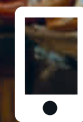


Die Frau, die uns Afrikas Mode schenkt

Text: Ruth Hafen // Bild: Natalija Gormalova

Melanie Hanimann bringt
Mode aus Westafrika
nach Europa. Mit ihrer Agentur
will sie talentierten Designern
aus Ghana die Tür zum Erfolg
öffnen. Dafür braucht sie
oft Mut, manchmal Naivität
und immer Humor – in
wechselnden Portionsgrößen.



Begleiten Sie
Melanie Hanimann
auf Geschäftsreise:
swisslife.ch/blog

Du wirst mich finden, hab seit kurzem pinke Haare» steht in der SMS von Melanie Hanimann. Tatsächlich, da am Fenster sitzt sie und sticht angenehm farbig aus dem wintergraubeigen Zürcher Januarnachmittag hervor. Die pinken Haare seien einer ihrer vielen Spontanentschlüsse gewesen, wird sie später sagen, als sie von ihrer letzten Reise zu ihrer Familie in Taiwan erzählt. Aber die Farbe sei ja vergänglich und lasse sich gut wieder aus ihrem braunen Haar herauswaschen.

Weniger vergänglich soll hingegen ihre Agentur Hanimanns sein, die sie 2018 gegründet hat. Zusammen mit einem Geschäftspartner vor Ort scoutet Melanie in Ghana Modedesigner, lässt ausgewählte Designs in Ghana produzieren und importiert die Kleider nach Europa. Tönt einfach, ist es aber natürlich nicht. Und das Projekt hat wie so viele Wahnsinnsabenteuer ganz harmlos begonnen, mit einem Stage als Volunteer.

Mit der Fashionweek in Accra gings los

Die heute 32-jährige Melanie reist 2011 zum ersten Mal nach Ghana, um dort als Lehrerin für Mathematik und Sachkunde Primarschüler zu unterrichten. Das westafrikanische Land grenzt im Westen an die Elfenbeinküste, im Osten an Togo und im Norden an Burkina Faso. Zwar war Kenia im Osten Afrikas Melanies Wunschdestination für ihre Freiwilligenarbeit, doch verliert sie bald ihr Herz an das Land, die Kultur und die Leute. Die Verbindung ist geknüpft und sie besucht ihre Gastfamilie nach drei Jahren wieder. In der Schweiz arbeitet sie vier Jahre lang als Marketingleiterin von Modissa und absolviert gleichzeitig einen Bachelorstudiengang, was ihr ein Arbeitspensum von deutlich über 100 Prozent, aber auch ein solides Rüstzeug und ausgezeichnete Kenntnisse der Modebranche verschafft. Nach dem Bachelor gönnt sie sich eine Auszeit und fliegt 2017 erneut nach Westafrika, diesmal für einen Monat, und besucht auf Einladung eines Bekannten die Fashionweek in Accra.

«Das war richtig lässig! Es war alles sehr einfach gehalten, etwa 70 Designer haben ausgestellt, darunter waren ein paar ganz ausgezeichnete.» Als sie sich erkundigt, wo sie die Kleider kaufen könne, ist die Ant-

wort: «Nirgendwo.» Die Designer haben keine Möglichkeit, ihre Kleider zu produzieren, geschweige denn zu vertreiben oder gar ins Ausland zu verkaufen. «Sie haben nur Samples hergestellt für die Show, die wiederum nur von Freunden und Familie besucht worden ist.» In Ghana gebe es nur sehr wenige Modeläden und um aus dem Land heraus nach Europa zu gelangen, brauche es Geld und Visa – ein Ding der Unmöglichkeit. In Ghana leben 30 Prozent der Bevölkerung von rund 29 Millionen von 1,25 US-Dollar am Tag.

Vom papiernen Businessplan zur Realität in Westafrika

Getreu ihrem Lebensmotto «just do it» – einfach loslaufen und anfangen – stürzt sich Melanie ins Businessabenteuer. Sie stellt einen Businessplan auf, aber auch der beste Businessplan macht nicht gegen Risiken immun. Etwas naiv gehe sie manchmal schon an die Dinge heran, meint sie und lacht schallend. Ein grosses Lehrstück folgt gleich ganz am Anfang, als sie, bevor der Brand richtig steht, voller Enthusiasmus zusammen mit einem ihrer Designer nach Berlin an eine Messe reist – und dann kein Mensch ihren Stand besucht. Sie lernt, dass niemand auf sie gewartet hat. An den Publikumsmessen, an denen sie teilnimmt, läuft es besser, aber «unüberlegte Dinge tue ich immer

Um in Afrika für den europäischen Markt mit Schweizer Qualitätsstandards zu produzieren, braucht es ein gutes Standvermögen.

noch». Ihre Arbeit begeistert sie, auch wenn diese manchmal weniger angenehme Seiten hat. Gut verzichten könnte sie zum Beispiel auf die aufwändigen Zollformalitäten oder das Geschleppe, wenn sie mit prallvollen Koffern von Messe zu Messe, von Boutique zu Boutique unterwegs ist, um Abnehmer für ihre Kleider zu finden.

