

*Interview mit Erfindern der Teemaschine*

# Temial-Gründer: "Vorwerk bietet uns die nötigen Gestaltungsspielräume"

Rund fünf Jahre tüftelten die Vorwerk-Manager Sascha Groom und Björn Rentzsch an der Teemaschine Temial. Mit W&V haben sie über die Entstehungsgeschichte, erste Reaktionen und die Pläne ihres Startups gesprochen.

Text: **Frauke Schobelt** 13. August 2018



Die Gründer von Temial: Sascha Groom (l.) ist für Technik, IT und Supply Chain verantwortlich. Björn Rentzsch für Vertrieb, Marketing und Finanzen des neuen internationalen Geschäftsfelds. **Foto:** Vorwerk / Temial

## Neuer Name für die Titanium-Löwen | W&V

*'mann', finden Sascha Groom und  
meinsam die Teemaschine Temial  
uni präsentierten sie die smarte*

## Teemaschine der Öffentlichkeit - und ernteten ein durchwachsendes Echo.

*Im Interview mit W&V berichten Groom und Rentzsch von der Entstehungsgeschichte, ersten Reaktionen und wie es nun weitergeht.* **Rund fünf Jahre Vorarbeit, seit Juni ist die**

**Teemaschine Temial bestellbar. Wie stolz sind Sie auf Ihr Baby? Björn Rentzsch** Wir sind sehr stolz darauf, in diesem Jahr im deutschen und chinesischen Markt zu starten. Fünf Jahre Vorarbeit hört sich nach einer langen Zeit an. Der eigentliche Startschuss, das neue Geschäftsfeld zu gründen, erfolgte vor circa zwei Jahren. Die drei Jahre davor haben wir verschiedene Marktforschungen und Vorstudien durchgeführt, um eine fundierte Entscheidungsgrundlage zu haben.

### **Startup-Gründer mitten in einem Weltkonzern. Wie fühlt sich das an? Sascha**

**Groom** Sehr gut! Vorwerk bietet uns Gestaltungsfreiräume, die wir als Neugründung benötigen. So entwickeln wir unsere Organisation und Prozesse vom neuen Geschäftsmodell her und müssen es nicht in bestehende Prozesse, die für große, etablierte Geschäftsfelder sinnvoll sind, integrieren. Darüber hinaus profitieren wir von zahlreichen Erfahrungen, Lösungen und der Unterstützung vieler Vorwerk-Kollegen, die in einem "externen Startup" nicht verfügbar wären.

**Rentzsch** So ist es z.B. ein sehr großer Vorteil für uns, dass Vorwerk seit einigen Jahren bereits vertrieblich in China aktiv ist. Ohne diese Erfahrung und Struktur im Unternehmen hätten wir nicht so schnell auch in China starten können. **Was waren**

**vor Temial Ihre Hauptaufgaben bei Vorwerk? Groom** Nach meiner Promotion startete ich in der Forschung und Entwicklung der Vorwerk Gruppe und war in den ersten Jahren für den technischen Support der asiatischen Länderorganisationen rund um die häusliche Wasserfiltration verantwortlich. Weitere Leitungsfunktionen in der Produktentwicklung folgten, zuletzt leitete ich den Bereich Anwendungstechnologie.

**Rentzsch** Ich habe Vorwerk bereits während des Studiums kennen gelernt und war in verschiedenen Bereichen und Ländern tätig. Zuletzt als Investment Manager bei den Vorwerk Ventures, wo ich mich intensiv mit neuen Geschäftsmodellen,

Vertriebsansätzen und Märkten auseinander gesetzt habe. **Wie wurden Sie zum**

**Team? Rentzsch** Wir verfügen beide über langjährige, sich ergänzende Erfahrungen in der Vorwerk Gruppe. Wir haben uns recht früh im Unternehmen kennen gelernt und uns regelmäßig über neue Produkt- und Vermarktungsideen Gedanken gemacht.

**Groom** Bei einem internen Talentprogramm hatten wir dann schließlich die Idee zu dem, woraus Temial entstanden ist. Von da an haben wir uns regelmäßig zusammengesetzt und die Idee neben unseren Kernaufgaben weiterentwickelt. **Waren**

**Sie schon immer Teeliebhaber? Woher kam die Idee? Groom** Die Liebe zum Tee hat sich in der Auseinandersetzung mit dem Thema entwickelt und gefestigt. In China haben wir neue Geschäftsansätze, Produkte wie Vertriebsmodelle für Asien reflektiert. Neben anderen Themen diskutierten wir verschiedene Ansätze für die Teezubereitung,

**Neuer Name für die Titanium-Löwen | W&V**

ktrogeräte sehr weit verbreitet  
digitalisierung verbinden können,  
in den hektischen Alltag bringen  
n Marktforschungen und der  
ie für Tee aus unserer Sicht nicht

den richtigen Weg darstellen. Um Tee und seiner traditionellen Zubereitung gerecht zu werden ist die Idee und das Konzept zu Temial entstanden. **Das Produkt ist erklärungsbedürftig. Wieviel Überzeugungsarbeit war zunächst intern nötig?**

