

Trends am Sirup-Markt

FRUCHTIGE IDEEN

Die Nachfrage nach Fruchtsirup ist zuletzt leicht zurückgegangen – eine Entwicklung, auf die die Markenartikel-Industrie nun mit unterschiedlichen Ideen reagiert.

Gute 50 Mio. € war der Sirup-Markt zuletzt schwer – und damit wertmäßig gleich stark wie 2008, mengenmäßig war ein leichtes Minus zu verzeichnen. Die Hersteller antworten darauf jedenfalls mit unterschiedlichen Ansätzen: Eckes-Granini beispielsweise setzt voll auf Convenience und füllt den „Yo Fruchtsirup“ künftig in eine 0,7L-PET-Flasche statt wie bisher in die Glasflasche ab. Bei der Entwicklung des neuen Gebindes hat man sich mit einem echten Konsumenten-Anliegen auseinandergesetzt und sagt tropfen-

den oder verklebten Flaschen nun den Kampf an. Das neue Behältnis verfügt nämlich über einen Anti-Patz-Verschluss, der das kontrollierte Ausgießen erleichtert.

Eine Griffmulde sorgt für ein optimales

Handling, ein Sirup-Auffangbecken ermöglicht eine bessere Dosierung. Gleichzeitig mit dem Relaunch wird auch eine neue Sorte eingeführt: „Roter Multivitamin“ ist eine Kombination verschiedenster Früchte, die zusätzlich mit den Vitaminen B₆ und B₁₂ sowie Folsäure ausgestattet ist.

Morgenstund*. Mautner Markhof wiederum versucht, seinen Sirup stärker als Frühstück-Produkt zu positionieren und erweiterte kürzlich die „Morgen Zauber“-Range um die vielversprechenden Varianten „Cranberry Sirup“ sowie „Multivitamin Sirup“, die ebenso wie die bestehenden Sorten „Orange“ und „Grapefruit“ wie Fruchtnektar schmecken, aber den Vorteil bieten, deutlich günstiger und länger haltbar zu sein. Für saisonale Impulse sollen außerdem auch heuer wieder mehrere Winter-Sorten sorgen, die – mit heißem Wasser aufgegossen – eine interessante alkoholfreie Alternative zu anderen Heißgetränken darstellen. Neben den altbekannten und bewährten Varianten „Orangen Punsch“, „Beeren Punsch“ und „Bratapfel Preiselbeere“ wird heuer auch die Neuheit „Winter Sirup Schiawasser“ angeboten – ganz klassisch mit Himbeergeschmack und Zitronen-Orangen-Note.



EXPERTENKOMMENTAR

Mag. Katharina Schlagbauer, Client Executive bei Nielsen, hat für PRODUKT die Trends des Sirup-Marktes zusammengefasst:



„Nach einem Wertwachstum von über 3% im Vorjahr stagnieren Fruchtsirupe wertmäßig im aktuellen MAT bis KW 25/09. Ein leichtes Plus verzeichnet das zuckerhaltige Segment während Light- und Diabetiker-Produkte rückläufig sind. Der Gesamt-Absatz in Litern ist leicht zurückgegangen.“

LEH exkl. Hofer/Lid

Verkäufe Wert in Mio. €

	roll. Jahr 2009 (KW 25)	% Veränd. vs. Vjg.
Alkoholfreie Getränke Total	881,4	2,4
Sirupe	50,5	0,0