



TJ-OTION  
*be in balance*



**DIE REISE VON  
DIE HÖHLE DER LÖWEN  
IN DIE MANEGE DES  
INTERNATIONALEN  
E-COMMERCE ZIRKUS**

## Entspannung in mini: ‘Das kleinste Trainingsgerät der Welt’

Die Lösung kann manchmal so einfach sein: Viele Menschen werden im Alltag von Schmerzen im Rücken, Nacken und Kiefer geplagt. Doch auch wenn diese Probleme schwerwiegend und groß sind, kann die Lösung vielleicht ganz leicht sein. Genau das dachten sich die Gründer von **TJ-Motion** und entwickelten „das kleinste Trainingsgerät der Welt“.

Zwei Zahnaufsatzkissen aus medizinischem Silikon, die zwischen Unter- und Oberkiefer auf die seitlichen Backenzähne platziert werden, helfen dabei, die Kiefermuskulatur zu entspannen und die oben genannten Schmerzen zu lindern. Das Start-Up TJ-Motion war geboren.

Wie viele andere Start-Ups suchte auch TJ-Motion nach Möglichkeiten, um den Markteinstieg zu sichern, die Markenbekanntheit schnell zu steigern und das Geschäft gesund skalieren zu können. Die TV-Sendung „Die Höhle der Löwen“ wurde auf TJ-Motion aufmerksam und riet zu einer Bewerbung bei der Sendung. Gesagt, getan. Das Start-Up wurde eingeladen. Das Investment solle vor allem dazu dienen, den Online-Shop aufzubauen und die Internationalisierung und das Marketing voranzutreiben.



Die Höhle der Löwen, VOX [Foto: RTL / Stefan Gregorowius]

## Durch Löwen-Unterstützung kommt der Aufschwung

Die Teilnahme der Gründer an der Fernsehshow „Die Höhle der Löwen“ war ein voller Erfolg. Nicht nur wurde ihr Angebot angenommen, sondern die Ausstrahlung zeigte auch sofortige Wirkung: Die Bestellungen im Online-Shop schossen in die Höhe. Und diese mussten dann im nächsten Schritt auch versandt werden.

„Das ist eines der stärksten Geschäfte, die wir hier je hatten“, sagt Jurorin Judith Williams über das Start-Up TJ-Motion, dass am Abend des 9. September 2024 in „Die Höhle der Löwen“ sein Produkt pitchte. Alle Löwen wollten investieren – bis auf Carsten Maschmeyer. Judith Williams, Tilman Schulz, Ralf Dümmel und Dagmar Wöhrl kämpften um TJ-Motion. Wöhrl machte das Rennen, ohne Feilschen, ohne Zögern. Sie war die Wunsch-Investorin der Gründer.

Die Entscheidung fiel schnell, auch dank Maschmeyer. Er fragte, ob sie das Angebot annehmen würden, da anscheinend nichts anderes käme. Ein Missverständnis. Die Gründer dachten, es gäbe keine weiteren Angebote und nahmen Wöhrls Deal: 200.000 Euro für 25 % der Firmenanteile an. Dümmel, Williams und Schulz hatten ebenfalls Angebote vorbereitet, aber die Gründer waren nicht mehr interessiert. „Wissen Sie, was Ihnen entgeht?“, sagte Dümmel enttäuscht. Schulz war fassungslos. Auch Williams war überrascht, so eine Situation gab es in all ihren Jahren bei „Die Höhle der Löwen“ noch nie. Reue? Keine. „Wöhrl war unsere Wunsch-Investorin“, sagte Brehm. „Für uns war das Ziel erreicht.“

◀ **Sonja Lyer** und **Oliver Brehm** aus Weisendorf auf der Suche nach Wachstumskapital, welches für Marketing und Vertrieb eingesetzt werden kann.

