



Exotischer Drink direkt aus der Ananas

Mangaroca Batida startet limitierte On-Pack-Promotion mit gratis Ananas-Glas

Wiesbaden, 04.05.2022 – Mit einer aufmerksamkeitsstarken On-Pack-Promotion eröffnet Mangaroca Batida die diesjährige Sommersaison: Ab Juni 2022 erhalten Shopper zu jeder Flasche Mangaroca Batida de Côco ein Longdrink-Glas im Ananas-Look mit passenden Rezeptideen gratis dazu – nur solange der Vorrat reicht.

Ab Juni dürfen sich Shopper beim Kauf des beliebten Kokosklassikers Mangaroca Batida de Côco auf ein Longdrink-Glas im Look einer Ananas als Gratis-Zugabe freuen. Darin lässt sich der exotische Drink trendig servieren – brasilianisches Copacabana-Feeling garantiert! Leckere Cocktail-Rezepte auf der Verpackung wecken zusätzlich das Interesse der Shopper und machen Lust auf lange Sommernächte mit einem fruchtig-frischen Drink.

Mangaroca Batida wächst mit 26 Prozent überproportional zum Markt der Kokosliköre insgesamt und konnte seinen Marktanteil im letzten Jahr erneut steigern.¹ Mit dem On-Pack möchte die Marke den Erfolgskurs fortsetzen. „Mit dem limitierten Ananas-Glas richten wir uns an eine junge, ausgehfreudige Zielgruppe, die Wert auf einen trendigen Look legt“ so Jan Rock, Global Head of Corporate Communications bei Henkell Freixenet. „Die On-Pack-Promotion weckt Begehrlichkeit und schafft zusätzliche Kaufimpulse.“

Gut für den Umsatz und dabei absolut trendy: Das limitierte Ananas-Glas ist ab Juni 2022 zusammen mit einer Flasche Mangaroca Batida de Côco im ¼-Chep-Display à 24 Flaschen erhältlich. Die UVP der 0,7-Liter-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 % vol. verzaubert in vielen Variationen mit dem Kuss der Kokosnuss. Seit Januar 2021 sorgt der klare Kokoslikör Mangaroca Batida Pura Côco mit 21 % vol. und seiner hohen Mixability für noch mehr Abwechslung im Partyglas – und das vegan und milchfrei! Fruchtig-exotisch wird's mit Mangaroca Batida Passion:

¹ IRI Handelspanel, LEH>=200qm+HD+GAM+C&C, Kokosliköre und Mangaroca Batida, Absatzveränderung in %, Jahr 2021 vs. VJ und IRI Handelspanel, LEH>=200qm+HD+GAM+C&C, Marktanteil Absatz Mangaroca Batida an Kokosliköre in %, Jahre 2019-2021



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 die deutsch-spanische Allianz der Familienunternehmen Henkell mit Sitz in Wiesbaden und der Freixenet mit Sitz in Sant Sadurni D'Anoia, Spanien. Das Unternehmen ist der weltweit führende Schaumweinanbieter und verfügt über ein einzigartiges Markenportfolio für Schaumwein, Stillwein und Spirituosen. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie I heart Wines, Mangaroca Batida de Côco sowie ein Portfolio an vielfach ausgezeichneten Weingütern und Marken. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornt das Team von Henkell Freixenet ebenso an wie die Vision, mittelfristig für jedes zehnte Glas Schaumwein weltweit zu stehen.

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