



Ti mit neuer digitalen Kampagne

Auf nach Japan! Im Rahmen einer neuen Kampagne geht der Pionier im Bio-Erfrischungstee-Segment auf eine spannende Reise zu den Ursprüngen von Ti. Unter dem Motto „Ichi-go ichi-e“ wird jeder Augenblick der ersten digitalen Reise von Ti Erfrischungstee einzigartig.

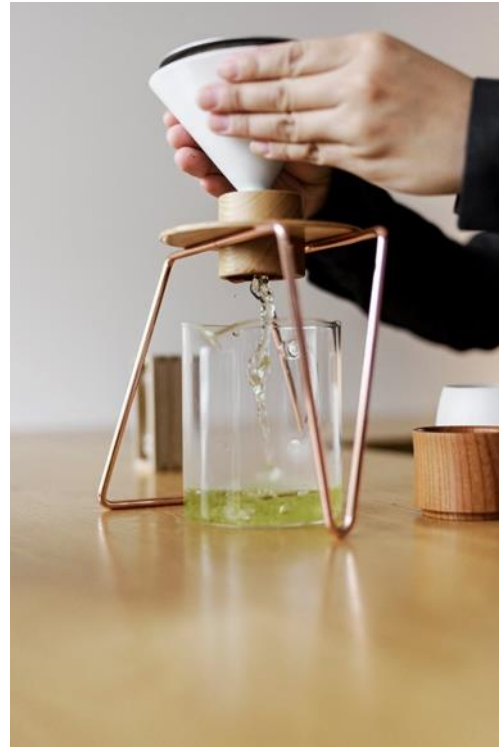
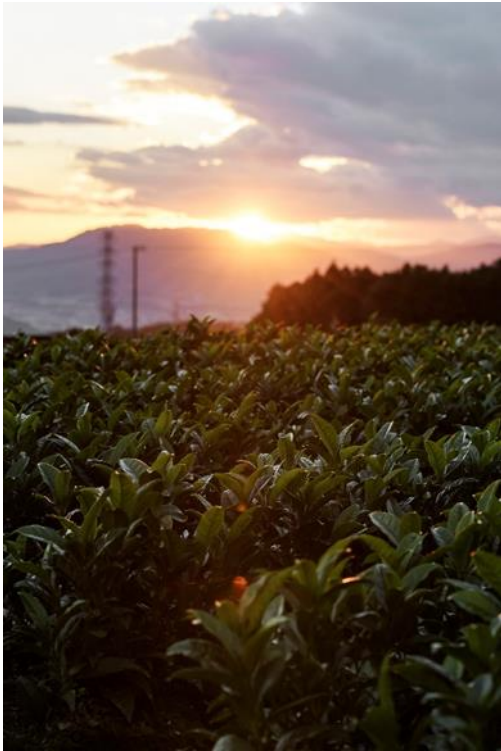
Es ist der Sehnsuchtsort aller Teeliebhaber und genau dahin entführt Ti Erfrischungstee seine Fans. Seit Jahresbeginn geht es auf der Ti-Facebook Fanseite ins ferne Japan, wo die Suche auf den Pfaden des sprichwörtlichen „Sadō“ beginnt – dem Weg des Tees und seiner traditionellen Zeremonie der Zubereitung. Die von der Agentur Neulandherzer entwickelte Kampagne erforscht die Ursprünge der alten Teekultur und ihrer modernen Entwicklung. Ziel der neuen Digitalstrategie ist es, die einzigartige Ti Tee-Kompetenz in den Fokus zu rücken. Schließlich werden Ti Erfrischungstees durch ein einmaliges, selbst entwickeltes Aroma-Verfahren hergestellt: aus ganzen Teeblättern, in bester Bio-Qualität und durch ein besonders schonendes Aufbrühen des Tees. Die Reise steht unter dem Motto „Ichi-go ichi-e“, denn der alte Zen-Spruch bedeutet, dass jede Tee-Sitzung einzigartig ist!

Stimmungsvoll und lehrreich

Von stimmungsvollen Landschaftsaufnahmen der Teefelder über Einblicke in die traditionellen Abläufe einer Teezeremonie bis zu ihrer modernen Interpretation im pulsierenden Tokio – die rund sechswöchige Reise zu den Wurzeln und zur Philosophie von Ti Erfrischungstee wird auf Facebook als unvergleichliche und lehrreiche Erfahrung geteilt. „Mit unserer bildgewaltigen und informativen Reise wollen wir Menschen noch mehr für das Thema Tee begeistern. Immerhin steckt in jeder Flasche Ti Erfrischungstee echte Tee-Kompetenz in Bio-Qualität“, so Marketingleiterin Svenja Lonicer, die gemeinsam mit Brand Manager Christian Rimmler für die Kampagne verantwortlich zeichnet.

Willkommen in der Ti Welt

Ti Erfrischungstee lässt seine Fans nicht nur über Facebook an der Reise nach Fernost teilhaben. Auch auf dem eigenen Instagram Account mit dem Channel Namen „Ti“ können Teeliebhaber an der faszinierenden Suche nach seinen Wurzeln in der altüberlieferten Teekultur bis zur Markenphilosophie von heute teilhaben. Um noch mehr Konsumenten für den Vorreiter unter den Bio-Erfrischungstees zu gewinnen, ist ein ganzes Maßnahmenpaket geschnürt – von impulsbringenden POS Materialien über aufmerksamkeitsstarke PR-Aktivitäten bis zur verstärkten Präsenz auf Fachmessen wie der Biofach und Internorga.



Über Ti Erfrischungstee

Ti Erfrischungstee ist die coole Seite des beliebtesten Heißgetränks der Welt. Für die innovativen, spannenden Geschmacksrichtungen werden ausschließlich hochwertige Tees, ausgewählte Bio-Fruchtsäfte und nur etwas Bio-Rohrzucker für viel Geschmack bei wenig Kalorien verwendet. So entstehen in dem speziellen, besonders aromaschonenden Ti Herstellungsverfahren die vier Sorten Pfefferminztee mit Brombeere, Grüner Tee mit Mango, Schwarzer Tee mit Heidelbeere und Granatapfel sowie Rooibos Tee mit Pfirsich. Alle vier Sorten bieten den vollen Geschmack aus frisch aufgebühten ganzen Teeblättern bzw. Rooiboszweigen mit fruchtigen Geschmacksnoten und sind daher eine ideale Alternative zu herkömmlichen Eistees.

Mehr unter: www.ti-erfrischungstee.de

Pressekontakt

Ti Erfrischungstee

Svenja Lonicer

Leiterin Marketing

✉ info@ti-erfrischungstee.de

☎ +49 (97 77) 9101 827

Interviewanfragen

Hassia Mineralquellen

Sibylle Trautmann

Leiterin PR / Öffentlichkeitsarbeit

✉ sibylle.trautmann@hassia-gruppe.com

☎ +49 (61 01) 403 1416