

SUMMER DRINK SPECIAL 2026



MISS
PUBLI
CITY.

MARKETING & PR

DRANKEN TREND SPECIAL 2026

Hoe smaak, presentatie en beleving steeds belangrijker worden binnen hospitality

"Deze zomer is licht het thema als het om drinken gaat. Lichte kleuren, lichte smaken en licht in alcohol. Dus frisse spritzen, sprankelende wijnen, drankjes met een zachte afdronk. Daarbij vinden we het fijn als een drankje wat voor ons doet 'better for you' dus. Een beetje cafeïne, hoogwaardige botanische kruiden of zelfs olijfolie van de eerste persing zorgen voor net die extra functionaliteit." Gijsbregt Brouwer, food & drinks trendwatcher.



Gijsbregt Brouwer,
food & drinks trendwatcher

Met veel plezier en in samenwerking met een expert brengt MissPublicity in deze Summer Drink Special 2026 een selectie van merken samen. In deze special een verzameling waarbij de huidige trends centraal staan en ingespeeld wordt op de ontwikkelingen van nu. Van botanische frisdranken en kleurrijke koffietrends tot verfijnde sparkling wines, cascara serves, mediterrane smaken en producten die smaak combineren met een verhaal.

Deze ontwikkeling zie je steeds nadrukkelijker terug binnen hospitality. Dranken draaien in 2026 allang niet meer alleen om wat er in het glas zit. Van presentatie en storytelling tot herkomst, ingrediënten en sfeer: de manier waarop een drankje wordt geserveerd, beleefd en gedeeld speelt een steeds grotere rol.

Tegelijkertijd groeit de behoefte aan lichtere, verfijnde smaken. Minder zoet, meer karakter. Consumenten kiezen vaker voor producten met een duidelijke herkomst, ambachtelijke productiemethoden en ingrediënten die bijdragen aan smaak én beleving. Daarbij neemt ook de aandacht voor botanicals, specialty coffee, mediterrane smaken, craft producten en zogenaamde better-for-you ingrediënten toe.

Glaswerk, kleur, textuur en uitstraling zijn onderdeel geworden van de totale experience. Dranken moeten niet alleen goed smaken, maar ook passen binnen de sfeer van een locatie en het moment waarop ze worden gedronken.

We wensen je veel plezier en inspiratie met deze special. Maar natuurlijk willen we je ook meenemen in het perfecte drink moment! Voor een select aantal genodigden organiseert MissPublicity dan ook de MissPublicity Summer Drink in Trompenburg Tuinen & Arboretum in Rotterdam op 2 juli, waar pers, creators en hospitality professionals de merken uit deze special kunnen ontdekken en proeven.

Liefs team MissPublicity



FENTIMANS

Botanicals, bubbles en Britse signatuursmaken



Craft frisdranken zijn allang niet meer alleen een alternatief voor alcohol. De vraag naar verfijnde soft drinks met meer karakter, volwassen smaaklagen en een premium uitstraling groeit. Fentimans sluit daar naadloos op aan.

Het Britse merk staat bekend om botanisch gebrouwen frisdranken waarbij gebruik wordt gemaakt van infusies, fermentatie en natuurlijke botanicals. Dat zorgt voor uitgesproken smaken met meer diepgang, minder zoetheid en een ambachtelijk karakter.

Een van de bekendste smaken is de Rose Lemonade. Deze lemonade wordt gemaakt met pure Otto rozenolie uit de Bulgaarse Rozenvallei in Kazanlak, een van de meest exclusieve essentiële oliën ter wereld. In combinatie met citrus ontstaat een elegante lemonade met een subtiele florale touch.

Ook de Rhubarb Lemonade past binnen de groeiende populariteit van premium frisdranken. Frisse citrus en het lichtzure karakter van rabarber zorgen voor een verfijnd smaakprofiel dat zich onderscheidt van traditionele frisdranken.

Met hun mix van Britse heritage, botanische expertise en stijlvolle presentatie laat Fentimans zien hoe frisdrank zich blijft ontwikkelen. Het merk bewijst dat ook alcoholvrije dranken steeds vaker draaien om smaak, kwaliteit en beleving.



