



MARKT

Underberg – bekannt und geschätzt in der Portionsflasche, die wohlthuende Rheinberger Kräuterspezialität, die gleichermaßen für Wirkung und Genuss steht. Im europäischen Spirituosen-Markt spielen Kräuterspirituosen in einigen Ländern eine zentrale Rolle und sind oft internationale Berühmtheiten. Führend sind hier die Länder Deutschland, Ungarn, Tschechien und natürlich Italien. Unterschieden wird zwischen Kräuterlikören und Kräuterbittern.

89 Prozent kennen Underberg und 60 Prozent der über 18 Jährigen haben ihn schon genossen – Underberg ein echter Leader in Deutschland. Die Marktforschung (Nielsen, Lebensmittelhandel) ergab, dass Underberg im Kräuterbitter-Segment Marktführer ist.

ERRUNGENSCHAFTEN UND ERFOLGE

Seinen eigentlichen Siegeszug trat Underberg Ende der Vierziger Jahre an, als *Emil Underberg I.*, der Enkel des Firmengründers, die Entscheidung traf, den Rheinberger Kräuter nur noch in der 2 cl Portionsflasche anzubieten – eine Pionierleistung in Einzigartigkeit. Ein Glas in Originalverpackung! So schuf er die Möglichkeit sich vor Betrügern zu schützen, die zuvor billige Kräutergetränke in Underberg Flaschen umgefüllt und als Underberg verkauft hatten. Weil die Beschaffung der notwendigen Kräuter im Zweiten Weltkrieg nicht mehr gewährleistet werden konnte und somit das Qualitätsversprechen „Semper idem“ (stets gleich bleibende Wirkung und Qualität) nicht hätte eingehalten werden können, war die Produktion eingestellt worden.

Am 1. September 1949 kam Underberg wieder auf den Markt ausschließlich in der Portionsflasche. Die Menschen in der Nachkriegszeit hatten zwar nicht viel Geld, Underberg aber konnten sie sich leisten. Die Portionsflasche – eine geniale Geschäftsidee.

Die Füllmenge der Portionsflasche entsprach mit 2 cl der Menge, die schon der Firmengründer empfohlen hatte. Für die Weltausstellung 1867 in Paris liess er das exklusive Stilglas anfertigen, das 2 cl fasste. Das mundgeblasene Glas gehört auch heute zum echten Underberg Genuss. Mit seinen 24 cm ist es das höchste Glas einer festlich gedeckten Tafel und die Krönung eines Essens.

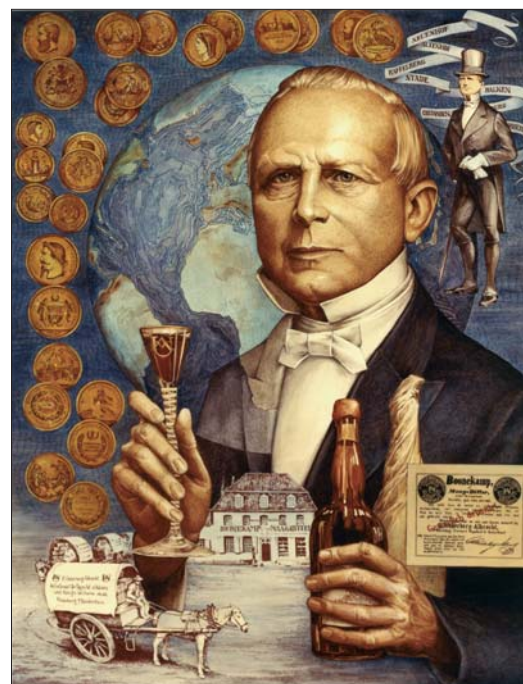
GESCHICHTE

Als *Hubert Underberg* am 17. Juni 1846 *Katharina Albrecht* heiratete und am selben Tag die Firma gründete, war er überzeugt von seinem Produkt. In seiner Ausbildung in den Niederlanden und Belgien hatte er Bekanntschaft mit einem Mixgetränk gemacht, einem Kräutereleixier, das die Wirte nach Augenmaß mit Genever verdünnten. *Hubert Underberg* schätzte diesen „Magenbitter“, ärgerte sich jedoch über die willkürliche Zusammensetzung und die Qualität. Sein Ziel war es, ein Getränk zu schaffen, bei dem sich getreu der Devise „Semper idem“ die heilsamen Kräfte der Kräuter mit neuzeitlichen Produktionsmethoden verbinden.

Sorgfältig wählte er einerseits die einzelnen Kräuter aus und entwickelte andererseits ein Verfahren, das ihm die schonende Extraktion der Wirkstoffe aus den erlesenen und aromatischen Kräutern garantierte. Der Underberg Kräuter – Digestif war geboren.

