

Tee als Wirtschaftsfaktor

Aktuelles Zahlenmaterial

Herausgeber: Deutscher Teeverband e.V., Hamburg

Stand: Mai 2006



Deutscher Teeverband e.V.

Herausgeber:
Deutscher Teeverband e.V.
Sonninstraße 28
20097 Hamburg
Tel.: 040-23 60 16-34
Fax: 040-23 60 16-10
tee@wga-hh.de
www.teeverband.de

Tee als Wirtschaftsfaktor

Vorbemerkung

Die Daten und Zahlen hat der Deutsche Teeverband e.V., Hamburg, nach eigenen Erhebungen ermittelt. Weiterhin haben Informationen des Statistischen Bundesamtes sowie des International Tea Committee (Annual Bulletin of Statistics), London, in das Zahlenmaterial Eingang gefunden.

Die genannten Zahlen beziehen sich – soweit nicht anders ausgewiesen – auf den „echten“ Tee (*Camellia sinensis*). Hierunter fallen schwarzer Tee sowie grüner Tee.



Foto von Anna Pavliuk, 2. Platz im Fotowettbewerb „Tea goes Art“ des Deutschen Teeverbandes e.V.



Tee als Wirtschaftsfaktor

Tee aus Deutschland weltweit gefragt

INLANDSABSATZ MIT LEICHTEM PLUS

Exportweltmeister Deutschland wird auch beim Tee seinem guten Ruf gerecht: Erstmals wurde mehr als die Hälfte des 2005 importierten Tees hierzulande veredelt und als hochwertige Spezialität wieder ausgeführt. Dabei setzen vor allem Amerikaner, Russen und die Teetrinkernation England auf Tee-Qualität „Made in Germany“. Als Motor des Exports erwies sich Grüntee – das Trendgetränk der Wellness-Welle – mit einem Zuwachs von fast 25 Prozent. Auch mit dem Inlandsgeschäft ist die deutsche Teewirtschaft insgesamt zufrieden: „In einem sehr schwierigen Marktumfeld konnten wir das Absatzvolumen mit einem Plus von 1 Prozent auf hohem Niveau halten“, sagt Jochen Spethmann, Vorsitzender des Deutschen Teeverbandes. Damit hat sich die Teewirtschaft überproportional zum Markt entwickelt, der laut GfK im Bereich Heißgetränke 2005 ein Absatzminus von 5 Prozent ausweist. Über 18.000 Tonnen Tee wurden 2005 in Deutschland verkauft, durchschnittlich knapp 25,5 Liter Tee genießt jeder Bundesbürger pro Jahr.

EINKAUFSQUELLEN: FACHGESCHÄFTE VOR DISCOUNTERN

Rekordhalter im Wettbewerb der Regionen sind unverändert die Ostfriesen: Sie gelten als anspruchsvollste Teetrinker der Nation und bringen es beim Pro-Kopf-Verzehr auf stattliche 288 Liter. Damit liegt Ostfriesland weltweit auf Platz vier hinter Irland (328 Liter), Libyen und Katar. Wichtigste Einkaufsquelle bleibt der klassische Lebensmittel-Einzelhan-

del mit einem gegenüber dem Vorjahr nahezu unveränderten Marktanteil von 41,8 Prozent (7.562 Tonnen). Den zweiten Platz konnten sich die Tee-Fachgeschäfte erobern, die ihren Marktanteil gegenüber dem Vorjahr um fast 2 Punkte auf 18,1 Prozent (3.274 Tonnen) ausbauten und damit die Discounter (18,0 Prozent, 3.256 Tonnen) knapp auf Platz 3 verwiesen. Hier scheinen die kompetente Beratung und die Breite des Spezialitäten-Sortiments eine wichtige Rolle zu spielen.

Favorit in der Gunst der deutschen Verbraucher ist nach wie vor Schwarztee mit 77 Prozent (Vorjahr 81 Prozent); auf Grüntee entfallen 23 Prozent (Vorjahr 19 Prozent). Die Verschiebung zugunsten von Grüntee geht nach Einschätzung der Teewirtschaft nicht zuletzt auf den Weißen Tee zurück, der als Spezialität entdeckt und vermehrt nachgefragt wurde. Bei der Wahl zwischen losem Tee und Aufgussbeutel bleibt die Relation unverändert bei 60 zu 40 Prozent.

