



## **SOUTH EMBASSY: LATEINAMERIKANISCHER LEBENSSTIL UND KULTUR FÜR DIE GANZE WELT**

*Posted on 28. Dezember 2022*

---

### **South Embassy: Lateinamerikanischer Lebensstil und Kultur für die ganze Welt**

Lateinamerikas führender Premium-Einzelhändler South Embassy hat die Vision, den lateinamerikanischen Lebensstil und die Kultur als Botschafter bei Kunden aus der ganzen Welt bekannt zu machen. South Embassy will die lateinamerikanische Kultur und Wirtschaft mit Deutschland, Europa und dem Rest der Welt verknüpfen und bietet dafür eine breite Palette von Produkten aus den Bereichen Mode, Kunst, Dekoration und Gastronomie. Außerdem organisiert und beteiligt sich der Einzelhändler an Veranstaltungen und bietet Beratungs- und Follow-up-Dienste für Unternehmen an.



### **Woher kommt diese Inspiration, und warum gerade lateinamerikanische Produkte?**

Cecilia Fuentes Ibarburu, Geschäftsführerin von South Embassy, erzählt uns, dass sie sich von den alten und tausendjährigen Kulturen Amerikas und der restlichen Welt inspirieren lässt, von denen sie seit ihrer Kindheit ein großer Fan ist. Auch ihre Familie hat sie der peruanischen Kultur nahegebracht, den sowohl ihre Urgroßmutter als auch ihr Vater in Iquique (Chile) geboren, die damals noch zum peruanischen Staatsgebiet gehörte. Cecilia Fuentes wollte von klein auf in der Schule weben lernen und war von Wolle regelrecht fasziniert, vor allem von der Alpakawolle, die vor rund 30 in Chile noch nicht sehr bekannt war. Doch sie spürte schon damals, dass diese Wolle ein großes Potenzial hat.

Ein Tourismus- und später ein Designstudium bestärkten ihre Voraussicht bezüglich des großen Potenzials Lateinamerikas. Zu der Zeit erschien Lateinamerika allerdings noch nicht auf dem internationalen Radar und es fehlte an kollektivem Bewusstsein darüber, dass aus dieser Region hochwertige Produkte wie eben Alpaka stammt. Aus diesem Grund beschloss Cecilia, anspruchsvollen Kunden weltweit über ihr Unternehmen South Embassy verschiedene Premium-Produkte anzubieten und Lateinamerika so als Anbieter qualitativ hochstehender Erzeugnisse zu positionieren. In ihrem Shop finden sich unter anderem Produkte aus Argentinien, Brasilien, Kolumbien, Chile, Mexiko, Peru und Uruguay.



Cecilia Fuentes im South Embassy

### **Eine geplante Reise, aber eine Begegnung veränderte alles**

Cecilia hatte vor einigen Jahren eine Reise nach Indien geplant, um mehr über die dortige Kultur zu erfahren. Doch der Zufall wollte es, dass sie auf einer Europareise mit Freunden in den Alpen ihren Ex-Mann aus Würzburg, Deutschland, traf. Aus dieser Begegnung entstand der Entschluss, gemeinsam eine Computerfirma zu gründen. Sie zogen nach München, zu einer Zeit, in der Websites noch nicht üblich waren, es noch keine Apps gab und Programmierung arbeitsintensiv und teuer war. Cecilia und ihr Ex-Mann, der damals noch IT-Student war, hatten die Vision, nachhaltige Lösungen zu einem fairen Preis zu entwickeln, was ihnen auch gelang.

### **Rückkehr nach Chile**

Im Jahr 2009 verließ sie das IT-Unternehmen und kehrte nach Chile zurück, um herauszufinden, wie sie ihre Erfahrungen aus Deutschland am besten einsetzen konnte. Sie hatte sowohl in Chile als auch in München Industriedesign studiert und angefragt, ob sie die Fashion Week in Chile organisieren könne. Sie nahm die Herausforderung an und kam zu dem Schluss, dass die Fashion Week zwar ein großes Potenzial besaß, aber neu positioniert werden musste. Die Textilindustrie in Chile war damals fast tot, weil beinahe alles aus China importiert wurde, wodurch die Verbindung zu den lokalen



Handwerkern und Fabriken verloren ging. Cecilia sah dies als Chance, zu ihren Wurzeln zurückzukehren, war zufälligerweise auch der Schwerpunkt der Fashion Week war. Sie befragte verschiedene Unternehmen über deren Positionierung und stellte fest, dass diese Verbindung noch fehlte. So kam sie auf die Idee, eine Agentur zu gründen, die helfen sollte, eine Brücke von Deutschland aus zu schlagen. Sie begann Module für den heimischen Markt zu entwickeln und organisierte zahlreiche Veranstaltungen mit Experten zum Thema Alpakawolle. An diesen Events wollte Cecilia vor allem die sinnliche Wirkung des Alpaka-Webens vermitteln.

