Stephan Hüßler

"Auf die Mischung kommt es an" – Einkauf, Veredelung und Vertrieb von Tee in Düsseldorf – das Unternehmen Teekanne

Bericht zur EGGG- Exkursion am 10.09.2012

Tee – eine geographische Annäherung

Die Heimat des Tees liegt wahrscheinlich in China. Dieser soll dort vor ca. 5.000 Jahren durch einen Zufall entdeckt und seitdem kultiviert worden sein. Von dort aus fand seine Verbreitung im asiatischen Raum statt, bevor der Tee Mitte des 17. Jahrhunderts auch in Europa bekannt wurde. Hier galt er in seinen Anfangszeiten als Luxusgut und war daher ein Privileg des Adels. Insbesondere Holland und England mit ihren Ostindien Companien betätigten sich beim Import von Tee, der zu jener Zeit noch mit den sogenannten Teeklippern, auf Schnelligkeit ausgelegte Segelschiffe, erfolgte. Je schneller ein Schiff dabei den frisch verarbeiteten Tee nach Westeuropa bringen konnte, desto schneller konnte er am Markt angeboten werden und desto bessere Preise konnten erzielt werden.

Die Teepflanze gehört zur Gattung der Kameliengewächse und wird in zwei Varietäten unterschieden: den aus China stammenden Tee (camelia sinensis var. sinensis) sowie den aus dem Bergland von Assam stammende Tee (camelia sinensis var. assamica). Lediglich die aus diesen beiden Pflanzenarten gewonnenen Getränke können per Definition als Tee bezeichnet werden. Der entscheidende Inhaltsstoff beider Pflanzen ist das Coffein, beim Tee auch als Thein bezeichnet. Sämtliche Aufgussvariationen, die nicht aus diesem Kameliengewächs bestehen, werden zwar als Kräuter- oder Früchtetees bezeichnet, stellen aber lediglich Surrogate dar (vgl. Menninger 2004, S. 46).

Die immergrüne Teepflanze lässt sich zwischen 45° nördlicher und 30° südlicher Breite in sämtlichen Ökozonen anbauen. Eine Jahresmitteltemperatur von 20°C sowie hohe Niederschlagsmengen ohne Staunässe stellen hierbei die Grundvoraussetzungen dar (vgl. Menninger 2004, S. 46). „Damit würden sich für den Teeanbau auch die südlichen USA, das Tessin oder Italien eignen. Derartige Versuche hat es auch gegeben, doch sie wurden wieder eingestellt, da Tee nur in ‚Billiglohnländern' rentabel ist" (Menninger 2004, S. 47). Die Tee-Erzeugerländer weisen dementsprechend die in Abb. 1 zu erkennende globale Verteilung auf, wobei zu beachten ist, dass nur in den Ausschnitten die tatsächlichen Anbaugebiete eingezeichnet sind.

In den verschiedenen Anbauregionen entwickelt der Tee individuelle Geschmacksausprägungen. So wird beispielsweise der Tee aus Darjeeling als der Champagner unter den Teesorten beschrieben. Er soll leicht und zartblumig schmecken, wohingegen der Tee aus

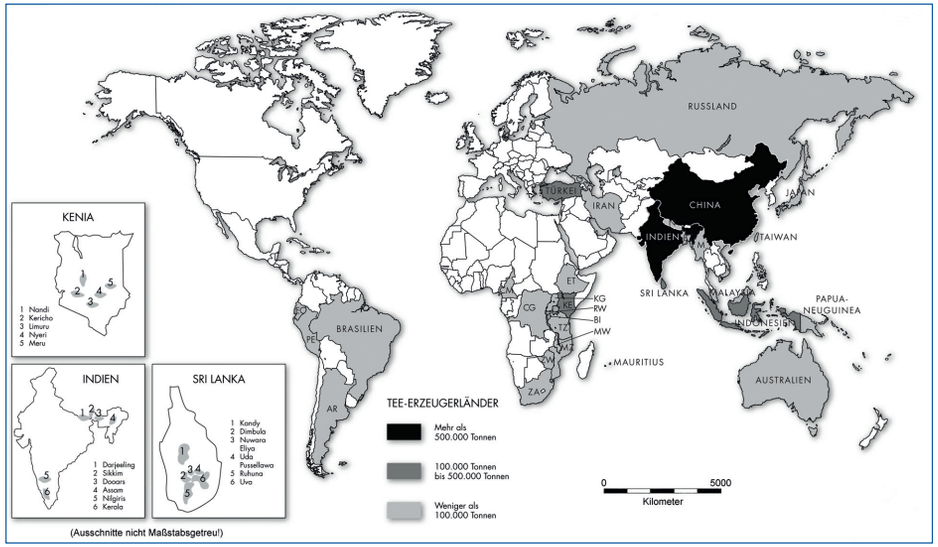

Abb. 1: Weltweite Verteilung der Tee-Erzeugerländer und ihre Produktionsmengen (Quelle: Deutscher Teeverband e. V. 2012a)

