

WORLD TRADE CENTER

AUSGABE 1-2008

GATEWAY TO THE WORLD OF INTERNATIONAL BUSINESS



Wachstumsphänomen
Science & Technology Parks

World Trade Center weltweit
Im Blickpunkt
World Trade Center
Wisconsin

Finanzen
Profis im Netzwerk
des World Trade Centers

Special Member
Gert Hof "Lichtarchitekt"

kissyour



Network for handcrafted quality design

Eine Wollweberei im Nordwesten Schottlands. Ein Kunstschlössler in Venedig. Eine Silberschmiede in Pirmasens. Eine Seidenweberei in Uttar Pradesh. Vier Unternehmen, die klein und traditionsreich sind und mittlerweile seit Jahrhunderten in einem eher abgelegenen Winkel dieser Welt Produkte herstellen, die unter Kennern einen mythologischen Ruf genießen. Nur: Außer Insidern kennt sie kaum einer. Und: Im Zeitalter der Globalisierung stehen sie auf der Roten Liste der aussterbenden Kleinbetriebe. Zu wenig Kapital, keine zeitgemäße Distribution, kein konkurrenzfähiges Marketing und Branding.

Ist das wirklich die Welt, in der wir heute leben? Auf der einen Seite schon. Es ist unbestreitbar, dass kleine handwerklich produzierende Firmen in abgelegenen Regionen ökonomisch gefährdet sind und überdies mit dem Verlust kultureller Traditionen zu kämpfen haben. Es mangelt ihnen an geeigneten und bezahlbaren Rohmaterialien, direkt erreichbaren Absatzmärkten, qualifiziertem Nachwuchs. Doch das ist nur die halbe Wahrheit. Denn auf der anderen Seite gibt es insbesondere in den Metropolen Amerikas, Europas und Asiens immer mehr anspruchsvolle Menschen, die bereit sind, sich für hohe Qualität und eine authentische Produktästhetik zu begeis-

tern. Sieht man die Globalisierung unter diesem Aspekt, bietet sie auch gerade kleinen Unternehmen mit einer gewachsenen Qualitätsphilosophie neue Chancen, die es so vor einigen Jahren einfach noch nicht gegeben hat.

Wie komme ich zu dieser Einschätzung? In erster Linie aus meiner persönlichen Erfahrung. Ich bin lange genug im Fashion Business, um zu wissen, dass ein wachsender Teil der Verbraucher - nicht alle, nicht jeder, aber viele - Qualität erkennen und zu schätzen wissen und auch dazu bereit sind, den hierfür erforderlichen Preis zu zahlen. Die Idee zu kissyourenemy war vor

enemy



dem Hintergrund dieser Erfahrung auch kein plötzlicher Geistesblitz, sondern eher ein organischer Prozess. Was wir vorhaben, ist eigentlich logisch. Liegt auf der Hand. Ist von der Grundidee her sehr einfach, in der Umsetzung allerdings nicht ohne Tücken.

Was wollen wir? Der Markenname Kissyourenemy steht für ein Netzwerk, das Handwerker, Künstler, Designer und Kreative aus

entlegenen Regionen dieser Welt die Möglichkeit geben möchte, sich und ihre Produkte zu präsentieren und dabei von dem Know-how und dem Gespür erfahrener Geschäftsleute, Scouts und Afficionados zu profitieren, die den internationalen Markt und seine Trends kennen. Technische Plattform hierfür wird ein Webportal sein, das einen schnellen und unkomplizierten Austausch ermöglicht. Idealerweise kommen so zwei Welten zusammen, wie sie unter-

schiedlicher nicht sein könnten - und doch hier und heute zusammen gehören.

Das Projekt hat neben der geschäftlichen Dimension auch einen ethischen Beweggrund. Wir möchten dazu beitragen, solche Refugien der Produktqualität und -ästhetik ausfindig zu machen, die sich durch außergewöhnliche Materialien, handgefertigte Unikate und längst vergessene Produktionstechniken auszeichnen und ihnen eine neue, zeitgemäße Perspektiven eröffnen. Zudem wollen wir für einen fairen Handel und angemessene Preise sorgen. Last but not least geht es uns um den Aufbau sozialer Beziehungen: Den Markt, den wir im Auge haben, ist nicht durch Anonymität charakterisiert, sondern durch Anerkennung, Sympathie und persönliche Beziehungen.

Bleibt der Name. Während die Welt zum globalen Dorf zusammen wächst, haben gleichzeitig Fremdenfeindlichkeit und Xenophobie Konjunktur. Der Name Kissyourenemy greift diese Grundspannung unserer Zeit auf und plädiert für eine Lösung, die vor rund 2000 Jahren in einem Territorium formuliert wurde, das heute einmal mehr im Brennpunkt hasserfüllter Auseinandersetzung steht. Sicher: Es wäre naiv, zu glauben, dass wir allein die komplexe Welt des 21. Jahrhunderts mit unserem Projekt verändern könnten. Trotzdem kann jeder Einzelne von uns diese Welt ein Stück weit besser machen, wenn er dort beginnt, wo es ihm möglich ist: Bei sich selbst.

Kontakt/Contact:

kissyourenemy

Lilo Zeh

Opernplatz 2

60313 Frankfurt

Phone: +49 (0) 69.293555

Fax: +49 (0) 69.293312

E-Mail: info@kissyourenemy.com

www.kissyourenemy.com



