

TANJA LA CROIX

KEINE ZEIT FÜR LANGeweile

TEXT: XOLANDA RISI
BILDER: VALERIA VASILTSOVA
STYLING: KATERINA NIKOLAEVA



Seit 18 Jahren legt sie als DJ international auf und bringt die Böden von Clubs, Events und Partys zum Beben – Jedes Wochenende und auch an den meisten Feiertagen ist sie ausgebucht. Sie war 11, als sie das letzte Mal am Stück zwei Wochen Ferien hatte. Umso gelegener kam ihr eine kleine Auszeit in Dubai, die sie der Pandemie zu verdanken hatte.

«Corona hat mich zwar der Verpflichtung enthoben, jedes Wochenende woanders auf der Welt aufzulegen, aber ich arbeitete als Markenbotschafterin (Sie inspiriert Frauen, zu ihrem eigenen Körper zu stehen und sich darin wohlfühlen) Networkerin und Musikerin (mit «Sleepless in Mykonos» knackte sie 2020 1 Million Streams auf Spotify/ Der Song wurde zur Hymne der griechischen Partyinsel) trotzdem recht gut weiter: Es reicht ein Laptop, Kopfhörer, Festplatte, ein Telefon und Notizen, um meine Mixes zu produzieren, meine Kolumnen zu schreiben, Interviews gegenzulesen oder diverse Einsätze administrativ vorzubereiten – und das lässt sich überall bewerkstelligen. So entschloss ich mich, 10 Tage in Dubai zu verbringen, um das Angenehme mit dem Nützlichen zu verbinden. Denn, wo immer ich mich aufhalte, knüpfe ich Kontakte für weitere Geschäftsideen.

Vor Ort wurde es dann richtig spannend für meine Weiterentwicklung in der Event-Branche, denn ich traf auf Menschen, die grössere Projekte im Zusammenhang mit der EXPO auf Ende Jahr planen und hatte so einige Business-Meetings. Mein mittlerweile beachtliches Netzwerk und mein «guter Draht» zu den Medien erlauben mir, in Zukunft auch administrative Aufgaben in diversen Organisationen zu übernehmen. Ausserdem konnte ich meine Zeit in Dubai auch für Video- und Foto-Shootings für meine Partner und Sponsoren nutzen. Mittels Storytelling und Live-Marketing-Strategien stärke ich das Image der Brands und erhöhe deren Engagement. Unter anderem drehte ich für das Revier-Hotel, ein Schweizer

Lifestyle- und Businesshotel, Image-Videos als offizielle Markenbotschafterin auf Social Media.

Ich bin niemand, der gerne stundenlang am Strand liegt, sondern lebe meine Wandelbarkeit und Einsetzbarkeit aus, wo immer ich mich aufhalte. Langeweile existiert für mich nicht. Ich liebe es, mein Netzwerk ständig mit hochkarätigen Leuten aus der Wirtschaft- (Sie performte u.a. am World Economic Forum und der Baselworld), Fashion- und Kunstszene zu bereichern. Und dazu ist Dubai mit seiner Internationalität natürlich prädestiniert.

