

Hermina Deiana kam im Alter von 5 Jahren mit ihren Eltern von Zagreb, ihrer Geburtsstadt, nach Deutschland. Schon während des Studiums widmete sie sich intensiv der italienischen Sprache, studierte in Heidelberg Sprachen, Französisch und Italienisch mit dem Schwerpunkt Wirtschaft, und verbrachte dadurch auch schon viel Zeit in Italien. Durch die Familie ihres Freundes, die in Neapel lebte, erhielt sie so auch zum ersten Mal den Zugang zu original italienischen, hausgemachten Tomatensaucen, die nur im August zur Erntezeit frisch eingekocht und als Vorrat bis zur nächsten Saison produziert wurden. Hermina's Begeisterung war so groß, dass sie aus diesem Erlebnis fast 30 Jahre später ihr eigenes Business gründete – Hermina Tomatensaucen. Wir haben mit der Gründerin über ihren Werdegang und ihre Begeisterung für Tomaten gesprochen.

SALSA PARADISO



Liebe Hermina, was hast du vor deiner Selbstständigkeit gemacht?

Nach meinem Studium habe ich in einer Direktmarketing Agentur Karriere als international Account Director gemacht. Das war mein Traumjob und ich bin viel gereist. Als ich Mutter wurde, habe ich eine Weile als freie Journalistin gearbeitet, weil es sich gut mit der Betreuung meines Sohnes verbinden ließ. Home-Office und Part-time arbeiten in Führungsposition gab es damals leider nicht. Dann habe ich ein Angebot von einer Unternehmensberatung bekommen, als Geschäftsführerin Kommunikation für sie

tätig zu sein.

Unser Projekt war ein Special Interest Magazin für Top Manager. Ein fantastisches Projekt. Leider habe ich es 2001 geläuncht. Just im Jahr der Anschläge auf das World Trade Center. Danach ging nichts mehr. Anzeigenaufträge und Interviewtermine wurden zum größten Teil kurzfristig storniert. Somit bin ich zunächst schweren Herzens in die Unternehmensberatung gewechselt und habe Kunden aus der Konsumgüterbranche beraten.

Als ich einen Kunden aus dem Fashion Bereich akquiriert hatte und die Unternehmensberatung diesen Kunden nicht wollte, weil er nicht ins Portfolio passte, habe ich meinen Firmenanteil verkauft und mich selbstständig gemacht. Mehrere Jahre war ich für das Label Anne Fontaine Paris als PR- und Brandmanager tätig und habe weitere internationale Kunden beraten. Parallel habe ich mit meinem Mann einen Catering Service ins Leben gerufen und habe für die FAZ, das Haus of Finance der Goethe Universität, für Jaguar und viele andere Unternehmen die Events veranstaltet und gecatert.

Wann kam der Entscheid deinen eigenen Weg mit deinem eigenen Business einzuschlagen?

Ich war schon seit meiner Kindheit ein Foodlover. Verstärkt wurde dies noch durch meine Ehe mit einem Italiener, der auch Gastronom war. Das Thema Essen war ein Kult in unseren Familien. Mit meiner Agentur bekam ich eines Tages einen kleinen Auftrag von einem neuen Supermarkt in unserer Stadt. So freundete ich mich mit dem Marktleiter an, war häufig vor Ort und betrachtete die Produkte. Dann war es eigentlich wie ein Blitz: ich möchte ein Foodprodukt entwickeln, welches hier in den Regalen steht! Ich fragte ihn, ob er mir eine Chance geben würde, wenn ich ein Produkt entwickeln würde? "Ich traue es Dir zu", antwortete er. Ab diesem Moment war ich besessen. Das war meine Chance!