Humor ist ein wertvoller Begleiter auf ihren Reisen nach und durch Westafrika. Sie ist viel unterwegs und hat im ersten Jahr ihrer Selbstständigkeit gelernt, wie sie am besten mit sich selbst umgeht. Die Freiheit, immer alles selbst bestimmen zu können, ist manchmal auch anstrengend. Wenn es scheinbar nicht mehr weitergeht, kontaktiert sie ihre Freunde in der Schweiz



Die Farben eines Kontinents: massgeschneidert zum Anziehen

Tufafii ist ein nigerianisches Modelabel, dessen spektakuläre Entwürfe Melanie Hanimann ebenfalls nach Europa bringt. Das Ziel von Tufafii steht stellvertretend für die Mode, die Hanimann in Afrika kreiert und fördert: Ob Jumpsuit (links), Dabi Pants, (Mitte) oder Trenchcoat: zeitgenössische Mode in sorgfältig ausgewählter traditioneller afrikanischer Ästhetik.

hanimanns.com

Die Businesspartner vor Ort sind entscheidend

Nana Kwame Adusei, Designer des Labels Charlotte Privé (links), baut für Melanie Hanimann vor Ort in Westafrika manche Brücke – und sorgt für Qualitätsstandards in der Produktion.

oder in Ghana, telefoniert mit der Familie, um sich wieder zu erden. Vor allem ihr Vater, der als Maschinenbauingenieur sehr viel gereist ist, gibt ihr Halt und Antworten auf manche Fragen.

Mit Humor reagiert sie auf schwierige interkulturelle Situationen, etwa wenn sie als Weiße automatisch mit Reichtum gleichgesetzt wird oder zum tausendsten Mal einen Heiratsantrag erhält. «Dann grinse ich jeweils und sage, sorry, ich habe schon drei Männer zu Hause.» Auch bei den Produktionsbedingungen vor Ort, auf die sie keinen Einfluss nehmen kann, ist Humor manchmal das einzige Mittel, um über die Runden zu kommen. Um in Afrika für den europäischen Markt mit Schweizer



Qualitätsstandards zu produzieren, braucht es ein gutes Standvermögen. Da hilft es nicht, wenn der Strom ausfällt oder kein Wasser fließt und die Infrastruktur als Ganzes zu wünschen übrig lässt. Schwierig findet Melanie auch gewisse Kommunikationsfinessen,

die sie mit ihrem Schweizer Hintergrund nicht immer auf Anhieb versteht. Genau darum ist es ihr so wichtig, dass ihr Businesspartner Nana Kwasi Wiafe vor Ort in der Hauptstadt Accra lebt und wenn nötig auch mal kulturelle Übersetzungsarbeit leisten kann.

Sehr laut lachen muss Melanie auf die Frage, ob sie denn von ihrer Arbeit leben könne. Während ihrer Zeit bei Modissa habe sie natürlich gespürt, erzählt

sie, und zusammen mit ihrem Freelancerlohn klappe das ganz gut. Wenn sie in der Schweiz ist, arbeitet sie projektweise für Werbeagenturen, als Marketingstrategieberaterin für ein Start-up oder treibt ein Projekt für die Trendmesse Afrodyssée in Zürich voran. Sie rechnet damit, noch eine ganze Weile nicht von ihrer Agentur leben zu können. Derzeit arbeitet sie mit vier ghanaischen Designern zusammen, das Ziel ist, ein Portfolio von 15 bis 20 Marken so gross aufzubauen, dass sie diese weltweit vertreiben kann. Sie schaut mit Optimismus in die Zukunft, in der ihr Glas stets halbvoll ist – am liebsten mit Amaretto Sour. Auch für Ghana scheint das Glas halbvoll zu sein. Das Land hat im letzten Jahrzehnt ein erstaunliches Wirtschaftswachstum hingelegt, das 2011 einen Höchstwert von fast 14 Prozent erreichte. Im Jahr 2018 lag der Wert bei gut sechs Prozent. Als Barack Obama das Land auf seiner ersten Afrikareise besuchte, sagte er: «Das 21. Jahrhundert wird nicht nur dadurch bestimmt, was in Rom, Moskau oder Washington passiert, sondern auch durch das, was in Accra geschieht.»



