



# Pure Exotik

**Der Sirup-Markt stagniert seit einigen Jahren mengenmäßig auf hohem Niveau. Mit innovativen Produktkonzepten und neuen, exotischen Fruchtarten versuchen die Hersteller, dieser Entwicklung gegenzusteuern.**

Im Unterschied zu Deutschland, wo der Markt nie wirklich aufbereitet wurde, hat der Sirupmarkt in Österreich eine lange Tradition“, konstatiert Darbo Marketing-Leiter Josef Goller. 20 Mio. Liter Sirup konsumieren die Verbraucher hierzulande pro Jahr. Das entspricht einem Pro-Kopf-Verbrauch von 2,5 Litern. Ebenso berechenbar sind Herr und Frau Österreicher in Sachen Geschmack. „Vier Fünftel des Marktes entfallen seit Jahren auf lediglich vier Sorten“, erläutert Eckes Granini-Marketingdirektorin Doris Dannecker. „Die größte Marktbedeutung hat die Himbeere bzw. die Mischung Himbeer-Zitrone. Sie kommt auf ca. 40

Prozent Marktbedeutung. Dahinter reihen sich die Klassiker Holverblüte, Schwarze Johannisbeere und Orange ein“, ergänzt Josef Goller.

## Umsätze im Plus

Der Umsatz mit den Fruchtkonzentraten erhöhte sich vergangenes Jahr um 2,1 Prozent auf 50,5 Millionen Euro (s. Tab. AF-Getränke, S. 170). Jedoch ist das wertmäßige Plus in erster Linie auf Preiserhöhungen infolge der Teuerungen bei Rohwaren und Verpackungsmaterialien im Vorjahr zurückzuführen. Mengenmäßig verloren Sirupe 2008 wie schon im Jahr davor wiederum leicht (-0,8 Prozent, Nielsen).

## Frühstück mit Sirup

Mit innovativen Produktkonzepten und neuen, exotischen Sorten versuchen die Hersteller dieser Entwicklung gegenzusteuern. Kürzlich präsentierte etwa Mautner Markhof seine neue Range MorgenZauber (s. auch S. 144). „Damit bieten wir den Verbrauchern zum Frühstück erstmals eine erfrischende Alternative zu herkömmlichen Fruchtsäften und Nektaren“, erläutert Geschäftsführer Michael Durach die Stoßrichtung des neuen Konzepts. Rechtzeitig zur Sommersaison bringt das Unternehmen mit seinen Summer Splash-Sirupen darüber hinaus drei neue, exotische Geschmacksrichtungen auf den Markt. Passions-Frucht-Mix, Karambole-Frucht-Mix und Rambutan-Frucht-Mix sind laut Durach ab Mai im Handel erhältlich.

Neu im Sortiment von Darbo ist ein Granatapfel-Sirup. „Außerdem werden wir noch in diesem Sommer ein kalorienreduziertes Angebot lancieren“, kündigt Marketing-Leiter Josef Goller an.

Mit geschickter Markenkommunikation verstand es Eckes Granini im Vorjahr, mit den Marken Yo und Susi seinen Marktanteil auf insgesamt 30,3 Prozent auszubauen. Vom Prinzip der kontinuierlichen Markenpflege will Doris Dannecker deshalb auch in diesem Jahr nicht abrücken. Aktuell läuft im Handel eine Yo Sirup Promotion, bei der es attraktive Preise zu gewinnen gibt. „Aber auch im zweiten Halbjahr 2009 wird es bei Yo große Neuigkeiten geben“, verspricht Dannecker. ■

## SIRUPMARKEN IM LEH

### Top-3-Anbieter (2008)

Marke	Marktanteil (Wert) in %
Yo	19,5
Mautner Markhof	17,7
Darbo	15,3
Eigenmarken	30,0

Erhebung: Nielsen

Foto: Fotolia.com