**Rentzsch** Wir haben schnell gemerkt, dass es noch keinen Markt für Teezubereiter gibt, wie etwa im Vergleich zu Kaffeevollautomaten. Als wir begannen, wurden einige Kapselmaschinen für Tee getestet. Wenn Sie ein Produkt entwickeln, für welches es noch keinen ausgewiesenen Markt gibt, ist die Überzeugungsarbeit umso herausfordernder. Somit blieb eigentlich nur ein Ansatz: wir fragen Konsumentinnen und Konsumenten. Wir haben mehrstufige Konsumentenforschung betrieben, um sowohl psychologische als auch soziologische Grundlagen zu verstehen. Dies hat auch dazu beigetragen, dass wir relativ viel Zeit in die Entwicklung investiert haben. **Groom** Am Ende sind wir zu dem Ergebnis gelangt, dass das Produktkonzept in verschiedenen Ländern sehr gut angekommen ist. Die Verbindung aus technischer Entwicklung und Omni-Kanal-Direktvertrieb passt wiederum sehr gut zu den Kernkompetenzen zu Vorwerk. Somit waren wir selbst überzeugt und konnten auch die Unternehmensleitung dafür gewinnen, das neue Geschäftsfeld im Gruppenportfolio zu gründen. **Und waren Sie zwei sich immer einig?**

**Groom** Wir waren uns eigentlich immer in einem einig: wir möchten ein neues Geschäftsfeld entwickeln und mit der nötigen Selbstkritik auf Herz und Nieren prüfen, bevor es wirklich losgeht. Somit haben wir alle relevanten Aspekte mehrfach in Frage gestellt und stets neue Ansätze entwickelt. **Rentzsch** In Bezug auf das gemeinsame Ziel sind wir uns immer einig gewesen, im Hinblick auf konkrete Lösungen und Verbesserungen sind wir kontrovers, kommen aber immer wieder zu Lösungen, die wir gemeinsam tragen. **Was waren und sind die größten Herausforderungen?**

**Rentzsch** Einerseits war es eine Herausforderung, geeignete Konsumforschungsformate zu definieren, um verlässliche Ergebnisse zu erhalten. Daher haben wir mehrstufig gearbeitet und abschließend einen sehr aufwendigen Vertriebstest mit funktionsfähigen Prototypen in Deutschland und China durchgeführt, um konkrete Kaufentscheidungen von Konsumenten zu erheben. Interne Entscheidungsprozesse sehen wir ebenfalls als konstruktive Herausforderungen, um den gesamten Ansatz zu prüfen und sinnvolle Lösungen finden zu können. **Groom** Der Aufbau der Teams in Deutschland und China war ebenfalls etwas herausfordernd, da wir möglichst schnell gute Talente finden wollten. Das ist uns gelungen. Der Aufbau in China ist noch einmal etwas ganz Besonderes: interkulturell wie organisatorisch. Wir investieren sehr viel Zeit und Energie in den Aufbau des dortigen Teams, was für uns und unser Vorhaben aber auch eine enorme Bereicherung darstellt. **Rentzsch** Die größte Herausforderung steht uns nun bevor: der Erfolg im Markt. Die Tragfähigkeit des Modells erweist sich nur im Markt, weswegen wir froh sind, dass wir nun Erfahrungen und Reaktionen im Marktumfeld

**Neuer Name für die Titanium-Löwen | W&V** entwickeln zu können.



**Foto:** Vorwerk / Temial

**Mit Temial bringt Vorwerk nicht nur ein neues Gerät auf den Markt, sondern erstmals auch Lebensmittel und Zubehör. Ein ganz neuer Geschäftszweig wird dafür aufgebaut. Was sind dabei Ihre wichtigsten Lehren? Groom** Mit dem neuen Geschäftsfeld sind einige Bereiche verbunden, die für Vorwerk neue Erfahrungen bedeuten: Verkauf von Lebensmitteln, integrierter Omni-Kanal-Direktvertrieb, Start von Vertrieb in zwei Ländern gleichzeitig, technische Entwicklung einer gänzlich neuen Produktkategorie etc.

