

Pressemitteilung

Zwischenbericht nach neun Monaten: Underberg Gruppe trotz Konsumzurückhaltung mit Umsatzwachstum

- Nettoumsatz (Q1-Q3) steigt im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,9 Mio. auf 110 Mio. Euro
- Umsatzerlöse werden weiterhin durch Absatzwachstum bei Underberg und Asbach getragen
- Internationalisierung: Absatzsteigerung um 6,4 Prozent
- Gespräche mit dem Handel wegen notwendiger Preiserhöhungen

Rheinberg, 03.03.2023 Die Konsumzurückhaltung im Zuge des hohen Inflationsdrucks hat die Geschäftstätigkeit der Semper idem Underberg AG in den ersten neun Monaten des laufenden Geschäftsjahres 2022/23 (April bis Dezember 2022) bemerkbar beeinflusst. Zwar ist der Umsatz der Unternehmensgruppe im Vergleich zum Vorjahreszeitraum um 1,9 Mio. Euro auf 110 Mio. Euro gestiegen. In einem insgesamt rückläufigen Gesamtmarkt ist der Zuwachs mit 1,7 Prozent jedoch etwas moderater als in H1 (2,8 Prozent) ausgefallen. Laut Nielsen hat der deutsche Spirituosenmarkt in den letzten neun Monaten des Jahres 2022 im Vergleich zum Vorjahreszeitraum einen Absatzverlust von 2 Prozent verzeichnet.

„Die Abschwächung der Inlandsnachfrage hat sich für uns abgezeichnet. Zwar performen unsere eigenen Marken weiterhin gut, doch Rezessionsängste und die immer noch sehr hohe Inflation im vergangenen Quartal haben sich im Handel und in der Gastronomie bemerkbar gemacht“, sagt Thomas Mempel, Chief Customer Officer der Underberg Gruppe.

Zweistelliges Absatzplus bei Underberg und Asbach

Garanten für das Umsatzwachstum bleiben vor allem Underberg und Asbach. Die beiden Traditionsmarken haben ihren Absatz um 17 Prozent (Underberg) bzw. um 18 Prozent (Asbach) gesteigert. „In wirtschaftlich schwierigen Zeiten zeigt sich meist die Werthaltigkeit von starken Marken. Ungeachtet der guten Entwicklung sehen wir hier weiteres Wachstumspotenzial“, so Finanzvorstand Michael Söhlke.

Der weltweit bekannte Kräuter-Bitter Underberg aus Rheinberg und die Brandy-Legende Asbach aus Rüdeshelm sind zudem maßgeblich für die positive Entwicklung außerhalb Deutschlands verantwortlich: In den ersten neun Monaten konnte Underberg International erneut ein Absatzplus verzeichnen. Im Vergleich zum Vorjahreszeitraum wuchs der Absatz um 6,4 Prozent. Die Marke Underberg trug mit einem Plus von 9,3 Prozent und Asbach mit 21,7 Prozent zum positiven Ergebnis bei.

Kostensteigerungen bei Energie, Rohstoffen und Verpackungsmaterialien

„Durch die zunehmende Relevanz des internationalen Geschäfts und dank des robusten Geschäftsmodells mit Marken aus allen Preissegmenten bleiben wir auf einem Wachstumspfad. Zugleich stellen die Kostensteigerungen bei Energie, Rohstoffen und Verpackungsmaterialien auch für uns eine erhebliche Herausforderung dar. Kostenrückgänge zeichnen sich derweil noch nicht ab“, sagt CFO Söhlke weiter. In Kombination mit der Zurückhaltung der Konsumenten ist eine Situation entstanden, die Preisverhandlungen mit dem Handel in den Fokus stellen. „Bei der Beschaffung, der

Produktverfügbarkeit und in der Produktion haben wir zuletzt viele Hürden genommen, jetzt sind wir mitten in intensiven Gesprächen mit unseren Partnern wegen notwendiger Preiserhöhungen.“

Zwar hat die allgemeine Unsicherheit zuletzt etwas abgenommen, doch der Vorstand der Semper idem Underberg AG bekräftigt seine realistische Einschätzung: Auf das gesamte Geschäftsjahr gesehen, rechnen die beiden Vorstandsmitglieder mit einem leicht steigenden Umsatz und einem bereinigten EBITDA leicht unterhalb des Niveaus des Corona-Geschäftsjahres 2020/21.

Über die Semper idem Underberg AG: *Die Semper idem Underberg AG ist ein wertorientiertes 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