

Die Doppelkammer-Revolution

Mit dem neuartigen Teebeutel gelang der Durchbruch, heute ist Teekanne in Deutschland Marktführer. Statt abzuwarten und Tee zu trinken, versucht das Düsseldorfer Unternehmen, Trends lieber selbst zu setzen: Der nächste soll eine Maschine sein.

VON MARCEL KLEIFELD

DÜSSELDORF Fünf Ereignisse waren für Teekanne besonders prägnant. Im Ersten Weltkrieg wurden die Soldaten an der Front mit sogenannten Teebomben versorgt. 1929 kam dann der erste Aufgussbeutel auf den Markt. Der 1949 entwickelte Doppelkammer-Teebeutel revolutionierte das Geschäft: Erstmals wurde der Tee in zwei aneinandergeliebte Filterpapier-Kammern gefüllt und beim Aufguss von allen Seiten mit Wasser umspült – der Durchbruch für das Düsseldorfer Unternehmen. 2014 eröffnete Teekanne dann die nach eigenen Angaben modernste Produktionshalle Europas. Zudem brachte man eine Teemaschine heraus, die aus Kapseln Tee brüht.

Marketingchef Jesper Petersen nennt diese Ereignisse Meilensteine in der Historie des Unternehmens. Diese Entwicklung honorierte die Jury des Wettbewerbs „NRW – Wirtschaft im Wandel“. Das Unternehmen zählt zu den 20 Preisträgern.

Firmensitz des 1882 gegründeten „Stammhaus Seelig & Hille“ war zunächst Dresden. 1888 wurde der Begriff „Teekanne“ gesetzlich geschützt. 1898 übernahmen Rudolf Anders und Eugen Nisslé die Geschäfte. Seitdem befindet sich das Unternehmen in Familienbesitz. Mit der Marke „Teefix“ wurde es bekannt. Doch kurz vor Ende des Zweiten Weltkrieges erlitt die Zentrale in Dresden schwere Schäden. Es folgte der Umzug nach Viersen, 1954 dann der nach Düsseldorf-Heerdt.

Hier soll auch weiterhin das „Teekanne“-Herz schlagen. Die neue Produktionshalle ist ein Bekenntnis zur Stadt. „Wir setzen das Zeichen, dass wir an den Standort Düsseldorf glauben“, hieß es bei der Eröffnungsfeier. Die Halle steht stellvertretend für die Nachhaltigkeits- und Effizienzbemühungen des Unternehmens. Das Gebäude ist auf Umweltentlastung ausgerichtet und mit einer energetisch optimierten Hülle ausgerüstet. Bis zu drei Milliarden Teebeutel werden hier hergestellt. Die gesamte Unternehmensgruppe produziert mehr als sieben Milliarden Teebeutel pro Jahr.

Der Brutto-Umsatz der Teekanne-Gruppe lag im Geschäftsjahr 2013/14 bei rund 420 Millionen Euro. Weltweit arbeiten für das Unternehmen 1500 Personen, etwa 800 davon am Standort in Düsseldorf.

450 Produkte zählen zum Angebot. Klassiker wie Minze, Kamille und Earl Grey verkaufen sich nach wie vor besonders gut. Beliebt sind auch Neuheiten wie Türkischer Apfel, Innere Ruhe und Heiße Liebe. Der Teemarkt sei von Neuheiten geprägt, sagt Marketing-Chef Jesper Petersen. Daher sei entscheidend, dass Konsumenten aus einer „vielfältigen Produktpalette innovativer Produkte“ auswählen könnten.

Europa ist der Hauptabsatzmarkt der Düsseldorfer. Neben Deutschland verkaufen sich die Produkte in Ländern wie Österreich, Italien und Spanien besonders gut. Auch in Japan, Israel und den USA ist die Teekanne-Gruppe vertreten.



Minze gehört noch immer zu den beliebtesten Teesorten. Wenn die Doppelkammer-Beutel in der modernen Anlage in Düsseldorf-Heerdt produziert und abgepackt werden, kann man das weit über die Halle hinaus riechen. FOTO: ANDREAS ENDERMANN

Tennis-Legende Steffi Graf wirbt seit vielen Jahren für das Familienunternehmen und hat dessen Bekanntheit verstärkt. Für die Zukunft hat Teekanne große Ziele. „Wir möchten den Teemarkt durch Innovationen und ein erweitertes Produktangebot zu einem von Genuss geprägten Markt weiterentwickeln“, sagt Petersen. Zudem wolle man die Teemaschine voranbringen und international wachsen. Es soll nicht bei fünf Meilensteinen bleiben.



Ein gemeinsames Projekt von

Deutschland
Land der Ideen

RHEINISCHE POST

In Kooperation mit Deutsche Bank

