

## SPIELZEUG

*Legos digitale Bauklötzchen*

BILLUND. Der dänische Bauklötzchenriese Lego will bei seinen Produkten stärker auf Digitalisierung setzen. „Wir wollen so innovativ wie möglich sein“, sagte Lego-Chef Niels Christiansen. Im Haus werde etwa mit Anwendungen für Augmented Reality (AR) experimentiert. Bei der sogenannten erweiterten Realität werden erdachte Gegenstände auf dem Bildschirm in die reale Umgebung eingefügt. Physisches Spielen werde zwar nicht verschwinden, aber „Kinder mögen beides: In ihrer Welt verschmilzt analoges und digitales Spielen.“

## GESUND ENGAGIERT

*100.000 Äpfel gratis bei Hofer*

© Hofer

SATTLEDT. Frei nach dem englischen Sprichwort „An apple a day keeps the doctor away“ hat der Lebensmitteldiscounter seine Kunden im Jänner aktiv bei einem gesünderen Lebensstil unterstützt. Von 7. bis 12. Jänner wurden Äpfel an Kinder und Jugendliche kostenlos ausgegeben – und das mit merklich großem Erfolg: Mehr als 100.000 der süßen Vitaminspender wurden direkt an den Kassen an die jungen Hofer-Kunden verteilt. (red)



## Duftmarke

Die italienische Erfolgsmarke Borotalco hat sich in Österreich zum Fixbestandteil im DFH gemausert – und kommt nun im neuen Design.

# Kein Grund zum Schwitzen

Die italienische Deomarkte Borotalco verzeichnet 36,1% Wachstumssteigerung am österreichischen Markt.

WIEN. Das italienische Unternehmen Borotalco (Teil der Bolton-Gruppe) erzielte 36,1% Wachstumssteigerung und konnte so seinen Marktanteil auf 7,1% im Gesamtmarkt und 7,6% im Drogeriehandel ausbauen. Vier Jahre nach Markteintritt konnte sich die Deomarkte somit am österreichischen Markt etablieren.

## Damenwahl

Im Damenregal hat sich Borotalco zu einem relevanten Player am Markt entwickelt. Hier ist das italienische Unternehmen nach Umfragen bereits die zweitbeliebteste Marke bei Frauen. Das Sortiment mit 20 verschiedenen Deoprodukten für unterschiedliche Bedürfnisse überzeugt, so heißt es, besonders die heimischen Konsumentinnen.

Im Deoregal findet man neben klassischen Deosprays ebenso Roll-Ons auch eine aluminium-



© Borotalco (2)

freie Produktpalette. Jörg Grossauer, Country Manager von Bolton Austria, merkt hierzu an, dass „das Sortiment zum Wachstumserfolg beigetragen hat“. Den Fokus will er weiterhin auf Wachstum legen.

Ab März erscheinen die Borotalco-Produkte dann in einem

”

*Wir freuen uns, dass wir es geschafft haben, die Österreicher für Borotalco zu begeistern.*

**Jörg Grossauer**  
Country Manager  
von Bolton Austria

“

neuen Design. Mit dem veränderten Auftritt sollen die verschiedenen Deodorants leichter erkenn- und unterscheidbar sein.

Der Duft, die Wirkung und auch die Inhaltsmenge der Deoprodukte bleiben aber gleich, heißt es seitens Borotalco. (nis)