

Pressemappe MBG Group

Das Unternehmen

Die MBG Unternehmensgruppe verzeichnet weltweit einen Gesamtumsatz von mehr als 200 Millionen Euro und setzt mit rund 250 Mitarbeitern mehr als eine Million Hektoliter Getränke in Form von Spirituosen, Bier, Wein und Prosecco sowie alkoholfreien Getränken ab. Dazu kommen knusprige Snacks und gesunde Frucht- und Gemüsemischungen für Smoothies.

Die MBG Group entwickelt und vermarktet Produkte auf nationaler wie internationaler Ebene in der Gastronomie und im Handel und importiert bekannte Getränkemarken exklusiv nach Deutschland. Durch ihr internationales Vertriebs-Know-how sind ihre Marken heute mittlerweile in 58 Ländern weltweit vertreten.



Die Geschichte

Während eines Urlaubs in Cala Ratjada entdeckt Andreas W. Herb die Marke Sol Mexican Beer für sich. Als einer von sieben Gesellschaftern der Pader-Team-Gastro GmbH und Verantwortlicher für die Cocktailbar und den Getränkeeinkauf der Discothek-Fabrik in Paderborn bringt er die mexikanische Biermarke als Alternative zu Corona sogar an den eigenen Bartresen. Dies geschieht in Zusammenarbeit mit einem kleinen Händler über die

Columbus Trading GmbH und weckt das Interesse vieler Kollegen und Konsumenten. So weitet Herb den Sol-Verkauf aus und erledigt persönlich die Auslieferung in seinem Golf Moda.

Nach Abschluss seiner Berufsausbildung bei der Volksbank Paderborn professionalisiert Andreas W. Herb seine ersten Erfahrungen mit dem Import und Vertrieb von Bier. 1993 gründet er die P.O.S. Marketing und Vertrieb GmbH in Hövelhof. Mit der von Columbus Trading GmbH übertragenen Handelsvertretung für Nordrhein-Westfalen erobern Herb und zwei äußerst eifrige Promoter in wenigen Wochen ganz Dortmund. „Noch heute erinnern sich Gastronomen an einen verrückten, jungen Vertriebler, der nachts noch Bier verkaufen wollte“, denkt Herb an den leidenschaftlich ausgeübten Geschäftsbeginn zurück. Ein kurzer Fernsehbeitrag im ARD-Mittagsmagazin über den damals 21-Jährigen und sein mexikanisches Bier erhöht die Nachfrage. „Danach machte P.O.S. innerhalb von kurzer Zeit über 65 Prozent der nationalen Absätze von ‚Sol‘ in Nordrhein-Westfalen“, so Herb, der sein Vertriebs-Territor bald darauf ausweiten kann. Durch den befreundeten britischen Getränkehändler Ian Cunningham, der ihm ein einzigartiges Biersortiment zum Verkauf zusammenstellt, erarbeitet sich Herb den ersten Großkunden und kann infolgedessen zwei Mitarbeiter an Land ziehen.



Das Glück des Tüchtigen ist Herb auf der Spur und verschafft der kleinen Firma aus Paderborn eine Präsentationsmöglichkeit vor dem Board der Miller Brewing Company aus Milwaukee, die damals Teil des Weltkonzerns Philip Morris gewesen ist. Eine Vertragsoption nach einer

vereinbarten Testphase tritt früher als erwartet in Kraft, weil das Team in nur drei anstatt von zwölf Monaten den Probelauf meistert. Ein Dreijahres- und folglich Zehnjahresvertrag mit Miller Beer und vor allem aber die mögliche Umbenennung der P.O.S. in Miller Brands Germany GmbH (MBG) im Jahr 1998 sind die Folge. „Eine weltweit einmalige Genehmigung für eine nicht zum Konzern gehörende Firma“, beschreibt Marketing- und Vertriebschef Herb, der seit 1995 von seinem Partner Peter Jürgens als Technik-/Finanz-Geschäftsführer begleitet wird.

Den Miller'schen Namen hat das Getränkeunternehmen bis heute beibehalten, das Bier aus Milwaukee aber vertreibt das Produktentwicklungs-, Vermarktungs- und Vertriebsunternehmen nicht mehr. Seit 2002 firmiert der Getränkekonzern unter dem Namen MBG International Premium Brands GmbH.

