

Pressemitteilung

Neun Monate: Dank Neuprodukten und Internationalisierung trotz die Underberg Gruppe erfolgreich dem negativen Marktumfeld

- Umsatz der Semper idem Underberg AG mit 103,5 Mio. Euro in den ersten neun Monaten 2025/26 leicht über Vorjahresniveau (2024/25: 103,4 Mio. Euro)
- Gesamtmarkt für Spirituosen verliert im Jahr 2025 rund fünf Prozent
- Gewinn des Familienunternehmens weiterhin im Zielkorridor
- Wachstumstreiber: Auslandsgeschäft (+6,6 % Absatz), Third-Party-Portfolio (+6,5 % Umsatz) sowie zweistellige Zuwächse durch Neuprodukte bei St. Hubertus-Tropfen

Rheinberg, 27.02.2026 Die Semper idem Underberg AG behauptet sich in einem weiterhin schwierigen Marktumfeld und entwickelt sich besser als die Spirituosenbranche insgesamt. Während der deutsche Gesamtmarkt im Kalenderjahr 2025 laut NielsenIQ einen Umsatzrückgang von rund fünf Prozent verzeichnete, erzielte die Underberg Gruppe in den ersten drei Quartalen des Geschäftsjahres (April bis Dezember 2025) Umsatzerlöse von 103,5 Mio. Euro. Damit liegt das Unternehmen leicht (+0,1 Prozent) über dem Vorjahresniveau von 103,4 Mio. Euro.

Nach einem unter anderem durch Portfolioänderungen geprägten ersten Halbjahr (April bis September 2025) hat sich der Umsatz trotz anhaltender Konsumzurückhaltung im dritten Quartal positiv entwickelt. „Wir sind mit der Umsatzentwicklung sehr zufrieden, insbesondere wenn man die negative Gesamtsituation ansieht. Beim Ziel, am Ende des Geschäftsjahres das Vorjahresniveau erreicht zu haben, liegen wir voll im Plan“, sagt CEO Michael Söhlke. „Es wird deutlich, dass unsere Strategie – unter anderem mit Fokus auf Neuprodukte und Internationalisierung – tragfähig ist.“ Beim bereinigten EBITDA zeigt sich der Vorstand weiterhin zuversichtlich, im Gesamtjahr 2025/26 den prognostizierten Zielkorridor von 11 bis 12 Mio. Euro zu erreichen.

Durch Sortenvielfalt werden jüngere Zielgruppen angesprochen

Wesentlichen Anteil am positiven Geschäftsverlauf hat die eigene Marke St. Hubertus-Tropfen. Die erfolgreiche Einführung der Sorten Lakritz und Saurer Pfirsich sowie die attraktive Sortenvielfalt sorgten in den ersten neun Monaten für ein zweistelliges Umsatzplus. „Hubi“, der sich von einem reinen Kräuterlikör-Anbieter zum Marktführer bei Kleinflaschen in der Gesamtkategorie „Liköre“ etabliert hat, setzt damit seinen erfolgreichen Weg als dynamische Preis-Einstiegsmarke im Portfolio fort und spricht insbesondere jüngere Zielgruppen an.

Ebenfalls sehr zufrieden sind die Rheinberger mit den Fortschritten beim Vertrieb der Distributionsmarken für ausländische Brand Owner. Nach mehreren Veränderungen im Portfolio

sowie einer bewussten Reduktion bei Handelsmarken hat das Unternehmen das Übergangsjahr hinter sich gelassen. „Die Prozesse mit unseren neuen Partnern sind inzwischen zuverlässig eingespielt. Auch dadurch konnten wir im Third-Party-Bereich ein Wachstum von 6,5 Prozent erzielen“, erläutert CCO Thomas Mempel. „Zudem führten unsere Maßnahmen im Auslandsgeschäft zu einem Absatzplus von 6,6 Prozent; besonders erfreulich ist die anhaltend gute Entwicklung in Brasilien.“

180 Jahre: Underberg feiert mit Fans und Partnern

Angesichts der stabilen Geschäftslage blickt der Vorstand vorsichtig optimistisch auf die kommenden Monate des besonderen Jahres 2026: „Das Familienunternehmen Underberg wird in diesem Jahr 180 Jahre alt – und das werden wir mit unseren treuen Fans und Partnern auch gemeinsam feiern“, sagt CEO Söhlke.

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, The Standard 1894, Túnel und Ouzo of Plomari.

Pressekontakt:

Christian Schönhals
Pressesprecher/Leitung Unternehmenskommunikation
Semper idem Underberg AG
Underbergstraße 3
47495 Rheinberg
Tel.: +49 2843/920-296
Mobil: +49 170/320 97 59
E-Mail: christian.schoenhals@underberg.com
www.semper-idem-underberg.com