

Pressemitteilung

Halbjahresbericht der Semper idem Underberg AG:

Geringfügiger Umsatzrückgang in H1 – leicht positives H2 erwartet

- Nettoumsatz der Semper idem Underberg AG in Q1 und Q2 beträgt 71,4 Mio. Euro – 1,8 Prozent weniger als 2022
- International verzeichnet Underberg Gruppe ein Absatzwachstum von 8,1 Prozent
- Kernmarken Underberg und Asbach insgesamt stabil, im Ausland zweistelliges Absatzplus
- Für Gesamtjahr 2023/24: Leichter Umsatzanstieg und Gewinn weiterhin im Zielkorridor erwartet

Rheinberg, 30.11.2023 Die deutliche Konsumzurückhaltung in Deutschland in Kombination mit weiterhin hohen Beschaffungskosten sind an der Semper idem Underberg AG nicht spurlos vorbeigegangen. In den ersten beiden Quartalen des laufenden Geschäftsjahres (April bis September) betrug der Umsatz der Unternehmensgruppe 71,4 Mio. Euro. Das sind 1,8 Prozent weniger als im Vorjahreszeitraum und 1 Prozent mehr als 2021.

Seit 2019 hat die Semper idem Underberg AG fortwährend Umsatzzuwächse erreicht, diese Dynamik schwächte sich in den vergangenen Monaten ab. Zumal sich das Unternehmen in einem insgesamt rückläufigen Markt befindet: Der Absatz des gesamten Spirituosenmarktes ging laut Nielsen von April bis September 2023 um 6 Prozent zurück.

„Die weiterhin hohe Inflation belastet die Menschen. Auch wir waren angesichts der stark gestiegenen Energie-, Rohstoff- und Personalkosten gezwungen, die Preise zu erhöhen. Das hat sich auf den Absatz ausgewirkt“, erklärt Vorstandssprecher Michael Söhlke. „Zwar haben wir dank unserer starken Marken in unterschiedlichen Preissegmenten sowie einer gut ausbalancierten Kostendisziplin und einem profitablen internationalen Geschäft im ersten Halbjahr ein solides Ergebnis erzielt, aber die Herausforderungen bleiben beträchtlich. Auf das gesamte Geschäftsjahr gesehen, gehen wir weiterhin von einem leicht steigenden Umsatz und einem bereinigten EBITDA leicht unter Vorjahr im Zielkorridor aus.“

Zweistellige Wachstumsraten im Ausland

Motor der erfreulichen Absatz-Entwicklung außerhalb von Deutschland sind weiterhin die traditionsreichen Kernmarken der Gruppe. Der Kräuterbitter Underberg konnte insgesamt ein kleines Wachstum von 0,2 Prozent erzielen, im Ausland lag das Absatzplus bei 21,2 Prozent. Die Brandy-Marke Asbach war nicht in der Lage, das überproportionale Wachstum der vergangenen zwei Jahre in Deutschland fortzusetzen, kam im Ausland aber auf eine Steigerungsrate von 10,8 Prozent.

„Nach einem guten Start in das Geschäftsjahr mussten wir insbesondere im Sommer und in der insgesamt zurückgehenden Gastronomie Rückgänge verzeichnen. Ebenfalls relevant: In diesem Jahr haben weniger Discount-Aktionen im Vergleich zum Vorjahr stattgefunden“, erläutert CCO Thomas Mempel. „International konnten wir dank unserer strategischen Fokussierung mit einem kräftigen Umsatzplus abschließen – insbesondere in den USA. Zudem haben wir verschiedene vertriebliche Vermarktungsprogramme gestartet. Dabei geht es auch darum, die gestiegene Aufmerksamkeit und die Relevanz unserer Marken – national wie international – noch besser am POS sichtbar zu machen. Gerade weil wir in den vergangenen Monaten innovative Produkte wie unsere Limited Edition Underberg ESPRESSO HERBTINI auf den Markt gebracht haben, und der erste alkoholfreie PITÚ im Januar 2024 in den Handel kommt.“

Angesichts der zuletzt zurückgegangenen Inflation setzen viele Marktbeobachter auf eine im kommenden Jahr wieder steigende Konsumlaune. Unabhängig davon treibt der Underberg-Vorstand den Wachstumskurs mit einer klaren Ausrichtung weiter voran und rechnet beim Umsatz mit Zuwächsen im zweiten Halbjahr. Michael Söhlke: „Wir sehen gerade bei unseren strategischen Kernmarken Underberg, Asbach und PITÚ weiterhin Steigerungspotenzial. Die Rahmenbedingungen für Wachstum haben wir geschaffen, nun sollten wir auch etwas Geduld mitbringen und zusätzlich Effektivität und Effizienz bei den Ausgaben im Blick behalten.“

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, Asbach und PITÚ werden zahlreiche weitere eigene Marken und Distributionsmarken angeboten. Dazu gehören aus dem eigenen Haus St. Hubertus, XUXU, Zwack Unicum 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