Zwei Jahre zuvor führt MBG die Eigenmarke SALITOS ein. 2002 entwickelt MBG in Paderborn den High Quality Energy Drink effect[®]. Mit dem Three Sixty Vodka in der Brillantglasflasche erfindet das Unternehmen seine erste Spirituose mit patentierter Diamond Filtration. Im Jahr 2005 übernimmt der Getränkekonzern die weltweiten Vertriebsrechte für Prosecco, Wein und Grappa von SCAVI & RAY und erschließt eine stetig wachsende internationale Kundenklientel. In den folgenden Jahren entwickelt MBG weitere Eigenmarken und positioniert diese sowie seine Vertriebsmarken am Markt „Bei unseren Eigenmarken machen und steuern wir alles, von der Idee bis zum Packaging. Unser Marketingteam arbeitet eng mit allen Abteilungen im Haus zusammen. Das gesamte Team entwickelt das Liquid, designt die Flaschen und sorgt dafür, dass alles in gewünschter Form beim Konsumenten ankommt“, erklärt Andreas Herb.



Die MBG-Marken

SCAVI & RAY: Die Marke SCAVI & RAY überzeugt durch höchste Qualität, unvergleichliche Frische und moderne Eleganz. Prickelnder Schaumwein in den verschiedenen Qualitätsstufen, sowie fruchtbetonte Weine und wunderbar ausbalancierte Grappas und weitere italienische Spezialitäten: Die Produktfamilie steht für höchstes italienisches Traubengut und unvergleichlichen Genuss.

ACQUA MORELLI: Premium-Mineralwasser für die Gastronomie. Ein reines Bergwasser aus den italienischen „Alpi Marittime“, mit ausgesprochen weichem und purem Geschmacksbild und einer besonders niedrigen Mineralisierung von nur 39,9mg/l.

SALITOS: Getreu dem Motto „Viva la Revolución! Viva SALITOS!“ entwickelt die Lifestyle-Marke innovative Biere und Biermischgetränke sowie fruchtweinhaltige Getränke mit prägendem Geschmack und Tequila Spirits. SALITOS bringt die Leichtigkeit und das Unkomplizierte Südamerikas in mittlerweile 56 Länder der Welt.

effect®: Die einzigartige Gebindevielfalt des Energy Drinks bietet für jeden Kunden die richtige Lösung. Sechs neue Geschmackrichtungen neben dem klassischen Energy Drink sowie die zero (zuckerfreien) Varianten zeigen die Innovationsstärke der Marke und tragen zum Erfolg von effect® bei. Seit neustem vertriebt effect® unter der Reihe FORCE ENERGY vier BCAA Getränke mit 2500 mg BCAA pro Dose.

GOLDBERG & Sons: Der perfekte Begleiter für hochwertige Spirituosen: Ein besonders hoher Kohlensäuregehalt der Bitterlimonaden und Tonics, die Auswahl der natürlichen Zutaten sowie ein ausbalanciertes Geschmacksprofil. Zu jeder Spirituose gibt es einen perfekten Filter.

ganic® VITAMIN WATER: Das Wasser mit dem Plus basiert auf rein natürlichen und pflanzlichen Inhaltsstoffen und wird mit Vitaminen ergänzt. Für Sport, Beruf und Freizeit bieten die Geschmackrichtungen von ganic® die perfekte Erfrischung mit wenig Kalorien.

AQUA GYM: AQUA GYM ist ein stilles, mit Koffein angereichertes Wasser. Mit 18 mg pro 100 ml ist das Koffein-Wasser im Vergleich zu Kaffee eine erfrischende Alternative beim Sport oder in der Nacht.

SCAVI – DIE JUNGE LINIE: Geboren im Herzen des Venetos tritt Andrea Scavi mit der neuen Marke in die Fußstapfen seines Vaters Joe Scavi – dem Mitbegründer von SCAVI & RAY. Andrea Scavi verkörpert seine eigene Interpretation von SCAVI & RAY: die junge Linie SCAVI. Fünf neue Ready-to-Drink Dosen mit den klassischen Geschmackrichtungen Secco, Hugo und Sprizz sowie neue Trendsorten mit Hibiskus Grapefruit und Maracuja Orange

DOS MAS: Die Partyshots mit auffälligem Packaging sorgen für unvergessliche Nächte und machen das Rundentrinken mit niedrigem Alkoholgehalt bunt. Der MEX SHOT mit seinem Sweet Zimt Taste. Der beerige PiNK SHOT ist perfekt für Prinzessinnen und Helden der Nacht. Der KiSS SHOT sorgt mit Minz Taste für frische Partynächte. Der HAZEL SHOT mit Nuss-Nougat Geschmack ist die beliebteste Sünde der Nacht.

SEARS: Sein außergewöhnliches und vollmundiges Aroma erhält der SEARS Cutting Edge Gin durch das einzigartige Herstellungsverfahren, dem Cutting Edge Process©. Extrem scharfe Klingen setzen die ätherischen Öle der erlesenen Zutaten frei. Das Resultat ist ein Gin oberster Güte. Meisterhaft ausgewogen und mit exquisiter Balance.