Melanie Hanimann gründete eine Tanzschule, war Marketingchefin bei Modissa, betreibt ihr eigenes Modelabel Hanimanns und engagiert sich tatkräftig in der Initiative #FRAUENARBEIT. Das Projekt unterstützt junge Frauen dabei, schneller und erfolgreicher im Beruf starten zu können.

frauenarbeit.ch

Wenn Frauen loslegen: drei Start-ups mit Potenzial

Jedes zehnte Start-up in der Schweiz wird mittlerweile von einer Frau initiiert – und die Gründerinnen agieren durchaus erfolgreich.



Daniela Marino

Eigentlich wollte Marino Professorin werden, doch dann machte ihr Forschungsteam am Kinderspital Zürich bei der Züchtung von menschlicher Haut solche Fortschritte, dass sie sich entschied, zusammen mit Fabienne Hartmann-Fritsch die Firma Cutiss zu gründen. Das Start-up ist ein begehrtes Objekt bei Business Angels und steht an der Schwelle zum Geschäftsmodell.

cutiss.swiss



Philomena Schwab

Das «Forbes»-Magazin zählt Philomena Schwab zu den 30 wichtigsten Technologie-Cracks Europas. Ihr erstes Game «Niche» finanzierte die Zürcherin noch durch Crowdfunding; im November 2016 gründete sie gemeinsam mit einem Partner das Stray Fawn Studio, in dem sie ihr Interesse für die Biologie mit der Gameentwicklung verbindet.

strayfawnstudio.com

Die Mode als Türöffner

Für Melanie ist klar: Afrika, mit Ausnahme des Nordens und des Südens, ist noch komplett unentdeckt. Sehr wenige Menschen aus dem Westen getrauen sich überhaupt dorthin. Klar gebe es Länder, in denen Krieg herrsche, «aber Afrika ist riesig und bietet so viele alte und reiche Kulturen, so viel Musik, Kunst und Mode, die es zu entdecken gibt». Und gerade dieser Kultur, dieser Mode, auf deren Potenzial sie setzt, möchte sie die Tür weit aufstossen. Und zwar als Teil einer gleichberechtigten Partnerschaft mit den Designern in Ghana. «Ich sage immer allen: Ich bin keine Charity. Ich sehe das Potenzial der Menschen vor Ort, und ich möchte, dass wir das gemeinsam realisieren können.» So ist die Agentur Hanimanns für sie die einzige Möglichkeit, sich im Ausland zu präsentieren. Ihre vier Designer beschäftigen in ihrer Produktion in Ghana jeweils rund sechs Schneider. In Nigeria, wo sie ebenfalls produzieren lässt, kommen nochmals 12 bis 15 Schneider dazu. Klar, das ist nur ein Tropfen auf den heissen Stein; in Ghana gibt es zu wenig verarbeitendes Gewerbe und Industrie, und die Zahl der Geburten übersteigt die der neuen Arbeitsplätze. Gerade darum ist es so wichtig, einfach loszulaufen und anzufangen. Keine Frage: Melanie wird noch von sich reden machen. Nicht wegen ihrer pinken Haare, sondern wegen der farbenfrohen Fashion.



Anne Mellano

Die Bauingenieurin aus der Romandie, rechts auf dem Bild mit Gründungspartner Raphaël Gindrat, hat für das Flottenmanagementsystem Bestmile in einer ersten Finanzierungsrunde elf Millionen Dollar gesammelt. Die Plattform Bestmile ermöglicht Mobilitätsanbietern alles, um Dienste von Tür zu Tür bereitzustellen – indem autonom und nicht autonom gesteuerte Fahrzeugflotten implementiert, verwaltet und optimiert werden können. Das Spin-off der EPFL hat mittlerweile Niederlassungen in Lausanne und San Francisco.

bestmile.com

// Der Swiss Life-Experte zur
Vorsorge- und Finanzanalyse

«Nach einigen Jahren im Job hilft eine Vorsorge- und Finanzberatung, die Folgendes klärt: Bin ich im Fall von Krankheit oder Unfall genügend abgesichert? Kann ich bereits heute fürs Alter vorsorgen? Wie erreiche ich mein Sparziel?»

Im persönlichen Gespräch kann Swiss Life auf die aktuelle Situation der Kunden eingehen. Die individuelle Beratung deckt unter anderem diese Themen ab:

- Absicherung Erwerbsunfähigkeit / Tod
- Altersvorsorge
- Steueroptimierung (Vorsorge)
- Sachversicherungen / Krankenkasse
- Eigenheim / Hypotheken
- Vermögensaufbau / Vermögensausbau

swisslife.ch/beratung



Roland Moser

Vorsorge- und Finanzspezialist
Generalagentur Schaffhausen

☎ 052 634 05 94

✉ Roland.Moser@swisslife.ch