

FLEXIBEL ARBEITEN DIE HOMEOFFICE-REGELUNGEN IM ÜBERBLICK

» **Jetzt informieren!**



"Tee hat eine große Zukunft"

Thomas Göbel ist seit knapp einem Jahr Geschäftsführer von Teekanne Österreich. Der 51-jährige Tiroler blickt optimistisch in die Zukunft. Seiner Ansicht nach entdecken immer mehr Österreicher ihre Liebe zum Tee.

07.07.2021, 8:56



© WKS/WILDBILD

Von Tiefkühlpizzas zu Teebeuteln: Thomas Göbel war vor seinem Wechsel zu Teekanne Geschäftsführer von Nestlé Wagner in Deutschland.

Sie sind erst der vierte Geschäftsführer in der mittlerweile 70-jährigen Geschichte von Teekanne Österreich. Haben Sie vor, auch so lange zu bleiben wie Ihre Vorgänger?

Das ist mein Plan. Tee ist ein hervorragendes Produkt, das sehr naturnah und gesund ist. Es passt zu meinem Lebensstil und zu meiner Lebensphase. Insofern würde ich mich sehr freuen, hier über viele Jahre etwas bewegen zu können.

Wie hat Teekanne das Corona-Jahr 2020 überstanden?

Grundsätzlich gut, wobei es speziell für die Produktion große Herausforderungen gab. Ich glaube aber, dass wir uns wie viele andere Lebensmittelproduzenten wacker geschlagen haben. Geschäftlich haben wir etwas gelitten, weil unser Gastronomieanteil relativ hoch ist. Dafür waren die Verkaufszahlen im Lebensmitteleinzelhandel und im Export sehr positiv.

Trotz des Lockdowns in Gastronomie und Hotellerie waren die Umsatzerlöse im Geschäftsjahr 2020/21 mit mehr als 140 Mill. € etwa gleich hoch wie 2019/20. Erwarten Sie für das laufende Geschäftsjahr wieder einen Zuwachs?

In Summe hatten wir im Vorjahr eine positive Geschäftsentwicklung, die vor allem unseren Tochtergesellschaften in Tschechien, der Slowakei und Polen geschuldet war. Das Inlandsgeschäft lag leicht unter dem Ergebnis von 2019/20. Für das laufende Geschäftsjahr sind Voraussagen sehr schwierig. Wir glauben aber, dass sich der Markt positiv entwickelt, und haben insbesondere aufgrund der Öffnung der Gastronomie eine Steigerung eingeplant. Wir wachsen im Schnitt zwischen 3 und 5% pro Jahr. Das ist auch das Ziel für 2021 und für die kommenden Geschäftsjahre.

Biologische Produkte spielen für die Konsumenten eine immer größere Rolle. Inwiefern tragen Sie diesem Trend Rechnung?

Tee ist nach Wasser das beliebteste Getränk der Welt und hat aus meiner Sicht durch den Wandel der Lebensstile und die Einstellungsänderungen bei den Konsumenten eine sehr große Zukunft. Das bewusstere Kaufverhalten bestätigt unsere Sortimentsinitiativen in Richtung Bio und Natürlichkeit. Bei der Marke "Willi Dungal" haben wir das gesamte Sortiment auf Bio umgestellt. Insgesamt liegt der Bio-Anteil von Teekanne bereits bei über 40%. Damit sind wir im Markt führend. Die Konsumenten, aber auch die Gastronomie- und Handelskunden haben darauf sehr positiv reagiert.



© WKS/WILDBILD

"Die Österreicher sind Europameister beim Konsum von Kräuter- und Früchtetees", sagt Thomas Göbel im Gespräch mit SW-Redakteur Helmut Millinger.

Österreich gilt im Gegensatz zu England oder China nicht unbedingt als Teeland. Ist das ein Problem?

Wenn man sich die Mengen an Heißgetränken ansieht, die konsumiert werden, dann ist Österreich eher ein Kaffeeland, das aber immer mehr zum Teeland wird. Es gibt natürlich Länder, in denen wesentlich mehr Tee getrunken wird. Die Österreicher sind aber Europameister beim Konsum von Kräuter- und Früchtetees. Diese Teesorten entsprechen auch unserer Kernkompetenz.

Sie haben vor kurzem neue Eisteesorten in der Flasche und zum kalt Aufgießen auf den Markt gebracht. Wie wichtig sind Innovationen in Ihrer Branche?

Wir haben immer eine große Palette an interessanten neuen Produkten, weil wir Trends aufgreifen und merken, dass die Konsumenten Abwechslung suchen. Die Zahl der Neuheiten lag in den vergangenen Jahren nie unter fünf. In letzter Zeit sind zum Beispiel unsere kalten Teegetränke sehr erfolgreich, die im Unterschied zu vielen anderen Eistees auf dem Markt keinen Zucker enthalten.

Wie groß ist das aktuelle Sortiment?

Die Auswahl ist sehr groß, das Teekanne-Sortiment umfasst inklusive "Willi Dugl" etwa 70 Sorten. Es gibt für jede Lebenslage, für jede Stimmung und für jeden Anlass den richtigen Tee. Produkte, die innerhalb von drei Jahren auf den Markt gekommen sind, sollten einen Anteil von 15% am Gesamtumsatz erreichen. Dieses Innovationsziel erreichen wir in der Regel auch.

Was haben Sie sich für die nächsten Jahre vorgenommen?

Zum einen wollen wir uns natürlich am österreichischen Markt weiterentwickeln und den Anteil von Tee am Heißgetränkemarkt deutlich erhöhen. Ich glaube, da haben wir gute Chancen, weil die Menschen Produkte bevorzugen, die ihnen guttun und die auch leistbar sind. Was den Standort betrifft, wollen wir modernisieren. Wir sind in der Produktion relativ beengt, weil sich das Volumen in den vergangenen Jahren sehr ansprechend entwickelt hat. Insofern ist es eine zentrale Aufgabenstellung, den Produktionsstandort weiterzuentwickeln. In welcher Form das sein wird, prüfen wir gerade.

Fakten

- Teekanne Österreich wurde 1951 als erste Auslandstochter des deutschen Teehandelsunternehmens Teekanne gegründet.
- In der Österreich-Zentrale in Salzburg sind mehr als 130 Mitarbeiter beschäftigt. Pro Jahr werden dort rund eine Milliarde Teebeutel produziert.
- Teekanne ist mit einem Marktanteil von mehr als 54% Branchenmarktführer in Österreich. Die Exportquote liegt bei über 50%.

Das könnte Sie auch interessieren



Salzburgs Sparer denken um

Die traditionellen Sparformen verlieren zunehmend an Bedeutung. Das geht aus einer aktuellen Studie des Linzer IMAS-Instituts im Auftrag von Erste Bank und Sparkassen hervor. [➤ mehr](#)



Käserei produziert klimaneutral

Mit einer großen Photovoltaikanlage und Maßnahmen zur Steigerung der Energieeffizienz spart die SalzburgMilch CO2-Emissionen ein. [➤ mehr](#)



Auszeichnung für nachhaltiges Wirtschaften

Der "Energy Globe 2021" ging an die Privatkäserei Woerle in Henndorf, die Piesendorfer Senoplast Klepsch GmbH, den ÖAMTC Salzburg und an das Projekt Aquasafe. [➤ mehr](#)