9 MILE VODKA: Gefertigt wird der Premium-Vodka aus hochwertigen Zutaten, kristallklarem Wasser und sorgfältig ausgewählten Getreidesorten. Während der Herstellung durchströmt der 9 MILE VODKA Granitsteine. Auf diese Weise erhält er eine einzigartige Filtration, die sich in dem milden und unverfälschten Geschmack mit 37,5 Volumenprozent offenbart. Ein reines Produktionsverfahren, das MBG speziell für seinen neuen Vodka entwickelt hat: Granite Rock Filtrated.

JOHN'S: Der Premium Natural Cordial Mixer setzt neue Maßstäbe in der Bar-Szene: Mehr Geschmack und ein auffälliges Flaschendesign für noch besseres Handling. JOHN'S Cordials und Sirupe verfeinern Cocktails und Limonaden mit natürlichen Inhaltsstoffen – in 43 Sorten.

MAHIKI Coconut Rum: Das Mahiki-Sortiment ist gerade in England in aller Munde und ein echter Umsatzturbo. MBG vertreibt exklusiv das gesamte Mahiki-Sortiment in Deutschland, den Vereinigten Arabischen Emiraten, Spanien, der Schweiz, Österreich sowie den Niederlanden. Dazu steuert und begleitet MBG den gesamten Herstellungsprozess für den internationalen Markt.

SALITOS Tequila Spirit: Mit diesem Tequila wurde das international erfolgreiche Ur-Rezept des SALITOS Tequila Beer kreiert. Der Tequila – mit 38 Volumenprozent – entstammt der weltbekannten Jalisco-Region und wird aus der sonnenverwöhnten blauen Weber Agave hergestellt. Die edle Spirituose wird mittels langsamer und offener Fermentierung aus acht Jahre gereiften Agaven hergestellt.

IL SANTO: Früher wurde Sambuca nur als klassischer Digestif genossen. Heute gewinnt er immer mehr an Bedeutung als Shot für Genießer. Das markante Geschmacksbild der ausgewogenen Mischung von Anis, Süßholz und geheimen Aromen gibt IL SANTO seine weichsüße Note. Mit seinem klar definierten Geschmack setzt IL SANTO kraftvolle Impulse im rasanten Sambuca-Markt.

HENDERSON AND SONS: Das Portfolio beinhaltet knuspriges Snack- und Bar-Food – von Tortilla Chips und würzigen Dips über knackige Nussmischungen. Zudem bietet HENDERSON AND SONS mit seinen Frucht- und Gemüsemischungen gesunde Smoothies für die Gastronomie.

Vertriebsmarken von MBG

PUERTO DE INDIAS: Puerto de Indias ist ein Premium-Gin, der in Carmona (Sevilla) in einer der ältesten und traditionsreichsten Brennereien Andalusiens hergestellt wird. Der „Strawberry Gin“ ist der erste seiner Sorte und weltweit der erfolgreichste. Puerto de Indias auf Platz neun der größten Gin Marken – basierend auf dem Umsatz.

SILENT POOL GIN: Dieser Gin hat seinen Ursprung in einer Legende aus dem 13. Jahrhundert. Der Silent Pool See – zentraler Part der Entstehungsgeschichte – liefert noch heute mit seinem Quellwasser die Grundlage für den vollmundigen, frischen Wacholderbrand. 24 Botanicals, darunter Kaffir-Limette, Honig, Lavendel und Kamille, akzentuieren das unvergleichliche Geschmacksprofil. Ein wahrhaft ausbalancierter, individueller Gin, der pur und gemixt jeden Drink veredelt.

MERMAID GIN: Dieser High Premium Gin bringt frischen Insel-Wind in den Exklusivvertrieb der MGB Group: Hergestellt und abgefüllt auf der „Isle of Wight“, reift er sieben Tage in zehn handverlesenen Blüten und Wurzeln. Das Ergebnis: Eine angenehme Zitrusnote, leichte Pfeffer-Schärfe, ein Hauch von Meerfenchel und frischer Seeluft. Die Isle of Wight Distillery wurde 2014 gegründet und setzt sich neben hervorragendem Gin für eine plastikfreie Umwelt ein.

CRYSTAL HEAD VODKA: Kreiert wurde der Ultra-Premium-Vodka von Hollywoodlegende Dan Aykroyd, der in den 1980er-Jahren durch Komödien wie Blues Brothers und Ghostbusters

bekannt wurde, gemeinsam mit dem Künstler John Alexander. Das Markenzeichen des Vodkas ist die auffällige Kristallschädel-Flasche. Bei der Herstellung des Crystal Head Vodkas wird qualitativ hochwertiger Mais vierfach zu einer neutralen Getreide-Spirituose destilliert und mit Gletschersee-Wasser aus dem kanadischen Neufundland vermählt. Bei der danach folgenden siebenfachen Filtration kommen 500 Millionen Jahre alte Quarzkristalle zum Einsatz.

