

Sonderdruck

natur

Das Magazin für Natur, Umwelt und besseres Leben

Sonderdruck

natur

Erfolg für Natur und Mensch

Warum die Teekampagne
auch Teeproduzenten in Assam
voranbringen kann.

**natur**Leserservice
0711/ 72 52 207
www.natur.de

Ein Sonderdruck für:

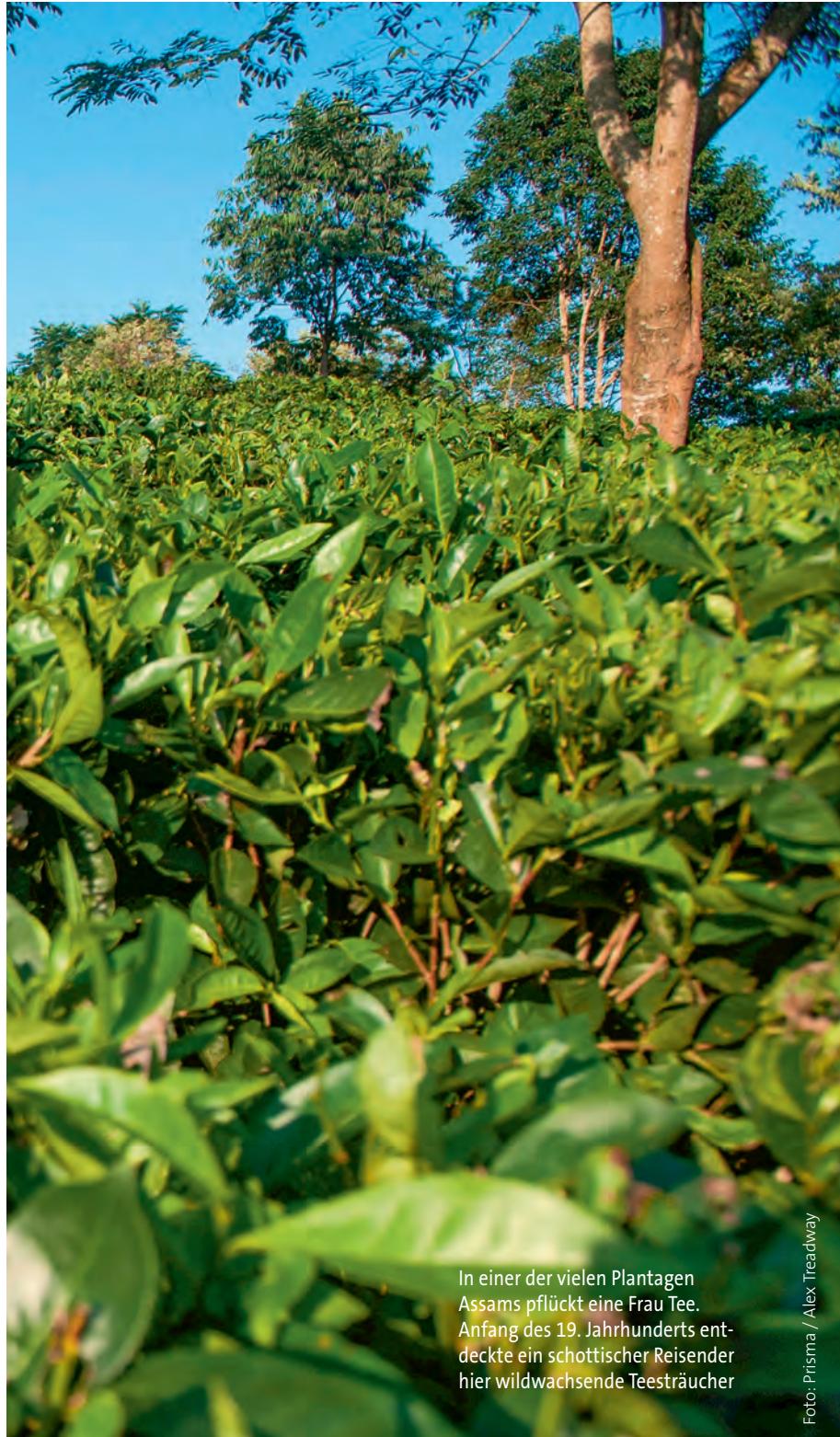
**TEEKAMPAGNE**



Tee für alle!

