

GULDALDERÅND I KRONPRINSENSGADE

Af Peter Kyhl Olesen

A.C. Perch's Thehandel i Kronprinsensgade fejrer 175 års fødselsdag i år. Stil, atmosfære, nytænkning og fornyet interesse for the er grunden til, at forretningen stadig eksisterer.

PORTRÆT I Kronprinsensgade, hvor hippe og trendy forretninger som Bruuns Bazaar, Flying A og Stig P tiltrækker kvalitetsbevidste kunder i jagten på den sidste nye mode, ligger en forretning, som ikke går på kompromis med tidens trend. A.C. Perch's Thehandel holder bevidst fast i den stil og atmosfære, der har hersket på stedet i 175 år.

Det var i april 1835, at købmands-sønnen Niels Brock Perch på adressen Kronprinsensgade 5 åbnede A.C. Perch's thehandel, opkaldt efter hans tredjeældste søn Axel Christian. Målet var at sælge de bedste theer fra hele verden. Slægten Perch førte thehandelen videre frem til 1894, hvor familien Hincheldey - der var nære bekendte - overtog. Således er det den fjerde generation af Hincheldey slægten, der nu står for den daglige ledelse af forretningen, og de er dermed naturlige formidlere af theens historie i Danmark. En historie, der tager form i slutningen af 1700-tallet, hvor theen for alvor blev den vigtigste handelsvare. 85-90 % af skibenes last bestod dengang af the, der blev sejlet til Christianshavn fra så fjerne lande som bl.a. Kina. I 1807 foretog en ung Niels Brock Perch sin sidste rejse til Østen, hvor hans interesse for the blev vakt.

The som symbol på stil

Allerede tidligere end theen for alvor blev en importvare, forudså digteren Ludvig Holberg dens positive virkninger på samfundet og skrev: "Hvis ingen anden Nytte var ved Thee, var dog denne, at Drukkenskab, som tilforn gik saa meget i svang, derved temmelig er kommen af brug. Nu kan vore hustruer og Døttre gjøre 10 visiter en Eftermiddag, og komme ganske ædruelige til-bage. Dette kunde ikke ske i gamle Dage". Holbergs ord skulle komme til at holde stik. Selvom Øl og vin stadig var en stor del af danskernes hverdag i starten af 1800-tallet, var de traditionelle omgangsformer langsomt ved at ændre sig. Nu blev det vigtigt at holde på formerne og til dette var the langt



bedre end alkohol. I starten var det aristokratiet og det bedre borgerskab, der drak the. For dem blev der oprettet kinesiske havepavilloner, hvor de kunne sidde og nyde theen af små fine porcelænskopper. The-kulturen blev dengang et symbol på stil, hvilket øjensynligt stadig præger A.C. Perch's Thehandel den dag i dag.

Tiden står stille

Det er som at træde ind i Guldalderen, når man træder ind i den lille atmosfærefyldte butik, hvor liflige eksotiske dufte af jasmín, vanilje og ingefær får næseborene til at vibrere. Indretningen består - som dengang - af gamle, mørke lædertapeter og bag en flot mahognifarvet disk, står sirlige rækker af guldbelagte dåser med the fra alverdens lande. Og theen vejes forsat på gamle apotekervægte

af de nærværende ekspedienter, som er ulasteligt klædt i skjorte, slips og grøn kittel. Under betjeningen tituleres kunden med et 'De' og efter indkøb bydes de på et bolsje - kutymer, som er blevet holdt i hævd siden butikkens åbning.

Tider skifter

Tider skifter, sæder mildnes hedder det sig, og det passer ifølge medejer Christian Hincheldey, som er syvende generation i A.C. Perch's thehandel, der i 2002 blev udnævnt til Kongelig Hofleverandør.

"Tidligere havde vi en lidt mere konservativ kundegruppe fra det bedre borgerskab. I dag kommer der alt fra punkere til pensionister, men også en del unge mennesker, fordi vi ligger på en modeforretningsgade," siger han og forklarer, at den brede

forsamling af kunder ved, at det er en gammel forretning og bliver der for ikke helt paf, når ekspedienterne siger "De" til dem. Christian Hincheldey slår fast, at tiltaleformen ikke skal ses som arrogance men snarere som et bevis på, at ekspedienten er til for kunden.

I dag er 30 % af den danske befolkning udelukkende thedrukkere, og Christian Hincheldey oplever en stigende interesse for at drikke the. Det skyldes bl.a. at folk føler, de lever et hektisk liv og her kan the tilbyde et pusterum, fordi the først og fremmest kræver, at man tager sig tid til at nyde den. Samtidig er salget og interessen for the øget efter, der er kommet stor fokus på dens helsevirkning.

Forandre for at bevare

Det gavner selvfølgelig folkene bag disken i Kronprinsensgade 5. Men der hersker samtidig en stor bevidsthed om, hvor vigtigt det er at forandre for at bevare, hvis Danmarks ældste thehandel ikke skal lide samme skæbne, som tobakshandelen W.Ø Larsen, der måtte dreje nøglen om efter 140 år. En af forandringerne har været, at A.C. Perch's som en af de første forretninger herhjemme i 1998 begyndte at sælge the på internettet. Og i 2006 åbnede de en thesalon ovenpå forretningen, hvor traktementet foruden the - selvfølgelig - bl.a. består af scones. Begge tiltag er blevet en succes og fremtiden ser alt i alt fornuftig ud for det velrenommerede familiefirma. Christian Hincheldey mener samtidig, at det giver kvarteret noget specielt at huse en 175 år gammel thehandel, der stadig er åben.

"Vores forretning og Peter Hertz juvelforretning, som omtrent er lige gamle, gør gaden til noget stationært og noget unikt, fordi vi stadig ligger her. Så jeg tror, det betyder meget, at der ligger gamle forretninger, der drives på moderne vilkår".

po@koebenhavnerravisen.dk