

In: Hamburger Wirtschaft, Heft 10/2011

Meißner Momentum

Vom Geheimnis des Tees

Seit drei Jahren gibt es in der Hafencity das „Meißner Momentum“. Auf einer Fläche von 750 Quadratmetern kann der Besucher dort Tee sinnlich erleben – und etwas über stilvolle Teekultur erfahren. Von Frank Schlatermund

Wer sich auf eine Reise in die Welt des Tees begibt, hat viel zu entdecken. Da gibt es zum Beispiel den berühmten Darjeeling mit blumigem Aroma und heller Tasse. Oder den kräftigeren Ceylon, der leicht malzig schmeckt. Nicht zu vergessen chinesischer Keemun, der einen Hauch von Honig offenbart. „Tee hat unzählige Facetten“, sagt Peter Nimpsch. „Zudem ist Tee nicht einfach nur ein Heißgetränk, sondern eine Kultur, eine Lebensart.“ Um möglichst vielen Menschen dieses Feingefühl für Tee zu vermitteln, hat die Traditionsmarke Meißner das Konzept für das „Momentum“ entworfen, das bislang einzigartig ist.

Die Idee: eine lichtdurchflutete Erlebniswelt auf etwa 750 Quadratmetern, die Lust auf Tee macht, indem sie ihn auf unterschiedlichste Art in Szene setzt. „Es sollte“, so Nimpsch, „ein Ort entstehen, an dem Tee sinnlich erfahrbar ist.“ In der gläsernen „Teekreation“ zum Beispiel erleben wir „Tea Taster“ dabei, wie sie Tee verkosten, Ware prüfen und neue Mischungen kreieren. Was kaum einer weiß: Sie ganz allein entscheiden darüber, in welcher Zusammensetzung welche Tees der Marke Meißner, die zur Ostfriesischen Tee Gesellschaft gehört, in den Supermarktregalen zu finden sind. Derzeit ist das Label mit 70 Teeprodukten am Markt vertreten.

An die „Teekreation“ schließt sich das Teemuseum an. Dort streifen wir durch 5000 Jahre Teegeschichte, können verschiedene Teesorten anschauen, anfassen und riechen. An acht Multimediastationen erfahren wir jedes noch so kleine Detail über Plantagen, Ernte und Produktion. „Möchten Sie sich ausführlich informieren, sollten Sie Zeit mitbringen“, so Peter Nimpsch, der das „Momentum“ nicht nur leitet, sondern es auch mitentwickelt hat. „Das komplette Multimediaprogramm dauert etwa vier Stunden.“

Den meisten Raum nimmt die Lounge ein mit ihren Ledersofas und Designersesseln, mit ihrem Panoramablick auf Traditionshafen, Hafencity und Speicherstadt. Die Tische sind mit Orchideen dekoriert, im Hintergrund erklingt klassische Musik, sämtliche Meißner-Kreationen werden in feinstem Porzellan serviert. „Wir möchten stilvolle Teekultur vermitteln“, sagt Nimpf, „und dazu gehört eben auch ein schönes Ambiente.“

Eröffnet hat das „Momentum“, dessen Name aus dem Traditionsmotto „Meißner macht den Moment“ entstanden ist, vor drei Jahren. Und die Besucher nehmen es seither begeistert an: Spielerisch lernen sie etwas über Tee, können sich ihre Wunschsorten aufbrühen lassen oder sie im Shop erwerben, genießen Scones, Sandwiches, Sushi und Gebäck. „Der Andrang übertrifft alle Erwartungen“, berichtet Nimpf. „Und die Gäste kommen nicht nur aus Deutschland.“ Die Entscheidung, auf sämtlichen 62 Millionen Teeverpackungen, die Meißner jährlich deutschlandweit verkauft, auf das „Momentum“ in Hamburg hinzuweisen, sei also richtig gewesen.

Der Clou: Jeder Gast, der in der Lounge oder auf der Terrasse Tee verzehrt, erhält eine kleine leere Pappschatulle, die er im Shop kostenlos mit drei Teebeuteln seiner Wahl befüllen lassen kann. „Bei klassischer Werbung ist der Erfolg oft nur schlecht messbar“, erzählt Nimpf, „aber das, was wir im ‚Momentum‘ machen, bleibt in den Köpfen der Menschen hängen.“ Darum werden in den Räumen am Kaiserkai auch regelmäßig Teeschulungen angeboten, die aus Laien kleine Spezialisten machen. „Im Vordergrund steht für uns, Kenntnisse weiterzugeben – aber immer sympathisch, niemals mit erhobenem Zeigefinger.“ Auch Nimpf hat bei Meißner viel gelernt: Der gebürtige Dresdner, der seit drei Jahren für das Label arbeitet, war früher passionierter Kaffeetrinker. Heute schwört er auf Tee. Denn mit Tee, sagt er, befindet man sich immer in bester Gesellschaft.