

Frankfurter Allgemeine

ZEITUNG FÜR DEUTSCHLAND

Montag, 23. August 2010 - Nr. 194/34 R1

HERAUSGEGEBEN VON WERNER D'INKA, BERTHOLD KOHLER, GÜNTHER NONNENMACHER, FRANK SCHIRRMACHER, HOLGER STELTZNER

2,00 € D 2955 A F.A.Z. im Internet: faz.net

Das Unternehmernesspräch: Jan-Berend Holzapel, Mitinhaber der J.T. Ronnefeldt KG

„Tee ist einfach ein fantastisches Produkt“

Das Teehandelshaus Ronnefeldt verkauft ausschließlich handgepflückten Tee. Wichtigste Abnehmer sind Spitzenhotels.

FRANKFURT, 22. August
Zur Begrüßung serviert Jan-Berend Holzapel erst einmal einen Tee. Et was anderes wird auch nicht getrunken in dem 1823 gegründeten Teehandelshaus Ronnefeldt im Frankfurter Stadtteil Bockenheim. „Kaffee trinken ist bei uns ein Kündigungsgrund“, sagt der Juniorchef und Mitinhaber halb im Scherz, halb im Ernst. Zum Äußersten kam es bislang noch nicht, allein schon deshalb, weil der Tee für alle Mitarbeiter kostenlos ist. Wer nicht vorher schon Tee-Liebhaber war, wird es hier. Die Kaffeeküchen heißen bei Ronnefeldt Teeküchen. Schon von weitem sind die vielen Teesiebe zu sehen, die neben der Spüle auf ihren nächsten Einsatz warten. Denn aufgebührt wird ausschließlich loser, großblättriger Tee. Gibt sich ein Besucher als Teebeutel-Käufer zu erkennen, verzicht Holzapel angewidert das Gesicht.

Ronnefeldt verarbeite ausschließlich von Hand gepflückte Blätter, betont Holzapel, nur so seien die Unterschiede zwischen den verschiedenen Sorten zu schmecken. Wichtigster Abnehmer sind Vier- und Fünf-Sterne-Hotels in aller Welt. Das war nicht immer so. Als in den siebziger Jahren sein Vater Frank Holzapel bei Ronnefeldt anfang, belieferte das Unternehmen auch Supermärkte und die Bundeswehr mit Tee. „Die Firma stand damals finanziell nicht gut da“, erzählt Jan-Berend Holzapel. „Deshalb traf mein Vater die Entscheidung, sich auf das Premium-Segment zu konzentrieren. Auch wenn dadurch eine Million Mark Umsatz wegfiel.“ Heute gehe es Ronnefeldt finan-

ziell gut. Rund 20 Millionen Euro Jahresumsatz standen zuletzt in den Büchern, zur Höhe des Gewinns schweigt der Unternehmer. „Nachhaltig profitabel“ sei das Unternehmen. „Als Mittelständler habe ich ohnehin nicht so den Wachstumsdrang. Außerdem sind wir zu alt, um unseren Umsatz jedes Jahr zu verdoppeln.“

Derzeit befindet sich das Unternehmen in einer Übergangsphase: Der 37 Jahre alte Jan-Berend Holzapel übernimmt immer mehr Arbeit und Verantwortung von seinem 71 Jahre alten Vater. Das Tagesgeschäft liegt schon in seinen Händen. Ein vorgezeichneter Weg, wie er sagt. „Ich habe mir schon meinen Führerschein damit verdient, dass ich am Förderband gestanden und Tee verpackt habe.“

Seine Ausbildung absolvierte er in Wien – „es war die einzige Gelegenheit, mal in einer anderen Stadt zu leben“ –, aber schon während seines Studiums der Handelswissenschaften arbeitete er für Ronnefeldt. In den Semesterferien reiste Holzapel durch die Teegärten in Indien und China, „drei Monate ohne fließend Wasser und Strom“, um sich mit der Ware Tee vertraut zu machen. Gegen Ende des Studiums pendelte er zwischen Wien und Dubai, wo er für Ronnefeldt den arabischen Markt erschloss. Nein, er habe nie gegen die Allgegenwärtigkeit des Tees in der Familie rebelliert, sagt er, „es ist einfach ein fantastisches Produkt“.

An diesem Morgen trinkt Holzapel einen „Milky Oolong“ aus der chinesischen Provinz Fujian, „halb fermentiert“, wie der Unternehmer selbstverständlich hinterherzieht, eine Mischung zwischen grünem und schwarzem Tee. Eine von insgesamt 300 Sorten im Ronnefeldt-Sortiment. Die wichtigsten Teegärten liegen in Indien, China und Japan, bevorzugt im Bergland. Je nach Lage werden die einen Meter hohen Teepflanzen mal alle zwei Wochen, mal auch nur alle sechs Monate geerntet. Die Einkäufer von Ronnefeldt bekommen jedes Mal einige Teeblätter geschickt, um über Kauf oder Nicht-Kauf zu entscheiden. Die Ware wird anschließend



Foto Frank Röck

Das Unternehmen

1823 gründete Johann Tobias Ronnefeldt das Teehandelshaus J.T. Ronnefeldt KG in Frankfurt. Das Unternehmen verkauft von Hand gepflückten, losen Tee aus Anbauländern wie Indien und China. Seit 1993 wird der Tee nicht mehr in Frankfurt, sondern in Worpsswede sortiert und verpackt. Dort arbeiten 60 der insgesamt 120 Mitarbeiter. Verkauf wird der Tee über den Fachhandel und in Hotels. 100 Gramm kosten bis zu 100 Euro. Zuletzt erwirtschaftete Ronnefeldt rund 20 Millionen Euro Jahresumsatz.

nach Worpsswede nahe Bremen verpackt, wo sie sortiert und verpackt wird. Die Preise beginnen bei 3 Euro je 100 Gramm, können jedoch je nach Sorte auch 100 Euro erreichen.