Assam, dem größten zusammenhängendem Anbaugebiet weltweit, als herb und würzig gilt. Weiteren Einfluss auf den Geschmack nehmen die Erntezeiten. Durch Darjeelings subtropische Lage ruhen die Erntearbeiten während der Wintermonate. Assams tropische Lage ermöglicht eine ganzjährige Pflückung, wobei hier etwa alle ein bis zwei Wochen gepflückt werden kann. Neben diesen Faktoren spielt auch das Pflücken selbst eine entscheidende Rolle für die Qualität. Lediglich die zwei obersten, jüngsten Blätter sowie die Knospe der Teepflanze werden gepflückt, da sich hier, jeweils gemessen an der Trockenmasse, der höchste Coffeinanteil befindet (vgl. Menninger 2004, S. 48). Dieses selektive Pflückverfahren ist auch gleichzeitig die Begründung dafür, dass sich Erntemaschinen bisher nicht durchsetzen konnten. Nach der Ernte gilt es, die Blätter möglichst zügig zu verarbeiten, um geschmacksmindernden Prozessen vorzubeugen. Erst ab hier entscheidet sich, ob die Teeblätter zu schwarzem Tee oder zu grünem Tee verarbeitet werden (vgl. Abb. 2).

Weltweit wird schwarzer Tee hauptsächlich in Indien, grüner Tee hauptsächlich in China hergestellt, konsumiert und exportiert. Japan als Gegenbeispiel konsumiert fast seine gesamte Grünteeproduktion selbst (vgl. FAO 2003, S. 83 ff.). In der Agrargeographie spricht man in diesem Zusammenhang auch von Food Crops. Hierbei handelt es sich um Agrarprodukte, die vorrangig für die Selbstversorgung bzw. den Inlandskonsum angebaut werden. Werden Agrarprodukte ausschließlich für den Export angebaut werden, spricht man von Cash Crops (vgl. Klohn/Voth 2010, S. 66).

Die „Teekanne“ - Unternehmensgeschichte

Im Jahre 1882 eröffneten die beiden Kaufleute R. Seelig & Hille in Dresden ein Handelshaus für „Japan- und Chinawaren sowie Thee“. 1888 ließen sie die Teekanne offiziell als ihr Markenzeichen eintragen. Damit gilt dieses als eines der ältesten deutschen Markenzeichen. 10 Jahre später übernahmen die damaligen Prokuristen Rudolf Anders und Eugen Nissle das Geschäft, welches sich bis heute im Besitz dieser beiden Familien befindet. Sie änderten die Geschäftsgrundlage und richteten das Unternehmen einzig auf den Handel mit Tee aus. Um potenziellen Kunden den Konsum von Tee schmackhaft zu machen, arbeiteten die beiden Geschäftsinhaber an der Idee, die Zubereitung von Tee zu vereinfachen. Ihre Idee war der Vorläufer des heutigen Teebeutels, der aus einem mit Tee und Zucker gefüllten Mullsäckchen mit Bindfaden bestand. Genannt wurde diese Teebeutelvariante „Teefix“ (für eine fixe Zubereitung) bzw. „Pompadour“ (in Anlehnung an die Handtasche der Madame). Bekannt wurde sie allerdings unter dem Namen „Teebombe“ als Proviant der Soldaten im Ersten Weltkrieg.

Adolf Rambold, der 1924 im Unternehmen eine Tätigkeit als Schlosser aufnahm, erfand hierzu Ende der 1920er Jahre eine Teebeutelpackmaschine, die 35 Mullbeutel pro Minute mit Tee füllen und verknoten konnte. Im Laufe des 20. Jahrhunderts wurden die Maschine sowie der Teebeutel von der Firma stetig verbessert, so dass sich das Teebeutelmaterial, die Art und Weise ihrer Faltung und ihres Verschlusses sowie die Stückzahlen pro Minute ständig weiterentwickelten.

