

It's Tea Time

Neue Sorten, neue Konzepte, neuer Lifestyle-Genuss – Tee ist in der Gastronomie wieder gefragt.

Rein in die Kaffeebar, schnell an der Theke das Lieblingsgetränk geordert, fünf Minuten später stehe ich mit einem To-go Becher wieder vor der Tür und kann den Weg ins Büro mit meinem morgendlichen Muntermacher, einem kräftigen Earl Grey, fortsetzen. Ja, Sie haben richtig gelesen – Tee to go. Das weltweit wichtigste Getränk nach Wasser ist in der Moderne angekommen. Das Lieblingsgetränk der Briten und Lebenselixir der Ostfriesen erfreut mit Wachstumsraten nicht nur die Industrie, sondern findet auch bei den Verbrauchern immer mehr Wertschätzung – rund 25 Liter Schwarz- und Grüntee trinkt jeder Deutsche pro Jahr (Wert 2007 lt. Deutschem Teeverband). Hinzu kommen noch jede Menge Kräuter- und Früchtetees. Dass sich Tee in Deutschland steigender Beliebtheit erfreut, liegt einerseits am anhaltenden Wellness- und Gesundheitstrend, andererseits aber auch daran, dass durch

ein positiveres, zeitgemäßeres Image des Tees auch immer mehr jüngere Leute Gefallen an dem Heißgetränk finden. Ob Tee to go, trendige Sorten und Mischungen, Ready-to-Drink Eistee in kleinen Flaschen oder pistaziengrüne Matcha-Frappés – Tee hat sein verstaubtes Image abgelegt, ohne dabei seine Tradition zu verleugnen. Auch die Gastronomie und Hotellerie setzt vermehrt auf ein starkes Teeangebot – ob zum gediegenen „Afternoon Tea“ in der Hotellobby oder das komplette Ausschank-Konzept mit passender Tasse und trendigen Sorten, lose oder im Nylon-Beutel, für die Gastronomie. Trotzdem hatte die Gastronomie (und Großverbraucher) nur einen Marktanteil von etwas weniger als fünf Prozent (4,69) am Gesamtverbrauch von 17.573 Tonnen – allerdings mit steigender Tendenz. Ein guter Beweis dafür sind gastronomische Konzepte wie Tealounges, die langsam in deutschen Großstädten Fuß fassen. Eines dieser neuen, ganz auf Tee genuss

fokussierten Gastrokonzepte finden Sie auf Seite 36/37. Dass der Gastronomie aber nicht nur mit dem einfachen Produkt zufrieden ist, zeigt das wachsende Angebot an edel gestylten Konzepten, die für den Kunden ein komplettes Paket an Geschirr, Präsentationsmöglichkeiten, Teekarten, Promotionmaterial sowie entsprechend verpackten Teebeuteln oder losem Tee bereit halten. So hat jeder größere deutsche Gastronomie-Kaffeeröster mittlerweile eine moderne Tee-Linie im Sortiment.

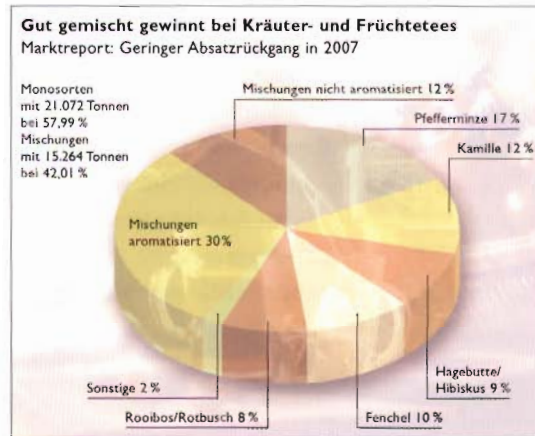
Immer stärker im Kommen und auch in der Gastronomie ein Verkaufsargument sind Tees aus kontrolliert biologischem Anbau; deren Marktanteil liegt inzwischen bei 3,9 Prozent. Manche Anbieter setzen konsequent auf Biotee, andere haben wenigstens einige Sorten in Bioqualität im Sortiment. In diesem Zusammenhang ist eine weitere, logische Entwicklung ebenfalls bemerkenswert: das Angebot an allergenfreien Teesorten. Eine Vorreiterrolle spielt hier das deutsche Unternehmen Wollenhaupt, das als einer der ersten deutschen Teehändler seine gesamte Produktion seit Anfang dieses Jahres auf allergenfreie Zutaten und ausschließlich allergenfreie Aromen umgestellt hat. Nur im Bereich der Schalenfrüchte gibt es eine Ausnahmeregelungen, dort wird durch strenge Trennung und gezielte Reinigung ein Übertragen (Kreuzkontamination) des Allergens vermieden. Das spielt vor allem bei aromatisierten Tees und Mischungen eine entscheidende Rolle. Da ein Ende des Lifestyle- und Wellnessrends nicht zu erwarten ist, kann die deutsche Teebranche positiv in die Zukunft blicken.