In China eröffnen wir übrigens einen Experience Store in Shanghai, wo wir auch gastronomische Lösungen ausprobieren und frischen Tee mit Snacks anbieten werden. Für den Verkauf von Lebensmitteln haben wir sehr gute Partnerschaften mit Lieferanten aufgebaut und neue Logistiklösungen entwickelt. **Rentzsch** Für unsere Handelsvertreter bieten wir durch das Lebensmittelangebot eine sehr gute Möglichkeit, auch langfristig von einem Kundenstamm zu profitieren. Sie haben so die Möglichkeit, regelmäßig ein neues Sortiment vorzustellen und an Nachbestellungen zu verdienen. Es lohnt sich also, möglichst früh dabei zu sein. **Wieviele Freiheiten haben Sie innerhalb des Konzerns? Und wie werden Sie unterstützt? Groom** Wir haben die Freiheiten, die es benötigt, um ein neues Geschäftsfeld mit anderen Anforderungen als bestehende, große Geschäftsfelder aufzubauen. Die Nähe zur **Neuer Name für die Titanium-Löwen | W&V**

egen der Holding und der  
id wichtig.  
hilfestellungen, die den  
Auseinandersetzung mit  
nicht jedem Startup vergönnt, mit

einem etablierten professionellen Kundenservice, Logistikpartner oder einem Netzwerk aus über 50 eigenen Läden zu starten. **Wie stark lastet der Erfolgsdruck auf Ihnen und dem Team? Rentzsch** Bei der Entwicklung des gesamten Geschäftsfelds haben wir Potentialanalysen und Geschäftsszenarien entwickelt, die als Grundlage für die Investition dienen. Diese Pläne möchten wir mit allen Mitteln realisieren, um ein langfristig erfolgreiches Geschäftsfeld für das Vorwerk-Gruppenportfolio aufzubauen.

Dies erzeugt natürlich einen gewissen Druck und eine große Verantwortung, was uns allen sehr bewusst ist. Wir empfinden es aber nicht als Belastung, sondern als Herausforderung. **Groom** Im Rahmen unseres Führungsverständnisses reflektieren wir diese Verantwortung regelmäßig, um sie produktiv und lösungsorientiert umsetzen zu können. Vorwerk zeigt als Familienunternehmen, dass es in langfristigen Zusammenhängen eine vernünftige Portfolio-Strategie verfolgt und bereit ist, unternehmerisch in Neugeschäft zur Erschließung neuer Märkte zu investieren. Dieser Nährboden ist unternehmerisch sehr wichtig, um sich auf die Zukunft vorzubereiten.

### Temial Pop-up-Cube in Hamburg



**Welche Reaktionen auf die Teemaschine Temial freuen Sie? Rentzsch** Die Reaktionen auf Temial haben uns etwas überrascht, aber gleichzeitig sehr gefreut. Als Teil der Vorwerk-Portfolio-Familie haben wir mit einer bestimmten medialen Aufmerksamkeit gerechnet. Jedoch haben wir nicht mit dieser großen Reichweite gerechnet.

### Neuer Name für die Titanium-Löwen | W&V

innerhalb weniger Tage in der konkreten Markenbekanntheit hat Marketing-Kosten. Auch hat uns **Groom** Die meisten kritischen sehr wenig über die

Produkteigenschaften und das ganze Konzept bekannt war, als bereits erste, polarisierende Meinungen geteilt wurden. Wir haben dadurch einen deutlichen Zulauf in unseren Stores verzeichnen können, weil sehr viele Personen herausfinden wollten, was es mit diesem Produkt auf sich hat.

Darüber hinaus hat die hohe Bekanntheit dazu beigetragen, dass wir enorm viele Anfragen für eine Tätigkeit im Außendienst erhalten haben. Vielleicht reicht die geplante Struktur zum Start nicht aus, um dieser Nachfrage nachkommen zu können.

**Worüber ärgern Sie sich? Groom** Bedauerlich finden wir eine wahrgenommene Grundhaltung: eigentlich wünschen wir uns in der deutschen Öffentlichkeit mehr Mut zu unternehmerischem Risiko, um neue Lösungen auszuprobieren und uns wirtschaftlich wie gesellschaftlich weiterzuentwickeln. In unserem Fall spüren wir hingegen eine teilweise negativ gefärbte Grundhaltung, die wir gar nicht nachvollziehen können. **Rentzsch** Davon lassen wir uns allerdings nicht demotivieren. Es spornt eher an, aktiv mit klassischen Medien und Social Media zu arbeiten und wertvolle Erfahrungen zu sammeln. Wir werden mittelfristig sehen, wie sich das Geschäftsfeld am Markt etabliert. Spekulationen helfen aktuell nicht weiter, Erkenntnisse hingegen sehr. *(fs/ds)* **Einen ausführlichen Bericht über die neue Vorwerk-Marke Temial lesen Sie in der aktuellen Ausgabe der W&V, Nr. 33.**

---

KONTAKT

IMPRESSUM

DISCLAIMER

AUTOR:INNEN

DATENSCHUTZ

DATENSCHUTZ-EINSTELLUNGEN

AGB

RSS-FEED

MEDIADATEN

WERWOWAS

VERTRÄGE HIER KÜNDIGEN

Hol dir den Newsletter **IFT7T ARONNIFREN**  
**Neuer Name für die Titanium-Löwen | W&V**



© 2022 - W&V | All right reserved

Um den Lesefluss nicht zu beeinträchtigen wird in unseren Texten nur die männliche Form genannt, stets sind aber die weibliche und andere Formen gleichermaßen mitgemeint.

---

**\$h2**  
\$hl

**Neuer Name für die Titanium-Löwen | W&V**

---