

Ralf Janecki (rechts im Bild) wollte mal Sport und Politik studieren und Lehrer werden. Dass der 40-Jährige heute als Teehändler die Welt bereist, war nicht geplant. Seinen Eltern passte beides nicht: In der Familie wird mit Kaffee gehandelt. Der ältere Bruder ist in Hamburg Geschäftsführer bei einem großen Importhändler, und so ähnlich hatten sie sich das auch für den Jüngeren gedacht. Der Junior schlug einen anderen Weg ein, als er mit 20 Jahren zu Hause in Lüneburg aufbrach.

Von Lutz Peter Kaubisch

Die Wanderjahre führten Janecki ins Teeland Großbritannien und von dort nach Indien. Er sah die Plantagen von Assam und Darjeeling, probierte später das Leben in China, Japan und Sri Lanka. Er lebt jetzt mit der Familie in Bremen; dort hat er sich vor drei Jahren selbstständig gemacht. Janeckis Teekontor im Speicher I in der Überseestadt gilt etwas in der Branche. Das Geschäft mit der exklusiven Eigenmarke „Althaus“ läuft gut und auch die „Pure Tea“-Sorten mit dem Bio-Siegel, die die junge Firma ausschließlich im Internet handelt, verkaufen sich blendend. Umsatzziel dieses Jahr: 2,5 Millionen Euro. Es geht voran.

Janecki ist vergangene Woche aus Moskau zurückgekommen, mit einem Lieferrauftrag über 80 Paletten „High-End-Quality“; das sind 20 Tonnen Tee vom Feinsten. Verkaufswert: 200.000 Euro. Der Bremer kommt rum in Ost-Europa. Was Janecki und Partner Rainer Schmidholz anbieten, gibt's nicht im Supermarkt. „Es ist wie mit erlesenem Wein“, vergleicht er. „Wir bekommen täglich 200 bis 300 Muster auf den Tisch, aus allen Anbaugebieten. Nur der Tee, der hier in Bremen von uns für gut befunden wird, kommt auf die Einkaufsliste – für den geben wir auf den Auktionen in Mombasa, Kalkutta oder Colombo ein Gebot ab. Das machen unsere Zwischenhändler.“ Qualitätsmerkmale seien Farbe, Geruch und Geschmack, und die seien abhängig vom Ursprungsland, vom Anbaugelände, der Pflanzzeit und auch vom Erntedatum. Am Ende entscheidet Janeckis jahrelang trainierte Nase: „Riechen macht 90 Prozent aus; der Rest ist schlürfen.“ Die Zunge bestätigt den ersten Eindruck.

Althaus-Tee gibt's in 86 Sorten. Der renommierte Ratskeller in Bremen und Hotels wie das Park Hyatt in Hamburg, das Sacher in Wien und das Grand Hyatt im philippini-

ZUM THEMA

Teeland Deutschland

„Eine Kaffeetrinkernation zu höherem Tee-Konsum zu motivieren, ist die Herausforderung“, sagt Jochen Spethmann, Vorsitzender des Deutschen Teeverbandes. Er kennt die Zahlen und das Geschäft. Der Hamburger leitet die Laurens Spethmann Holding, zu der Deutschlands größtes Kontor, die Ostfriesische Tee Gesellschaft, zählt. Weltweit wurden 2006 zirka 3,5 Millionen Tonnen Tee produziert. Der Deutsche Kaffeeverband gibt für diesen Zeitraum die Produktion von 7,3 Millionen Tonnen an – mehr als das Doppelte. Keine Chance für den Teehandel, dagegen anzubringen? Spethmann und Ralf Janecki rücken die Zahlen zurecht: Auf einen Liter Wasser kämen zehn Gramm Tee; für dieselbe Menge Kaffee würden 40 Gramm verpulvert. „Die Ergiebigkeit zählt mit.“

Deutschland hat im vergangenen Jahr die Position als Drehscheibe des internationalen Teehandels weiter ausgebaut. Das Importvolumen wird die Rekordmarke von 2006 voraussichtlich übertreffen; damals holten die Händler knapp 47.000 Tonnen ins Land, meist aus China und Indien. Ursprungsländer wie Sri Lanka und Kenia folgen dahinter; das Besondere an diesen Ländern ist, dass sie nahezu ihre gesamte Ernte auf den Exportmarkt bringen, während die Chinesen und Inder einen Großteil für sich behalten.

Die Deutschen gelten was in der Verarbeitung und Veredelung von Tee. Er wird vor allem nach Großbritannien, in die USA und Russland exportiert. Die Ausfuhr stieg vergangenes Jahr auf einen Spitzenwert von 25.000 Tonnen. Tee-Hauptstadt des europäischen Kontinents ist Hamburg; im Hafen der Hansestadt werden 70 Prozent der deutschen Importe abgewickelt. „Im Gegensatz zur internationalen Entwicklung bleibt der Inlandsmarkt aber ein schwieriges Geschäft“, räumt Jochen Spethmann ein. Der Eigenverbrauch stagniere bei zurzeit 17.530 Tonnen, und der Pro-Kopf-Verbrauch habe sich auf zuletzt knapp 25 Liter im Jahr eingependelt. Die Kaffeetrinker gönnten sich 146 Liter.