Das Ziel der Teekampagne war immer, guten Tee günstig anzubieten. Heute ist sie der größte Darjeeling-Importeur der Welt und hat ihr Angebot durch Biotee aus Assam erweitert. Sie zeigt, wie nachhaltiges Wirtschaften in der Natur das Leben der Menschen vor Ort verbessern kann

TEXT: HORST HAMM



Grün ohne Ende. Auf einer Länge von 800 Kilometern reiht sich im fast 100 Kilometer breiten Tal des Brahmaputra ein Teegarten an den anderen, unterbrochen nur von Dörfern und Höfen, bei denen die Eigner vor und hinter ihren Häusern auf eine Kultur setzen: *Camellia sinensis*, wie der Teestrauch mit wissenschaftlichem Namen heißt.

Das ist der erste Eindruck von Assam, den der Besucher gewinnt. Der Bundesstaat im Nordosten Indiens hat vor allem eines zu bieten: Tee! Mit mehr als 2500 Teegärten und 850 großen Teeplantagen ist

Assam das größte zusammenhängende Teegebiet der Welt. Jährlich werden über 650 000 Tonnen produziert, eine Menge, die ausreichen würde, um den Konsum der Deutschen an schwarzem und grünem Tee 30 Jahre lang zu decken.

Möglich ist das dank des fruchtbaren Bodens und des tropischen Klimas, wodurch der Tee das ganze Jahr hindurch wächst und wächst: Die Blätter der Sträucher sprießen derart schnell, dass jeder Busch alle fünf bis sieben Tage abgeerntet werden kann. Der Großteil des Tees aus Assam wird zerkleinert und für Teebeutel verwendet. Die hochwertigeren Sorten werden nach traditioneller Methode gerollt, fermentiert, getrocknet und sortiert.

„Diese günstigen Bedingungen wollen wir nutzen“, sagt Thomas Räuchle, der Geschäftsführer der Tee-

»Wir können unsere Pflückerrinnen und Arbeiter heute fair bezahlen«

Ashok Lohia, Vorsitzender Chamong-Gruppe

kampagne, „wir haben deshalb bereits vergangenes Jahr entschieden, unseren Kunden auch Biotee aus Assam anzubieten.“

Das Unternehmen wurde 1985 mit dem erklärten Ziel gegründet, Tee in Deutschland deutlich günstiger anzubieten. Denn Firmengründer Günter Faltin hatte gesehen, dass Tee in den Ländern, in denen er angebaut wird, nur rund ein Zehntel von dem kostet, was ein Teefreund hierzulande auf den Tisch legen muss. Und weil der Ökonom erkannte, dass es in erster Linie die aufwendigen Kleinverpackungen und der Zwischenhandel waren, die den Preis in die Höhe trieben, entwickelte er kurzerhand ein neues Unternehmenskonzept: Tee muss ausschließlich in Großverpackungen angeboten und direkt von den Erzeugern importiert werden.

Champagner unter den Tees

Über 30 Jahre setzte er ausschließlich auf Darjeeling und verwies immer wieder auf Oscar Wilde: „Ich habe nur einen ganz einfachen Geschmack“, hatte der irische Schriftsteller geschrieben, „ich will nur das Beste.“ Auf Tee übertragen heißt dies: Tee aus Darjeeling. Hier wächst der „Champagner unter den Tees“, wie Kenner schwärmen.