Neben dem technischen Ausbau wurde auch an der Erweiterung der geschmacklichen Vielfalt gearbeitet. Bereits in den

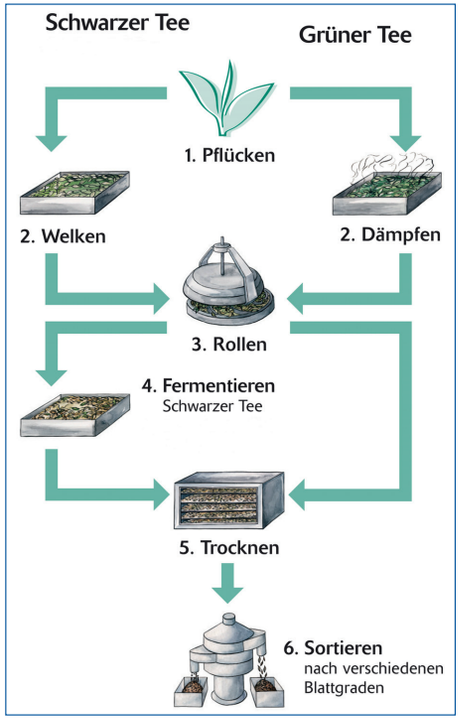

Abb. 2: Herstellung von schwarzem und grünem Tee (Quelle: Deutscher Teeverband e. V. 2012b)

1930er Jahren wurden Pfefferminz- und Apfelschalentees neben dem klassischen Schwarztee produziert. Dieses Angebot an Kräuter- und Früchtetees wurde während und nach dem Zweiten Weltkrieg aufgrund des akuten Mangels an Schwarztee erst als Ersatztee aufgebaut, innerhalb der Wirtschaftswunderjahre als „Fix“-Linie (FixButte, FixMinze, etc.) ausgebaut und schließlich zum internationalen Verkaufsschlager.

Durch die große Zerstörung des Dresdener Unternehmens während des Zweiten Weltkrieges und die Zwangsenteignung durch

die neuen kommunistischen Machthaber danach wurde 1945/46 in Viersen der Neuanfang gemacht. Aufgrund des dort ansässigen „Kaiser's Kaffee-Geschäfts" und den damit verbundenen etablierten Geschäftsbeziehungen entschieden sich die damaligen Geschäftsinhaber für die linksrheinische Mittelstadt. Durch die Erfindung des revolutionären Doppelkammerteebeutels sowie der Packmaschine „Constanta" stellte sich rasch internationaler Erfolg ein, so dass 1954 der Produktions- und Unternehmenssitz ins benachbarte Düsseldorf verlagert wurde (vgl. Abb. 3).

Kurz nach der Deutschen Wiedervereinigung, im Mai 1991, übernahm Teekanne die Teehaus GmbH in Radebeul bei Dresden und erwarb somit ihren zwangsenteigneten und verlagerten Unternehmensstamm zurück. Neben dieser Expansion fanden bereits seit 1902 regelmäßig Gründungen von Zweigniederlassungen statt, so dass Teekanne heute in Österreich, Italien, Polen, Tschechien sowie in den USA Dependancen aufweisen kann.

Abb. 3: Über allem die Teekanne: links das Johann-Wilhelm-Denkmal auf dem Marktplatz in Düsseldorf, rechts der Wallpavillon in der Zwingeranlage in Dresden. Plakat zur Eröffnung des neuen Teekannehauses in Düsseldorf, 1954 (Quelle: Teekanne GmbH 2007, S. 104)

Der Standort Düsseldorf

Das Geschäftsprinzip hat sich seit der Übernahme von Rudolf Anders und Eugen Nissle nicht verändert: Es geht nach wie vor um den Einkauf, das Veredeln und Mischen, die Verarbeitung sowie den Verkauf von Tee bzw. Kräuter- und Früchtetees. Sämtliche Arbeitsprozesse finden innerhalb des Unternehmens statt und werden strikt nicht ausgelagert. Die Arbeitsschritte für den Vertrieb von schwarzem Tee laufen am Standort Düsseldorf vom Einkauf bis zum Verkauf folgendermaßen ab:

