

## Chai und Bubbles - Teebranche zwischen Trends und Tradition Von Miriam Schmidt, dpa

Mit neuen Trends und einem Imagewandel will die Teebranche auch jüngere Kunden ansprechen. Das beliebteste Heißgetränk der Deutschen ist jedoch nach wie vor Kaffee. Trotz aller Innovationen bleibt der Teehandel ein traditionelles Geschäft.

Hamburg, 19.04.2012 (dpa) - Bubble Tea, Chai Latte und Bio-Tee: Das sind recht neue Trends und Entwicklungen auf dem Teemarkt. Sie helfen der Branche, jüngere Kunden anzusprechen - aber sie verändern das Geschäft mit dem Tee auch. Das Image des Getränks habe sich gewandelt, glaubt der Chef von einem der größten Tee-Handelshäuser Europas. «Von der britischen Lady, die ihre Tasse Tee schlürft, hin zu einem vielfältigen, agilen Getränk», sagt Dietmar Scheffler von Hälssen & Lyon in Hamburg.

Dazu beigetragen haben Chai Tee, ungesüßte Eistees oder Bio-Tee. Den ersten Teebeutel für kaltes Wasser bringt die Ostfriesische Tee-Gesellschaft (OTG) in diesem Monat auf den Markt. Auch der Tea to go etabliert sich nach und nach, genauso der Bubble Tea, ein süßes Tee-Getränk mit Tapioka-Perlen aus Asien. BoBo Q ist einer der größten Bubble-Tea-Anbieter in Deutschland und hat innerhalb von zwei Jahren 70 Geschäfte eröffnet. «Derzeit gibt es keine Anzeichen, dass die Anfragen geringer werden», sagt Sprecher Tan Huynh. «Wir haben im Schnitt jede Woche eine Vertragsunterschrift.» Besonders bei Jugendlichen und Studenten sei das Getränk beliebt.

Sein Image änderte auch der Kaffee durch Coffee to go, verschiedene Geschmacksvariationen und Kaffee-Spezialitäten. Mit rund 150 Litern pro Kopf und Jahr ist er nach wie vor das beliebteste Getränk der Deutschen. Zum Vergleich: Beim Schwarztee sind es nur 25 Liter. «Deutschland ist in erster Linie ein Kaffeeland», sagt Jochen Spethmann, Chef der Spethmann Holding, zu der auch die OTG gehört. Von den 3,8 Milliarden Euro Umsatz auf dem Heißgetränkemarkt im Einzelhandel werden nur rund 630 Millionen mit Tee gemacht, davon 113 Millionen mit Schwarztee und 45 Millionen Euro mit Grüntee.

Viel Wert auf Qualität legen die Deutschen beim Tee. «Zusammen mit Japan ist Deutschland das Hoch-Qualitätstrinker-Land. Hier werden die teuersten und hochwertigsten Tees getrunken», sagt Scheffler. Die Auswahl ist in keinem anderen Land so groß. Die OTG hat über 550 Sorten im Angebot. «Wir importieren 200 Pflanzen aus 70 Ländern, die wir verarbeiten und in unsere Mischungen einbringen», sagt Spethmann.

Im Drei-Jahres-Rhythmus gestaltet die OTG etwa ein Drittel ihres Angebots um. 20 Prozent des Umsatzes wird mit den Kreationen gemacht, die jünger als drei Jahre sind. Entwickelt werden die neuen Geschmacksvariationen mit systematischer Arbeit, bei Hälssen & Lyon im hauseigenen Labor. «Es entstehen fast täglich neue Produkte», sagt Scheffler. «Der Kreativität sind keine Grenzen gesetzt.»

In der Hamburger Speicherstadt arbeitet Frank Braun bei Hälssen & Lyon als Tea Taster. Seine Aufgabe ist es, die passende Teesorte zu finden. Er greift zu einer Tasse frisch aufgebrühtem Tee, nimmt schlürfend einen Schluck, bewegt ihn schmatzend im Mund hin und her und spuckt ihn schließlich wieder aus. Auch der Tee vor und nach dem Aufgießen - Blatt und Infusion - wird begutachtet und beschnuppert. «Es ist eine Kombination aus Sehen, Riechen und Schmecken.» Bis zu 200 verschiedene Tees probiert Braun jeden Tag.

Im weltweit größten Lager für Teespezialitäten in Hamburg-Allermöhe gibt es rund 40 000 Stellplätze für Paletten. Dort lagert Hälssen & Lyon mehr als 15 000 Tonnen Tee und ähnliche Produkte. Im Hintergrund brummen die Maschinen, es duftet nach Tee und Aromen wie Bergamotte, Whiskey oder Schokolade. Vom einzelnen Teebeutel bis zum 800 Kilogramm-Sack wird die Ware in verschiedene Größen verpackt und aus Hamburg in die ganze Welt verschickt.

In den kommenden Jahren werde Tee voraussichtlich eher teurer, sagt Scheffler voraus. Grund dafür sei unter anderem die höhere Nachfrage in den Ursprungsländern. «Die Haupt-Produzenten-Länder treten stärker als Konsumenten auf und können sich in zunehmendem Maße gute Tees leisten.»

Trotz aller Weiterentwicklungen wird der Teehandel traditionell betrieben. Seit 200 Jahren wird die Ware mit einem englischen Six Pence-Stück aufgewogen. «Das ist ein Geschäft, was immer noch Handschlag-Qualität hat», sagt Spethmann. «Es ist doch schön, dass es so etwas Altmodisches gibt, was immer noch seinen Zweck erfüllt.»