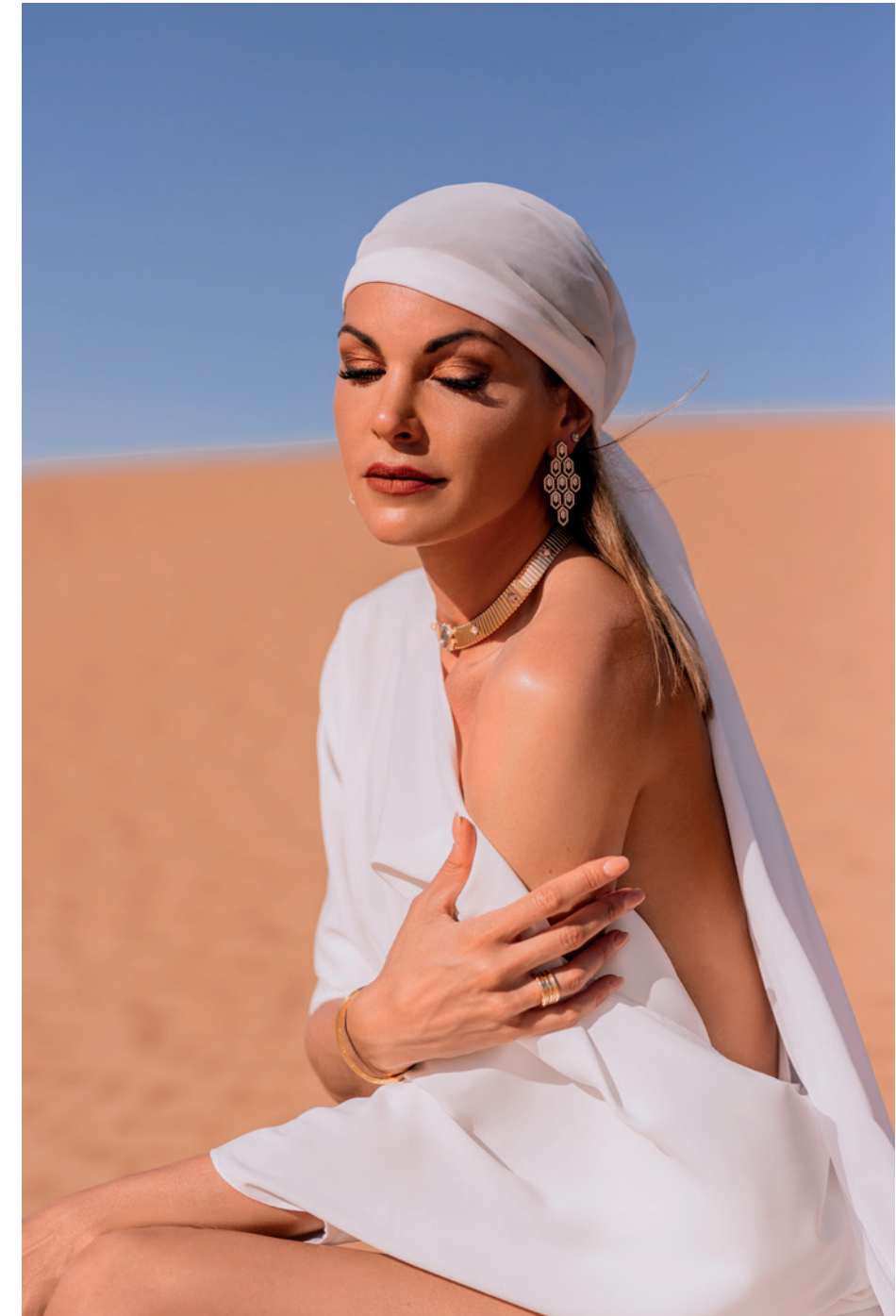
Ich möchte die Vibes eines Landes spüren

Aber in unsicheren Zeiten wie jetzt darf man nicht vergessen, was wirklich zählt: Respekt, Toleranz und Glück. Für mich persönlich gilt: Glück ist eine Lebenseinstellung – unabhängig von Besitz, Aussehen und gesellschaftlichem Ansehen. Insofern liebe ich auch das Ursprüngliche, Die Kultur und Natur Dubais. Als DJ war ich auf der ganzen Welt unterwegs: Unter anderem in Bahrain, Beirut, Nowosibirsk, Doha, Moskau oder auch Amerika. Mir war es immer wichtig, den Kern eines Landes kennenzulernen, um die Leute und die Vibes zu spüren. Wenn ich irgendwo einen Booking-Job habe, werde ich oft direkt am Flughafen abgeholt und man will mich in ein «fancy» Restaurant bringen. Ich lehne jeweils immer bestimmt ab und bitte darum, in einem Restaurant, das die Einheimischen frequentieren, essen zu gehen. Deswegen ging ich mit einem meiner Kontakte in Dubai, dem Schweizer Konsul Frank Eggmann, auch gerne in den Souk. Das Zwischenmenschliche darf nicht zu kurz kommen!

