

TOP-TRENDS 2026

SCHOKOLADEN & SÜSSWAREN

WESTEUROPA



WGSN


CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE



Der Schokoladenmarkt polarisiert sich in Westeuropa zunehmend. Während Hersteller die Bezahlbarkeit priorisieren müssen, damit Schokolade zugänglich bleibt, eröffnen das Fördern von Verbundenheit und die Premiumisierung der Produkte in dieser kulturell vielfältigen Region neue Chancen, wobei der Nutzen dauerhaft im Zentrum der Produktentwicklung steht.

Preis

Die Marktpolarisierung führt zu einem Wandel der Verbraucherbedürfnisse in Westeuropa (WE). Während preisbewusste Konsumenten auf Preis, Bequemlichkeit und Geschmack achten, verzeichnen Schokoladensüßwaren mit Zusatznutzen, die auf emotionalere Erlebnisse abzielen, ebenfalls Wachstum.

Trotz der aktuellen wirtschaftlichen Lage finden Premium-Genusserlebnisse bei Verbrauchern in Westeuropa immer stärkeren Anklang, da das Bedürfnis nach Feierlichkeiten wächst und die Wertschätzung für handwerklich hergestellte Schokolade zunimmt. In Verbindung mit der Tradition der Schokoladenherstellung in der Region bietet dieser Wunsch der Verbraucher nach Premiumisierung den Süßwarenherstellern neue Möglichkeiten, Innovationen voranzutreiben und einen Mehrwert zu schaffen.

Verbraucher

Die Akzeptanz von Trends in WE ist unterschiedlich. Im Vereinigten Königreich wächst der Anteil experimentierfreudiger, trendbewusster Verbraucher weiter, während auf den anderen WE-Märkten Tradition weiterhin hoch geschätzt wird und Trends langsamer angenommen werden.

Im Vergleich zu anderen Regionen haben die Verbraucher in WE ein starkes Bedürfnis nach Verbundenheit, was zu intimeren Zusammenkünften führt, von denen Süßwarenhersteller profitieren können. Da Verbraucher aller Märkte, Generationen und Kaufkraftklassen nach Verbundenheit streben, gibt es zunehmend Möglichkeiten, Produkte in allen Preissegmenten durch Premiumisierung aufzuwerten und Angebote auf moderne und kreative Weise zu verbessern.

Purpose

Im Kern geht es bei Schokolade um Genuss. Doch Marken müssen auch einen umfassenderen Purpose definieren, der auf einer nachhaltigen Lieferkette basiert, die Landwirte und die Umwelt unterstützt. Der Purpose sollte von Anfang an integriert werden, während trendorientierte Innovationen an die sich wandelnden Bedürfnisse der Menschen anknüpfen und dazu beitragen sollten, die mit höheren Preisen verbundenen Wertvorstellungen zu rechtfertigen. Entdecke die für 2026 wichtigsten Schokoladentrends, um Premiumisierung und Preis in Einklang zu bringen und Menschen sowie Purpose in den Mittelpunkt der Innovation zu stellen.

Werde zum Master of Taste, indem du die Trends erkundest, die Kaufentscheidungen beeinflussen und das regionale Branchenwachstum vorantreiben.



DIE WICHTIGSTEN SCHOKOLADEN- & SÜßWAREN TRENDS IN WESTEUROPA

01 MINI-MEILENSTEINE



02 CHOCOLATE NOSTALGIA



03 LOW-UND-NO



04 NÄHRSTOFFFREICHE HÄPPCHEN



05 SELF-CARE TREATS



06 ERLEBNISREICHER GENUSS



07 EVERYDAY LUXURY



08 NEW CHOCOLATE CONNOISSEURS



Dieses Dokument enthält Links
um zu den einzelnen Abschnitten
zu springen.