DEUTSCHLAND IST INTERNATIONALE DREHSCHLEIBE

Die weltweite Tee-Wirtschaft richtete 2005 ein besonderes Augenmerk auf Deutschland: Im Februar fand hier auf Einladung des Deutschen Teeverbandes die Internationale Tee-Fachkonferenz statt, bei der sich Vertreter der Ursprungsländer über die Entwicklungen in der EU-Gesetzgebung informierten. Im September 2005 folgte mit dem „Tea & Coffee Worldcup“ in Hamburg eine beeindruckende Leistungsschau der internationalen Tee- und Kaffee-Wirtschaft. Ebenfalls im September

Tee als Wirtschaftsfaktor



wurde Jochen Spethmann zum Präsidenten des European Tea Committee gewählt, dem Dachverband der europäischen Teewirtschaft, der seit Juni 2004 in der Hansestadt Hamburg seinen Sitz hat.

Die besondere Reputation der deutschen Unternehmen im internationalen Markt resultiert aus der hohen Qualität der hierzulande veredelten Tees. Deutsche Tea-Taster genießen Weltruhm für ihr Know-how bei der Entwicklung von neuen Mischungen und Geschmacksrichtungen sowie ihr gutes Gespür für Erfolg versprechende Trends – in einem zunehmend unter Innovationsdruck stehenden Markt für Heißgetränke ein deutlicher Wettbewerbsvorteil. Hinzu kommt die traditionell enge und vertrauensvolle Zusammenarbeit der deutschen Unternehmen mit den Partnern in den Ursprungsländern.

Im Geschäftsjahr 2005 legte der Tee-Export aus Deutschland mit 22.127 Tonnen (Vorjahr 21.637 Tonnen) um 2,3 Prozent zu und setzt damit den seit mehreren Jahren positiven Trend ungebrochen fort. Von den 41.691 Tonnen Gesamteinfuhr nach Deutschland wurde damit mehr als die Hälfte hierzulande veredelt und anschließend exportiert. Daraus ergibt sich eine Inlandsverfügbarkeit von 19.564 Tonnen bei einem Eigenverbrauch von 18.091 Tonnen. Die Differenz von rund 1.500 Tonnen erklärt sich nach Aussage des Teeverbandes aus zum Jahreswechsel vorhandenen und damit im Verbrauch noch nicht erfassten Lagerbeständen.

Als wichtigstes Lieferland für Deutschland hat China im vergangenen Jahr Indonesien

abgelöst. Knapp ein Fünftel (8.225 Tonnen) der eingeführten Tees stammen aus dem Reich der Mitte. Dies ist nicht zuletzt auf die hohe Nachfrage nach Grüntee zurückzuführen. Auf den Plätzen drei und vier folgen die klassischen Ursprungsländer Indien (6.216 Tonnen, knapp 15 Prozent Anteil) mit leichtem Zuwachs und Sri Lanka (5.246 Tonnen, 12,6 Prozent), das erstmalig eine rückläufige Tendenz seines Marktanteils hinnehmen musste und im Ergebnis in etwa das Niveau von 2003 erreichte. „Indien und Sri Lanka spielen für uns als Lieferanten hochwertiger Tees nach wie vor eine dominierende Rolle“, betont Spethmann.

