

Pressemitteilung

St. Hubertus-Tropfen: Marktführerschaft in der Kategorie Fruchtlikör in Kleinflaschen ausgebaut – Saurer Pfirsich wird verlängert

Rheinberg, 11.11.2025 St. Hubertus-Tropfen hat seine Spitzenposition im Markt für Fruchtliköre in Kleinflaschen erneut deutlich ausgebaut. Laut NielsenIQ (YTD KW 39/2025) erreicht die Marke nun einen Marktanteil von 45 Prozent – im Vorjahr lag der Wert noch bei 32 Prozent, als sich „Hubi“ den ersten Platz mit einem Mitbewerber teilte. Neben dem Bestseller Johannisbeere hat vor allem die im Mai 2025 eingeführte Limited Edition Saurer Pfirsich zu diesem Erfolg beigetragen: Bereits nach wenigen Monaten erzielt sie 5 Prozent Marktanteil.

„Die sehr große Nachfrage und das durchweg positive Feedback aus der Hubi-Community haben uns dazu bewogen, die Verfügbarkeit der Limited Edition zu verlängern“, sagt Daniel Martinovic, Director der St. Nikolaus Kräuterspezialitäten GmbH. „Die Kombination aus säuerlichen und süßen Nuancen hat nicht nur Hubi-Fans begeistert, sondern wir bekommen immer wieder gespiegelt, dass auch neue Verwender gewonnen werden.“ Die Limited Edition Saurer Pfirsich bleibt nun bis März 2026 im Sortiment.

Die weiteren Fruchtsorten Johannisbeere, Apfel und Sanddorn konnten im vergangenen Quartal ihre Marktanteile erfolgreich behaupten und teilweise sogar ausbauen. Diese Entwicklung bekräftigt erneut die Ergebnisse einer umfangreichen Marktforschung aus dem Oktober 2024: Die Fans von St. Hubertus-Tropfen wünschten sich damals mehr Geschmacksvielfalt.

Mittlerweile besteht das Portfolio von St. Hubertus-Tropfen aus vier Hauptsorten: Kräuter, Pfefferminz, Johannisbeere und Lakritz, die weiterhin durch wechselnde Limited Editions wie aktuell Saurer Pfirsich ergänzt werden. Die Marke hat sich in den vergangenen Jahren von einer reinen Kräuterlikör-Marke zu einer modernen Brand für Spaß- und Party-Spirituosen entwickelt. Durch das attraktive Preis-Leistungs-Verhältnis ist St. Hubertus-Tropfen mittlerweile deutscher Marktführer bei Kräuter-, Pfefferminz- und Fruchtlikören in der Kleinflasche und seit Sommer 2025 auch Gesamtmarktführender beim Thema Lakritz.

St. Hubertus-Tropfen Saurer Pfirsich

Alkoholgehalt: 15 % vol.

Liefereinheit: 4x24x0,02 L

Verkaufseinheit: 24x0,02 L

Preis: UVP 7,99 Euro

Über die St. Nikolaus Kräuterspezialitäten GmbH: Die St. Nikolaus Kräuterspezialitäten GmbH ist sowohl Vertriebsgesellschaft der Preiseinstiegsmarke St. Hubertus-Tropfen als auch ein kompetenter Ansprechpartner für Handelsmarken. Das Unternehmen wurde 1948 gegründet und gehört zur Semper idem Underberg AG. In den vergangenen Jahren hat sich St. Hubertus-Tropfen von einer reinen Kräuterlikör-Marke zu einer beliebten Brand für Spaß- und Party-Spirituosen entwickelt. Den Marktführer für Kräuter-, Pfefferminz- und Fruchtliköre in der Kleinflasche gibt es in vier Hauptgeschmackssorten (Kräuter, Pfefferminz, Johannisbeere und Lakritz) sowie im Rahmen von ausgesuchten Limited Editions. Neben der 20ml-Flasche sind ausgewählte Sorten auch als 0,5l-Flasche erhältlich. Beim Thema „Private Label“ ist St. Nikolaus seit Jahrzehnten ein verlässlicher Partner für den Handel.

Pressekontakt:

Christian Schönhals

Pressesprecher/Leitung Unternehmenskommunikation

Semper idem Underberg AG

Hubert-Underberg-Allee 1

47495 Rheinberg

Tel.: +49 2843/920-296

Mobil: +49 170/320 97 59

E-Mail: christian.schoenhals@underberg.com

www.semper-idem-underberg.com