Doch nicht nur die Deutschen sehen die einheimische Marktentwicklung positiv. Auch die Inder haben anscheinend ein Auge auf den deutschen Markt geworfen. Sie wollen sich in Zukunft nicht mehr mit der Rolle des Teelieferanten begnügen. Einer Pressemeldung zufolge plant die in Kalkutta ansässige



Die Marktdaten des Teeverbandes für 2007 zeigen: Echter Tee in der Gastronomie hat nur einen sehr geringen Marktanteil (4,69%). Die wichtigsten Vertriebskanäle sind der Einzelhandel, der Fachhandel und die Discounter.

Kräuter- und Früchtetees in 2007 / Basis: Absatz



Bei Kräuter- und Früchtetees lagen 2007 besonders die aromatisierten Mischungen hoch in der Gunst der Verbraucher. Bei den Tees, die nur aus einer Zutat (sog. Monosorten) bestehen, führt Pfefferminze mit 17% die Hitliste an.

Arya Tea Company die Eröffnung von 150 Teebars in Deutschland. Kooperieren will sie dabei mit bereits in Deutschland ansässigen Indischen Restaurant-Ketten. Angeblich sollen bereits in den nächsten drei Monaten erste Teebars eröffnet werden. Zunächst stehen Städte wie München, Frankfurt oder Düsseldorf auf dem Expansionsplan.

Sabine Jürgenmeier / juergenmeier@coffeebusiness.de

Anzeige

Doppelt lecker

Zwei belebende Tee-Spezialitäten, mit denen das ganze Jahr über Frühling ist: **Mango Bay**, ein exotischer Früchtetee mit grünem Rooibos, und **Holunder-Traum**, ein edler weißer Tee mit duftenden Holunderblüten.



Der Tee spricht für sich
no. 30

DAS PERLT

Im asiatischen Raum und Amerika sehr beliebt, bei uns erst im Kommen: Bubble Teas. Das besondere daran sind die – teilweise bunt eingefärbten – Tapioka Perlen, die den Tee-Mixgetränken ihre Reize geben. Mocafé bietet ein Auswahl an verschiedenen Spezialitäten an, die mit oder ohne Tapioka-Perlen serviert werden können. Besonders geeignet sind die fertigen Pulvermische für die kalte Zubereitung im Blender oder im Mixer geschüttelt – Hauptsache auf Eis. Als Tea Latte Mix stehen verschiedene Grünteevarianten und Thai-Tee zur Verfügung. Die Flavoured Latte Powders umfassen diverse Fruchtaromen sowie Mandel oder Kokos. Alternativ können diese Kaltgetränke dann noch mit dunklen oder Grüntee-Tapioca-Perlen sowie Pineapple Coconut Jellys aufgepeppt werden. Strohalm rein und fertig ist das perlig-trendige Trinkvergnügen. Erhältlich bei Aristo Coffee Products unter www.aristocoffeeproducts.de



GRÜN UND TRENDY

Feinster japanischer Grüntee, als cremige Latte oder als erfrischender Matcha-Smoothie – Seasons Tea bietet mit dem Matcha-Mix einen Einstieg in die Welt der japanischen Teespezialitäten. Der Matcha-Mix besteht zu 100-Prozent aus natürlichen Zutaten und enthält keine Farb-, Geschmacks- und Aromazusätze. Er enthält lediglich japanischen Grüntee, natürlichen Zucker und Fruchtpektine. Damit ist er besonders für die Herstellung von Smoothies und Lattes geeignet. Verpackt ist der Seasons Tea Matcha-Mix im praktischen 200-Gramm-Beutel. Weitere Informationen: www.seasons-tea.de



NICHT IN DIE RÖHRE SCHAUEN

Voller Teegeschmack in Sekunden – Verity, das trinkfertige Teekonzentrat, soll es möglich machen. Das flüssige, trinkfertige Teekonzentrat kann mit kaltem, warmen und heißem Wasser gemixt werden, aber auch mit anderen Getränken. Einfach schütteln, aufreißen, eingießen und trinken. Das portionsweise abgefüllte Flüssigkonzentrat ist dank Vakuumverpackung ungekühlt mindestens ein Jahr haltbar. Verity ist in Cups erhältlich und damit auch unterwegs verfügbar. Drei Sorten – Finest Ceylon, Pure Rooibos und Fruity Hagebutte – stehen zur Auswahl. Ohne Zusatzstoffe hergestellt, besteht Verity nur aus reinem Wasser und Tee. Weitere Informationen: www.verity-tee.de oder www.teewerk.de



FEINES BIOTEE-SORTIMENT

Ein hochwertiges Teesortiment für Hotellerie und Gastronomie – komplett in Bioqualität, bietet Eilles Tee seit März an. Vom feinsten Chinesischen Grüntee der Frühjahrsplückung über grünen Darjeeling, Baroness Grey, sowie Rooibos-, Kräuter- und Früchte Tee werden alle Gästewünsche durch die acht verschiedenen Tees aus kontrolliert ökologischem Anbau abgedeckt. Alle acht Sorten werden als lose Premiumtees angeboten, sechs Sorten sind auch im pyramidenförmigen Teesäckchen, dem TeaDiamond, erhältlich. Informationen unter www.eilles-tee.de

