



**Neuer Cola-Limo-Mix mit mehr Fruchtsaft**

## **Veltins launcht Cola-Orange-Remix im nostalgischen Retro-Design**

- **Emotionale Positionierung im Musikumfeld**
- **Retro-Look greift den Nostalgie-Trend auf**

Die Brauerei C. & A. Veltins untermauert ihre Innovationskraft im alkoholfreien Segment und stellt sich im boomenden Markt der Cola-Mix-Getränke neu auf: Unter dem Markennamen Remix präsentiert das Traditionsunternehmen eine Cola-Orangen-Limonade, die in Geschmack und Markenauftritt den Zeitgeist trifft. So wird die alkoholfreie Rezeptur des Cola-Limo-Klassikers durch deutlich mehr Fruchtsaft zu einem neuen, fruchtig-spritzigen Geschmackserlebnis. Mit dem Markenlaunch von Remix präsentiert Veltins jedoch weit mehr als nur ein neues Erfrischungsgetränk: Denn Remix greift mit seinem Retro-Design den Nostalgie-Trend auf und positioniert sich mit der Marke im attraktiven Musik-Umfeld.

### **Segment als Wachstumstreiber im Handel**

Der Markt für Cola-Mix-Getränke – in der Branche zumeist als Limo-Mix-Kategorie bezeichnet – erlebt derzeit eine Renaissance. Über 7 Mio. hl werden jährlich deutschlandweit und mit steigender Tendenz abgesetzt. Während klassische Limonaden stagnieren, verzeichnen Cola-Orange-Mischungen ein deutliches Wachstum und haben sich zu einer tragenden Säule in der Warengruppe der alkoholfreien Getränke (AfG) entwickelt. „Mit Remix besetzt Veltins dieses relevante Marktsegment und hat ein Premium-Produkt geschaffen, das sich durch seinen fruchtigeren Geschmack und die sympathische Musik-Positionierung differenziert“, sagt Marketingdirektor Stefan Wiesmann.



## **Remix greift beliebten Nostalgie-Trend auf**

In einer schnelllebigen, digitalen Welt wächst die Sehnsucht nach Nostalgie und analogen Dingen – daran knüpft die Marke Remix nahtlos an. „So erfahren gerade die Schallplatte und die Musik der 80er- und 90er-Jahre ein Comeback“, erklärt Stefan Wiesmann. Remix setzt im Markenauftritt auf diesen anhaltenden Nostalgie-Trend und spielt in seiner Markenkommunikation mit dem generationsübergreifenden Thema Musik. Vorgestellt wird das Produkt in der conveniencefreundlichen 0,33-l-Dose. Die Marke Remix erlebt ihre nationale Handelspremiere im April mit zahlreichen impulsstarken Aufbauten. Flankiert werden die PoS-Aktivitäten mit klassischer Kommunikation und diversen Social-Media-Maßnahmen.

### **Das Unternehmen im Porträt**

Die Privat-Brauerei C. & A. Veltins, Meschede-Grevenstein, braut eine der führenden Premium-Pils-Marken in Deutschland und bilanzierte 2025 einen Umsatz von 461 Mio. Euro bei einem Ausstoß von 3,37 Mio. hl. Zum Sortenportfolio zählen Veltins Pilsener und die Marke Veltins mit einem breiten Angebot von Radler, Alkoholfrei, Radler Alkoholfrei, Veltins Fassbrause sowie Veltins Helles Lager. Hinzu kommt die Spezialitätenmarke Grevensteiner; außerdem gehört die Biermix-Range V+ zum Produktportfolio. Mit dem Pülleken hält die Brauerei darüber hinaus ein mild-süßfiges Hellbier bereit. Der Mehrweganteil liegt bei 92,4%.

### **Ansprechpartner**

Ulrich Biene, Telefon: 02934 – 959 325, [ulrich.biene@veltins.de](mailto:ulrich.biene@veltins.de)  
Weitere Informationen der Brauerei C. & A. VELTINS im Internet verfügbar:  
[www.bierpresse.de](http://www.bierpresse.de), [www.veltins.de](http://www.veltins.de), [www.vplus.de](http://www.vplus.de)