

## ***Pressemitteilung***

### **Messe für Duty-Free- und Reise-Einzelhandel: Underberg-Gruppe unterstreicht als „House of Brands“ ihre internationalen Ambitionen**

- Bei der Branchen-Leitmesse TFWA in Cannes ist das Unternehmen mit seinen Kernmarken Underberg, Asbach, PITÚ und XUXU vertreten
- Teil der Internationalisierungsstrategie: Neues Team Vertrieb International stellt sich an der Côte d'Azur vor

**Rheinberg/Cannes 29.09.2022** Die Semper idem Underberg AG demonstriert als Aussteller auf der „TFWA World Exhibition“ in Cannes ihren internationalen Anspruch. Die von der „Tax Free World Association“, kurz TFWA, veranstaltete Messe ist die weltweit größte ihrer Art und der wichtigste Treffpunkt für die Duty-Free- und Reise-Einzelhandelsbranche. Underberg nimmt als einer der Gründungsmitglieder jedes Jahr an der Messe teil. Vom 2. bis zum 6. Oktober präsentiert sich die Unternehmensgruppe auf der Messe als „House of Brands“ und unterstreicht zudem ihre ambitionierten Ziele im Bereich Global Travel Retail.

Nachdem im Vorjahr der Jubiläumsauftritt zum 175. Geburtstag der Kernmarke Underberg im Mittelpunkt stand, liegt der Fokus 2022 auf der Internationalisierungsstrategie der Unternehmensgruppe. „Wir sind in den vergangenen Jahren auf den Märkten außerhalb von Deutschland stark gewachsen“, erklärt Thomas Mempel, Vorstandmitglied und Chief Customer Officer (CCO) der Semper idem Underberg AG. „Das ist kein Zufall, sondern basiert auf der konsequenten Umsetzung unseres Programms ‚New Balance‘. Es ist unser Anspruch, in Zukunft auf diesen Erfolgen aufzubauen.“

#### **Traditionsmarken und Innovationen für den Duty-Free-Markt**

Am Messestand der Semper idem Underberg AG wird der Kräuter-Klassiker Underberg im neuen internationalen Design auftreten. Sowohl die klassische Faltschachtel als auch die ikonische Flasche wurden im Zuge der Modernisierung des Markenauftritts überarbeitet. Das traditionelle und weltweite bekannte „Underberg Grün“ wird natürlich weiterhin den Kern der neuen Marken-Identität bilden. Seit 1846 wird der Kräuter-Digestiv nach einem wohl gehüteten Geheimrezept hergestellt. Das Geheimnis der Kräuter aus 43 Ländern und der „aufregend“ bittere Geschmack ergeben zusammen ein charakteristisches Kräuter-Erlebnis mit einer wohltuenden Geschmacks-Explosion. Kräuter, Alkohol, Wasser und sonst nichts – koscher und vegan.

#### **Asbach stellt Produktinnovation „Coffee + Cream“ vor**

Die Traditionsmarke Asbach hat in den vergangenen Jahren ebenfalls eine Revitalisierung erfahren. Getreu dem Motto „Crafted together – enjoyed together“ wird bei der Messe in Cannes neben den

hochwertigen Brandys auch eine Neuheit zu sehen sein: Asbach „Coffee + Cream“. Dieses Produkt wird auf dem internationalen Markt exklusiv im Bereich Global Travel Retail erhältlich sein.

Während die Marke XUXU dem internationalen Duty-Free-Markt eine trendgerechte Cream-Version vorstellt, zeigt PITÚ ein kontinuierlich weiterentwickeltes Produkt-Spektrum, das neben dem klassischen Cachaça, der als Grundlage für die Caipirinha dient, auch innovative Ready-to-drink-Cocktails umfasst. Als jüngstes Mitglied der brasilianischen Etage im „House of Brands“ wird „PITÚ Flavoured Passionfruit“ zugegen sein.

### **Vorstellung des Teams Vertrieb International**

Die weltweiten Ambitionen des Rheinberger Spirituosen-Unternehmens treibt ein eigenes Team Vertrieb International voran, das sich in Cannes den Kunden und Partnern vorstellt. Nach über 49 Jahren im Unternehmen verabschiedet sich der bekannte und hoch angesehene geschäftsführende Export Director Jürgen Scholz in den wohlverdienten Ruhestand. Er übergibt das Ruder an seinen Nachfolger Udo Bruns. Der Director International Business wird von Thomas Kirscht unterstützt, der im Sommer 2022 als Head of Sales Global Travel Retail zur Underberg-Gruppe gestoßen ist. Damit stärkt das Unternehmen seine Ambitionen im Bereich Travel Retail auch personell und stellt seinen Partnern mit Thomas Kirscht einen erfahrenen Branchen-Experten zur Verfügung.

„Wir präsentieren dem internationalen Publikum in Cannes die Underberg-Gruppe als starkes ‚House of Brands‘ mit einer großen Bandbreite von hochwertigen Spirituosen bis zu Mixgetränken für die jüngere Zielgruppe“, erläutert Udo Bruns. Und Thomas Kirscht ergänzt: „Der Austausch mit unseren aktuellen und potenziellen neuen Partnern auf der Messe in Cannes wird uns neue Möglichkeiten und Ideen bieten, um unser Geschäft auszubauen und unsere internationale Vertriebspräsenz zu erhöhen.“

**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 und Asbach werden zahlreiche weitere eigene Marken und Distributionsmarken angeboten. Dazu gehören zusätzlich aus dem eigenen Haus St. Hubertus, PITÚ, XUXU und Grasovka sowie zahlreiche Distributionsmarken wie Amarula, Southern Comfort, BOLS und Ouzo Plomari.*

### **Pressekontakt:**

Christian Schönhals  
Pressesprecher/Leitung Unternehmenskommunikation  
Semper idem Underberg AG  
Hubert-Underberg-Allee 1  
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)