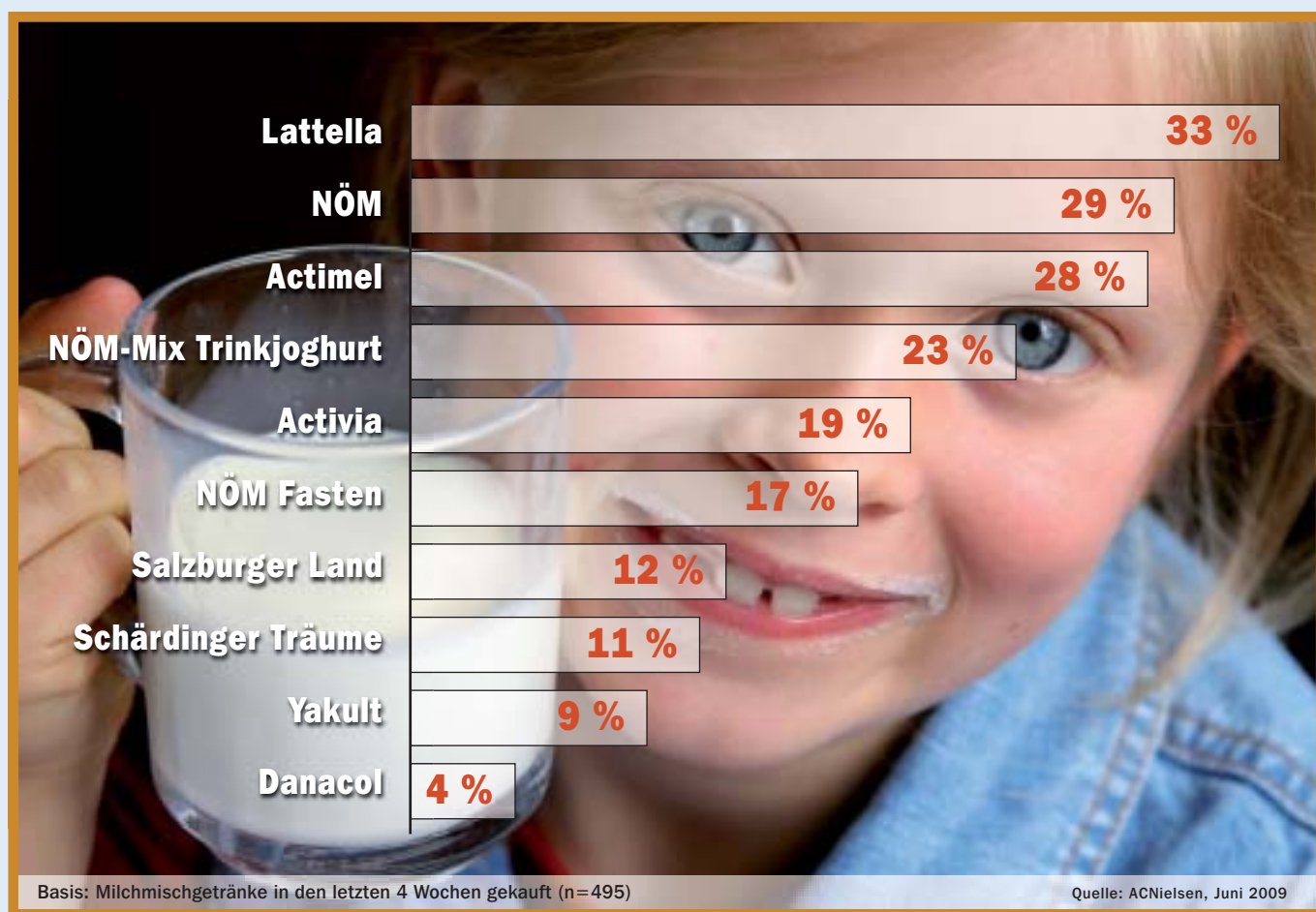


REGAL-Promotion Studie von ACNielsen untersucht Milchlischgetränke

## Tirol Milch vor NÖM

Die Frage: Haben Sie in den letzten vier Wochen folgende Marken der Warengruppe **Milchlischgetränke** im Sonderangebot gekauft?



Lattella klar bei der Promotion (laut Nielsen-Studie) in Front. Die stärkste Marke der Tirol Milch ist der Promo-Hit unter den Milchlischgetränken. Der Molke-Drink wurde von 33 Prozent der Milchlischgetränke-Käufern in Sonderangeboten gekauft. Platz zwei geht an die NÖM mit 29 Prozent. Ebenfalls noch aufs Treppchen kommt Danone mit Actimel (28 Prozent).

Interessant die Struktur der Käufer-schichten: So nutzt vor allem die Altersschicht von 40–59 Jahren (33 Prozent) die Vorteile der Milchlischgetränke. Besonders beliebt sind die Produkte im speziellen bei der Berufsgruppe der Angestellten (41 Prozent).

Zur Kaufintensität: Knapp die Hälfte aller Befragten (49 Prozent) schlugen zumindest einmal im

definierten Zeitraum von vier Wochen bei Milchlischgetränken zu.

Bei der Studie handelt es sich um eine repräsentative Telefonumfrage innerhalb der österreichischen Bevölkerung ab 18 Jahren. Befragungszeitraum waren die ersten beiden Juni-Wochen. Die Stichprobengröße betrug 1.000 Personen.

Nähere Infos können Sie unter [www.regal.at](http://www.regal.at) abfragen.