

Pressemitteilung

PITÚ erweitert RTD-Sortiment durch Strawberry Caipirinha und Caipirinha 0.0%

Rheinberg, 12.02.2025 Die Marke PITÚ, die zur Semper idem Underberg AG gehört, setzt ihre Innovationsstrategie fort und bringt zum Start der Jahres 2025 zwei neue Varianten der beliebten Ready-to-Drink(RTD)-Dosen auf den Markt. Mit der Einführung der fruchtigen Strawberry Caipirinha und der alkoholfreien Caipirinha 0.0% nutzt der deutsche Marktführer im Cachaça-Segment aktuelle Verbrauchertrends und bietet zudem noch mehr Vielfalt.

Das RTD-Portfolio von PITÚ, das hohe Qualität und unkomplizierten Genuss vereint, deckt nun drei wesentliche Konsumentenwünsche ab: die klassische Caipi to go, nach der Passionfruit Caipirinha nun mit der Strawberry-Variante eine weitere fruchtige Geschmacksrichtung und die erste alkoholfreie Caipi to go.

Erdbeere setzt sich bei Konsumenten-Befragung durch

Mit der neuen Strawberry Caipirinha, einer Caipi-Variante mit authentisch brasilianischer Heritage, setzt die Unterberg Gruppe auf den anhaltenden Trend zu sommerlich-frischen, süßen Fruchtnoten. Nach der Passionfruit Caipi ist es die zweite Flavoured-RTD-Dose im PITÚ-Portfolio. Die Geschmacksrichtung Erdbeere wurde von der Community gewählt – sie erhielt bei einer Befragung der PITÚ-Follower auf Social Media die meisten Stimmen. Mit dem „Lieblingsobst der Deutschen“ wird eine breite Zielgruppe angesprochen. Die Marktforschung von mafowerk hat ergeben, dass Limonaden und Beeren(-saft) als RTD-Mixer weiter an Beliebtheit gewinnen und bei Frauen sogar die Nr. 2 – nach Cola – sind.

Caipirinha 0.0%: 100% Caipi-Geschmack – 0.0% Alkohol

Für den wachsenden Markt der alkoholfreien Spirituosen bietet die Premium Caipirinha 0.0% ein echtes Highlight: den authentischen Caipi-Geschmack – ganz ohne Alkohol. Bei dieser Produktinnovation – mit entalkoholisierendem Original-PITÚ aus Brasilien als Basis, der Anfang 2024 als PITÚ 0.0% in der 0,7-Liter-Flasche in den Handel gekommen ist – handelt es sich um die erste alkoholfreie Ready-to-Drink-Caipirinha überhaupt. Angesprochen werden gezielt Konsumenten, die bewusst auf Alkohol verzichten möchten, aber großen Wert auf den authentischen Genuss legen. In der Marktforschung wurde die Premium Caipirinha 0.0% als leckerer, natürlicher, erfrischender und fruchtiger vom Verbraucher bewertet als die bisherige alkoholfreie Variante, die aus Ginger Ale, Limettensaft und Rohrzucker „nachgebaut“ wird und in der Gastronomie in der Regel als „Ipanema“ angeboten wird.

Marktforschung bestätigt Trend zur neuen „Megakategorie“ RTD

Der RTD-Markt, der fertig zubereitete Cocktails, Longdrinks und Aperitifs umfasst, boomt weiterhin. Ready-to-Drink-Produkte garantieren mittlerweile Vielfalt, Geschmack, Innovation und einen schnellen und unkomplizierten Konsumgenuss. Das Marktforschungsinstitut AC Nielsen spricht von einem „explosionsartigen Wachstum“ und bezeichnet RTD´s als neue vierte „Megakategorie“ auf dem Alkoholmarkt (nach Bier, Wein und Spirituosen). Nielsen zufolge entfallen heute 50 Prozent der gesamten Innovationsausgaben im Alkoholbereich auf diese Kategorie. Im Vergleich zum Vorjahr verzeichnet die Warengruppe Spirituosenmixgetränke ein Umsatzwachstum von 6,9 Prozent, während andere Kategorien Rückgänge zu beklagen haben oder stagnieren.

Laut Studien von Mintel und mafowerk steigt zudem die Nachfrage nach innovativen, fruchtigen Geschmacksrichtungen und alkoholfreien Alternativen. Die wichtigste Zielgruppe von RTD-Produkten sind jüngere Erwachsene (18 bis 39 Jahre).

Neu: PITÚ Strawberry Caipirinha – 10% vol.

- Verfügbarkeit: ab sofort
- UVP: 2,79 € Regal / 1,99 € Aktion
- 330 ml Sleek Can
- Kein MHD
- Liefereinheit: 12er Tray mit Sleeve

Neu: PITÚ Premium Caipirinha 0.0% – alkoholfrei

- Verfügbarkeit: ab sofort
- UVP: 1,99 € Regal / 1,79 € Aktion
- 330 ml Sleek Can
- 18 Monate MHD
- Liefereinheit: 12er Tray mit Sleeve
- ZP Einheiten: 48 Mix-Displays zusammen mit PITÚ Premium Caipirinha 10% vol.

Über die Semper idem Underberg AG: Die Semper idem Underberg AG ist ein wertorientiertes 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, Asbach und PITÚ werden weitere eigene Marken und Distributionsmarken angeboten. Dazu gehören aus dem eigenen Haus St. Hubertus-Tropfen, XUXU, Zwack Unicum und Grasovka sowie zahlreiche Distributionsmarken wie Amarula, BOLS, Koskenkorva Vodka, Linie Aquavit, Túnel und Ouzo of 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