So war es mir bei meinem Shooting in Wüste wichtig, nicht nur internationale Brands wie Alessandro Lago oder Givenchy zu präsentieren, die zu meinem Bulgari-Schmuck passen, sondern auch Newcomer-Designer vor Ort zu integrieren. Lege ich doch, wie zuvor ausgeführt, Wert auf die Authentizität des Landes, wo ich mich aufhalte. Und ich denke, das ist uns sehr gut gelungen!

“
**IN UNSICHEREN
ZEITEN WIE JETZT
DARF MAN NICHT
VERGESSEN,
WAS WIRKLICH
ZÄHLT: RESPEKT,
TOLERANZ
UND GLÜCK.**
”





*Dress: Alessandro Legora
Earrings: Bvlgari Serpenti
Necklace: Bvlgari Monete
Watch: Bvlgari Serpenti Seduttori
Ring: Bvlgari B.Zero1
Bracelet: Bvlgari B.Zero1*



*Kimono: Nüd wear via The Edit Dubai
Belt: BLACKY via Tutus Kurniati
Boots: ASOS
Earrings: Vice Jewelry
Necklace: Luv Aj via The Edit*





Tanja La Croix und Frank Eggmann

FRANK EGGMANN

IN DUBAI WÄCHST DER E-COMMERCE AM SCHNELLSTEN!

TEXT: YOLANDA RISI
PORTRAIT: VALERIA VASILTSOVA

Frank Eggmann ist bereits seit 35 Jahren in Schweizer Generalkonsulaten und Botschaften tätig und war in 13 Ländern stationiert. 2019 trat er seine Rolle als Generalkonsul und Leiter des Swiss Business Hub (SBH) in Dubai an. Und blühte in seiner Arbeit auf. Tanja La Croix bummelte für SETTE mit dem smarten und sportlichen Diplomaten durch den noch ursprünglichen Deira Gold Souk.

Orientalische Atmosphäre, wildes Feilschen und viel Trubel. Der historische Stadtkern hat es Frank Eggmann angetan: «Dubai ist eine Stadt, die sich in den letzten 30 Jahren massiv verändert hat. Die Stadt ist wie ein Champignon gewachsen. Alles ist modern, hightech, bling bling, sauber – aber der Souk steht für mich symbolisch für die Geschichte des Landes, die Kultur, die Mentalität. Im Viertel Deira spüre ich noch die schiere und unverfälschte Ursprünglichkeit Dubais. Ich liebe es grundsätzlich, die Wurzeln eines Landes zu erkunden, Schein und Sein unterscheiden zu lernen. So macht das Ölgeschäft nur 5 Prozent vom GDP (Gross Domestic Product) von Dubai, alles andere wurde auf Tourismus, Transport und Trade, den grossen drei T, aufgebaut.

SETTE: Weshalb haben Sie sich für Dubai entschieden?

Frank Eggmann: Im diplomatischen Dienst wird man alle 3 Jahre versetzt. Man muss sich jeweils für die Standorte bewerben. So war ich 12 Jahre lang in Asien unterwegs, zuletzt in China, in der Provinz Sichuan, kam dann für drei unterschiedliche Stellen in die engere Wahl und entschied mich für Dubai, da damals einer unserer Söhne in China

arbeitete und der andere in der Schweiz studierte. Dubai war die goldene Mitte, wo alles funktioniert und ich endlich wieder auf Englisch verstanden werde (lacht). Die Vielfältigkeit der Kulturen und die offene und lebendige Art der Leute faszinieren mich. Die Bevölkerung in Dubai besteht zu 88% aus Expatriierten. Hier trifft man auf praktisch jede Nationalität auf der Welt und lernt, mit den Gemeinsamkeiten und Unterschieden ihres Kulturgutes und ihren Denkstrukturen am effektivsten zu kommunizieren. Dies erweitert den Verständnis-Horizont und beeinflusst die eigene Weltansicht. Da so viele Global Citizens zusammen in einer Stadt leben und harmonieren, profitiert jeder von den internationalen Beziehungen, die hier aufgebaut werden.

Was sind Ihre Tätigkeiten im Swiss Business Hub?

