

1. DER WEG NACH EUROPA

Die *Camellia sinensis* ist ein Gewächs, das die Welt nachhaltig verändert hat. Sie ist die Grundlage für das nach Wasser zweitbeliebteste Getränk: den Tee. In China wurde die Pflanze erstmals kultiviert. Durch Handel, Migration und die Ausdehnung des Buddhismus verbreitet sich der Tee von hier aus in losen Blättern per Schiff über Wasser und zu Ziegeln gepresst mit Karawanen über Land in große Teile Asiens.

Zum wichtigen Wirtschaftsfaktor wird der Tee im 17. Jahrhundert, als er mit der *Niederländischen* und *Britischen Ostindien-Kompanie* bis nach Europa gelangt. Ein Handel nicht ohne Schattenseiten, denn der Tee wird lange Zeit in China indirekt mit Opium bezahlt, und es werden darüber sogar Kriege geführt. Außerdem findet die Arbeit auf den Plantagen bis heute zum Teil unter widrigen Arbeitsbedingungen statt.

Die Ausstellung *Luxus, Lotterleben, Lifestyle* erzählt in acht Kapiteln vom Weg des Tees von China nach Nordeuropa und den kulturellen Veränderungen, die er bewirkt hat. Als große Kostbarkeit zunächst ein seltener und begehrter Luxusartikel, wird er zum Getränk der Aufklärung und der bürgerlichen Gemütlichkeit. Die zugehörigen eigens erfundenen Gerätschaften und Porzellane machen diese Entwicklung greifbar. So erobert der Tee Schritt für Schritt die breite Öffentlichkeit und wird zum unverzichtbaren täglichen Getränk, das auch im heutigen Lifestyle seine festen Platz gefunden hat.

1. THE WAY TO EUROPE

Camellia sinensis is a plant that has changed the world for good. It is the basis for the second most popular beverage next to water: Tea. First cultivated in China, tea spreads from there through trade, migration and the expansion of Buddhism. The loose leaves were shipped by water; compressed tea bricks were transported over land by caravans to large parts of Asia.

Tea becomes an important economic factor in the 17th century, when it reaches Europe through the Dutch and British East India Companies. The downsides of the rise of tea include opium being used as indirect payment in China, wars being fought over it, and adverse working conditions on some tea plantations even up to this day.

*The exhibition *Luxury, Lavishness, Lifestyle* is a narration in eight chapters about the tea's journey from China to Northern Europe and the cultural changes it brought about. An initially rare and coveted luxury item, it becomes the drink of the Enlightenment and of middle-class comfort. Specifically invented tea utensils and porcelain sets -attest to this development. Tea gradually has conquered its place in the public as an indispensable daily beverage firmly rooted in today's lifestyle.*

2. NEUE ERFINDUNGEN FÜR EINE NEUE MODE

Die Handelsschiffe der verschiedenen europäischen Handelskolonien liefern im 17. Jahrhundert neben dem kostbaren Tee auch feine Porzellane zum Aufbewahren der Teeblätter und zum Aufgießen und Servieren des Getränks. Doch vieles gilt es neu zu erfinden, zu Gunsten der heimischen Wirtschaft nachzuahmen und entsprechend der lokalen Erfordernisse und Vorlieben zu verändern. Dazu gehören auch passende Gerätschaften und Kleinmöbel.

Der Samowar ist eine der unzähligen Erfindungen. Die ab den 1760er Jahren in England, Russland und im nördlichen Europa verbreiteten Teemaschinen mit Zapfhahn und Heizmöglichkeit sind anfangs technisch nicht so anspruchsvoll und ausgereift, wie es der Name suggeriert. Erst 1893 kommt mit der Präsentation des ersten elektrischen Wasserkochers auf der Weltausstellung in Chicago auch Strom ins Spiel. Da sie lange wesentlich teurer sind, aber weniger effizient als auf dem Herd erhitzte Wasserkessel, setzen sie sich erst Jahrzehnte später durch. Automatische Teemaschinen kommen ab 1902 auf und werden bis heute weiterentwickelt, um den Geschmack des Getränks zu verfeinern und den Komfort bei der Anwendung zu erhöhen.

