

Pressemitteilung

Halbjahresbilanz: Underberg Gruppe bei Umsatz und Konzernergebnis im Zielkorridor

- Geringfügiger Umsatzrückgang von 71,4 auf 70 Mio. Euro (-1,9 Prozent)
- Im Ausland solides Absatzwachstum der Underberg Gruppe von 4,8 Prozent
- Konsumzurückhaltung und Unsicherheiten im Heimatmarkt dauern an
- Konzentration auf rentables Markengeschäft, Anteil der Handelsmarken gesunken

Rheinberg, 29.11.2024 Die Semper idem Underberg AG hat im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2024/25 ein solides Ergebnis vorgelegt. Wie erwartet, ging der Umsatz der Unternehmensgruppe zwischen April und September 2024 im Vergleich zum Vorjahr geringfügig zurück – um 1,9 Prozent auf rund 70 Mio. Euro. Und auch beim Konzernergebnis liegt das Haus Underberg im avisierten Zielkorridor.

Unter den besonderen Voraussetzungen – anhaltende Konsumzurückhaltung und Unsicherheiten infolge von Kriegen, gestiegenen Rohstoffpreisen und politischen Krisen – könne man mit der Bilanz nach sechs Monaten zufrieden sein, sagt Vorstandssprecher Michael Söhlke: „Im Ausland wachsen wir weiter, zuletzt um 4,8 Prozent, im Inlandgeschäft setzen wir vor allem auf unsere Premium-Marken. Innovationen wie Underberg Espresso Herbtini und PITÚ 0.0% sind vielversprechend gestartet.“

Die Underberg Gruppe hat indes das Handelsmarkengeschäft reduziert. „Unser Ansatz im Unternehmen ist es, nach Profitabilität zu steuern. Das steht für uns im Vordergrund“, so Söhlke weiter. Der Anteil der Handelsmarken am Gesamtumsatz wurde im Vergleich zum Vorjahreszeitraum mehr als halbiert.

Umsatz bei Distributionsmarken steigt um 1,3 Prozent

Ein klarer Fokus liegt neben den eigenen Kernmarken Underberg, Asbach und PITÚ auf den Distributionsmarken. Während der Vertrag mit Sazerac ausgelaufen ist, konnte die Zusammenarbeit mit der ANORA Group um das marktführende Aquavit-Portfolio ausgebaut werden, und zum 1. Januar 2025 kommt die österreichische Kult-Marke Stroh dazu. „Wir sehen für unsere Neuzugänge großes Potenzial im deutschen Markt“, betont Vorstandsmitglied Thomas Mempel. Zumal Rückenwind vorhanden ist: In den ersten sechs Monaten steigerte die Gruppe den Umsatz bei den Distributionsmarken leicht um 1,3 Prozent.

„Das aktuelle Geschäftsjahr entwickelt sich nahezu stabil – auch im Hinblick auf Marge. Es wird somit insbesondere umsatzseitig eine Art Übergangsjahr sein“, bilanziert Michael Söhlke, der für das Jahr 2025/26 wieder mit einem Umsatz-Wachstum rechnet. „Wir haben unsere

Marketing-Ausgaben in den vergangenen fünf Jahren verdoppelt. Unsere Marken werden wieder stärker wahrgenommen, das wird sich kontinuierlich auch am POS bemerkbar machen.“

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 weitere eigene Marken und Distributionsmarken angeboten. Dazu gehören aus dem eigenen Haus St. Hubertus-Tropfen, XUXU, Zwack Unicum und Grasovka sowie zahlreiche Distributionsmarken wie Amarula, Koskenkorva Vodka, BOLS und Ouzo of 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