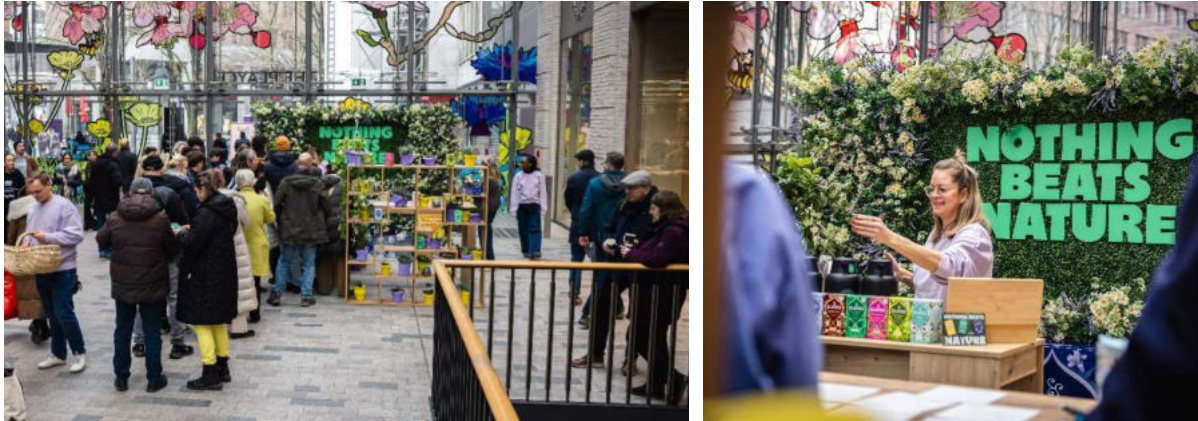


PRESSEMITTEILUNG

Pukka verbindet Markenerlebnis mit Impulsen für den Handel **Aktivierung der Kampagne „Nothing Beats Nature“ mit großer Verkostungsaktion in Berlin**



Mit der neuen internationalen Kampagne „Nothing Beats Nature“ setzt Pukka ein starkes Zeichen für die Kraft der Natur und setzt sich für eine bewusste Vereinfachung moderner Wellnessroutinen ein. Eingebettet in die breit ausgerollte Multichannel-Kampagne brachte Pukka letzte Woche ein Stück Natur in die Hauptstadt: Bei einer groß angelegten Sampling-Aktion im Berliner Einkaufszentrum „The Playce“ wurden an zwei Tagen 10.000 Teeproben verteilt und ausgewählte Bio-Tees direkt vor Ort ausgeschenkt. Mitmachaktionen von reichweitenstarken Influencer*innen boten ein interaktives Markenerlebnis. Die hohe Nachfrage, zahlreiche positive Rückmeldungen sowie die starke Interaktion vor Ort unterstreichen die gelungene Aktivierung und die Relevanz der Kampagnenbotschaft. Mit der selbstbewussten Kampagne positioniert sich Pukka klar im Wettbewerbsumfeld, steigert die Markenbekanntheit und trägt zur Markenbindung bei. Gleichzeitig setzt sie gezielte Impulse, um die Nachfrage im deutschen Markt zu beleben sowie zusätzliche Frequenz und Abverkauf im Handel anzukurbeln.

In der aktuellen Kampagne „Nothing Beats Nature“ stellt Pukka die Rückkehr zur Natur ins Zentrum und plädiert für eine Rückbesinnung auf einfache, alltagstaugliche Wellness-Routinen. Ziel ist es, Wohlbefinden wieder greifbar und unkompliziert zu machen – authentisch, zugänglich und ohne überhöhte Inszenierung. Genau diesen Anspruch hat die Marke in Berlin unmittelbar erlebbar gemacht und die Kraft der Natur dorthin gebracht, wo täglich tausende Menschen unterwegs sind. Als Erlebnisformat realisierte Pukka eine zweitägige Sampling-Aktion im Einkaufszentrum „The Playce“ direkt am Potsdamer Platz, bei der rund 10.000 Tee-Samples verteilt sowie 2.000 Becher Bio-Tee an die Besucher*innen des Einkaufszentrums ausgeschenkt wurden. Die beiden Influencerinnen Lena Nellissen ([@allesorten](#)) und Isabelle Marie Erdrich ([@isibellemarie](#)) begleiteten die Aktivierung mit kreativen Mitmach-Aktionen, die das Thema „Kleine Auszeit“ im Alltag erlebbar machten.



