Licht aus, Spot an

Mangaroca Batida geht mit neuem TV-Spot on air

Wiesbaden, 27. Juli 2021. Sommer, Sonne, Strand und Meer – so präsentiert sich Mangaroca Batida seit jeher im TV. Jetzt erhält der bekannte Spot der Marke ein modernes Remake. Bewährte Elemente wie die Strandwelt, Bar-Szene und Beachparty bleiben bestehen. Schnelle Schnitte, neue Perspektiven und eine hochwertige Bildwelt sorgen ab sofort für mehr Modernität. Mit dem Spot zeigt die Marke weiterhin wofür sie steht: Brasilianische Lebensfreude, Leidenschaft und Genuss pur. Der neue Spot ist ab August im TV, Online sowie auf Social Media zu sehen. Zusätzlich ist Mangaroca Batida ab Mitte Oktober erneut offizieller Sponsor des TV-Formats „Bachelor in Paradise“ und zeigt sich dabei mit dem neuen Spot sowie einem aufmerksamkeitsstarken Product Placement.

Ab dem 2. August geht Mangaroca Batida mit einem neuen TV-Spot on air und präsentiert sich damit noch frischer und jünger. Wesentliche Komponenten der vorigen TV-Kampagne bleiben erhalten, zugleich setzt die Marke auf neue Elemente sowie eine moderne und zeitgemäße Visualisierung der bekannten Strandszenerie. „Der damalige Spot sorgte nicht nur für eine breite Resonanz, sondern auch für eine hohe Markenbekanntheit“, so Jan Rock, Global Head of Corporate Communications bei Henkell Freixenet. „Daran knüpfen wir an und setzen im neuen Spot auf eine Aktualisierung der Bildwelt und eine hochwertige, emotionale Bildsprache. Der neue Spot ist jung und modern – genau wie Mangaroca Batida.“ Die reichweitenstarke TV-Kampagne soll Lust auf den Kokoslikör machen und eine jüngere Zielgruppe ansprechen. Zusätzlich strebt Mangaroca Batida mit dem Spot die Emotionalisierung der Marke an.

Der Kuss der Kokosnuss – jetzt im TV

Die Story ist prägnant und bleibt im Gedächtnis: Der Spot beginnt mit einer Slow-Motion-Aufnahme einer herabfallenden und zerschellenden Kokosnuss, aus der frisches Kokoswasser perlt. Begleitet von dem bekannten „Batida-Song“ folgt eine Kuss-Szene im Close-Up. Die Kamera zieht weiter auf, ein tropischer Palmenstrand mit Beach Bar und dem Zuckerhut im Hintergrund kommt zum Vorschein, junge Menschen feiern zusammen. In der nächsten Sequenz schenkt ein Barkeeper Mangaroca Batida de Côco in ein Glas ein und reicht den Drink einer jungen Frau im für die Marke bekannten weißen Bikini. Sie genießt den Kokosdrink, während die brasilianische Sonne durch ihr Haar scheint, und tanzt anschließend mit Freunden am Strand. Die schöne, tropische Kulisse geht zurück in das Close-Up, in dem der Kuss des Paars endet und mit dem Voice Over „Feiert den Kuss! Mit Batida de Côco.“ unterlegt wird. Diese Szene geht in den finalen Packshot über, der die gesamte Produktrange mit Mangaroca Batida de Côco, Mangaroca Batida Pura Côco, den beiden RTD-Sorten Mangaroca Batida Passion und

Mangaroca Batida Pineapple sowie den Signature Drink „Batida Passion“ zeigt. Das Voice Over mit dem bekannten Claim „Der Kuss der Kokosnuss“ rundet den Spot ab.

Der 15-Sekünder wurde von der Agentur Kastner Frankfurt entwickelt und gemeinsam mit FoxDevil Films sowie Regisseur Sebastian Artz umgesetzt. Er wird ab dem 2. August 2021 auf reichweitenstarken Sendern im zielgrupppenaffinen Umfeld im TV sowie über einen Digital DoublePlay Ansatz in Online- und Social-Formaten ausgestrahlt. Insgesamt soll der Spot rund 96,4 Mio. Bruttokontakte erreichen – 65,2 Mio. im TV, 31,2 Mio. digital. Als offizieller Sponsor des Kult-Datingformats „Bachelor in Paradise“ tritt Mangaroca Batida ab Mitte Oktober auf TVNOW bzw. ab dem 2. November erneut im Fernsehen bei RTL auf und sorgt bei den Dates und an der Bar für echtes Copacabana-Feeling.

Hier geht’s zum Mangaroca Batida TV-Spot auf YouTube: https://youtu.be/V5T5nuYY7h4

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