Unter den Teemöbeln hat sich bis heute der Teewagen als multifunktionales Möbel mit Kultfaktor durchgesetzt. Der einst so begehrte Teetisch mit abwischbarer Tischplatte und nach oben gezogenem Rand findet hingegen kaum noch Verwendung.

2. NEW INVENTIONS FOR A NEW FASHION

The 17th-century merchant ships supply not only the precious tea from the various European trading colonies, but also fine porcelain for storing the tea leaves and for infusing and serving the beverage. Much nevertheless remains to be re-invented, imitated, and modified to adapt to the requirements and preferences of the local economy. This includes suitable utensils and dedicated pieces of furniture.

The samovar is one of these countless inventions. Widely used in the UK, Russia, and Northern Europe from the 1760s onwards, these tea machines with taps and heating facilities are initially less sophisticated and technically mature than the name suggests. Electricity only comes into play in 1893, with the presentation of the first electric kettle at Chicago World's Fair. More expensive but less efficient than heating a kettle on a stove, electric kettles will not become established until decades later. Automatic tea makers first appear in 1902, and they continue to be developed to this day, both for refined flavour and increased convenience.

In terms of tea furniture, the tea trolley has prevailed to this day as an iconic, multifunctional piece of furniture. The once so popular tea table with wipe-clean tabletop and raised rim, on the other hand, is hardly ever used anymore.

3. FÜRSTLICHE DRACHT

Das exotische Getränk ist anfangs kostbar wie Gold und verbreitet sich zuerst in höfischen Kreisen. 1636 etabliert sich das Teetrinken am französischen Hof. Cornelius Dekker, der niederländische Leibarzt von Kurfürst Friedrich-Wilhelm von Brandenburg, ist um 1650 der erste, der das Getränk in Deutschland erwähnt. In England wird die Teekultur 1662 eingeführt. Getrunken wird das Heißgetränk aus edlen Porzellanen, die aus China und in kleinerem Umfang auch aus Japan eingeführt werden.

Zusammen mit Tee und Porzellan kommt eine regelrechte China-Mode nach Europa: Porzellansammlungen füllen ganze Kabinette, europäische Kunsthandwerker üben sich in der Technik der Lackmalerei und schaffen Raumausstattungen in exotischem Stil. Architekten lassen sich zu fantasievollen Bauten inspirieren, in denen opulente Kostümfeste gefeiert werden. Die bisher nur in China bekannte Zusammensetzung von Porzellan wird nun immer eifriger erforscht und endlich durch den von August dem Starken zwangsverpflichteten Alchemisten Johann Friedrich Böttger 1709 in Meißen entdeckt.

Für Formen und Motive werden unterschiedlichste ostasiatische Einflüsse aufgegriffen. Sie spiegeln jedoch vor allem, wie sich Auftraggeber und Porzellanmaler das ihnen unbekannte asiatische Leben vorstellen. Exotische Szenen werden dabei auf dem europäischen Motiv- und Formenfundus fußend in charmanten Bildern und prächtigen Verzierungen inszeniert.

3. ROYAL SPLENDOUR

The exotic beverage is initially as precious as gold and therefore spreads first in courtly circles. Tea drinking is established at the French court in 1636. Cornelis Dekker, the Dutch personal physician to Elector Frederick William of Brandenburg, is the first to mention the drink in Germany around 1650. The Portuguese Infanta Catherine Henrietta of Braganza introduced tea culture in England in 1662. The hot drink is served in fine porcelain imported from China and, to a lesser extent, from Japan.

Along with tea and porcelain, a veritable fashion for China enters Europe. Entire cabinets are filled with porcelain collections; European craftspeople practice the technique of lacquer painting and create exotic interior designs. Architects take inspiration for fanciful buildings, where opulent costume parties are celebrated. The composition of porcelain, previously known only in China, is eagerly explored and finally deciphered in 1709 in the German town of Meissen by Johann Friedrich Böttger, an alchemist conscripted to the task by August the Strong.