Die Teeeinkäufer besuchen weltweit an die 200 verschiedene Teegärten. Aus ca. 150 Gärten werden dann Proben des fertig aufbereiteten schwarzen Tees per Flugzeug nach Düsseldorf geschickt. Hier beschäftigen sich zwei Tea Taster dann mit der geschmacklichen Zusammenstellung, dem sogenannten blending, der eingeschickten Proben. Da die Tea Taster mit ihrer geschmacklichen Auswahl eine große Verantwortung über Erfolg und Misserfolg haben, gehören sie zu den bestbezahltesten Angestellten des Unternehmens. Weiterhin werden die Proben im hauseigenen Labor auf unerwünschte Substanzen (z. B. Düngemittelrückstände) überprüft. Aufgrund dieser Auswahl werden dann die Einkäufe in den verschiedenen Teegärten getätigt. Die Bestellungen werden in Säcken verpackt per Containerschiff nach Rotterdam und von dort per LKW nach Düsseldorf transportiert. Hier werden die Tees gereinigt, entsprechend der Vorgaben der Tea Taster gemischt, teilweise mit Aromen versetzt (z. B. Bergamotte für Earl Grey-Tee) und in die für sie vorgesehenen Spezialcontainer verfüllt. Die Container werden dann per Rohrsystem an die Verpackungsanlage angeschlossen, um den Tee entweder lose in Pakete oder in die Doppelkammerteebeutel zu füllen. Die Teebeutel wiederum werden aromaversiegelt und in einer bestimmten Anzahl in Kartons verpackt (vgl. Abb. 4). Die „Perfecta" schafft dabei ca. 400 Teebeutel pro Minute, was sich am Standort Düsseldorf auf ca. 10 Mio. Teebeutel pro Tag summiert. Die Teebeutelpackmaschinen stellen ein weiteres Geschäftsfeld der Unternehmensgruppe dar und werden in der Nachbargemeinde Meerbusch entwickelt, hergestellt und für ca. 1,5 Mio. €/Stück verkauft.

Die Kartons fahren per Fließband ihrem nächsten Arbeitsschritt entgegen, wo sie verklebt und verschlossen sowie mit einem Mindesthaltbarkeitsdatum versehen werden. Im Folgenden werden diese haushaltsüblichen Kartons in größeren Kartons zusammengefasst, bevor sie dann im chaotischen Lagerhaltungsprinzip ins Hochregallager kommen. Bei diesem Lagerprinzip sucht sich der Computer einen passenden, freien Lagerplatz aus und platziert die Ware dort. Weil die Produkte so nur nach ihrer Größe sortiert werden, wird der Lagerraum optimal genutzt, es entsteht jedoch ein relatives Chaos, welches nur vom Computersystem überblickt wird. Von hier aus werden die Produkte dann für den Groß- und Einzelhandel entsprechend kommissioniert.

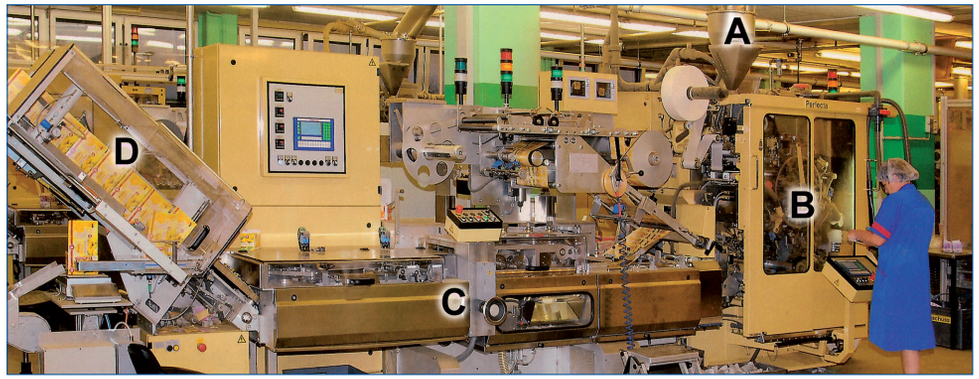

Abb. 4 Teebeutelpackmaschine „Perfecta":
(A) Der Tee wird von oben in die Ma schine geleitet;
(B) Die Teebeutel werden befüllt, ge faltet und dann mit dem typischen Faden und Schildchen verknotet;
(C) Die Teebeutel werden aromaver siegelt;
(D) Die versiegelten Teebeutel werden in Kartons verpackt
(Quelle: Teekanne GmbH 2007, S. 125; verändert)

