

Amparo Serrano, Mexiko City

Eine Designerin mit kreativer Energie

Die Mexikanerin hat mit ihren kreativen Figuren ein erfolgreiches Geschäft mit Accessoires und Puppen aufgezogen – und dabei eine Menge Spass. *Thomas Haemmerli (Mexiko City)*



Bild: Thomas Haemmerli

Entwirft ständig neue Produkte: Amparo Serrano mit Virgenita-Taschen in ihrem Lager.

Ein bunter Stuhl, ein Abfalleimer und etwa 80 Zentimeter Gemeinschaftspult in einem Grossraumbüro, dessen Fenster aufs Lager geht: Das ist das Büro des Boss. «Der Boss» ist 45, heisst Amparo Serrano und ist Alleinbesitzerin der Firma Distroller mit 120 Angestellten und 30 Geschäften in Süd- und Nordamerika. Distroller meint «Destroyer», also Zerstörer. An der Türe befiehlt ein Schild: «Schlechte Laune? Draussen bleiben!» Drinnen sind acht Kreative, die das ausführen, was Chefdesignerin Serrano sich nachts ausdenkt.

Firmenchefin wurde Serrano per Zufall. Sie entstammt einer begüterten mexikanischen Unternehmerfamilie, studierte Design und zeichnete Karikaturen für den Bekanntenkreis. Das Echo war so gut, dass sie eine Firma gründete. Der Durchbruch kam mit einer Karikatur der Virgen de Guadalupe, der mexikanischen Mutter Gottes. Serranos naiv gehaltene «Virgencita plis» wurde bekannt und hat derzeit über 12 000 Facebookfreunde. «Plis» steht für englisch «please», denn meist ist die Virgencita von Bitten begleitet: «Virgencita, plis

schütze meine Familie» oder «Plis wache, dass ich nicht ausgeraubt werde.»

Damit hat Serrano einen Nerv getroffen. Die kindliche Virgencita verkörpert eine tröstende Gegenwelt zum kriminalitätsverseuchten Alltag Mexikos. Man begegnet ihr auf dem Schulzeug von Kindern, auf den Taschen von Damen oder als Abziehbild auf Laptops und Autos. In der Kirche gehen die Meinungen auseinander, konservative Geistliche weigern sich, Abbildungen der «Virgencita plis» zu segnen. Und warum das falsch geschriebene «please»? Serrano lacht. «Ich war eine hundsmiserable Schülerin und schreibe so, wie ich die Worte höre.»

Marketing via Facebook

Serrano erfindet neue Figuren am Laufmeter. Der grosse Renner sind jetzt Puppen, die Neugeborene darstellen. Die brauchen Kleidchen und Krimskrams, und in den Distroller-Shops kann man sein Neugeborenes zur medizinischen Untersuchung bringen. Das Personal röntgt, hört das Herz ab und impft mit echten Spritzen. Distroller zielt aber

Firma Distroller

Sitz: Mexiko City
Form: AG seit 2004
Mitarbeitende: 120
Infos: www.distroller.com

Mexiko

Einwohner: 103 Millionen
Währung: Peso
BIP/Kopf: 8135 US-Dollar
Arbeitslose: offiziell ca. 5 Prozent

auch auf erwachsene Kundschaft. In der Krise entwickelte Serrano etwa den «Neuarmen» als Gegenfigur zum Neureichen. Produkte, die einen als Neuarmen ausweisen, sollten signalisieren: Ich muss den Gürtel enger schnallen. «Der Neuarme», sagt Serrano, «wurde zwar mein grösster Flop. Aber wenn ich ein Produkt will, dann machen wirs einfach.» Rund 5000 Produkte hat sie schon entwickelt – und hört dabei aufs Bauchgefühl und auf ihre zwei Töchter. Marktstudien kennt sie so wenig wie Reklame. Dafür hat die Firma über 100 000 Facebookfreunde.

Zahlen gibt man, weil in Mexiko oft Unternehmer entführt werden, keine bekannt. Laut CEO Daryn Fillis ist der Umsatz 2010 aber um über die Hälfte gestiegen, die Einnahmen verteilten sich gleichmässig auf Shops, Franchisen, Lizenznehmer und Grossverteiler. Serrano will nicht in China produzieren, um in Mexico Arbeitsplätze für Benachteiligte zu schaffen. Der CEO hält ihr den Rücken frei, damit sie entwerfen kann. Sie sei mit der Firma verheiratet, sagt Serrano, und weil man nur einmal verheiratet sein könne, sei sie von ihrem Mann geschieden. Schon als Kind habe sie als Berufswunsch angegeben, sie wolle Spass haben. «Das», sagt sie, «habe ich mit meiner Firma erreicht.» ■