

„Tea To Go“ – Neue Idee soll Markt aufmischen

Branche sagt dem Kaffee den Kampf an / Patent hat bereits den begehrten Weltverpackungspreis gewonnen.

Von
Georg Ismar

HAMBURG Coffee to go» ist ein Renner, Tee zum Mitnehmen hat hingegen einen faden Beigeschmack. Passionierte Tee-Trinker müssen sich beim schnellen Heißgetränk „auf die Hand“ mit Papierbeutel-Tees begnügen - die Umsätze waren dementsprechend mau. Das Hamburger Unternehmen Hälssen & Lyon hat deshalb ein „Tea To Go“-Konzept entwickelt, auf das weltweit Patente angemeldet worden sind. Der spezielle Deckel mit dem dazugehörigen Blatttee im Nylonbeutel hat bereits den begehrten Weltverpackungspreis der Industrie gewonnen. Die Teebranche will mit der Innovation im boomenden „To Go“-Geschäft angreifen und dem Kaffee Marktanteile abjagen.

Weltweit werden in den heimischen vier Wänden laut einer Studie 66 Prozent Tee und 33 Prozent Kaffee getrunken, außer Haus hingegen sind es nur 2 Prozent Tee und 98 Prozent Kaffee. Der Deutsche Kaffeeverband schätzt, dass rund 1500 Coffee-Shops in Deutschland Kaffee-Spezialitäten anbieten, nur wenige haben aber schmackhaften und hochwertigen Tee im Angebot. „Wenn fünf Leute in einen Coffee-Shop gehen, ist in der Regel immer einer dabei, der gerne einen Tee trinken würde“, sagt der Geschäftsführer von Hälssen & Lyon, Dietmar Scheffler. Allein in den USA werden mittlerweile 50 Prozent der Getränke und Nahrung außer Haus konsumiert.

In Deutschland ist dieser Zweig die am schnellsten wachsende Gastronomiebranche.

„Tee ist im Trend“, sagt die Geschäftsführerin des Deutschen Teeverbandes, Monika Beutgen. Mit dem neuen Verkaufskonzept könnte sich dies auch im Außer-Haus-Geschäft in wachsenden Umsatzzahlen ausdrücken. „Tea To Go“ verspricht durch die große Tee menge intensiven Kräuter, Früchte- oder Schwarztee genuss, zwölf verschiedene Tees aus China, Indien oder Sri Lanka sind im Angebot. Die durchsichtigen Beutel mit Papplflasche hängen in 0,3 bis 0,4 Liter großen Bechern. Nach der Ziehzeit des Tees wird an der Papplflasche gezogen, dabei bleibt der Beutel in einer Kammer im Deckel stecken - und das lästige Entsorgen dem Teetrinker erspart. Der Tee wird durch eine Öffnung im Deckel wie beim „Coffee To Go“-Becher getrunken.

Für Trends hatte die Firma bisher einen Riecher: In der Hamburger Speicherstadt sind bei dem 1879 gegründeten Unternehmen wiederholt wegweisende Neuerungen erfunden worden; an diese Tradition will die Geschäftsführung anknüpfen. 1935 wurde in dem vom Wasser umsäumten Backsteingebäude am Pickhuben 9 der entkoffeinierte Tee entwickelt, 1959 Instant-Tee auf den Weltmarkt gebracht, zehn Jahre später kam der granulierten und flüssigen Zitronen-Eis-Tee hinzu.

Da der „Hand-Kaffee“ zu einem Symbol der mobilen, jungen Gesellschaft geworden ist, will die Teebranche vor allem 20- bis 30-Jährige für ihre Idee gewinnen. Nach Angaben des Deutschen Teeverbandes ist der Tee dabei, den angestaubten Ruf - viele sehen ihn immer noch als „Oma-Getränk“ - endgültig abzulegen. Im Zuge der Wellness-Welle gelte er bei Verbrauchern als äußerst gesundheitsfördernd.