Im Moment sei Grüner Tee wieder sehr gefragt, erzählt Holzapel, vor einigen Jahren habe es eine regelrechte Rooibos-Wellen gegeben. Letztlich unterliege auch Tee der Mode. „Wenn die ‚Brigitte‘ einen Artikel schreibt, welcher Tee gerade in ist,

Der Unternehmer

1975 stieß Frank Holzapel zum Unternehmen, 1984 übernahm er es. Er hält noch immer den größten Teil der Anteile, um das Tagesgeschäft kümmert sich jedoch sein Sohn, der 37 Jahre alte Jan-Berend Holzapel. Er hat Handelswissenschaften in Wien studiert. Seit 2002 arbeitet Holzapel im Unternehmen, seit 2005 ist er Mitinhaber. Holzapel hat zwei Kinder, zwei und sechs Jahre alt. Er hofft darauf, dass eines von ihnen später einmal das Traditionsunternehmen weiterführen will.

dann spüren wir das sofort.“ Generell profitiere das Unternehmen von der allgemeinen Wellness-Begeisterung, die auch Männer auf Geschäftsreisen morgens im Hotel Tee statt Kaffee bestellen lässt – so berichten es zumindest die Hoteliers.

Hotels, vor allem jene im hochpreisigen Segment, gehören zu den wichtigsten Kunden von Ronnefeldt. Regelmäßig schickt das Unternehmen Service-Mitarbeiter von Hotels in Frankfurt, damit die-

se „Tea Times“ zelebrieren können. Auch Seminare zum Thema „Kochen mit Tee“ seien gefragt, berichtet Holzapel. Sorge, dass die traditionell eher ältere Tee-Kundschaft langsam, aber sicher aussterben könnte, hat Holzapel nicht. „Auch in Berliner Szenebars wird Tee getrunken.“

Im Fachhandel, der zweiten wichtigen Verkaufssäule, gebe es ähnliche Verschiebungen. Zwar beobachtet auch Holzapel, dass allerorten alteingesessene Teehänd-

ler schließen. Vielen davon trauert er nicht nach. „Ich war nie ein Freund davon, Tee zusammen mit Räucherstäbchen und Baströckchen zu verkaufen“, sagt er in Anspielung auf esoterisch angehauchte Geschäfte. Lieber sieht er es, wenn ein Schokoatelier Ronnefeldt ins Sortiment aufnimmt. Im Frankfurter Einkaufszentrum „My Zeil“ hat Ronnefeldt kürzlich einen eigenen Laden eröffnet, kein zusätzlicher Vertriebsweg, mehr ein Vorseigeobjekt, Holzapfels Vorstellung von einem modernen Teegeschäft.

„Ich war nie ein Freund davon, Tee zusammen mit Räucherstäbchen und Baströckchen zu verkaufen.“

In Deutschland sieht Holzapel kaum noch Wachstumsmöglichkeiten, allenfalls durch einen Internetshop, über den das Unternehmen bislang noch nicht verfügt. „Tee ist ein beratungsbedürftiges Produkt – aber nur beim Erstkauf. Für Nachbestellungen ist das Internet eine tolle Plattform, vor allem für Menschen, die auf dem Land leben.“ Abgesehen davon konzentriert sich Holzapel ganz darauf, das Auslandsgeschäft auszuweiten. 40 Prozent des Jahresumsatzes erwirtschaftet das Unternehmen schon jetzt im Ausland, der Anteil soll weiter steigen. „In China gibt es noch viele Fünf-Sterne-Hotels, in denen wir noch nicht vertreten sind“, sagt der Juniorchef.

„In Deutschland trinkt ein Viertel der Bevölkerung Tee, aber 90 Prozent trinken Kaffee.“ Holzapels vage Schätzung untermauert der Deutsche Teeverband mit Zahlen. 25,5 Liter Tee trinkt man hierzulande pro Jahr und Kopf, in anderen Ländern ist es deutlich mehr. Die Länder-Rangliste führt Kuwait mit 246 Litern an, gefolgt von Irland und Großbritannien. Jan-Berend Holzapel übertrifft diese Größenordnungen gleichwohl bei weitem. Drei Liter Tee trinke er an einem Tag. Zum Wachwerden einen „First Flush Darjeeling“, am Vormittag den „Milky Oolong“, nachmittags dann gerne einen Jasmintee und abends vor dem Einschlafen einen Kräutertee. Manchmal aber, da geht selbst der überzeugte Teetrinker und -verkäufer fremd: „Nach einem richtig schönen Essen, da trinke ich auch gerne mal einen Espresso.“

JULIA LÖHR