



Zwei starke Impulse für den Sommer 2026

Mangarooca Batida mit RTD-Relaunch und On-Pack-Aktion

Wiesbaden, April 2026 – Mangarooca Batida, die Nummer 1¹ im Kokoslikörsegment, sorgt pünktlich zur Sommersaison 2026 für frische Impulse am POS: Mit dem Relaunch des RTDs Mangarooca Batida Passion Kiss sowie einer attraktiven On-Pack-Aktion inklusive hochwertigem Piña-Colada-Glas setzt die Marke gleich zwei starke Kaufanreize für Handel und Verbraucher. Beide Maßnahmen starten ab Mai 2026 und zielen gezielt auf Sichtbarkeit, Rotation und Abverkauf ein.

Mangarooca Batida Passion Kiss RTD präsentiert sich ab Mai 2026 in einem neuen, aufmerksamkeitsstarken Design. Der Relaunch greift die moderne Optik der Mangarooca-Batida-Range auf und sorgt mit türkisfarbener Farbpower, einem ikonischen schwarzen Label und klaren Designelementen für hohe Wiedererkennbarkeit im Regal. Das markentypische Versprechen „The Kiss of the Coconut“ wird im neuen Auftritt visuell verstärkt: Die prägnante Kokosnuss-Ikonografie zieht sich konsistent durch alle Gebinde und macht die tropische Geschmackswelt auf den ersten Blick erlebbar. Der neue Look stärkt nicht nur die visuelle Markenpräsenz am POS, sondern wirkt sich zugleich positiv auf das Gesamtbild der gesamten Range aus.



On-Pack-Aktion mit Glas: Zusätzlicher Mehrwert und Kaufanreiz am POS

Parallel zum RTD-Relaunch bringt Mangarooca Batida eine attraktive On-Pack-Aktion mit hochwertigem Piña-Colada-Glas in den Markt. Die Promotion ist ab Mai 2026 im Handel verfügbar – nur solange der Vorrat reicht – und knüpft an die bewährte Glas-Aktion früherer Jahre an.

¹ Circana Handelspanel, LEH>=200 qm+HD+C&C+GAM, Cocosliköre Absatzanteil in %, Verkauf 1.000 Menge, Jahre 2022-2025



Auf jeder Aktionsflasche Mangaroca Batida de C6oco 0,7 l erhalten Shopper ein original Piña-Colada-Glas als Gratiszugabe. Damit verbindet die Marke Premium-Inszenierung mit unmittelbarem Nutzwert. Die bekannte Signature-Rezeptur f6ur die Batida Piña Colada – 50 Prozent Mangaroca Batida de C6oco und 50 Prozent Ananassaft auf Eis – ist wie gewohnt auf der Flaschenr6uckseite erkl6art und wird durch das passende Glas direkt erlebbar.

Ziel der Ma6nahme ist es, dem Handel einen zus6tzlichen sichtbaren Mehrwert zu bieten:

- starker Kaufanreiz durch hochwertige Zugabe
- Steigerung von Rotation und Absatz
- sommerliche Zweitplatzierungs- und POS-Inszenierungsm6glichkeiten

Perfekt f6ur die Sommersaison 2026

„Mit dem Relaunch von Mangaroca Batida Passion Kiss RTD und der On-Pack-Aktion mit hochwertigem Piña-Colada-Glas setzen wir zur Sommersaison 2026 gezielt zwei starke Impulse am POS. Ein moderner, aufmerksamkeitsstarker Markenauftritt kombiniert mit einem klaren Konsumentenmehrwert st6rkt nicht nur die Wiedererkennbarkeit unserer Marke, sondern schafft zugleich zus6tzliche Kaufanreize f6ur den Handel“, sagt Vanessa Lehmann, Head of Communications bei Henkell Freixenet.

Beide Ma6nahmen sind ab Mai 2026 im deutschen Handel erh6altlich.

Mangaroca Batida Passion Kiss RTD in der 0,25-l-Dose ist f6ur 2,79 Euro (UVP²) erh6altlich. Die Aktionsflasche Mangaroca Batida de C6oco in der 0,7-l-Flasche mit On-Pack-Glas f6ur 10,99 Euro (UVP²).

Hinweis: Aus Gr6unden der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen m6nnlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. S6amtliche Personenbezeichnungen gelten gleicherma6en f6ur alle Geschlechter.

² Unverbindliche Preisempfehlung; der Ladenverkaufspreis wird allein vom Handel festgelegt.

Presseinformation



Über Mangaroca Batida

Brasilianische Lebensfreude, Leidenschaft und Genuss pur – so begeistert Mangaroca Batida de Côco. Mit 16 % vol. und dem einzigartigen Geschmack wird Mangaroca Batida de Côco seit jeher nach brasilianischem Rezept hergestellt. Der Marktführer im Segment der Kokosliköre³ ist ein echter Klassiker unter den Spirituosen. Ob pur auf Eis oder als exotischer Mix – alles beginnt mit einem Kuss: „The Kiss of the Coconut“. Der klare Mangaroca Batida Pura Côco mit 16 % vol sorgt mit 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 um Mangaroca Batida Pineapple mit fruchtigem Ananas-Flavour.

Weitere Informationen unter www.batida.de

Über Henkell Freixenet

Henkell Freixenet ist als internationale Unternehmensgruppe globaler Marktführer im Bereich Schaumwein. Das einzigartige Markenportfolio an Sekt, Cava, Prosecco, Champagner und Crémant sowie Stillweinen und Spirituosen begleitet die Momente im Leben der Konsumenten und verleiht ihnen eine besondere Bedeutung. Globale Marken wie Freixenet, Mionetto und Henkell zählen ebenso zur Gruppe wie i heart, Gratien & Meyer und eine Vielzahl ausgezeichneter Weingüter. Höchste Ansprüche an Qualität und Handwerkskunst spornen das Team von Henkell Freixenet an – immer mit der Vision, mit Innovationen und hochwertigen, nachhaltig hergestellten Produkten, neue Maßstäbe in der Branche und den jeweiligen Produktkategorien zu setzen und Konsumenten zu begeistern. Celebrate Life!

Weitere Informationen unter www.henkell-freixenet.com

Pressekontakt:

Henkell Freixenet

Inga Zwanzig
Communications
Biebricher Allee 142
65187 Wiesbaden
T. +49 (0)611 63212
E. inga.zwanzig@henkell-freixenet.com

zeron GmbH / Agentur für PR & Content

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

³ Circana Handelspanel, LEH>=200 qm+HD+C&C+GAM, Cocosliköre Absatzanteil in %, Verkauf 1.000 Menge, Jahre 2022-2025