A wide variety of East Asian influences are adopted for decorative forms and motifs. Above all, they reflect the ideas of patrons and porcelain painters in Europe about the to them unknown life in Asia. Exotic scenes are staged in charming pictures and splendid decorations based on European patterns.

4. TEE ANSTATT BIER UND WEIN

Bevor Tee ebenso wie Kaffee und Kakao in Europa eingeführt wird, dienen die Kaltgetränke Buttermilch, Bier, Wein und Branntwein als Durstlöscher. Das meist unreine Wasser wird gemieden, und Aufgüsse mit Kräutern haben einen schlechten Ruf als Hexengebräu. Da es günstig, nahrhaft und frei von Verunreinigungen ist, wird in der breiten Bevölkerung vom Frühstück an Bier getrunken. Nichtsdestotrotz wirkt der Teekonsum im Adel vorbildlich und sorgt für die Verbreitung der Heißgetränke zunächst in wohlhabenden Kreisen und später für die allgemeine Ernüchterung des Volkes.

Die exotischen Getränke bieten neben der belebenden Wärme ein völlig neues Geschmackserlebnis sowie neue Möglichkeiten der Freizeitgestaltung und Geselligkeit. Der ungewohnte Geschmack, die lange Zeit umstrittene Wirkung des Tees und die hohen Kosten führen allerdings auch zu Vorurteilen und Verboten. So befürchtet man, dass der Tee Genuss bei Frauen unter anderem die Vernachlässigung häuslicher Pflichten und Geldverschwendung bewirke. Auch Männer werden durch Verbote vielerorts an Sonn- und Feiertagen vom Teetrinken in Gasthäusern abgehalten.

4. TEA INSTEAD OF BEER AND WINE

Cold drinks such as buttermilk, beer, wine, and brandy serve as thirst quenchers before coffee and cocoa are introduced to Europe. Water is usually impure and therefore avoided, and herbal infusions have a bad reputation as witches' brews. Among the people, beer is the common drink even with breakfast, because it is cheap, nutritious, and uncontaminated. Nevertheless, the nobility sets the example and initiates the spread of the hot drinks, first in wealthy circles and later on in the general interest of the sobriety of the people.

In addition to their invigorating warmth, the exotic beverages offer an entirely new taste experience, along with new possibilities for leisure and social gatherings. The unfamiliar flavour, the long-disputed effects of tea, and its high cost, however, also lead to prejudice and bans. People fear, for instance, that tea causes women to neglect their domestic duties and waste money. Men are also prevented from drinking tea on Sundays and holidays by prohibitions in many inns.

5. AUFKLÄRUNG UND EMANZIPATION AM TEETISCH

Der belebende Tee wird also zum Mittel der Ernüchterung, da er neben Bier und Wein auch starke Alkoholika ersetzt. Unter den Philosophen der Aufklärung ist er sowohl beim konzentrierten Arbeiten als auch beim geselligen Diskutieren sehr beliebt und macht sich so als Getränk der Vernunft und des Verstandes einen Namen.

Abseits vom öffentlichen Ausschank in den männlich dominierten Tee- und Kaffeehäusern etablieren sich in den Jahrzehnten vor und nach 1800 Teegesellschaften in vielen Privathäusern. Besonders bekannt und einflussreich sind der Teesalon der Jüdin Rahel Varnhagen von Ense geborene Levin in Berlin und der von Johanna Schopenhauer in Weimar gepflegte literarische Teesalon.

Die Hausherrinnen laden ihre Gäste zu regelmäßigen Treffen am Teetisch ein und bewirten sie persönlich mit Tee und kleinen Speisen. Der neue, informelle Rahmen der Teegesellschaft eröffnet ihnen ungekannte Freiräume: Ansonsten aus dem gesellschaftlichen Diskurs ausgeschlossene Frauen, aber auch Juden und Jüdinnen sowie Personen von niedrigem Ansehen wie Schauspieler:innen finden hier Möglichkeiten, sich auszutauschen. So wird etwa Goethes als nicht standesgemäß erachtete Ehefrau Christiane Vulpius erstmals in Johanna Schopenhauers Salon von der feineren Gesellschaft akzeptiert.

