

Audioguide Texte zur Sonderausstellung

„Luxus, Lotterleben, Lifestyle – Tee verändert Nordeuropa“

1. Luxus, Lotterleben, Lifestyle. Tee verändert Nordeuropa

Guten Tag und herzlich willkommen zur geführten Tour durch die Ausstellung „Luxus – Lotterleben – Lifestyle. Tee verändert Nordeuropa“. So vielfältig wie diese Auswahl an Teekannen und Kessel vor Ihnen wird auch diese Schau: In acht Kapiteln erzählen wir mit mehr als 130 Exponaten aus vier Jahrhunderten von der Ankunft und Verbreitung des Tees im Norden Europas.

Sie erfahren, auf welch abenteuerlichen Wegen der Tee hierher gelangt, und lernen alte und neue Gerätschaften für dessen Zubereitung kennen. Als Luxusgut entfaltet das kostbare Teegeschirr im 17. Jahrhundert seine fürstliche Pracht. Danach verbreitet sich das Teetrinken zunächst in den gelehrten Kreisen der Aufklärung, wo die Salons auch Frauen ganz neue Freiheiten gewähren. Mit der Besinnung auf das private Leben gelangt er schließlich auch in die bürgerlichen Wohnstuben des Biedermeier. Die Frage, ob Sie bei der Arbeit ein Mittagsbier gegen das belebende Heißgetränk eintauschen würden, stellt sich mit dem ausgehenden 19. Jahrhundert, in dem der Tee für alle erschwinglich wird. Nun wird er zu dem Alltagsbegleiter, der er auch heute noch ist. Mit einer großen Auswahl an Geräten, Geschirren und Zubereitungsarten wird er in Werbeoffensiven ab dem 20. Jahrhundert zum idealen Ausdrucksmittel unterschiedlichster Lifestyles.

Die unterschiedlichen Formen der Kannen hier lassen Sie bereits ein Gefühl für dieses besondere Getränk in seiner jeweiligen Zeit bekommen. Allen gemeinsam ist die bauchige Form, die aufgrund einer kleinen Oberfläche die Wärme besser hält. Welche gefällt Ihnen am besten?

2. Der weite und gefährliche Weg des Tees

Weißer, grüner und schwarzer Tee wird aus den Blättern der gleichen Pflanze, der *Camellia Sinensis*, gewonnen, die erstmals in China kultiviert wird und bereits seit Jahrtausenden bekannt ist. Seit dem 17. Jahrhundert findet sie allmählich auch ihren Weg über den Handel nach Europa. Die Überfahrt dauert zu Beginn je Strecke rund ein Jahr und birgt barg unzählige Risiken. Das Teegeschirr aus grau schimmerndem Porzellan mit blau aufgemalten chinesischen Landschaftsmotiven steht dafür. Als Handelsware für Europa gefertigt, war es Teil der Ladung des 1752 versunkenen niederländischen Handelsschiffs *Geldermalsen*. Dieses wird erst 200 Jahre später geborgen und die Ladung 1986 in einer spektakulären Auktion versteigert.

Bezahlt wird der Tee zunächst mit Silber, das meist aus Opiumverkäufen stammt. „Wenn man über Wind und Mond plaudert, werden zunichte Vergangenheit und Gegenwart in tiefer Melancholie“, lautet die Übersetzung der hellen Schriftzeichen auf der Opiumpfeife rechts. So schön und poetisch dieses Exponat aus dem ausgehenden 19. Jahrhundert auch sein mag, verweist es doch auf eine der dunklen Seiten des Teehandels: die Epidemie des Rauschmittels Opium und die daraus resultierenden Kriege in China.

Gerade weil der Seeweg so gefährlich ist, versucht man auch über Land mit dem Tee zu handeln. Dazu wird er zu Ziegeln gepresst, wie wir in der linken Vitrine sehen können. Typisch für den sogenannten Karawanentee ist neben seiner Ziegelform ein intensives Raucharoma – ein feiner Nachgeschmack der nächtlichen Lagerfeuer der langgereisten Karawanen. 1916 macht die Fertigstellung der *Transsibirischen Eisenbahn* den Transport mit Maultieren, Pferden und menschlichen Trägern überflüssig.

