EHRSAM
PERÚ CONSULT



GRÜNDEN ZWISCHEN HERKUNFT, VERANTWORTUNG UND ZUKUNFT

Posted on 13. Februar 2026

Daniel, was ist AndenWelt – und was steckt hinter der Idee?

AndenWelt ist für uns mehr als ein Unternehmen. Wir bauen eine Marke auf, die natürliche und gesunde Produkte aus den Anden und dem Amazonas nach Deutschland bringt. Es geht um Geschmack, Ursprung und Leben. Uns ist wichtig, dass die Produkte nicht anonym sind, sondern ihre Herkunft respektieren und sichtbar machen.



Viele sprechen von Produkten – du sprichst von Ursprung. Warum ist dir das so wichtig?

Weil Herkunft Teil der Qualität ist. Gerade bei Lebensmitteln aus Regionen wie den Anden oder dem Amazonas geht es nicht nur um Inhaltsstoffe, sondern um Wissen, Tradition und Menschen. Wenn man das ausblendet, verliert das Produkt seinen Sinn. Wir wollen Transparenz und Respekt entlang der gesamten Wertschöpfungskette.

Du hast an unserem Exportkurs teilgenommen. Welche Bedeutung hatte das für deinen unternehmerischen Weg?

Der Exportkurs war für mich ein entscheidender Schritt. Er hat mir geholfen, meine Herkunft nicht nur emotional, sondern unternehmerisch zu übersetzen. Ich habe gelernt, wie wichtig es ist, die Geschichte und Qualität der Produkte in eine klare Marktlogik für Deutschland zu übertragen – ohne sie zu folklorisieren.

AndenWelt befindet sich noch im Aufbau. Wie gehst du mit dieser frühen Phase um?

Sehr bewusst. Wir wollen nicht schnell sein, sondern sauber. Gerade im Export ist es entscheidend, früh in Struktur, Planung und regulatorisches Wissen zu investieren. Zertifizierungen, Prozesse und Anforderungen lassen sich nicht nebenbei lösen – sie sind Teil des Geschäftsmodells.



AndenWelt befindet sich noch im Aufbau. Wie gehst du mit dieser frühen Phase um?

Sehr bewusst. Wir wollen nicht schnell sein, sondern sauber. Gerade im Export ist es entscheidend, früh in Struktur, Planung und regulatorisches Wissen zu investieren. Zertifizierungen, Prozesse und Anforderungen lassen sich nicht nebenbei lösen – sie sind Teil des Geschäftsmodells.

Welche Rolle spielt dein eigener Hintergrund als Diaspora-Gründer?

Eine sehr große. Als Diaspora-Gründer bewegt man sich automatisch zwischen zwei Welten. Der Exportkurs hat mir gezeigt, wie wichtig es ist, Brücken zu bauen, ohne Abhängigkeiten zu schaffen – also stabile Partnerschaften im Herkunftsland und im Zielmarkt aufzubauen, statt sich auf einzelne Kontakte zu verlassen.

Was würdest du anderen Gründer:innen grundsätzlich raten?

Beginnt mit Klarheit, nicht mit Perfektion. Denkt langfristig und bleibt nah an dem, was ihr tut. Unternehmertum ist kein Sprint, sondern ein Prozess, in dem Haltung und Konsequenz entscheidend sind.

Und welche konkreten Empfehlungen gibst du speziell Diaspora- und Export-Gründer:innen?

Erstens: Übersetzt eure Herkunft bewusst in Marktlogik. Authentizität wirkt nur dann, wenn sie für den Zielmarkt verständlich ist.
Zweitens: Investiert früh in regulatorisches und strukturelles Wissen – das spart später enorme Ressourcen.
Drittens: Baut Brücken, keine Abhängigkeiten. Netzwerke sind wichtig, aber nachhaltiges Wachstum braucht mehrere stabile Verbindungen auf beiden Seiten.

Wie siehst du die Zukunft von AndenWelt?

Ich sehe AndenWelt als ein Projekt mit Verantwortung. Wir wollen zeigen, dass Produkte aus den Anden und dem Amazonas nicht exotisiert werden müssen, sondern durch Qualität, Transparenz und Haltung überzeugen. Wenn uns das gelingt, haben wir als Gründer vieles richtig gemacht.

Daniel Vargas, vielen Dank für das Interview!
Das Interview führte Holger Ehrsam, MBA, Gründer von Ehrsam Peru-Consult