



PÖSCHL TABAK

PRESSEMITTEILUNG

Geisenhausen, 19 Mai 2011

Frei zur sofortigen Veröffentlichung. Beleghinweis erbeten.

Traditionsmarke setzt weiter auf Elite von morgen:

Gletscherprise trifft die neue Generation S

Schnupftabak Tour 2011 auf Uni-Partys, WG-Partys und in Szenegastronomie



Geisenhausen, 19 Mai 2011. Die Pöschl Tabak GmbH & Co. KG, geht mit einer zweiten bundesweiten Promotionkampagne die neuen Wege in der Vermarktung ihrer Marke Gletscherprise konsequent weiter. Aufgrund des großen Erfolgs der Gletscherprise Tour 2010 setzt der Weltmarktführer im Bereich Schnupftabak erneut auf die Zielgruppe Studenten: Sie hat das Potenzial zur neuen Generation S – der neuen Schnupfer-Generation.

Die bekanntheits- und verkaufsfördernde Kampagne wird zwischen April und Juli in zehn Universitätsstädten umgesetzt. Gletscherprise besucht die High-Potentials auf 30 Uni-Partys, 50 WG-Partys und in Szenelocations. Inhalt der Promotions ist es, das Tabakschnupfen inklusive der Anwendung und der Vorzüge unter dem Motto „Rauchfreier Tabakgenuss“ weiter publik zu machen und als Teil des modernen Lifestyles zu integrieren.

Dazu passt auch der optische Auftritt der Aktionen. Auf Gletscherprise Uni-Party-Promotions wird eine markenblaue Lounge zum Einsatz kommen, die mit Relax-Möbeln ausgestattet zum entspannten Probieren einlädt. Clips auf LCD Bildschirmen erklären, wie Schnupfen funktioniert. Als Highlight wird innerhalb eines Gewinnspiels die „Traumfrau“ verlost: Wohngemeinschaften können eine Reinemachefrau gewinnen, die drei Monate lang einmal wöchentlich das WG-Domizil auf Hochglanz bringt.

Auf privaten WG-Partys stellt Pöschl Promotion-Hostessen bereit. Hier können die mindestens 100 Gäste in privater Umgebung und unter Freuden in Ruhe probieren und direkt über das Erlebnis sprechen.

Bei den Promotions in Szenelokalen stehen spontane Probieraktionen im Vordergrund der Aktivitäten.

Plakataktionen auf dem Uni-Gelände und Opinionleader-Maßnahmen runden die Kampagne ab.

Die erste Gletscherprise-Tour fand von Oktober 2010 bis Februar 2011 statt. Pöschl hatte sich wegen des großen Erfolgs der Promotions zur Fortsetzung in 2011 entschlossen. Partner bei Konzeption und Ausführung ist wiederum die Khatami Marketing Services GmbH, Köln.

1) * vgl. WHO IARC Working Group on the Evaluation of Carcinogenic Risks to Humans (2007): Smokeless Tobacco and Some Tobacco-specific N-Nitrosamines, IARC mono-graphs on the evaluation of carcinogenic risks to humans, Vol. 89, Lyon 2007, S. 366

Zum Unternehmen

Die Pöschl Tabak GmbH & Co. KG mit Sitz in Geisenhausen bei Landshut/Bayern ist der Weltmarktführer im Bereich Schnupftabak. Das Familienunternehmen wurde im Jahr 1902 gegründet und produziert heute über 20 Sorten Schnupftabake, die in über 60 Ländern weltweit erhältlich sind. Ein strenges Qualitätsmanagement, die strikte Einhaltung gesetzlicher Richtlinien, eine hochmoderne Produktion, feinste Zutaten sowie 108 Jahre Erfahrung in der Kreation von Tabakkompositionen sind die Grundlagen für die erstklassigen rauchfreien Genussprodukte. Pöschl Schnupftabake halten einen Marktanteil von 95 Prozent in Deutschland. Das Traditionsprodukt Gletscherprise führt dabei mit 50 Prozent im heimischen Markt und zudem weltweit die Absatzliste der Schnupftabake an.

Weitere Informationen unter www.poeschl-tobacco.com

Pressekontakt:

Pöschl Tabak GmbH & Co. KG - Öffentlichkeitsarbeit Detlef Hoffmann - Dieselstraße 1 - 84144 Geisenhausen - Telefon: 08743 / 971 - 0 - Fax: 08743 / 971 - 110 - e-mail: presse@poeschl-tobacco.com - Internet: <http://www.poeschl-tobacco.com>

sowie

KHATAMI PR

Eine Unit der Khatami Marketing Services GmbH

Khatami PR Eine Unit der Khatami Marketing Services GmbH

Nadine Schumann

50968 Köln, Schönhauserstr. 58

Tel.: (0221) 34 90 4-46

E-Mail: n.schumann@khatami-pr.de

Homepage: www.khatami-pr.de