Geblieden von dem Handel über den Landweg ist die russische Bezeichnung „Tschai“, die auch im Indischen, Türkischen und Arabischen ähnlich ausgesprochen wird. Sie leitet sich vom Schriftzeichen für Tee ab, das in Mandarin „cha“ ausgesprochen wird. In den südlichen Häfen Chinas wird es hingegen „te“ ausgesprochen. Die europäischen Händler übernehmen den Begriff entsprechend in ihre Sprachen.

3. Neue Geräte und Möbel für den exotischen Genuss

In Europa mit chinesischem Porzellan angekommen, gilt es, das weitere Zubehör für den Tee zu erfinden – eine Auswahl des so ausgelösten Ideenreichtums finden Sie in den beiden Lastenregalen. Dazu zählt etwa der Samowar, wie wir hier einen aus Kupfer sehen. Er kann das Teewasser mit einem Wasserbehälter, durch den eine Röhre für Holzkohle läuft, erhitzen und über Stunden warmhalten. Die oben austretende Röhre wirkt wie ein Kamin und sorgt dafür, dass die Glut lange anhält. Die Luftzufuhr für die Verbrennung geschieht über die Lochblende unterhalb des Behälters, mit ausreichend Abstand zum Untergrund. Die nach oben abgegebene Hitze wird zugleich genutzt, um die Sudkanne mit dem starken Teekonzentrat warm zu halten. Für dieses kann dann individuell am Hahn heißes Wasser zur Verdünnung abgezapft werden.

Im unteren Regal fällt der moderne nachtblaue Teewagen „Grace“ von Sebastian Herkner besonders ins Auge. Er steht beispielhaft für das seit einigen Jahren andauernde Comeback dieses Möbelstücks. Ende des 19. Jahrhunderts ursprünglich zum mobilen Servieren des Tees gedacht, kommt der Teewagen inzwischen flexibel für verschiedenste Dinge zum Einsatz. Angeregt wurde der Designer wie viele andere durch den „Dinett“, der hier zur Linken der modernen Version steht. Dabei handelt es sich um einen zusammenklappbaren Servierwagen, der 1955 entworfen und besonders beliebt wird. Er ist platzsparend, leicht und einfach in der Pflege.

4. Der Tee und seine Aromen

Tee bietet ein durch und durch sinnliches Erlebnis. Man kann ihn nicht nur schmecken, sondern er hat auch verschiedene Farben und einen besonderen Duft. Und diese sind von Sorte zu Sorte unterschiedlich, obwohl alle von einer einzigen Teepflanze stammen. Grund dafür sind unterschiedliche Anbaugelände, Erntezeiten und Blattsortierungen. Den größten Unterschied machen jedoch die Verarbeitungsschritte nach der Ernte. Für weißen Tee werden die Blätter nur gewelkt. Zur Herstellung von grünem Tee werden die Blätter nach dem Welken gedämpft oder geröstet und anschließend gerollt. Bei schwarzem Tee spielt das Einsetzen der Fermentation eine wichtige Rolle für die dunkle Farbe und den kräftigen Geschmack. Stoppt man den Prozess frühzeitig, so entsteht Oolong Tee, dessen Farbe von Bernstein gelb bis Tieforange reichen kann. Um eine Sonderform handelt es sich beim Pu-Erh, einem gepressten Grüntee. In dieser Form haltbar gemacht, kann er über Jahrzehnte aufbewahrt werden und reifen, was zur Ausbildung eines besonders erdigen Aromas führt. Haben sie schon einmal ganz bewusst die Unterschiede erschnuppert? Hier haben Sie die Gelegenheit dazu!

5. Seltener Luxus und Fernöstliche Phantasien

Zusammen mit dem Tee kommt auch das hier bisher unbekannte Porzellan nach Europa. Beides wird zu Beginn mit Gold aufgewogen und dient den Reichsten zur standesgemäßen Repräsentation. Der Tee zieht 1636 am französischen Hof ein, danach in Deutschland und zuletzt in Großbritannien. Überall weckt er umgehend die Sammelleidenschaft. Er sei besessen von der „Maladie de porcelaine“, der Porzellankrankheit, sagt August der Starke von sich selbst. So hat er in Dresden mit enormen Kosten eine der bedeutendsten Porzellansammlungen des 17. und frühen 18. Jahrhunderts zusammengetragen und den Alchemisten Johann Friedrich Böttger jahrelang zwangsverpflichtet, das Rezept zur Porzellanherstellung zu ergründen, was diesem schließlich 1709 gelingt. Ein Jahr später wird in Meißen die erste europäische Porzellanmanufaktur gegründet.