MINI- MEILENSTEINE

Verbraucher definieren die Bedeutung des Feierns neu, indem sie den Begriff weiter fassen. Traditionelle Meilensteine im Leben, wie Heirat oder die Geburt eines Kindes, stehen nicht mehr im Mittelpunkt. Heute feiern Verbraucher kleinere, persönlichere, aber ebenso wichtige Errungenschaften – oder „Mini-Meilensteine“ – wie zum Beispiel berufliche Erfolge. In der Folge werden suchen sie verstärkt nach Süßwaren, die alternative Anlässe und gesellschaftliche Zusammenkünfte ermöglichen oder zelebrieren.

📍 Früher

Ein Gefühl, durch traditionelle Lebensmeilensteine und gesellschaftliche Erwartungen eingeschränkt zu sein

🚩 Jetzt

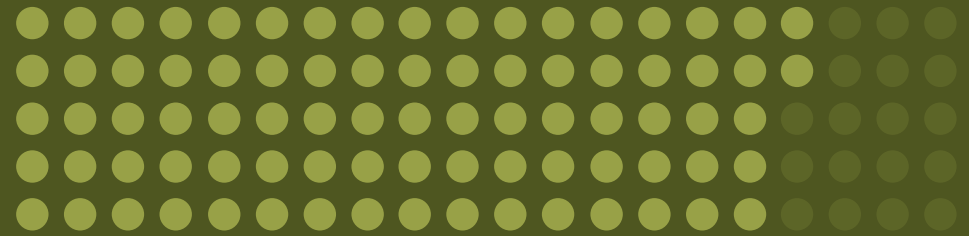
Neue Anlässe zum Feiern und Genießen



Pexels | Jonathan Borba

„Für mich ist Genuss mit Dingen verbunden, die man feiert. Das könnte eine **Beförderung im Büro sein oder vielleicht ein gutes Ergebnis bei einer Prüfung**, die man geschrieben hat. Wie man das feiert, ist für mich ein Genuss.“

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherstudie, 2025



82 %

der Verbraucher in WE feiern gerne nicht-traditionelle Meilensteine mit Freunden und Familie.

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherumfrage (WE), 2025

LOW-UND-NO

Verbraucher achten immer mehr auf die Auswirkungen von Zucker und hochverarbeiteten Lebensmitteln auf ihre Gesundheit. Sie verlangen zunehmend Süßwaren, die mit Gesundheits- und Wellness-Zielen im Einklang stehen, ohne dabei Abstriche beim Genuss und Vergnügen zu machen. Auch weltweit verschiebt sich der Geschmack hin zu weniger süßen Leckereien, was dazu führt, dass Süßwarenhersteller weniger, dafür aber frischere und nuancenreichere Zutaten verwenden.

📍 Früher

Restriktive Diäten, die auf Zuckerersatz setzen und beim Geschmack Abstriche machen

🚩 Jetzt

Belohnende Leckereien mit weniger Zutaten, moderatem Zuckergehalt oder gesunden Alternativen



Pexels | Jonathan Borha

76 %

der Verbraucher versuchen aktiv, verarbeitete Lebensmittel zu vermeiden, wobei bei den trendbewussten Early Adopters (Frühanwendern) dieser Anteil auf 79 % steigt.

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherumfrage (WE), 2025

„Wenn man in die alten Kochbücher zurückblickt, ist die darin angegebene Zuckermenge im Vergleich zu der Zuckermenge, die wir heute verwenden, grundverschieden. Ich glaube, **der Geschmack ist weniger süß geworden**, und die Trends sowie unsere Rezepte spiegeln das wider.“

Alistair Birt, Koch



1 von 3

Verbrauchern findet eine kürzere Zutatenliste beim Kauf von Schokoladensüßwaren attraktiv.

