

Pressemitteilung

Fazit der Asbach Festival-Tour: Kultmarke begeistert durch Wohlfühloase und Camping-Vibes

- Im Rahmen seiner Festival-Tour war Asbach auf neun Events unterwegs
- Kultmarke der Underberg Gruppe begrüßte eine Million Gäste und generierte 150.000 Tasting-Kontakte
- Durch authentischen und selbstironischen Auftritt wurde im Vergleich zum Vorjahr die digitale Reichweite verdoppelt – User-Generated-Content wuchs um 30 Prozent

Rheinberg/Rüdesheim, 23.09.2025 Asbach wird immer mehr zur etablierten Festival-Brand. Seit 2022 – damals gab es den ersten Auftritt auf dem Parookaville Festival– ist die Kultmarke aus Rüdesheim auf Musik-Events unterwegs; die Open-Air-Saison 2025 stellt den bisherigen Höhepunkt dar. Von Glücksgefühle über Electrize, Ikarus, Open Beatz bis San Hejmo: Auf insgesamt neun Festivals kamen eine Million Besucher in den Genuss der authentischen Wohlfühloasen, 150.000 Tasting-Kontakte wurden generiert, und die digitale Reichweite der Asbach-Kanäle wurde verdoppelt.

„Unser Mut, 2022 mit Asbach die Festival-Bühnen zu betreten, hat sich ausgezahlt“, sagt Vera Donner-Sander, Marketing Director der Semper idem Underberg AG. „Durch unseren authentischen und selbstironischen Auftritt haben wir mittlerweile einen festen Platz in der Festival-Community gefunden.“

UrAltersheim: Wohnzimmer-Club und talentierte DJs

Angefangen hat alles mit dem „UrAltersheim“ im Jahre 2022 auf dem Electronic-Festival Parookaville. Der Wohnzimmer-Club mit vielen Accessoires aus den 80er Jahren in Kombination mit den Musik-Sets von talentierten DJs traf genau den richtigen Ton. „Seit der ersten Ausgabe war unsere Location stets rappellvoll“, berichtet Steffen Ostendorf, Senior Brand Manager für die Marke Asbach. „In diesem Jahr war darüber hinaus auch vor dem UrAltersheim die Hölle los. Und das nicht nur beim Auftritt von David Puentez, der als Stammgast und Markenbotschafter dem Publikum ordentlich einheizte.“

Für den Brand Manager ist es vor allem das Zusammenspiel von Musik und Location, die den Reiz des Auftritts von Asbach ausmacht. Bei der Auswahl der DJs achte man darauf, dass die Musik „tanzbar, aber etwas entspannter als auf den großen Bühnen ist“. Die damit einhergehende Atmosphäre passe gut zur nostalgischen Welt mit Requisiten aus den 80er Jahren – inklusive Gartenzwerg, E.T. und Kaugummi-Automat. „Wir bieten den Besuchern eine

Zeitreise – in die good old days, die viele mit Unbeschwertheit, Einfachheit und Entschleunigung verbinden“, betont Steffen Ostendorf.

Das Konzept kam so gut an, dass die Markenverantwortlichen entschieden, die Retro-Welt auf Tour zu schicken. Ein Mercedes-Wohnmobil aus den 80er Jahren wurde zum Asbach Camper, der zugleich DJ-Bühne und Theke sein kann. Durch Liegestühle, Hollywood-Schaukel, Sonnenschirme mit Kordeln, Lichterketten und Wäscheleinen wurde das ehemalige Wohnmobil bei einigen Festivals zum Mittelpunkt vom Camp Asbach.

Asbach Camper: Vom Getränke-Stand zur eigenen Stage

Die Besucher des Electrize wählten bei der Frage „Welcher Markenauftritt hat dir am besten gefallen?“ Asbach auf Platz eins. Und beim Open Beatz antworteten eine Vielzahl von Besuchern auf die Frage „Welche Stage hat dir am besten gefallen?“: „Asbach“, „Asbach Bühne“, „Asbach Camper“ oder „Asbach Bus“. Vom Getränke-Stand zur eigenen Stage – da hat die Kultmarke aus Rüdesheim eine steile Karriere hingelegt.

Ein weiteres Highlight der Tour war der Auftritt von „Alle Farben“ auf dem Festival Glücksgefühle. Auf dem Hockenheimring war Camp Asbach vor allem dann schwer angesagt, als das Programm auf der Main Stage zu Ende war – After-Hour mit Asbach. Sehr idyllisch gelegen war die Location bei San Hejmo auf dem Airport Weeze. Hier wurde Camp Asbach von Bäumen umgeben auf einer malerischen Wiese hochgezogen.

Gartenzwerg wird zum Creator-Liebling

Der heimliche Star der Asbach Festival-Tour, war allerdings der Riesengartenzwerg. Mit einer Flasche Asbach Uralt in der rechten Hand und dem ausgestreckten Mittelfinger der linken Hand war er ein beliebtes Foto-Motiv, Selfie-Hintergrund und ein Creator-Liebling. Unzählige Reels sind mit dem Gartenzwerg entstanden, und sowohl die Macher von San Hejmo als auch die Techno-Legenden von Scooter animierten ihn in ihren Stories. Vor dem Hintergrund überrascht es nicht, dass der User-Generated-Content um 30 Prozent im Vergleich zum Vorjahr zulegte.

„Wir freuen uns schon jetzt auf die nächste Festival-Tour mit Asbach“, so Vera Donner-Sander. „Auch im kommenden Jahr werden wir die Community durch unsere Wohlfühloase und die Camping-Vibes begeistern.“

Über Asbach: Die Asbach GmbH in Rüdesheim am Rhein wurde 1892 von Hugo Asbach gegründet. Unter der Marke „Asbach Uralt“ wird bis heute Deutschlands traditionsreichster Weinbrand in vielen Ländern vertrieben. Seit 2002 ist die Asbach GmbH eine Tochtergesellschaft der Semper idem Underberg AG. Unter dem Claim „Am liebsten zusammen“ wurde die Marke im Jubiläumsjahr 2022 zum 130. Geburtstag einer kommunikativen Verjüngungskur unterzogen, 2023 hat Asbach beim renommierten Marketing-Preis Effie Awards Germany in der Kategorie „Comeback“ Gold gewonnen.

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