INDIEN BLEIBT GRÖSSTER PRODUZENT, KENIA MIT HÖCHSTEM EXPORTANTEIL

Insgesamt wurden im Berichtsjahr weltweit 3.376.013 Tonnen Tee produziert – das entspricht einem Wachstum von 7,2 Prozent. Tee bleibt damit nach Wasser das beliebteste Getränk der Welt. Rund 46 Prozent der weltweiten Tee-Erzeugung waren für den Export bestimmt. Der größte Produzent ist Indien – in den weltberühmten Anbaugebieten Assam, Darjeeling, Dooars und Nilgiri wurden 927.984 Tonnen (Vorjahr 820.216 Tonnen) produziert. Davon verblieb allerdings der größte Teil im Lande, 180.000 Tonnen gingen in den Export. Den ersten Platz als Exporteur hält nach wie vor Kenia: Von 328.584 Tonnen Tee gelangte mit 314.559 Tonnen fast die gesamte Ernte auf den Weltmarkt. Der internationale Teehandel ist für das afrikanische Land ein bedeutender Wirtschaftsfaktor. Umso mehr erfüllen die Folgen der langen extremen Trockenheit vor Ort die kenianische

Tee als Wirtschaftsfaktor

A large, stylized illustration of a tea plant with several long, pointed leaves and a small bud at the top, rendered in a light green color. It is positioned on the right side of the page, partially overlapping the title and the text.

Teewirtschaft, aber auch die internationalen Märkte mit Sorge. Ernteausfälle haben bereits zu deutlichen Preissteigerungen vor allem im angelsächsischen Raum geführt.

TEE BEDIENT AKTUELLE VERBRAUCHERWÜNSCHE

Mobiler Genuss, Gesundheit aus der Tasse, grenzenlose Geschmacksvielfalt – es gibt kaum einen aktuellen Verbrauchertrend, den Tee nicht bedient. „Tee hat sein etwas antiquiertes Image endgültig abgelegt und avanciert zum Trendgetränk der Szene“, fasst Jochen Spethmann die Entwicklungen in internationalen Metropolen wie Shanghai, Moskau und New York zusammen. Tea-Lounges sind Treffpunkte der urbanen Szene, und fast täglich entstehen neue Ideen rund um das zweitälteste Getränk der Welt: In den USA ist es Vodka mit Tee-Geschmack, in China „Whisky-Grüntee“ und die Franzosen stehen auf Fancy-Drinks wie Tee mit Pfeffer und Paprika. Schwarzer Tee mit leichter Schokoladen-Note gilt (noch) als Geheimtipp, Eistee – nach Original-Rezept – oder auch der indische Gewürzklassiker Chai sind die Wiederentdeckungen der letzten Jahre.

Die deutsche Teewirtschaft ist daher optimistisch, sich in dem schwierigen Marktumfeld der Heißgetränke auch zukünftig gut behaupten zu können: „Wir stehen für exzellente Qualität sowie hohe Innovationskraft und bedienen damit optimal die aktuellen Verbrauchervünsche“, fasst Jochen Spethmann zusammen. Der Wellness-Aspekt – Tee ist kalorienarm und reich an wertvollen Inhalts-

stoffen – sowie der exotische Zauber der unterschiedlichen Herkunftsländer sind weitere Erfolgsfaktoren, mit denen die deutsche Teewirtschaft speziell auch jüngere Verbraucher anspricht.

Tee als Wirtschaftsfaktor

Der deutsche Teemarkt – Importe und Exporte Deutschland

| | 2004 | 2005 |
|--|-----------------|-----------------|
| Einfuhren nach Deutschland: insgesamt | 43.403,2 Tonnen | 41.691,4 Tonnen |
| Ausfuhren aus Deutschland: insgesamt | 21.637,0 Tonnen | 22.127,3 Tonnen |
| Inlandsverfügbarkeit: insgesamt | 21.766,2 Tonnen | 19.564,1 Tonnen |
| Eigenverbrauch: insgesamt | 17.912,0 Tonnen | 18.091,0 Tonnen |

Quelle: Deutscher Teeverband e.V.

Tee als Wirtschaftsfaktor

Import-/Exportentwicklung Deutschland 2001 – 2005

| | Import | Export | Inlandsverfügbarkeit |
|------|------------|------------|----------------------|
| 2001 | 37.756,7 t | 17.272,2 t | 20.484,5 t |
| 2002 | 41.829,1 t | 18.697,6 t | 23.131,5 t |
| 2003 | 45.782,6 t | 18.752,0 t | 27.030,6 t |
| 2004 | 43.403,2 t | 21.637,0 t | 21.766,2 t |
| 2005 | 41.691,4 t | 22.127,3 t | 19.564,1 t |

Quelle: Statistisches Bundesamt

Die aufgeführten Werte weichen – bedingt durch nachträgliche Korrekturen des Statistischen Bundesamtes – von dem gemeldeten Vorjahresergebnis ab.