## DIE HERAUSFORDERUNG

**Die kleinen Pakete müssen gepackt und verschickt werden - mit dem richtigen Partner.** Um diesem Ansturm an Neukunden gerecht zu werden, musste sich TJ-Motion einen Logistik- und Fulfillment-Partner suchen, der mit den Mengen umgehen und schnell reagieren kann. Denn wenig kann einem Start-Up mehr schaden, als die erste große Welle an Bestellungen nicht meistern zu können und so bereits zu Beginn mit der Kundenzufriedenheit zu spielen.

Weiter hat TJ-Motion auch schon die eigene Entwicklung in der Zukunft im Blick gehabt und einen Partner gesucht, mit dem sie zusammen wachsen können. Für Start-Ups gibt es direkt zu Beginn der Karriere viele Hürden. Natürlich ist es eine große Herausforderung, das Produkt oder die Dienstleistung publik zu machen, die Brand Awareness zu steigern und Neukunden zu gewinnen. Doch sobald das Business einigermaßen läuft, stehen kleine Unternehmen schnell vor der Herausforderung, dass viele Partner die Zusammenarbeit mit Start-Ups lieber meiden. Sie bevorzugen die großen Fische und wollen nicht in eine unbekannte variable Zeit und vielleicht auch Geld investieren.



## Wie alles begann

Im August 2024 erreichte uns die spannende Anfrage von TJ-Motion über unseren Partner „Happy Squirrels“. Die Logistik- und E-Commerce-Experten installierten

das ERP-System **weclapp**, doch zur bevorstehenden Ausstrahlung bei „Die Höhle der Löwen“ suchte TJ-Motion noch den richtigen Fulfillment-Partner. Persönliche Nähe und ein eingespieltes Team waren für TJ-Motion entscheidend – und genau das hat uns bei **FULFILL.ONE** den Zuschlag gebracht, trotz großer Mitbewerber.



Ein letzter Eilauftrag am Freitag vor der Ausstrahlung: Die **Anbindung an Amazon** musste schnellstmöglich erfolgen, was den Start zusätzlich komplex machte. Unser Team hat das Unmögliche möglich gemacht – Überstunden, zusätzliche Schichten und die detailgenaue Vorbereitung auf den Versand. Wir haben abertausende kleine Sets samt Flyern manuell in Versandtaschen verpackt, um sicherzustellen, dass alles bereit ist.

TJ-Motion hat sich für **shopify** als Onlineshop-Software entschieden. Das cloudbasierte Omnichannel-Shopsystem war genau die richtige Wahl und konnte problemlos bei uns angebunden werden. shopify legt großen Wert auf Zuverlässigkeit und steht für Shops die auch bei großem Bestellaufkommen nicht in die Knie gehen.



Zur Primetime fieberten alle mit: das Team von FULFILL.ONE, die „Happy Squirrels“, PARCEL.ONE die für den Cross-Border Versand verantwortlich waren und natürlich TJ-Motion selbst. Doch der Erfolg schlug höher als erwartet – die Lagerbestände waren binnen kürzester Zeit erschöpft. Mit sofortiger Rücksprache und neuen Produktionschargen sorgten wir dafür, dass die Nachfrage gestillt wurde. Zudem mussten wir dringend weitere Kartonagen organisieren, da die Bestellmenge das Siebenfache der Schätzungen erreichte. Der Bestellstrom riss auch nach der Ausstrahlung auf dem Fernsehsender VOX, am Abend des 9. September nicht ab.

In den ersten drei Wochen nach Erstausstrahlung gingen bei TJ-Motion bereits **über 60.000** Bestellungen aus **25 Ländern** ein. Diese Menge in so einer kurzen Zeit ist überwältigend – vor allem natürlich für ein Start-Up.

In den Folgetagen wurde jede Einzelheit koordiniert: **Adressvalidierungen, Shop-Einstellungen, Nachlieferungen**. Wir stellten uns den Anfragen zum Produkt, Lieferzeiten, Adress- und Mengenänderungen im Kundensupport.



