

Pressemitteilung

Underberg-Unternehmensgruppe setzt auf Internationalisierung

Rheinberg /Düsseldorf, 11. Mai 2022. Mit der Präsentation ihrer Marken auf der weltweit größten Fachmesse für Spirituosen und Wein unterstreicht die Semper idem Underberg AG ihre verstärkten internationalen Ambitionen. Auf der Leitmesse „ProWein“ in Düsseldorf stellt sie vom 15. bis 17. Mai Besuchern und Handelspartnern aus aller Welt die neuesten Entwicklungen ihrer Marken Underberg, Asbach, PITÚ, XUXU sowie weiterer Marken aus ihrem Vertriebs-Portfolio vor.

Traditionsmarken in neuem Gewand auf internationaler Bühne

Im Mittelpunkt des Messeauftritts in Halle 11 steht die Traditionsmarke Underberg, die derzeit ihr 175-jähriges Bestehen feiert. Im Jubiläumsjahr erfuhr die Markenkone einen umfassenden Relaunch. Werbung und Verpackung von Underberg präsentieren sich in einem zeitgeistigen Design, das unter dem Motto „PopArt meets deutsche Romantik“ Tradition und Moderne verbindet und auf das Gründungsjahr 1846 Bezug nimmt. Damals begann auch die internationale Erfolgsgeschichte des Rheinberger Kräuterbitters, der heute in der ganzen Welt beliebt ist. Das spiegelt sich im neuen Verpackungsdesign, das mit einer Weltkugel dem neuen Claim „Explore the united world of herbs“ ins Bild setzt. Die Präsentation auf der „ProWein“ ist Startpunkt für den internationalen Rollout des neuen Erscheinungsbildes.

Ebenfalls präsentiert wird die Neuausrichtung der Marke Asbach, die mit neuem kommunikativem Auftritt und erheblichen Investitionen für neue Zielgruppen und Märkte attraktiv wird. Im Mittelpunkt steht hier das Thema „Gemeinsamkeit“. Mit dem neuen Claim „Crafted together – enjoyed together“ positioniert sich die Traditionsmarke in internationalen Märkten. In diesen vermarktet Asbach auch seine Premium-Range, besonders hochwertige, lange im Fass gelagerte Brandy-Sorten.

„Diese Marken-Relaunches stehen beispielhaft für eine Kernkompetenz der Underberg-Gruppe: Dass wir Traditionsmarken am Puls der Zeit halten und zugleich neue internationale Marken entdecken und über Kooperationen und Lizenzen immer wieder Neues auf den Markt bringen, macht die Underberg-Gruppe zu einem gefragten Partner im globalen Handel“, erklärt Thomas Mempel, Vorstand der Semper idem Underberg AG und verantwortlich für den internationalen Vertrieb. So vertreibt die Underberg-Gruppe nicht nur erfolgreich ihre Produkte in über 100 Ländern der Welt, sondern bringt umgekehrt auch internationale Getränke-Trends nach Deutschland.

Gespür für internationale Trends

Ein gutes Beispiel für das Gespür, mit dem Underberg internationale Trends erkennt und aufgreift, ist die Marke PITÚ. Die Underberg-Gruppe hält seit Jahren die europäischen Markenrechte der brasilianischen Zuckerrohr-Spirituose und hat sie in Deutschland zum

Marktführer aufgebaut, wo sie mit einem Marktanteil von über 80% im Cachaça-Bereich in nahezu jedem ausgeschenkt Caipirinha Verwendung findet. Auf der ProWein werden die Produktinnovationen von PITÚ präsentiert: Mit dem neuen „PITÚ Passionfruit Colada“ setzt PITÚ auf den Trend der „hybriden Geschmackrichtungen“, bei dem v. a. bei Spirituosen mehrere Flavours kombiniert werden. Gleichzeitig läutet PITÚ mit dieser Kreation die „Saison der Maracuja“ ein und kündigt an, noch weitere Artikel mit dieser trendigen Superfruit zu launchen – die sich beispielsweise auch optimal zur Ergänzung einer klassischen Caipirinha-Rezeptur eignet.

Neue internationale Aufstellung

Der Auftritt auf der ProWein wirft ein Schlaglicht darauf, wie die Underberg-Unternehmensgruppe konzentriert ihr internationales Wachstum vorantreibt. Gerade hat sie unter dem Namen „New Balance“ ein dezidiertes internationales Wachstumsprogramm mit Fokus auf ihre Kernmärkte gestartet. Es umfasst die Analyse von Wachstumsmärkten und gezielte Investitionen. So 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 sucht das Unternehmen neue weltweite Kooperationspartner im Global Travel Retail.

„Wir freuen uns sehr, nach der Corona-bedingten Pause wieder internationale Distributeure auf der Messe begrüßen zu können. Die bisherige Resonanz ist sehr positiv. Neben europäischen Kunden aus dem europäischen Umfeld haben zusätzlich schon Kunden aus Asien und Australien ihren Besuch bei uns angekündigt“, freut sich Udo Bruns, Director International Business der Underberg-Unternehmensgruppe.

Über Underberg: Die Semper idem Underberg AG mit Sitz in Rheinberg ist ein gleichermaßen traditionsreicher wie innovativer Hersteller von Premium-Markenspirituosen und vermarktet zudem erfolgreich weltweit ein breites Angebot von Vertriebsmarken. Neben den Eigenmarken Underberg, Asbach, PITÚ, XUXU und Grasovka zählen namhafte Distributionsmarken wie Amarula, Southern Comfort, BOLS, Ouzo Plomari und Túnel de Mallorca zum Portfolio der Unternehmensgruppe.

Pressekontakt:

Matthias Kick
Semper idem Underberg AG
Hubert-Underberg-Allee 1
47495 Rheinberg
Tel.: +49 2843/920-229
E-Mail: Matthias.Kick@underberg.com