Abb. 5: EGGG-Exkursionsgruppe bei der Werksbesichtigung am 10.09.2012. Betriebsführung durch Fr. Weissner, Firma Teekanne (Foto: Stephan Hüßler)

Die Hauptproduktionsstätte in Düsseldorf ist mit rund 800 Mitarbeitern die größte in der Firmengruppe. Sämtliche Produkte, die hier rund um die Uhr in drei Schichten produziert werden, sind jeweils im Vorhinein schon verkauft. Schätzungen zufolge liegt der Produktionsanteil der Firmengruppe bei 70 % Kräuter- und Früchtetee, 20 % schwarzem Tee, 10 % grünem Tee (vgl. Teekanne GmbH 2007, S. 135). Für den Bereich der Früchte- und Kräutertees stellt Teekanne nach eigenen Angaben den europäischen Marktführer dar.

Ausblick – Teekonsum in Deutschland

Schwarz- und Grüntee sowie Kräuter- und Früchtetees sind nicht die Lieblingsgetränke der Deutschen. Die Rangliste des Getränkeverbrauchs der Deutschen für das Jahr 2010 wird vom Kaffee angeführt (ca. 150 Liter pro Person und Jahr), darauf folgen Wasser, dann Erfrischungsgetränke, auf Platz 4 das Bier (ca. 100 l/P/a), Platz 5 die Milch und auf Platz 6 erst die Kräuter- und Früchtetees (ca. 50 l/P/a). Auf Platz 8 folgen dann schwarzer und grüner Tee (ca. 25 l/P/a) (vgl. Axel Springer AG Marktanalyse 2011, S. 1).

Aus der Pro-Kopf-Berechnung wird deutlich, dass in Deutschland hauptsächlich Aufgussgetränke konsumiert werden und dass koffeinhaltiger Tee lediglich eine Randgruppe darstellt. Diese Randgruppe lässt sich allerdings geographisch einordnen: In Ostfriesland „wird nach wie vor der meiste Tee in Deutschland getrunken" (Deutscher Teeverband e. V. 2012c, S. 4). Eine mögliche Erklärung hierfür ist die historische Verschränkung des gesamten Nordsee-Küstengebietes mit der Handelsschifffahrt und dem daraus resultierenden stetigem Zugang zu überseeischen Genussmitteln. Der Pro-Kopf-Verbrauch von Schwarztee in Ostfriesland beträgt 300 Liter, was in etwa dem 12-fachen des bundesweiten Pro-Kopf-Verbrauchs entspricht (vgl. Deutscher Teeverband e. V. 2012d, S. 3).

Von den rund 54.000 t Tee, die im Jahr 2011 nach Deutschland importiert wurden, wurde die Hälfte nach der Veredelung wieder in alle Welt exportiert. Zwar stünde die restliche Hälfte dann dem Eigenverbrauch zur Verfügung, hiervon werden allerdings nur 18.500 t verbraucht, wovon dreiviertel Schwarztee darstellen und das restliche Viertel Grüntee. Die Importstruktur nach Herkunftsländern (vgl. Abb. 6) deckt sich in etwa mit der Rangliste der Tee-Erzeugerländer, wobei knapp 7 % des Tees aus EU-Ländern re-exportiert werden. In Deutschland werden 60 % des Tees als loser Tee sowie 40 % als Teebeutel-Tee konsumiert. Der Gesamtverbrauch nach Einkaufsquellen teilt sich wie folgt auf:

- Einzelhändler und Discounter: 53 %,
- Teefachgeschäfte: 20 %,
- Gastronomie: 5 %,
- Direktversand: 4 %,
- Sonstige Vertriebsformen (z.B türkische Einzelhandelsgeschäfte in Deutschland): 14 %

(alle Zahlen gerundet; vgl. Deutscher Teeverband e. V. 2012d, S. 3 f.).

Der Markt für Kräuter- und Früchtetees teilt sich in zwei Segmente auf: Kräuter- und Früchtetees Mono (z. B. Pfefferminze, Kamille, Fenchel, Hagebutte, Hibiskus, Rooibos) sowie Kräuter- und Früchtetee Mischungen. Von den Monosorten wurden im Jahr 2011 knapp 20.000 t konsumiert; von den Mischungen etwa 16.000 t, was insgesamt der doppelten Menge an Schwarz- und Grüntees entspricht. Die Mischungen werden weiterhin in aromatisiert und nicht-aromatisiert gegliedert. Hierbei entfallen zwei Drittel des Konsums (ca. 10.000 t) auf Sorten mit aromatischen Zusatzstoffen, welche dafür sorgen, dass der Aufguss z. B. nach Bratapfel oder Spekulatius schmeckt.