Tee als Wirtschaftsfaktor

Importe nach Herkunftsländern in 2004 und 2005

| Herkunftsland | 2004 | Anteil in % | 2005 | Anteil in % |
|--|-------------------|---------------|-------------------|---------------|
| China | 7.756,7 t | 17,87 | 8.224,7 t | 19,73 |
| Indonesien (Java, Sumatra) | 7.833,7 t | 18,04 | 7.572,1 t | 18,16 |
| Indien (Assam, Darjeeling, Dooars, Nilgiri) | 6.105,1 t | 14,07 | 6.216,3 t | 14,91 |
| Sri Lanka (Dimbula, Nuwara-Eliya, Uva) | 5.723,8 t | 13,19 | 5.245,8 t | 12,58 |
| Vietnam | 3.255,6 t | 7,50 | 3.131,6 t | 7,51 |
| Südamerika (Argentinien, Brasilien, Chile, Ecuador, Peru, Venezuela) | 2.387,1 t | 5,50 | 3.062,6 t | 7,35 |
| Afrika (Burundi, Ghana, Kenia, Liberia, Malawi, Mosambik, Sierra Leone, Simbabwe, Süd-Afrika, Tansania, Togo, Ruanda) | 3.453,1 t | 7,96 | 2.607,9 t | 6,26 |
| Sonstige Asien (Bangladesch, Hongkong, Iran, Japan, Malaysia, Nepal, Republ. Korea, Singapur, Taiwan, Thailand, Türkei) | 1.913,5 t | 4,41 | 1.819,0 t | 4,36 |
| EU-Importe (Belgien, Dänemark, Frankreich, GB, Italien, Niederlande, Österreich) | 621,1 t | 1,43 | 1.480,6 t | 3,55 |
| Georgien, Russland, Ukraine | 1.150,1 t | 2,65 | 879,2 t | 2,11 |
| Papua-Neuguinea | 802,3 t | 1,85 | 489,1 t | 1,17 |
| Sonstige (Re-Importe für spätere Exporte, Veredelung) | 2.401,1 t | 5,53 | 962,5 t | 2,31 |
| Gesamt | 43.403,2 t | 100,00 | 41.691,4 t | 100,00 |

Quelle: Statistisches Bundesamt

Tee als Wirtschaftsfaktor


Der internationale Teemarkt im Jahr 2005

| | Weltproduktion | Exporte | Anteil Exporte an Weltproduktion | Eigenverbrauch |
|------|----------------|-------------|----------------------------------|----------------|
| 2001 | 3.041.048 t | 1.388.640 t | 45,7% | 1.652.408 t |
| 2002 | 3.056.026 t | 1.422.952 t | 46,6% | 1.633.074 t |
| 2003 | 3.096.707 t | 1.378.739 t | 44,5% | 1.717.968 t |
| 2004 | 3.150.580 t | 1.496.218 t | 47,5% | 1.654.362 t |
| 2005 | 3.376.013 t | 1.557.614 t | 46,1% | 1.818.399 t |

