



PRESSEINFORMATION

Bünting Tee will nationale Position ausbauen

Ostfriesen wollen langfristig Nummer drei im Tee-Markt werden

Leer, im August 2014 – **Der Markenartikler ist bereits Marktführer im Teetrinkergebiet. Qualität und die Verbindung von Tradition und Moderne prägen den Geist des Unternehmens. Im Herbst kommt eine neue Produktrange im Segment Kräuter- und Früchtetee auf den Markt.**

„Wir sehen Raum für eine dritte nationale Kraft im Tee-Vollsortiment“, sagt Stefan Punkte, Geschäftsführer des Bünting Teehandelshauses und eröffnet damit die Expansionspläne des Unternehmens.

Im Jahr 1806 legte der Firmengründer Johann Bünting mit seinem Kolonialwarenladen in der Leerer Altstadt den Grundstein für den heutigen Handelskonzern. Mit einem Firmensitz in der Teehochburg der Welt – Ostfriesen trinken im Durchschnitt 300 Liter Tee pro Kopf und Jahr und liegen damit sogar noch vor den Engländern – gehörte Tee im Hause Bünting von Beginn an fest ins Sortiment. Als ältestes Privat-Teehandelshaus Ostfrieslands verfügt Bünting über mehr als 200 Jahre Teekompetenz. Das Bünting Teehandelshaus bildet heute gleichermaßen die Urzelle und Speerspitze des Handelskonzerns und ist als eine von insgesamt sieben Vertriebsgesellschaften Teil einer starken Gruppe.



Bünting Tee

Tee ist in Ostfriesland und insbesondere im Hause Bünting allerdings nicht nur ein Produkt, sondern auch eine Tradition, die es zu pflegen gilt. „Wir nehmen uns Zeit für unseren Tee“, sagt Stefan Punke. „Zeit zum Tee trinken und Zeit zum Tee machen.“ Diese Aussage spiegelt auch den Unternehmensgeist wider, der im Bünting Teehandelshaus gelebt wird. Schon beim Einkauf der Rohwaren bestimmen persönliche Kontakte und die bevorzugte Auswahl von Teegärten, die UTZ oder ETP zertifiziert sind, sowie natürlich die passende und hochwertige Qualität der einzelnen Teesorten die Beschaffung. Die hauseigenen Teetester übernehmen dabei nicht nur die umfangreiche Verprobung und Bewertung der Rohware, sie sind auch die Komponisten des guten Geschmacks von Bünting Tee. Sie kreieren neue Sorten und überprüfen den Geschmack jeder Mischung, bevor sie in die Abfüllung geht. Dabei gibt es für diesen Beruf weder eine Ausbildung noch einen speziellen Studiengang. Das Wissen um den Tee, seinen Geschmack und seine Besonderheiten wird in einem langjährigen Prozess von Teetestergeneration zu Teetestergeneration weitergegeben.

Die Arbeit in der Produktion entspricht dem Vorbild einer Manufaktur. Vollautomatische Maschinen gehören bei einer Produktionsmenge von 700 Tonnen Tee pro Jahr zwar dazu, viele Schritte werden aber auch in Handarbeit erledigt. Ein umfangreiches Qualitätsmanagement und seit mehr als 15 Jahren regelmäßige Zertifizierungen der Produktion – zuletzt die Bewertung mit dem IFS Standard Food Version 7 – sichern eine gleichbleibend hohe Qualität bei Bünting Tee. Dabei hat das Teehandelshaus auch das Thema Nachhaltigkeit im Blick. Die Teebeutel werden beispielsweise verknotet und nicht geklammert. Der Karton wird aus nachwachsenden Rohstoffen hergestellt. In der Produktionsstätte in



Bünting Tee

Nortmoor, die im Jahr 2011 in Betrieb genommen wurde und u der auch ein modernes Besucherzentrum gehört, werden seit Ende vergangenen Jahres neben Schwarzteemischungen auch die Kräuter- und Früchtetees abgefüllt. „Wir haben diesen Bereich an unserem Produktionsstandort integriert und damit in die eigenen Hände genommen, um die optimale Qualität unserer Produkte garantieren zu können“, erklärt Stefan Punke.

Im Teetrinkergebiet ist Büning Marktführer sowie nationaler Marktführer im Bereich Schwarztee auf Mengenbasis. Zum Portfolio gehören neben traditionellen Schwarztees aber auch Grüner Tee, Kräuter- und Früchtetees, eine Bio-Range sowie moderne Lifestyle-Tees. Insgesamt umfasst das Sortiment rund 75 Artikel. „Bei Bünting kaufen die Kunden aber nicht allein einen sehr guten Tee, sondern auch das Vertrauen, das mit dem Familienunternehmen Bünting seit über 200 Jahren verbunden ist. Diese Verbindung einer bekannten, vertrauenswürdigen Marke und gutem Tee ist für die Verbraucher sehr wichtig“, weiß Stefan Punke.

