

## *Pressemitteilung*

# Zurück zu den Wurzeln – Asbach schärft sein Profil

- Neues Design für Flasche und RTD-Dose sorgt für einen einheitlichen Markenauftritt und höhere Wiedererkennbarkeit am POS
- Asbach stellt historische Markenelemente wie Löwe, Frakturschrift und Wachssiegel stärker in den Mittelpunkt
- Marktforschung und Handel bestätigen den Kurs: höhere Akzeptanz, verbesserter Brand Fit und stärkere Rotation

**Rheinberg/Rüdesheim, 01.10.2026** Ein komplett neues Gewand für die Ready-to-Drink-Dose und ein modifiziertes Etikett für die klassische 0,7-l-Flasche: Die Marke Asbach hat das Design der beiden wichtigsten Markenbotschafter am POS überarbeitet. Der rote Faden der Repositionierung: zurück zu den Wurzeln – ikonische Elemente zeitgemäß interpretieren.

„Anstatt Asbach künstlich zu verjüngen, inszenieren wir die historischen Kernelemente wie den Löwen, die Frakturschrift und das stärker betonte Wachssiegel in einem klaren und zeitgemäßen Rahmen“, sagt Steffen Ostendorf, Senior Brand Manager für die Marke aus Rüdesheim. Dafür haben die Verantwortlichen die Kategorie „Branded Longdrink Mixer“ analysiert, das Archiv von Asbach geöffnet und sich mit den stärksten Markensymbolen der Historie beschäftigt.

Beim Hauptetikett hat sich das Marketing-Team für eine Naturpapier-Haptik entschieden, die den Streifenlack ersetzt. Die Fläche wurde vergrößert, der Farbton ist heller, und die nun durchgängige Fraktur-Typografie betont die Historie der Marke, die es seit 1892 gibt. Während das Schulteretikett am Flaschenhals breiter daherkommt, ist das Wachssiegel ebenfalls vergrößert worden. Das markante Qualitätsversprechen ist jetzt unregelmäßiger und trägt durch die optische Schärfung zu einer besseren Wiedererkennung bei.

### **Classic-Dose statt Sleek Can**

Sind die Veränderungen des Etiketts noch dezent und unterschwellig, hat die RTD-Dose Asbach-Cola ein komplettes Make-Over erfahren. Angefangen bei der Form: Die kultige Classic-Dose hat die jüngere Sleek Can abgelöst. Beim Design orientiert sich das plakative und schnörkellose Erscheinungsbild am neuen Etikett. Insgesamt wirkt die RTD-Dose bodenständig und unterstreicht damit auch den Kultstatus des Longdrink-Klassikers. Geblieben ist indes die unveränderte Originalrezeptur ohne Zusatzaromen.

Die Übertragung des Codes auf die RTD-Dose schließt die Lücke zwischen der etablierten 0,7-l-Flasche Asbach Uralt und dem impulsgetriebenen Unterwegs-Konsum. Beide Produkte stehen

zu ihren Wurzeln – was sowohl Markforschung als auch der Handel honorieren. „Erste Ergebnisse zeigen: Die Überarbeitung zahlt sich aus – bei der Akzeptanz, beim Brand Fit und bei der Rotation“, erklärt Ostendorf.

Beide Produkte wurden bereits ausgeliefert und werden sukzessive im Handel erscheinen.

**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, BOLLS, 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)