

Pressemitteilung

Underbergs Jubiläumsauftakt auf der ProWein: Tradition und Innovation seit 1846 trifft auf internationale Leitmesse

- Semper idem Underberg AG macht auf der ProWein die internationalen Kernmarken Underberg, Asbach, PITÚ und XUXU erlebbar
- Halle 5/A02: Im Jahr des 180. Geburtstags präsentiert sich das Familienunternehmen mit einem aktualisierten Messeauftritt inklusive neuem Hospitality-Konzept
- Nicht zuletzt dank RTD-Portfolio wächst Underberg International in touristisch geprägten Schlüsselmärkten
- Ausbau der Marktpräsenz in Afrika durch neue Vertriebsallianzen

Rheinberg/Düsseldorf, 12.03.2026 Das Messe-Heimspiel der Underberg Gruppe steht in diesem Jahr ganz im Zeichen der stetig zunehmenden Relevanz des internationalen Geschäfts im Jahr des 180. Geburtstags des Familienunternehmens. Bei der ProWein, der weltweit bedeutendsten Messe für Wein und Spirituosen vom 15. bis 17. März in Düsseldorf, präsentieren die Rheinberger ihr internationales Portfolio mit einem modernen Messestand und einem neuen Gäste-Konzept.

Gegründet am 17. Juni 1846 in Rheinberg, nutzt die Unternehmensgruppe die Messe als Auftakt in das Jubiläumsjahr. „In den vergangenen Jahren haben wir die Internationalisierung konsequent vorangetrieben. Thomas Mempel und sein Team haben ein stabiles Fundament für eine positive Entwicklung in den nächsten Jahren gelegt“, erklärt Michael Söhlke, CEO der Semper idem Underberg AG. „Nach dem pandemiebedingt stillen 175-jährigen Jubiläum rückt nun das Miteinander in den Mittelpunkt – denn Underberg verbindet Menschen in gemeinsamen Ritualen und im natürlichen Genuss.“

Underberg, Asbach und PITÚ als Slush-Drink

Der überarbeitete Stand auf der Messe mit dem charakteristischen Underberg Grün und natürlichen Elementen aus der aktuellen Markenwelt greift Heritage und Moderne gleichermaßen auf. Dazu passend haben die Rheinberger das Gäste-Konzept für die Messe-Besucher optimiert. Während im hinteren Bereich die Gelegenheit zum Austausch mit bestehenden und potenziellen Partnern besteht, kann im vorderen Bereich das internationale Spirituosen-Portfolio verkostet werden. Die Signature Drinks der Marken Underberg, Asbach und PITÚ werden dazu auch als zeitgemäße Slush-Varianten präsentiert. Die Gäste können zwischen Underberg Tropical, Asbach Cola und PITÚ Caipirinha wählen.

„Diese modernen Interpretationen unserer Klassiker sind auf Festivals und anderen Events sehr gut angekommen“, berichtet Thomas Mempel, CCO der Underberg Gruppe und für die Internationalisierung verantwortlich. „Diesen Schwung nehmen wir mit – die Aufbruchstimmung ist auch in den Gesprächen mit unseren nationalen und internationalen Distributeuren greifbar.“

Stellenbosch und Africon: Partner für den afrikanischen Markt

Beispielsweise kristallisiert sich der afrikanische Kontinent als Markt mit erheblichem Potenzial heraus. „Nicht nur, dass der Bittergeschmack in vielen afrikanischen Ländern traditionell stark verankert ist, auch die ausgeprägte Kaffee-Affinität bietet ideale Voraussetzungen für innovative Produkte wie Underberg Espresso Herbstini“, sagt Vincent Hüpen, der für die Unternehmensgruppe in diesen Märkten aktiv ist. Seit April 2025 arbeitet Underberg in Südafrika mit dem neuen Distributionspartner Stellenbosch Mountain Spirits/Blue Sky Spirits zusammen. Darüber hinaus treibt das Unternehmen seit Februar 2026 in Kooperation mit der Agentur Africon die strategische Markterschließung des gesamten afrikanischen Kontinents voran. Die Maßnahmen zeigen bereits Wirkung: Der Absatz hat sich von April 2025 bis Februar 2026 im Vergleich zum Vorjahr nahezu verdoppelt.

Ähnlich erfolgreich ist Underberg International in den touristischen Märkten Griechenland, Portugal, den Kanaren und Mallorca unterwegs. Hier verzeichnete die Kernmarke PITÚ im selben Zeitraum eine Verdopplung des Absatzes im Vergleich zum Vorjahr. Erfolgsgarant ist hier das Ready-to-Drink-Portfolio der Caipirinha-Marke; die Nachfrage nach einfachen und convenienten Getränke-Angeboten ist überproportional groß.

Modernes Markenerlebnis durch Bucket Hat und Co.

Parallel zur Expansion intensiviert die Gruppe die Marktbearbeitung in den Kernmärkten USA, den Nordischen Ländern sowie in Österreich und der Schweiz. In diesen Märkten ist die Marke Underberg als Love Brand etabliert; entsprechend hoch ist die Nachfrage nach POS-Material und Fan-Artikeln bei den jeweiligen Partnern vor Ort. „Der neue Bucket Hat hat sich zu unserem erfolgreichsten GWP-Tool entwickelt“, so der internationale Trade Marketing Manager Kilian Picolin. „Wir bekommen aus den verschiedenen Ländern immer wieder Anregungen für neue Produkte, die den jeweiligen kulturellen Nerv der Community treffen. So ist die neue Underberg Lampe in Form der Kapsel in den USA bereits ausverkauft, und ein Sweater mit skandinavischem Muster ist zu einem Must-Have in Dänemark geworden.“ Hier prüfe man fortwährend, welche Produkte sich auch für andere Märkte eignen.

Der Standort von Underberg International auf der Messe ProWein ist im Vergleich zum Vorjahr unverändert. Die Rheinberger sind wieder in Halle 5/A02 zu finden.

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