

# Die Teekönige von Hamburg

Ihre Namen sind im Alltag wenig bekannt, aber ihr Einfluss in der Teewelt reicht weit: Seit mehr als 100 Jahren bestimmen die Großhändler von der Elbe, welche Tees in Supermärkte, Fachhandel und Gastronomie gelangen

TEXT OLAF TARMAS FOTOS BERND JONKMANN'S



HISTORISCHE FOTOS: HÄLSSSEN & LYON



Schon lange legen keine Schuten mehr am alten Speicher an, um Tee zu entladen. Doch Teefester Andreas Beuch arbeitet noch heute im Stammhaus von Hälssen & Lyon





Arbeiter hieften den Tee einst auf die Speicherböden der Warenlager im Hamburger Hafen





Suche nach dem Blattgold: Andreas Beuch und sein Team verkosten Tees nach althergebrachter Weise



Die Herstellung einer Teemischung war bei Hälssen & Lyon lange ein echtes Handwerk

## D

Das dunkelgrüne Wasser in den Fleeten schwappt und gluckst, Möwen kreischen in den starken Wind. Vor dem Eingang zum alten Speicherhaus lehnt Andreas Beuch am roten Backstein der Fassade und gönnt sich eine Pause. Das Gebäude atmet Teegeschichte, auch wenn hier schon lange keine Schuten von den Teefrachtern mehr anlegen: Seit 1887 residiert hier, am Pickhuben 9, der Teegroßhändler Hälssen & Lyon, kurz H&L, gegründet 1879. In goldenen Lettern prangt der Firmenname über den braun gestrichenen Eingangstüren des Stammhauses. Es ist eines der ältesten Gebäude der Hamburger Speicherstadt, die die UNESCO zum Welterbe der Menschheit zählt.

Von den 144 Jahren Firmengeschichte hat Andreas Beuch stattliche 44 Jahre miterlebt. So lange schon arbeitet er bei Hälssen & Lyon als Teetester, auch Tea Taster genannt; heute ist er Leiter des Ein- und Verkaufs. Sein Metier unterscheidet sich von dem der vielen Spezialitätenhändler, die kleine Mengen vor Ort in den Teegärten kaufen und importieren. Beuch ordert nicht nur Spezialitäten, sondern auch containerweise klassische Tees. „Eine Partie kann auch mal dem Wert

eines Kleinwagens entsprechen.“ Zwar ist Hälssen & Lyon einer der weltweit größten Qualitäts-Teehändler, doch vielen Teeliebhaber:innen ist die Firma nicht geläufig. „Wir beliefern große Lebensmittelkonzerne, Fachhandelsketten und Teemarken mit den Tees, die sie brauchen – gemäß unserem Motto ‚The World of Tea under one Roof‘“, erklärt Beuch dieses Phänomen. Deutsche Kundschaft spielt dabei nur eine untergeordnete Rolle: „70 Prozent unseres Umsatzes machen wir mit Tees, die wir wieder exportieren“.

Sie gehen nach kurzer Lagerung, Mischung oder Aromatisierung weiter an Großkunden in Frankreich, Dänemark, in die USA und immer häufiger auch nach Asien, vor allem nach Singapur, Japan und China. Ein großer Teil dieser Tees sind Schwarztee-Klassiker aus Indien und Sri Lanka. An diesem Tag liegen unter anderem die Muster eines Ceylontees aus der Provinz Uva bereit. Eine Mitarbeiterin gießt eine Reihe von weißen Porzellangefäßen auf: 120 Milliliter kochendes Wasser auf 2,86 Gramm Tee, fünf Minuten Ziehzeit. Die Menge wird mit einer kleinen Handwaage abgemessen. Jede Teeverkostung ist auf dieser Grundlage aufgebaut.



„Dadurch sprechen wir Tea Taster alle die gleiche Sprache“, erklärt Beuch.

