

Pressemitteilung

St. Hubertus-Tropfen wächst rasant weiter: Waldmeister startet als Limited Edition – Saurer Pfirsich ab sofort im Dauersortiment

Rheinberg, 21.04.2026 Der Marktführer im Segment „Fruchtlikör Kleinflasche“ erweitert seine Angebotspalette und erfüllt damit auch die Wünsche der Konsumenten sowie der „Hubi“-Community. Ab sofort gibt es St. Hubertus-Tropfen auch in der Variante Waldmeister. Während diese Geschmacksrichtung als Limited Edition auf den Markt kommt, ist Saurer Pfirsich schon einen Schritt weiter. Diese Sorte startete im Mai 2025 als limitierte Auflage und wird nun ins Dauersortiment integriert.

Damit setzt die Marke St. Hubertus-Tropfen ihren Expansionskurs fort. Bis zum Jahr 2017 war die beliebte Preis-Einstiegsmarke ein reiner Kräuterlikör-Anbieter, anschließend wurden die Sorten Pfefferminz (2017), Johannisbeere (2020) und Lakritz (2024) gelauncht. St. Hubertus-Tropfen wurde zur erfolgreichen Spaß- und Partyspirituose. „Die positive Entwicklung dieser Marke ist sensationell“, sagt Tobias Klocke, Senior Director der St. Nikolaus Kräuterspezialitäten GmbH. „In enger Zusammenarbeit mit dem Handel und auf Basis des direkten Feedbacks aus der ständig wachsenden ‚Hubi-Community‘ gelingt es uns, Trends frühzeitig zu erkennen und erfolgreich umzusetzen.“

Bei Likören: Absatz-Wachstum von 40,8 Prozent

Ein Beleg dafür ist die Geschmacksrichtung Saurer Pfirsich. Im Mai 2025 als Limited Edition gestartet, kommt die Variante bereits auf einen Marktanteil von 6 Prozent in der Kategorie „Fruchtlikör Kleinflasche“ (Quelle: NielsenIQ, LEH+DM+C&C, YTD KW 52/2025) und wird ab sofort als fünftes dauerhaftes Produkt geführt. Damit kommen in diesem Segment alle Varianten der St. Hubertus-Tropfen auf eine marktführende Position von ca. 48 Prozent. Ebenfalls sehr beeindruckend: In der Gesamt-Kategorie Liköre hat die Marke laut NielsenIQ im vergangenen Jahr ein Absatz-Wachstum von 40,8 Prozent verzeichnet.

„Den Wunsch nach einer erweiterten Sortenvielfalt durch Geschmacksrichtungen, die zum Thema Spaß- und Partyspirituosen passen, haben wir sehr ernst genommen. Das war eines der Key Learnings unserer umfangreichen Marktforschung Ende 2024 und Basis für die weitere Entwicklung“, sagt Marian Balster, Brand Manager für die Marke St. Hubertus-Tropfen. „Dabei schnitten sowohl Saurer Pfirsich als auch Waldmeister sehr gut ab. Wir sind somit zuversichtlich, dass auch unsere neue Sorte den Nerv der Konsumenten treffen wird.“

Waldmeister: Populäres Aromaprofil bei Süßwaren

Zumal Waldmeister bereits ein etabliertes und populäres Aromaprofil bei Süßwaren und Erfrischungsgetränken darstellt. Nicht zu vergessen: „Die natürliche und ausdrucksstarke

Farbwelt passt perfekt zur Marke. St. Hubertus-Tropfen haben seit jeher einen authentischen Bezug zum Thema „Wald & Natur“, so Balster weiter. „Und sensorisch kann Waldmeister mit seinen Vorgängern ebenfalls mithalten. Das hat uns die Marktforschung gezeigt, aber auch das erste Feedback aus der ‚Hubi‘-Community war sehr positiv.“

Der Launch der Limited Edition Waldmeister wird durch ein umfassendes Aktivierungspaket begleitet – darunter Social-Media-Kampagnen, Gewinnspiele, Präsenz auf Events und Festivals sowie aufmerksamkeitsstarke POS-Maßnahmen.

St. Hubertus-Tropfen Waldmeister

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 fünf Hauptgeschmackssorten (Kräuter, Pfefferminz, Johannisbeere, Lakritz und Saurer Pfirsich) 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

Underbergstraße 3

47495 Rheinberg

Tel.: +49 2843/920-296

Mobil: +49 170/320 97 59

E-Mail: christian.schoenhals@underberg.com

www.semper-idem-underberg.com