

01/29/2025

Anthon Berg greift Verbrauchertrends mit zwei neuen Partnerschaften auf

Die internationale Wachstumsmarke der Toms Group, Anthon Berg, festigt ihre Marktposition durch strategische Kooperationen mit Pernod Ricard und Luxardo. Diese Partnerschaften spiegeln den Wandel der Verbraucherpräferenzen wider und untermauern das kontinuierliche Wachstum der Marke.

Das Baileys-Sortiment hat in den vergangenen zwei Jahren ein beeindruckendes Wachstum von über 400 Prozent erzielt – eine Erfolgsgeschichte, die nun als Fundament für die neuen Partnerschaften dient. Anthon Berg bietet die weltweit größte Auswahl an Partnermarken und kooperiert mit 20 renommierten Marken, die in über 300 Flughäfen weltweit vertreten sind. Im Herbst 2025 wird das Portfolio um zwei herausragende neue Produkte erweitert: die Luxardo-Kirschlikörfäschchen und die Kahlúa-Pralinen.

„Wir arbeiten kontinuierlich daran, unsere Partnerschaften zu stärken und weiterzuentwickeln. Zwei markante Verbrauchertrends zeigen eine steigende Nachfrage nach intensiveren Geschmackserlebnissen sowie nach Produkten ohne oder mit geringem Alkoholgehalt. Deshalb freuen wir uns besonders, die neuen Kahlúa- und Luxardo-Varianten vorzustellen“, sagt Jens Egelund Jakobsen, Head of International Marketing bei der Toms Group.

Alkoholgefüllte Likörfäschchen bleiben ein Kernstück des Geschäfts

Während die klassischen alkoholgefüllten Likörfäschchen nach wie vor ein essenzieller Bestandteil des Kerngeschäfts sind, beobachtet das Unternehmen gleichzeitig eine wachsende Nachfrage nach „alkoholarmen“ Produkten und eine steigende Bedeutung aufstrebender Märkte ohne Premium-Angebote.

„Der Kirschsirup harmoniert perfekt mit dem Geschmack und ergänzt die Schokoladenfläschchen aus dunkler Schokolade wunderbar. Wir sehen ein erhebliches Marktpotenzial und scheuen uns nicht zu sagen, dass die Kombination von Luxardo Maraschino Kirschen und Anthon Berg's Zartbitterschokolade ein wahres Geschmackserlebnis ist“, sagt Jens Egelund Jakobsen, der die Partnerschaft mit Kahlúa näher erläutert. „Millennials treiben das Wachstum von Spezialitätencafés in westlichen Märkten voran. Mit der Verbindung von Kahlúa und Schokolade greifen wir diesen globalen Kaffeetrend auf und präsentieren ein Produkt, das den Zeitgeist einfängt und zugleich neue Marktchancen eröffnet.“

Vom 2. bis 5. Februar wird die Toms Group auf der ISM in Köln, der weltweit führenden Fachmesse für Süßwaren und Snacks mit über 25.000 Besucher:innen aus 135 Ländern, vertreten sein, wo die Produkte Kahlúa und Luxardo erstmals bestehenden und neuen Partnern vorgestellt werden.

Alkoholgefüllte Likörfaschen bleiben ein zentraler Bestandteil des Geschäfts

Luxardo: Eine italienische Traditionsmarke mit über 200 Jahren Erfahrung, einer der ältesten Hersteller von Likören und Spirituosen auf Basis von Maraschino-Kirschen in Europa.

Kahlúa: Ein mexikanischer Kaffeelikör aus dem Jahr 1936, eine zentrale Zutat vieler klassischer Cocktails wie dem beliebten Espresso Martini.

Zur Herstellung wird ausschließlich Rainforest Alliance-zertifizierter Kakao verwendet.