Die 22 Swiss Business Hubs (Def.: Knotenpunkt/Zentrum), verteilt auf der ganzen Welt, vereinfachen den Internationalisierungsprozess für Schweizer KMUs und sind in der Wirtschafts- und Exportförderung der jeweiligen Region tätig. Wir unterstützen Schweizer Unternehmen dabei, in die VAE (Vereinigte Arabische Emirate) zu expandieren. Im Vorfeld analysieren wir den relevanten Markt, die Situation der Mitbewerber, das Verhalten der Konsumenten und mögliche Markteintrittsbarrieren. Wir finden Sales Agents, Distributoren oder Abnehmer und organisieren Meetings in Dubai mit den potenziellen Business Partnern. Zudem bieten wir den Schweizer Unternehmen mit unserem Swiss Pavillon an den grössten Messen in den VAE optimale Sichtbarkeit und Glaubwürdigkeit.



Der Swiss Pavillon an der Expo 2021/2022 Dubai.

Wie hat Covid-19 Ihren Arbeitsalltag im Swiss Business Hub beeinflusst?

Wie alle Unternehmen, mussten auch wir uns neu an die virtuelle Art von Kommunikation und Meetings anpassen. Mein Team im Swiss Business Hub hat eine ausserordentliche Arbeit geleistet, den sich verändernden Kundenbedürfnissen mit neuen innovativen Lösungen zu begegnen.

Wie managen Sie Ihr Team?

Wir pflegen eine sehr kollegiale Arbeitsbeziehung. Ich lasse meinem Team viel Entscheidungsfreiraum und vertraue auf seine Meinung und Expertise. Ich kann mit Freude sehen, dass dadurch die Motivation und Kreativität meiner Mitarbeiter steigt und sie die Herausforderungen mit Leichtigkeit hinnehmen. Jeder im Team weiss, dass sie oder er sich auf den anderen verlassen kann.

Das wertvollste Kapital eines Unternehmens ist die Mitarbeiterschaft, daher ist es wichtig, sich um sie zu kümmern. Je mehr Wertschätzung man einander erbringt, desto bessere Resultate können erreicht werden. Zudem macht der Arbeitsalltag mehr Spass!

Wie hat Covid-19 die Wirtschaft in Dubai verändert?

Der Dubai Lifestyle ist sehr gemütlich und luxuriös. Aus

diesem Grund existiert schon seit Langem eine hohe Nachfrage nach E-Commerce Dienstleistungen. Während des Lockdowns im Frühjahr 2020 stieg die E-Commerce Branche in Dubai um das Dreifache an. Seitdem hat sich die Bevölkerung erst recht an die bequeme Art des Konsums gewöhnt und E-Commerce ist nicht mehr vom Alltag weg zu denken. Dank dem digitalen Fortschritt und der Innovationsfähigkeit des Landes wächst der E-Commerce in den VAE am schnellsten auf der Welt. Faktoren, wie hohe Internetnutzung, Anpassung von E-Payment, hoher Qualitätsstandard der Logistikinfrastruktur und erhöhtes Vertrauen gegenüber E-Commerce Plattformen trugen zu ökonomischem Wachstum auch in Krisenzeiten bei.

Wie sehen Sie die Zukunft der VAE?

Das Land ist mit seinem zentralen Standort sehr privilegiert. Es ist der Verbindungspunkt von Europa, Afrika und Asien und hat sich somit zum Finanz- und Logistikzentrum der Welt entwickelt. Die Regierung hat seit langer Zeit erkannt, wie wichtig es ist, nicht nur vom Öl abzuhängen und sich stattdessen in unterschiedlichen Feldern zu spezialisieren. Mit den zahlreichen Fachmessen und Konventionen, die hier abgehalten werden, wird Dubai als ein Global Hub angesehen.

Welche Branchen sind besonders interessant für Schweizer Unternehmen?

Das Jahr 2020 drehte sich hauptsächlich um die Vision der VAE: Towards the Next 50. Mit dem UAE Centennial 2071 Plan erstrebt die Regierung, sich zum besten Land der Welt zu entwickeln. Also wurden zahlreiche Initiativen entwickelt, die die Digitalisierung vorantreiben sollen. Zur Digitalisierungsstrategie gehören unter anderem Technologien, wie Artificial Intelligence, 5G Networks, Internet of Things (IoT), Cleantech mit erneuerbaren Energiequellen, Blockchain, Fintech, Biotech, Medtech, 3D Druck und Smart Cities.