Quelle: Annual Bulletin of Statistics, International Tea Committee, London 2005

Tee als Wirtschaftsfaktor

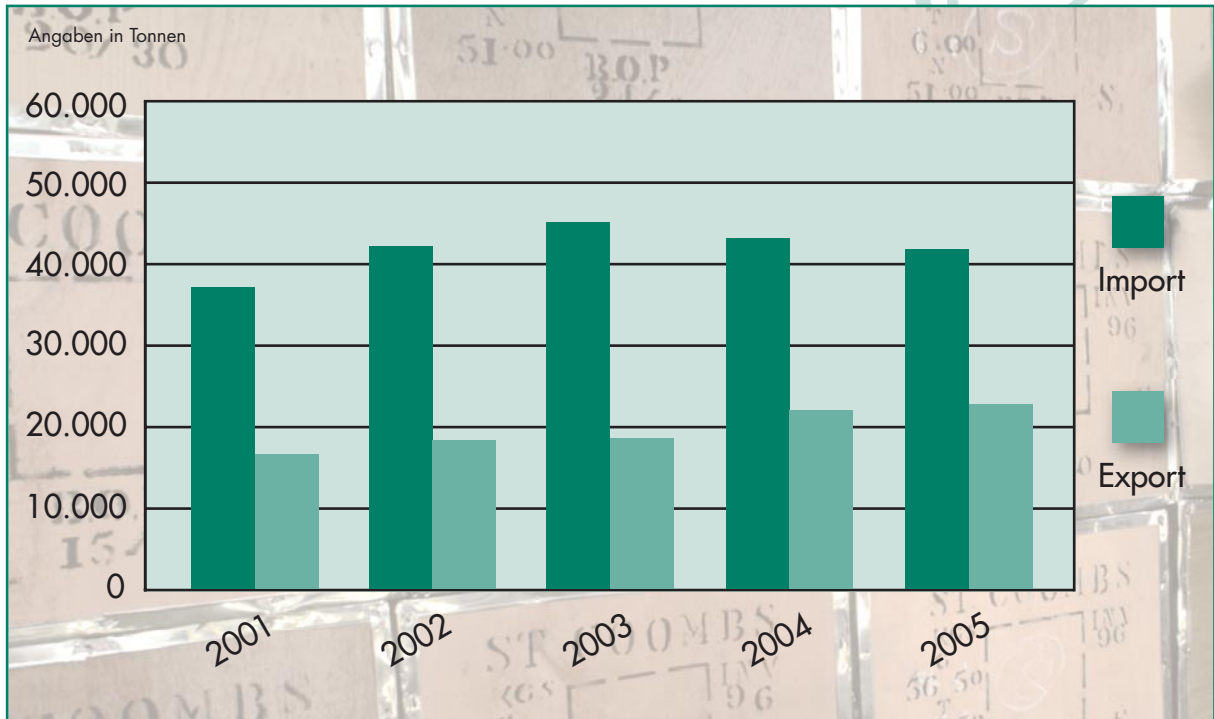
Die wichtigsten Erzeugerländer 2004 und 2005

| | | Teeproduktion | | davon Exporte | |
|---|------------|---------------|-----------|---------------|-----------|
| | | 2004 | 2005 | 2004 | 2005 |
|  | Indien | 820.216 t | 927.984 t | 179.000 t | 180.000 t |
|  | China | 785.000 t | 870.000 t | 279.498 t | 286.341 t |
|  | Sri Lanka | 308.089 t | 314.778 t | 290.652 t | 298.766 t |
|  | Kenia | 324.609 t | 328.584 t | 292.704 t | 314.559 t |
|  | Indonesien | 165.000 t | 164.191 t | 96.000 t | 101.000 t |