DICTADOR & COLUMBIAN GIN BY DICTADOR: Der Dictador wird in Cartagena, einer Region Kolumbiens, produziert und durch die Destilería Colombiana hergestellt und abgefüllt. Die Dictador Experience ist außergewöhnlich, international und hat bereits viele Auszeichnungen erhalten. Alt herführende kolumbianische Traditionen, verbunden mit innovativem europäischem und japanischem Design, kreieren den perfekten gelagerten Rum und Gin, welche durch Geschmack und Erscheinung überzeugen.

CUTTY SARK: Der Cutty Sark Scotch Whisky wurde 1923 auf den Markt gebracht und ist einer der bekanntesten Scotch Whiskys der Welt. Schon sein Name verweist auf ein legendäres Segelschiff und zelebriert somit echte Abenteuerlust. In einer 21-tägigen Prozedur wird er aus feinsten Single Malts und hochwertigen Getreide-Whiskys kreiert. Mit seinen reichen Karamell- und Vanillearomen sowie seinem einzigartigen, leichten Charakter eignet sich dieser schottische Whisky ideal für Cocktails und Mixgetränke.

MEYER'S BITTER: Die Bitterspirituose wird seit sechs Generationen nach einer unveränderten Rezeptur hergestellt. Über vierzig ausgesuchte Kräuter und Wurzeln sind die Grundlage für die Spirituosen der Familie Meyer, die diese Spezialität bereits im Jahr 1747 entwickelte.

AriZona: AriZona ist die meistverkaufte Eistee-Marke in den USA und startet jetzt auch in Deutschland richtig durch. AriZona ist in gleich acht fruchtig-frischen Sorten erhältlich.



Qualität

MBG ist ein IFS-zertifizierter Betrieb und kann somit belegen, dass er über die gesetzlichen Vorgaben hinaus – ein sicheres und konformes Produkt herstellt und vertreibt. Beim IFS Broker (MBG International Premium Brands GmbH – 96,20%) und IFS Logistics (Food & Beverage Logistics GmbH – 97,02%) schnitt MBG überdurchschnittlich ab. Der International Featured Standards, kurz IFS, bewertet die Verfahren, die zum Herstellen, Handeln, Lagern und Transportieren sicherer und hochwertiger Produkte wichtig sind. Neben den Händlern haben inzwischen auch gastronomische Betriebe und Lebensmittelproduzenten den Ansatz des IFS anerkannt und setzen ihn ein. Der IFS fordert, dass die Lebensmittelsicherheit im Produktionsbetrieb nicht nur bewertet wird. Alle Unternehmen werden nach einer einheitlichen Checkliste hinsichtlich Produkt- und Prozesssicherheit, Qualitätssicherung, Hygiene, gesetzlichen Anforderungen bis hin zu Produktspezifikationen überprüft.

Wirtschaftliche Entwicklung

Die weltweite Erfolgsgeschichte der MBG Group begann 1993 als P.O.S. Marketing + Vertrieb GmbH: Die Unternehmensgruppe zeichnet sich schon immer durch klaren Wachstumskurs im Liquid-Markt aus. Mit innovativen eigenen Marken, namhaften Vertriebsmarken und beispielloser Power etabliert MBG weltweit starke Brands in der Gastronomie und dem Handel. Derzeit zählt MBG rund 40.000 Lebensmitteleinzelhändler, 12.000 Tankstellen, 50 Key Account-Zentralen sowie 10.000 Gastronomiekunden und 800 Getränkefachgroßhändler zu seinen Kunden. Mit über 250 Mitarbeitern erwirtschaftet die MBG Group heute über 200 Mio. Euro.

Auch nach einem Vierteljahrhundert Firmengeschichte bildet der Standort Paderborn das Herzstück für nationale Distributionen des Getränkeunternehmens, das sich auch zu einem Entwicklungsspezialisten von eigenen Marken sowie einem Vermarktungsstrategen weiterentwickelt hat. Mit einem zweiten Großlager in Unterschleißheim bei München kann der Vollsortimenter mit einem breiten Markenportfolio seine Logistikkapazitäten erheblich ausweiten. Zudem werden viele internationale Marktbewegungen insbesondere von Paderborn aus gesteuert, allerdings nehmen die Auslandsgesellschaften in Dubai oder auch Spanien, Dänemark und Österreich hierbei eine gewichtige Rolle ein. Seit zehn Jahren koordiniert die Tochtergesellschaft in Dubai besonders den Export von MBG Marken in den Nahen Osten und Afrika.