5. ENLIGHTENMENT AND EMANCIPATION AT THE TEA TABLE

The stimulating tea thus turns into a means for sobriety as it replaces beer, wine, and stronger alcoholic beverages. The philosophers of the Enlightenment appreciate tea as a drink that promotes both concentrated work and sociable discussion, the beverage thus becoming associated with reason and intellect.

Beyond the public serving of tea in male-dominated tea and coffee houses, tea societies are established in many private homes in the decades around 1800. Particularly well-known and influential are the tea salon hosted by the Jewess Rahel Varnhagen von Ense, née Levin, in Berlin and Johanna Schopenhauer's literary tea salon in Weimar.

The hostesses invite their guests to regular meetings at the tea table and personally entertain them with tea and snacks. The new, informal setting of the tea society gives access to unprecedented freedom: Women otherwise excluded from social discourse, Jewish people, or people from the lower ranks of society, such as actors and actresses, have the opportunity to exchange ideas here. Goethe's wife Christiane Vulpius, for example, who was considered beneath her husband in social status, was first accepted into finer society in Johanna Schopenhauer's salon.

6. DER PRIVATE GENUSS: BÜRGERLICHE GEMÜTLICHKEIT

Mit der 1819 nach dem Wiener Kongress verhängten umfassenden Zensur und der Einschränkung jeglicher politischer Betätigung leben konservative Werte wieder auf, und das Bürgertum flüchtet sich ins Private. Tee wird jetzt im Stillen genossen, unter engen Freunden und im Kreis der Familie. In dieser Zeit des Biedermeier etablieren sich das Wohnzimmer und der Begriff der Gemütlichkeit.

Nun beginnt die Zeit der Sammeltassen. Sie sind aufwendig gestaltet und oft mit anrührenden Botschaften versehen. Als Andenken oder Geschenk zur Erinnerung werden sie in Ehren gehalten und stolz 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.

Neben den besonderen Einzelstücken zieht aber auch Massenware in die gute Stube ein: Sie kommt in Form von Steingut aus Großbritannien, das von den eleganten Wedgwood-Geschirren mit feinen Reliefs bis hin zu einfacher Keramik mit gedruckten Motiven eine große Auswahl zu bieten hat.

6. GEMÜTLICHKEIT: COSY MIDDLE-CLASS COMFORT

With the comprehensive censorship implemented after the Congress of Vienna in 1819, restricting any political activity, conservative values are revived, marked by the middle-class retreat into the private sphere and the turn toward sentimental virtues. Tea is now enjoyed in the quiet circles of friends and family. The living room and the concept of Gemütlichkeit (cosiness, comfort) are rooted in the Biedermeier period.

On this account collectible cups are on the rise. Elaborately designed and often decorated with moving messages, they are kept as souvenirs and treasured gifts that are proudly presented. Unlike a tea or coffee service, where the décor unites all the associated pieces with a uniform design, the focus with the collectible cups is on the individual design, ornament and shape of each single piece. Only the cup and the saucer are destined to match.

Beside special and unique pieces, mass-produced goods move into the parlours, too. They come as earthenware from the UK, ranging from elegant Wedgwood dishes with their graceful reliefs to simple pottery with printed motifs.

7. ENGLAND, DÄNEMARK UND OSTFRIESLAND

Gegen Ende des 19. Jahrhunderts dominiert der günstige Tee aus den britischen Kolonien den europäischen Markt. Stärkerer Konkurrenzkampf, schnellere Schiffe und eine deutliche Verkürzung der Handelswege durch den 1869 eröffneten Suezkanal, machen ihn nun für alle erschwinglich. Tee ist wortwörtlich in aller Munde: In englischen Fabriken wie auch bei ostfriesischen Moorarbeitern wird vom Mittagsbier auf Tee umgestellt. In besseren Hotels bieten Teesalons ihren Gästen eine Auswahl an Tee und feinem Gebäck, und in England etablieren sich preiswerte Teehausketten und elegante Tanztees. Das Heißgetränk ist Inbegriff von Gastfreundschaft und auch in Dänemark ist Tee wichtiger Bestandteil von »hygge«, der typisch dänischen Form der Gemütlichkeit.

