vinetur

Semper idem Underberg: Auslandsabsatz von Underberg und Asbach steigt um rund 20 Prozent

Das Auslandsabsatzvolumen stieg im Halbjahr insgesamt um 16 Prozent; absolute Verkaufszahlen zu den einzelnen Marken nannte das Unternehmen nicht

Dienstag, 17. November 2026



Underberg und Asbach steigerten ihr Absatzvolumen außerhalb Deutschlands im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres 2026/27 jeweils um rund 20 Prozent. Das teilte Semper idem Underberg AG, der deutsche Spirituosenkonzern, zu dem beide Marken gehören, am Montag, dem 16. November, mit.

Nach Angaben des Unternehmens wurden die Zuwächse im Zeitraum vom 1. April bis zum 30. September erzielt und mit dem entsprechenden Vorjahreszeitraum verglichen. Für keine der beiden Marken veröffentlichte das Unternehmen absolute Zahlen in Litern, Flaschen oder Kartons. Daher lässt sich das Ausmaß des Zuwachses über die in der Mitteilung genannten Prozentsätze hinaus nicht überprüfen. Eine Aufschlüsselung nach Ländern für Underberg oder Asbach legte das Unternehmen ebenfalls nicht vor.

Semper idem Underberg zufolge stieg das gesamte Absatzvolumen außerhalb Deutschlands im selben Halbjahr um rund 16 Prozent. Als wichtige Wachstumsmärkte im Ausland nannte das Unternehmen Brasilien, die Vereinigten Staaten und die nordischen Länder. Wie viel die einzelnen Märkte beitrugen und ob der Zuwachs stärker von einer der beiden Marken getragen wurde, gab es jedoch nicht an.

Die Zahlen deuten auf eine stärkere internationale Nachfrage nach zwei unterschiedlichen Kategorien deutscher Spirituosen hin. Underberg ist die Kräuterbittermarke des Konzerns und wird seit 1846 verkauft. Asbach ist eine 1892 gegründete deutsche Weinbrandmarke, deren Produkte in Rüdesheim hergestellt werden. In seiner Mitteilung schlüsselte das Unternehmen die Entwicklung der beiden Marken weder nach Märkten noch nach Preisen oder Produktmix auf.

Der in Rheinberg ansässige Konzern erklärte, der Umsatz im ersten Halbjahr sei von 67,7 Millionen Euro im Vorjahreszeitraum auf 68,4 Millionen Euro gestiegen. Auf Basis der veröffentlichten Zahlen entspricht das einem Plus von rund 1,0 Prozent. Das Wachstum fiel damit geringer aus als der Zuwachs beim Auslandsabsatzvolumen. Dies deutet auf eine unterschiedliche Entwicklung nach Regionen oder Marken hin; allerdings legte das Unternehmen nicht genügend Details vor, um den Einfluss von Preisen, Produktmix oder Währungseffekten auf das Ergebnis zu beurteilen.

Semper idem Underberg zufolge fielen die Zuwächse im Ausland in eine Phase anhaltender Schwäche des deutschen Spirituosenmarkts. Unter Berufung auf Daten von NielsenIQ teilte das Unternehmen mit, der Umsatz der deutschen Spirituosenbranche sei in den ersten neun Monaten des Jahres 2026 um 3 Prozent gesunken. Das Unternehmen wertete seine eigene Entwicklung als Zeichen dafür, in einem rückläufigen Markt Marktanteile zu gewinnen, veröffentlichte jedoch keine Angaben zu seinem Marktanteil.

Neben den internationalen Zuwächsen bei Underberg und Asbach meldete das Unternehmen für seine Marke St. Hubertus im ersten Halbjahr des Geschäftsjahres ein Absatzplus von rund 17 Prozent in Deutschland. Diesen Zuwachs führte es auf jüngste Sortimentserweiterungen und Produktinnovationen zurück.

Die Aktualisierung zur Markenentwicklung erfolgte, während Semper idem Underberg eine bestehende Anleihe refinanzieren will. Am Montag, dem 16. November, teilte das Unternehmen mit, der Vorstand habe mit Zustimmung des Aufsichtsrats die Ausgabe einer neuen Unternehmensanleihe mit Laufzeit bis 2032 und einem Zielvolumen von bis zu 45 Millionen Euro beschlossen. Die Anleihe soll der Refinanzierung der Anleihe 2022/2028 dienen.

Die neue Anleihe bietet laut Unternehmen eine indikative Zinsspanne von 6,00 bis 6,75 Prozent. Der endgültige Kupon soll nach dem Bookbuilding festgelegt werden. Inhaber der bestehenden Anleihe 2022/2028 konnten ihre Papiere im Verhältnis 1:1 in die neue Anleihe tauschen und sollten pro getauschter Anleihe eine Barzahlung von 5 Euro zuzüglich aufgelaufener Zinsen erhalten. Das Umtauschangebot startete am Dienstag, dem 17. November, und läuft bis zum 1. Dezember um 18 Uhr mitteleuropäischer Zeit.

Zudem startete Semper idem Underberg ein öffentliches Angebot für die neue Anleihe. Zeichnungen über die Website des Unternehmens sind laut Mitteilung seit Dienstag, dem 17. November, möglich und laufen bis zum 3. Dezember um 18 Uhr mitteleuropäischer Zeit. Zeichnungen über das DirectPlace-System der Frankfurter Wertpapierbörse sind vom Mittwoch, dem 18. November, bis zum 4. Dezember um 12 Uhr mitteleuropäischer Zeit vorgesehen. Die Mindestzeichnung beträgt 1.000 Euro. Das Unternehmen behielt sich vor, das Angebot vorzeitig zu schließen.

Der Anleiheprospekt sollte nach Angaben des Unternehmens am Montag, dem 16. November, von der Luxemburger Finanzaufsicht Commission de Surveillance du Secteur Financier gebilligt werden. Semper idem Underberg zufolge sollen die neuen Anleihen im Open-Market-Segment der Frankfurter Wertpapierbörse gehandelt werden. Zudem ist über B. Metzler seel. Sohn & Co. Aktiengesellschaft als alleinigen Konsortialführer eine Privatplatzierung bei institutionellen Anlegern in ausgewählten europäischen Ländern geplant.

Der Konzern gab für das Geschäftsjahr 2025/26 einen Umsatz von 136,9 Millionen Euro und ein bereinigtes EBITDA von 12,3 Millionen Euro an. Für das Gesamtjahr 2026/27 prognostiziert er einen Umsatz etwa auf Vorjahresniveau und ein bereinigtes EBITDA am oberen Ende seiner Zielspanne von 11 Millionen bis 12 Millionen Euro.

Semper idem Underberg bezeichnet sich als familiengeführten Hersteller und Vertreiber von Premium-Spirituosen. Zum Portfolio gehören neben Underberg und Asbach auch PITÚ, St. Hubertus, XUXU, Zwack Unicum und Grasovka sowie Vertriebsmarken von Drittanbietern wie Amarula, BOLS, Koskenkorva Vodka, Linie Aquavit, STROH, The Standard 1894, Túnel und Ouzo of Plomari. In derselben Mitteilung erklärte das Unternehmen, dass seine deutsche Vertriebsgesellschaft künftig auch den Vertrieb der Whiskys von Loch Lomond in Deutschland übernehmen werde. Damit baut es sein Geschäft mit Partnermarken weiter aus.