



Mangaroca Batida „Mango Kiss“ kehrt zurück

Fruchtig-exotische Neuauflage der Limited Edition für kurze Zeit im Handel

Wiesbaden, 14. Februar 2022. Sommerzeit ist Batidazeit! Und nach dem Erfolg im letzten Jahr ist klar: Auch 2022 darf der trendige *Mangaroca Batida Mango Kiss* nicht fehlen. Deshalb bringt die Kult-Kokoslikör-Marke die beliebte Limited Summer Edition erneut in den Handel. Das Aktionsprodukt mit 16 Prozent Alkohol ist ab April für eine UVP von 9,99 Euro erhältlich – nur für kurze Zeit.

Exotische Früchte liegen nach wie vor im Trend, allen voran die Mango. Allein im letzten Jahr konnten Spirituosen mit Mango-Geschmack ein Absatzplus von 80 Prozent verzeichnen.¹ Das Segment der Kokosliköre wuchs im gleichen Zeitraum um 16 Prozent – angeführt von Mangaroca Batida, der sich mit 36 Prozent mehr Abverkäufen im letzten Jahr deutlich schneller entwickelte als der Markt.² Mit einem Marktanteil von 41 Prozent konnte die Kult-Marke ihr Wachstum in der Kategorie weiter ausbauen.³ Und das nicht zuletzt auch dank der Limited Edition Mango Kiss, die beide Trends vereint.

Grund genug, das Traum-Duo Mango und Kokosnuss in diesem Jahr erneut in die Regale zu holen. „Mit der Neuauflage von Mangaroca Batida Mango Kiss knüpfen wir an den letztjährigen Erfolg an“, so Jan Rock, Global Head of Communications bei Henkell Freixenet. „Die große Nachfrage und die gute Performance haben gezeigt, dass der limitierte Sommerdrink den Geschmack unserer Zielgruppe genau trifft.“

Der verzehrfertig gemixte Mangaroca Batida Mango Kiss vereint den exotischen Geschmack der Kokosnuss mit fruchtiger Mango und bringt Copacabana-Feeling ins Cocktailglas und in den Nachtsch. Auch optisch ist die Limited Edition ein Hingucker: Das tropische Flaschendesign sorgt für besondere Aufmerksamkeit und frische Impulse im LEH.

Das Aktionsprodukt ist ab April 2022 nur solange der Vorrat reicht sowohl im 40er-Display als auch im 6er-Karton erhältlich. Die UVP für eine 0,7-Liter-Flasche mit 16 Prozent Alkohol liegt bei 9,99 Euro. Auffällige Displays im Look der Flasche unterstützen in der Zweitplatzierung den Abverkauf der Limited Summer Edition. Zudem wird die Einführung der Neuauflage von einer reichweitenstarken Kommunikation begleitet.

¹ IRI Handelspanel, LEH>=200qm+HD+GAM+C&C, Spirituosen mit Geschmack: Mango, Absatzveränderung in %, MAT September 2021 (35-39) vs. MAT VJ.

² IRI Handelspanel, LEH>=200qm+HD+GAM+C&C, Kokosliköre, Absatzveränderung in Tsd. 1/1 und %, MAT September 2021 (35-39) vs. MAT VJ.

³ IRI Handelspanel, LEH>=200qm+HD+GAM+C&C, Mangaroca Batida, Marktanteil Absatz an Kokosliköre in %, MAT September 2019 - MAT September 2021.



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

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