Aus der Anfangszeit dieser Manufaktur geht 1725 auch dieses Tee- und Kaffeeservice hervor. Es besteht aus einer hohen Kaffee- und einer gedrungeneren Teekanne, sowie aus einer Schale, der sogenannten Spülkumme. Sie dient dazu, die Überreste von Kaffee und Tee auszuspülen. Zum Service gehören weitere Tassen und Untertassen, wie wir es heute noch kennen. Die Formen gehen auf asiatische Vorbilder zurück. Die Bemalung wurde in heiteren Farben aufgetragen, sodass das strahlende Weiß des Porzellans deutlich aufscheint. Lebendige Szenen zeigen Tier- und Naturdarstellungen, Figuren und Gruppen – unter anderem beim Teetrinken –, aber auch Architekturelemente. Diese exotische und charmante Traumwelt entsprang der Fantasie des Porzellanmalers Johann Gregorius Höroldt, der wie die meisten Europäer Asien nie selbst bereiste.

6. Repräsentative und politische Geschenke

Neben fürstlicher Pracht demonstriert August der Starke mit diesem großzügigen Geschenk sein Wohlwollen gegenüber seinem nordischen Alliierten. Das aufs Feinste bemalte Koppchen mit einer Untertasse dient als Staatsgeschenk für Christian VI. von Dänemark und Norwegen.

Die Untertasse zeigt unter der Königskrone die Wappen der Gebiete, in denen der beschenkte König regiert: Dänemark, Norwegen, Schleswig und Holstein. Gerahmt werden sie von einer Girlande in königlichem Blau mit einem Elefanten für den gleichnamigen dänischen Ritterorden.

Die Untertasse wird beim Teetrinken gelegentlich zum Abkühlen und Schlürfen des Tees genutzt. Mit dem Tee befüllt wird in der Regel jedoch das Koppchen. Dabei handelt es sich um eine Trinkschale ohne Henkel, wie sie in Asien verbreitet ist. Auf diesem speziellen Koppchen ist auf der Schauseite das verschlungene Monogramm Christian des VI. zu sehen. 1730 kommt es, vermutlich nach dessen Thronbesteigung, zur Auslieferung. Es wurde wohl bereits 1725 beauftragt und ist Teil eines der damals umfangreichsten Services für Tee, Kaffee und Schokolade. Die prachtvollen Porzellane Augusts des Starken künden von der herausragenden Qualität seiner Porzellanmanufaktur, in der noch viele weitere Staatgeschenke gefertigt werden. Ein besonders schönes Beispiel ist außerdem der Teebecher mit Untertasse in der benachbarten Vitrine. Er wurde von Katharina der Großen beauftragt. Der glückliche Beschenkte ist ihr Sohn und Nachfolger Pawel Petrowitsch, für den das bekrönte Monogramm mit zwei Ps steht.

7. Tee anstatt Bier und Wein

Bevor der Tee weitere Verbreitung erfährt, war es in Europa üblich, Bier und Wein zu trinken. Dies beginnt bereits mit der Biersuppe zum Frühstück, die auch beim Adel beliebt ist. Erst nach und nach wird das Volk durch das asiatische Heißgetränk ernüchtert.

Verantwortlich dafür sind sinkende Preise und die Gründung von Kaffeehäusern in den großen Handelsmetropolen, die den Kaffee- und Teeausschank populär machen. Das Teetrinken wird fester Bestandteil des Tagesablaufs. Oft beginnt jetzt der Tag mit einer Tasse Tee, die gerne mit Brot kombiniert wird.

Die fein ausgearbeiteten Details dieses Teekessels aus dem 18. Jahrhundert künden von der Freude am Teetrinken. Das eingesetzte Eisenblech ist deutlich weniger kostbar und damit für viele bürgerliche Haushalte erschwinglich. Verspielte Goldverzierungen, üppige Blüten, saftige Früchte und freche Insekten beleben diesen schwarz grundierten Teekessel.

