



© Milka/Mondelez

# Milka: Kleine Gesten seit 120 Jahren

Marketing-Managerin Nina Mahnik über Snacking-Trends, Milkas Jubiläum und das hauseigene Nachhaltigkeitsprogramm.

## Markenimage

Nina Mahnik ist Marketing-Managerin bei Mondelez Österreich und möchte mit Milka das Bewusstsein für Dinge, die uns am Herzen liegen, stärken.

••• Von Daniela Prugger

**D**as Essverhalten der Konsumenten hat sich im Jahr 2020 verändert: Snacking ist Teil unserer neuen Normalität. In einer globalen Studie hat Mondelez Internati-

onal das Verhalten der Konsumenten untersucht, auch jenes der Österreicher.

Besonders gefragt waren hierzulande die Milka-Tafeln, erzählt Nina Mahnik, Marketing Managerin von Mondelez Österreich. Milka zählt zu einer der bekanntesten Marken des Landes und

zelebriert die kleinen Gesten, so Mahnik. Wofür die Marke nach ihrer 120-jährigen Geschichte steht, auf welche Snacking-Rituale die Konsumenten während der Pandemie setzen, und wie es um das Nachhaltigkeitsprogramm Cocoa Life steht, erklärt sie im Gespräch mit medianet.

**medianet:** *Kommt eine Marke wie Milka, mit einer derart langen Geschichte, einfacher durch die Krise, als junge Unternehmen?*

**Nina Mahnik:** In unsicheren Zeiten greift man gerne auf Vertrautes und Bekanntes zurück, wie eben auf Milka, die be-