Ganz gleich, wie groß die Handelsmengen sind, wie modern die weltweite Logistik auch aufgebaut ist, wie analytisch Lebensmittelabore die Ware auf Rückstände untersuchen – in seinem Zentrum verläuft der Teehandel so altmodisch wie eh und je: Eine winzige Probe, von Hand gemessen und aufgegossen, muss den Gaumen eines erfahrenen Tea Tasters überzeugen. Geräuschvoll saugt Beuch den Tee ein, lässt ihn kurz im Mund zirkulieren – und spuckt ihn dann in den rollenden Kupferbehälter, den sogenannten Spittoon, der eigens für diesen Zweck von einer Hamburger Firma angefertigt wurde. Zum Runterschlucken ist das Konzentrat vielen zu stark. Er nickt zufrieden: „Sehr schön, kräftig, würzig. Diese Kampfer-Note haben die Uva-Tees nur zu einer bestimmten Saison. Darauf habe ich gewartet.“

Aber warum dieses starke Konzentrat? Und warum diese seltsame Zahl von 2,86 Gramm? „Da merkt man, wie sehr unser Gewerbe noch von den alten englischen Traditionen geprägt ist“, sagt Beuch. „Das Gewicht entspricht dem einer alten Sixpence-Münze.“ Seiner Ansicht nach hat der kräftige Aufguss keine praktischen Vorteile, sondern zeugt eher von Beharrungsvermögen von Traditionen. „Er ist nun mal die Norm, über zwei Jahrhunderte etabliert. Wie alle professionellen Tea Taster weltweit habe auch ich mein mentales Teegedächtnis über Jahrzehnte darauf aufgebaut. Ich ziehe alle Vergleiche auf dieser Grundlage.“ 200 bis 300 Tees probiert Beuch an manchen Tagen auf diese Weise. Selbst für die kleinen Mengen, die dann doch mal die Speiseröhre herunterrutschen, braucht es einen starken Magen. Und: „Ich bin völlig immun gegen die Wirkung von Koffein“, sagt er. „Ich kann auch abends noch Kaffee trinken und danach gut schlafen.“

Mit Genuss hat seine Arbeit also weniger zu tun? „Ich bin Tea Taster und kein Sommelier“, entgegnet Beuch. „Ich habe ein sehr genaues Gedächtnis für Geschmäcker und Aromen.“ Er tippt sich gegen die Stirn. „Alles hier oben abgespeichert – ich habe ein gutes Geschmackserinnerungsvermögen! Aber ich muss meine Eindrücke nicht in blumigen Worten formulieren. Viel wichtiger ist, dass ich erkenne: Das ist etwas für den Kunden X oder eine gute Zutat für die Mischung Y.“

Aber wie gelangt er denn nun an diese Tees? Wie findet er sie? Hälssen & Lyon hat über Jahrzehnte enge Partnerschaften aufgebaut. „Durch unsere

regelmäßigen Besuche und Kontrollen vor Ort wissen wir genau, wo wir welche Ware am besten einkaufen können“, sagt Beuch. „So können wir auch Einfluss auf Qualität und Reinheit nehmen. Unsere Partner unterstützen wir zusätzlich mit Knowhow und gezielten Projekten.“

Beuch ist zwar immer wieder in Indien, China oder auch Nepal oder Indonesien unterwegs, doch die Geschäfte tätigt er zumeist von Hamburg aus. „Ich kaufe oft direkt von Produzenten, wenn es Sinn macht auch über Zwischenhandelspartner. Da wir als H&L bei Teeauktionen nicht direkt mitbieten dürfen, ersteigern wir die Ware bei Auktionen an den Teebörsen in Kalkutta, Colombo oder Mombasa über Zwischenhändler.“ Tee, das Getränk der Ruhe, als Gegenstand von hektischen Bieterwettbewerben? Beuch schmunzelt. „Das Timing ist schon wichtig bei solchen Auktionen, aber man darf es sich nicht so dramatisch vorstellen wie den Parketthandel mit Aktien. Das ist eine ruhigere Angelegenheit, da brüllt niemand rum.“ Im Gegenteil: Wichtig sei es, auch mal abzuwarten und „nicht gleich auf den ersten Zug aufzuspringen. Oft geht der Preis für einen neuen Tee nach zwei, drei Wochen etwas herunter. Mein Lehrmeister hat gesagt: Das Wichtigste beim Teeeinkauf ist, nicht zu kaufen!“

Doch irgendwann muss auch er den Daumen heben zum Kauf: In Allermöhe, weiter entfernt vom Hamburger Zentrum, betreibt das Handelshaus ein gewaltiges Lager für bis zu 25.000 Tonnen Waren. Der dortige Vorrat an Vielfalt macht es zum größten Teespezialitätenlager der Welt

