



## ***Pressemitteilung***

### **Bilanz 2025/26: Underberg Gruppe wächst in einem rückläufigen Gesamtmarkt durch Innovationen und Internationalisierung**

- Umsatz der Semper idem Underberg AG steigt im abgeschlossenen Geschäftsjahr auf 136,9 Mio. Euro (+1,6 % vs. VJ)
- Wachstumstreiber beim Absatz: Auslandsgeschäft (+9,1 %), Third-Party-Marken (+15,2 %) und St. Hubertus-Tropfen (+16,3 %)
- Bereinigtes EBITDA mit 12,3 Mio. Euro über prognostizierten Zielkorridor von 11 bis 12 Mio. Euro
- Weichen für weiteres Wachstum gestellt: Kapazitätserweiterung am Produktionsstandort Rüdesheim und neue Innovationen

**Rheinberg, 13.07.2026** Trotz eines rückläufigen Marktumfelds hat die Semper idem Underberg AG das Geschäftsjahr 2025/26 (1. April bis 31. März) erfolgreich abgeschlossen. Während der deutsche Spirituosenmarkt im gleichen Zeitraum beim Umsatz um 3,7 Prozent nachgab (Quelle: NielsenIQ), steigerte das Familienunternehmen seine Konzernerlöse um 1,6 Prozent auf 136,9 Mio. Euro (Vorjahr: 134,8 Mio. Euro). Das bereinigte EBITDA lag mit 12,3 Mio. Euro über dem prognostizierten Zielkorridor von 11 bis 12 Mio. Euro. Wesentliche Wachstumstreiber waren das internationale Geschäft, das Portfolio der Third-Party-Marken sowie die hohe Innovationsdynamik im eigenen Markenportfolio.

„Angesichts der geopolitischen Krisen und der andauernden Konsumzurückhaltung war das Ziel, das Vorjahresniveau zu erreichen, durchaus ambitioniert. Umso erfreulicher ist es, dass wir dank eines guten zweiten Halbjahres diese Vorgabe übertreffen konnten“, sagt Michael Söhlke, CEO der Semper idem Underberg AG. „Wir sind mit dem Ergebnis sehr zufrieden. Die Entwicklung im Bereich Third-Party-Marken ist gut, wir wachsen im Ausland kontinuierlich, und beim Thema Innovationen ist die Marke St. Hubertus-Tropfen ein Erfolgstreiber.“

#### **Underberg Sales Corporation erstmals konsolidiert**

Großen Anteil an der positiven Entwicklung hat die starke Präsenz in den USA. Die hundertprozentige Vertriebstochter Underberg Sales Corporation ist zuletzt so dynamisch gewachsen, dass sie aufgrund ihrer gestiegenen Bedeutung erstmals konsolidiert wurde. „Sowohl das Team vor Ort als auch das Zusammenspiel mit dem Support hier in Rheinberg funktionieren hervorragend. Das ist die Grundlage für den weiteren Wachstumsweg, den wir auch für unsere anderen internationalen Fokushmärkte sehen“, betont Thomas Mempel, CCO der Underberg Gruppe. Neben den USA ist das Familienunternehmen schwerpunktmäßig in

den nordischen Ländern, Österreich und der Schweiz sowie in touristischen Destinationen in Südeuropa, ausgesuchten Märkten in Afrika und im Global Travel Retail unterwegs.

Das Wachstum von 15,2 Prozent im Portfolio internationaler Distributionsmarken unterstreicht für Thomas Mempel die nachhaltig erfolgreiche Vertriebs- und Marketingleistung der Kolleginnen und Kollegen der Diversa Spezialitäten GmbH. „Unser Team zeichnet sich durch enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit mit den internationalen Brand-Ownern aus. Auf dieser Basis entstehen langfristige und belastbare Kooperationen, die für beide Seiten einen hohen Mehrwert schaffen“, so Mempel.

### **Ab Sommer auf dem Markt: Erdbeer-Spritz XOXO**

Um die Innovationskraft des eigenen Markenportfolios weiter auszubauen, bringt die Underberg Gruppe auch im laufenden Geschäftsjahr neue Produkte auf den Markt und entwickelt bestehende Marken konsequent weiter. Beispiele sind die im Frühjahr eingeführte Waldmeister Limited Edition von St. Hubertus-Tropfen sowie der Erdbeer-Spritz XOXO, der im Sommer als Ready-to-Drink-Produkt unter der Marke XUXU auf den Markt kommt.

Gerade das Wachstum von St. Hubertus-Tropfen hat die Kleinflaschenabfüllung in Rüdesheim an ihre Kapazitätsgrenzen geführt. Um dieser Entwicklung Rechnung zu tragen, hat das Unternehmen bereits vor einiger Zeit den Bau einer zusätzlichen Abfülllinie beschlossen. Die Vorbereitungen laufen seit dem Frühjahr; die Inbetriebnahme ist für die Zeit vor Ostern 2027 vorgesehen.

### **Herausforderungen bleiben groß**

„Natürlich haben wir angesichts des nach wie vor schwachen Konsumklimas in Deutschland die Kosten stets im Blick und werden unverändert nach Profitabilität steuern. Insgesamt ist der Professionalisierungsgrad in der gesamten Gruppe gestiegen; zugleich investieren wir weiterhin gezielt in Marketing und Vertrieb“, so Michael Söhlke weiter. „Wir haben im Juni den 180. Geburtstag unseres Familienunternehmens gefeiert und die Voraussetzungen für die Weiterentwicklung des Unternehmens geschaffen. Ungeachtet dessen bleiben die Herausforderungen groß; so dürfte beispielsweise die Anhebung der Alkoholsteuer für die gesamte Industrie und auch für uns einen Absatzzrückgang bedeuten.“

Die positive Ergebnislage des Konzerns hat zu einer leicht verbesserten Eigenkapitalquote von 31 Prozent geführt. Die Semper idem Underberg AG verfügt über eine solide Liquiditätsreserve und wies zum Geschäftsjahresende am 31. März 2026 einen Kassenbestand im Konzern von über 17 Mio. Euro aus.

**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](mailto:christian.schoenhals@underberg.com)

[www.semper-idem-underberg.com](http://www.semper-idem-underberg.com)