



Erste Limited Edition!

Mangaroca Batida Mango Kiss ab sofort erhältlich

Wiesbaden, 24. Februar 2021. Der Kokos-Klassiker Mangaroca Batida läutet den Frühling mit einer echten Premiere ein: Im April 2021 kommt die erste Limited Edition der Marke in den Handel. *Mangaroca Batida Mango Kiss* vereint den exotischen Geschmack der Kokosnuss mit der Trend-Frucht Mango und schafft frische Impulse im Spirituosen-Regal. Die Limited Edition ist ab April 2021 erhältlich – solange der Vorrat reicht. Die UVP für eine 0,7-l-Flasche mit 16 Prozent Alkohol liegt bei 9,99 Euro.

Mango, Kokosnuss & Co. – Exotische Früchte liegen im Trend: Der Kokos-Klassiker Mangaroca Batida beflügelt als Wachstumstreiber das Kokoslikör-Segment.¹ Aber auch Spirituosen mit Mango-Geschmack haben im letzten Jahr an Beliebtheit gewonnen.² Ideale Voraussetzungen für einen Drink, der beide Komponenten „convenient“ vereint: Mit der neuen Limited Edition **Mangaroca Batida Mango Kiss** bringt die Kultmarke ab April 2021 noch mehr Schwung und Copacabana-Feeling in den LEH. Die neue Sorte ist auf insgesamt 100.000 Flaschen limitiert und nur für kurze Zeit erhältlich.

„Mit der Limited Summer Edition launchen wir in diesem Jahr erstmalig ein saisonales Produkt, das den unverwechselbaren Geschmack von Mangaroca Batida mit fruchtiger Mango kombiniert“, so Jan Rock, Global Head of Corporate Communications bei Henkell Freixenet. Der limitierte Trend-Drink soll für zusätzliche Aufmerksamkeit und Abverkäufe sorgen.

Limited Edition: Sommerlaune zum Sehen und Schmecken

Der verzehrfertig gemixte Mangaroca Batida Mango Kiss vereint cremigen Kokoslikör mit fruchtiger Mango und hat damit großes Potenzial zum Sommerhit zu avancieren – egal ob pur auf Eis oder in fruchtig-exotischen Cocktails. Daneben verleiht die Limited Summer Edition auch Kuchen und Desserts einen fruchtigen Kick.

Aber nicht nur geschmacklich, sondern auch optisch ist Mangaroca Batida Mango Kiss ein Hingucker. Das außergewöhnliche Flaschendesign mit tropischen Elementen wie Kokosnüssen, Mangostücken und Palmblättern sticht ins Auge und sorgt für Aufmerksamkeit im Regal. Die Rückseite der Flasche hält Verzehrsvorschläge bereit, die zusätzlich Lust auf das Produkt machen.

In der Zweitplatzierung unterstützen auffällige Displays im Stil der Flasche die Einführung der Limited Summer Edition. Der Launch wird zudem von einer reichweitenstarken

¹ IRI Handelspanel, LEH >= 200 qm + GAM + C&C, Absatzentwicklung Kokosliköre gesamt und Mangaroca Batida de Côco, YTD Okt. 2020 vs. Vorjahr.

² IRI Handelspanel, LEH >= 200 qm + GAM + C&C, Spirituosen mit Geschmack: Mango, Absatzveränderung in %, YTD Okt. (40-43) 2020 vs. YTD Vorjahr.



Social-Media-Kampagne mit Rezeptvideos und Bloggerkooperationen sowie PR-Aktivitäten begleitet.

Die Limited Edition **Mangaroca Batida Mango Kiss** enthält 16 Prozent Alkohol und ist ab April 2021 sowohl im 40er-Display als auch im 6er-Karton erhältlich – nur für kurze Zeit. Die UVP der 0,7-l-Flasche liegt bei 9,99 Euro.

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 Januar 2021 sorgt der klare Kokoslikör Mangaroca Batida Pura Côco mit 21% Alkohol und seiner hohen Mixability für noch mehr Abwechslung im Partyglas – und das vegan und milchfrei! Fruchtig-exotisch wird's mit Mangaroca Batida Passion: Hier trifft Maracuja auf Kokosnuss und vereint sich in einer praktischen 0,25-Liter-Dose zu einem leckeren Longdrink to go. Ergänzt wird das Ready-to-Drink-Sortiment seit Januar 2021 um Mangaroca Batida Pineapple mit fruchtigem Ananas-Flavour.

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
Corporate Communications
Biebricher Allee 142
65187 Wiesbaden
T. +49 (0)611 63214
E. anja.koeslag@henkell-freixenet.com

zeron GmbH / Agentur für PR & Content

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