Beim Kochen für die Kinder wusste ich es

plötzlich: Tomatensauce. Nicht irgendeine, sondern genau jene, die ich vor fast 30 Jahren in Neapel probiert hatte. Diese Sauce gab es in Deutschland nicht, denn hätte es sie gegeben, hätte ich sie gekauft und wäre nie auf die Idee gekommen. Ab diesem Moment ging alles sehr schnell – ohne Marktanalyse oder Businessplan. Ich recherchierte drei mögliche Produzenten in Italien, setzte mich ins Auto und fuhr los. Am besten fand ich jenen, der mich zunächst nicht wollte, weil sie nur Produkte für die gehobene Gastronomie produzieren. Aber es gelang mir ihn zu überzeugen. Wenige Monate später haben wir die ersten 20.000 Gläser, die Mindestproduktionsmenge für ein eigenes Label, im August produziert.

Woher kommt deine Expertise rund um

“ICH HABE MICH NIE GEFRAGT, OB ICH ETWAS KANN, SONDERN WAS MUSS ICH LERNEN UND TUN, UM DAHINZUKOMMEN, WO ICH HINMÖCHTE.”

perfekte Tomatensaucen?

Aus Italien von der Familie meines Mannes und von Freunden überall in Italien. Es ist immer ein Unterschied, ob du als Tourist unterwegs bist oder mit den Familien den Alltag und die Traditionen lebst. Und ich spreche die Sprache fließend, das



Foto: Giovanni Chiva

hilft natürlich. Ich habe gelernt, dass eine echte Tomatensauce nach fruchtigen Tomaten schmeckt, nicht nach Knoblauch, Oregano oder Basilikum. Viele Lebensmittel werden aus mir unverständlichen Gründen dem ausländischen Geschmack angepasst und schmecken nicht mehr authentisch. Auch wenn die verwendeten Tomaten keine Top-Qualität haben, wird der Geschmack über vermeintlich italienische Aromen, wie Knoblauch und Kräuter gepimpt. Wenn eine Tomatensauce vorrangig nach frischen Tomaten schmeckt, dann ist sie viel mehr, als nur eine Pizza- oder Pastasauce, dann kannst du hunderte von Gerichten mit Gemüse, Fleisch, Fisch, Suppen, Eintöpfe und vieles mehr damit kochen. Sie wird praktisch zu einer Allroundsauce. Das liebe ich an Tomatensauce.

Woher hast du gelernt wie eine Unternehmerin zu denken und zu handeln?

Das ist eine gute Frage. Ich hatte mit 14 Jahren als Schülerin meinen ersten Job, weil ich es geliebt habe, eigenes Geld zu verdienen. Somit hatte ich unzählige

Nebenjobs, von Hungerlöhnen bis hin zur Top-Bezahlung. Ich habe jede Chance genutzt, um eigenes Geld zu verdienen. In der Schule war ich in Mathematik eine Niete und ehrlich gesagt fand ich das Nebenfach Wirtschaft an der Uni auch nicht so berauschend. Als ich jedoch am Anfang meiner Karriere als Account Director tätig war und die Budgets meiner Kunden verwaltete, war ich ein Meister.

Ich bin sehr gerne kreativ, liebe aber auch Zahlen und Auswertungen, weil sie mir Sicherheit geben auf dem richtigen Weg zu sein und weil sie meinen Ehrgeiz anspornen. Das hat mir letztendlich auch zu einem rasanten Aufstieg von Junior Manager zum Account Director in nur anderthalb Jahren verholfen. Einer meiner Chefs hatte erkannt, dass ich unternehmerisch denke und vertriebsstark bin. Ich habe mich nie gefragt, ob ich etwas kann, sondern was ich lernen und tun muss, um dahinzukommen, wo ich hinmöchte.



Wir haben gelesen, dass du nur einmal im Jahr, im August, deine Tomatensaucen produzierst. Erzähle uns hier bitte mehr dazu. Warum macht das deine Sauce so besonders?