Für die Einnahmen des Adels wirkt sich diese Entwicklung negativ aus. Durch den Rückgang des Bierabsatzes verzeichnen sie Einbußen, da sie an der Produktion von Braugerste und an Biersteuern verdienen. In der Folge werden spezielle Steuern und Zölle erhoben und Versuche unternommen, den Tee zu verbieten. Es werden sogar moralische Bedenken und Sorgen um die Volksgesundheit verbreitet. So ist mit dem Konsum von Tee und Kaffee angeblich das Lotterleben nicht mehr fern, weil man allzu leicht seine Pflichten vernachlässigt. Kaffee ist übrigens günstiger und wird deshalb außerhalb Ostfrieslands und Englands noch weitaus mehr importiert und verkauft als Tee.

8. Emanzipation am Teetisch

An diesem Tisch wird der Tee von der Gastgeberin oder dem Gastgeber höchstpersönlich aufgegossen. Ist es in höfischen Kreisen noch ein Zeichen von Vertrauenswürdigkeit, denn der Tee wird ja vor den Augen des Gastes bereitet und kann somit nicht vergiftet sein, wird es in bürgerlichen Kreisen zu einer ausgesprochen höflichen Geste der Einladenden. Zur Zeit der Aufklärung im 18. Jahrhundert ist es zugleich die Möglichkeit, Status und Wissen darzustellen und im privaten Rahmen ein Zusammensein zu ermöglichen.

Am Teetisch können alle Anwesenden gleichrangig Platz nehmen. Dazu zählen vor allem auch Frauen, die erstmals in solchen Runden am gesellschaftlichen Leben dabei sein können. Aber auch für jüdische Mitbürger:innen und solche mit zweifelhaftem Ruf wie etwa Schauspieler:innen bieten sich hier gleichberechtigte Möglichkeiten zur gesellschaftlichen Teilhabe. Weit verbreitet sind die Treffen am Teetisch, auch Salons genannt, bei den diskussionsfreudigen Philosophen und Schriftstellern der Zeit, die dem Tee einen Ruf als Getränk des Verstandes einbringen. Belebt durch den servierten Tee und kleine Speisen entwickelt sich wie von selbst ein lebendiger Austausch.

9. Schmuckstücke zur Erinnerung

Tee genießt man zu Beginn des 19. Jahrhunderts vorzugsweise im Stillen, unter engen Freunden und im Kreis der Familie. Dies liegt vor allem an der 1819 nach dem Wiener Kongress verhängten umfassenden Zensur und der Einschränkung jeglicher politischen Betätigung. So leben konservative Werte wieder auf, und das Bürgertum zieht sich ins Private zurück. In dieser Zeit des *Biedermeier* etablieren sich das Wohnzimmer und der Begriff der Gemütlichkeit. Damit einhergehend kommen Sammeltassen für Tee und Kaffee wie in der Etagere in Mode. Sie sind aufwendig gestaltet, oft mit sentimental Botschaften versehen und dienen als Andenken oder Geschenk zur Erinnerung. Sie werden in Ehren gehalten und in eigens dafür angefertigten Regalen präsentiert. Anders als bei einem Tee- bzw. Kaffeeservice, wo der Dekor alle zugehörigen Teile mit einer einheitlichen Gestaltung verbindet, setzt man bei den Sammeltassen gerade auf die individuelle Gestaltung und Form jedes einzelnen Stückes. Nur Tasse und Untertasse entsprechen sich. Eine Sammlung von Sammeltassen ist dann besonders bemerkenswert, wenn sie möglichst viele unterschiedliche Exemplare vereint. Dabei sind nicht nur Blumen- und Musterdekore beliebt, sondern auch Reiseerinnerungen. Beispielhaft sei hier auf die beiden Tassen auf dem Sockel verwiesen, die ein und dieselbe Darstellung des Lübecker Holstentors zeigen.

10. Waren aus Großbritannien

Seit der Einführung der königlichen Teestunde am britischen Hofe im Jahr 1662 wird der Tee auf den Inseln mit großem Eifer zelebriert und eng mit der Monarchie verbunden. Eine Teedose mit dem Abbild Eduards VIII. und Wilhelms IV. mit Marineschiff und Teeklipper zeigt dies ebenso wie die Teedose zum fünfundsingjährigigen Thronjubiläum von Queen Elisabeth.

