

Mexikanischer Honig für Deutschland



Elisabeth Rosado ist keine typische Unternehmerin. Mit 17 hat sie sich entschieden, Anthropologie zu studieren. Dass sie einmal den Familienbetrieb übernimmt und dass sie das Geschäft sogar faszinieren würde, hätte sie sich damals nicht vorstellen können. Heute ist sie 32 und kennt so ziemlich jeden Imker auf der mexikanischen Halbinsel Yucatan persönlich. Dass der yucatanische Honig vielerorts den deutschen Frühstückstisch versüßt, ist ihrem und dem Einsatz ihrer Familie zu verdanken.



Elisabeth Rosado

Mérida. „Mein Großvater war Arzt und Hobbyimker. Meinen Vater hat er von Kindesbeinen an mitgenommen. Als Opa aufgehört hat, hat mein Vater die Bienenvölker übernommen. Vor über 15 Jahren ist aus dem Familienhobby dann unser Familienbetrieb Tropical Honey entstanden“, erzählt Rosado. Der Honig, den die Firma heute verkauft, stammt aus der Produktion eigener Völker und wird von den Imkern der Region zugekauft. Neben dem Naturprodukt bietet das Unternehmen auch weitere Honigprodukte an, beispielsweise Bonbons, Seifen und Shampoo. Über die Hälfte des Honigs

geht in den Export, rund 60 Prozent kommen über einen Großhändler nach Deutschland. 2014 hat das Kleinunternehmen Honig im Wert von 544.000 Euro auf diesem Weg nach Deutschland verfrachtet. Im Einzelhandel wird er unter verschiedenen Marken verkauft.

In Zukunft möchte Rosado mit eigenem Label auftreten. In Deutschland hat sie sich deshalb mit verschiedenen Großhändlern getroffen, unter anderem mit der Firma Fürsten-Reform aus Niedersachsen. „Mein Ziel war es, wenigstens einen neuen Händler zu finden und eine langfristige und effiziente Geschäftsbeziehung mit ihm aufzubauen, so wie wir sie seit zehn Jahren mit der Norevo GmbH aus Hamburg haben“, sagt Rosado. Dazu arbeitet sie gerade an den nötigen Zertifizierungen für den direkten Export. Sobald sie die Berechtigung hat, will sie weiterverhandeln. Bisher hat Tropical Honey immer über die mexikanische Niederlassung von Norevo exportiert. So konnten die Honighändler den aufwendigen Zertifizierungsprozess ausgliedern.

Bei der Produktion ihres Honigs setzt Rosado auf die Unterstützung deutscher Technologie. Vor einigen Jahren hat sie eine Maschine gekauft, mit der sich Wabenwände aus natürlichen Materialien



herstellen lassen. Das steigert die Honigproduktion. Tropical Honey nutzt die Wände selbst und verkauft sie an die heimischen Bienenhalter. In Deutschland hat sich die Unternehmerin mit der Bernhard Rietsche GmbH, dem Hersteller dieser Maschine, getroffen und inzwischen eine weitere Kunstwabenmaschine für 52.000 Euro erworben.

In den letzten zehn Jahren hat Rosado viel Zeit in die Entwicklung ihrer unternehmerischen Kompetenzen gesteckt, um die Lücke zum Studium zu schließen und fit für ihr Geschäft zu bleiben. Darunter waren diverse Fortbildungen in Management und Business Administration und zuletzt 2013 das MP in Deutschland. „Mir ist wichtig, immer auf dem neuesten Stand zu sein und mich ständig fortzubilden. Ich möchte mein Unternehmen mit den besten Strategien führen“, sagt sie. Dass sie das kann, stellt sie gern unter Beweis. Seit ihrer Teilnahme am MP hat sie die Mitarbeiterzahl um 50 Prozent auf 20 erhöht und ihren Umsatz um 30 Prozent gesteigert. Beeindruckt von der deutschen Systematik hat sie beispielsweise eine neue Software entwickeln lassen, um die Unternehmensabläufe zu verbessern und Einkauf und Verkauf besser zu planen und zu steuern. „Das MP hat mich dazu inspiriert, organisierter zu werden. Die Software ist nur ein Beispiel dafür“, sagt die junge Firmenchefin. ■

Ihre Meinung interessiert uns!

Unter <http://feedback.managerprogramm.de> haben Sie die Möglichkeit, uns ein Feedback zu diesem Journal zu geben.

