

**Tetips- Perchs:**

Ved brygning af grøn og hvid te må vandet maksimalt være 80 grader

Ved brygning af sort te, så sørg for at tage vandet af vandet af præcis når det koger. Hvis vandet koger for længe mister vandet ilt og teen bliver fad i smagen.

Brug et stort tefilter med masser af plads til at bladene kan folde sig ud. Skold tekanden godt hvis du anvender flere forskellige teer.

Husk trækketiden.

SKRIBENT
KITT ANDERSENFOTOGRAF
ASGER LADEFOGEDMØDE MED
CHRISTIAN HINCHELDEY

Christian Hincheldey har, sammen med sin søster fået succes med A.C. Perch's Thehandel ud over Danmarks grænser. Men forandringer har ikke altid været nemme at komme igennem med. Mormor måtte kæmpe hårdt for at få den populære earl grey-te på hylderne.

KUNDEN HAR IKKE ALTID RET

I A.C. Perch's Thehandel

bliver der sagt nej til rigtig mange ideer og forslag. Christian Hincheldey, der er 7. generation i Europas næstældste tehandel, havde også mest lyst til at sige nej tak til tejukekalenderen, da hans søster foreslog det. Han kunne ikke få øje på den gode ide, men som det ofte sker, når han og søsteren Stine Louise Alwén er uenige, så ender det ikke i store diskussioner, men i at prøve det af.

"Jeg tænkte, at det måske var for kommercielt for os. Men det blev en bragende succes. Og set i bakspejlet, så kan jeg slet ikke forstå, jeg tænkte det lige der," fortæller Christian Hincheldey, der byder på sin yndlingste Darjeeling first flush, som han beskriver som teens champagne.

Sammen med sin søster købte han i 2008 forretningen af deres forældre, og i det daglige tager Christian Hincheldey sig af marketing og indkøb af teer. Stine Louise Alwén har ansvaret for HR og

DET ER JO NÆSTEN SOM AT
SÆLGE SAND I SAHARA,
AT KUNNE SÆLGE TE I JAPAN

design, og sammen er de ansvarlige for drift og udvikling. Begge forældre hjælper også stadig til.

Som at sælge sand i Sahara. Men selv om der ofte bliver sagt nej tak til nye samarbejder og projekter, så er søskendeparret ikke bange for at tage en udfordring op. Siden 2006 har Perch's været i Japan og fra 2014 i Norge. I øjeblikket arbejdes der på Tyskland og Schweiz og online-markedet i Kina.

"Det er jo næsten som at sælge sand i Sahara, at kunne sælge te i Japan. Men den te, vi sælger i Japan, er gaveprodukter og typiske europæiske blandinger. En vigtig del af det er også, at vi har en meget gammel historie. Japanerne går mega meget op i kultur og kulturhistorie. De ved jo nærmest mere om vores kongehus, end vi selv gør. De er helt vilde, hvad det angår," fortæller Christian Hincheldey, der også ser det som en



→ stor fordel at være etableret i Japan, når de vil til at se nærmere på Kina som marked.

Det er dog langt fra alle familievirksomheder, der kommer så helskindet igennem et generationsskifte med forretningen i behold, som det er lykket for familien Hincheldey i fem generationer siden 1894, hvor forretningen blev overtaget fra familien Perch, der havde haft den i to generationer fra 1835.

“Jeg tror, at en af forklaringerne er, at vi lever og altid har gjort det efter et motto, der hedder: Man

er nødt til at forandre for at bevare. Jeg tror, at det er vigtigt, at hver generation tager nogle chancer. Ikke at vi på nogen måde satser hele butikken. Det er ikke sådan, det skal forstås,” siger

MAN ER NØDT TIL
AT FORANDRE
FOR AT BEVARE

Christian Hincheldey, der også tilskriver forældrenes store tillid til børnenes beslutninger en stor del af æren for Perch's succes.

Samme tillid blev Christians og Stines mormor ikke betroet, da hun i 60'erne ville introducere earl grey i butikken. Den stærkt duftende aroma-te var meget populær på universiteterne og blandt de unge, men den ville onklen ikke høre tale om. Hun fik dog allernådigst lov til at have en lukket dåse i et hjørne af forretningen med earl grey,

“Perchs har levet af et produkt fra 3. verdenslande i 183 år, og nu har vi en størrelse, hvor vi også føler, at vi har en kapacitet til at give noget tilbage. At vi kan være en del af det, gør det bare endnu mere spændende at arbejde med, og der er nok at tage fat på”

som hun måtte købe for sine egne penge. Den blev en af de bedst sælgende teer og er den, der bliver drukket mest af i hele verden.

En holdning til te. Så selv om mormorens ønske om at sælge earl grey te i første omgang mødte hård modstand, så er netop det at have en holdning til produktet en anden vigtig årsag til, at Perch's klarer sig godt, mener Christian Hincheldey. “Kunden har ikke altid ret. Hvis kunden kommer ind og siger et eller andet vrøvl omkring hvordan teen skal laves, så vil vi ikke bare nikke anerkendende, men foreslå at lave den på en anden måde. Det er jo et ældgammelt produkt, der har været kræset rigtig meget om, så derfor synes vi også at det skal behandles med respekt.”

Derfor har Perch's også sin egen teskole. Der drikkes te og tales om den hver morgen i forretningen inden åbning, og hver fredag præsenterer en medarbejder tre teer efter eget valg for det øvrige personale.

“Der er rigtig meget, der bliver overleveret fra generation til generation. Især de her gamle købmandsdyder, og den måde vi formidler faglig information om varen på. Udover at vi selvfølgelig skal servere den bedste kvalitet på markedet, så er vores næsthøjeste ambition at gøre det på den rigtig måde. Yde en super service.”

