



TRANSGOURMET

Keli & Transgourmet



Transgourmet und Kult-Limonade Keli gehen strategische Partnerschaft ein

Der Gastronomiegroßhändler Transgourmet Österreich baut seine Getränke-Kompetenz sowie das Angebotsspektrum aus: Der heimische Marktführer geht eine strategische Kooperation samt Lizenzvertrag mit der österreichischen Kultmarke Keli Limonade ein. «Damit vervollständigen wir unser Angebot als Getränkefachgroßhändler und bieten mit Keli eine Marken-Limonade aus bewährter Hand an», freut sich Thomas Panholzer, Geschäftsführer von Transgourmet Österreich. Die heimischen Gastronomen profitieren von Verpackungseinheiten und umfangreichen Merchandising-Artikeln, die auf ihre Bedürfnisse abgestimmt sind sowie dem Alles-aus-einer-Hand Prinzip durch Transgourmet. Die Partnerschaft ist eine klare «Win-Win-Win-Situation» für beide Unternehmen sowie für die Gastronomie. Mag. Rudolf Mühlberger, Geschäftsführer und Miteigentümer vom Keli-Markeninhaber ZF Getränke GmbH, ist erfreut: «Unsere Kooperation ist positiv und beispielgebend für den österreichischen Markt. Gemeinsam sorgen wir für noch mehr Wertschöpfung in rot-weiß-rot».

Wenn Limonade Kult ist

Keli hält aktuell 19 Artikel in seinem Sortiment und macht 2,2 Millionen Euro Umsatz. Durch die Kooperation mit Transgourmet werden das Angebot ausgebaut, die Sorten weiterentwickelt und auch eine zuckerreduzierte Schiene eingeführt.

Zum 60-jährigen Keli-Jubiläum 2020 setzt sich Transgourmet das Ziel, «die ausgelieferte Menge der 0,33-Liter-Flasche auf mehr als 1,5 Millionen Stück zu verdoppeln und die regionale Marke neu zu beleben». Keli wiederum macht es sich zur Aufgabe, «ein Stück österreichische Lebensart zu erhalten.» Denn die Kult-Marke Keli ist bereits seit 1960 ein fixer Bestandteil der heimischen Limonade-Regale. Dort herrscht gerade Hochsaison, denn seit geraumer Zeit liegen Limonaden als süßer Genuss zwischendurch bei heimischen Konsumenten im Trend. Zuwächse sind sowohl im Handel wie auch in der Gastronomie zu verzeichnen, weshalb es für Transgourmet Österreich als Marktführer klar war, dieses Segment intensiver zu bearbeiten und zu besetzen. «Um als Getränkefachgroßhändler den Kunden ein umfassendes Service aus einer Hand anbieten zu können, ist es wesentlich, eine starke Limonade zu führen», so Panholzer. Mit Keli forciert Transgourmet eine bekannte, etablierte und mit wunderbaren Emotionen verbundene österreichische Marke und integriert diese in die eigene Markenwelt. Ausschlaggebend für die Zusammenarbeit waren laut Transgourmet die starken Imagewerte sowie die Bekanntheit der Marke Keli in weiten Teilen der Bevölkerung. Mit vereinten Kräften wird die Marke gepusht und modern positioniert – ohne dabei den legendären Bezug zu «damals» zu verlieren.

Transgourmet will zisch-frisches Keli in der Gastronomie verankern

Die strategische Kooperation zwischen den beiden Unternehmen umfasst die exklusiven Vertriebsrechte für Schank- und Container-Ware, Keli als Saft, Gläser, Kühlschränke, Merchandising-Artikel und Schankgeräte.

Als Lizenzpartner von Keli wird Transgourmet die Marke auch in der heimischen Gastronomie stärker verankern. Bis dato war Keli – unter anderem aufgrund der bislang vorhandenen Gebinde-Größen – im Gastgewerbe unterrepräsentiert. Das soll sich durch die Partnerschaft verändern. Ab sofort werden Grossteils die Gastronomie-Gebinde von Keli in der TRINKWERK-Getränkeproduktion in Allhau (Burgenland) abgefüllt. Durch das exakte Bedienen der Wünsche der Gastronomen, die praktische Zustell- und Abholmöglichkeit bei Transgourmet und das «Rundum-Sorglos-Paket» inklusive Merchandisingartikel, gemeinsamer Bonifikation und vielem mehr wird die Kultmarke «ein echtes Revival erleben», sind die Transgourmet-Verantwortlichen überzeugt. Denn: «Keli ist ein durch und durch österreichisches Produkt, schmeckt nach Nostalgie, großartigen Erinnerungen und nach durchschlagendem Erfolg bei Gästen.» Die Gastronomen punkten bei ihren Gästen mit dem Angebot einer gut bekannten, österreichischen Marke – und grenzen sich damit klar von «No-Name-Limos» und internationalen Marken ab.

