressestelle. Die Bilder der Truhe werden mithilfe von KI ausgewertet. Daraufhin

wird automatisch je nach individueller Mindestbestellmenge und Liefertagen die richtige Menge Eis für die jeweilige Tankstelle bestellt.

Außerdem forscht das Unternehmen im Bereich Nachhaltigkeit: Seit November 2023 stellt „Unilever“ Patente für Produktformulierungen zur Verfügung, um Eissorten statt bei minus 18 Grad bei nur minus zwölf Grad zu kühlen. Der Hersteller führte ein Pilotprojekt in Deutschland durch: „Die Ergebnisse sind für uns sehr erfreulich. Wir haben herausgefunden, dass der Energieverbrauch um 24 Prozent gesenkt wird, wenn die Tiefkühltruhe 6 Grad wärmer als üblich eingestellt wird. Wir planen, weitere Rezepturen von aktuellen und künftigen Eissorten anzupassen. Um einen größeren Impact für die Umwelt zu erzielen, sind jedoch alle gefragt.“ ■

## Die Top 10 an der Eistruhe

**Die zehn beliebtesten Eissorten sind laut dem Großhändler „MCS“ die Folgenden:**

1. „Cornetto King Cone Vanille“
2. „Magnum Mandel“
3. „Magnum Classic“
4. „Magnum Yogurt & Raspberry“
5. „Magnum White Chocolate“
6. „Snickers Ice Cream Bar“
7. „Pirulo Kaktus 4 Friends“
8. „Langnese Konfekt“
9. „Nogger Choc“
10. „Schöller Big Sandwich“



Das „Ferrero Rocher White“-Stieleis (70 Milliliter) besteht aus Haselnuss-eis, in der Hülle aus weißer Schokolade sind sowohl Haselnuss- als auch Mandelstückchen.



Aus dem Hause „Ferrero“ kommen nun neu in der Einzelverpackung das „Raffaello Triple Experience Himbeere“ und das „Ferrero Rocher Triple Experience Caramel“ (je 60 Milliliter).



Ab Februar erhältlich ist das „Nuii Milk Chocolate & Italian Roasted Hazelnut“ (90 Milliliter) des Herstellers „Froneri“. Mit Zutaten direkt aus dem Herkunftsland Italien.



Mit der neuen veganen Sorte „Pirulo Fruit Joy“ (65 Milliliter, nur 57 Kalorien pro Portion) des bekannten Kinderklassikers spricht „Froneri“ nun auch die erwachsene Zielgruppe an.



Das „Magnum Euphoria Pink Lemonade“ (90 Milliliter) ist ein Mix aus Zitroneneis mit einem Kern aus Himbeersorbet, umhüllt von weißer Schokolade und Knisterstückchen.



Ebenfalls aus dem Hause „Unilever“ kommt das „Magnum Chill Blueberry Cookie“ (90 Milliliter): Vanille-Keks-Eis, Heidelbeersorbet, Hülle aus veganer Schokolade und Keksstückchen.