

# Eine Trendsetterin in der Welt des Küchenzubehörs



Raeda Al Barri,

Inhaberin und Geschäftsführerin,  
Raeda Kitchen Supplies,  
Jordanien

Mit ihrem Geschäft für Küchenzubehör ist Al Barri eine echte Trendsetterin in der Welt des Kochens am eigenen Herd.

Foto: Malin Fezehai

F: Frau Al Barri, Ihr Unternehmen hat andere Menschen aus Ihrem Umfeld inspiriert. In welcher Weise würden Sie sagen, dass Sie andere beeinflussen?

A: Zunächst habe ich bemerkt, dass andere wegen meines Erfolgs in die Branche eingestiegen sind. Aber noch wichtiger: Ich kann mit Stolz sagen, dass ich andere Menschen dazu inspiriert habe, ihr eigenes Geschäft zu gründen.

F: Sie haben Ihr Unternehmen selbst aufgebaut. Wie hat Ihr Beruf als Unternehmerin Sie persönlich verändert?

A: Definitiv in Bezug auf meine soziale Kompetenz. Ich bin jetzt besser darin, auf verschiedene Persönlichkeiten zuzugehen – sowohl privat, als auch geschäftlich.

# YES, WE EARN

Das TIME Magazine hat seine Person des Jahres. Das Magazin Fortune listet jährlich die „Fortune 500“ aus, die stärksten Unternehmen weltweit. Forbes zählt die reichsten Menschen der Welt auf. Und seit einigen Jahren auch die mächtigsten Frauen weltweit. 2017 stand Angela Merkel auf Platz 1. Aber fehlt da nicht etwas?

CARE hat sich gemeinsam mit der H&M Stiftung auf den Weg gemacht, um weltweit erfolgreiche Frauen zu besuchen. Solche, die selbst ein Unternehmen gegründet haben und damit Zukunft machen. Aber nicht in New York, Berlin oder Tokyo. Sondern in der Elfenbeinküste, in Sri Lanka oder in Peru. Diese Liste ist pure Power. Fernab der weißen, männlichen Anzugträgerwelt, die gemeinhin mit Macht assoziiert wird.

# „Ich habe das erste Busunternehmen der westlichen Elfenbeinküste gegründet.“

Philomène Tia

Unternehmerin,  
Maindeba Transport,  
Elfenbeinküste



Philomène Tia wollte eigentlich nie Unternehmerin werden. Aber in ihrer Großfamilie mit 42 Geschwistern musste sie schnell lernen, sich zu behaupten. Sie führte mehrere Unternehmen von unbedeutenden Start-Ups zu großen Playern in der Elfenbeinküste. Heute wird ihre Geschichte in lokalen Fernseh- und Radiosendungen erzählt und sie wurde sogar eingeladen, Alassane Outtara, den Präsidenten der Elfenbeinküste, zu treffen. Er würdigte ihren Erfolg als Unternehmerin und Vorbild für die Frauen ihres Landes.

F: Sie besitzen ein Transportunternehmen, Maindeba Transport, mit 90 Bussen, einen Hotelkomplex, eine Getränkemarktkette mit 24 Filialen und Sie betreiben eine Rinderzucht mit über 1200 Ochs. Wie

haben Sie es geschafft, ein so vielfältiges Portfolio aufzubauen?

A: Mit Aktivität und Kreativität. Ich weiß, das ist nicht der konkreteste Tipp. Aber der Versuch, vorauszu-denken, hat mich erfolgreich gemacht. Langfristig statt kurzfristig zu planen.

F: Was war die größte Herausforderung für Ihr Unternehmen?

A: 2002 verlor ich durch den Bürgerkrieg plötzlich all meinen Besitz. Ich floh nach Guinea und kehrte erst 2007 nach Hause zurück. Ich hatte nichts in den Händen, nur meine Erfahrung. Aber ich war fest entschlossen, neu zu beginnen. Nach einiger Zeit bekam ich einen Kredit und ich begann, Fisch und Zuchtvieh zu verkaufen. Ich sparte mein Einkommen für zwei Kleinbusse und gründete einen Taxidienst, der zur ersten Busgesellschaft in der westlichen Elfenbeinküste wurde. Heute besitzen wir rund 90 Busse.

F: Der Transportsektor definiert sich auf der ganzen Welt immer wieder neu. Wie gehen Sie mit neuen Herausforderungen um?

A: Kürzlich habe ich begonnen, Menschen in Verbänden und Genossenschaften zusammenzubringen. Ich genieße es, meine Erfahrungen mit anderen zu teilen und ihre Ideen zu hören – besonders unter Frauen. Ich sage oft zu anderen Frauen, dass ihre Kraft und ihr Gehirn sie überall hinbringen können. Ich habe auch mit nichts angefangen und spreche nicht einmal richtig Französisch, aber sehen Sie mich heute an.

F: Was kommt als Nächstes?

A: Ich mag es wirklich, neue Geschäftsformen zu erkunden und miteinander zu verbinden. Anders hätten wir nicht wachsen können. Was genau als Nächstes geschehen wird, weiß ich ebenso wenig wie Sie.

Yara Ghassan  
AlAsayreh

Gründerin,  
Yara Häkelarbeiten,  
Jordanien



Schulabbrecherin Yara Ghassan AlAsayreh lässt sich von Schwierigkeiten nicht unterkriegen. Die 21-Jährige führt ihr eigenes Start-Up in einer von Leidenschaft getriebenen Branche.

F: Wie kamen Sie auf die Idee für Yara Häkelarbeiten?