### **South Embassy**

Nach der Fashion Week in Chile begann Cecilia mit der Gestaltung des B2C und B2B orientierten Onlineshops für ganz Europa. Im Jahr 2010 eröffnete sie ihren eigenen Online-Shop in Berlin und 2013 ihr erstes Ladengeschäft. Es war diese hybride Kombination aus digitalem Business und physischen Shops, die dazu beigetragen hat, lateinamerikanische High-End-Produkte auf dem Markt zu positionieren und bekannt zu machen.

South Embassy wurde als kommerzielle und kulturelle Plattform mit dem Ziel gegründet, die lateinamerikanische Wirtschaft und Kultur einander näher zu bringen. Es ist eine Agentur, die Konzepte entwickelt, die die hohe Qualität lateinamerikanischer Produkte und Dienstleistungen widerspiegeln. Sie verfügt über ein multikulturelles und interdisziplinäres Team, das verschiedene Geschäftsbereiche betreut. Der Shop ist das sichtbare Gesicht der Plattform, die nebst der Agentur auch eine Unternehmensberatung ist, Veranstaltungen organisiert und Produkte in Geschäften verkauft.

Der Shop befindet sich in Berlin, in der Alten Schönhauser Str. 33-34, 10119 Berlin. Den Onlineshop kannst du auf dieser [Website](#) besuchen oder South Embassy auf [Facebook](#) folgen.



La tienda en Berlín

## **PeruModa 2021**

Cecilia wurde damit beauftragt, die PeruModa in Berlin zu organisieren, an der sich während vier Tagen 25 peruanische Marken präsentierten. Da diese Veranstaltung in einer hybriden Form abgehalten wurde, hatten auch peruanische Hersteller aus anderen Teilen der Welt wie Dänemark, Buenos Aires oder New York die Gelegenheit, ihre Produkte zu zeigen. Ebenfalls anwesend waren Vertreter der peruanischen Botschaft und von Promperu (Peruanische Handels- und Tourismusagentur) sowie Modeschulen aus Berlin und Einkäufer aus verschiedenen europäischen Ländern. Auf dem Programm standen Seminare über Nachhaltigkeit, die Produktion von Alpakawolle und die Haltung von Tieren.

Für Cecilia waren persönlichen Erfahrungen der PeruModa sehr bereichernd und haben sie und ihre Ziele als Botschafterin weitergebracht. Sie berichtet uns, dass Peru nicht nur Alpakastoffe produziert, sondern auch tolle Designer und Künstler hat, von denen viele bereits in Deutschland etabliert sind. Allerdings ist es Alpaka, das man weltweit mit Peru assoziiert, das bekannteste Markenzeichen nebst der Gastronomie und der uralten Inkakultur. Gemäß Cecilia ist Peru gerade im Tourismussektor sehr gut positioniert, und vor allem bei Europäer kein unbekanntes Land. Es fehlt ihrer Meinung nach aber an Kontinuität, vor allem nach großen, internationalen Veranstaltungen, weshalb sie ihre Aufgabe



darin sieht, eine kontinuierliche Ausstellung für diejenigen zu ermöglichen, die sich auf dem Markt etablieren wollen.

Das gesamte Interview zwischen Cecilia Fuentes Ibarburu und unserem CEO Holger Ehrsam findest du auf unserem YouTube-Kanal. Das Gespräch fand auf Deutsch anlässlich der PeruModa 2021 in Berlin statt.

## **Herausforderungen und Erfolge**

Cecilia hat in ihrer Position mit vielen Klischees zu kämpfen. Weil sie eine Frau ist, dazu noch eine Latina und wegen der allgemeinen Wahrnehmung, die die Industrieländer von Peru und seinen Produkten haben. Das Preisniveau lateinamerikanischer Produkte ist um ein Vielfaches tiefer als im Westen, weshalb viele glauben, dass Cecilia ihre Produkte billig einkauft, um sie zu hohen Preisen zu verkaufen. Desweiteren ist man im West davon überzeugt, dass Peru bezüglich Sauberkeit und Effizienz im Vergleich zu Europa hinterherhinkt. Cecilia weiß, dass es noch viel Aufklärungsarbeit bezüglich der verschiedenen Herstellungsprozesse der Produkte und den damit verbundenen Kosten braucht.

