

hosta

ECHT GUT. ECHT GLÜCKLICH.

SO HAST DU MR. TOM NOCH NIE ERLEBT

CHOCO CRUNCHIES ERWEITERN DEN
KULT-RIEGEL UM EIN SCHOKOLADIGES
SNACK-BITES-FORMAT

Pressemitteilung

Stimpfach, 15. September 2026. HOSTA erweitert die Marke Mr. Tom um ein neues Produkt-konzept: Mit den Mr. Tom Choco Crunchies bringt der Süßwarenhersteller im September 2026 schokoladige Snack-Bites auf Basis des Original-Mr. Tom-Riegels auf den Markt. Der bekannte Kern aus Erdnüssen und Karamell bleibt unverändert und wird im wiederver-schließbaren 140-g-Beutel neu inszeniert. Damit entwickelt HOSTA den Kult-Riegel über das klassische Riegel-Segment hinaus weiter und macht den bekannten Mr. Tom-Geschmack für neue Snackmomente erlebbar.



Echter Mr. Tom, schokoladig neu interpretiert

Mit den Choco Crunchies überträgt HOSTA den typischen Mr. Tom-Geschmack in ein neues Format. Der Original-Mr. Tom-Kern aus Erdnüssen und Karamell bleibt dabei unverändert, wird jedoch neu gedacht: Statt als klassischer Riegel kommen die Choco Crunchies als lose Snack-Bites in bewusst unregelmäßiger Stückform. Zum Launch erscheinen sie in zwei Sorten: Vollmilch und weiße Schokolade. Beide Varianten verbinden den nussig-karamelligen Kern mit einem Schokoladenüberzug und einem weicheren, aber weiterhin knackigen Mundgefühl. Im Mittelpunkt steht dabei klar der Genuss: Die Choco Crunchies sind als

schokoladiger Snack für alle gedacht, die sich einen intensiven, unkomplizierten Genussmoment gönnen möchten. „Mr. Tom hat Ecken und Kanten. Deshalb wollten wir auch bei den Choco Crunchies keine perfekten, runden Kugeln. Kein Stück gleicht dem anderen. Genau das macht das Produkt eigenständig und unterstreicht seinen Charakter als unkomplizierter Snack“, erklärt Johanna Wolff, Brand Managerin Mr. Tom bei HOSTA. Die neue Linie ersetzt den bekannten Mr. Tom Riegel nicht, sondern erweitert die Marke um ein Format, das stärker auf flexible Genussmomente und aktuelle Snacking-Gewohnheiten ausgerichtet ist.



Vom Riegel zum Snackmoment

Die Einführung der Mr. Tom Choco Crunchies zählt auf die strategische Weiterentwicklung der Marke ein. Das Snack-Bites-Segment wächst seit Jahren deutlich und zeigt, dass Konsumentinnen und Konsumenten nach flexibel portionierbaren Snackformaten suchen. Für HOSTA ist die Erweiterung über das klassische Riegel-Segment hinaus deshalb ein naheliegender Schritt. Die neuen Choco Crunchies richten sich sowohl an bestehende Mr. Tom-Fans als auch an Käuferinnen und Käufer schokolierter Snack-Bites-Produkte, die bislang nicht unbedingt zum klassischen Riegel greifen. „Mit den Mr. Tom Choco Crunchies bleibt der Kern unserer Marke erhalten, aber wir eröffnen ihr einen neuen Verwendungsmoment. Es ist echter Mr. Tom, nur in einer neuen, schokoladigen Form“, so Johanna Wolff.

Eigenständig, aber klar Mr. Tom

Auch das Verpackungsdesign folgt dieser Balance aus Wiedererkennung und Neuheit. Das satte Gelb sorgt für eine klare Zuordnung zur Mr. Tom-Markenwelt, während ein dynamischer Schokoladen-Karamell-Splash die neue Produktform auf den ersten Blick erklärt. Aus diesem grafischen Designelement treten die einzelnen Crunchies-Stücke hervor und machen sichtbar, was das Produkt auszeichnet: Schokolade, Karamell, Erdnüsse und eine bewusst eigenständige Snack-Optik. Angeboten werden die Choco Crunchies im wiederverschließbaren 140-g-Beutel, der sich besonders für flexible Snackmomente unterwegs, zu Hause oder zum Teilen eignet. So entsteht ein eigenständiger Auftritt, der am Regal auffällt und gleichzeitig deutlich als Mr. Tom erkennbar bleibt.

Sichtbarer Launch am Point of Sale

Die Markteinführung wird von einer awareness-orientierten Kampagne begleitet, die den Schwerpunkt klar auf den Point of Sale legt. Nach erfolgreicher Einführung Anfang September soll die Kampagne ab dem vierten Quartal starten und die neue Produktlinie gezielt im Handelsumfeld sichtbar machen. Geplant sind unter anderem POS-Großflächen

im Umfeld von Verbrauchermärkten und großen Supermärkten sowie digitale Screens und Stelen im Eingangsbereich. Ergänzend kommen Zweitplatzierungen über aktionsbasierte Mischdisplays mit Topschild zum Einsatz. Mit einem deutschlandweiten Mix aus Großflächen, digitalen Stelen und aufmerksamkeitsstarken Zweitplatzierungen in verschiedenen Vertriebschienen soll die Kampagne eine breite Sichtbarkeit im Handelsumfeld erzielen. Digitale, verkaufsfördernde Maßnahmen über Retailer-Apps sollen zusätzliche Kaufimpulse schaffen. Begleitet wird der Launch außerdem über die Mr. Tom-Kanäle auf Instagram und TikTok, Fachpresse-Kommunikation sowie ausgewählte Probiernaßnahmen, darunter ein Produktmuster-Versand und einzelne Kooperationen mit Food-Influencerinnen und -Influencern.

Verfügbarkeit

Die Mr. Tom Choco Crunchies kommen Anfang Oktober 2026 bundesweit auf den Markt. Zum Start erscheinen die beiden Sorten Vollmilch und weiße Schokolade mit einer unverbindlichen Preisempfehlung von 2,99 Euro. Weitere Sorten sind bereits in Planung. Damit bildet die dauerhaft angelegte Einführung den Auftakt für eine neue Produktlinie innerhalb der Marke Mr. Tom und zeigt, wie HOSTA etablierte Marken behutsam weiterentwickelt, ohne ihren Kern zu verändern.

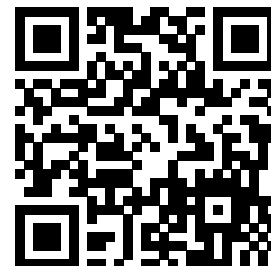
Über die HOSTA-Gruppe

Seit 75 Jahren fertigt HOSTA in Stimpfach (Baden-Württemberg) qualitativ hochwertige Süßwaren. Zum Sortiment gehören Klassiker wie der Erdnussriegel Mr. Tom, das Puffreis-häppchen 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](#) | [Onlineshop](#)

HOSTA Onlineshop:



Pressekontakt:

Wake up Communications – Agentur für PR und Social Media
Flügelstraße 47, 40227 Düsseldorf
Mine Weber, 0155-10930131
Katrín Frank, 0176-32212835
hosta@wakeup-communications.de