

Pressemitteilung

Studie „Kundenchampions“: Platz 1 für die Marke Underberg

Rheinberg/Düsseldorf, 27.03.2025 Explore the magic world of herbs: Zum 175-jährigen Firmen-Jubiläum hatte sich die Traditionsmarke Underberg im Sommer 2021 einem Rebranding unterzogen. Mit der nachhaltigen Modernisierung und den folgenden Marketing-Maßnahmen haben die Verantwortlichen den Nerv der eigenen Community getroffen. Laut der Studie „Kundenchampions“ gehört „Underberg“ zu den Marken, die im zurückliegenden Jahr am stärksten an Beliebtheit zugelegt haben. In der Kategorie „Sekt und Spirituosen“ konnten sich die Rheinberger sogar Platz 1 sichern.

Das Marktforschungsinstitut Yougov hat im Auftrag des Handelsblatts im Zeitraum 1. Februar 2024 bis 31. Januar 2025 rund eine Million Verbraucherurteile in Deutschland zu Unternehmen in 32 Kategorien eingeholt. Von 1.600 Marken erzielten 821 Brands einen Score zwischen 0 und 100. Das Ranking zeichnet jene Marken aus, die ihren allgemeinen Eindruck unter aktuellen Kunden im letzten Jahr am deutlichsten verbessern konnten.

Mit einem Plus von 7,1 Prozent landete Underberg nicht nur in den Top 20 unter allen befragten Marken; in der Kategorie „Sekt und Spirituosen“ sicherte sich die Traditionsmarke aus Rheinberg Rang 1 und ist damit „Kundenchampion“.

Rang 4 für Amarula

Doch damit nicht genug – noch eine weitere Marke aus dem Distributions-Portfolio des Hauses Underberg konnte sich ganz vorne platzieren: Amarula. Der Hersteller von Sahnelikören und Gin erreichte mit einer Steigerung von 4,6 Prozent Platz vier. Die Marke gehört zu Heineken Beverages und wird seit 30 Jahren von der Underberg-Tochter Diversa in Deutschland vertrieben.

Söhlke: Lob sowie Motivation zugleich

„Es freut uns sehr, dass gleich zwei Marken aus unserem Hause zu den Top 5 zählen“, sagt Michael Söhlke, Vorstandssprecher der Semper idem Underberg AG. „Vor allem mit Blick auf unsere Stammmarke Underberg haben wir in den vergangenen Jahren viele mutige Entscheidungen getroffen und es sind uns einige Überraschungen gelungen. Dass das von den Verbrauchern honoriert wird, ist für das gesamte Team Lob sowie Motivation zugleich.“ Zudem zeige die Entwicklung von Amarula, „dass sich unsere Marketing- und Vertriebskompetenz auch für unsere Distributionspartner rentiert“.

Die Macher der Studie betonen: „Gerade in Zeiten wachsender Marktvielfalt und steigender Kundenerwartungen ist eine positive Wahrnehmung entscheidend für nachhaltigen Erfolg und langfristige Kundenbindung.“

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, BOLS, Koskenkorva Vodka, Linie Aquavit, STROH, Túnel 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