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherumfrage (WE), 2025

NÄHRSTOFFREICHE HÄPPCHEN

Angetrieben durch den wachsenden Fokus auf Gesundheit und die rasche Verbreitung von GLP-1, einem Medikament zur Gewichtsabnahme und Diabetesbehandlung, wünschen sich die Verbraucher Snacks, die Bequemlichkeit, Gesundheit und Geschmack in Einklang bringen. Die Antwort? Mini- und mundgerechte Süßwarenformate, geschmacksintensiv und nährstoffreich, mit zusätzlichen Zutaten, die Themen von Energie bis Darmgesundheit abdecken.



Früher

Genuss in großen Portionen



Jetzt

Mini- und mundgerechte Leckereien, die nährstoffreich sind und gezieltes Wohlbefinden in ansprechenden Formaten bieten



Pexels | Anete Lusina

„Das Wichtigste ist die **Portionsgröße**, denn Verbraucher wissen, dass sie ein wenig davon vertragen können. **Zuckerersatzstoffe oder weniger Zucker** lassen Schokolade weiterhin gut schmecken, und **ernährungsphysiologische Vorteile** können durch Zutaten wie Ballaststoffe statt Zucker hinzugefügt werden.“

Kim Ross, Ernährungsexpertin



4 von 10

Verbrauchern finden Schokoladensüßwaren mit gesunden, wohltuenden Zutaten für sich sehr relevant – in Spanien liegt der Wert sogar bei 6 von 10.

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherumfrage (WE), 2025

ERLEBNISREICHER GENUSS

Hervorgegangen aus „instagramtauglichen“ Leckereien, gewinnen multisensorische Süßwaren rasant an Beliebtheit, weil Verbraucher nach neuartigen kulinarischen Erlebnissen suchen, die Begeisterung hervorrufen und alle Erwartungen übertreffen. Auch wenn die Präsentation nach wie vor visuell „für Instagram“ ausgerichtet ist, werden die Verbraucher immer anspruchsvoller, was den Geschmack angeht. Dies veranlasst Innovatoren dazu, mit traditionellen Süßwaren und reizvollen Texturen und unerwarteten Geschmacksrichtungen zu experimentieren.



Früher

Übertrieben inszenierte Leckereien, die „für Instagram“ gut aussehen

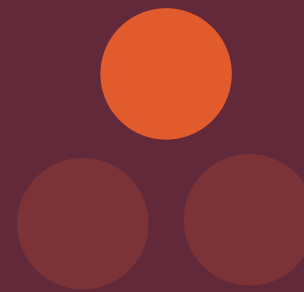


Jetzt

Hypersensorische Süßwaren, die visuelle, geschmackliche und texturbezogene Erwartungen sprengen



Callebaut



1 von 3

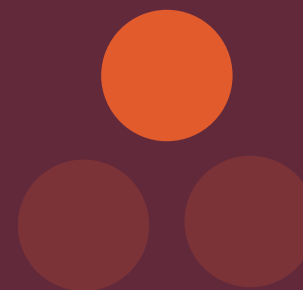
Verbraucher sind sehr angetan von Schokoladensüßwaren mit überraschender oder unerwarteter Textur.

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherumfrage (WE), 2025



„Bei den verschiedenen Geschmacksrichtungen wird es **immer abenteuerlicher**. Alles wird **größer und dramatischer**. Die Menschen brauchen das gewisse **Extra**.“

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherstudie, 2025



1 von 3

Verbrauchern finden auch Schokoladen, die süße und herzhaft Geschmacksrichtungen verbinden, sehr ansprechend.

Callebaut x WGSN Globale Verbraucherumfrage (WE), 2025

WERDE ZUM MASTER OF TASTE

Heutige Verbraucher suchen Verbundenheit, kulturelle Entdeckungen, Momente des Wohlbefindens und kleine Genüsse in ihrem Alltag.

Für Manufakturen und Marken bietet dies die Chance, Schokolade zu kreieren, die überrascht und begeistert – von spielerischen Formaten und kreativen Geschmacksrichtungen bis hin zu Köstlichkeiten, die Tradition zelebrieren, bewusste Entscheidungen unterstützen und Momente schaffen, die man auskosten möchte.

