

# TEEGÄRTNERIN IN DER PFALZ

einfach  
nachhaltig  
leben.

## KEIN HOF, KEIN LAND, KEINE MASCHINEN.

Als sich Jessica Schönfeld selbstständig machte, da startete sie mit ihrem Ehemann Christian Weiß bei null. Doch peu à peu eroberten sich die beiden eine Marktnische. Heute verkaufen sie unter der Marke „Schönfeld – Die Teegärtner“ nachhaltig produzierten, regionalen Kräutertee...



Teegärtnerin Jessica in ihrem Element:  
Bei der Feldarbeit und Ernte der Kräuter



Oh, ihr wollt Tee machen, das ist aber sympathisch!“ Wenn sich Jessica Schönfeld daran erinnert, wie herzlich sie in ihrer neuen Landheimat begrüßt wurde, dann juckt es in den Fingern: Man möchte fast selbst die Koffer packen. „Die Pfälzer sind ein geselliges, freundliches Volk“, erzählt sie. „Hier leben viele entspannte Menschen, die ihr Leben genießen, die es sich gut gehen lassen.“ Möglicherweise war es der hier seit Jahrhunderten angebaute Wein, der diese Genussmenschen schuf. Vielleicht aber auch die Sonne, die in dieser Region kräftig scheint. Wie auch immer: „Tee passt dazu“, die 35-Jährige bringt es auf den Punkt.

**Mit offenen Armen empfangen**  
Bevor sie sich ihrem Pfälzer Start-up so richtig widmen konnte, da war sie auch

schon integriert. „Wir sind hier nie wie Zugozogene behandelt worden“, erinnert sich Jessica, die 2015 ins pfälzische Ruppertsberg zog. Ganz im Gegenteil: Als sie 2018 ihren Christian heiratete und zum Polterabend einlud, da sperrte Ortsvorsteherin Ursel flugs die Dorfstraße und erklärte sie zur Partymeile. Die rund 200 Gäste, die kamen, brauchten ja Platz. „Niemand hat sich beschwert. Die Nachbarn feierten mit und halfen am nächsten Tag beim Aufräumen.“ Kennen und lieben lernte sich das Paar an der Hochschule Geisenheim: Jessica studierte Internationale Weinwirtschaft, Christian Getränketechnologie. Im Rückblick die ideale Kombination für ein Tee-Start-up in der Pfalz. Aber so weit sind die beiden noch nicht. Nur den Impuls, sich auf die eigenen Beine stellen zu wollen, den hatten sie schon früh. Aber wie? Und womit?

Letztendlich waren es viele kleine Schritte, die zum Teeanbau führten. Etwa der, dass Christian, dessen Familie eine Gärtnerei betreibt, bereits eine Ausbildung zum Landschaftsgärtner mitbrachte. Oder die Entdeckung, dass in der sonnenverwöhnten Pfalz früher Pfefferminze- und Tabakpflanzen angebaut wurden. Oder liebe Freunde, die einfach in dieser schönen Region lebten. „Letztlich suchten wir ganz bewusst nach einer Nische im Lebensmittelmarkt, die wir für uns besetzen konnten“, fasst Jessica zusammen. Und irgendwie, aus all diesen Mosaiksteinen kristallisierte sich ihre Geschäftsidee heraus.

#### Wie eine Weinexpertin zur Teekennerin wurde

Um ihr „Boden“ zu geben, zog Jessica, die etwas früher mit ihrem Studium fertig wurde, nach Ruppertsberg, genau in die

## „MIT NACHHALTIG ANGEBAUTEM TEE AUS DER REGION HABEN WIR UNSERE NICHE GEFUNDEN“

Wohnung, in der die kleine Familie immer noch lebt. Im benachbarten Deidesheim hatte die frisch graduierte Weinexpertin einen Job gefunden. „Durch unsere Freunde sind wir auf diesen schönen Ort aufmerksam geworden – und auf das beeindruckende Weingut von Winnigen.“ Dort bewarb sie sich initiativ, hatte Glück, und der Lebensunterhalt war erstmal gesichert. Auch Christian, der ihr im nächsten Jahr folgte, arbeitete zunächst im Weinbau. Nur am Wochenende und nach Feierabend widmeten sie sich ihrer Selbstständigkeit und damit der Teegärtnerei. Sie fanden erste Anbauflächen und entwickelten langsam, aber sicher ein

zweites Standbein. Dann konnte das Paar einen kleinen Winzerhof kaufen, der, wie der praktische Zufall es wollte, direkt gegenüber ihrer Wohnung lag. „Für mich war die Feldarbeit vollkommen neu“, erinnert sich Jessica an ihre Anfangszeit. Sie ist in Leipzig aufgewachsen, hat vor ihrem Studium in der Hotellerie gearbeitet. „Was ich bieten konnte waren Begeisterung und Leidenschaft, aber von Gartenbau hatte ich wirklich keine Ahnung“, sagt sie und lacht. Sie lernte. Schaute sich bei Christian vieles ab. Sie begann, die Arbeit draußen auf dem Acker, an der frischen Luft zu lieben, „zum Glück ist der Teeanbau ein Schönwetterjob“. Es ging weiter,

*Mit 300 Quadratmetern fing das Paar an. Heute kultiviert es rund 30 verschiedene Pflanzen auf zwei Hektar Land*

Unterstützung bei der Ernte auf dem

Feld: Sohn Thor Alexander darf nicht fehlen







Auch Blüten – sogenannte Schmuckdrogen –  
bauen die Teegärtner an. Sie werden wie Kräuter getrocknet

peu à peu. Die Kräuter wuchsen, es gab eine erste Ernte. Im Herbst 2016 standen die ersten 400 Teepackungen vor ihnen – verkaufsfertig. Fünf Sorten, die sie Cafés und kleineren Geschäften in der Umgebung anboten. Als Nächstes kündigte Christian seine Festanstellung, investierte seine komplette Arbeitskraft in das eigene Geschäft.

