

Neu: Selfcare by Meßmer

Mit neuer Range die jungen Zielgruppen aktivieren

Seevetal, Juni 2026. Meßmer bringt eine neue Range auf den Markt, die den Megatrend Selfcare mit Tee genuss verbindet: „Selfcare by Meßmer“. Die sechs Sorten wurden in enger Zusammenarbeit mit Vertreter:innen der Gen Z entwickelt – von Rezeptur bis Verpackungsdesign. Sie sind somit genau auf die Lebenswelt und die emotionalen Bedürfnisse der 18- bis 29-jährigen Käufer:innen zugeschnitten und laden mit klaren Botschaften zu einem Moment der Selbstfürsorge und des Innehaltens ein. Damit positioniert sich die Traditionsmarke weiter konsequent als genussvoller Begleiter im Alltag und erschließt neues, zukunftsrelevantes Käuferpotenzial für den Handel.

Neue Käufergruppe, echter Zusatzumsatz

Für die Gen Z ist Selfcare kein Luxus, sondern gelebter Alltag. Ein Großteil der 18- bis 29-Jährigen sucht aktiv nach Wegen, emotional und mental für sich zu sorgen. Die Gen Z macht aktuell 9,9 Prozent der FMCG-Shopper aus – mit einer Käuferreichweite von über 75 Prozent in der Tee-Kategorie (Quelle: Yougov D-gesamt, bis 29-Jährige, Gesamtjahr 2025). Hier liegt ein erhebliches Wachstumspotenzial, das „Selfcare by Meßmer“ gezielt als Zusatzumsatz aktiviert.

Die sechs Sorten der neuen Range sind durchgängig in Bio-Qualität und passend zu den unterschiedlichen Alltagsroutinen der Generation Z entwickelt. Ob „Slow morning“, „Warm hug“, „Off mode“, „Me time“, „Lovely day routine“ oder „Cosy time“ – alle genussvollen Tees laden zu einem kurzen Check-in mit sich selbst ein, eine kleine, alltagstaugliche Unterbrechung zum Innehalten und Durchatmen.

„Wir haben uns gefragt: Was braucht die Gen Z? Deshalb haben wir sie direkt in die Entwicklung eingebunden – vom Design bis zur Rezeptur. So ist ‚Selfcare by Meßmer‘ mit sechs Sorten entstanden, die zu den Alltagsroutinen junger Menschen passen. Die Marktdaten bestätigen – hier steckt echtes Wachstumspotenzial für den Handel.“, so Annemarie Leniger, Geschäftsführerin der Ostfriesischen Tee Gesellschaft.

Die „Selfcare by Meßmer“ Range im Überblick





Slow morning: Bio Grüner Tee mit Lemongras und Matcha

Warm hug: Bio Kräutertee mit Hibiskus und mit dem Geschmack nach Erdbeer-Vanille und einem Hauch Zimt

Off mode: Bio Kräutertee mit Kamille und dem Geschmack nach Vanille

Me time: Bio Kräutertee mit Brennesseln, Minze und Orangenöl

Lovely day routine: Bio Kräuter-Früchtetee mit Minze und dem Geschmack nach Heidelbeere

Cosy time: Bio Kräutertee mit Schwarzem Tee und Gewürzen wie Zimt, Kardamom und Ingwer

Verpackung als Kaufimpuls am POS

Auch das moderne, frische Verpackungsdesign wurde maßgeblich von der Gen Z mitbestimmt. In sanften Pastellfarben und mit reduziertem Erscheinungsbild gestaltet, lädt es zum Stöbern und Verweilen am Teeregal ein. Auf jedem Umbeutel gibt es ein paar Zeilen Platz für einen Check-in für jeden selbst. Als Inspiration haben die Etiketten Fragen, die zum Nachdenken einladen.

Zielgruppenrelevante Kampagne in der Teesaison

Ab Oktober 2026 startet eine reichweitenstarke Kampagne mit 200 Mio. geplanten Bruttokontakten. Für die Kampagne werden Influencer:innen eingebunden. Die Ausspielung erfolgt auf Streamingplattformen, auf relevanten Webseiten und Apps sowie auf Social Media Plattformen. Die Kampagne wird um Plakate in Großstädten ergänzt. Der gesamte Kampagnenlook sorgt auch am POS für Aktivierung.

Die sechs Sorten der neuen Range „Selfcare by Meßmer“ sind ab 1. Juli für 2,69 € im Handel sowie im Meßmer Online-Shop unter www.messmer.de erhältlich. Eine Packung enthält jeweils 16 Teebeutel.

Für weitere Informationen wenden Sie sich bitte an:

Gaby Beuck

segmenta communications

Neumühlen 1 - 22763 Hamburg

Mobil: 0172 2 66 77 99 - E-Mail: beuck@segmenta.de

Über Meßmer

Seit über 170 Jahren gilt Meßmer (eine Marke der Ostfriesischen Tee Gesellschaft) mit mehr als 100 Teesorten als Spezialist für herausragenden Tee Genuss. Inspiriert durch unterschiedliche Kulturen und Tee-Rohwaren aus aller Welt schaffen die Meßmer Tee-Experten einzigartige Tee-Kreationen für verschiedenste Vorlieben. Ob traditionelle Tee-Klassiker, exotische Geschmackskompositionen, Bio-Tees oder innovative Produktkonzepte für unterwegs – „Meßmer macht meinen Moment“ und sorgt mit jeder Tasse Tee für ein bisschen mehr Gelassenheit im Alltag.



Ein nachhaltiger Umgang mit Ressourcen liegt der Marke besonders am Herzen, denn Tee ist ein Naturprodukt, dessen Anbau und Qualität stark von klimatischen und ökologischen Bedingungen abhängen. Verantwortung fängt für Meßmer bereits im Ursprung des Tees an – und bei den Menschen, die ihn anbauen und ernten, sodass Meßmer heute ein umfangreiches Produktsortiment aus nachhaltigem Anbau anbietet. Derzeit stammen ca. 70 Prozent der Rohwaren aus zertifiziertem Anbau (z.B. Fair for Life, Rainforest Alliance), bis 2030 soll dieser Anteil auf 100 Prozent steigen. Als Familienunternehmen ist Meßmer die Verbesserung der Arbeits- und Lebensbedingungen der Teeanbauer und ihrer Familien besonders wichtig. Hierzu setzt die Marke auf gezielte Unterstützung vor Ort und engagiert sich seit Jahren in verschiedenen Projekten mit starken Partnern wie beispielsweise UNICEF und der Ethical Tea Partnership.