Veröffentlicht auf Presseportal Schweiz - Presse und Medienmitteilungen (https://www.presseportal-schweiz.ch)

24.07. 2014

Wahrhaft prickelnd: trnd startet Word-of-Mouth-Kampagne für Lipton Sparkling Classic & Lipton Sparkling Peach

Von admin

trnd aktiviert 15.000 Partner und liefert Becher und Augenmasken für Blindverkostungen des kohlensäurehaltigen Erfrischungsgetränkes

(München, Deutschland) **Passend zur Grill- und Badesaison bringt Lipton seine beiden erfrischenden Eistee-Varianten Lipton Sparkling Classic und Lipton Sparkling Peach in der neuen 1,25 L PET-Flasche auf den Markt. Die neue Verpackungsform und vor allem -größe verlangen natürlich nach einer großangelegten Kampagne: Und genau die hat trnd gemeinsam mit der beeindruckenden Zahl von 15.000 Partnern, die alle gleichzeitig Softdrink-Fans sind, aufgesetzt. Die im Startpaket von trnd neben den Getränken enthaltenen 20 Lipton Sparkling-Becher mit einem aufgedruckten Fragezeichen und Augenmasken stellen sicher, dass die Teilnehmer der Kampagne für Blindverkostungen gemeinsam mit Freunden und Bekannten bestens ausgerüstet sind.**

Der mit Kohlensäure versetzte Eistee von Lipton war 1973 der erste seiner Art in Deutschland überhaupt. Erst seit Mitte der Neunzigerjahre gibt es die stille Variante. Mit dem neuen Angebot in der großen Flasche lässt sich das Erfrischungsgetränk nun besser kühlen und auch gemeinsam in großer Runde genießen. Die ausgewählten trnd-Partner finden daher in ihrem Paket fünf 1,25 L PET-Flaschen der Geschmacksrichtung Classic und drei Flaschen mit der Geschmacksrichtung Peach. Ergänzt wird die „Testausrüstung“ mit vier 0,33 L Dosen Lipton Sparkling Classic und zwei Dosen mit Lipton Sparkling Peach. Damit hat trnd für ausreichend Gaumenkitzel

und mit den eingangs erwähnten Bechern und Augenmasken auch für die nötige Ausstattung für vergnügliche Blindverkostungen gesorgt.

„Die deutschsprachige trnd-Community umfasst mehr als 700.000 Mitglieder, die uns jede Menge Informationen über ihre Neigungen und Vorlieben zur Verfügung gestellt haben“, so Rafael Schwarz, Geschäftsführer der trnd DACH GmbH. „So sind wir in der Lage, aus diesem Pool die beeindruckende Zahl von 15.000 geeigneten Teilnehmern für die Lipton-Kampagne herauszufiltern und sie zu Multiplikatoren für das neue Erfrischungsgetränk auszubilden. Man könnte sagen: So erfrischend einfach läuft eine von trnd aufgesetzte Kampagne für unsere Kunden!“

Link zur vorgestellten Kampagne: trnd.com/lipton

Pressekontakt:

8Bar Public Relations
Jürgen Rast, Cornelia Krannich, 8Bar PR

Cornelia Krannich
Lessingstr 16
D-86916 Kaufering

Kategorie
Marktforschung & Werbung & Consulting

Source URL: *https://www.presseportal-schweiz.ch/pressemeldungen/wahrhaft-prickelnd-trnd-startet-word-mouth-kampagne-fuer-lipton-sparkling-classic*