Dank seiner einmalig wohlthuenden Eigenschaften und der beständigen Qualität wurde das Erzeugnis schnell ein Erfolg.

Bereits *Hubert Underberg* inserierte in Zeitungen, verteilte Flugblätter und legte seinem Produkt Broschüren bei, die den Kunden mit den wohlthuenden Eigenschaften vertraut machten. Underberg war in aller Munde,



der Fabrikant erhielt zahlreiche klangvolle und werbewirksame Titel wie den des Hoflieferanten und wurde neben diesen Prädikaten auch auf den Weltausstellungen in London, Paris und Philadelphia mit Medaillen für die Güte seines Erzeugnisses ausgezeichnet.

Zum Schutz gegen Nachahmer deponierte der Gründer am 25. August 1851 die äußere Ausstattung seines Produktes – das Design – beim Handelsgericht in Krefeld. Dies geschah 40 Jahre bevor eine gesetzliche Grundlage für den Markenschutz geschaffen wurde und führte dazu, dass Underberg bis heute einzigartig und unverwechselbar geblieben ist.

PRODUKT

Der Underberg Kräuter-Digestif wirkt verdauungsfördernd, da er die Magensäfte und Darmtätigkeit anregt. Eine wissenschaftliche Studie (Medical Consult 2005) hat ergeben, dass eine Portion Underberg – genossen nach der täglichen Hauptmahlzeit – bei 90 Prozent der teilnehmenden Patienten, die über Verdauungsbeschwerden klagten diese lindert. Ausserdem wurde in der Studie gezeigt, dass Underberg die Blutfettwerte positiv beeinflusst.

Bis heute wird Underberg aus erlesenen und aromatischen Kräutern aus 43 Ländern hergestellt. Die Rezeptur ist ein wohlbehütetes Familiengeheimnis. Die Kräuter werden einer strengen Eingangskontrolle unterzogen und nach dem von der Familie Underberg entwickelten, besonders schonenden Geheimverfahren „Semper idem“ weiterverarbeitet. Danach reift Underberg dann viele Monate in Fässern aus slowenischer Eiche, bevor er in die typische, mit strohfarbenem Papier umwickelte Portionsflasche abgefüllt wird.



Underberg ist nicht nur ein Markenklassiker, sondern auch höchst aktuell. In der Verpackungseinheit Portionsflasche ist Underberg auch international die Nummer Eins. Die kleine Flasche wird in mehr als 100 Ländern der Welt verkauft. Im Ausland allein werden mehr als ein Viertel des Gesamtumsatzes erzielt.



Bereits der Firmengründer war überzeugt, dass die Verpackung die wichtigste Visitenkarte eines Produktes ist. Er beschritt deshalb neue Wege. Zu der Zeit war es üblich, die Flaschen für den Transport einfach in Zeitungspapier einzuwickeln und in Holzkisten zu liefern. Underbergs „convenience“ bestand nun darin, dass er nicht nur ein spezielles von ihm ausgewähltes Papier verwandte, sondern auch noch das Etikett außen anbrachte. Dadurch konnte der Gastronom in seinem Keller die Underberg Flasche einfach finden. Dieses Prinzip wurde auch beibehalten, als *Emil Underberg*, nach dem Zweiten Weltkrieg die Portionsflasche einführt. Bis heute ist jede Underberg Flasche in dieses typische Papier individuell eingewickelt und schützt so auf hygienische Weise das Produkt vor Umwelt- und Lichteinflüssen.

AKTUELLE ENTWICKLUNG

Auch heute ist Underberg ein Familienunternehmen und die Familie ist sich einig: das Besondere eines Familienunternehmens ist, dass Entscheidungen schnell getroffen werden können.

Diese Stärke hat sich in den letzten Jahren ausgezeichnet. „Das wird auch in Zukunft ein wichtiges Kriterium für den Erfolg sein.“ Da ist sich *Emil Underberg* als Vertreter der vierten Unternehmergeneration sicher. Er formuliert das Erfolgskonzept von Underberg folgendermaßen: „Wir wollen das bestmögliche Produkt herstellen. Das heißt, wir können nur die Zukunft gewinnen, in dem wir uns jeden Tag von neuem bemühen, die Produkte, die wir verkaufen, so gut herzustellen wie kein Zweiter. Wir wollen die Besten sein.“

So traditionell das Unternehmen anmutet, so emanzipiert ist es: Underberg gehört zu den immer noch wenigen Firmen mit Frauen an der Spitze. Neben ihrer Mutter *Christiane Underberg* steht mit der promovierten Mikrobiologin *Hubertine Underberg-Ruder* auch in der fünften Generation eine Frau im Dienste des Unternehmens.