Das saisonale Einkochen der Tomaten geht auf eine über hundertjährige Tradition zurück, als Früchte nicht ganzjährig verfügbar waren und als Vorrat bis zur nächsten Ernte konserviert wurden. Die Natur und die klimatischen Bedingungen geben Erntezeiten für Obst und Gemüse vor. Wir haben zum Teil vergessen, wann die Saison für Früchte und Gemüse ist, weil alles ganzjährig erhältlich ist. Wenn

Foto: Giovanni Chiva



Früchte unreif geerntet werden, wegen der langen Transportwege, können sie ihren vollen Geschmack nicht entfalten. Zwischen Mitte und Ende August ist in Italien Erntezeit für die süßen, sonnengereiften Roma-Tomaten und wir kochen die Ernte binnen 24 Stunden zu meinen zwei Tomatensaucen ein, natürlich

mit frischen, regionalen Zutaten und frei von künstlichen Zusätzen und Konservierungsstoffen. Vom Feld gehen die Tomaten direkt in die Kessel, auch weil sie bei der Sommerhitze nicht lange in den Containern liegen dürfen. Meine Saucen sind in einer Qualität wie hausgemacht und das schmeckt

man mit dem ersten Löffel. Wäre mir diese Qualität nicht gelungen, hätte ich das Projekt nicht begonnen.

Du verkaufst deine Produkte in deinem Online-Shop, bist aber auch im Supermärkten vertreten. Führe uns bitte durch den Ablauf, wie man eine Positionierung in den Supermärkten gewinnt?

An den ersten Wochenenden stand ich mit einem Klappstisch mit roter Tischdecke immer im Markt und habe die Kunden probieren lassen. Sie waren begeistert und die Verkaufszahlen schossen durch die Decke. So gab mir der Inhaber, der sieben Märkte hatte, weitere sechs Märkte, die ich alle selbst beliefert habe. Weitere Supermärkte habe ich selbst akquiriert, bei anderen wurde ich empfohlen, weil es sich herumgesprochen hatte. Die Zusammenarbeit mit den Inhabern war fantastisch. Sie sind selbst Unternehmer und unterstützen gerne, wenn sie sehen, dass Du gute Produkte hast, mit Leidenschaft arbeitest und sie mit deinen Produkten Umsatz machen. Als ich 26 Märkte hatte, wusste ich, dass es läuft und ich beauftragte eine Handelsagentur mich im Vertrieb zu unterstützen. Das war leider nicht von Erfolg gekrönt. Einer der Supermarktbesitzer half mir, indem er meine Saucen dem Einkäufer der regionalen Zentrale gab, mit der Bitte diese einzulisten. Ich war überzeugt, dass dies nun der große Durchbruch sei. Doch die Zusammenarbeit mit

dem Einkäufer gestaltete sich sehr schwierig. Ich vermute es lag daran, dass ich nicht direkt an ihn herangetreten war und er somit ein Produkt aufnehmen musste, welches nicht er ausgesucht hatte. Ich lieferte zwar mehrere Paletten, aber um mich als unbekanntes Produkt gegen den Wettbewerb durchzusetzen, hätte ich sehr viel Kapital in Form von Werbekostenzuschüssen gebraucht. Das hatte ich unterschätzt. Der Einkäufer ließ auch nicht mit sich verhandeln. Es war sehr deprimierend. Ich dachte ich sei am Ziel und stand vor einer hohen Mauer. Mit einer anderen Zentrale reichte hingegen letztes Jahr ein Telefonat aus und das Aussenden von Mustern. Die Einkäuferin war begeistert und ich war drin. Es hängt sehr viel von zwischenmenschlichen Beziehungen ab. Natürlich sollte man sich und sein Konzept immer hinterfragen, aber persönlich sollte man eine Abweisung im Vertrieb nicht nehmen. Einfach weitermachen.

Du hast auch schon ein Kochbuch „Verrückt nach Tomatensauce“ herausgebracht. War ein solches Projekt schon lange auf deiner Bucketlist? Wie war der Kurationsprozess für dich?

