

Märkische Allgemeine Zeitung, 10. Oktober 2005

## **Vom Anschauungsmodell zur Weltfirma**

Als Ideengeber ist Günter Faltin für den Erfolg der Teekampagne verantwortlich / Jetzt feiert sie ihr 20. Jubiläum

*Vor 20 Jahren wollte Volkswirt Faltin den Studenten an der Freien Universität Berlin einfach zeigen, wie man selbst ein Unternehmen gründen kann. Mittlerweile ist die Teekampagne mit Sitz in Potsdam Deutschlands größtes Tee-Versandhaus. Mit Günter Faltin sprach Sebastian Scholze.*

### **Muss man als Importeur von Tee eigentlich auch Teetrinker sein?**

Faltin (lacht): Nein. Ich habe anfangs auch keinen getrunken. Im Laufe der Jahre wurde ich natürlich Spezialist für Darjeeling-Tee. Ich kenne die Region durch Besuche mittlerweile sehr gut. Und wenn man sieht, wie die Menschen auf den steilsten Hängen der Welt, an denen selbst bayerische Gamsen versagen würden, auf schmalen Pfaden den Tee pflücken, kann man das nur bewundern.

### **Gibt es für Sie so etwas wie Unternehmerverantwortung, gerade gegenüber den Menschen in Indien?**

Faltin: Wir geben der Region natürlich gern etwas zurück. Die Menschen vor Ort benötigen Brennholz und schlagen es auch. Wenn bei solch steilen Hanglagen die Bäume fehlen und somit mit ihren Wurzeln nicht mehr die Erde halten, kann es zu Katastrophen kommen. Der größte Bergrutsch Asiens geschah in Darjeeling. Seit 1992 gibt es deshalb ein von uns initiiertes und finanziertes Wiederaufforstungsprogramm.

### **Sie wollten mit der Firmengründung damals beweisen, dass man den Zwischenhandel ausschalten und Produkte damit wesentlich günstiger anbieten kann.**

Faltin: Im Teehandel ging es damals sehr konventionell zu. Daher die Chance mit einer ökonomisch-vernünftigen Idee am Markt anzutreten. Um am Zwischenhandel vorbeizugehen, braucht man große Einkaufsmengen. Man muss also das Sortiment radikal einschränken. Wenn man sich nur auf eine einzige Sorte beschränken würde, so meine Idee, würde man eine so große Order geben können, dass man an den gesamten Handelsstufen vorbei direkt in Indien einkaufen könnte. Aber wer will eigentlich nur eine einzige Sorte Tee trinken? Die Antwort heißt: wenn man den besten Tee der Welt anbietet - warum soll man dann noch anderen Tee trinken? Mit der Konzentration auf Darjeeling und dem Verzicht auf Kleinpackungen konnten wir ein Paket zum Preis von neun Mark anbieten, während es beim Marktführer 27 kostete.

### **Damit haben Sie sich doch sicher nicht nur Freunde gemacht?**

Faltin: Wir haben uns richtiggehend den Hass der Konkurrenz zugezogen. Bereits nach zwei Wochen hatten wir den ersten Prozess am Hals. Am Anfang wurde sogar behauptet, wir würden keinen Tee, sondern Stroh verkaufen.

### **Wie hat die Universität auf ihre Pläne reagiert?**

Faltin: Ich musste einige Überzeugungsarbeit leisten. Machen wir uns nicht vor: Unternehmensgründung ist ein Risiko. 80 Prozent aller Unternehmen gibt es nach fünf Jahren nicht mehr. Somit ist Russisches Roulette sicherer - da trifft es nur einen von sechs (lacht). Letztlich konnte ich als Dozent für Wirtschaftspädagogik auf den Nutzen für die Studenten hinweisen.

### **Wo steht die Teekampagne in zwanzig Jahren?**

Faltin: Wir beginnen in diesem Jahr damit, Tee nach Japan zu exportieren. Wenn wir die kritischsten Teetrinker der Welt überzeugen können, sind wir endgültig vom Anschauungsmodell zur Weltfirma aufgestiegen.