Das Distributionsgebiet von Bünting Tee hat seinen Schwerpunkt derzeit im Nordwesten Deutschlands. Aber auch in anderen Regionen wie zum Beispiel in den Ballungsräumen Berlin und München ist Bünting Tee in den Regalen des Handels vertreten. Neben Listungen bei den Vertriebsgesellschaften und Partnern der Bünting Unternehmensgruppe gibt es Bünting Tee bei weiteren großen stationären Handelsketten wie zum Beispiel bei Edeka, Rewe, Real, Kaufland, Tengelmann, Coop Kiel, Globus, usw. Darüber hinaus ist Bünting Tee auch im Internet erhältlich. Nicht nur im eigenen Onlineshop unter www.buenting-tee.de, sondern auch auf weiteren Plattformen wie zum Beispiel myTime.de und Amazon.



Bunting Tee

„Den Großteil unseres Geschäftes machen wir derzeit mit Schwarztee, was natürlich unseren ostfriesischen Wurzeln geschuldet ist. Hier haben wir die größten Wachstumsraten außerhalb des Teetrinkergebietes mit unserem neu eingeführten Original Ostfriesentee. Im Bereich Kräuter- und Früchtetee wächst unsere Bio-Range am stärksten. Den Bereich Kräuter- und Früchtetee haben wir in den vergangenen Jahren stetig ausgebaut und wollen hier auch weiterhin investieren“, gibt Stefan Punke einen Einblick in die aktuellen Geschäfte. Die Ziele, die sich Bunting Tee gesteckt hat, sind klar definiert: „Wir wollen als national distribuerter Markenartikler langfristig die Nummer drei im Teemarkt werden. Wir streben zweistellige Wachstumsraten an. Außerdem wollen wir unsere Markenbekanntheit sowie die Käuferreichweite steigern und das Exportgeschäft ausbauen.“ Anfänge in dieser Richtung werden schon beim Blick auf das vergangene Jahr erkennbar. „Wir haben unseren Marktanteil gesteigert und sind im vergangenen Jahr entgegen dem allgemeinen Trend überproportional gewachsen“, resümiert Stefan Punke.

Um einen langfristigen und nachhaltigen Erfolg zu sichern wird die Expansion sorgfältig geplant. Zunächst gab es Organisationsanpassungen in den Bereichen Marketing und Vertrieb. Hier wurden zusätzliche Ressourcen und Kompetenzen aufgebaut, die dem wachsenden Kundenstamm und der geografischen Ausdehnung Rechnung tragen sollen. Um den Trend im Teemarkt und den Geschmack der Kunden optimal zu treffen, dient eine mehrstufige Marktforschung als Grundlage. „Wir wollen unser eigenes Profil schärfen und ausbauen. Eine me-too-



Bünting Tee

Strategie in der wir die großen Teeanbieter kopieren, kommt für uns nicht in Frage“, stellt Stefan Punke klar.

Vor allem die Kompetenz im Segment Kräuter- und Früchtetee will Bünting Tee weiter ausbauen. Im Herbst kommt eine neue Produktrange mit fünf Sorten auf den Markt. Mit den „Blütentees“ bietet Bünting Tee ein neues Geschmacksprofil innerhalb des Marktes und verspricht sich eine hohe Konsumentenakzeptanz und Kaufbereitschaft. Als Testimonial für die „Blütentees“ konnte Bünting Tee die Sterneköchin Cornelia Poletto gewinnen.

Als ältestes Privat-Teehandelshaus und bedeutendstes Teeunternehmen Ostfrieslands schreibt Bünting seit 1806 Teegeschichte. Der Gründer Johann Bünting legte mit der Eröffnung eines Kolonialwarenladens in der Altstadt von Leer die Grundlage für das gleichnamige Teehandelshaus, das Urzelle und Namensgeber für die gesamte Bünting Unternehmensgruppe ist. Speziell die Pflege der ostfriesischen Teekultur hat einen festen Platz im Unternehmen. Strategisch verfolgt das Bünting Teehandelshaus eine Balance von Tradition und Moderne. Die Unternehmensstärke liegt in der gewachsenen Produktvielfalt – neben dem echten Ostfriesen-Tee „Grünpack“ bietet Bünting auch Teespezialitäten, wie Grüne Tees, Rooibos-Tees sowie Kräuter- und Früchte-Tees.

P R E S S E K O N T A K T

J. Bünting Teehandelshaus GmbH & Comp.

Helen Drieling
Pressereferentin
Brunnenstraße 37
26789 Leer | Ostfriesland

Telefon: 0491-808 971
E-Mail: Helen.Drieling@buenting.de