

Quelle: Süddeutsche Zeitung

© Süddeutsche Zeitung

Personalien

Geschirr spülen war gestern

Shadi Khoshnaw musste um ihre Karriere in der kurdischen Männerwelt kämpfen. Heute ist sie die größte Parfuhändlerin in Irak

Friederike Ott

Immer wenn jemand Shadi Khoshnaw nach ihrem Beruf fragte, schämte sie sich. Sie wusste, dass die Leute von ihr dachten, sie sei eine schlechte Frau. Meist antwortete sie, sie helfe ihrem Vater in seiner Firma. Nur manchen vertraute sie sich an und sagte die Wahrheit: Dass sie eine erfolgreiche Geschäftsfrau ist. Eine sehr erfolgreiche sogar.

Bis vor etwa zwei Jahren war das so: Dass Shadi Khoshnaw ihre Karriere verleugnete. Heute lacht sie laut, während sie das erzählt. Sie trägt hochhackige Schuhe und hat eine durchdringende Stimme. Sie sitzt in einem modernen Einkaufszentrum in Erbil, der Hauptstadt der Region Kurdistan-Irak, und rührt in ihrem Tee. Hier sind drei ihrer fünf Geschäfte mit dem Namen S&S, in denen sie Parfüm und Schmuck verkauft. Shadi Khoshnaw hat Vertriebslizenzen für Produkte von Shiseido, L'Oréal und Swarovski. Sie ist eine kleine, resolute Person, 30 Jahre alt. Nach eigenen Angaben ist sie heute die größte Parfuhändlerin in Irak, hat 30 Angestellte in den Läden, einen Anwalt und einen Buchhalter.

In den vergangenen Jahren ist viel passiert in Erbil. Internationale Unternehmen kamen in die Stadt. Die Frauen sind selbstbewusster geworden, und Shadi Khoshnaw ist es nicht mehr peinlich, offen zu sagen, dass sie Unternehmerin ist. Die Stadt wächst, inzwischen hat sie mehr als eine Million Einwohner. Auch weil viele Kurden, die im Exil

gelebt haben, zurückkommen. Khoshnaw glaubt, dass vor allem sie frischen Wind aus Europa gebracht haben. "Sie verändern die Gesellschaft", sagt sie. "Im Moment findet ein ganz, ganz großer Wandel statt."

Doch bis dahin war es ein harter Kampf für Shadi Khoshnaw. Mit 23 arbeitete sie neben ihrem Studium der englischen Literatur als Dolmetscherin für eine amerikanische Organisation. Während eines Einsatzes traf sie eher zufällig in einer Hotellobby in Erbil ein paar türkische Bauunternehmer, die in Irak aktiv werden wollten. Für ausländische Unternehmer war das damals gar nicht einfach, erzählt Khoshnaw. Denn die damalige irakische Gesetzgebung schrieb vor, dass Unternehmen, die im Land operieren wollten, zu mindestens 50 Prozent einer Person mit irakischer Staatsbürgerschaft gehören müssen. Und so wurde Khoshnaw, die neben ihrer Muttersprache Kurdisch auch Türkisch spricht, Teilhaberin der Firma.

Ihre Karriere als Bauunternehmerin blieb aber ein Intermezzo: Nach einem knappen Jahr zerstritt sich Khoshnaw mit den türkischen Partnern und beschloss, sich selbständig zu machen. Sie hatte etwas Geld zurückgelegt und fing an, Shampoos, Deodorants und Parfüms aus der Türkei zu importieren, die sie an Händler auf dem alten Basar in Erbil verkaufte. "Wenn ich eine Idee habe, dann setze ich sie sofort um", sagt sie

und lacht. "Ich habe nie Angst zu scheitern." Doch sie merkte schnell, dass die Männer anfangen, über sie zu reden, und sich weigerten, von ihr, einer Frau, etwas zu kaufen. Sie überließ ihrem Cousin das Geschäft und bat ihn zu verschweigen, wem der Laden wirklich gehört. Von da an lief es gut.