ZABRONI

Cascara verovert de wereld van moderne summer drinks



Lichter, frisser en bewuster drinken blijft een belangrijke ontwikkeling binnen hospitality. Tegelijkertijd groeit de vraag naar dranken die meer bieden dan alleen zoetheid en verfrissing. Consumenten zoeken steeds vaker naar smaak, karakter en beleving.

Cascara, de gedroogde schil van de koffiebes, sluit naadloos aan bij die ontwikkeling. Waar het ingrediënt jarenlang vooral buiten koffieproducerende landen bekend was, ontdekken steeds meer bartenders, chefs en drankmakers de veelzijdigheid ervan.

Voor de siropen gebruikt Zabroni cascara van vier specialty koffiesoorten: Geisha, Caturra, Typica en Red Bourbon. Dat zorgt voor een gelaagd smaakprofiel met tonen van gedroogd fruit, subtiele honingachtige zoetheid en frisse, theeachtige accenten.

Juist die gelaagdheid onderscheidt cascara van veel traditionele frisdranken, die vaak rond één dominante smaak zijn opgebouwd. De verschillende aroma's zorgen voor meer diepgang en maken cascara bijzonder geschikt als basis voor moderne summer drinks.

De siropen lenen zich uitstekend voor ijstheeën, lichte spritzers, alcoholvrije cocktails en verfijnde mixdranken. Daarmee krijgen bartenders en horecaprofessionals een ingrediënt in handen waarmee eenvoudig meer karakter en complexiteit aan een drankje kan worden toegevoegd.

Met Zabroni krijgt een ingrediënt dat lange tijd buiten beeld bleef een plek op de moderne drankenkaart. Niet vanwege een trend, maar vanwege de smaak.



LIMONCELINE

Ambachtelijke limoncello uit Maassluis met internationale allure



Mediterrane smaken blijven een belangrijke inspiratiebron binnen de wereld van dranken. Citrus, spritz serves en verfijnde aperitiefmomenten spelen daarin een steeds grotere rol. Limoncello ontwikkelt zich daarbij van klassiek digestief tot veelzijdige smaakmaker voor uiteenlopende momenten. Limonceline sluit daar perfect op aan.

Het verhaal achter het merk begon tijdens de coronaperiode, toen oprichter Eline van Dijk een grote kist citroenen kreeg en besloot haar eigen limoncello te maken. Wat startte als een kleinschalig experiment groeide in enkele jaren uit tot een bekroond Nederlands limoncellomerk.

Die kwaliteit bleef niet onopgemerkt. Tijdens de International Wine & Spirit Competition (IWSC) werd Limonceline bekroond met goud en uitgeroepen tot beste limoncello ter wereld. In 2025 volgden twee zilveren awards voor Aranceline, de sinaasappellikeur van het merk, en NICE, een combinatie van citroen en steranijs.

Alle likeuren worden ambachtelijk geproduceerd in Maassluis met biologische citrusvruchten uit Italië die met de hand worden geschild. Die aandacht voor kwaliteit proef je terug in de zachte, frisse smaak waarin pure citrus centraal staat.

Naast de klassieke limoncello bestaat de collectie uit verschillende bijzondere smaken, waaronder bloedsinaasappel, crème likeur en sinaasappel-sechuan. Daarnaast organiseert Limonceline proeverijen en de workshop Chill & Schil, waarin bezoekers kennismaken met het ambacht achter limoncello.

Met een combinatie van mediterrane smaken, vakmanschap en ondernemerschap laat Limonceline zien hoe limoncello zich blijft ontwikkelen binnen de groeiende belangstelling voor premium dranken.



www.limonceline.nl

ZITOUNI

Olijfolie als onderdeel van moderne mediterrane tafelcultuur

Binnen hospitality groeit de aandacht voor producten die niet alleen kwaliteit toevoegen aan een gerecht, maar ook bijdragen aan het verhaal eromheen. Olijfolie speelt daarin een steeds grotere rol. Van verfijnde bread pairings en shared dining tot tafelpresentaties en foodpairings: de keuze voor een hoogwaardige olijfolie wordt steeds zichtbaarder onderdeel van de totale gastbeleving.

