

Pressemitteilung

0,0 % Alkohol und 100 % Lebensfreude: Underberg Gruppe launcht neuen PITÚ

- Original-PITÚ aus Brasilien wird mit einer besonders schonenden Technologie entalkoholisiert
- Neuer PITÚ 0.0% entspricht dem Trend zu höherem Gesundheitsbewusstsein
- Produktinnovation wird beim BCB vorgestellt und ist ab 2024 im Handel
- Großes Marktpotenzial für alkoholfreie Spirituosen – vor allem für starke Dachmarken

Rheinberg/Berlin, 05.10.2023 Die Kategorie der alkoholfreien „Spirituosen“ ist jung – und wächst rasant. Mit dem PITÚ 0.0% bringt die Semper idem Underberg AG nun den ersten alkoholfreien „Cachaça“ auf den europäischen Markt. Wer auf Alkohol in seiner Caipirinha verzichten möchte, kann die gewohnte PITÚ-Qualität jetzt trotzdem genießen: 0,0 Prozent Alkohol und 100 Prozent Lebensfreude. Das neue Produkt PITÚ 0.0% wird beim Bar Convent Berlin (9.-11. Oktober 2023) dem Fachpublikum vorgestellt und Anfang 2024 in den Handel kommen.

PITÚ ist die Marke, die in den 90er Jahren die Caipirinha, das brasilianische Nationalheiligtum, in Europa populär gemacht hat. Mit einem Marktanteil von 86,6 Prozent ist der Cachaça aus dem Hause Underberg klar deutscher Marktführer. Der neue PITÚ 0.0% verspricht nun 100 Prozent Geschmack, der von dem des ursprünglichen Getränks kaum zu unterscheiden ist. Durch ein besonders schonendes technologisches Verfahren wird der Original-PITÚ entalkoholisiert. Nur so kann sichergestellt werden, dass der Geschmack möglichst identisch zum alkoholischen Pendant ist. Dies gilt laut einer Analyse des IWSR (International Wines and Spirits Record) als wichtigstes Kaufkriterium bei alkoholfreien Alternativen.

Alkoholfreie Drinks sind ein weltweiter Trend

„PITÚ – die Marke mit der unverwechselbaren Flusskrabbe im Logo – steht für brasilianisches Lebensgefühl, Sommer, Sonne und Geselligkeit. Und jetzt kann sich jeder oder jede entscheiden, ob er oder sie das Copacabana-Feeling mit oder ohne Alkohol genießen möchte“, sagt Stefan Ende, International Senior Brand Manager für die Marke PITÚ. Alkoholfreie Drinks seien eine neue, schnell wachsende Boom-Kategorie von Getränken, die sich bei den Verbraucherinnen und Verbraucher zunehmender Beliebtheit erfreuen. „Das ist ein weltweiter Trend“, so Ende weiter. „Insbesondere jüngere Erwachsene weisen ein hohes Gesundheitsbewusstsein auf und passen ihren Lebensstil an. Der Markt hat großes Wachstumspotenzial.“

Die alkoholfreie Caipirinha passt perfekt zum Alkoholfrei-Trend und zur Motivation jüngerer Generationen, deren Mitglieder sagen: „Wir trinken nicht, feiern aber gern.“ Im Segment der „Mocktails“, der alkoholfreien Entsprechungen eines bekannten alkoholhaltigen Cocktails, hat die Underberg Gruppe bereits Pionierarbeit geleistet. Als erste Spirituosenmarke launchte PITÚ

im Jahr 2020 mit dem PITÚ Ipanema einen alkoholfreien Cocktail in der „Ready-to-drink“-Dose. In den vergangenen zwei Jahren erreichte der Ipanema einen Marktanteil von bis zu 18 Prozent in diesem jungen Markt.

„Wir haben in den vergangenen Jahren ein gutes Gespür für Trends gezeigt und sind stolz darauf, immer mit Produktinnovationen neue Akzente zu setzen“, sagt Vera Donner-Sander, Brand Director der Underberg Gruppe. „Mit alkoholfreien Spirituosen-Alternativen haben wir uns sehr lange und intensiv beschäftigt. Der PITÚ 0.0% ist ein absolutes Premium-Produkt, das genau den Zeitgeist trifft. Wir sind gespannt, wie das Getränk bei den aktuellen und den zukünftigen Caipi-Fans ankommt.“

Dass das Team Underberg mit Konzept, Geschmack und Design auf dem richtigen Weg ist, wurde von den Marktforschungen bestätigt, die Entwicklungsprozess begleitet haben. Die Ergebnisse zeigten, dass der neue alkoholfreie Artikel eine hohe Verbraucherakzeptanz sowie große Kaufbereitschaft verspricht.

71 Prozent haben Alkoholkonsum reduziert

Und das Produkt kommt genau zur richtigen Zeit: Laut einer Studie von FMCG Gurus haben 71 Prozent der Erwachsenen auf der Welt, die Alkohol trinken, ihren Konsum reduziert. Alkoholfreie Alternativen machen international gesehen bereits 3 Prozent des gesamten Marktes für Spirituosen aus. Und die Experten gehen davon aus, dass das Gesamtvolumen bis 2024 voraussichtlich um 31 Prozent steigen wird. In Deutschland hat sich der Gesamt-Umsatz laut Nielsen IQ MAT KW 26 2023 in den vergangenen drei Jahren fast verdreifacht (von 7,0 Mio. EUR im Jahr 2021 auf 19,9 Mio. EUR in 2023). Im selben Zeitraum wuchs der Absatz von 1,5 Mio. auf 3,7 Mio. Flaschen an.

Auch beim Thema Ausstattung sind die Verantwortlichen von PITÚ 0,0% verantwortungsbewusst vorgegangen: Die Etiketten werden aus 100 Prozent recyceltem Material hergestellt – ein weiterer Beleg dafür, dass die Semper Idem Underberg AG und die Marke PITÚ großen Wert auf Nachhaltigkeit legen, insbesondere bei diesem an den modernen Verbraucher gerichteten Neuartikel.

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, PITÚ und Asbach werden zahlreiche weitere eigene Marken und Distributionsmarken angeboten. Dazu gehören aus dem eigenen Haus St. Hubertus, XUXU, Zwack Unicum und Grasovka sowie zahlreiche Distributionsmarken wie Amarula, Southern Comfort, BOLS und Ouzo 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