



OSTFRIESISCHE TEE GESELLSCHAFT
Presseinformation

**Aktueller denn je: Tee
Tasse für Tasse im Trend**

Man lädt heute bei besonderen Anlässen zum stilvollen klassischen Nachmittagstee – ebenso gern genießt man im Alltag immer neue Teevarianten in trendiger Aufmachung, zum Beispiel „to go“. Tee ist Top-Thema für Sterne-Köche und Bar-Profis. Auch vom entspannten Wochenende für die Schönheit bis zur gesundheitsfördernden Wellnesskur geht heute nichts mehr ohne den passenden Tee. Im Internet boomen die Tee-Blogs, Zeitschriften widmen ihm Lifestyle-Seiten. Deutschlandweit wie international entfaltet sich eine moderne, vielfältige und ideenreiche Teekultur.

Dabei ist in keinem Land der Welt die Teeauswahl so groß wie hier in Deutschland. Deutsche Teetrinker sind zu Trendsettern geworden, die einerseits Klassiker zu schätzen wissen, sich andererseits besonders aufgeschlossen, neugierig und genussfreudig auf neue Zutaten und Zubereitungen einlassen. Kein Wunder, dass die Nachfrage nach den immer zahlreicher werdenden Kräuter- und Früchtetee-Mischungen sowie nach aromatisierten Teesorten 2010 um knapp sechs Prozent gestiegen ist.

Von Purismus bis Opulenz:

Auswahl ist angesagt

Sehr beliebt sind bei uns derzeit Tees mit exotischer Note. Zu den asiatisch inspirierten Favoriten gehören hier zum Beispiel Sorten mit Ingwer oder Zitronengras. Vor allem jüngere Genießer begeistern sich für Geschmacksrichtungen, die orientalische Tee-Traditionen aufnehmen.



Wir machen mehr aus Tee.

Zwei typische Beispiele: „Amun-Tee“ von Meißner mit den Aromen Ägyptens – Granatapfel, Hibiskus, würziger Honig – und „Sweet Chai“ von Milford, dessen geschmackliche Fülle ein Bukett aus Vanille, Gewürznelken, Kardamom und Zimt bestimmt.

Aber auch Schwarztee-Klassiker werden wieder entdeckt, etwa der mit Bergamotte aromatisierte Earl Grey. Ebenso finden nicht aromatisierte Tees wie Darjeeling wieder mehr Liebhaber. Hier zeigt sich ein Trend zu naturreinen Geschmacksnoten und ursprünglichen, unverfälschten Produkten – der puristische Gegenpol zur orientalischen Opulenz. In den letzten Jahren ist auch der Grüntee immer beliebter geworden, ebenso wie seit den neunziger Jahren der Rotbusch- oder Rooibos-Tee. Absolut angesagt bei Früchte- und Kräutertees: Heimische Zutaten. Der spritzige Geschmack des Apfels, der sich mit der Süße von reifen Birnen verbindet, traditionsreiche Teekräuter aus Bauerngärten: Viele moderne Teetrinker entdecken gern das Altbewährte neu.

Für die kommende kalte Jahreszeit, in der besonders gern Tee getrunken wird, gibt es spezielle Kompositionen, die warm und würzig verwöhnen, wenn es draußen friert und der Neuschnee glitzert. Da schmeckt es mal nach flinken Schlittschuh-Runden über gefrorene Seen, mal nach gemütlichen Stunden am Kamin. Zum Beispiel mit „Schneewunder Kirsche-Marzipan“ von Meißner oder mit „Sternenglanz“, „Eismärchen“ und „Wintergenuss“ von Milford.

Cool und kulinarisch – was Tee so in der Küche kann

Dass Tee belebend und inspirierend wirken kann, ist lange bekannt. Neu ist, dass Tee inzwischen auch in Küchen und Bars für Genuss und Stimmung sorgt. Eisgekühlt ist er derzeit *die* angesagte Cocktailzutat in Bars. In feinen Restaurantküchen wird mit Tee mariniert, pochiert und sogar über Teeblättern geräuchert. Es gibt hin und wieder sogar

Spitzenköche, die ganze Menüs auf bestimmte Teearomen hin komponieren.

Da ist es selbstverständlich, dass gepflegte Teekultur auch außerhalb der Bars und Restaurantküchen ein Muss ist. Bestellte man früher einfach nur Tee im Restaurant oder Café, bekam man automatisch Schwarztee. Heute darf man endlich präzisere Wünsche äußern und auswählen. Frühstücksbüfets in Hotels bieten inzwischen oft zehn, zwölf und mehr Teesorten an, darunter neben mehreren Schwarztees und den Klassikern Kamille oder Pfefferminz noch Grüntee- und Rooibos-Sorten.

