

Pressemitteilung

ProWein: Underberg International begrüßt neue Partner für Westeuropa

- Stärkere Präsenz in Märkten wie Frankreich, Spanien oder Großbritannien
- ProWein: Underberg International präsentiert Underberg, Asbach, PITÚ und XUXU
- Messe reflektiert den Trend zu alkoholfreien Spirituosen
- Auch im Ausland: Caipi-Experten von PITÚ setzen auf Ready-to-Drink-Produkte

Rheinberg/Düsseldorf, 06.03.2024 Beim Thema Internationalisierung ist das Haus Underberg AG ein Vorreiter. Bereits 1860 – 36 Jahre nach Firmengründung – wurden die ersten Kisten des Kräuter-Bitters in die USA verschifft, kurze Zeit später war das Produkt auch in der Schweiz und in Österreich erhältlich. Dieser Tradition folgend, ist die Semper idem Underberg AG auf der ProWein in Düsseldorf vertreten, der weltweit größten und bedeutendste Messe für Wein und Spirituosen. Rund 5700 Ausstellende aus über 60 Ländern haben sich angemeldet, 50.000 Besucherinnen und Besucher werden erwartet, wenn die 13 Messehallen vom 10. bis 12. März 2024 die Tore öffnen.

„Die ProWein bietet für uns die ideale Plattform, um fast vor der eigenen Haustür unser Netzwerk aus nationalen und internationalen Importeuren und Distributeuren zu pflegen und auszubauen“, sagt Thomas Mempel, Vorstandsmitglied bei der Semper idem Underberg AG und verantwortlich für das internationale Geschäft, das von Jahr zu Jahr wichtiger für die Unternehmensgruppe wird. Der Absatz im Ausland ist 2022/23 um 12,7 Prozent gestiegen. Somit beträgt der Anteil des Geschäftes außerhalb von Deutschland am Gesamtumsatz mittlerweile 14,3 Prozent. „Mit steigender Tendenz“, so Mempel weiter. „Wir haben unsere Vertriebsstrukturen im Ausland in den vergangenen vier Jahren optimiert. Teilweise mit eigenen Teams sowie mit externen Vertriebsexperten. Was alle eint: Sie passen zu uns, identifizieren sich mit unseren Marken und verfügen über das notwendige Netzwerk im jeweiligen Markt.“

Standort von Underberg International: Halle 5/A02

Dass Spirituosen für die Veranstalter der ProWein zunehmend an Bedeutung gewinnen, wird 2024 auch räumlich deutlich. Unter dem Motto „ProSpirits“ gibt es eine echte Premiere: Erstmals sind die 300 nationalen und internationalen Spirituosenanbieter in einer eigenen Halle vertreten. „Damit spiegeln wir einen Markttrend wider“, betont Messe-Direktor Peter Schmitz. Underberg International wird sich in der Halle 5 (Standnummer: A02) präsentieren. Im Gepäck haben die Rheinberger ihre vier internationalen Fokusmarken, eine Reihe von Innovationen und eine klare Strategie.

„Nachdem wir im vergangenen Geschäftsjahr neben unseren traditionell starken Märkten wie den USA und den nordischen Ländern verstärkt neue Betätigungsfelder wie Asien und Afrika erschließen konnten, haben wir uns in den vergangenen Monaten wieder zunehmend dem europäischen Ausland gewidmet“, erklärt Thomas Mempel. „Wir konnten kompetente neue Partner wie BBC Spirits in Frankreich oder Iconic und Hammonds in Großbritannien für uns gewinnen – das gibt der Präsenz unserer internationalen Marken in den jeweiligen Ländern einen Schub.“

Premiere für den Underberg ESPRESSO HERBTINI

Für Underberg International sind bei dieser Messe vier Brands von hoher Relevanz: Neben den beiden Traditionsmarken Underberg und Asbach sind das PITÚ und XUXU. Bei Underberg steht unter anderem eine Produktinnovation im Mittelpunkt, die als Limited Edition in Deutschland für Furore gesorgt hat: der Underberg ESPRESSO HERBTINI. Der After-Dinner-Fusion-Drink aus dem legendären Kräuter-Bitter und Bio-Espresso hat neue Zielgruppen für die Traditionsmarke begeistert. „Das Interesse an diesem Produkt ist groß. Zunächst wird der Kräuter-Likör exklusiv in Dänemark, Österreich, der Schweiz und im Global-Travel-Retail-Bereich angeboten“, erklärt Udo Bruns, Director International Business bei der Underberg Gruppe. „Ein weiteres Highlight unseres Portfolios wird der PITÚ Alcohol-free 0.0% sein.“

Alkoholfreie Drinks liegen nicht nur bei den Verbraucherinnen und Verbrauchern in Deutschland im Trend, auch die Messeveranstalter widmen dieser Nachfrage einen eigenen Bereich: die „ProWein ZERO“-Halle. In der Halle 1 werde an Stand A10 sowohl der alkoholfreie Cachaça aus der Flasche, der seit Januar 2024 im deutschen Handel erhältlich ist und in der Regel als gemixte Caipirinha getrunken wird, als auch die Ready-to-Drink-Dose „Non-Alcoholic Caipirinha“ angeboten.

„Live-Events werden für Spirituosen-Anbieter immer relevanter“

Gerade die Ready-to-Drink-Dosen spielen für PITÚ, deren Markenrechte seit 1996 bei der Underberg Gruppe liegen, eine entscheidende Rolle. 2022 wurde die „Premium Caipirinha 5.5%“ gelauncht, ein Jahr später kam die „Non-Alcoholic Caipirinha“ dazu, und in diesem Jahr erweitert „Passionfruit Caipirinha 5.5%“ das Angebot der Cachaça-Experten. „Live-Events wie Konzerte oder Volksfeste werden für Spirituosen-Anbieter immer relevanter. Diesem Trend tragen wir mit unseren RTD-Produkten Rechnung“, so Udo Bruns.

***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