Der Vertrieb der zisch-frischen Kultmarke erfolgt durch TRINKWERK, dem Getränkespezialisten im Hause Transgourmet. Keli wird die Transgourmet-Eigenmarke Limomix sowie diverse von Schlacher geführte Eigenmarken im Limonade-Segment ersetzen und als Markenprodukt forciert.

Große Auswahl: Für jede Gelegenheit passend

Die Vielfalt an Gebindeformen stellt sicher, dass die heimische Gastronomie für jedes Bedürfnis das jeweils richtige Angebot vorfindet: Vertrieben werden die kultigen 0,33-Liter Glasflaschen im bewährten Sortenmix aus Himbeere, Ananas, Maracuja und sechs weiteren Sorten ebenso wie 1-Liter Glasflaschen und die 0,5-Liter PET-Flaschen. Auch Keli-Automaten, Bag in Box Postmix, Keli-Säfte für das Frühstück und Premix-Container sind bei Transgourmet erhältlich.

Keli als Top-Marke in Österreich: Bekannt und beliebt

Eine Umfrage^[1] ([/printpdf/1420#_ftn1](#)) unter Gastronomen ergab perfekte Werte für Keli: So weist die «ur-österreichische» Marke 91 Prozent Bekanntheit auf und zählt zu den Top-Ten-Marken bei spontaner Nennung – noch vor bekannten internationalen Marken! Neun von zehn Befragten haben Keli schon einmal getrunken und waren vom Geschmack angetan.

Durch die Kooperation mit Transgourmet soll sich die Limonade in der Gastronomie durchsetzen. Wesentlich sind den Gastronomen nämlich neben Preis-Leistung und Qualität vor allem die Regionalität der Marke – das spricht klar für Keli: Keli ist ein «echter Österreicher»: Die Marke wurde in Österreich erfunden, gegründet und wird hier produziert. «Die Wertschöpfung findet zu 100% in Österreich statt», sind Panholzer und Mühlberger stolz.

Getränke und Gastronomie: Ein Wachstumsmarkt

Jährlich werden in der heimischen Gastronomie^[2] ([/printpdf/1420#_ftn2](#)) 753 Millionen Liter Getränke verkauft und damit ein Umsatz von 1.717 Millionen Euro erzielt; 2015 wurden knapp 300 Millionen Liter alkoholfreie Getränke im Wert von 360 Mio. Euro verkauft. Innerhalb der alkoholfreien Getränke belegt die Limo – nach dem Mineralwasser – in der Menge Platz 2: So werden in der Gastronomie jährlich 111 Millionen Liter Limonade im Wert von 130 Millionen Euro ausgeschenkt; wertmäßig macht Limo 8 Prozent des gesamten Getränkeabsatzes in der Gastronomie aus.

Die Bezugsquellen der Gastronomie für Limonaden sind vielfältig und bieten Wachstumschancen für Transgourmet: Der Zustell- und Abholgroßhandel macht laut Gastro Data ein Fünftel des Gesamtumsatzes, der größte Anteil liegt bei Brauereien und Vertriebspartnern. Doch Gastronomen setzen zusehends auf «Aus-einer-Hand-Angebote», auch um die Anzahl der Anlieferungen zu reduzieren und Boni über die gesamte Bestellmenge zu erhalten. «Transgourmet steht seit je her für Erleichterung im stressigen Gastro-Alltag. Mit der Einführung und dem Angebot einer starken Marken-Limo verstärken wir diese Positionierung und bieten den Gastronomen einen weiteren Vorteil. Davon wird auch die Marke Keli profitieren und erfolgreich wachsen», so Panholzer.

Ganz schön viel Auswahl bei TRINKWERK (<https://www.transgourmet.at/node/1327>)

Transgourmet mit seinem hauseigenen Getränkefachgroßhandel TRINKWERK bietet Österreichs größtes Getränkesortiment an: 3.300 Weine, 550 Schaumweine, 1.500 Spirituosen sowie zahlreiche alkoholfreie Getränke, Biere und Heißgetränke umfasst das Angebot. Durch exklusive Winzerververtretungen, einem umfangreichen Italien-Portfolio, persönliche Betreuung und außergewöhnliche Serviceleistung hat sich TRINKWERK zum Getränkeexperten in der Gastro-Szene etabliert. Als Direktimporteur und Großabnehmer ist das Preis-Leistungsverhältnis unvergleichlich in der Branche. Exklusivprodukte für die Gastronomie, beständige Warenverfügbarkeit und die Sicherheit, dass als Zulieferer nur die Besten der Besten ausgewählt werden, sprechen ebenfalls für TRINKWERK.

[1] [\(/printpdf/1420#_ftnref1\)](#) 100 telefonische Interviews durch Kundenservice- und Entwicklungsmanagement von Transgourmet von 23.-24. März 2016

[2] [\(/printpdf/1420#_ftnref2\)](#) Quelle: Gastro Data GmbH, Mag. Helmut Obergantschnig, Gastronomie-Getränkemarkt 2015