Mit 450 Tonnen im Jahr ist die Teekampagne inzwischen der größte Darjeeling-Tee-Importeur der Welt, größer noch als Teegigant Lipton. 2017 kamen die ersten 40 Tonnen Assam dazu, 2018 sollen es bereits 60 sein. Die Entscheidung dafür hat mehrere Gründe: Zum einen haben etliche Kunden direkt

natur > Tee

nach dem etwas kräftigeren Tee aus Assam mit seinem hohen Gehalt an Tanninen gefragt. Zum anderen konnte das Unternehmen kaum noch mehr Biotee aus Darjeeling ordern – es kauft bereits einen Großteil der First- und Second-Flush-Ernte. Nicht zuletzt hat die Teekampagne in der indischen Chamong-Gruppe einen verlässlichen Partner, der in Darjeeling und in Assam Teegärten betreibt.

„Ich freue mich sehr, dass die Teekampagne ihr Angebot erweitert hat und unterstützt den Verkauf

»Mit unserer Arbeit wollen wir die Lebensbedingungen in Assam verbessern«

Thomas Räuchle, Geschäftsführer Teekampagne



von Assam mit den besten Tees aus meinem Garten“, sagt Ashok Lohia. Für den Chef des Familienunternehmens Chamong, das seit 1916 Tee produziert, ist die Teekampagne ein guter Partner. Sie kauft direkt bei ihm als Hersteller, umgeht damit Einkäufer, Groß- und Zwischenhändler. Und weil Ein-Kilo- und 500-Gramm-Packungen bis heute Standard sind, spart sie im Vergleich zu 100-Gramm-Tüten ein Mehrfaches an Verpackungen, Vorder- und Rücketiketten. Nachdem die Teeernte aus Indien in Deutschland ankommt, wird sie sofort an die Kunden verschickt. So fallen wenig Kosten für die Lagerhaltung an.

Die Frauen von Tonganagaon: Fröhlich posierend vor dem Kindergarten im Anbaugebiet (l.) und beim Anstehen, um ihre gepflückten Teeblätter abzuwiegen (r.)



Teekampagne an die Gartenbetreiber weiter und veröffentlicht die gesamte Kostenstruktur auf ihrer Webseite. „Damit können wir unseren Pflückerinnen und Arbeitern faire Bedingungen bieten“, versichert Ashok Lohia.

Wie notwendig dies ist, zeigt ein Besuch auf Tonganagaon, einer Plantage im äußersten Osten Assams. Bereits vor zehn Jahren hat die Lohia-Familie die Plantage erworben – in einem sehr schlechten Zustand. Die alte Teefabrik, die der Firmenpatron bei einem Rundgang zeigt, gleicht einer Ruine. Tragende Balken sind marode, das Dach droht an mehreren Stellen einzustürzen. Nur schwer vorstellbar, dass hier einmal um die zwei Tonnen Tee am Tag produziert worden sind.

Zitronengras gegen Spinnenplage

Keine 100 Meter daneben ließ Lohia eine neue Fabrik errichten. Hier werden die frisch geernteten Blätter gelüftet, gewelkt, gerollt, fermentiert und getrocknet, nach Qualitäten sortiert und binnen eines Tages zu fertigem Tee verarbeitet. Mundschutz, Plastikhauben und -schuhe sind Pflicht, für Besucher aber auch für jeden, der die Halle betritt: „Sonst landen Haare oder Schuppen im Tee“, erklärt Lohia. Die kostbaren Blätter werden in offenen Maschinen verarbeitet, am Boden und auf Planen gehäuft und mit Besen, Bottichen, Schaufeln und Schubkarren transportiert, ehe sie am Ende des Tages versandfertig und nach Qualität sortiert in großen Säcken landen.

Extreme Sauberkeit ist deshalb oberstes Gebot und für die Güte des Endprodukts mitentscheidend. Ein weltweit gültiges TÜV-Zertifikat für Lebensmittelsicherheit, das der Chamong-Tee trägt, garantiert den guten hygienischen Standard des Tees, der hier produziert wird.