Außerhalb des Königreichs wird es auf vielen Teetischen bereits ab der zweiten Hälfte des 18. Jahrhunderts „very british“. Denn seitdem gelangt der Tee mitsamt einer großen Auswahl an Geschirren aus britischer Produktion über London nach Norddeutschland, Dänemark und in andere Länder. Begehrt und besonderen Anlässen vorbehalten sind die Erzeugnisse der Marke Wedgwood. Sie sind bekannt für ihren klassizistischen Stil, matte Oberflächen in kräftigen Farben und feine, erhaben gestaltete Verzierungen.

Erschwingliche Massenware aus Steingut mit neuen aufgedruckten Motiven, wie sie die beiden hellen Teedosen zeigen, sind vor allem seit dem 19. Jahrhundert weit verbreitet. Neben dem bekannten Afternoon Tea gibt es viele weitere Gelegenheiten zum Teekonsum, die den britischen Alltag prägen. Wie wichtig gerade der „early morning tea“ ist, veranschaulicht der Radiowecker *Teasmade* aus dem Jahr 1982. Er bereitet rechtzeitig zum Alarm eine Kanne des flüssigen Wachmachers vor.

11. Tee und hygge

Das Möwenservice (dänisch Mågestellet), von Fanny Garde für die Firma Bing & Grøndahl entworfen, gehört fast zur Grundausstattung eines dänischen Haushalts. Auch hier ist das Teetrinken Teil des wohligen Lebensgefühls, dass sich in Dänemark mit der Bezeichnung *hygge* einen Namen gemacht hat. Die Gemütlichkeit des Heims findet hier ihren Ausdruck in der Durchgestaltung von Möbeln, Dekorationen und Gebrauchsgegenständen wie etwa diesem besonders beliebten Service.

Die dänische Keramikerin und Porzellanmalerin Fanny Garde studiert 1875 in Kopenhagen an der gerade neu gegründeten Zeichenschule der *Dänischen Frauengesellschaft*. Mit dem Entwurf von 1892 etabliert sie sich als eigenständige Künstlerin bei der Porzellanfabrik Bing & Grøndahl, bei der sie bereits seit sechs Jahren tätig ist. Das Naturmotiv ist charakteristisch für den Jugendstil, der nach der Verschmelzung von „Kunst und Leben“ sucht.

Wir zeigen hier eine Tasse mit Untertasse dieses sehr vielteiligen Porzellans. Es wird seit Produktionsbeginn im Jahr 1900 bis 2011 unverändert in zwei Varianten – mit und ohne Goldrand – produziert. Die nach wie vor anhaltende Beliebtheit der Möwe auf blauen Porzellangrund zeigt auch eine 2016 eingeführte Briefmarke der POSTNORD.

12. Die ostfriesische Rose

„Dreimal ist Ostfriesenrecht“ lautet ein Sprichwort aus Ostfriesland und besagt, dass Gästen stets drei Tassen Tee angeboten werden sollen. Nicht umsonst sind sie mit durchschnittlich 300 Litern Tee pro Kopf im Jahr Weltmeister im Teetrinken. Doch nicht nur die Menge macht's. Die ostfriesische Teezeremonie ist ein Alleinstellungsmerkmal, das 2016 als immaterielles Kulturerbe anerkannt wird. Es verwundert daher nicht, dass das Porzellan in Ostfriesland ebenso speziell ist. Neben dem *Strohblumenmuster* ist das Motiv der *ostfriesischen Rose* als Dekor besonders beliebt. Beide sind in Ostfriesland schon seit dem 18. Jahrhundert verbreitet. Sie haben ihre Vorbilder in den Dekoren der Meißener Porzellanmanufaktur. Die einzelne blassrosa Rosenblüte wird als Hauptmotiv zum Markenzeichen der Ostfriesen. Unterschieden wird dabei zwischen der offenen und geschlossenen Rose. Das Beispiel der Manufaktur Wallendorf aus den 1990er Jahren zeigt, dass die Tradition ungebrochen fortlebt.