Die Teeliebhaber aus Großbritannien und Ostfriesland sind durch den Handel und Schmuggel von Tee sowie von passenden Geschirren und Möbeln eng miteinander verbunden und stehen auch mit den Dänen in engem Austausch. Großbritannien beeindruckt durch unternehmerische Umtriebigkeit, technische und ästhetische Neuerungen im Bereich der Keramik und eine Vielzahl von passenden Gerätschaften, die dem Getränk gewidmet sind. Die Teegeschirre aus Dänemark folgen den Moden des skandinavischen Stils und drücken heitere Geselligkeit aus. Die Ostfries:innen sind Teeweltmeister und genießen ihre starke Teemischung bevorzugt mit Sahne und Kandiszucker in feinen Porzellanen mit traditionsreichen Dekoren wie der ostfriesischen Rose oder dem Strohblumenmuster.

7. ENGLAND, DENMARK AND EAST FRISIA

Towards the late 19th century, inexpensive tea from the British colonies dominates the European market. More competition, faster ships, and significantly shorter trade routes due to the Suez Canal opening in 1859 now make tea affordable to everyone. Tea is literally on everyone's lips: In English factories and among East Frisian peat bog workers alike, the lunchtime beer is abandoned for tea. The tea salons of upscale hotels offer their guests a selection of teas and pastries, and in the UK, reasonably priced tea house chains are established. The hot beverage is the epitome of hospitality and in Denmark, too, tea is a vital part of »hygge«, the Danish version of cosy Gemütlichkeit.

Tea lovers from Britain and East Frisia are closely linked through the trade and smuggling of tea as well as the fitting tableware and furniture. Both are also in constant exchange with the Danes. While Britain impresses with its entrepreneurial drive technical and aesthetic innovations in the field of ceramics and a variety of matching utensils dedicated to the beverage, tea services from Denmark follow the fashions of Scandinavian style and express cheerful conviviality. The East Frisians on the other side are tea world champions and prefer to enjoy their strong tea blend with cream and rock candy in fine porcelains with traditional décors such as the East Frisian rose or the strawflower pattern.

8. ELEKTRIFIZIERUNG UND MOBILITÄT

Mit der in den 1880ern beginnenden Elektrifizierung der Haushalte kommt Spannung in die Zubereitung des Tees. Bereits 1893 präsentiert der Schweizer Friedrich Wilhelm Schindler auf der Columbus-Weltausstellung in Chicago eine Sensation: die elektrische Modellküche und das erste mit elektrischen Geräten zubereitete Essen. Unter den jeweils separat an einer Steckdose angeschlossenen Apparaturen befindet sich auch der erste elektrische Wasserkessel.

Über einige Jahrzehnte bleiben die elektrischen Haushaltshelfer jedoch den Besserverdienenden vorbehalten und die Teemaschinen in den Fabriken werden weiterhin mit herkömmlichen Brennmitteln wie Kohle beheizt. Erst die umfassende Elektrifizierung der Haushalte, günstigere Strompreise und wesentliche technische Verbesserungen der Produkte führt zur umfassenden Verbreitung der Geräte. Bis dahin greifen viele Teetrinker auf den bewährten Wasserkessel auf dem Herd zurück.

Neue Möglichkeiten des mobilen Teekonsums bieten währenddessen Isolierkannen und -flaschen. 1903 erhielt der Deutsche Reinhold Burger für eine »isolierende Vacuumflasche mit Metallgehäuse« das schützende Patent und ließ ein Jahr später den Markennamen *Thermos* dafür eintragen.

