

Pressemitteilung

PITÚ relauncht Brazilian Mojito als RTD – Cocktail mit verbesserter Rezeptur ab Februar im Handel

- Nach erfolgreicher Markenschärfung startet PITÚ den Relaunch seines Brazilian Mojito
- Verbesserte Rezeptur mit frischerer Minz-Note kommt näher an den klassischen Mojito heran
- Unter dem Motto „Rum Cocktails with a Brazilian Twist“ erweitert PITÚ das Ready-to-Drink-Portfolio bewusst über die Caipirinha hinaus

Rheinberg, 29.01.2026 Nicht nur der Experte für die Caipirinha: Die Semper idem Underberg AG erweitert das RTD-Portfolio ihrer Marke PITÚ und bringt den Brazilian Mojito mit einer verbesserten Rezeptur zurück in den deutschen Handel. Der legendäre Cocktail in der trinkfertigen 0,33-Liter-Dose mit 10 % vol. Alkohol ist ab Februar im Handel erhältlich.

Nachdem die Marke der Underberg Gruppe im vergangenen Jahr eine neue Kampagne unter dem Motto „Fühl dich PITÚ“ gestartet hatte, die auf Lebensfreude statt Leistungsdruck setzt und das RTD-Portfolio durch Content-Creator digital inszeniert hat, kommt es nun zum Comeback des Brazilian Mojitos. PITÚ setzt dabei auf klare Markt-Insights: Sowohl Konsumenten als auch Handelspartner haben den Wunsch nach einer Wiedereinführung geäußert.

Authentischere Minz-Note

„Der Mojito zählt weltweit zu den beliebtesten Cocktails und ist damit prädestiniert für das RTD-Segment“, erklärt Yannick Mourot, International Senior Brand Manager bei der Underberg Gruppe. „Mit der überarbeiteten Rezeptur kommen wir geschmacklich noch näher an den klassischen Mojito heran – mit einer frischeren, authentischeren Minz-Note.“

Unter dem Motto „Rum Cocktails with a Brazilian Twist“ erweitert PITÚ das Portfolio bewusst über die legendäre Caipirinha hinaus – den Cocktail, den PITÚ vor über 30 Jahren in Deutschland populär gemacht hat. Der PITÚ Brazilian Mojito verbindet die DNA des Minz-Cocktails mit brasilianischer Leichtigkeit und Lebensfreude.

Erfolgreiche Innovationen im RTD-Bereich

Die RTD-Dose mit 10 Prozent Alkohol bietet Cocktailqualität ohne Aufwand – jederzeit und überall trinkfertig. „PITÚ steht seit Jahren für erfolgreiche Innovationen im RTD-Bereich“, sagt Vorstandsmitglied Thomas Mempel. „Mit dem Brazilian Mojito zeigen wir: PITÚ kann mehr als den Signature-Drink Caipirinha.“

Ready-to-Drink-Cocktails gehören zu den wenigen echten Wachstumstreibern im Spirituosenmarkt. Durch die Kombination aus starker Marke, hoher Distribution, bewährter

Qualität und gezielten Innovationen gehört PITÚ in diesem Segment zu den marktführenden Marken und baut diese Position mit dem Brazilian Mojito weiter aus. Yannick Mourot: „Die Zielgruppe sind jüngere, urbane Konsumentinnen und Konsumenten mit Affinität zu Cocktails und Trends, die Wert auf Geschmack, Qualität und unkomplizierten Genuss legen – vom After-Work-Drink bis zum spontanen Genuss unterwegs.“

PITÚ Brazilian Mojito

Inhalt: 0,33 L (RTD)

Grädigkeit: 10% vol.

Preis (UVP): 2,99 Euro/ 1,99 Euro (Promo)

Über die 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, 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, STROH, The Standard 1894, Túnel und Ouzo of Plomari.

Pressekontakt:

Christian Schönhals

Pressesprecher/Leitung Unternehmenskommunikation

Semper idem Underberg AG

Underbergstraße 3

47495 Rheinberg

Tel.: +49 2843/920-296

Mobil: +49 170/320 97 59

E-Mail: christian.schoenhals@underberg.com

www.semper-idem-underberg.com