

Puretea lässt die Kunden mitmachen

Teeplantagen-Besuch per Internet

Das Bremer Unternehmen Puretea verkauft Bio-Tee übers Internet und kombiniert multimediales Online-Marketing mit traditionellen Methoden. VON JÜRGEN CHRIST



Puretea verkauft unvermischten Bio-Tee direkt von der Plantage über das Internet. Firmengründer Andreas Brehm (l.) besorgt das Marketing, sein Partner Ralf Janecki ist der Einkäufer.

China White, Darjeeling, Oolong, Matcha oder Japan Sencha: Vier Mal im Jahr tauchen die rund 500 „Pure Tea Tester“ des Online-Teehändlers Puretea ihre Zungen in unbekannte Aromen. Denn bevor das Bremer Unternehmen neue Sorten in seinen Bestellkatalog aufnimmt, müssen sie erst Gnade vor den Gaumen der ehrenamtlichen Tester finden. Zehn Euro Jahresbeitrag kostet die Mitgliedschaft in dem exklusiven Club, vier Mal jährlich kommen jeweils vier Proben à zehn Gramm per Post. Wer nach der privaten Verkostung online, per Faxfragebogen oder Post sein Urteil über alle 16 Sorten preisgibt, erhält zehn Euro für seinen Einkauf gutgeschrieben. Im Newsletter des Händlers oder direkt auf der Website werden die Favoriten veröffentlicht.

Die Tee-Geschmackstester bilden das Rückgrat der Marketingaktivitäten von Puretea. Sie schlagen die Brücke zwischen Online- und Offline-Welt – denn Teetrinker sind Genussmenschen und eigentlich technisch konservativ. Die Website ist deshalb so schlicht wie mög-

lich gehalten. „Klassische Teetrinker sind nicht so netzaffin“, bestätigt Mitinhaber Andreas Brehm. Anfang 2005 gründete der ehemalige Werbefotograf gemeinsam mit seinem Schulfreund Ralf Janecki – gelernter Groß- und Einzelhandelskaufmann mit 22 Jahren Erfahrung im Teegeschäft – die Firma als Gesellschaft bürgerlichen Rechts. Geschäftsidee: Unvermischten Bio-Tee zu verkaufen, direkt von der Plantage („not blended“). Insgesamt sieben Investoren – allesamt Freunde aus Brehms Pokerunde – stiegen mit je 400 Euro ein. Das Investment hat sich für alle inzwischen ausgezahlt.

Während der 41-jährige Ralf Janecki Teeplantagen in China oder Indien besucht, zeichnet der 43-jährige Andreas Brehm für das Marketing verantwortlich. Im Weblog – dem „Unternehmens-tagebuch“ – können die Kunden Janecki auf seinen Reisen per Video begleiten. Auch Tipps für die richtige Teezubereitung werden auf diesem Weg an Neulinge weitergegeben. Die Kommunikation mit den Besuchern ihrer Seite

ist den Machern wichtig – ob sie das Design kommentieren lassen oder das neueste Teepaket. „Es genügt nicht, ein Produkt nur ins Netz zu stellen. Vertrauen und Bindung entstehen durch Teilhabe“, so Brehm, „Entscheidend ist die richtige Idee und das Gespräch mit den Kunden.“

„Anspruchsvoll, mit höherer Bildung und höherem Einkommen“, beschreibt Geschäftsführer Janecki seine Teetrinker. Anfangs war er skeptisch, ob das Internet als Vertriebskanal die Zielgruppe der passionierten Tee-Connaissseure dauerhaft überzeugen könne: „Tee möchte man doch sehen, fühlen und schnuppern!“ Aber es hat funktioniert – unter anderem, weil ansehnliche Fotos der verschiedenen Sorten Lust auf Tee wecken. Damit potenziellen Käufern das Bestellen leicht fällt, heißt es bei Puretea „erst probieren, dann zahlen“, denn der Einkauf ist auf Rechnung möglich. Gepackt werden die Tees bei einer gemeinnützigen Lüneburger Firma, die Menschen mit Behinderung beschäftigt. ◀

FREMDGEHEN LOHNT NICHT – FREMDFAHREN SCHON.

CITROËN JUMPY: AB **€ 229,-/MONAT****

CITROËN JUMPER: AB **€ 239,-/MONAT****



MTL. RATE SCHON AB:

€ 139,-**

**EASY BUSINESS
FULL SERVICE LEASING**



CITROËN BERLINGO: AB **€ 139,-/MONAT****

CITROËN empfiehlt **TOTAL**

CITROËN NEMO: AB **€ 139,-/MONAT****

JETZT WECHSELN UND BIS ZU € 1.250,-* IN BAR MITNEHMEN.

Wer jetzt seinen Gebrauchten* gegen ein praktisches CITROËN Nutzfahrzeug tauscht, erhält bis zu € 1.250,- Wechselprämie* in bar. Zudem profitieren Sie von einmalig günstigen Easy Business Full Service Leasingraten. So gibt's den CITROËN NEMO oder den CITROËN BERLINGO schon ab € 139,-/Monat**. Wie sehr sich Fremdfahren für Sie lohnt, erleben Sie am besten persönlich – bei einer ausgiebigen Probefahrt.

CRÉATIVE TECHNOLOGIE



*Maximale Eintauschprämie zusätzlich zum Wert laut DAT/Schwacke bei Inzahlungnahme eines Gebrauchtwagens (gilt für alle Fremddmarken sowie alle CITROËN Modelle, welche nicht berechtigt sind, eine grüne Plakette zu bekommen), gültig bis zum 31. 03. 2010. **Kilometer-Leasingangebot der CITROËN BANK für Gewerbetreibende zzgl. MwSt. und Fracht für den CITROËN NEMO Kastenwagen 1.4 Benziner, CITROËN BERLINGO 1.6 16V Kastenwagen Niveau A, CITROËN JUMPY Kastenwagen 27 L1H1 HDi 90 und für den CITROËN JUMPER Kastenwagen 30 L1H1 HDi 100. Gültig für bis zum 31.03.2010 abgeschlossene Leasingverträge für die ausgewiesenen Modelle, ohne Anzahlung, Laufzeit 36 Monate, Laufleistung/Jahr 15.000 km bzw. 10.000 km (beim NEMO KW 1.4), inklusive 3 Jahre Leistungen gemäß den Bedingungen des CITROËN Business-Service-PLUS Vertrages. Bei allen teilnehmenden Händlern.