Zusätzlich zu den üblichen Bestandteilen eines Teeservice kommt bei den Ostfriesen stets ein Stövchen zum Warmhalten der Teekanne zum Einsatz. Keinesfalls fehlen darf der Kandiszucker, der zuallererst in die Tasse gelegt wird und beim Übergießen mit heißem Tee effektiv knistert. Eine weitere Besonderheit ist die Milchrahmschüssel mit Rahmlöffel. Damit wird die Sahne in spezieller Weise in den beliebten kräftigen Schwarztee gegeben und entwickelt sich als sogenanntes „Wölkchen“.

13. Tee für jedermann in der Thermoskanne

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts wird Tee für alle erschwinglich und ist folglich wortwörtlich in aller Munde. Sowohl in englischen Fabriken als auch bei ostfriesischen Moorarbeitern wird vom Mittagsbier auf Tee umgestellt. Ob zur Arbeit oder zum Picknick – durch die Erfindung der Isolierkanne, kann das Heißgetränk nun erstmals überallhin mitgenommen werden. Eine der ersten Firmen, die solche Isolierkannen massenhaft fertigt, ist Thermos. Nach eigener Aussage ist das Unternehmen 1904 nicht nur in eine Branche eingetreten, sondern es hat diese geschaffen. Und so stehen Thermos-Produkte heute synonym für alle Isolierkannen – eine enorme Marketingleistung! In etwa ist dieses Phänomen vergleichbar mit den Papiertaschentüchern von Tempo, der Würze von Maggi oder der Jasperware von Wedgwood ...

Isolierkannen müssen aber schnell nicht mehr nur praktischen Ansprüchen genügen, sondern wecken auch den ästhetischen Ehrgeiz. So entspricht die Kanne von Stabilo-Therm ganz dem Zeitgeist der 50er Jahre.

14. Spannende Erfindungen: Revolution in der Küche?

Der 1909 von Peter Behrens für die Berliner AEG entworfene Wasser- und Teekessel setzt auf eine klare, reduzierte Formensprache, die die industrielle Fertigung von Beginn an mitdenkt. Er ist eine von 81 möglichen Varianten, die sich aus der Kombination von unterschiedlichen Grundtypen, Materialien, Oberflächenbehandlungen, Ausgüssen und Henkeln ergeben können. 30 davon werden zum Verkauf angeboten und sollen im Sinne Behrens' als Gebrauchs- und Luxuskunst für jedermann dienen. Für Jedermann eignet sich der elektrische Haushaltshelfer aufgrund des relativ hohen Preises, der unzureichenden Stromversorgung und der hohen Stromkosten jedoch anfangs nicht.

In Berlin waren in den 1920ern etwa erst die Hälfte der Haushalte mit Strom versorgt.

Für die Verbreitung der elektrischen Haushaltshelfer in wohlhabenden Haushalten und deren Repräsentationsbedürfnis steht das Art Déco Teeservices des Münchner Hofschmieds Eduard Wollenweber, zu dem auch ein elektrifizierter Heißwasser-Schwenk-Kessel gehört.

15. Geometrie auf dem Teetisch

Radikale Zurückhaltung prägt das Teegeschirr des Bauhausschülers und Pioniers des Industriedesigns Wilhelm Wagenfeld aus den 1930ern. Transparent, ohne Dekor und reduziert auf geometrische Grundformen wirkt das filigrane feuerfeste Glas scheinbar schwerelos und nimmt sich als Material auf ganzer Linie zurück. Im Siebeinsatz der Kanne wird beim Übergießen der Blätter mit heißem Wasser sichtbar, wie diese aufquellen, Aroma und Farbe abgeben und langsam nach oben steigen. Das Getränk wird zum Blickfang und die Handhabung der filigranen Objekte zum achtsamen Moment, denn die weiten Schalen müssen sehr vorsichtig gehalten werden, um nichts zu verschütten. Heute ein gesuchter Designklassiker und Ikone für das Werk von Wilhelm Wagenfeld und die moderne Gestaltung, war das Service ursprünglich ein preiswertes Produkt der Massenindustrie, welches das Jenaer Glaswerk Schott & Gen produzierte.