Zitouni sluit naadloos aan op die ontwikkeling. Het merk brengt biologische extra vierge olijfolie van de familiegronden in Sidi Khelif, Tunesië, waar al bijna negentig jaar olijven worden verbouwd. De olie wordt koudgeperst, heeft een zuurgraad van minder dan 0,3% en is rijk aan polyfenolen, wat zorgt voor een verfijnde smaak en hoge kwaliteit.

De aandacht voor vakmanschap bleef niet onopgemerkt. Na goud tijdens de Amsterdam International Olive Oil Competition 2025 viel Zitouni ook in 2026 opnieuw in de prijzen. Daarmee behoort het merk tot een nieuwe generatie producenten die herkomst, kwaliteit en transparantie centraal stellen.

Wat Zitouni daarnaast bijzonder maakt, is de directe verbinding met de oorsprong. Voor iedere verkochte liter olijfolie gaat één euro naar maatschappelijke projecten in het geboortedorp van de oprichtersfamilie in Tunesië. Zo werd eerder al geïnvesteerd in nieuwe sanitaire voorzieningen voor een lokale basisschool. De maatschappelijke missie van Zitouni wordt ondersteund door journalist en kinderrechtenactivist Sander de Kramer, die als ambassadeur betrokken is bij het merk en de projecten voor kinderen en onderwijs.

Met zijn mediterrane karakter, sterke familieverhaal, maatschappelijke betrokkenheid en focus op kwaliteit laat Zitouni zien hoe een ogenschijnlijk eenvoudig product kan uitgroeien tot een waardevol onderdeel van de moderne hospitalitybeleving.



ZITOUNI

PUKLAVEC FAMILY WINES

Sloveense wijn met verfijning, gastronomie en vakmanschap

Binnen de wereld van wijn verschuift de aandacht steeds vaker naar kleinere wijnlanden met een sterk eigen karakter. Slovenië is daar een opvallend voorbeeld van. Het land wint internationaal terrein binnen gastronomie en hospitality, mede dankzij frisse klimaatwijnen, verfijnde sparkling wines en een nieuwe generatie wijnmakers die traditie combineren met innovatie.

Puklavec Family Wines behoort tot de bekendste wijnhuizen van Slovenië en laat zien hoe veelzijdig moderne Sloveense wijn vandaag de dag kan zijn. Van toegankelijke witte blends tot gastronomische cuvées en verfijnde mousserende wijnen: kwaliteit, herkomst en precisie vormen de rode draad.

Een van de opvallendste introducties is Trois Femmes, een witte cuvée ontwikkeld in samenwerking met drie vrouwelijke JRE-sommeliers uit Nederland, Duitsland en Slovenië. De wijn brengt niet alleen verschillende wijnculturen samen, maar staat ook symbool voor de groeiende zichtbaarheid van vrouwen binnen de internationale wijnwereld. Daarnaast wordt Trois Femmes gebotteld in een CO2-neutrale fles, passend bij de duurzame visie van het wijnhuis.

Daarnaast is er The Deep Cellar Collection Brut Méthode Traditionnelle. Een elegante sparkling wine die minimaal zestig maanden rijpt op de lies en geproduceerd wordt vanuit de iconische gravity cellar van het wijnhuis.

Ook de populaire puklavec & friends Sauvignon Blanc & Pinot Grigio maakt onderdeel uit van de collectie. De wijn groeide uit tot een van de bekendste Sloveense wijnen wereldwijd en won eerder een gouden Decanter-medaille dankzij de sterke prijs-kwaliteitverhouding.

Met hun combinatie van vakmanschap, terroir, duurzaamheid en eigentijdse wijnvisie laat Puklavec Family Wines zien waarom Slovenië steeds nadrukkelijker wordt ontdekt binnen de internationale wijnwereld.



VINITES: VERHALEN IN HET GLAS

Van Italiaanse klassiekers tot innovatieve smaakmakers: Vinites selecteert producenten met karakter, herkomst en een eigen verhaal.

Vinites brengt al sinds 1979 bijzondere wijnen en dranken naar Nederland. Vanuit Haarlem werkt het familiebedrijf met een team van gepassioneerde wijnliefhebbers aan een zorgvuldig samengesteld assortiment voor horeca, wijnspeciaalzaken en retail. Wat ooit begon met een passie voor Italiaanse kwaliteitswijnen, groeide uit tot een gevestigde wijnimporteur met producenten uit verschillende wijnlanden en regio's.

