

# Die beste Tasse Tee für den Gast und einfaches Handling für den Hotelier

TEE – GESAMTSIEGER

Ronnefeldt muss sich in keiner Kategorie geschlagen geben. Das Frankfurter Teehaus hat sich in der gehobenen Hotellerie fest etabliert. Das Unternehmen ist bekannt für Innovationen wie Tea Caddy oder SimpliciTea.

**T**ee ist unsere DNA!“, sagt Jan-Berend Holzapfel, Inhaber des Teehauses Ronnefeldt. „Servicekultur und absolute Verpflichtung für Qualität prägen unser Unternehmen. Wir haben eine lange Tradition im Teehandel. Dank der über zwei Jahrhunderte gewachsenen Beziehungsgeflechte verfügen wir über beste Netzwerke im Ursprung“, so Holzapfel.

Ronnefeldt gilt als exklusive Teemarke der nationalen und internationalen Premium-Hotellerie und -Gastronomie. Das Unternehmen setzt somit den Standard für perfekte Teekultur einerseits und Convenience beim Handling andererseits. Die Mitarbeiter und internationalen Partner beraten ihre Kunden mit maßgeschneiderten Servicekonzepten in den Kernmärkten Europas, Deutschland, Österreich, der Schweiz und Frankreich, sowie in zahlreichen weiteren Ländern: Osteuropa, im Nahen und Mittel-Osten sowie Russland und Zentralasien, Japan, Australien und Asien-Pazifik.

## Blatttees in Handarbeit

Das Unternehmen ist auch nach fast 200 Jahren im Tee-Geschäft seiner ursprünglichen Philosophie treu geblieben, nur hochwertigste Blatttees aus den besten Teegärten der wichtigsten Anbauggebiete zu verarbeiten. Diese Tees werden ausschließlich nach der orthodoxen Methode, also vornehmlich in Handarbeit, hergestellt. Die Teefachberater und viele internationale Partner von Ronnefeldt sind selbst ausgebildete TeaMaster. Sie beraten die Hotels in puncto Sortimente sowie Präsentation und schaffen Lösungen für die Bedürfnisse auf Gästeseite, denn Stadthotels brauchen beispielsweise andere

Tee-Konzepte als reine Ferienresorts. Die persönliche Betreuung und individuelle Herangehensweise wird so weltweit gewährleistet. Kompetenz und Know-how der Teefachberater sind das A und O eines erfolgreichen Geschäfts. „Wir kennen die Bedürfnisse der Gäste und Hotels, und diese Erkenntnisse bilden die Basis für die Entwicklung schlüssiger Servicekonzepte für Tee“, so Wilhelm Wolff, Vertriebschef Gastronomie von Ronnefeldt. „Wir setzen international Standards für Teekultur, denn wir erfahren die Trends und den Zeitgeist tagtäglich in über 70 Ländern der Welt, und das fließt in unsere

Geschäftsstrategie und Produktentwicklung ein.“

Die beste Tasse Tee für den Gast und Convenience für den Hotelier und seine Mitarbeiter, das sei das Erfolgsrezept. „Wir haben vor über einem Vierteljahrhundert die erste sophisticated Lösung für die perfekte Kanne Tee zum Frühstück, den Tea Caddy, erfunden und viele Innovationen sind seitdem gefolgt. Wir waren die Erfindung der ersten folienverpackten Teebeutel, die Aroma- und Hygieneschutz bieten.“ Um das Tee-Wissen und die praktischen Kenntnisse im gastronomischen Umgang mit Tee zu sichern und zu erweitern, gründete Frank Holzapfel, der Vater des heutigen Inhabers, 2000 die unternehmenseigene Tea Academy. Sie schult Serviceführungskräfte weltweit in der professionellen Inszenierung und im Umgang mit dem ältesten Heißgetränk der Welt. Die ausgebildeten TeaMaster Silber und Gold leben Teekultur in ihren Hotels und fungieren gleichzeitig als Trainer in ihrem Hause.

## Tee aus dem Gourmetglas

Ein modernes Tee-Unternehmen muss die gesamte Klaviatur der Qualitäten des Tees beherrschen. Die beginnt bekanntlich mit hochwertigen Lose-Blatt-Tees. Ronnefeldt kann hier mit der sehr um-

fangreichen TeaStar Collection dienen. Das exklusive Angebot wurde auf 24 Sorten aus den feinsten Teegärten der Welt erhöht. Erstmals sind auch Neuseeland mit einem hocharomatischen grünen Oolong



und Kolumbien mit einem vollmundigen Schwarztee mit Kakao-Note als Ursprungsländer dabei. Passend zum Fine Dining mit Anspruchsvollem Teegenuss gibt es ein Tee-Gourmet-Glas, das den Tee bei jedem Businesslunch oder mehrgängigen Dinner zelebriert. Ronnefeldt will der Gastronomie mit dem Glas für Tee neue Impulse verleihen, um gerade beim Fine Dining den Tee als aktiven Begleiter zum Essen verstärkt zu etablieren. Denn außer Wein bietet nur Tee eine solche Aromen-Vielfalt, wo es zu jeder Speise eine passende Teesorte



Haben Tee im Blut: Inhaber und Geschäftsführer Jan-Berend Holzapfel (rechts) und Vertriebsleiter Wilhelm Wolff.

gibt. Das Glas eignet sich für alle Teesorten, und die Tearomen können sich intensiv und vollmundig entfalten.

Der Bereich Kräutertees wurde um die zertifizierte Ayurveda-Kollektion erweitert, die in Kooperation mit der Europäischen Akademie für Ayurveda entwickelt wurde. In den Bio-Teekreationen wird die altindische Heilkunst mit dem Kulturgetränk Tee verbunden – eine Synthese, die für Wohlbefinden, ganzheitlichen Lebensstil und Genuss steht. Ayurveda gilt als die älteste überlieferte Gesundheitslehre. Der ganzheitliche Ansatz besteht aus typengerechter Ernährung und natürlichen Kräuterrezepturen. Die sechs Kräuter- und Grüntees sind als Begleiter durch den Tag konzipiert.

Die neue Produktlinie SimpliciTea bietet die Tasse Tee einfach per Knopfdruck. Die jeweilige Teekapsel ist in allen Nespresso-Kapselmaschinen einsetzbar. SimpliciTea trifft den Zeitgeist einer sich immer schneller drehenden Berufs- und Alltagswelt. Ob Executive Lounge, Konferenzbereich, Hotelzimmer oder Suite – die sechs Teesorten passen ideal zu Hotelbereichen, in denen Nespresso-Kapselmaschinen im Einsatz sind.

Tee statt Wein: Ronnefeldt hat ein Fine-Dining-Konzept zur Menübegleitung entwickelt.