



Nachhaltiger Genuss: Tchibo Privat Kaffee mit frischem Markenauftritt und neuer Sorte Latin Bio

Die Tchibo Privat Kaffees erhalten ein neues, aufmerksamkeitsstarkes Verpackungsdesign – dieses unterstreicht die Premiumqualität der Produktlinie. Im Fokus des neuen Markenauftritts stehen prägnante, sortenspezifische Motive, die einen klaren Bezug zur Ursprungsregion herstellen. Darüber hinaus werden die Privat Kaffees durch die neue Sorte „Latin Bio“ ergänzt, die aus kontrolliert ökologischem Anbau stammt.

Hamburg, 21. Mai 2012. Tchibo präsentiert seine Privat Kaffee Produktlinie ab dem 21. Mai in vollkommen neuem Verpackungsdesign - hierdurch wird die Premiumqualität betont und ein deutlicher Bezug zu den jeweiligen Ursprungsländern hergestellt. Gleichzeitig wird die Produktlinie um eine neue Sorte erweitert: Latin Bio bietet mild-würzigen Genuss und trägt das Bio-Siegel für Kaffee aus kontrolliert ökologischem Anbau.

Die Marke „Privat Kaffee“ von Tchibo steht in Deutschland seit 25 Jahren für das Premium-Segment bei Filterkaffees. Es werden nur 100 Prozent Tchibo Arabica-Bohnen verwendet. Tchibo Privat Kaffees bieten Kaffeegenießern klar differenzierte Geschmacksprofile aus den besten nachhaltigen Anbaugebieten der Welt. Jede Herkunftsregion hat einen eigenen Geschmack: die weich-nussigen Noten Brasiliens (Brazil Mild), den fein-würzigen Charakter Guatemalas (Guatemala Grande), die intensiven Noten Ostafrikas (African Blue), die milden Aromen Perus und El Salvadors (Latin Bio) sowie die charaktervolle Würze Kolumbiens (Colombia Fino).

Tchibo Privat Kaffee: Nachhaltigkeit zertifiziert

Alle Produkte sind nachhaltig erzeugt und tragen das Siegel der international anerkannten Umweltschutzorganisation Rainforest Alliance. Privat Kaffee Brazil Mild, Guatemala Grande und Colombia Fino enthalten 100% nachhaltig erzeugten Kaffee, African Blue enthält mindestens 30%



nachhaltig erzeugten Kaffee. Die neue Sorte Latin Bio trägt das Bio-Siegel, welches für kontrolliert ökologischen Anbau steht. Tchibo vertreibt bereits heute rund 50 Prozent aller nachhaltig-zertifizierten Kaffees im deutschen Röstkaffee-Markt und hat sich das Ziel gesetzt, mittelfristig nur noch nachhaltig erzeugte Kaffees anzubieten.

Privat Kaffee im neuen, eleganten Design

Mit dem vollkommen neu gestalteten Verpackungsdesign unterstreicht Tchibo optisch die Premiumqualität der Privat Kaffees. Im Fokus des neuen Markenauftritts stehen prägnante, sortenspezifische Motive, die einen klaren Bezug zur Ursprungsregion herstellen. So haben es die Verbraucher noch leichter, ihre Lieblingssorte der Privat Kaffees auf einen Blick wiederzuerkennen. Kunden werden dem neuen Design dabei nicht nur auf der Verpackung begegnen, sondern auch am PoS, in TV-Spots, im Internet, auf Facebook und im Tchibo Magazin. Die neuen Motive der Privat Kaffees im Überblick: Brazil Mild (Palme), Guatemala Grande (Tukan), African Blue (Elefant) und die neue Sorte Latin Bio (Schmetterling).



Aktuelles Bildmaterial finden Sie unter www.tchibo.com/mediacenter

Weitere Informationen für Journalisten:

Karina Schneider, Tchibo GmbH, Corporate Communications
Tel: +49 (0) 40 63 87 - 3862, Fax: +49 (0) 40 63 875 - 3862
E-Mail: karina.schneider@tchibo.de
www.tchibo.com, www.tchibo.com/blog, www.twitter.com/tchibo_presse

Über Tchibo:

Tchibo steht für ein einzigartiges Geschäftsmodell: Es verbindet höchste Röstkaffeeexpertise, Kaffeegenuss in den eigenen Coffee Bars und eine innovative, wöchentlich wechselnde Gebrauchsartikelvielfalt mit Dienstleistungen wie Reisen, Mobilfunkangeboten und Grüner Energie. Mit weltweit rund 12.100 Mitarbeitern erzielte das Unternehmen 2011 3,5 Milliarden Euro Umsatz. Dabei verfügt es über ein Multichannel Vertriebssystem mit eigenen Filialen, flächendeckender Präsenz im Handel und starkem Internet- und Versandhandel. Tchibo ist Röstkaffee-Marktführer in vier europäischen Ländern (Deutschland, Österreich, Polen, Tschechien).