#### Hamburger Teelager versorgen ganz Europa

Etwas kleiner, aber immer noch von beachtlicher Größe sind die Lager von Dethlefsen & Balk. Diese Firma gibt es sogar noch länger als Hälssen & Lyon: Seit 1836 betreibt sie von Hamburg aus den Großhandel mit Tee. Ihre Kundschaft sind nicht große Konzerne, sondern kleinere Unternehmen und über 4000 Teeläden in ganz Europa. Lange lenkte die Firma die Geschäfte aus der Hamburger Innenstadt heraus, zeitweilig auch direkt von den Speichern am Hafen aus. Mittlerweile residiert sie im Osten der Stadt, in Hamburg-Allermöhe. Dort treffen wir Geschäftsführer Jens Meier, der seit 33 Jahren zum Haus gehört, sowie den Leiter der Qualitätssicherung Dr. Gerard Saha und seine Kollegin Aline Flores. Hochregale und Gabelstapler prägen das Bild, auf einer Palette stapeln sich 20-Kilo-Säcke mit



Bei Dethlefsen & Balk sorgen Dr. Gerard Saha (o.l.), Aline Flores (o.r.) und Jens Meier (u.) für Qualität



frischer Ware. In diesem Fall Assam Koilamari TGFOP, eingetroffen per Containerschiff aus Kalkutta und per Sattelschlepper vom Hafen nach Allermöhe verfrachtet. „Ganz wichtig fürs Wintergeschäft“, sagt Meier. „Zusammen mit vier anderen Tees wird daraus unsere Ostfriesenmischung.“

Mit einem Stechisen bohrt Dr. Gerard Saha ein Loch in den zuoberst liegenden Sack und entnimmt eine Probe. Den ersten Geruchs- und Augenscheintest passiert der Tee mühelos, dann geht es weiter zum Fototisch, wo die aktuelle Ware unter Beleuchtung mit dem zuvor geschickten Muster abgeglichen wird. Weitere Tests folgen – vom Aufguss im „Tasting Room“ bis zur Rückstandsanalyse im Labor. Schließlich, wenn er alle Hürden genommen hat, kann der Tee in riesigen Mischtrommeln mit den anderen „Ostfriesen“-Bestandteilen vermengt werden. Bis zu 300 Kilogramm Tee passen in so ein Ungetüm, die anschließend in 1-Kilo-Beutel für den Handel verpackt werden. Manches landet auch in den Tassen-Pyramidenbeuteln, etwa für die hauseigene Marke „1836“. Letzte Station ist dann das moderne Auslieferungslager, in dem halbautomatische Gabelstapler an langen Regalwänden entlangflitzen und die Lieferungen an die Kundschaft bestücken. „Bei diesem Tee wusste ich genau, wofür wir ihn brauchen“, sagt

Meier. „Aber manchmal kaufen wir auch auf Verdacht, weil es ein guter Tee oder ein guter Preis ist, noch ohne zu wissen, was wir eigentlich genau damit machen werden.“ Der Einkauf sei manchmal weniger eine Sache der Analyse als vielmehr der Erfahrung und des Gespürs. „Nichts ist schlimmer, als ohne Ware dazustehen, wenn die Nachfrage da ist“, so Meier. Doch auch für diesen Fall sind die Hamburger Großhändler gewappnet: Sie handeln auch untereinander. „Bei Engpässen helfen wir uns schon mal gegenseitig aus“, erzählt Meier. Auf Einkaufsreisen in die Ursprungsländer begegnen sich Hamburger Teehändler immer mal wieder, manche werden sogar gemeinsam organisiert.