Dann hörte sie, dass man mit Markenuhren in Kurdistan viel Geld verdienen kann. Kurzenschlossen bestellte sie für 10 000 Dollar Uhren des österreichischen Herstellers Jacques Lemans und hatte sie bald darauf auf internationalen Messen verkauft. Doch wieder spürte sie starken Gegenwind. "Tut mir leid, aber ich mache keine Geschäfte mit Frauen. Wenn Sie einen Mann schicken, können wir darüber reden", sagte ein Mann in einem Uhrengeschäft in Erbil. Khoshnaws Enttäuschung saß tief. "Ich habe mich gefragt, was ich hier eigentlich tue." Wenig später in einer Versammlung der Handelskammer mit etwa 200 Männern war sie die einzige Frau. Der Mann, der neben ihr saß, sagte, sie solle heimgehen und Geschirr spülen. Sie lachte, weil sie nicht wusste, was sie sagen sollte.

Heute lacht Shadi Khoshnaw über diese Geschichten, doch damals fühlte sie sich elend und sehr allein. "Für mich waren die Männer wie Monster", sagt sie. Nach außen hin habe sie versucht, stark zu sein, zu Hause aber habe sie oft geweint. Die ständigen Repressalien nagten an ihrem Selbstbewusstsein. "Ich dachte, vielleicht haben sie recht."

Quelle: Süddeutsche Zeitung

© Süddeutsche Zeitung

Aufgegeben hat sie trotzdem nicht.

Nicht alle Frauen in Kurdistan sind so hartnäckig. "In meinen Läden hatte ich Mädchen angestellt, die nach vier Wochen wieder kündigten - weil ihre Väter das verlangten", erzählt Khoshnaw. Noch immer würden viele Familien an den alten Traditionen festhalten. Ihr sei es deshalb wichtig, Frauen zu ermutigen, ihnen zu helfen und ihre eigenen Erfahrungen weiterzugeben, sagt die Unternehmerin. Deshalb gründete sie 2009 die Organisation "Network of Women Entrepreneurs and Business Owners", die vom deutschen Konsulat in Erbil finanziell unterstützt wird. Khoshnaw berät Frauen und leitet Kurse für Unternehmensgründungen. Meist wollen die Frauen kleine Läden eröffnen, etwa Beauty-Salons. "Wir

wollen die Frauen aber auch ermutigen, große Unternehmen zu gründen", sagt sie. Deshalb lädt die Organisation auch regelmäßig Geschäftsfrauen aus dem Ausland ein. Hoffen auf die Vorbildwirkung.

Khoshnaws Telefon klingelt. Ein Mitarbeiter aus einem ihrer Läden ist am Telefon, Khoshnaw redet kurdisch mit ihm. Ihr Tag ist stressig, meist arbeitet sie zehn bis zwölf Stunden. Denn sie hat große Pläne: Demnächst möchte sie Produkte der Luxusmarken Versace, Prada und Gucci in einem Outlet-Store verkaufen. "Es gibt hier immer mehr reiche Leute", sagt Khoshnaw. "Bisher sind diese Marken noch nicht vertreten." Neben Kleidung will sie sich vor allem auf Taschen konzentrieren. "Auf Taschen sieht man den Markennamen besser. Besonders den Frauen hier ist das wichtig."

Doch Khoshnaw will nicht ausschließlich auf Luxus setzen. Bald will die Frau die erste internationale Kaffeehauskette nach Irak bringen. Die Lizenz der österreichischen Coffeeshop Company hat sie bereits. "Ich glaube, ich werde viel Geld damit verdienen", sagt sie. Schließlich sei sie die Erste im Markt. Zunächst will sie zwei Läden aufmachen - ganz allein. "Weil ich den Gewinn mit niemandem teilen will", sagt sie. Und lacht.

Lange verheimlichte sie ihren beruflichen Erfolg - aus Angst, als "schlechte Frau" zu gelten.

Der Gegenwind war so heftig, dass ihr Männer bald vorkamen wie Monster.