Ja, es war wirklich schon lange auf meiner Bucketlist, aber ich dachte eher, dass ich es im Alter schreiben würde. Sah mich auf einer Terrasse mit Meerblick sitzen und schreiben. Ich

*“Ich liebe Menschen,
die sich etwas trauen.”*



habe das Projekt vorgezogen, weil ich dafür brenne, meinen Kunden zu zeigen, dass man mit einer guten Tomatensauce sehr viel mehr zubereiten kann, als nur Pizza und Pasta. Ich hatte Glück. Ein Telefonat mit dem Verleger, ein Treffen und ich hatte meinen Autorenvertrag in der Tasche. Wir verstanden uns auf Anhieb gut und er hat an mich geglaubt, ohne dass ich zu jenem Zeitpunkt ein Manuskript vorlegen konnte.

Ich liebe Menschen, die sich etwas trauen. Ich hatte schon viele Rezepte mit Tomatensauce geschrieben, aber es war noch kein Buch. Da ich darauf bestand noch im gleichen Jahr zu veröffentlichen, blieben mir nur zehn Wochen. Sechs Wochen habe ich in Kroatien am Meer geschrieben und drei Wochen habe ich nach meiner Rückkehr alle Rezepte nachgekocht, um genaue Mengenangaben und Kochzeiten

anzugeben. Zu Hause ging es zu, wie in einer Großküche. Familie, Freunde und Nachbarn freuten sich über das Schlaraffenland für ein paar Wochen. Fast jeden Abend saßen wir zusammen und haben geschlemmt. Ich erinnere mich sehr gerne an diese Zeit.

Was ist dein Erfolgsrezept im Vertrieb? Wie gewinnst du deine Kunden?

Zunächst einmal ist es wichtig, dass Du an Dein Produkt glaubst, denn das strahlst Du auch aus. Es ist wichtig, nicht nur an sein eigenes Ziel zu denken, sondern den Kunden zu verstehen. Welche Vorteile hat der Kunde, wenn er Deine Produkte kauft? Am Anfang, habe ich im Gegenzug zum Aufstellen meiner eigenen Regale in Supermärkten, Verkostungen angeboten, weil das den Abverkauf fördert und das Risiko für den Marktleiter minimiert. Im B2B ist man nur erfolgreich, wenn der Kunde Umsatz mit Deinen Produkten macht. Im Shop veröffentliche ich Rezepte für Endverbraucher. Vertrieb findet zwischen Menschen statt. Mit manchen fühlt man sich gleich auf einer Wellenlänge, das fühlt sich schön an und es entsteht positive Energie, die auch zum Erfolg führt. Das Wunderbare ist, dass

mich viele meiner Online Shop Kunden anschreiben und wir einen tollen Kontakt pflegen, obwohl wir uns nie persönlich begegnet sind. Es kostet Zeit jede Mail zu beantworten, aber es erfüllt mich und ich bekomme sehr viel zurück.

Heute Morgen habe ich ein Päckchen von meiner Kundin bekommen mit selbstgekochemt Apfelgelee, handgefertigten Pralinen und einer Karte auf der steht: „Liebe Hermina, jetzt schicke ich Dir auch mal ein Päckchen, nachdem Du mich immer mit Deiner Tomatensauce beglückst.“ Ich habe vor Rührung weinen müssen. Sei du selbst, authentisch und lass die Menschen deine Leidenschaft für das, was du tust, spüren.

Du hast selbst schon im Marketing, der Unternehmensberatung, PR und im Journalismus gearbeitet. Würdest du sagen, diese Erfahrungen haben dich fit gemacht dein eigenes Unternehmen am Markt zu vertreten oder hast du dich hier mit deinem Business vor neuen Herausforderungen gesehen?

