

hosta

ECHT GUT. ECHT GLÜCKLICH.

PRODUKTNEUHEITEN UND NEUE MARKENIMPULSE

HOSTA PRÄSENTIERT SICH
INNOVATIONSTARK ZUR ISM

Pressemitteilung

Stimpfach, 26. Januar 2026. Zur Internationalen Süßwarenmesse (ISM) in Köln präsentiert HOSTA mehrere Produktneuheiten und gibt zugleich einen Ausblick auf die Weiterentwicklung des Markenportfolios. Im Mittelpunkt stehen zwei neue Produkte der Marke nippon – nippon Joghurt-Erdbeer und nippon MINIS Matcha –, mit denen der Süßwarenspezialist gezielte Impulse für Wachstum im Puffreis-Segment setzt. Mit einer fruchtig-frischen Sommer-sorte im klassischen 200-g-Format und einer Limited Edition im erfolgreichen MINIS-Segment greift HOSTA aktuelle Geschmackstrends auf und entwickelt die Marke konsequent weiter.



nippon Joghurt-Erdbeer: Sommerlicher Genussmoment

Ab April 2026 ergänzt nippon Joghurt-Erdbeer das bestehende Kernsortiment als saisonale Limited Edition und bringt fruchtig-frische Impulse ins Regal. Mit der neuen Sorte erweitert HOSTA das nippon-Sortiment um eine Sommeredition, die auf eine vertraute und beliebte Geschmackswelt setzt. Locker-leichter Puffreis trifft auf eine feine Joghurt-Note, während gefriergetrocknete Erdbeerstückchen und knusprige Erdbeer-Crispies für einen fruchtigen Geschmack sorgen. Durch das harmonische Zusammenspiel von Süße und milder Säure entsteht ein leichter und frischer Snack, der besonders in den wärmeren Monaten für Genussmomente sorgen wird. Im klassischen 200-g-Format wird die Limited Edition gemeinsam mit der Sorte nippon Weiß, die zukünftig ganzjährig erhältlich sein wird, in einem aufmerksamkeitsstarken Mischdisplay platziert sein.

Vom Testlauf zur festen Sortimentsgröße

Eine weitere positive Nachricht: Die nippon MINIS in der Geschmacksrichtung Original, die HOSTA im vergangenen Jahr als Testphase in ausgewählten Verkaufsstellen gelauncht hat, werden nun dauerhaft im Sortiment etabliert. Die Kombination aus kleinerem Format, Wiederverschließbarkeit und vielseitigen Konsumanlässen hat sich sowohl aus Konsumenten- als auch aus Handelssicht bewährt. Auf dieser Basis wird das neue Format nun flächendeckend ausgerollt, wobei die Limited Edition nippon MINIS Matcha als aufmerksamkeitsstarker Impuls den Start begleitet.

Trend trifft Snackification: nippon MINIS Matcha

Im Rahmen der Weiterentwicklung der nippon MINIS setzt HOSTA mit nippon MINIS Matcha gezielt einen trendstarken Akzent. Die Limited Edition im Beutel-Format kombiniert den vertrauten Puffreis mit weißer Schokolade und einer milden Matcha-Milchcreme. Die fein-herbe Grüntee-Note ist ausgewogen und bewusst zugänglich gestaltet, sodass sie sowohl Matcha-Fans als auch all jene, die Matcha neu für sich entdecken möchten, anspricht. In der handlichen One-Bite-Größe unterstützen die nippon MINIS ein modernes Snacking-Verhalten – unkompliziert, portioniert und ideal für unterwegs oder zum Teilen.

Die ab Mai 2026 erhältliche Limited Edition steht für Trendbewusstsein und Modernisierung. Dabei greift die Sorte den anhaltenden Matcha-Trend auf. Für HOSTA ist die Sorte allerdings mehr als ein aktueller Geschmackstrend – sie knüpft ganz natürlich an die Markenidentität an. „nippon bedeutet im Japanischen „Japan“. Dieser Namensursprung hat uns dazu inspiriert, ihn in der neuen Matcha-Geschmacksrichtung aufzugreifen und unser Sortiment stimmig zu erweitern“, erklärt Laura Frömberg, Brand Managerin nippon.