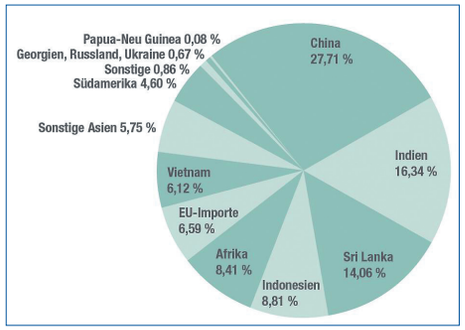

Abb. 6: Teeimporte nach Deutschland, nach Herkunftsländern 2011 (Quelle: Deutscher Teeverband e. V. 2012d, S. 9)

Im Monosortensegment gibt es ähnlich globale Importstrukturen wie bei Tee, allerdings wird die Pfefferminze, das beliebteste Aufgusskraut der Deutschen (6.000 t in 2011) in kleinen Mengen auch in Deutschland angebaut. So hat die Firma Teekanne beispielsweise eine eigene Pfefferminzplantage am Chiemsee (alle Zahlen gerundet; vgl. WKF e. V. 2012).

Abschließend kann festgehalten werden, dass sowohl die Teebranche als auch der Zweig für Kräuter- und Früchtetees entspannt in die Zukunft blicken und auf beiden Märkten, wie in den Vorjahren, ein leichtes Wachstum erwarten.

Literatur

Axel Springer AG – Marktanalyse (2011): Trend Topic Alkoholfreie Getränke. URL: http://www.axelspringer-mediapilot.de/branchenberichte/FMCG-FMCG _ 703458.html?beitrag _ id=119666, Abruf: 03.09.2012

Deutscher Teeverband e. V. (2012a): Welt Tee Karte A4. URL: http://www.teeverband.de/menu/schule/ _ download/erdkunde/WeltTeeKarteA4.pdf, Abruf: 31.08.2012

Deutscher Teeverband e. V. (2012b): Teeherstellung. URL:http://www.teeverband.de, Abruf: 31.08.2012

Deutscher Teeverband e. V. (2012c): Die Kunst des Genießens: Die gesellschaftliche Bedeutung von Tee. URL: http://www.teeverband.de/menu/presse/download/warenkunde _ 4 _ 02.pdf, Abruf: 31.08.2012

Deutscher Teeverband e. V. (2012d): Tee als Wirtschaftsfaktor. Aktuelle Zahlen, Stand August 2012. URL: http://www.teeverband.de/Jahresbericht _ 2012.pdf, Abruf: 31.08.2012

FAO – Food and Agricultural Organization of the United Nations (2003): Medium-term prospects for agricultural commodities. Projections to the year 2010. URL: ftp://ftp.fao.org/docrep/fao/006/y5143e/y5143e00.pdf, Abruf: 31.08.2012

Klohn, Werner, Andreas Voth (2010): Agrargeographie. Darmstadt

Menninger, Annerose (2004): Genuss im kulturellen Wandel. Tabak, Kaffee, Tee und Schokolade in Europa (16.-19. Jahrhundert). Stuttgart

Teekanne GmbH (2007): 125 Jahre Teekanne. Düsseldorf

WKF – Wirtschaftsvereinigung Kräuter- und Früchtetee e. V. (2012) Marktreport: Milder Winter sorgt für leichten Absatzrückgang in 2011. URL: http://www.wkf.de/article/articleview/465/1/6/, Abruf: 15.09.2012

Der Autor:

Stephan Hüßler

Stiller Weg 4

45149 Essen

Quelle:

Hüßler, Stephan (2016): "Auf die Mischung kommt es an" Einkauf, Veredelung und Vertrieb von Tee in Düsseldorf – das Unternehmen Teekanne. Bericht zur EGGG-Exkursion am 10.09.2012. In: Essener Gesellschaft für Geographie und Geologie (Hg.): Mitteilungen der Essener Gesellschaft für Geographie und Geologie. Band 2, Essen, S. 121–128