Ich war ja zuvor schon unternehmerisch tätig und in verantwortungsvollen Positionen. Jede Erfahrung im Leben zählt. Auch war ich schon fast fünfzig, als ich mein Tomatensaucen Business startete, da hat man schon viel erlebt. Und doch ist sehr vieles auch neu. Ich hatte aber auch schon meine Hausaufgaben im Vorfeld nicht gemacht, wusste nicht wie viele Gläser meine

Wettbewerber pro Tag verkaufen, wie groß der Tomatensaucenmarkt ist und vieles mehr. Andererseits hilft auch langes Analysieren nichts, manchmal ist "just do it" eine gute Entscheidung. Ein Business aufzubauen ist eine Reise und Du musst bereit sein jeden Tag zu lernen und durch Höhen und Tiefen zu gehen.

Du bist auf deinen Produktgläsern auch selbst abgebildet. Was hat dich dazu gebracht, dich als Gründerin auf deinen Produkten zu zeigen? Und denkst du, es macht für den Erfolg der Produkte einen Unterschied, wenn man das Personal Branding des Gründers einbezieht?

Am Anfang war ich nicht auf den Gläsern abgebildet. Auf den Schildern meiner Regale in den Supermärkten und auf den Rezept-Flyern war ich aber drauf. Wie sollte ich mich visuell von der Vielzahl an Tomatensaucen



unterscheiden? Das einzige unverwechselbare Element bin ich. Das jetzige Foto ist beim Shooting für das Kochbuch Cover entstanden und ich liebe es, weil es meine Leidenschaft für meine Produkte widerspiegelt – mehr, als es Worte je könnten. Erst 2019 habe ich mich für 100% Personal Branding entschieden. Für die Beziehung zu den Kunden ist es schön, weil es mich ja wirklich gibt und sie auch direkten Kontakt zu mir haben können. Das schafft Vertrauen.

Wir haben gelesen, dass du im November auch auf der FuckUp Night über deine Fehlentscheidungen und Rückschläge als Gründerin sprechen wirst. Magst du uns von einer dieser Fehlentscheidungen erzählen?

Wie ich es bereits erwähnt habe, ich habe meine Hausaufgaben nicht gemacht. Ich habe einfach gebrannt für das perfekte Produkt und hatte nur den Gedanken Kunden zu begeistern. Auch habe ich alles alleine gemacht, weil ich mir Mitarbeiter nicht leisten konnte. Das größte Desaster war jedoch, als mein Kochbuch erschien. Ich war mit großen Beiträgen in der Presse, auch in Österreich und in der Schweiz, was zu einer großen Flut an Anfragen nach meinen Saucen führte, aber ich hatte keinen Online-Shop. Ich hätte mich ohrfeigen können.

An welche Zeit aus deiner bisherigen Tätigkeit als Unternehmerin wirst du noch lange zurückdenken? Und was

hast du daraus gelernt?

Es waren zwei harte Jahre, beruflich und privat. Alles stürzte ein. Mit der zentralen Listung kam ich nicht weiter, 2015 erkrankte meine Mutter an Krebs, 2017 wurde ich nach 25 Jahren Ehe geschieden, im März 2018 ist meine Mutter verstorben. Ich war am Ende. Ja, ich war kurz vor dem Aufgeben und habe nur noch Anfragen bedient. Erst Ende 2018 spürte ich, dass ich diese Love-Story nicht aufgeben kann und mein Herz fing wieder an heftig für Salsa Paradiso zu schlagen. 2019 bin ich neu durchgestartet: neues Branding und ein Online Shop. Die Kunden liebten meine Produkte und dieses Mal wollte ich die direkte Verbindung zu ihnen, online persönlich für sie da sein. Noch während ich am Online Shop arbeitete, erzielte ich die zentrale Listung bei Globus. Durch schöne PR Beiträge wurden Kunden auf meinen Shop aufmerksam und mir ist der Durchbruch gelungen.

Gelernt habe ich daraus, dass wir das Leben annehmen müssen und dass nach einer dunklen Zeit die Sonne wieder strahlt. Dass es ok ist auch mal schwach zu sein und hinzufallen. Hauptsache man steht wieder auf. Heute bin ich glücklich.

www.hermina-tomatensauce.de
[@salsaparadiso](https://www.instagram.com/salsaparadiso)

