



Passt in jede Kokosnuss!

Mangaroca Batida startet limitierte On-Pack-Promotion mit Edelstahl-Trinkhalm

Wiesbaden, 17. Februar 2020. Mit einer aufmerksamkeitsstarken On-Pack-Promotion läutet Mangaroca Batida de Côco die (nachhaltige) Sommersaison ein und sorgt für zusätzliche Kaufimpulse am POS. Ab Mai 2020 erhalten Verbraucher zum brasilianischen Kokoslikör im Aktionszeitraum einen Mangaroca Batida Edelstahl-Trinkhalm gratis dazu. Die On-Pack-Promotion ist in limitierter Auflage als 34er- oder 68er-Display in Kombination mit dem Kokoslikör verfügbar – solange der Vorrat reicht. Die UVP der 0,7-Liter-Flasche liegt bei 9,99 Euro.

Nachhaltiger Genuss

Ab Mai gibt es für Verbraucher zum kultigen Kokoslikör Mangaroca Batida de Côco einen Edelstahl-Trinkhalm mit Reinigungsbürste im praktischen Jutebeutelchen gratis dazu – das perfekte Goodie für leckere Batida-Drinks und lange Sommernächte. Mit dem Strohalm aus Edelstahl setzt Mangaroca Batida de Côco auf nachhaltigen Trinkgenuss in trendigem Look. „Mit dem Edelstahl-Trinkhalm wollen wir den Verbrauch von Strohhalmen aus Plastik reduzieren, ohne dass der Genuss darunter leidet“, so Jan Rock, Pressesprecher von Henkell Freixenet. „Der Batida-Trinkhalm ist wiederverwendbar, leicht zu reinigen und perfekt für unterwegs geeignet.“ Egal ob für das Picknick im Freien oder den Cocktailabend auf dem Balkon. Mit der On-Pack-Promotion richtet sich Mangaroca Batida de Côco an eine junge, ausgehfreudige Zielgruppe, die Wert auf nachhaltigen Genuss legt.

Gut für den Umsatz, noch besser für die Umwelt: Der limitierte Mangaroca Batida Trinkhalm ist ab Mai 2020 zusammen mit einer Flasche Mangaroca Batida de Côco im 34er- und 68er-Promotion-Display erhältlich.

Über Mangaroca Batida

Brasilianische Lebensfreude, Leidenschaft und Genuss pur – so begeistert Mangaroca Batida de Côco. Der Kokoslikör mit dem einzigartigen Geschmack wird seit jeher nach brasilianischem (Lebens-)Rezept hergestellt. Sorgfältig ausgewählte Rohstoffe und strengste Qualitätsmaßnahmen bei Produktion und Abfüllung garantieren das beste Ergebnis. Als Klassiker unter den Spirituosen feiert Mangaroca Batida de Côco nun ein Revival: Ob pur auf Eis, als exotischer Longdrink oder Szene-Cocktail – der Kokosdrink mit 16% Alkohol verzaubert in vielen Variationen mit dem Kuss der Kokosnuss. Seit August 2018 ist der beliebte Kokosdrink auch in einer klaren Variante erhältlich: Der Line Extender Mangaroca Batida com Rum mit 21 % vol.



sorgt mit einer hohen Mixability für noch mehr Abwechslung im Partyglas – und das milchfrei! Für fruchtig-exotischen Genuss sorgt der neue Mangaroca Batida Passion seit Mai 2019: Hier trifft Maracuja auf Kokosnuss und vereint sich in einer praktischen 0,25-Liter-Dose zu einem leckeren Longdrink to go. Weitere Informationen unter www.batida.de.

Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist der weltweit führende Schaumweinhersteller und bietet Sekt, Cava, Prosecco, Champagner und Crémant aus einer Hand – ergänzt um ein vielfältiges Wein- und Spirituosensortiment. Die Gruppe verfügt über Tochterunternehmen in 30 Ländern und exportiert ihre Marken in mehr als 150 Staaten weltweit. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerk gepaart mit Markt- und Markenkompetenz machen sie in zahlreichen Ländern zum Marktführer für Cava, Sekt, Prosecco, Wein oder diverse Spirituosengattungen. Zur Gruppe zählen Marken wie Freixenet, Henkell, Mionetto Prosecco, Fürst von Metternich, Mía, Mederano, i heart WINES, Mangaroca Batida de Côco und Wodka Gorbatschow.

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com.

Pressekontakt:

Henkell Freixenet

Anja Koeslag
Unternehmens-Kommunikation / PR
Biebricher Allee 142
65187 Wiesbaden
T. +49 (0)611 63214
E. anja.koeslag@henkell-freixenet.com

zeron GmbH / Agentur für PR & Content

Raffaela Joachim
Erkrather Straße 234 a
40233 Düsseldorf
T. +49 (0)211 889 21 50-67
E. presse-batida@zeron.de