610 Tonnen haben die Fabrik im vergangenen Jahr verlassen – ein sehr gutes Jahr. Um dauerhaft auf



solche Mengen zu kommen, wurden in Tonganagaon seit der Übernahme 209 Hektar mit rund 16 000 Teebüscheln neu bepflanzt und dazwischen lange Reihen mit Zitronengras angelegt. Der Duft der Pflanze ist ein bewährtes Mittel in ökologisch geführten Plantagen, denn er vertreibt vor allem die Rote Spinne, eine Plage für Teebauern in ganz Indien.

Nachdem die Anbaufläche bis zur Übernahme auf die Hälfte geschrumpft war, weil es keinen Besitzer gab, der sich um die Pflege der Teesträucher geküm-

mert und Arbeiter dafür bezahlt hätte, werden heute insgesamt wieder 538 Hektar bewirtschaftet.

Die 6000 Menschen, die in Tonganagaon leben und für die Tee die Lebensgrundlage bildet, waren vor der Übernahme mehr oder minder sich selbst überlassen. „Damit wir überleben konnten, haben wir illegal Blätter gepflückt und an irgendwelche Händler verkauft“, räumt die Pflückerin Margaret Magdalli ein. „Für uns ist Herr Lohia wie ein Geschenk Gottes.“

Tee aus Assam ist für seinen malzigen Geschmack berühmt. Die beste Qualität hat er, wenn er während der zweiten Ernte im Mai und Juni gepflückt wurde

Das Prinzip Teekampagne

Günter Faltin war schon als Kind von der Ökonomie fasziniert, im Studium kam ihm sein Lieblingsthema aber trocken und langweilig vor. Als Wirtschaftsprofessor an der Freien Universität Berlin schwor er sich, es anders zu machen, und gründete 1985 in einem Seminar die Teekampagne. Damit wollte er seinen Studenten ganz praktisch zeigen, dass ein intelligenteres, ökologischeres und faireres Wirtschaften möglich ist. Seither bietet sein Unternehmen ausschließlich Tee in Großverpackungen an und konzentrierte sich lange Zeit nur auf eine einzige Sorte Tee, den Darjeeling. Vergangenes Jahr hat sie erst-

mals Tee aus Assam ins Angebot aufgenommen. Auch in dieser Region konzentriert sich die Kampagne auf den hochwertigen Tee und den Direktverkauf über das Internet. Jede Teepartie wird von Teeprüfern blind verkostet und im Labor auf chemische Rückstände untersucht. Kunden können auf der Internetseite der Teekampagne ein Tee-Abonnement abschließen. Sie werden bei der Lieferung der neuen Ernten bevorzugt, die Teekampagne kann gezielter einkaufen und ihre Produzenten in Darjeeling und Assam können besser planen. Weitere Info: www.teekampagne.de



Der Chamong-Firmenchef Ashok Lohia kontrolliert in Tonganagaon die Qualität seines Tees

Spitzenreiter Indien:
Im Jahr 2017 hat Deutschland 14517 Tonnen Tee aus Indien importiert, mehr als aus China, Sri Lanka und Indonesien

Heute hat sie geregelte Arbeitszeiten und einen festen Lohn. Sie bekommt wie jede andere Pflückerin einen Grundlohn von 135 Rupien am Tag, umgerechnet 1,70 Euro – unabhängig davon, wie viel sie erntet. Bis zu 100 Rupien gibt es in den guten Erntemonaten als Zulage, wenn sie die von Gartenbetreibern und Gewerkschaften ausgehandelte Mindestpflückmenge übertrifft. Im Monat kommt sie so auf einen Lohn von 40 bis 70 Euro.

Das ist im Vergleich zu den Löhnen in Deutschland nicht viel. Aber damit ist Margaret Magdalli wie die meisten Pflückerinnen zufrieden, denn sie kann

mietfrei wohnen. Der Gartenbetreiber ist dafür verantwortlich, dass jede Familie ein Haus hat. Zumeist sind es einfache Bambus- und Lehmhäuser mit einem Wellblechdach, häufig ohne Strom und damit ohne Fernseher und Kühlschrank, dafür aber mit einer Handpumpe für die Wasserversorgung.