A: Ich konnte nicht länger zur Schule gehen und musste eine andere Lösung finden. Ich verliebte mich sofort in die Modebranche, als ich zum ersten Mal damit in Kontakt kam. Ich wollte nichts anderes mehr machen. Kreativität ist meine Leidenschaft. Mein Unternehmen erlaubt es mir, ständig Neues zu kreieren.

Andrea Gala

Vorsitzende des  
Forellenzüchterverbandes Pactan,  
Peru

Nur wenige 20-Jährige können sich Präsidentin eines Bauernverbandes nennen oder sagen, sie betreiben eine Forellenzucht. Andrea Gala aus Peru jedoch ist die Ausnahme. Sie bricht die Konventionen und ebnet den Weg für eine neue Generation von Selfmade-Unternehmerinnen.

F: Sie haben eine für Ihr Alter ungewöhnliche Karriere eingeschlagen. Wie verläuft ein normaler Tag bei Ihnen?

A: Ich stehe um 5 Uhr auf und habe eine feste Morgenroutine. Gegen 8 Uhr verlasse ich das Haus. An einem normalen Tag füttere ich die Fische und reinige die Teiche. Dann treffe ich mich mit Käufern. Sonntags verkaufe ich gegrillten Fisch auf einem lokalen Bauernmarkt.

F: In ihrer Vereinigung sind 20 Frauen, die alle Forellen züchten. Wie genau funktioniert das?

A: Jede hat ihre eigene Zucht, aber wir versuchen gemeinsam, sowohl die Qualität als auch das Geschäft an sich zu verbessern. Die Forellenzucht ist lukrativer als Feldarbeit. Zusammen können wir etwas wirklich Großes schaffen.

F: Was steht als Nächstes an?

A: Wir möchten Restaurants eröffnen und die Gegend für Touristen attraktiver machen. Gemeinsam kann unser Verband eine Atmosphäre schaffen, in der die Menschen sich entspannen und unser Essen genießen können. Wir haben Anfragen von anderen



Fotos: CARE (links), Malin Fezehat (rechts)

Frauen bekommen, die an unserem Verband interessiert sind, und einige haben bereits damit begonnen, eigene Zuchtteiche anzulegen.

F: Was ist Ihrer Meinung nach das Beste daran, Unternehmerin zu sein?

A: Ich bin jetzt viel selbstsicherer als früher! Heute wage ich es zu träumen und mir auszumalen, wie wir die Zukunft verändern können.

Husriana

Gründerin von  
Uncle Ping Meatballs,  
Indonesien



Die 29-jährige Geschäftsfrau und Unternehmerin Husriana ist eine echte Problemlöserin. Ihre Lösung ist mutig und innovativ und kombiniert Technologie mit Gesundheit, cleverem Marketing und einem köstlichen Produkt.

F: Sie haben eine vielversprechende Karriere im Bildungssektor aufgegeben, um in die Lebensmittelindustrie einzusteigen. Warum diese Neuorientierung?

A: Ich sah ein großes Potenzial in der Lebensmittelindustrie, denn hier können Arbeitsplätze für sehr viele Menschen geschaffen werden. Aber ausschlaggebend war, dass ich tief in meinem Herzen wusste, dass ich mein volles Potenzial noch nicht ausgeschöpft hatte und mir mein eigenes Geschäft dabei helfen würde. Uncle Ping Meatballs war geboren.

F: Ein globales Marktforschungsunternehmen schätzt den weltweiten Absatz von gesunden Nahrungsmitteln für 2017 auf eine Billion US-Dollar. Wirkt sich dieser Trend auf Ihr Geschäft aus?

A: Auf jeden Fall. Die Verkaufszahlen unserer Fleischbällchen sind in den letzten Jahren stetig gestiegen. Typische Uncle Ping-Kunden sind Mütter oder Väter, die auf eine gesunde Ernährung ihrer Kinder achten. Aber immer mehr Menschen machen sich Gedanken über ihre Ernährung.

F: Wofür steht das „Ping“ in Uncle Ping Meatballs?

A: Im Gegensatz zu den Massenproduzenten in der Industrie bereiten wir unsere Fleischbällchen ganz ohne Geschmacksverstärker oder künstliche Konservierungsstoffe zu. Der Geschmack kommt von natürlichen Gewürzen wie Chili, die Ihnen ein „Ping!“-Gefühl im Mund geben.

F: Wie schaffen Sie Anreize für Ihre Zielgruppe, sich für die gesündere Alternative zu entscheiden?

A: Wir optimieren ständig unsere Marketingstrategie, um für unsere Herstellung ohne Geschmacksverstärker und Konservierungsstoffe zu werben. Wir nutzen Facebook als Plattform und finden neue, innovative Wege der Werbung. Außerdem ist ein gut schmeckendes Produkt der beste Anreiz.

F: Ihre Zukunftsvision ist es, eine Führungsrolle im Sektor gesunder Lebensmittel inne zu haben. Was möchten Sie in den kommenden Jahren noch erreichen?

A: Ich habe eine klare Vision: Uncle Ping Meatballs wird ein wichtiger Arbeitgeber in der Branche sein und Gemeinden durch Jobmöglichkeiten bereichern. Wir werden uns besonders bemühen, in Indonesien mehr Arbeitsplätze für Frauen zu schaffen, die sich momentan gezwungen sehen, im Ausland zu arbeiten. Uncle Ping Meatballs wird ihnen ermöglichen, bei ihren Familien zu bleiben. ●