



P R E S S E I N F O R M A T I O N

Bünting Teehandelshaus setzt mit „Matcha to go“ den Innovationskurs fort

Markteinführung des Trend-Produktes Im Juli

Leer, im Juni 2015 – Neben „Matcha Grüner Tee pur“ wird „Matcha Mix for Latte“ in die Regale des Lebensmittelhandels kommen. Das Vermarktungskonzept ist dabei ebenso innovativ wie das Produkt selbst.

Das erklärte Ziel von Bünting Tee für 2015 lautet: Wachstum durch Innovation. Ein Kurs, der Erfolg verspricht. Anfang des Jahres brachte das ostfriesische Traditions-Teehandelshaus mit der neuen Range „Blütenraum“ die erste Neuheit auf den Teemarkt. „Die Blütentees haben sich zur erfolgreichsten Neueinführung der vergangenen Jahre entwickelt“, so Stefan Punke, Geschäftsführer der J. Bünting Teehandelshaus GmbH und Comp.

Um seine Wachstumsziele zu erreichen setzt Bünting Tee auf die Besetzung von Trends. Bereits im Juli kommt der nächste Coup der Ostfriesen in den Handel: „Matcha to go“. Mit „Matcha Grüner Tee pur“ und „Matcha Mix for Latte“ bereichert Bünting Tee die Regale des Lebensmitteleinzelhandels. Das besonders nährstoff- und vitaminreiche Matcha-Pulver ist in Aromaversiegelten Portions-Sticks erhältlich, mit denen der Tee auch „to go“ genossen werden kann. Die Entscheidung, den Trend-Tee in der portionsfertigen Variante anzubieten, fiel bewusst.



Bünting Tee

„Nachdem Kaffee bereits seit Jahren to go getrunken wird, setzt sich diese Darreichungsform auch für Tee immer mehr durch. Wir erfüllen mit unserem Konzept die Kundenerwartungen an ein gesundes und leckeres Getränk, das auch außer Haus konsumiert werden kann“ erklärt Stefan Punke. Wie es für Ostfriesen üblich ist – nicht nur beim Schwarztee – liefert Bünting auch den Matcha in „anständigen“ Portionen. Mit 6 Sticks á 2 Gramm bietet Bünting Tee 12 Gramm puren Matcha-Genuss. Die 2-Gramm-Portion bietet auch bei etwas größerer Wassermenge noch den vollen Matcha-Genuss. Auch bei der Mix-Variante will Stefan Punke ein „ehrliches“ Produkt machen. Der „Matcha Mix for Latte“ enthält immerhin 14 Prozent Matcha-Pulver.

Wie alle Produkte aus dem Hause Bünting Tee, musste auch der Matcha den hohen Anforderungen der hauseigenen Teetestern genügen und garantiert damit eine hervorragende Qualität. Nicht nur beim Produkt selbst, auch beim Vermarktungskonzept geht Bünting innovative Wege. Beide Produkte – „Matcha Grüner Tee pur“ und „Matcha Mix for Latte“ – sind in einer Runddose verpackt, die beim Öffnen ein „Plopp-Geräusch“ erzeugt. Passender Claim der Kampagne „Erst Plopp. Dann Ahh. Dann Wow.“ Die kleine „Geschichte“ unter dem Deckel regt den Spieltrieb an und weckt die Freude am Produkt, so die Idee, der Entwickler.

Für die Kommunikation setzt Bünting Tee auf PR und Social Media. Eine eigens programmierte Microsite (www.entdeckematcha.de) erklärt nicht nur das Produkt, sondern zeigt auch dessen Vielseitigkeit. Am Point of Sale stehen Displays in aufmerksamkeitsstarken Farben. Informative Leporellos machen die Welt des Matcha erlebbar. Darüber hinaus hat Bünting Tee mit der BlenderBottle Europe GmbH (www.blenderbottle.eu) einen starken



Kooperationspartner für verschiedene Aktionen gewinnen können. Die Blender Bottle ist keine gewöhnliche Flasche. Der integrierte und patentierte „Blender Ball“-Schneebesen schafft eine glatte und luftige Konsistenz – wie bei der traditionellen Zubereitung – auf eine ganz moderne Weise – zu Hause, bei der Arbeit, beim Sport und unterwegs.

Ob sich der „Matcha to go“ nach seiner Markteinführung mit dem gleichen rasanten Wachstum entwickelt wie die Blütentees, bleibt abzuwarten. Eines steht allerdings bereits fest: Auch dieses Produkt wird nicht die letzte Neueinführung von Bünting Tee in diesem Jahr sein. Die Teetester arbeiten bereits mit Hochdruck an einem Konzept mit dem Arbeitstitel „Süßer Genuss“. Das Ergebnis soll im Herbst auf dem Markt kommen.

Als ältestes Privat-Teehandelshaus und bedeutendstes Teeunternehmen Ostfrieslands schreibt Bünting seit 1806 Teegeschichte. Der Gründer Johann Bünting legte mit der Eröffnung eines Kolonialwarenladens in der Altstadt von Leer die Grundlage für das gleichnamige Teehandelshaus, das Urzelle und Namensgeber für die gesamte Bünting Unternehmensgruppe ist. Speziell die Pflege der ostfriesischen Teekultur hat einen festen Platz im Unternehmen. Strategisch verfolgt das Bünting Teehandelshaus eine Balance von Tradition und Moderne. Die Unternehmensstärke liegt in der gewachsenen Produktvielfalt – neben dem echten Ostfriesen-Tee „Grünpack“ bietet Bünting auch Teespezialitäten, wie Grüne Tees, Rooibos-Tees sowie Kräuter- und Früchte-Tees.

P R E S S E K O N T A K T

J. Bünting Teehandelshaus GmbH & Comp.

Helen Drieling
Pressereferentin
Brunnenstraße 37
26789 Leer | Ostfriesland

Telefon: 0491-808 971
E-Mail: Helen.Drieling@buenting.de