

Pressemitteilung

Halbjahresbericht: Semper idem Underberg AG setzt Wachstum fort – Konsumkrise und Kostensteigerungen trüben Erwartungen

- Nettoumsatz steigt zum Vorjahreszeitraum um 2,8 Prozent auf 72,7 Mio. Euro
- Underberg und Asbach tragen wesentlich zum Absatzwachstum bei
- Internationalisierung: Überproportionales Wachstum durch New-Balance-Ansatz
- Geschäftstätigkeit wird durch Nachfrage-Abschwächung und Kostendruck beeinflusst

Rheinberg, 30.11.2022 Trotz der andauernden Konsumkrise hat sich die Semper idem Underberg AG in einem volatilen Marktumfeld dank seiner starken Kernmarken gegen den Trend erneut gut entwickelt: Das Spirituosenunternehmen aus Rheinberg verbuchte im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2022/23 (Apr. bis Sep.) ein Umsatzplus von 2,8 Prozent in einem rückläufigen Markt. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum stieg der Nettoumsatz von 70,7 Mio. Euro auf 72,7 Mio. Euro.

„Das Umsatzplus bewegt sich im Rahmen unserer Erwartungen. Es war ein Halbjahr mit außerordentlichen Herausforderungen“, sagt Michael Söhlke, Finanzvorstand der Unternehmensgruppe. Vor allem die massiven Steigerungen bei den Energie- und Materialkosten haben einen Einfluss auf die Geschäftstätigkeit gehabt. „Umso erfreulicher ist die Entwicklung unserer eigenen Marken. Gerade Underberg und Asbach profitieren vom konsequent verfolgten Modernisierungsprozess.“

Underberg und Asbach: Überproportionales Wachstum

So wuchs der Absatz des Kräuterbitters Underberg im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 22,3 Prozent. Ähnlich stark schnitt der Brandy-Hersteller Asbach ab, dessen Absatz um 17,9 Prozent zulegte. Sehr robust präsentierte sich PITÚ: Das breit gefächerte Angebot der Zuckerrohr-Spirituose konnte einen Zuwachs von 3,3 Prozent verzeichnen – und das in einem insgesamt rückläufigen Markt. Laut Nielsen hat der deutsche Spirituosenmarkt im ersten Halbjahr 2022 rund 2,7 Prozent an Menge im Vergleich zum Vorjahreszeitraum verloren.

Durchaus zufrieden blickt die Underberg-Gruppe auf die Entwicklung des internationalen Geschäfts. „Hier konnten wir mit unseren New-Balance-Maßnahmen ein deutliches Wachstum von rund 9 Prozent erzielen“, stellt Vertriebsvorstand Thomas Mempel positiv fest.

Abschwächung bei der Inlandsnachfrage erkennbar

Ebenfalls eine hohe Relevanz hat die erkennbare Abschwächung der Nachfrage im deutschen Handel und in der Gastronomie: „Die Dynamik hat seit Oktober deutlich nachgelassen. Wir spüren eine gewisse Zurückhaltung der Konsumenten beziehungsweise Endverbraucher. Da wir aktuell keine schnelle Trendwende erwarten, haben wir Vorbereitungen getroffen“, so Thomas Mempel. Darüber hinaus ist ein Ende der Kostensteigerungen durch die Zulieferer noch nicht in Sicht. „Es ist viel Inflationsdruck im Markt, und politische Maßnahmen wie die Energiepreiskontrolle können noch nicht valide berücksichtigt werden“, bilanziert Michael Söhlke.

Ausblick: Leicht steigender Umsatz

Das volatile Marktumfeld wird die Gruppe weiterhin fordern. „Wir gehen die Themen konsequent an, insbesondere bei der Beschaffung, der Produktverfügbarkeit und in der Produktion. Auch Preiserhöhungen werden notwendig sein, denn die allgemeine Unsicherheit bleibt hoch. Vor dem Hintergrund rechnen wir auf das gesamte Geschäftsjahr gesehen mit einem leicht steigenden Umsatz und einem bereinigten EBITDA leicht unterhalb des Niveaus des Corona-Geschäftsjahres 2020/21“, sagt der Finanzvorstand.

Insgesamt sehen beide Vorstandsmitglieder die Underberg-Gruppe solide aufgestellt: „Wir haben uns frühzeitig für wirtschaftlich herausfordernde Zeiten gewappnet und werden, wie schon in der Corona-Pandemie geschehen, diese sehr schwierige Phase dank unserer vielen starken Marken in unterschiedlichen Preissegmenten bewältigen.“

Über die Semper idem Underberg AG: *Die Semper idem Underberg AG ist ein werteorientiertes Familienunternehmen aus Rheinberg am Niederrhein. Kernkompetenzen der Unternehmensgruppe sind die konsumentenzentrierte Entwicklung und Herstellung von Premium-Spirituosen sowie der weltweite Vertrieb der Produkte. Neben den international bekannten Marken Underberg und Asbach werden zahlreiche weitere eigene Marken und Distributionsmarken angeboten. Dazu gehören aus dem eigenen Haus St. Hubertus, PITÚ, XUXU und Grasovka sowie zahlreiche Distributionsmarken wie Amarula, Southern Comfort, BOLS und Ouzo Plomari.*

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

Investor Relations:

Mirko Wollrab
Corecoms Consulting GmbH
Goethestraße 29
60313 Frankfurt am Main
Mobil: +49 1728303600
E-Mail: mirko.wollrab@corecoms.de
www.corecoms.de