### Plötzlich im Fernsehen – und bekannt

„Den eigentlichen Durchbruch brachte uns dann ‚Lecker aufs Land‘, erinnert sich Jessica und schüttelt immer noch ungläubig den Kopf, „ich wusste ja gar nicht, dass die halbe Republik diese Sendung guckt.“ Mutig hatte sie sich vor die Fernsehkamera gestellt, sich dabei filmen lassen, wie sie fünf andere Landfrauen bewirtete. Auch ihr Alltag in der Teegärtnerei kam dabei nicht zu kurz. Noch während die Folge im SWR lief, trudelten die Online-Bestellungen ein. Bei der Schluss-

## „ZUM GLÜCK IST DER TEEANBAU EIN SCHÖNWETTERJOB“



musik waren es 70 – und die Teegärtner im siebten Himmel. Von nun an lief das Schneeballsystem: Weitere Journalisten berichteten, weitere Händler bestellten, und selbst beim Einkaufen wurde Jessica auf ihren TV-Auftritt angesprochen.

### Vom Tee-Start-up zum Unternehmen

Heute bauen die Teegärtner mehr als 30

verschiedene Pflanzen auf ihrem Acker an: Kräuter wie Zitronenverbene, Marzipansalbei, Basilikum, Thymian, Zitronengras, Pfeffer- und Schokominze, aber auch dekorative Kornblumen oder Zistrosen – sogenannte Schmuckdrogen. Die Jahreszeiten diktieren den Arbeitstakt: Im April und Mai pflanzen die beiden und jäten Beikräuter. Im Juni beginnt die Ernte, sie zieht sich bis in den September hinein. Zwischendrin wird getrocknet, geschnitten, getrennt, aussortiert, gemischt und verpackt. Oder es kommen Gäste zur Hofführung. Dann verkostet Jessica das, was sie anbaut, fast so wie auf dem Weingut, bei dem sie immer noch arbeitet. Immer freitags fährt sie nach Deidesheim, genießt die Abwechslung, begrüßt Gäste zur Weinprobe. Aber mehr Zeit hat sie nicht: Denn daheim brummt das eigene Geschäft, und es wartet der kleine Thor Alexander. Jessica ist – eine sehr glückliche – Mutter geworden.



Christian ist ein Tüftler. Viele Menschen und Gerätschaften, die das Paar für Teeanbau und Verarbeitung benötigt, hat er selbst entwickelt



2016 konnten die Teegärtner einen ehemaligen Winzerhof in der Pfalz kaufen



*Sie sind ein Start-up, Eltern und ein Ehepaar: Jessica Schönfeld und Christian Weiß heirateten 2018. Thor Alexander, der gemeinsame Sohn, kam zwei Jahre später zur Welt.*



## ERFAHRUNGSWERTE:

Die Teegärtner dachten das Marketing ihrer erfolgreichen Produkte vom ersten Tag an mit. Über ihre Start-up-Erfahrungen berichtet Jessica Schönfeld heute auf Seminaren, sie sich speziell an Existenzgründerinnen auf dem Land richten (veranstaltet vom Bayerischen Bauernverband und dem Deutschen Landfrauenverband). Welche Marketing-tipps kann sie anderen Start-ups geben?

### Marktnische finden

„Als totale Neulinge, die ohne Erbe, ohne eigenen Hof gestartet sind, sahen wir für uns nur eine Chance: Wir mussten eine freie Nische im Lebensmittelmarkt finden, die wir für uns besetzen konnten. Für alles andere hätte das, was wir ins Marketing investieren konnten, nicht ausgereicht. Mit nachhaltig angebautem Kräutertee aus der Region haben wir unsere Nische gefunden.“

### Marke aufbauen

„Gleich zu Beginn fokussierten wir uns auf eine starke Marke und ein hochwertiges Corporate Design. Wir beauftragten eine Werbeagentur, überlegten, wie eine für uns stimmige Markengeschichte aussehen könnte, investierten in eine zeitlos schöne Karton-Verpackung, die wir aufwendig produzieren ließen: Der türkisfarbene Stoffwimpel beispielsweise, der an einer Ecke herausragt, wird von Hand eingeklebt, der silberne Schriftzug ist geprägt und mit Folie kaschiert. Das alles kostete uns eine Stange Geld, passte aber zu unseren handgemachten Produkten. Wir haben nie einen Euro bereut.“

### Stimmungsvolle Fotos

„Um unsere Website zu bebildern, engagierten wir einen professionellen Fotografen, der einfach einen Tag lang alles fotografierte, was ihm vor die Linse kam. Später hat er auch noch Videoaufnahmen von uns gemacht. Ein echter Glücksgriff.“

Seine Bilder nutzen wir immer noch für Instagram, so ist visuell alles aus einem Guss.“

### Direkt verkaufen

„Unser wichtigstes Vertriebsinstrument ist der eigene Webshop, besonders während der Corona-Lockdowns war er Gold wert. Er bringt rund 50 Prozent unseres Umsatzes. Die andere Hälfte entfällt auf rund 50 Cafés, Hofläden und andere inhabergeführte Geschäfte, die wir beliefern. Außerdem haben wir einen eigenen Verkaufsschrank, er steht unten vor dem Haus.“



## Buchtipp

„Gekommen, um zu bleiben“, Kerstin Rubel, Callwey, 224 Seiten, 45 €