Leben ohne Existenzsorgen

Darüber hinaus erhalten alle Angestellten Tee, Brennholz und Grundnahrungsmittel kostenlos: 13,2 Kilogramm Reis und Weizen pro Monat und nochmals ungefähr die Hälfte für jedes Kind. Und weil zu jedem Haus 1250 Quadratmeter fruchtbare Land gehören, halten viele Familien Kühe, Ziegen und ein paar Hühner und bauen Tomaten, Paprika, Bohnen an. Das ist kein Luxusleben, aber ein Auskommen ohne Existenzsorgen in dem auch für indische Verhältnisse armen Assam.

In den Teeplantagen sind es fast ausschließlich Frauen, die mit viel Fingerspitzengefühl jeweils zwei Blätter und die Knospe pflücken und in ihren Korb füllen. Die Männer kümmern sich um die Pflege der Büsche und gehen einmal pro Woche durch jede Parzelle, um das Unkraut klein zu halten, das hier genauso gut gedeiht wie der Tee. Glyphosat ist im Biogarten selbstverständlich verboten. Die Handarbeit ist drei- bis viermal so teuer wie die Giftspritze und kostet pro Hektar und Jahr zwischen 375 und 500 Euro, wie Ashok Lohia vorrechnet.



Die Arbeitszeiten in Assam sind genauso wie in Darjeeling streng geregelt. Bei einer Sechs-Tage-Woche sind Männer wie Frauen von morgens um sechs bis nachmittags um drei auf dem Feld. Schlechtes Wetter ist kein Hindernis, auch in den Sommermonaten und bei heftigem Monsun ist jeder draußen.

Gegen Regen helfen Schirme, Plastikschrüzen und Gummistiefel. Auf die Minute genau werden Pausen und Arbeitsende eingehalten. Darauf achten nicht nur die Mitarbeiter selbst, sondern auch die in Indien traditionell starken Gewerkschaften. Kinderarbeit ist in allen Teegärten verboten, und Schwangere bekommen vor und nach der Entbindung ihren Grundlohn weiter bezahlt, ohne arbeiten zu müssen.

Backsteinhäuser für Assam

Trotzdem ist noch längst nicht alles zum Besten bestellt. „In Assam ist es heute wie vor 30 Jahren in Darjeeling“, sagt Thomas Räuchle von der Tee-kampagne. „Die Menschen arbeiten hart und führen trotzdem ein sehr einfaches Leben. Wir wollen unser Engagement deshalb dafür nutzen, ihre Lebensbedingungen zu verbessern. Genauso wie wir das in der Vergangenheit in Darjeeling gemacht haben.“ Nur wo soll er die begrenzten Mittel, die ihm zur Verfügung stehen, am besten einsetzen?

Firmenchef Lohia hat bereits vor Jahren damit begonnen, in den Dörfern stabile Backsteinhäuser als Alternative zu den Lehmhütten zu bauen: 4500 Euro kostet ein Haus, 30 Häuser sind vergangenes Jahr gebaut worden, 30 weitere sollen jedes Jahr dazu kommen. Doch bei zwölf Dörfern mit 80 bis 140 Gebäuden dauert es rund 40 Jahre, bis der Umbau der Dörfer abgeschlossen ist. Wegen der offenen Latrinen ist sauberes

Wasser vor allem zur Monsunzeit in Assam ein grundsätzliches Problem. In allen Häusern Tongana-gaons ließ Ashok Lohia deshalb zusammen mit der amerikanischen Hilfsorganisation Women Earth Alliance Wasserfilter in den Haushalten der Dörfer installieren. In den meisten Teegärten Assams gibt es solche Filter noch nicht.