16. Ein Lübecker Klassiker

Ebenfalls den geometrischen Grundformen verpflichtet ist diese silberne Teekanne von Werner Oehlschläger mit ihrem gestauchten zylindrischen Korpus aus dem Jahr 1975. Sie besitzt einen ganz besonderen Mechanismus, denn der flach eingelegte Deckel öffnet sich nur, wenn der breite Henkel aus Palisander zur Seite gelegt wird. Dieser kluge Mechanismus schützt den Deckel und den Inhalt der Kanne und lässt im geöffnetem Zustand genug Platz, um ein Teesieb einzusetzen. Diese Technik ist eine schlüssige Abrundung der prägnanten und konzentrierten Gestaltung. Sie beruht auf einer strengen Formensprache und hoher handwerklicher Präzision. Beides ist typisch für die Arbeiten des 2008 verstorbenen Werner Oehlschläger. Viele Jahrzehnte in Lübeck ansässig, zählen er und seine Frau Margarete zu den wichtigsten Vertretern norddeutscher Handwerkskunst.

16. Ein hipbes Getränk für die Jugend: Eistee

Wer an Eistee denkt, hatte bis vor einigen Jahren in der Regel Lipton-Eistee vor Augen. Doch ist der bescheiden aufgewachsene Schotte nicht der Erfinder des Kaltgetränks. Das ist der Engländer Richard Blechynden, der 1904 auf der Weltausstellung in St. Louis in den USA die Amerikaner trotz größter Hitze vom englischen Schwarztee überzeugen soll. So kommt er auf die Idee, den Tee gekühlt zu servieren, und gewinnt damit das Gefallen der Amerikaner, bei denen Iced Tea heute noch sehr beliebt ist. Inzwischen wird er gerne mit Fruchtsäften wie Pfirsich und Zitrone aromatisiert.

Dass wir heute Thomas Lipton fast selbstverständlich mit englischem Tee assoziieren, zeigt, dass er ein ungeheuer findiger und erfolgreicher Kaufmann war, der sich mit diesem Produkt auf dem Markt einen Namen gemacht hat. So ist er auch der Erste, der Teebeutel mit Zubereitungsanweisungen auf den Etiketten verkauft.

Inzwischen ist das Kaltgetränk zu einem weltweiten Foodtrend geworden, der vor allem junge Erwachsene anspricht. Das machen sich etwa auch der Deutschrapper Capital Bra mit seinem *Bratee* und die Rapperin Shirin David mit ihrem *DirTea* zunutze und bieten immer neue Geschmackskombinationen an. Dabei wird Eistee schon lange nicht mehr nur auf Basis von schwarzem Tee, sondern auch aus Grün-, Weiß-, Früchte- oder Kräutertee zubereitet. Und so sind neben Homemade-Lemonades auch Homemade-IceTeas von den Getränkekarten der kleinen Cafés ebenso wie von denen großer Restaurant-Ketten nicht mehr wegzudenken.

17. Ein schnelles Getränk oder zelebriertes Ritual (Kurland/Tea to go)

Selbst traditionsreiche und hochklassige Porzellanhersteller wie die Königliche Porzellan-Manufaktur Berlin setzen auf neue Trends, die sie mit klassischen Dekors verbinden. So ist als nachhaltige und stilsichere Alternative zu den gängigen Wegwerfprodukten der große Becher mit der auch heute noch unverwechselbaren *Kurland*-Reliefborte auf Weiß, Mattschwarz oder in aktuellen Trendfarben und mit Silikon-Deckel erhältlich. Das ikonische Design geht auf einen Auftrag von Peter Biron, Herzog von Kurland, im Jahr 1790 zurück. Er wünscht sich ein prächtig gestaltetes Tafelservice. Und so entsteht hier für den Auftraggeber eine in dieser Zeit hochaktuelle Kollektion in streng klassizistischer Form mit dem Namen „Service mit antiquer Kante“, das später in „Kurland“ umbenannt wird.

Auch veredelt KPM die To-Go-Becher mit speziellen handgemalten Motiven wie Papageien, einem Pierrot oder sogar mit altbewährten und besonders beliebten Chinoiserien. Gehobene Individualist:innen können ihren Becher mit den eigenen Initialen oder einem Schriftzug personalisieren. Und wem das nicht reicht, der kann seinen Becher mit einer goldgeprägten Ledermanschette als Hitzeschutz bzw. einem Carrier, ebenfalls aus Leder, ergänzen.