



**DEUTSCHER
GRÜNDER
PREIS**

Eine Initiative von



„Wir saßen zwischen allen Stühlen“

Teekampagne / Projektwerkstatt GmbH, Potsdam: Ausgezeichnet mit dem Sonderpreis des Deutschen Gründerpreises 2009

Die Jury des Deutschen Gründerpreises ehrt das Unternehmen, das eine Sorte Tee in Großpackungen zu günstigen Preisen anbietet und keine Zwischenhändler nutzt - entgegen den in der Branche üblichen Prinzipien. Die Konkurrenz handelt mit einem großen Teesortiment; der Tee wird in kleinen Verpackungen zu höheren Preisen verkauft: „Der Gründer des Unternehmens, Professor Günter Faltin, hat mit seiner Gründungsidee Strukturen in einem gesättigten Markt aufgebrochen und gezeigt, wie man durch radikales Infragestellen bestehender Konventionen erfolgreich sein kann. Ausgehend von seiner Vision, durch konsequente Vereinfachung Material und Wege zu sparen, bietet er ein hochwertiges Produkt sehr preisgünstig an und hat die Teekampagne zum größten Teeversandhaus in Deutschland entwickelt. Die Teekampagne ist ein Beispiel für den gelungenen Transfer von der Wissenschaft in die Praxis und zeigt, dass die Universität ein Labor für Gründungsideen sein kann.“

„Ökonomie, das ist die Chance für Menschen mit Ideen, die nicht nur reden, sondern Dinge umsetzen“, sagt Günter Faltin, Professor an der FU Berlin und Gründer der Teekampagne. Sein eigenes Wirtschaftsstudium hat er allerdings in denkbar schlechter Erinnerung. Praxisbezug? Fehlanzeige. „Ich wollte es anders machen und vermitteln, dass man selbst etwas bewegen kann.“ Sein Vorbild: Der Migros-Gründer Gottlieb Duttweiler, der die Handelskosten senkte und so die Preise für hochwertige Lebensmittel reduzierte. „Ich suchte ein Produkt, das in der Herstellung wenig kostet, aber teuer verkauft wird“, erzählt der eingefleischte Kaffeetrinker. „Beim Frühstück fiel mir auf, dass Kaffee in 500-Gramm-Paketen verkauft wird, obwohl das Aroma schnell verloren geht. Tee dagegen hält sich drei Jahre. Trotzdem gab es ihn nur in kleinen Tüten. Mir wurde klar, dass Tee viel billiger sein könnte, wenn man ihn ohne Zwischenhändler selbst importiert und in Großpackungen direkt verkauft.“ Experten lachten ihn aus, erklärten, dass der Kunde nur kleine Mengen abnehme, weil er Auswahl wolle. „Dieses Argument hat mich lange beschäftigt, denn ich musste mich auf eine einzige Sorte beschränken, um auf große Einkaufsmengen zu kommen.“ Dann die Erkenntnis, die den Durchbruch brachte: „Wer den besten Tee der Welt trinkt, braucht keine Abwechslung mehr.“

„Erst wenn das Konzept wirklich ausgereift ist, sollte man gründen“, so das Credo des Unternehmers. 1985 startete er durch und gründete die Teekampagne. Als „Firmenzentrale“ hatte er einen feuchten Keller von der Uni gemietet. Ob-

Der Deutsche Gründerpreis
wird unterstützt durch



Bundesministerium
für Wirtschaft
und Technologie

wohl Faltin faire Preise an die Teebauern zahlte und als erster Anbieter die Ergebnisse der Rückstandskontrollen veröffentlichte, war er antikapitalistischen Studenten suspekt. Unternehmer hielten ihn für einen linken Öko-Spinner. „Wir saßen zwischen allen Stühlen.“ Doch Faltin und einige Studenten ließen sich nicht beirren. Die Teekampagne importierte vier Tonnen besten Darjeeling, verkauft wurde von Tapeziertischen auf dem Campus und per Postversand. „Wir waren zwei Drittel billiger als der damalige Marktführer.“ Der sensationelle Preis für Top-Qualität sprach sich schnell herum. „Nach zwei Jahren hatten wir die Gewinnzone erreicht“, so Faltin. „Das war so unanständig wie ein Bordell. Uns wurden über Nacht die Räume gekündigt.“ Auch die Konkurrenz reagierte. „Erst wurden wir ausgelacht, dann mit Prozessen überzogen.“ Viele Wettbewerber sprangen auch auf den Zug auf und brachten Nachahmungen auf den Markt.

Heute importiert das Unternehmen über 400 Tonnen Tee pro Jahr und ist damit der größte Einzelimporteur von Darjeeling weltweit. Aus dem chaotisch-provisorischen Studentenbetrieb ist ein professionell aufgestellter Versandhandel mit ausgefeilter Bestellabwicklung und lückenloser Rückverfolgung geworden. „Wir arbeiten noch kostengünstiger als früher.“ Wenn die Kaufkraft wegen der Krise sinkt und die Kunden das Preis-Leistungs-Verhältnis noch gründlicher prüfen, ist das ein klarer Vorteil für den Preisführer. „Die Nominierung für den Deutschen Gründerpreis freut mich sehr“, sagt Günter Faltin. „Deutschlands Wirtschaft braucht Unternehmer, die innovative Konzepte entwickeln und verwirklichen. Unser Modell soll viel mehr Menschen zur Gründung ermutigen.“

Das Unternehmen im Überblick

Gründungsjahr	1985
Die Macher	Günter Faltin, Thomas Räuchle
Startkapital	5.000 Euro
Umsatz 2008	9 Millionen Euro
Mitarbeiter	20
Kontakt:	
Teekampagne / Projektwerkstatt GmbH	Deutscher Gründerpreis
Günter Faltin	Nadine Helterhoff
Tel.: (030) 85 95 61 21	Tel.: (030) 202 25-51 33
E-Mail: faltin@projektwerkstatt.com	E-Mail: nadine.helterhoff@dsgv.de
www.teekampagne.de	www.deutscher-gruenderpreis.de