

## Pressemitteilung

### Semper idem Underberg AG schließt Geschäftsjahr mit starkem Wachstum ab

- Umsatzwachstum im Geschäftsjahr 2021/22 um mehr als 17 Prozent auf 141 Mio. EUR
- Ergebnis (EBIT) steigt und wird auf Vor-Corona-Niveau erwartet
- Investitionen in die Produktion – erneut Marktanteile gewonnen
- Auch für das erste Quartal des laufenden Geschäftsjahrs zeichnet sich erfreuliches Wachstum ab

**Rheinberg, 02.08.2022** Die Underberg-Unternehmensgruppe hat das Geschäftsjahr 2021/22 (April 2021 bis März 2022) mit starkem Umsatzwachstum abgeschlossen: Um 17,2 Prozent legte der Nettoumsatz aus dem Vertrieb von eigenen Marken und Vertriebsmarken in diesem Zeitraum zu. Der Gewinn wird trotz der herausfordernden gesamtwirtschaftlichen Rahmenbedingungen wieder auf Vor-Corona-Niveau erwartet.

### Viele Marken treiben Wachstum voran – Marktanteilsgewinne gegen den Trend

Das Wachstum der Unternehmensgruppe fällt in einen Zeitraum, in dem der Gesamt-Spirituosenmarkt um 2 Prozent zurückging (Quelle: Nielsen-Marktforschung). „Besonders erfreulich an unserem Ergebnis ist, dass wir in dieser Situation sowohl mit unseren traditionellen Premiumspirituosen als auch mit unseren Produktinnovationen Zuwächse verzeichnen“, kommentiert Vertriebsvorstand Thomas Mempel.

Underberg als Marktführer in der Kategorie Kräuterbitter hat den Marktanteil im abgelaufenen Geschäftsjahr um 1,9 Prozent gesteigert, der Weinbrand Asbach legte um 1,6 Prozent zu. Die Marke PITÚ hat ihre Spitzenposition im Segment Cachaça um weitere knapp 5 Prozentpunkte auf 81 Prozent ausgebaut und ist den Nielsen-Daten zufolge damit erneut uneingeschränkter Marktführer. Cachaça ist eine Zuckerrohr-Spirituose, die in Caipirinha – einem der meistgetrunkenen Cocktails überhaupt – Verwendung findet. Neue Produkte wie PITÚ Ipanema, der erste alkoholfreie Cocktail in der Dose, sorgen ebenfalls für nachhaltiges Wachstum. Nach einem vielversprechenden Start und einem Absatz von über 600.000 Dosen im Jahr 2021 wurden im ersten Halbjahr 2022 bereits ca. 300.000 Dosen PITÚ Ipanema verkauft. „Unser Wachstum hat viele Säulen. Die konsequente Aufstellung der Underberg-Gruppe als House of Brands mit vielen starken Marken sichert unseren Erfolg auch in wirtschaftlich schwierigen Zeiten“, sagt Finanzvorstand Michael Söhlke.

### Zeichen stehen weiterhin auf Wachstum – auch international

Die Underberg-Gruppe investiert gezielt in neue Produktionskapazitäten. Im abgelaufenen Geschäftsjahr ging die neue Kleinflaschen-Abfüllung in Rüdesheim in Betrieb; aktuell werden bereits Folgeinvestitionen geprüft, um die Produktverfügbarkeit dem Wachstum entsprechend sicherzustellen. Gleichzeitig entwickelt die Gruppe ihre Marken konsequent weiter, um Trends zu nutzen und neue KundInnen zu gewinnen. Dabei setzt die Unternehmensgruppe verstärkt auf internationales Wachstum: „Wir treiben die Internationalisierung weiter mit Augenmaß voran. Diese Initiative gewinnt zusehends

an Fahrt, weil wir unsere Aktivierungsmaßnahmen für unser diversifiziertes Portfolio gezielt in ausgewählten Märkten betreiben“, erklärt Thomas Mempel. Im Zuge des Programms „New Balance“ expandiert beispielsweise in den USA die Distributionsgesellschaft und es wurden sechs neue Brand Ambassadors gewonnen, um neue Käuferschichten für die Marken des Hauses zu erschließen. Darüber hinaus setzt Underberg auf neue weltweite Kooperationspartner im Global Travel Retail.

### **Positiver Ausblick**

Der Krieg in der Ukraine, global gestörte Lieferketten und steigende Energiekosten bedeuten ein derzeit schwieriges gesamtwirtschaftliches Umfeld. „Das erste Quartal des neuen Geschäftsjahrs entwickelt sich nachfragebedingt gut. Gleichzeitig belasten die aktuellen weltwirtschaftlichen Unsicherheiten, Kostensteigerungen und Lieferengpässe die gesamte Industrie und damit natürlich auch uns. Deshalb planen wir sehr realistisch mit unterschiedlichen Szenarien und sind zurückhaltend mit Prognosen. Optimistisch stimmt uns dabei, dass die Zeichen auf eine anhaltend robuste Nachfrage hindeuten“, erklärt Michael Söhlke. Der Konzernabschluss der Semper idem Underberg AG wird Ende August veröffentlicht.

### ***Über die Semper idem Underberg AG***

*Die Semper idem Underberg AG, Rheinberg, ist ein auf Kräuterspirituosen spezialisiertes, wertorientiertes Familienunternehmen. Kernkompetenzen des Unternehmens sind die konsumentenzentrierte Entwicklung und Herstellung von Premiummarken-Spirituosen sowie der weltweite Vertrieb von eigenen Produkten und Distributionsprodukten. Neben den international bekannten Marken Underberg und Asbach gehören die eigenen Marken PITÚ, XUXU, Str. Hubertus und Grasovka sowie zahlreiche Distributionsmarken wie Amarula, Southern Comfort, BOLS und Ouzo Plomari zum Portfolio der Semper idem Underberg AG.*