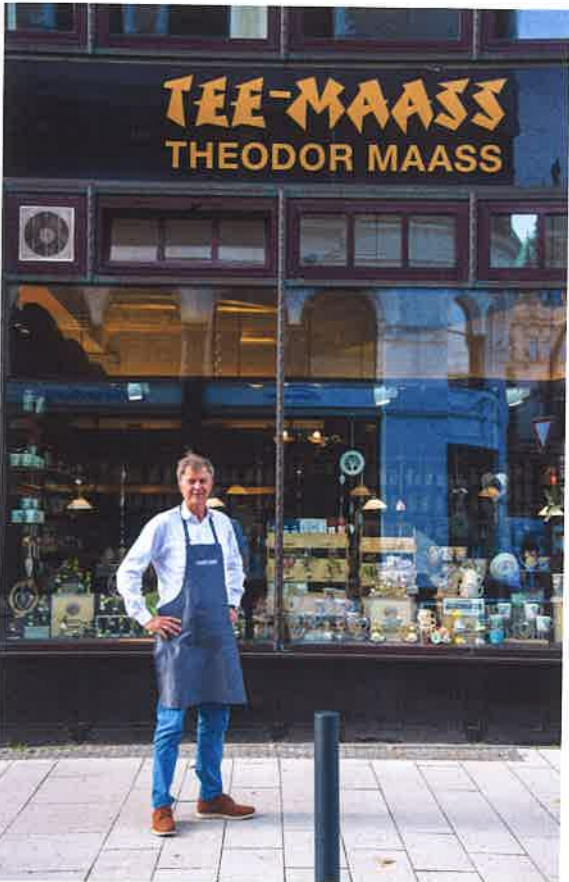
Jemand, zu dem Meier guten Kontakt hat, ist Till Harrendorf, Geschäftsführer von Tee Maass.

Auch dieses Handelshaus ist ein Hamburger Urgestein, gegründet 1887. Drei Ladenlokale betreibt die Firma, doch ihr Hauptgeschäft besteht ebenfalls im Großhandel. Wie schaffen sie es, mit Branchenriesen wie H&L oder D&B zu konkurrieren? „Wir sind ganz anders ausgerichtet“, sagt Firmenchef Till Harrendorf. Wir treffen ihn mitten in der Hamburger Innenstadt in der Hauptfiliale, nahe beim Rathaus. Und nur ein paar Schritte entfernt von jenem Ort, an dem Theodor Maass einst das „Ost-Asien-Haus“ errichtete:



Lange Kerngeschäft von Dethlefsen & Balk: Import aus China

HISTORISCHES FOTO: DETHLEFSEN & BALK



Zwei Generationen: Vater Till Harrendorf und Tochter Antonia, die „Tee Maass“ zukunftsfest machen möchte

Ein markantes Kontorhaus, gekrönt von chinesischem anmutenden Pagoden. Das imposante Teehaus wurde im Krieg zerstört, doch die Firma Tee Maass hat die Zeiten überdauert.

Heute beliefert sie vor allem einzelne Teefachgeschäfte, viele davon in Norddeutschland, entlang von Nord- und Ostseeküste. „In den Urlaubsorten sind viele gastronomische Betriebe, Hotels und Souvenirläden unsere Kunden“, sagt Harrendorf. Für sie komponiert Tee Maass immer wieder Sondermischungen. Das sei zwar aufwendig, aber „die Kunden wissen es zu schätzen.“ An die Tees dafür gelangt Till Harrendorf meistens nicht über Auktionen, sondern über einzelne Agenten in Indien oder Deutschland – und sehr oft durch direkte Kontakte in die Teegärten: „Das sind Geschäftsbeziehungen, die sich teilweise schon über mehrere Generationen erstrecken.“

Ein Beispiel: die Plantage Steinthal in Darjeeling, 1852 von einem deutschen Missionar gegründet. Harrendorf bezieht seine exquisitesten Bio-Darjeelings von dort. „Ich kannte schon die Eltern der Eigentümerfamilie und war oft vor Ort zu Besuch“, erzählt er. „Die Kinder der heutigen Generation wiederum waren schon bei uns in Hamburg.“

Diese fast schon familiären Bande sind ihm wichtig: „Teehandel ist Vertrauenssache. Wir machen Geschäfte noch auf alte hanseatische Art – per Handschlag.“ Es ist eine Mischung aus Wohlwollen und Vertrauen darauf, dass sich noch jede Schwankung mit genug Ausdauer hat ausgleichen lassen. Diese Mischung begegnet einem in allen Hamburger Handelshäusern, die seit rund 150 Jahren die westliche Teewelt prägen. „Man schätzt einfach das Beständige, Ruhige“, sagt Harrendorf. „Wahrscheinlich färbt da die Natur der Ware ab.“