Auch bei den Speisen, die Tee begleiten, hat sich eine köstliche Vielfalt und kulinarische Kultur entwickelt. Da gibt es zum einen die wieder entdeckte Freude an großen Torten, aber auch an aufwändig zubereiteten süßen Kleinigkeiten: an Knusprigem aus Nüssen und Kernen oder zarten Petits Fours, an bunten Macarons und Designer-Cupcakes, an kleinen Brioches und Mini-Babas au Rhum. Zum anderen zelebriert man die pikanten Tea-time-Klassiker nach englischer Tradition und ergänzt sie durch neue Kreationen und raffinierte Snacks der internationalen Küche. Im „Meißner Momentum“ in der Hamburger HafenCity zum Beispiel werden neben britischem Afternoon-Tea mit Scones und Clotted Cream, neben französischem Schokoladenkuchen und Wiener Torten auch Lachs- und Schinken-Sandwiches oder Pita-Brote mit Thunfisch oder Truthahn mit scharfer Cranberry-Soße serviert.

Tea-time? Eigentlich immer!

Der Tag hat 24 Tee-Stunden

Tee begleitet die Konsumenten durch den Tag und ist Ausdruck eines Lebensstils, der mehr von Genuss und Muße geprägt ist denn durch Hektik und Eile. Je nach Tageszeit und Anlass wechseln dabei die Vorlieben – es gibt eben für jeden Moment den passenden Tee-Genuss.

Vormittags greifen die Verbraucher eher zu Kräuter- und Früchtetees, nachmittags bevorzugen sie schwarzen Tee.

Schwarzer Tee schlägt in den Verkaufsstatistiken mit einem Marktanteil von 25 Prozent zu Buche, Kräuter- und Früchtetees machen die restlichen 75 Prozent aus. Letztere werden zu 10 Prozent lose aufgebrüht, zu 90 Prozent im Beutel. 26 Liter trinkt jeder Deutsche im Durchschnitt pro Jahr, wobei es deutlich mehr Teekennerinnen als Teekenner gibt.

Tee-Genuss ist also eher eine weibliche Domäne. Und vor allem jüngere Frauen zeigen viel Interesse am Probieren und Experimentieren. Für sie soll Tee eine kleine Auszeit und Wohlgefühl bringen. Man will sich etwas Besonderes gönnen und genießt ihn auch gern in Gesellschaft. Deshalb kommen bei ihnen Tees gut an, die erholsame Momente und Ruhepausen in den Alltag bringen oder eine fröhliche Gästerunde verwöhnen. Da eignen sich beispielsweise Wohlfühl-Tees wie „Entspannung – Hopfen-Melisse“, „Erfrischung – Minze-Lemongras“ oder „Purer Genuss Orange-Minze“.

Trends setzen: Insights von Insidern

Es gibt zeitlose Genüsse – und Tees gehören dazu. Und es gibt zeittypische Genüsse – auch dafür sind Tees typisch. Zum Beispiel aktuelle Mischungen, die beliebte Gerichte begleiten, zu den neuesten Cocktails passen oder Zeitstimmungen wie den „Lifestyle of Health and Sustainability“ widerspiegeln. Bei der Ostfriesischen Tee Gesellschaft (OTG) wird diesen Entwicklungen Rechnung getragen: Einerseits stehen die All-Time-Favoriten im Sortiment zur Verfügung, andererseits wird in Dreijahresrhythmen etwa ein Drittel des Angebots umgestaltet: mit Produktinnovationen, die aktuelle Trends setzen. Zwanzig Prozent des Umsatzes werden mit Kreationen erwirtschaftet, die jünger als drei Jahre sind.

„Wir verfolgen alle Entwicklungen – oder besser: Wir sind ihnen zumeist voraus“, erläutert Annemarie Leniger von der Ostfriesischen Tee Gesellschaft. „Tee ist ein belebendes Produkt, und der Teemarkt ist ein lebendiger Markt. Abwarten und Tee trinken kann hier also nicht die Devise sein. Es geht darum, zu erkennen, frühzeitig zu handeln, kreativ auf sich wandelnde Verbraucherbedürfnisse einzugehen. Schließlich heißt unser Motto: Wir machen mehr aus Tee.“

November 2011

Die Ostfriesische Tee Gesellschaft im Überblick

Die 1907 gegründete Ostfriesische Tee Gesellschaft Laurens Spethmann GmbH & Co. KG nimmt mit ihren Top-Marken Meßmer, MILFORD und Onno Behrends eine Spitzenposition im deutschen Markt ein. Das Unternehmen erwirtschaftete 2010 einen Umsatz von über EUR 250 Millionen. Jährlich vermarkten die OTG und die weiteren Tochterunternehmen der Laurens Spethmann Holding (LSH) 11 Milliarden Teebeutel. Alle Tochterunternehmen gemeinsam repräsentieren das Geschäftsfeld Tee in der LSH und erwirtschaften damit derzeit rund 75 Prozent ihres Gesamtumsatzes.

Kontakt:

Ostfriesische Tee Gesellschaft
Laurens Spethmann GmbH & Co. KG
Am Bauhof 13-15
21218 Seevetal
Telefon: 04105 504-480
Fax: 04105 624-0
E-Mail: pr@lsh-ag.de

Muth Kommunikation
Hopfensack 19
20457 Hamburg
Telefon: 040 307070720
Fax: 040 307070701
E-Mail:
melanie.hansen@muthkomm.de