

Nestlé bringt das Maggi air fryer sortiment in Kontinentaleuropa auf den Markt



Nestlé kündigt die Einführung neuer Fixprodukte, die speziell für den Airfryer entwickelt wurden in Deutschland, Spanien, Portugal, den Niederlanden, Polen, Ungarn, Italien, Griechenland, Finnland, Norwegen und Dänemark an. Das Unternehmen nutzt weiterhin die wachsende Beliebtheit dieses modernen Küchengeräts und geht davon aus, dass mittlerweile fast 30% der Haushalte in Kontinentaleuropa eine Heissluftfritteuse besitzen.

Untersuchungen zufolge werden Heissluftfritteusen häufig zur Zubereitung von Hühnchen und Gemüse verwendet. Nestlé hilft den Konsumenten, mit inspirierenden Texturen, Aromen und Rezepten abwechslungsreiche und spannende Gerichte zu kreieren. Das Produktportfolio, das je nach Land variiert, umfasst das Crispy Chicken-Sortiment in den Geschmacksrichtungen Cheesy, Paprika & Garlic und Tex Mex und das Wraps-Sortiment zur Zubereitung von Fajita-, Street Taco- und Kebab-Gerichten. Diese Produkteinführungen werden durch Rezeptplattformen der Marke Maggi ergänzt, die den Konsumenten ermöglichen, jeden Tag gesunde Mahlzeiten zu kochen.

“Die Marke Maggi ist in Europa entstanden und die jüngsten Innovationen stehen im Einklang mit ihrer Tradition der Neuerfindung, um den Bedürfnissen der Konsumenten gerecht zu werden“, so **Marcin Poplawski, Head of Food Marketing Europe bei Nestlé**. “Die Marke ist in mehr als 60% der europäischen Haushalte* vertreten und wird jährlich für über 1,5 Milliarden** Mahlzeiten verwendet. Wir wissen, dass unsere Konsumenten einen immer hektischeren Alltag haben und nach Produkten suchen, die Zeit sparen, ihre Kochkünste verbessern und sie zur Zubereitung von Mahlzeiten mit modernen Geräten inspirieren. Nestlé ist gut aufgestellt, um auf diese neuen Konsumtrends zu reagieren und

freut sich, zu den ersten Unternehmen zu gehören, die auf mehreren Märkten Fixprodukte für die Heißluftfritteuse kulinarische Lösungen für Heißluftfritteusen anbieten.“

Die Einführung dieser Produkte steht im Einklang mit der jüngsten weltweiten Expansion des modernen Kochportfolios von Nestlé, die ein wesentlicher Bestandteil der sechs globalen «Big Bets» des Unternehmens ist. Die Kategorie wurde um neue Angebote in den USA, Chile, Mexiko, Grossbritannien, Australien, Neuseeland, Malaysia, Singapur und China erweitert.

*Quelle: HH Euro Panel, 1. Quartal 2025

**Quelle: Mercury Plus-Segmentierung, 1. Quartal 2025