Wichtigste Einkaufsquelle für Tee sind der Lebensmittel-Einzelhandel und die Discounter mit einem Anteil von knapp 60 Prozent vor den Tee-Fachgeschäften (18,1 Prozent). 60 Prozent des Tees würden als lose Ware gekauft, 40 Prozent als Aufgussbeutel. Der Inlandskonsum konzentriert sich auf Norddeutschland. Nach wie vor stellen die Ostfriesen am häufigsten den Wasserkessel auf den Herd.

schen Manila bestellen davon. Die Zahl der illustren Kunden steigt. Sie ist überschaubar im globalen Geschäft mit den Blättern des immergrünen Strauchs aus der Gattung der Kamelien. Die Erntemenge von *Camellia sinensis* und *Camellia assamica*, so lauten die botanischen Namen, wird auf zurzeit 3,6 Millionen Tonnen weltweit beziffert. Die Deutschen brühten vergangenes Jahr zirka 18.000 Tonnen Tee auf. „Es ist das meist getrunkenste Getränk nach Wasser“, sagt Janecki. Und die Russen kämen mehr und mehr auf den Geschmack der Tees, die er aussuche.

Koffer voller Dollar

Ausgerechnet Russland: Der Norddeutsche staunt bis heute, wie rasant sich die Geschäftsbeziehungen dorthin entwickelt haben und wie er 1989 das erste Mal mit dem Land zu tun bekam. „Ich war im zweiten Lehrjahr bei Wollenhaupt in Reinbek vor Hamburg. Die Firma zählt zu den Marktführern im Import und Export von Tee. Ich lernte Groß- und Außenhandelskaufmann, und als die Mauer fiel und die Grenzen geöffnet wurden, lernte ich, wie Handel funktioniert. Wir sind nach Moskau gefahren, haben die gelben Seiten durchgeblättert und rumtelefoniert. Wir haben in Lebensmitteläden Etikettenaufkleber studiert und dann bei den Firmen geklingelt, um denen Tee aus Deutschland anzubieten. Es hat nicht lange gedauert, und dann führen die ersten Lkw bei uns vor. Die kamen mit Koffern voller Dollar durch die Tür. Es war eine abenteuerliche Zeit.“

Janecki war vorm Abenteuer Osteuropa dem ungeschriebenen Gesetz gefolgt, an das sich jeder hält, der es im Beruf zu etwas bringen will: „Du brauchst sieben Jahre, bis du etwas vom Tee verstehst. Bei mir begannen sie nach dem Abitur mit einem Praktikum in Südengland, bei der Lawrie Plantations Service Ltd., einem der größten Teeplantagenbesitzer der Welt. Ich hatte bis dahin

so viel Ahnung von Tee wie viele in der Folklorezeit der Achtziger: Wir tranken Earl Grey und schlürften uns durch die Friedensbewegung. Als ich nach Kent kam, wurde ich ‚Pot-Boy‘ und war dafür zuständig, den Verkostern immer wieder aufzugießen, 200 bis 300 Tassen am Tag. Anschließend musste ich die Spucknapfe reinigen. Dann habe ich von morgens bis abends Muster verpackt und weltweit verschickt. Irgendwann hab' ich von Tee geträumt.“

Janecki wurde gepackt von der Idee, es den Fachmännern, den „Tea-Tastern“, gleichzutun. Die Lehre in Reinbek bedeutete das Privileg, die klassischen Anbaugelände kennenzulernen: das Hochland in Kenia, die Plantagen in China – und die im Norden Indiens: Assam und Darjeeling. „Der Champagner unter den Tees“, schwärmt Janecki. Er selbst bevorzugt einen „Milk-Oolong“ aus der chinesischen Provinz Fu-

jian. Der Tee ist „Fine Twisted“: So nennen sie in der Branche Sorten mit eng gerollten Blättern. Die für den Oolong aufgebrochenen Pflanzenzellen werden nur kurz dem Oxidationsprozess in feuchter Luft ausgesetzt. Das macht ihn zum halbfermentierten Tee und schafft das spezifische Aroma. Schwarzer Tee wird länger fermentiert, grüner gar nicht. „Mal riechen?“ Janecki geht ein paar Meter suchend am Verkostungstisch entlang. Schmidholz und er haben ein Tea-Tasting vorbereitet.