Für die Kinder, die auch während der Monsunzeit kilometerweit zu Fuß zur Schule gehen müssen, wäre ein Schulbus eine große Erleichterung. Die Anschaffungskosten: 15 000 Euro. Die Schulen wiederum müssen unterhalten und zum Teil saniert werden, die Krankenstation braucht moderne Technologien. Auch das gehört zu den Aufgaben im Teegarten. Nicht zuletzt könnten noch nicht ans Stromnetz angeschlossene Dörfer mit Solarstrom und LED-Licht versorgt werden.



Die Pflückerin Margaret Magdalli arbeitet im Teegarten Tonganaon. Sie freut sich über einen festen Lohn, geregelte Arbeitszeiten und sauberes Wasser

Die Tatsache, dass der Gartenbetreiber die Einnahmen nicht mit Zwischenhändlern teilen muss und den Großteil selbst erhält, verschafft diesem die Möglichkeit, zumindest einige dieser wichtigen Projekte anzugehen. Bei 60 Tonnen Assam, einem Kilopreis von 30 Euro und einem Rückfluss von fast 60

Prozent an den Gartenbetreiber bekommt Tonganaon 2018 rund eine Million Euro von der Tee-kampagne.

Die wiederum will darüber hinaus mit einem Teil ihrer Gewinne solche Projekte direkt unterstützen.

In Darjeeling hat sie die Aufforstung von drei Millionen Bäumen finanziert. Daher setzten Ashok Lohia und die Tea Promoters India, von denen die Tee-kampagne bislang nur Darjeeling-Tee bezieht, darauf, dass die deutschen Kunden in Zukunft weit mehr Biotee aus Assam ordern. Für die Pflückerinnen in den Gärten des Brahmaputra-Tals wäre das nicht das Schlechteste. ■

»Lange mussten wir illegal Blätter pflücken und verkaufen, um zu überleben«

Margaret Magdalli, Teepflückerin in Assam



Horst Hamm

ließ sich schon in den 80er Jahren vom Angebot der Tee-kampagne überzeugen. Die Gärten ihrer Partner in Indien hat er in diesem Frühjahr das zweite Mal besucht.

MISCH DIR DEINEN lieblingsensaft!



FRUCHTSÄFT, DER ÜBER DEN LADENTISCH GEHT, WIRD ZUMEIST AUS KONZENTRAT HERGESTELLT, DEM DER ABFÜLLER WASSER HINZUFÜGT. **KÖNNEN SIE DAS NICHT AUCH SELBST?** NATÜRLICH! SO MÜSSEN SIE DAS WASSER IM GETRÄNK NICHT TEUER BEZAHLEN UND AUCH NICHT IN IHRE WOHNUNG SCHLEPPEN. KAUFEN SIE EINFACH NUR DAS KONZENTRAT, UND DAS MÖGLICHST IN GROSSPACKUNGEN.

- REINES KONZENTRAT OHNE ZUSÄTZE UND KONSERVIERUNGSTOFFE
- LANGE HALTBARKEIT DURCH „BAG-IN-BOX“-VERFAHREN
- UMWELTSCHONENDE & RECYCLEBARE VERPACKUNG
- KEIN LÄSTIGES SCHLEPPEN MEHR – LIEFERUNG DIREKT NACH HAUSE
- HERVORRAGENDES PREIS-LEISTUNGS-VERHÄLTNIS
- AUCH IN BIO-QUALITÄT



ERFAHREN SIE MEHR AUF [WWW.RATIODEINK.DE](http://www.ratiodeink.de)



RATIODEINK AG · ALTENSTEINSTR. 44B · 14195 BERLIN
TEL. 0331 7474784 · DE-ÖKO-007

RatioDrink

-RiiJii-
BIO GOURMET-REIS



45%
PROBIER-RABATT
FÜR TEEKAMPAGNE-KUNDEN!

**FÜR 1x500 GR.
BIO GOURMET-REIS
MIT HERKUNFTSGARANTIE!**

BASMATI, JASMIN:

2,90€

KEINE VERSANDKOSTEN

RISOTTO, MILCHREIS:

3,20€

KEINE VERSANDKOSTEN

NUR UNTER:
WWW.RII-JII.DE/TEEKAMPAGNE

