

Pressemitteilung

Digitalisierung der Fan-Community steht im Fokus des neuen Online-Shops von Underberg

- Neue Online-Welt zum 180. Jubiläum des Familienunternehmens
- Für den überarbeiteten Online-Shop wurden das Treueprogramm „Tops&More“ und der Produkt- sowie Fanartikel-Shop zusammengelegt
- Vorteile für User: digitales Kapselsammeln, maßgeschneiderte Angebote und neue Prämien sowie Fanartikel

Rheinberg, 16.04.2026 Die Underberg Gruppe feiert Geburtstag und beschenkt die treuen Fans der Kultmarke aus Rheinberg. Pünktlich zum Jubiläum „180 Jahre Underberg“ wurde die Online-Welt rund um den legendären Kräuter-Bitter überarbeitet. Für die User gehen damit verschiedene Verbesserungen einher: Neben der optischen Überarbeitung und der verbesserten Customer Journey stand die Digitalisierung der Kommunikation mit der Underberg Community im Vordergrund der Aktualisierung.

„Das Treueprogramm ‚Tops&More‘, das 2002 gestartet ist, ist eine einzigartige Erfolgsgeschichte. Mittlerweile haben wir rund 220 Millionen Kapseln aus 77 Ländern dieser Welt zugeschickt bekommen“, sagt Thomas Mempel, CCO der Semper idem Underberg AG. „Kapseln sammeln, dafür exklusive Prämien bekommen – all das hat für die Underberg Fans eine große Bedeutung. Dieses Treueprogramm digitalisieren wir durch unsere neue Online-Welt und verbessern insgesamt die Kommunikation mit unserer Community.“

Digitales Kapselsammeln ist nun möglich

Ab sofort benötigen die Fans nur noch ein Konto, um Produkte, Fanartikel und Prämien aus „Tops&More“ zu bestellen. Das klassische Treueprogramm und der Online-Shop sind nun verschmolzen, sodass es nur noch einen Warenkorb gibt. Ein weiterer Clou dieser Zusammenführung: Nun ist das digitale Kapselsammeln möglich. Haben die Sammler bis dato die Kapseln eingeschickt und direkt eine Prämie erhalten, können nun die Flaschenverschlüsse auf ein digitales Kundenkonto „eingezahlt“ werden. Der Underberg Fan kann also entscheiden, wann und welche Prämie er einlösen möchte.

„Insgesamt verfolgen wir einen 360-Grad-Ansatz, bei dem auch Social Media eng eingebunden wird, um sowohl treue als auch neue Underberg Freunde gezielt anzusprechen“, erklärt Hanna Kridde, E-Commerce-Managerin der Unternehmensgruppe. „Durch die Digitalisierung können wir noch individueller auf unsere User eingehen, ihre Treue belohnen und Anreize schaffen, andere für die Marke zu begeistern. Zudem wird jeder, der den Newsletter abonniert oder uns in den sozialen Netzwerken folgt, als erster über neue Angebote, Überraschungen und Rabatte informiert.“

Neu: Tischlampe, Darts-Trikot und Underberg Kaffeebohnen

Sehr gut angekommen sind in den vergangenen Jahren die Fanartikel aus Rheinberg. Neben Klassikern wie Caps, Socken oder auch der kultigen College-Jacke erfreuten sich zuletzt auch neue Produkte wie das Hundespielzeug in Form der Portionsflasche oder die Underberg Dartscheibe wachsender Beliebtheit. Mit dem Start des neuen Online-Shops wurde das Angebot um eine in den USA sehr beliebte Tischlampe und ein Darts-Trikot erweitert. Ergänzt wird das Sortiment zudem durch die neuen Underberg Kaffeebohnen, die drei Wochen lang in echtem Underberg eingelegt werden und somit die perfekte Balance zwischen Kräutertiefe und Kaffeereichtum vermitteln. Weitere Fanartikel werden im Laufe des Jubiläumjahres folgen.

Neuzugänge wird es auch bei den Prämien für „Tops&More“ geben. Den Auftakt macht die Underberg Kulturtasche für 288 Kapseln; weitere Artikel sind bereits in Planung. „Unsere Community liebt Fanartikel und Prämien, das sehen wir immer wieder aufs Neue“, sagt Hanna Kridde. „Uns ist wichtig, Produkte zu entwickeln, die entweder eine authentische Verbindung zur Marke haben oder sich von unserer Geschichte inspirieren lassen und gleichzeitig zeitgemäß sind. Genau das macht für uns den besonderen Charakter unserer Marke aus.“

Shop komplett in dänischer Sprache verfügbar

Die neue Online-Welt berücksichtigt auch die wachsende internationale Bedeutung von Underberg: Neben der deutschen und englischen Version ist der Shop auch komplett in dänischer Sprache verfügbar. Die dänische Community schickt fast 20 Prozent aller Kapseln ein und gilt als besonders kreative und engagierte Fangemeinde.

***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