Der Tisch im Allerheiligsten des Handelskontors ist acht Meter lang und aufwändig präpariert. Janecki wird sich 56 Sorten vornehmen. Schmidholz und er haben vorher jeweils zwei Hände voll Tee auf ein Blatt Papier geschüttet; da-

hinter reihen sich die Metall Dosen, davor die Taster-Cups – Trinkschalen mit Tassenfiltern und Deckeln aus weißem Porzellan. Für jede Schale werden exakt 2,86 Gramm „Infusion“ zum Aufbrühen abgewogen. „Hier: Milk Oolong“, sagt Janecki und greift nach einer Probe. „So was bekommt man nicht oft vor die Nase.“ Es riecht so, dass man sich vorstellen kann, auf Kaffee zu verzichten.

Janecki hat viele Tees probiert. Er hat Geruchs- und Geschmacksschubladen in seinem Gedächtnis für sie eingerichtet, „vielleicht an die 300 bis heute“. Das sei nicht schlecht; eine Kunst sei das nicht. Die Kunst der Teehändler sei es, das Aroma, den „Flavour“ eines Tees, sowie dessen „Character“ nach dem Probieren zu konservieren. „Zum Beispiel der Frühlings-Darjeeling hier; der stammt aus Puttabong“, zeigt Janecki auf eine weitere Probe. „Etwas ganz Feines. Der wird nur auf ein paar Hundert Hektar angebaut. Solch eine Ernte reicht nicht lange. Wir mischen die Tees deshalb, wir ‚blenden‘ sie. So kreieren wir aus den jedes Jahr unterschiedlichen Qualitäten in Aussehen und Geschmack gleichbleibende Sorten. Das ist ein bisschen wie mit dem Mischen von Farbe, wobei man dabei allerdings immer über die gleichen Grundtöne verfügt.“

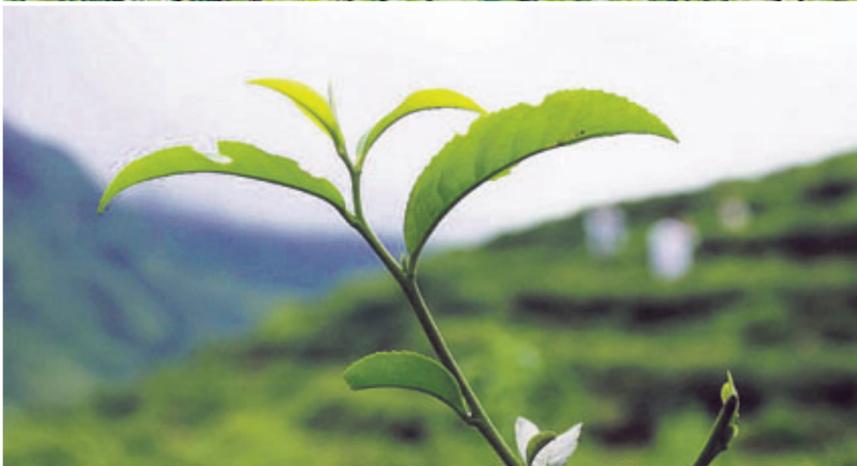
Rauchen ist tabu

Die Lehrjahre seien nie vorbei, erzählt Janecki, der Tee-Mann. Um dazuzulernen, zog er vor zehn Jahren nach Bremen, nahm die Stelle bei Ronnefeldt an, einem Handelsunternehmen mit Sitz in Frankfurt und Worpelwe, das auch das Tee-Handelskontor in der Hansestadt betreibt. Er wurde Senior-Verkoster. Er war verantwortlich für den Einkauf und die Qualitätskontrolle. „Der Beruf verlangt gewisse Opfer: Rauchen, scharfe Gewürze, harte Alkoholika oder auch Kaffee sind tabu, weil das die Geschmacksnerven beeinträchtigt.“

Eine Verkostung beginnt mit Wasser kochen. Der Tee zieht genau fünf Minuten, danach beginnt ein für Außenstehende spektakuläres Ritual. Es wirkt nicht gerade beruhigend, wie Janecki die einzelnen Sorten zunächst erschnüffelt, dann im Sekundentakt zu den Trinkschalen greift, sich den Inhalt laut schlüpfend hinter die Binde kippt und so schnell wieder von sich speit, dass man denkt, Tee sei das Letzte, wonach ihm zu Mute ist. Janecki lacht. Alles bestens, versichert er. „Das Schlürfen führt die Aromen an die Nase heran und mehr Sauerstoff in den Mund. Das steigert die Geschmacksempfindlichkeit.“ Tee sei jeden Morgen immer wieder das Erste, wonach ihm zu Mute sei, fügt er hinzu. „Aber trinken Sie mal 300 Tassen davon am Tag.“



Der Tee-Mann



Die Deutschen sind eine Kaffeetrinker-Nation. Wenn sie wüssten, wie Tee schmecken kann, würden viele vom Glauben abfallen, glaubt Ralf Janecki (rechts beim „Tea-Tasting“). Der Lüneburger ließ sich nach den Lehr- und Wanderjahren in Bremen nieder und machte sich vor drei Jahren selbstständig. Das junge Unternehmen gilt etwas in der Branche. FOTOS: CHRISTIAN KOSAK (3), ALTHAUS-TEE (2)