Für Schweizer Unternehmen, die in diesen Branchen tätig sind, gibt es verschiedene Cluster für digitales Business in Dubai, so genannte Free Zones. Der Vorteil von Free Zones ist der Einbehalt von 100%iger Inhaberschaft des Unternehmens. Denn laut geltendem Gesetz benötigt es zur Gründung eines Unternehmens ausserhalb einer Free Zone einen lokalen Partner, der zu 51 Prozent Eigentümer wird. Dubai Internet City, Dubai International Financial Centre (DIFC) und Dubai Silicon Oasis (Dubai Digital Park) gehören zu den grössten Digital Free Zones in Dubai.

Gibt es auch weniger technische Branchen, die in Dubai boomen?

Ja, ganz klar die Kosmetikbranche. Die junge Bevölkerung, westliche Anpassung und der Lifestyle in Dubai treiben die Nachfrage nach Schönheitsprodukten, -salons und -kliniken an. Seit einigen Jahren legen auch Männer immer höheren Wert auf ein gepflegtes Aussehen. Das gesamte Marktvolumen wird bis 2025 auf CHF 3 Billionen geschätzt. Der Trend liegt besonders bei Halal zertifizierten, natürlichen Schönheitsprodukten mit nachhaltiger Herstellung. Viele internationale Marken haben dies erkannt und bieten solche Produktreihen an.

Welche Kosmetikmarken sind die aktuellen Marktführer in Dubai?

Zu den grössten Marktteilnehmern in Dubai gehören Huda Beauty, Anastasia Beverly Hills, Unilever Plc und Estée Lauder Companies. Die erfolgreichsten Kosmetikmarken legen grossen Wert auf hohe Produktqualität und steigern ihre Investitionen in F&E. So sichern sie sich Markentreue. Dabei spielt natürlich gezieltes Marketing eine grosse Rolle. Wie vorhin erwähnt, obwohl Dubai die Stadt mit den meisten Shoppingmalls pro Kopf ist, tätigen immer mehr Konsumenten ihre Einkäufe online. Dubai ist die Stadt der Influencer und Social Media. Instagram und TikTok gehören heute zu den wichtigsten Marketingplattformen, um spezifische Segmentgruppen zu erreichen.



Die Dachterrasse des Swiss Pavillon.

Welches Image hat die Schweiz in Dubai?

Ein sehr positives! Die VAE hat eine sehr enge Beziehung mit der Schweiz. Die Emiratis lieben es, ihre Ferien in den Schweizer Bergen und Seen zu verbringen. Aber auch wirtschaftlich werden gerne Geschäfte mit Schweizer Unternehmen getätigt. Das Land wird mit Reichtum, hoher Qualität und Zuverlässigkeit assoziiert. Dazu kommen natürlich die stereotypischen Vorstellungen über die Schweiz, wie teure Uhren, hochwertige Schokolade, Banken und eine Postkartenaussicht.

Die Expo 2020 Dubai wurde ja nun auf dieses Jahr verschoben und findet vom 1. Oktober 2021 bis am 31. März 2022 statt. Wie involviert ist das Schweizer Konsulat am Swiss Pavilion?

Schweizer Unternehmen haben die Möglichkeit ihren Event mit uns im Swiss Pavillon an der Expo 2020 Dubai zu veranstalten. Wir vermieten den Veranstaltungsraum und die Dachterrasse, unterstützen sie im Einladungs- und Eventmanagement und kümmern uns um die Details, damit unsere Kunden sich voll und ganz auf ihre Kerntätigkeit konzentrieren können. Sei es eine Produkt lancierung, ein Workshop oder einfach ein Cocktailevent, um das Netzwerk zu vergrössern. Mein Team und ich freuen uns drauf, mit unseren Kunden zusammen zu planen und Teil eines unvergesslichen Events zu sein.