



Auf der Pirsch in der Schoko-Welt

Verbraucher haben beim Naschen gern Abwechslung, da ist die Experimentierfreude der Hersteller gefragt.

Anspruchsvoll

Ein starker Faktor bei Schokolade ist die Fokussierung auf Gesundheit und Wellness, eine größere Auswahl an veganen oder laktosefreien Produkten sowie zertifizierte Rohstoffe.

... Von Ornella Luna Wächter

Artikel im Süßwarenregal zählen zu den impulsstärksten Kategorien im Handel. Das heißt, Produkte zum Naschen landen häufig aus einer spontanen Handlung heraus – und damit ungeplant – im Einkaufskorb. Schokolade nimmt dabei eine zentrale Rolle im Süßwaren-Segment ein, ob nun zartbitter, mit Nüssen oder mit Früchten. Um den spontanen

Nasch-Impuls nach Schokolade langfristig zu erhalten, müssen die Hersteller in regelmäßigen Intervallen für Innovationen sorgen.

Schoko-Experimente ziehen
Wenn man ein generelles Verständnis vom österreichischen Süßwaren- und Schokoladenmarkt erhalten will, lohnt es sich mitunter, einen Blick auf Messegespräche zu werfen. Auf der Welt-Foodmesse Anuga in Köln Anfang Oktober hieß es

von Vertretern des deutschen Handels etwa, lediglich die Größe der Schoko-Tafeln zu ändern, bringe nicht viel. Man brauche weniger „Me-too“-Produkte, sondern mehr Profil mit ausgefallenen Rezepturen und Geschmackskombinationen.

Und tatsächlich: Wer einmal den Nasch-Impuls unterdrückt und einen aufmerksamen Spaziergang in der Süßwaren-Abteilung im heimischen Handel unternimmt, wird fündig: Milka experimentiert gerade sowohl

mit der Form wie auch mit der Rezeptur. Die sogenannten Snowballs, die erst im September auf dem Markt kamen, sollen einerseits mit der untypischen Form überraschen, da der Österreicher Milka eher als Tafel kauft; zum anderen ist auch die Rezeptur anders, in der Füllung ist nämlich nicht ein Milch-, sondern ein Oreo-Keks-Geschmack. Die Snowballs werden bei Milka übrigens schon zum weihnachtlichen Saisongeschäft gezählt. Laut Andreas Kutil, Managing