Valerie Rau, Head of Marketing bei Lipton Teas & Infusions Germany, wertet den großen Erfolg der Aktion als Bestätigung der übergeordneten Markenbotschaft: „Mit der Sampling-Aktivierung im „The Playce“ ist es uns gelungen, „Nothing Beats Nature“ unmittelbar erlebbar zu machen. Besonders gefreut hat uns die positive Resonanz auf unsere Tees. Die Aktion hat uns gezeigt, dass der Wunsch nach authentischen, einfachen Wellness-Lösungen im Alltag groß ist.“

Mit Blick auf die Wirkung der Markenoffensive für den Handel sagt Rau: „Die Besucher*innen, die den Tee probiert haben, wollten gleich erfahren, wo sie den Tee kaufen können. Gepaart mit der starken medialen Präsenz der Kampagne sehen wir großes Potential Nachfrageimpulse zu schaffen, neue Kund*innen zu gewinnen sowie die emotionale Bindung der Marke zu vertiefen.“

Unterstützt durch eine internationale Investition in Millionenhöhe zielt „Nothing Beats Nature“ darauf ab, die Markenpräsenz von Pukka zu stärken und eine tiefere Verbindung zu den Verbraucher*innen herzustellen. Neben der Sampling-Aktion im „The Playce“ besteht die Kampagne aus Connected TV, YouTube, Digital Out-of-Home, PR, Social Media und Influencer-Kooperationen.



Videos zur Aktion finden Sie unter www.instagram.de, den Film zur Kampagne unter www.youtube.de.



Über Pukka

Pukka hat sich der Herstellung köstlicher Bio-Tees verschrieben, die Menschen mit der außergewöhnlichen Kraft von Kräutern verbinden. Unser Team von Kräuterexperten mischt die besten Bio-Zutaten unter Anwendung wissenschaftlicher Erkenntnisse, traditioneller und ayurvedischer Weisheiten, um eine Reihe von Kräutersymphonien zu kreieren, die mit jedem köstlichen Schluck verwöhnen.

Seit der Gründung im Jahr 2001 stellt Pukka sicher, dass seine Bio-Zutaten stets fair, ethisch und nachhaltig aus aller Welt bezogen werden. Dies wird durch die Zertifizierungen Fair for Life und FairWild garantiert. Zwei der fairsten, gerechtesten und transparentesten Fair-Trade-Systeme der Welt. Von recyclebaren Verpackungen bis hin zu kompostierbaren Teebeuteln – wir verfolgen leidenschaftlich unsere Mission, Dinge anders zu machen, um unsere Auswirkungen auf den Planeten zu minimieren.

Über Lipton Teas and Infusions

Lipton Teas and Infusions ist das weltweit führende Teeunternehmen mit einem Portfolio beliebter Marken, die täglich von Millionen von Verbrauchern genossen werden. Mit einer über 130-jährigen Tradition hat sich Lipton dazu verpflichtet, Tee zu einer Quelle der Freude, Verbundenheit und des Wohlbefindens zu machen. Das Unternehmen ist leidenschaftlich daran interessiert, hochwertige, nachhaltige und innovative Teeerlebnisse zu schaffen, die den sich wandelnden Bedürfnissen der heutigen Verbraucher gerecht werden.

Text und druckfähiges Bildmaterial unter <http://news.cision.com/de/pukka-herbs-dach>

Pressestelle DACH:

Pukka Herbs c/o modem conclusa gmbh, Dachauer Straße 38, 80335 München www.modemconclusa.de

Jessica Will, T. 089 746308-33, will@modemconclusa.de

Uti Johnne, T. 089 746308-39, johne@modemconclusa.de

www.instagram.com/pukkaherbs.dach/