Italiaanse wijnen vormen nog altijd een belangrijk onderdeel van het assortiment, maar het portfolio reikt inmiddels veel verder. Van mousserende wijnen en premium spirits tot sake en gastronomische alcoholvrije alternatieven. Steeds met een duidelijke focus op kwaliteit, herkomst en vakmanschap.

Voor deze Summer Drink Special selecteerde Vinites drie producten die laten zien hoe veelzijdig de hedendaagse drankenwereld is: een Engelse mousserende wijn, een mediterrane gin en een elegante rosé van het Gardameer.



Gusbourne Brut Reserve

Waar mousserende wijn jarenlang vooral werd geassocieerd met traditionele wijnlanden, heeft Engeland zich ontwikkeld tot een verrassende speler binnen deze categorie. Gusbourne behoort tot de bekendste wijnhuizen van het land en staat bekend om zijn elegante stijl en aandacht voor kwaliteit.

De Brut Reserve combineert frisse citrusaroma's, rijp fruit en een verfijnde mousse. Een mousserende wijn die laat zien waarom Engelse bubbels steeds vaker een plek krijgen op de wijnkaart van restaurants en hotels.

VINITES: VERHALEN IN HET GLAS



Poli Marconi 42 Mediterraneo

De belangstelling voor premium spirits blijft groeien, waarbij herkomst en vakmanschap een steeds grotere rol spelen. De Italiaanse mediterrane gin Poli Marconi 42 Mediterraneo wordt gedistilleerd in Italië en is geïnspireerd op de geuren en smaken van het Middellandse Zeegebied.

Botanicals als rozemarijn, basilicum, munt en andere mediterrane kruiden zorgen voor een uitgesproken aromatisch karakter. Het resultaat is een frisse en kruidige gin die de veelzijdigheid van moderne premium spirits onderstreept.

RosaMara Valtènesi Rosé

Rosé heeft zich ontwikkeld van zomerse favoriet tot een vaste waarde op wijnkaarten. Daarbij groeit de vraag naar rosés met karakter, herkomst en gastronomische veelzijdigheid.

RosaMara van Costaripa is afkomstig uit Valtènesi, aan de oevers van het Gardameer. De wijn combineert verfijnde aroma's van rood fruit en florale tonen met een frisse, elegante structuur. Een stijl die kenmerkend is voor de kwaliteitsrosés uit deze Noord-Italiaanse regio en die laat zien waarom Italië nog altijd tot de meest geliefde wijnlanden ter wereld behoort.

Vinites

Vanuit Haarlem brengt Vinites al ruim 45 jaar bijzondere wijnen, spirits en smaakmakers naar Nederland. Met een zorgvuldig samengesteld assortiment en een sterke focus op kwaliteit, herkomst en vakmanschap blijft het familiebedrijf consumenten, horeca en wijnprofessionals inspireren met nieuwe ontdekkingen uit de wereld van wijn en gastronomie.





Glaswerk als onderdeel van de totale hospitality beleving

Binnen hospitality draait het steeds vaker om totaalbeleving. Van signature cocktails tot verfijnde wine serves: niet alleen de inhoud van het glas telt, maar ook de presentatie daaromheen. Glaswerk speelt daarin een steeds grotere rol. ONIS beweegt precies binnen die wereld.

Het internationale glaswerkmerk, onderdeel van Leerdam Crisal Glass, ontwikkelt collecties voor bars, hotels en restaurants waar design, functionaliteit en uitstraling samenkomen. Eigentijds, karaktervol en ontworpen om iedere serve te versterken.

Met collecties als Classic Bar en Mosaic laat ONIS zien hoe glaswerk bijdraagt aan de totale drink experience. Van elegante cocktails tot moderne table settings: ieder detail is ontworpen met oog voor presentatie én gebruiksgemak.

Ook de connectie met de internationale barcultuur vormt een belangrijk onderdeel van het merk. Via Glassology by ONIS krijgen bartenders wereldwijd de kans om hun eigen glasdesign te ontwikkelen. Het winnende ontwerp wordt vervolgens daadwerkelijk geproduceerd en internationaal verkocht.

Naast design speelt duurzaamheid een belangrijke rol. Het glaswerk wordt geproduceerd in Nederland en Portugal, met aandacht voor moderne productietechnieken en recyclebare verpakkingen.

