

Produziert wird der Underberg noch immer in den historischen Räumen unter dem Stammhaus in der Underberg-Straße in Rheinberg. Dort reift der Digestif in Fässern aus Eiche bevor er in die kleinen handlichen Portionsflaschen abgefüllt wird. Jedes Underberg-Fläschchen wird einzeln in Strohpapier umhüllt - so bleibt die Flasche immer vor Licht- und Umwelteinflüssen geschützt.

Underberg überrascht mit neuem Jubiläums-Design

Anlässlich des Jubiläums kommt es zur wohl mutigsten neuen Verpackung für die Underbergfläschchen in der langen Firmengeschichte – ganz im Sinne des Mottos von Emil Underberg: „Alles kann man besser machen!“

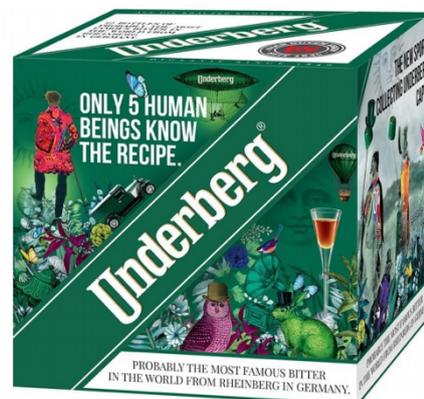
Das neue Packaging-Design verbindet unter dem Motto „PopArt meets deutsche Romantik“ Tradition und Moderne. Die Optik ist frisch, hell und wach. Aus traditionell vertraut wird faszinierend aktivierend. Dabei bleibt das Jubiläums-Design für unsere aktuellen Kundinnen und Kunden attraktiv und weckt gleichzeitig Neugierde und Aufmerksamkeit bei neuen Kunden.

Inhaltlich richtet sich das neue Design am Jahr 1846 aus – dem Gründungsjahr von Underberg. Der Slogan „Heroes around the time 1846“ ist als Hommage an die Zeit des Aufbruchs gewählt worden, da 1846 viele berühmte Persönlichkeiten, wie Charles Dickens, Gustave Eiffel oder Alexander von Humboldt gewirkt haben. Sie alle sind auf den Jubiläums-Verpackungen zu sehen.

Die 4er, 12er und 30iger Packungsgrößen

Die 4er, 12er und 30iger Packungsgrößen erhalten ein modernes Aussehen durch die Kombination von natürlichen Kräuterwiesen und Alltagsgegenständen mit Bildern aus der deutschen Romantik. Ein zentrales Motiv: „Der Wanderer über dem Nebelmeer“ von Caspar David Friedrich in frischen, hellen Pop-Art-Farben. In diesem stimmigen Umfeld sind Underberg-Gegenstände, wie das gefüllte Stilglas, das Kräutermobil oder die Portionsflasche integriert. Das Luftschiff und dem Luftballon mit dem Underberg-Schriftzug auf der Verpackung ist eine bildliche Referenz auf das echte Underberg-Luftschiff aus den 50er-Jahren des 20. Jahrhunderts.

Unter dem Leitmotto: „Willkommen in der neuen wohlthuend verrückten Welt des wahrscheinlich berühmtesten Bitter aus Rheinberg“ auf den Verpackungen gibt sich Underberg erfrischend modern und bleibt seinen Werten, wie Natürlichkeit, Sorgfalt und hohe Qualität des Produktes, treu. Die Jubiläumsverpackungen sind als Highlight Produkte



einzig für den deutschen Markt bestimmt und werden nicht auf den internationalen Märkten erhältlich sein.



Promotionartikel zum Jubiläum

Weiterhin wird es zum Jubiläum in Deutschland und international verschiedene Promotion- und Sammelartikel, wie zum Beispiel neue Schmuckdosen, geben. Sie knüpfen an die lange Tradition des Unternehmens an und präsentieren sich im neuen Jubiläumsdesign. Diese einzigartigen Schmuckdosen gab es bei Underberg schon in den verschiedensten Varianten und sind bei den Kundinnen und Kunden beliebt und geschätzt. Aus einigen Kunden wurden Fans und Sammler der Schmuckdosen.



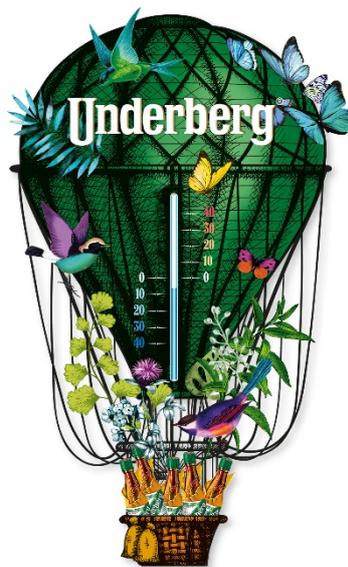
Cooling Box

Ein absolutes Novum ist die Underberg Cooling Box für den deutschen Markt: Eine getränkekühlende Box für 12 Underberg Portionsflaschen. Die Gestaltung orientiert sich an „coolen“ Motiven der Schnee- und Eislandschaft verbunden mit dem Jubiläums-Design „Pop-Art meets deutsche Romantik“. Eine bekömmliche Kombination gemeinsam mit der Aufschrift: „BITTER BETTER. COOL.“ Die Cooling Box wird ab Juli bis Mitte Oktober auf dem deutschen und internationalen Markt erhältlich sein.



Fantasievolle Prämien bei Tops&More

Mit dem Jubiläumsdesign „PopArt meets deutsche Romantik“ präsentieren sich auch die Prämien des Treueprogramms Tops&More: Das Underberg-Stilglas, Regenschirm, Uhr, Thermometer, Kräutermobil und Tragetasche erscheinen für treue Fans und Sammler der Underberg-Kapseln in erfrischenden Farben. Weitere Informationen hierzu werden in einer separaten Nachricht mitgeteilt.



Underberg blickt zuversichtlich in die Zukunft

Trotz der mit der Covid 19-Pandemie für zahlreiche Gesellschafts- und Wirtschaftsbereiche verbundenen Herausforderungen hat Underberg in den vergangenen Monaten ein starkes Absatzwachstum verzeichnet. Mit den neuen Jubiläumsangeboten will Underberg noch mehr Kundinnen und Kunden für den wohl berühmtesten Bitter der Welt begeistern. Gerade in Zeiten, die von großer Unsicherheit geprägt sind, wenden sich Menschen vermehrt traditionsreichen und ehrlichen Marken zu, die sich lange und durch viele Krisen hinweg bewährt haben.