

Vom Manager zum Teeverkäufer

Maru Winnacker und ihr Luxus-Tee

Von Sabine Maurer, 11.02.2008



Luxus-Tee-Verkäuferin Maru Winnacker

Kelkheim (dpa) Der Tee hat es Maru Winnacker angetan. Vor zwei Jahren schmiss die in Kelkheim aufgewachsene Südkoreanerin ihren hoch bezahlten Job als «Regional Key Account Manager» bei einem internationalen Spirituosenkonzern, um Tee zu verkaufen.

Allerdings ist es nicht irgendein Tee, sondern laut Winnacker einer «im absoluten Luxusbereich». Exklusiv sind auch die Preise, der teuerste Tee in ihrem Geschäft «Seasons Tea» kostet pro 25 Gramm fast 15 Euro.

Der Verkauf der Luxus-Tees läuft, und zwar viel besser, als es sich die 28-Jährige je hätte träumen lassen. «Ich kriege sogar Fanpost», erzählt die junge Frau lächelnd. Ihr Geschäft begann Winnacker damit, dass sie mit ihrem Mini zu den Feinkosthändlern Deutschlands fuhr und diese von ihren Tees mit den klangvollen Namen wie Assam Hunwal, Jasmine Silver Tips oder China Rose Tea probieren ließ.

Unter den Gourmets sprach sich der Name der exklusiven Teemarke schnell herum. Die Firma mit Sitz in Berlin wuchs daraufhin so rasant, dass Winnacker gar nicht mehr wusste, wo sie die ganzen Pakete stapeln sollte und notgedrungen ihre Wohnung als Lager nutzte.

Mittlerweile hat sie für ihre elf Teesorten auch einen Vertriebspartner in der Schweiz gefunden, in den nächsten Jahren will sie «Seasons Tea» in Russland und in England bekanntmachen. «Die Engländer trinken ganz schrecklichen Tee», findet Winnacker, die als Dreijährige von einem Kelkheimer Ehepaar adoptiert worden waren.

Ihr Vater Eckard Gerlach lebt heute noch in dem Taunus-Ort und fungiert für seine Adoptivtochter als Tester. «Er ist ein sehr kritischer Tee-Fan. Wenn ich ihn überzeugen kann, dann auch jeden anderen», meint Winnacker.

Eigentlich hatte sie ursprünglich in seine Fußstapfen treten und Physikerin werden wollen. Doch die lebhaftige Frau entschied sich dann doch für ein Betriebswirtschafts-Studium bei einer European Business School, anschließend begann sie eine Karriere im Vertrieb des Spirituosenkonzerns.

Doch dort ging ihr alles zu langsam voran, sie wollte etwas eigenes machen. Ein Freund, der in Asien Teegärten besucht und begeistert von deren Qualität war, brachte sie schließlich auf die Idee mit dem Teegeschäft. «In Deutschland gibt es zwar viele Tees, aber außer uns nichts im absoluten Luxusbereich», ist sie überzeugt.

Gemeinsam mit dem Freund gründete Winnacker schließlich 2006 «Seasons Tea». Sie ist die Geschäftsführerin und vom Marketing bis zum Vertrieb für alles zuständig. Unterstützung bekommt sie von Studentinnen. Immer wieder ist sie auf der Suche nach ungewöhnlichen Luxusprodukten rund um das Thema Tee.

So bietet sie zum Beispiel Teeblumen an, die sich beim Aufbrühen öffnen. Im kommenden Frühjahr will sie einen «Matcha» auf den Markt bringen. Er besteht unter anderem aus pulverisiertem Grüntee und wird mit Wasser verrührt, darauf kommt aufgeschäumte Milch. «Er sieht aus wie ein Café Latte in grün», schwärmt sie.

Weitere Informationen im Internet:

» www.seasonstea.com