TJ-MOTION  
be in balance

Die TJ-Motion GmbH ist ein kleines und hochmotiviertes Familienunternehmen. Für uns steht die Gesundheit des Menschen im Vordergrund.

Die TJ-Motion sind die optimale Unterstützung zum Lösen von Verspannungen. Sie aktivieren über eine sanfte Dehnung des Kiefergelenkes den Entspannungsnerv - Vagusnerv - und entspannen dadurch die gesamte Kiefer-, Schulter-, Nacken- und Rückenmuskulatur. Die Haltemuskulatur empfangen einen neurophysiologischen Impuls und bestehende Verspannungen lösen sich.

Nachhaltigkeit und höchste Qualität sind uns wichtig. Die TJ-Motion sind ein echt fränkisches Produkt – 100 % Made in Germany. Sie werden in Unterfranken in der Nähe von Würzburg gefertigt und bei uns in Weisendorf fertig verpackt.

Unsere Leidenschaft einzubringen bedeutet, dem Kunden Produkte in aller höchster Qualität mit den besten Standards zu präsentieren. Mit innovativen Ideen bieten wir den bestmöglichen Service.

Mitarbeiter:	<b>10</b>	Versand mit P1:	<b>in 25 Länder</b>
Am Markt seit:	<b>2019</b>		<b>(Stand Nov. 2024)</b>
Produkt:	<b>Wellness / Fitness</b>	Kunde seit:	<b>2024</b>



## DIE LÖSUNGEN

### PARCEL.ONE und FULFILL.ONE - Die perfekte Logistik-Kombination für TJ-Motion

Als erfahrener Fulfillment-Dienstleister sind wir mit **FULFILL.ONE** gerade auf solche Cases und Peaks vorbereitet. Auch unser Team bei **PARCEL.ONE** kann mit solche Zahlen im Versand spielerisch umgehen.

So übernehmen wir direkt alle Teilschritte im Fulfillment und der Logistik und sorgten dafür, dass die kleinen Pakete in kürzester Zeit gepackt und an die Kunden versandt wurden.

Wenn die ersten Schritte Früchte tragen und die Marke Erfolg hat, steigen die Bestellungen exponentiell in die Höhe. Und auch der Partner muss mit diesem Anstieg klarkommen. Wir als PARCEL.ONE-Familie bestehen aus genau solchen Unternehmen und verhelfen unseren Geschäftspartnern durch unsere langjährige Expertise und gleichzeitige Aufnahme von Start-Ups in unser Portfolio zum Erfolg.

**UNSER 'LEARNING':** Wenn „Die Höhle der Löwen“ kommt, braucht es mehr als nur Bestände. Schnelle Nachproduktion, flexible Versandlogistik und ein Plan B sind essenziell.

Wir bei PARCEL.ONE und FULFILL.ONE haben diesen Moment nicht nur gemeistert, sondern bewiesen, dass wir als Logistik- und Fulfillment-Partner auf allen Kanälen bereitstehen – gerade wenn es zählt.



Die Höhle der Löwen, VOX [Foto: RTL / Stefan Gregorowius]

Hier geht es zum Onlineshop

[www.tj-motion.de](http://www.tj-motion.de)

click



**Isabell Kochan**  
Head of Fulfillment  
FULFILL.ONE GmbH

*„Wenn die Löwen brüllen, bringt uns das nicht aus der Ruhe – Wir sind die Dompteure in der internationalen E-Commerce Manege.“*

*In der Zusammenarbeit mit TJ-Motion wurde deutlich, dass wir als Logistik- und Fulfillment-Experten sowie als Team jeder Herausforderung gewachsen sind – blitzschnell, zuverlässig und immer mit einem Lächeln!“*

## Das PARCEL.ONE Carrier-Setup für TJ-MOTION



“Wir sind die Dompteure in der internationalen E-Commerce Manege”