Auch wenn die Kakaopreise schwanken, können die Marken, indem sie Menschen und Nutzen ins Zentrum ihrer Innovationen stellen, überzeugende, wertorientierte Produkte schaffen, die emotional und sensorisch ansprechen. Von „Mini-Meilensteinen“ bis zu „neuen Schokoladenkennern“ sind die skizzierten Trends erst der Anfang einer spannenden Reise in die Welt der Schokoladeninnovationen.

Um dich zu unterstützen, diese Erkenntnisse in eine maßgeschneiderte Strategie für deine Marke umzusetzen und Produkte sowie Erlebnisse zu schaffen, die Verbraucher begeistern und Wachstum vorantreiben, **kontaktiere Callebaut unter www.callebaut.com.**



TRENDS PROGNOSTIZIEREN

Diese Trendpräsentation ist eine Kooperation zwischen Callebaut und WGSN, der weltweit führenden Agentur für Trendprognosen.

Unsere umfassende Untersuchung der wichtigsten Schokoladentrends ist die Quintessenz aus quantitativen und qualitativen Datenquellen, die von den Trendexperten bei WGSN analysiert wurden.

Quellen

Verbraucherumfrage

Eine Online-Umfrage, die 24 Märkte und 24.000 Verbraucher umfasste, wurde im September 2025 durchgeführt. Für dieses Whitepaper wurden die Daten auf globale Verbraucher gefiltert, die in den letzten 12 Monaten Schokoladensüßwaren gekauft haben.

Verbrauchertagebücher

Qualitative Tagebücher von Verbrauchern aus den Vereinigten Staaten, Brasilien, Indien und dem Vereinigten Königreich.

Experteninterviews

Interviews mit 20 Köchen und Experten aus der Lebensmittel- und Getränkeindustrie auf 13 Märkten.

Suchdaten

Open-Source-Daten aus Google Trends wurden analysiert, um auf Grundlage des Wachstums des Suchvolumens (von Oktober 2023 bis September 2025) trendige Zutaten und Formate zu identifizieren.

Soziale Daten von WGSN:

Food & Drink Signal Map

Die sozialen Daten von WGSN wurden genutzt, um aufkommende Schlüsselbegriffe und Zutaten rund um Süßwaren zu identifizieren. Die firmeneigene Food & Drink Signal Map von WGSN verfolgt weltweit über mehr als 4.000 ausgewählte Food-Influencer, um neue Themen im Bereich Lebensmittel und Getränke zu identifizieren.

WGSN-eigene Trend- und Sekundärforschung

Die Prognosen von WGSN zu Verbrauchern sowie Lebensmitteln und Getränken werden von Branchenexperten erstellt und auf [wgsn.com](https://www.wgsn.com) veröffentlicht – sie liefern die zukunftsorientierten Erkenntnisse des Berichts und wurden durch maßgeschneiderte Sekundärforschung ergänzt.

Trend-Scans

Globale und marktbezogene Signale für Veränderungen sowie Fallstudien von Innovatoren wurden von lokalen Trendexperten gesammelt und analysiert.





MEHR ENTDECKEN

Dieser Trendreport deckt 4 der Schokoladen- & Süßwarentrends in Westeuropa ab. Wende dich an unser Vertriebsteam, um alle 8 Schokoladen & Süßwarentrends für 2026 sowie relevante Fallstudien und Konzepte der Zukunft zu entdecken.

01 'MINI' MEILENSTEINE



02 SCHOKOLADEN NOSTALGIE



03 LOW UND NO



04 NÄHRSTOFFREICHE HÄPPCHEN



05 LECKEREIEN ALS SELBSTFÜRSORGE



06 ERLEBNISREICHER GENUSS



07 ALLTAGS- LUXUS



08 NEUE SCHOKOLADEN- KENNER



WERDE MASTER OF TASTE



WGSN



CALLEBAUT®
MASTERS OF TASTE