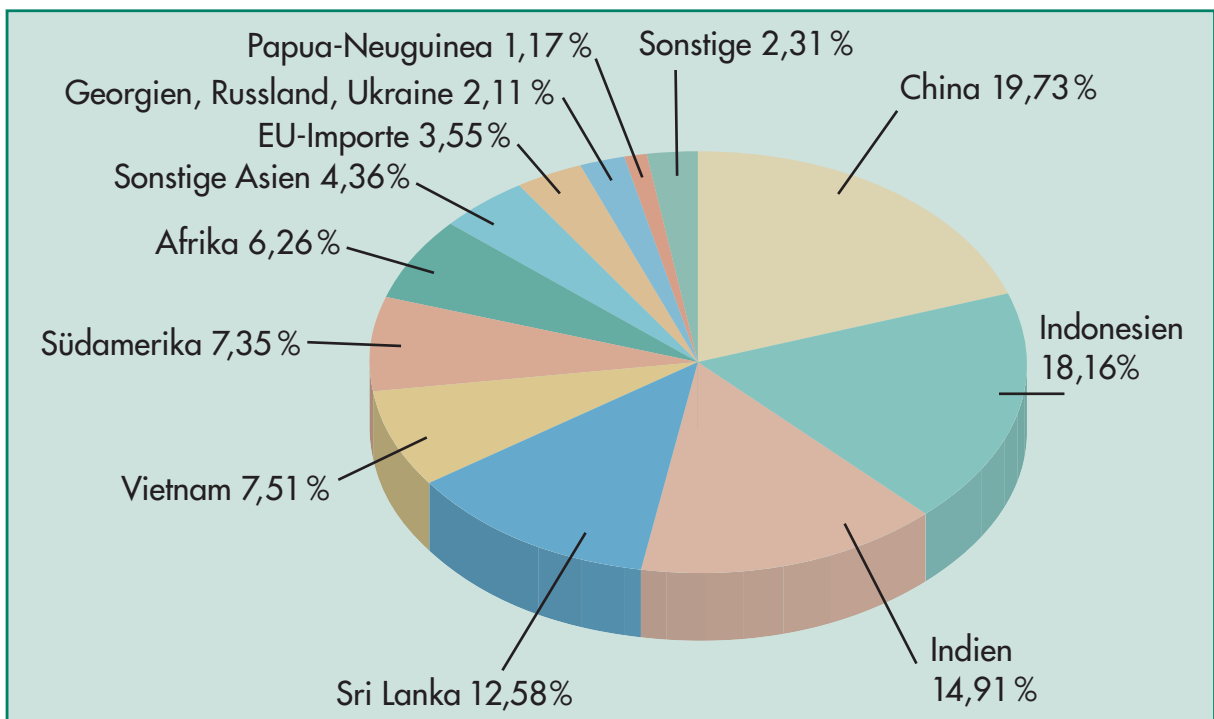
Quelle: Annual Bulletin of Statistics, International Tea Committee, London 2005