8. ELECTRIFICATION AND MOBILITY

With the electrification of households beginning in the 1880s, tension enters the preparation of tea. As early as 1893, the Swiss Friedrich Wilhelm Schindler presents a sensation at the Columbus World Expo in Chicago. The electric model kitchen and the first ever meal prepared with electric devices. Among the appliances, each connected separately to a socket, there was also the first electric kettle.

However, for a few decades, the electric household gadgets remain the exclusive privilege of the wealthy, and the tea machines in the factories continue to be heated with conventional fuels such as coal. It is not until the comprehensive electrification of households, cheaper electricity rates and significant technical improvements to the products that the devices become widespread. Up until then, many tea lovers fall back on the tried and tested kettle on the stove.

*Meanwhile, insulated teapots and bottles offer new possibilities for mobile tea consumption. In 1903, the German Reinhold Burger was granted a patent for an »insulating vacuum bottle with a metal housing« and registered the brand name *Thermos* for it one year later.*

9. KULINARISCHES UND TRENDS

Der umfassende Wandel rund um den Tee macht auch beim Geschmack nicht halt. Inzwischen hat sich das Angebot mit frischen grünen, kräftigen schwarzen und milden weißen Tees sowie vollmundigen Oolongs und erdigen Pu-Erhs aus verschiedensten Anbaugebieten enorm vergrößert. Auch zugesetzte Aromen wie das Öl der Bergamotte-Frucht im englischen Teeklassiker *Earl Grey* und teeähnlichen Aufgüssen aus Kräutern, Früchten, Rooibos und Mate erweitern die Vielfalt.

Für den schnellen Teekonsum gibt es neben Teebeuteln auch Pad- oder Kapselmaschinen sowie den *tea to go*. Besonders gefragt unter den fertigen Teegetränken ist Eistee. Er wird 1904 durch den Engländer Richard Blechynden auf der Weltausstellung in St. Louis popularisiert und ist aktuell beliebter denn je.

Prominente Deutschrapper:innen wie Shirin David und Capital Bra vermarkten das Getränk unter provokanten Namen und mit großen Marketingoffensiven an ihr Zielpublikum. Zuweilen wird Tee auch vor den Karren schlank machender Diäten gespannt und erobert als hippes, extrem zuckerhaltiges Getränk die Jugendkulturen. Die trendbewussten jungen Erwachsenen zählen auch zu den Kunden der bunten Bubble Tea Läden, die sich in den letzten Jahren in vielen Städten verbreiten.

Wer hingegen seinen Tee lieber in Ruhe und Besinnlichkeit genießen möchte, kann in der gehobenen Gastronomie eine Teebegleitung zum Essen bestellen, Unterricht bei Teemeister:innen nehmen und auf eine große Vielfalt an feinen Teesorten, Geschirr und Geräten zurückgreifen.

9. TASTES AND TRENDS

These fundamental changes and developments around tea do not stop short of its taste. The range of fresh green, strong black, and mild white teas, along with full-bodied oolongs and earthy pu-ers from a wide variety of growing regions, has increased tremendously. Added flavours, such as the oil of the bergamot fruit in the British tea classic Earl Grey, as well as tea-like infusions with herbs, fruit, rooibos, or mate further enlarge the variety.

Apart from tea bags, pads or capsules for tea machines and tea to go make for extra convenience. Iced tea is a particular favourite among instant and ready-to-drink teas. It was popularized at the 1904 World Expo in St. Louis by the Englishman Richard Blechynden, and it is currently more en vogue than ever. Prominent German rappers such as Shirin David and Capital Bra market the drink to their target audiences under provocative names and in major marketing campaigns. Sometimes, tea is even promoted as a weight loss agent in slimming diets, or it conquers youth cultures as a hip, sugar-loaded drink. Trend-conscious young adults are among the common patrons of the colourful bubble tea shops that have spread to many cities in recent years.

Those who prefer to have their tea in a more contemplative atmosphere can order it with dinner in upscale restaurants, take lessons from a tea master, and choose from a wide variety of fine teas, tableware, and equipment for an enjoyable teatime at home.