

Kaufland-Kunden sind enttäuscht: Angel Style Schokolade floppt!

Kaufland bietet neue "Angel Style Schokolade" an, doch die Kundenbewertungen sind durchweg negativ. Ein Blick auf den Trend.



Kaufland, Deutschland - In den letzten Wochen sorgte ein neues Produkt bei Kaufland für Aufregung. Die „Angel Style Schokolade Pistachio Cotton Candy“, die die Fans der beliebten Dubai-Schokolade ansprechen soll, ist seit kurzem im Angebot. Diese innovative Schokolade kombiniert Vollmilchschokolade mit einer Füllung aus Pistaziencreme und Zuckerwatte. Was zunächst wie ein vielversprechender Hit aussah, hat sich jedoch in den Augen vieler Käufers zerschlagen. Die Kritiken zur „Angel Style Schokolade“ fallen überwiegend negativ aus, da viele Verbraucher sowohl das Aussehen als auch den Preis von derzeit 4,99 Euro bemängeln. Ein Kunde beschreibt sie als „nicht so schlecht“, kritisiert jedoch den vergleichsweise hohen Preis, der offensichtlich nicht den Erwartungen gerecht wird. Die

Ungewissheit bleibt, ob dieses neue Produkt die schwindende Beliebtheit der Dubai-Schokolade tatsächlich ersetzen kann, die 2024 als Trend-Produkt eingeführt wurde und inzwischen auch bei Kaufland und Lidl erhältlich ist, nachdem sie zuvor nur in exklusiven Geschäften verkauft wurde.

Vielseitige Süßigkeiten im Trend

Während die Debatte um die neue Schokolade andauert, reflektieren aktuelle Studien die Trends in der europäischen Süßwarenbranche, in der Kaufland und andere Discounter eine Vielzahl an Produkten anbieten. Laut Innovas 360-Forschung macht Europa 41% der weltweiten Neueinführungen im Bereich Süßwaren aus und ist nach dem asiatisch-pazifischen Raum der zweitgrößte Markt für Produkte wie Gummibärchen und Bonbons. Der Anstieg um 4% bei der Markteinführung dieser Produkte in den letzten fünf Jahren verdeutlicht das wachsende Interesse an neuen Geschmäckern und Texturen.

Eine der Hauptkategorien sind Gummibärchen und Gelees, welche besonders durch saisonale Editionen und innovative Aromen wie Pistazie, die auch in der neuen Schokolade vorkommt, unterstützt werden. Die fünf größten Märkte in Europa sind Spanien, Großbritannien, Deutschland, Frankreich und die Niederlande, wobei Spanien die höchste Wachstumsrate bei Neueinführungen verzeichnet. Die Beliebtheit von fruchtigen Snacks ist ebenfalls ungebrochen, mit einem jährlichen Wachstum von 13% in dieser Kategorie.

Die Einführung neuer Produkte wird zunehmend durch Verbraucherinteressen wie Gesundheit, veganen Optionen und „Clean Label“-Ansprüchen angetrieben, was für zukünftige Innovationen in der Süßigkeitenbranche einen wichtigen Indikator darstellt. Mit einem Fokus auf qualitativ hochwertige und innovative Snacks bleibt die Frage, wie Discounter wie Kaufland und Lidl darauf reagieren. Verbraucher zeigen großes Interesse an neuen Geschmäckern und Kombinationen, was auch die Herausforderungen für Produkte wie die „Angel Style

Schokolade“ erhöhen könnte.

Details	
Vorfall	Sonstiges
Ort	Kaufland, Deutschland
Quellen	<ul style="list-style-type: none">• www.derwesten.de• www.innovamarketinsights.com

Besuchen Sie uns auf: n-ag.de