WERBUNG

„Täglich Underberg und du fühlst dich wohl.“ Dieser Slogan war seit den Fünfziger Jahren an fast jeder Straßenecke zu lesen und nicht nur das: der Underberg Hubschrauber, die Underberg Strassenbahn und sogar ein Luftschiff waren für das Haus im Einsatz.

Die Fernsehkampagne „Komm doch mit auf den Underberg“ ist ein Werbeklassiker seit den Siebziger Jahren. Und auch heute ist der Spot mit der unverkennbaren Underberg Melodie in den Saisonschwerpunkten zu den besten Sendezeiten vor den Nachrichten fest platziert.

Besonders zielgerichtet werden seit 2002 die Kunden mit der Underberg Treue-Aktion angesprochen: Für eingesandte Underberg Kapseln erhält man ein Underberg Stilglas oder weitere exklusive Prämien. Die ständig steigende Anzahl von gesammelten Kapseln zeigt den Erfolg der Aktion. Allein in Deutschland sind Kapseln für über 145.000 original Underberg Stilgläser und über 41.000 Kräutermobile eingetauscht worden. Und es kommen täglich neue Einsender hinzu, denn der Anteil der Ersteinsender liegt stabil bei 48 Prozent.

Auch international ist die Aktion ein Erfolg: Von Grönland bis Südafrika, von den USA bis nach Griechenland beteiligen sich zahlreiche Underberg Freunde.

Das Underberg Quiz auf www.underberg.com erweitert die Kapsel-Sammel-Aktion in eine neue Dimension. Hier kann der Teilnehmer nicht nur auf unterhaltsame Weise Informationen, sondern auch virtuelle Kapseln sammeln. Das Underberg Quiz hat sechs Kapitel: Geschichte, Marke und Produkt, Geheimnisvolles, Digestif und Essen, Tischkultur und Wirkung. Wenn alle 60 Fragen richtig beantwortet wurden, erhält der Teilnehmer den Status „Underberg Profi“ und die Möglichkeit, am Kapselsammeln für besondere Prämien teilzunehmen.

MARKENWERT

Langfristig integrierte Markenführung ist oberstes Gebot, um den Markenwert der Marke Underberg nicht nur vital zu erhalten, sondern in neuen Märkten auch auszubauen. Von zentraler Bedeutung ist hierbei das Keyvisual mit den bekannt vertrauten Elementen: Handzeichen, Kräuterfee, Kräuterweltkugel mit Kräuterbogen, der Berg und die sonnenbeschienene Kräutertwiese in sattem Grün. Diese Elemente sind durchgängig auf allen Underberg Packungen, Informationsbroschüren und verkaufsfördernden Mitteln. Somit wird dieses Key Visual millionenfach in allen Medien immer wieder publiziert.



Die Semper-idem-Qualität ist auch heute eines der stärksten Underberg Argumente. Sie und die große Kontinuität in der Kommunikation haben entschieden dazu beigetragen, dass Underberg sehr bekannt, leicht wieder erkennbar und überall erhältlich ist. Hinter dem Namen Underberg steckt viel mehr als „nur“ höchste Produktqualität. Underberg ist auch heute 100 Prozent natürlicher Genuss und Wirkung. Underberg setzt auf Kreativität und Innovation, Experimentierfreude und Hartnäckigkeit, Flexibilität und Kämpfertum. Dazu kommt der Wille, immer dann etwas anders zu machen, wenn alle anderen das Gleiche tun. Diese Pioniereigenschaften scheinen sich mit der Firma vererbt zu haben, zeichnen

Sie doch jede Underberg-Generation aus. Das erklärt, weshalb das Produkt auch heute erfolgreich ist. Underberg – er tut einfach gut.

www.underberg.com

Wussten Sie schon von Underberg

- Underberg wirkt durch die Kraft erlesener und aromatischer Kräuter aus 43 Ländern.
- Underberg ist mit über 160 Jahren Weitblick und Tradition bis heute ein Familienunternehmen in der fünften Generation.
- Das vom Gründer eingeführte „Semper idem“ Geheim Verfahren garantiert bis heute die immer gleich bleibende Qualität und Wirkung von Underberg.
- Das richtige Mischungsverhältnis der Kräuter ist im Hause Underberg traditionell Familiensache. Ausser den engsten Familienmitgliedern sind noch zwei katholische Priester in das Geheimnis eingeweiht.
- Underberg enthält keinen zugesetzten Zucker.
- Underberg gibt es weltweit nur in der Portionsflasche.