Zwei Innovationen, eine klare Markenstrategie

Die Einführung der beiden Neuheiten ist Teil einer klaren Innovationsstrategie. nippon Joghurt-Erdbeer und nippon MINIS Matcha machen unterschiedliche, aber zentrale Entwicklungsfelder der Marke sichtbar: die konsequente Belegung des Stammgeschäfts auf der einen Seite und die Öffnung für neue Formate, Trends und Zielgruppen auf der anderen. Beide Innovationen basieren auf dem ikonischen Produktkonzept von nippon – locker-leichter Puffreis mit Schokolade – und übersetzen dieses in zeitgemäße Geschmackswelten. „So bleibt nippon vertraut und wiedererkennbar, öffnet sich aber gezielt für neue Impulse. Beide Neuheiten zahlen auf dasselbe Markenversprechen ein: nippon bringt Leichtigkeit in den Alltag – mit süßen Genussmomenten und frischen Ideen“, erklärt Laura Frömberg.

HOSTA stärkt Markenvielfalt und Zukunftsfähigkeit

Parallel zu den vorgestellten Limited Editions setzt HOSTA auch bei seinen weiteren Marken auf gezielte Erneuerung. Am Messestand auf der ISM erhalten Besucherinnen und Besucher erste Einblicke in kommende Impulse bei ROMY und Mr. Tom, die das Sortiment künftig weiter beleben werden. Insbesondere bei Mr. Tom wirft HOSTA einen ersten Blick auf anstehende Neuprodukte und Markenmaßnahmen, die im weiteren Jahresverlauf eine zentrale Rolle spielen werden. ROMY und Amor di Pane präsentieren sich zudem in neuem Design und unterstreichen den kontinuierlichen Modernisierungskurs des Unternehmens.

Mit seinem Messeauftritt zeigt HOSTA, wie sich Tradition, Markenstärke und zeitgemäße Produktentwicklung miteinander verbinden lassen. „Trotz herausfordernder Rahmenbedingungen blickt das Unternehmen selbstbewusst in die Zukunft und investiert konsequent in Marken, Produkte und Aktivierungs- und Kommunikationsmaßnahmen“, so Felix Gössling, Team Lead Marketing. Erste Einblicke in kommende Markeninitiativen und Produktneuheiten unterstreichen den Anspruch, das starke Markenportfolio mit hohem Tempo weiterzuentwickeln und zukunftsgerichtet auszubauen.

Über die HOSTA-Gruppe

Seit 75 Jahren fertigt HOSTA in Stimpfach (Baden-Württemberg) qualitativ hochwertige Süßwaren. Zum Sortiment gehören Klassiker wie der Erdnussriegel Mr. Tom, das Puffreishäppchen nippon und die Kokos-Schokolade Romy. Alle Produkte erfüllen die strengen Richtlinien des International Food Standard (IFS). Die lange Tradition als Markenhersteller beruht nicht zuletzt auf der gleichbleibenden Qualität aller HOSTA Produkte und den ausnahmslos hochwertigen Rohstoffen, die in ihnen verarbeitet werden. Zur HOSTA-Gruppe gehören Wawel S.A. in Polen, Hosta Meltis Ltd. in Großbritannien und Hosta Italia Srl in Italien. In dritter Generation wird das Familienunternehmen seit 2019 von Laura Opferkuch geführt.

Folgen Sie HOSTA im Web

[Website](#) | [Facebook](#) | [Instagram](#) | [LinkedIn](#)

Pressekontakt:

Wake up Communications – Agentur für PR und Social Media
Flügelstraße 47, 40227 Düsseldorf
Lea Rosenstein, +49 157 50661125
Laura Cremers, 0162 3216381
hosta@wakeup-communications.de