ONIS laat zien dat glaswerk veel meer is dan functioneel alleen. Het versterkt presentatie, sfeer en het verhaal achter iedere serve.



MOCCA D'OR

De opkomst van Ube als kleurrijke koffietrend



Binnen de wereld van drinks draait het niet alleen meer om smaak, maar ook om presentatie en beleving. Opvallende kleuren, internationale invloeden en socialwaardige drankconcepten spelen een steeds grotere rol binnen horeca en hospitality. Ube, een paarse yam uit de Filipijnen, past perfect binnen die ontwikkeling.

Koffiebrandery Mocca d'Or vertaalt die trend naar een eigentijdse koffieserve: de Iced Dirty Ube Latte. Voor deze opvallende creatie wordt espresso gecombineerd met het zachte, romige en lichtzoete karakter van Ube. Het resultaat is een verrassende balans tussen koffie en comfortdrink.

Voor de serve werkt Mocca d'Or met de Single Origin Sulawesi Kalosi koffie. Een karaktervolle specialty coffee die mooi aansluit bij de verfijnde smaaklagen van de Ube Latte.

Met bijna 100 jaar ervaring brandt Mocca d'Or sinds 1930 slowroast kwaliteitskoffie. Daarmee laat het merk zien hoe traditioneel koffievakmanschap en nieuwe internationale dranktrends samenkomen in moderne serves die gemaakt zijn om te beleven én te delen.

EUROBROUWERS

Alcoholarm speciaalbier krijgt een vaste plek binnen hospitality

Bewuster genieten blijft een belangrijke ontwikkeling binnen hospitality. Waar alcoholvrije en alcoholarme opties jarenlang vooral een alternatief waren, worden ze tegenwoordig steeds vaker een volwaardig onderdeel van de drankenkaart. Gasten willen keuzevrijheid, maar verwachten daarbij dezelfde smaakbeleving en kwaliteit als bij traditionele speciaalbieren.

Die ontwikkeling zie je terug bij Eurobrouwers. De brouwerij bouwt aan een eigentijdse biercultuur waarin smaak, toegankelijkheid en karakter hand in hand gaan. Een mooi voorbeeld daarvan is Noppes Blond, de alcoholarme broer van het bier waarmee het avontuur ooit begon: Hoppig Blond.

Met slechts 0,5% alcohol biedt Noppes Blond een verrassend rijk smaakprofiel. Dankzij de hopsoorten Amarillo en Citra ontstaan frisse citrusaroma's, subtiele fruittonen en een zachte, doordrinkbare afdronk. Precies het type bier dat aansluit bij de groeiende vraag naar lichtere drankopties zonder concessies aan smaak.

Juist binnen terrassen, shared dining, lunchmomenten en moderne borrelconcepten groeit de behoefte aan dit soort toegankelijke speciaalbieren. Bieren die niet overheersen, maar juist ruimte laten voor foodpairing, gezelschap en langere genietmomenten.

Met Noppes Blond laat Eurobrouwers zien dat alcoholarm allang geen niche meer is. Het is een ontwikkeling die past bij de manier waarop gasten vandaag de dag willen drinken: bewust, smaakvol en zonder in te leveren op beleving.



MEER INFO...

In deze Summer Drinks Special 2026 brengen wij een selectie van merken samen die perfect aansluiten bij het zomerse seizoen en de manier waarop we vandaag de dag genieten. Van verfijnde wijnen en vernieuwende alcoholvrije alternatieven tot specialty coffee, mixers en verrassende smaakmakers: stuk voor stuk merken met een eigen verhaal, sterke signatuur en producten die inspelen op actuele food- en drinktrends.

Voor meer informatie over de deelnemende merken, interviewaanvragen of aanvullend beeldmateriaal kun je contact opnemen met:

Teddie Piebenga
MissPublicity Marketing & PR
teddie@misspublicity.nl
t +31 (0)10 214 05 93

Beeldmateriaal in hoge resolutie is beschikbaar en kan via deze link worden gedownload.

— M I S S
P U B L I
C I T Y .

MARKETING & PR

MissPublicity Marketing & PR

Maaskade 119

3071 NK Rotterdam

+31 (0)10 214 05 93

rotterdam@misspublicity.nl