Eine große Herausforderung bestand in der Vergangenheit darin, potenzielle Kunden nicht nur zu informieren, sondern auch zu inspirieren und über den Wert von Produkten aus Lateinamerika aufzuklären. Damit ihr das gelingt, lädt sie Kunden am liebsten an den Ursprungsort der Produkte ein, damit sie den gesamten Produktionsprozess kennenlernen können.

Nebst den Herausforderungen, mit denen sich Celia täglich konfrontiert wird, kann sie aber auch viele Erfolge vorweisen: Die Kontinuität ihres Projekts, das auf 100 Jahre angelegt ist. Sie will damit Einfluss auf die Wahrnehmung Lateinamerikas nehmen, wozu Lern- und Anpassungsprozesse erforderlich waren. Die Anerkennung der Presse, die nicht nur Interesse an den Produkten, sondern auch an den damit verbundenen Inhalten wie der Geschichte des geografischen und kulturellen Ursprungs zeigt. Und nicht zuletzt die Schaffung einer Gemeinschaft rund um dieses Angebot, der Austausch zwischen Lieferanten und Kunden, die Befriedigung, einen Mehrwert für das Leben der Menschen liefern zu können, und die Anerkennung der Produzenten.

## **Kontinuierliche Entwicklung als Unternehmerin**

Obwohl Cecilia über umfangreiche Erfahrungen auf dem europäischen Markt mit lateinamerikanischen Produkten und sogar über Erfahrungen in der Unternehmensberatung verfügt,



ist sie ständig bestrebt, ihre Fähigkeiten zu verbessern. Cecilia war die ideale Kandidatin für unser Mentoring-Programm, das sich an Personen richtet, die bereits über Erfahrungen in ihrem Bereich verfügen und ihre Fähigkeiten und Kenntnisse weiter ausbauen wollen, um dadurch die Geschäftsentwicklung ihres Unternehmens stetig voranzutreiben.

Da sich Cecilia auch in Zukunft weiterentwickeln möchte, hat sie sich für die Teilnahme am Mentoring-Programm entschieden. Sie fand darin die gesuchte Unterstützung in Form von Menschen, die die Herausforderungen verstehen, die zwischen zwei verschiedenen Welten respektive Kulturen entstehen können. Das Programm hat sie vollständig überzeugt, weil sie sich nicht nur verstanden und unterstützt fühlte, sondern es ihr auch die Möglichkeit bot, die von ihr angestrebte Umstrukturierung ihres Unternehmens zu konkretisieren. Ihre derzeitige Vision ist es, mit dem Optimismus, der die Latinos auszeichnet, weiter in den europäischen Markt vorzudringen, um so einen wertvollen Beitrag zur europäischen Lebensweise leisten zu können.

Für die Zukunft wünscht sich Cecilia, dass ihr Unternehmen den Quantensprung macht, den es braucht, um weiter zu bestehen und nachhaltig zu wachsen. Sie versteht South Embassy nicht nur als kommerzielle Aufgabe, sondern die Firma soll auch dazu beitragen, eine neue Wahrnehmung der lateinamerikanischen Region zu erschaffen. 2023 steht sie vor einem Paradigmawechsel und sieht darin eine enorme Chance. Sie wird ihre Arbeitsweise noch konsequenter auf die Herausforderungen ausrichten und freut sich über die wertvolle Unterstützung durch ihre Partner. "Die Zukunft ist gemeinschaftlich", sagt Cecilia.



Cecilia Fuentes y Holger Ehrsam

### **Würdigung von Peru und abschließende Empfehlungen**

Die Peruanerin kennt sowohl Peru als auch Europa, und nachdem sie mit peruanischen Produkten gearbeitet und die PeruModa 2021 in Berlin organisiert hat, gibt Cecilia uns ihre ganz persönliche Einschätzung zu Peru. Ihr Heimatland verfügt über viele Schätze, von denen viele noch unbekannt sind. Sie ist der klaren Ansicht, dass jeder Peruaner ein Botschafter seines Landes und seiner Kultur sein kann und dass, jede Krise eine große Chance für Innovation ist. Die beste Empfehlung, die Cecilia Unternehmern oder zukünftigen Unternehmern gibt, lautet, immer zu träumen und die Träume nie aufzugeben. Denn alles ist möglich, sogar das Unmögliche. Oder in Cecílias Worten: "Die Welt ist offen, das Universum ist weit. Die Entwicklung eines Bewusstseins für den eigenen kulturellen Wert ist das, was die Zukunft die Möglichkeiten erweitern lässt".

Wir danken Cecilia Fuentes Ibarburu für das Interview und dafür, dass sie diesen Artikel ermöglicht hat. Wir wünschen ihr noch viele Erfolge und sind überzeugt, dass sie auch weiterhin die Früchte ihrer harten Arbeit ernten wird.

Verfasst von Mónica Valcárcel