

04.07.2025 – 12:01 Uhr

Konzernbilanz 2024/25: Stabile Ergebnismarge im Übergangsjahr - nach Anpassungen im Third-Party- / und Handelsmarken-Geschäft erwarteter Umsatzrückgang

Rheinberg (ots) -

- Bereinigtes EBITDA ist mit 12,2 Mio. Euro knapp unter Vorjahr - EBITDA-Marge stabil bei 9,0 Prozent
- Umsatz der Underberg Gruppe von 142,0 Mio. Euro auf 134,8 Mio. Euro, davon erwarteter Rückgang bei Third-Party- und Handelsmarken von 5,5 Mio. Euro
- Zusätzliche Marketing- und Vertriebsaktivitäten in Höhe von rund 2 Mio. Euro im neuen Geschäftsjahr geplant

Die Semper idem Underberg AG schließt das Geschäftsjahr 2024/25 trotz herausfordernder Rahmenbedingungen mit einer stabilen Ergebnismarge ab. Die anhaltende Konsumzurückhaltung sowie Anpassungen in den Bereichen Third-Party- und Handelsmarken führten zu einem Umsatzrückgang von 142,0 Mio. Euro im Vorjahr auf 134,8 Mio. Euro. Das bereinigte EBITDA liegt leicht über dem prognostizierten Zielkorridor und erreichte mit 12,2 Mio. Euro nahezu den Vorjahreswert (12,8 Mio. Euro), die EBITDA-Marge beträgt stabile 9,0 Prozent.

Während mit Handelsmarken 3,6 Mio. Euro weniger umgesetzt wurden, gab es bei den Distributionsmarken ein Umsatzminus von 1,9 Mio. Euro. "Wir wussten, dass 2024/25 für uns ein Übergangsjahr ist - insbesondere aufgrund der Konsolidierung und Änderungen im Geschäft mit Third-Party-Marken und der Reduktion der margenschwächeren Handelsmarken", sagt Thomas Mempel, Vertriebsvorstand der Unternehmensgruppe, der allerdings aktuell positive Bewegung bei den Distributionsmarken sieht. "Unsere Fokussierung auf starke Prinzipalmarken und ausgewählte, innovative Premium-Partner zahlt sich zunehmend aus." Zwei Beispiele dafür sind die neuen Kooperationen mit dem italienischen Traditionshaus Fratelli Gancia & C. Spa sowie dem niederländischen Unternehmen Sunshine Brands, das ein arrivierter Anbieter für trendige Getränkeformate wie Jartails ist.

Underberg, Asbach und PITÚ gewinnen Marktanteile

Ein zentraler Pfeiler der strategischen Ausrichtung der Underberg Gruppe bleibt die Stärkung der eigenen Kernmarken Underberg, Asbach und PITÚ, die laut NielsenIQ allesamt im Geschäftsjahr 2024/25 Marktanteile dazugewinnen konnten. "Aufsichtsrat und Vorstand sind überzeugt von der Strategie und dem Wachstumspotenzial unserer Premium-Marken sowie unserer Vertriebskompetenz. Wir haben bewusst und kontinuierlich in die Modernisierung, den Aufbau von Distribution und Marketing investiert", betont Vorstandssprecher Michael Söhlke: "Im neuen Geschäftsjahr werden wir diesen Weg intensivieren und zusätzlich rund 2 Mio. Euro für Marketing und Vertriebsaktivitäten bereitstellen. Neben zusätzlichen Live-Aktivierungen gilt es unter anderem das Außendienst-Team auszubauen und die Digitalisierung des Underberg Loyalty-Programms 'Tops&More' voranzutreiben."

"Während wir angesichts der vielen Unsicherheiten zuletzt eine konsequente Kostenkontrolle betrieben und nach Profitabilität gesteuert haben, rücken nun wieder verstärkt Wachstumsimpulse in den Vordergrund", so Michael Söhlke weiter. Eine positive Dynamik erwartet der Vorstandssprecher insbesondere von der Innovation Underberg Espresso Herbtini, die sich international sehr gut entwickelt, sowie vom ausgebauten RTD-Portfolio (Ready-to-drink) von PITÚ, das seit Frühjahr mit einer eigenen Digitalkampagne unterstützt wird. Im Ausland verzeichneten die Caipirinha-Experten im Geschäftsjahr 2024/25 ein Absatzplus von 17,5 Prozent im Vergleich zum Vorjahr.

Rückenwind durch St. Hubertus-Tropfen

"Das erste Quartal des neuen Geschäftsjahres ist letztmalig von Portfolio-Umschichtungen betroffen. Insgesamt ist der Start vielversprechend - so verleihen uns beispielsweise erfolgreiche Innovationen bei St. Hubertus-Tropfen Rückenwind", resümiert Söhlke.

Die stabile Ergebnislage erlaubt zudem eine weiter leicht verbesserte Eigenkapitalquote. Die Semper idem Underberg AG verfügt über eine solide Liquiditätsreserve und wies zum Geschäftsjahresende am 31. März 2025 einen Kassenbestand im Konzern von über 19 Mio. Euro aus, nachdem im Herbst 2024 eine erfolgreiche Refinanzierung durchgeführt worden war.

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, Túnel und Ouzo of 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
www.semper-idem-underberg.com

Diese Meldung kann unter <https://www.presseportal.ch/de/pm/100087021/100933251> abgerufen werden.