Tee als Wirtschaftsfaktor

Import-/Exportentwicklung Deutschland 2001–2005

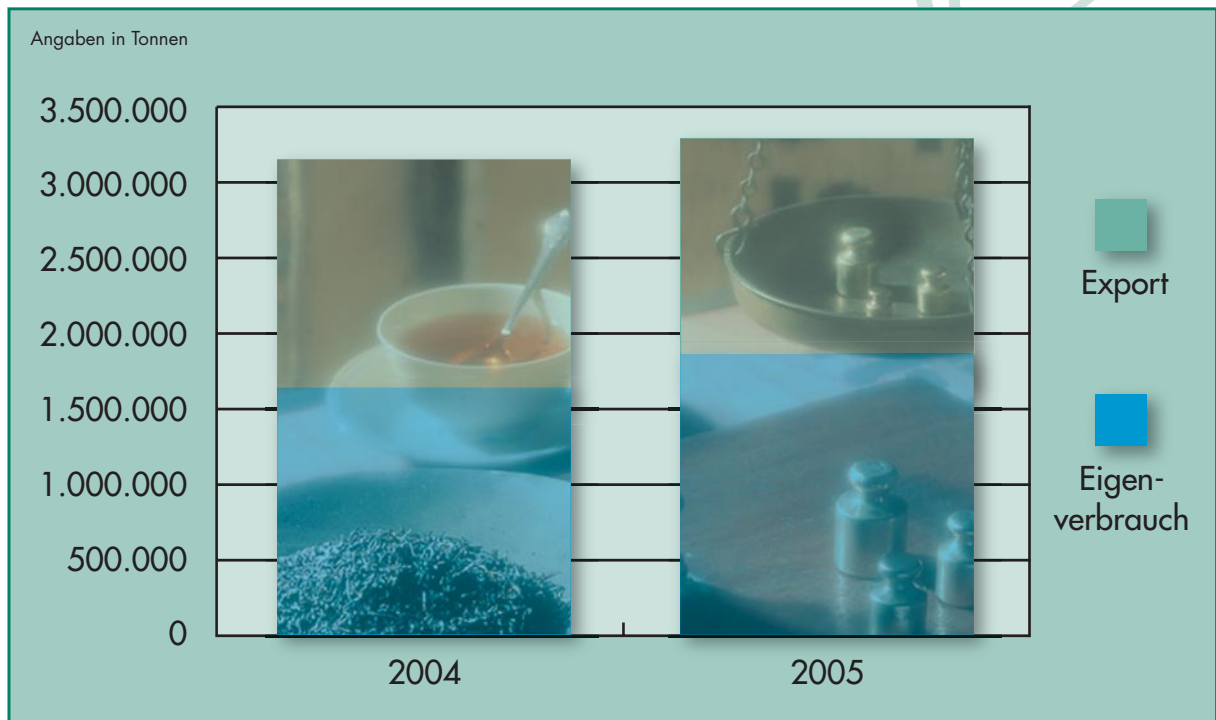


Importe nach Herkunftsländern in 2005

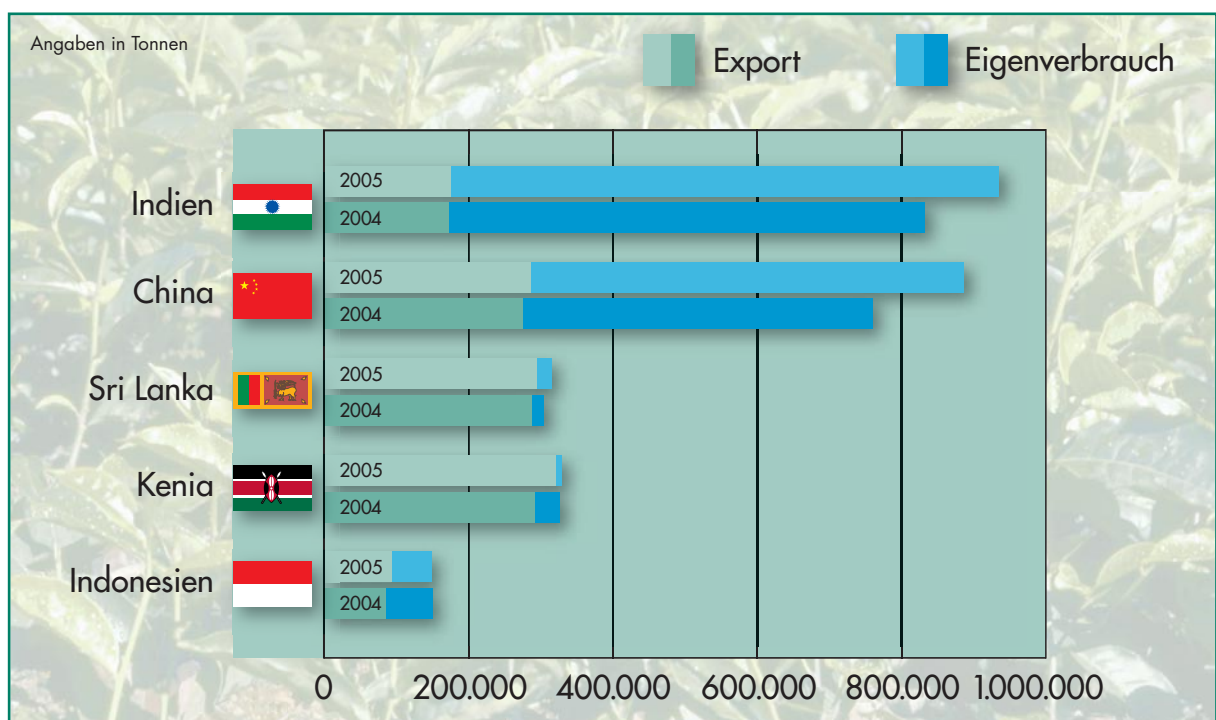


Tee als Wirtschaftsfaktor

Der internationale Teemarkt im Jahr 2005/Weltproduktion



Die wichtigsten Erzeugerländer 2004 und 2005



Tee als Wirtschaftsfaktor

Marktanteile der Vertriebskanäle

