

Mangaroca Batida erweitert sein Produkt-Portfolio

Neu ab Oktober: Batida Cremosa bringt cremigen Kokos-Mandel-Genuss ins Likörregal

Wiesbaden, August 2026 – Mit Mangaroca Batida Cremosa präsentiert Mangaroca Batida, ein Klassiker im Segment der Kokosliköre¹, ab Oktober eine innovative Erweiterung seines Produkt-Portfolios und setzt gezielt auf das attraktive Segment der Sahneliköre². Die neue Variante kombiniert den charakteristischen Kokosgeschmack der Marke mit feinen Mandelnoten und einer besonders cremigen Textur. Damit spricht sie nicht nur bestehende Mangaroca Batida-Fans an, sondern eröffnet auch neue Kaufanlässe und Konsumentengruppen.



Dieses Bild wurde mit Hilfe künstlicher Intelligenz (KI) erstellt. Es stellt möglicherweise keine realen Ereignisse, Personen oder Objekte dar.

Neben den RTDs erweitert Mangaroca Batida

sein Portfolio außerhalb des klassischen Kokoslikör-Segments nun auch im Segment der cremigen Sahneliköre. Mangaroca Batida Cremosa bietet somit die Möglichkeit, an einem umsatzstarken² Marktsegment zu partizipieren und gleichzeitig von der hohen Bekanntheit der Marke Mangaroca Batida zu profitieren.

Cremiger Genuss mit tropischem Flair

Mangaroca Batida Cremosa verbindet Kokos- und Mandelgeschmack mit Extra-Cremigkeit zu einem besonders weichen und vollmundigen Genusserlebnis. Mit 15 % Vol. Alkohol und einer 0,5-Liter-Flasche richtet sich die Neuheit an Verbraucherinnen und Verbraucher, die cremige Liköre bevorzugt pur genießen.



¹ YouGov Brand Index, Mangaroca Batida, Likörverwender, Durchschnittliche Aided Awareness von 62% im Zeitraum Juli 2021 bis Juni 2026 / Circana Handelspanel, LEH=>200qm+C&C+GAM, Marke Mangaroca Batida, Verkauf 1.000 Menge, Juli 2021 bis Juni 2026 (durchschnittlichen Absatzanteil von 42% an Cocoslikören)

² Circana Handelspanel, LEH=>200qm+C&C+GAM, Verkauf in Euro, Sahneliköre, MAT Juni 2026 (145 Millionen Euro)

Die Kombination aus exotischer Kokosnuss, feinen Mandelnoten und einer samtigen Textur schafft ein harmonisches Geschmacksprofil und erschließt neue Genussmomente innerhalb der Mangaroca Batida-Welt. Sensorische Verbrauchertests³ unterstreichen das Potenzial: Für 90 Prozent der Befragten lag die Cremigkeit des Mundgefühls im optimalen Bereich. Zudem gaben beeindruckende 86 Prozent ihre Kaufabsicht an⁴.

Neue Genussanlässe für die Marke Mangaroca Batida

Mit der Einführung von Mangaroca Batida Cremosa erweitert Mangaroca Batida die Einsatzmöglichkeiten der Marke deutlich. Während der klassische Mangaroca Batida de Côco vor allem für Cocktails, Longdrinks und gesellige Anlässe steht, adressiert die neue Cremevariante zusätzliche Genussmomente wie entspannte Abende zu Hause, Dessertbegleitung oder Kaffeetreffen. Die

cremige Rezeptur eignet sich ideal für den puren Genuss auf Eis, als Dessert-Topping oder als Zutat für kreative Süßspeisen. Damit bedient Batida Cremosa den anhaltenden Trend zu hochwertigen, genussorientierten Getränken für den Konsum zu Hause.



Attraktive Innovation für den Handel

Mit Mangaroca Batida Cremosa sorgt die Marke für frische Impulse im Regal. Die Innovation spricht gezielt Verbraucherinnen und Verbraucher an, die cremige Liköre bevorzugen und Wert auf ein unkompliziertes, sofortiges Genusserlebnis legen. Die hohe Markenbekanntheit von Mangaroca Batida schafft zusätzliche Aufmerksamkeit und Kaufanreize am Point of Sale.

„Mangaroca Batida Cremosa verbindet den charakteristischen Kokosgeschmack von Mangaroca Batida mit feinen Mandelnoten und besonders cremiger Textur. Pur auf Eis genossen, eröffnet die Neuheit eine weitere Genussdimension innerhalb der beliebten tropischen Markenwelt von Mangaroca Batida.“, so Vanessa Lehmann, Head of Communications bei Henkell Freixenet.

³ Oetker Sensorik Panel, Mai 2026, n = 99, Frauen 18-59, Verwenderinnen von Kokos- oder Sahnelikör, Gefallen der Cremigkeit

⁴ Toluna Online Panel, Mangaroca Batida Cremosa, unbepreiste Kaufwahrscheinlichkeit, Verwenderinnen von Kokos- und/oder Sahnelikör (18-59 Jahre, keine Batida-Ablehnerinnen), n = 309, Mai 2026;



Verfügbarkeit & Preis

Mangaroca Batida Cremosa ist **ab Oktober 2026 in der 0,5 l-Flasche für 10,99 Euro (UVP⁵)** erhältlich – nur solange der Vorrat reicht.

Hinweis: Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung der Sprachformen männlich, weiblich und divers (m/w/d) verzichtet. Sämtliche Personenbezeichnungen gelten gleichermaßen für alle Geschlechter.

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. Ob pur auf Eis oder als exotischer Mix – beim Klassiker unter den Kokoslikören⁶ beginnt alles mit einem Kuss: „The Kiss of the Coconut“. 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 Kokos-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

⁵ Unverbindliche Preisempfehlung; der Ladenverkaufspreis wird allein vom Handel festgelegt.

⁶ YouGov Brand Index, Mangaroca Batida, Likörverwender, Durchschnittliche Aided Awareness von 62% im Zeitraum Juli 2021 bis Juni 2026 / Circana Handelspanel, LEH>=200qm+C&C+GAM, Marke Mangaroca Batida, Verkauf 1.000 Menge, Juli 2021 bis Juni 2026 (durchschnittlichen Absatzanteil von 42% an Cocoslikören)

Presseinformation



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