

«Die USA bieten mehr Chancen»

Noch während des Studiums gründet die 27-jährige Genferin Ada Polla ihre Firma. Und hat Erfolg.

Schweizer Unternehmerinnen erklimmen auch im Ausland die Erfolgsleiter – so wie Ada Polla. Die Genferin etabliert mit Charme und Beharrlichkeit in den USA ihre eigene Kosmetiklinie.

VON CORNELIA HEINS (NEW YORK)

Mit ihren Eltern und drei Schwestern verbrachte sie zwei Jahre ihrer Kindheit in Boston, während ihre Mutter einer Berufung nach Harvard folgte und ihr Vater, ein Dermatologe, seine Fachkenntnisse vertiefte. Wieder in der Schweiz, vermisste Ada Polla die Ostküste und den wöchentlichen Gang zum Zeitungsstand am Harvard Square, der den Polla-Haushalt mit europäischen Zeitungen versorgte.

Sie wollte in die Staaten zurück. Und genau das hat die 27-jährige elegante Genferin, die heute in Washington DC lebt, getan. «Nach dem Gymnasium in der Schweiz war ich froh, wieder in den USA zu sein», sagt die frisch verheiratete Schweizerin. «Denn für Frauen bieten die USA einfach mehr Chancen, die Karriereleiter zu erklimmen, die Strukturen sind wesentlich offener.»

Mit einem MBA der Georgetown University und einem Harvard-Abschluss ausgerüstet, ist Ada Polla dabei, aus den von ihren Eltern in der Schweiz entwickelten Hautpflegeprodukten in den USA eine gängige Marke zu machen. Den Sprung ins kalte Wasser eines Entrepreneurs wagte Ada aber erst nach gründlicher Vorbereitung. Nach ihrem Abschluss an der Harvard University nahm sie zunächst einen Job bei einer Consultingfirma an, die Technologie in Marokko vertrieb. «Aber irgendwie wusste ich immer, dass ich auf eigenen Beinen stehen wollte»,



«Vor allem muss man sehr motiviert sein, um am Anfang, nach den ersten Rückschlägen, nicht aufzugeben.»

Ada Polla, Start-up-Chefin

sagt die junge Geschäftsfrau. Die Sporen dafür verdiente sie sich bei Candela, einem Laserhersteller, der seine Produkte hauptsächlich an Schönheitschirurgen vertreibt. «In den USA ist man nichts, wenn man sich nicht wenigstens einmal in einem Verkaufsjob hochgerackert hat.» Candela gab ihr das Basistraining, wie sie Dermatologen und Schönheitschirurgen effektiv anzusprechen hat, beide sind heute noch die Hauptklientel für Pollas Produkte namens «Alchimie Forever». Die 13 Produkte, die auf natürlichen Produkten zur Abwehr freier Radikale wie etwa Vitamin E, Blaubeeren und Jojoba-Ölen basieren, wirken Hautsünden wie zu viel Sonne und Stress, aber auch dem Alterungsprozess entgegen.

Was reizt die Joggerin, die gerade ihren ersten Marathon lief, die Pro-

«ALCHIMIE FOREVER»

Die Alchimie-Forever-Hautpflegelinie, die 13 Produkte umfasst, ist vom Dermatologen Dr. Luigi Polla und seiner Frau Dr. Barbara Polla über Jahre in der Schweiz entwickelt worden. Die Linie ist seit fünf Jahren nicht nur Medizinern, sondern auch dem Verbraucher zugänglich. Den Produkten liegen dermatologische und biomedizinische Erkenntnisse zu Grunde. Die Familie Polla eröffnete 1997 das Forever-Laser-Institut in Genf, das erste medizinische Spa in Europa. Die hauptsächlich in den USA ausgebildete Tochter, Ada Polla, 27, lancierte im Jahr 2003 die Linie als eigenständiges Unternehmen in den USA. Die Firma macht Gewinn.

dukte ihrer Familie auch in den USA auf die Erfolgsschiene zu setzen? «Ich glaube fest an die Güte unserer Produkte. Sie können weder Botox noch eine Laserbehandlung ersetzen, aber sie halten, was sie versprechen.»

Dass Disziplin dazugehört, nicht nur, um der Jugend und der Schönheit auf Dauer eine Chance zu geben, sondern auch, um seine Karriere in die eigene Hand zu nehmen, weiss Ada Polla. Das Wort «Problem» hat sie aus ihrem Vokabular gestrichen, und durch «Herausforderung» ersetzt. Eines lernte die junge Unternehmerin rasch: Selbstständig zu sein macht einsam. «Wenn es darum geht, Entscheide zu fällen, sitzt man ziemlich allein da.»

Ihr Motto: Bloss nichts persönlich nehmen

«Vor allem muss man sehr motiviert sein, um am Anfang, nach den ersten Rückschlägen, nicht aufzugeben», sagt die Geschäftsfrau. Ihr wichtigstes Motto: Bloss nichts persönlich nehmen und sich mit einflussreichen Menschen aus demselben Business umgeben. «Auch wenn man es sich ungern eingesteht: Es gibt immer jemanden, der besser ist. Sich mit solchen Menschen zu umgeben ist nicht nur inspirierend, sondern hilft auch, die

eigenen Schwächen kennen zu lernen und zu managen.»

Es benötigt durchschnittlich vier Jahre, bis eine Start-up-Firma profitabel ist. Ada Polla wollte diesen Durchschnitt schlagen und gründete Alchimie Forever in den USA, noch bevor sie ihren MBA-Abschluss an der Georgetown University in Washington erwarb. Sie benötigte zwei Jahre, bis sie sechsstelligen Umsatzzahlen erzielte. Und Gewinn machte. «Der nächste kleine Schritt ist, die Produkte in exklusiven Spas in den USA zu vertreiben.» Trotz ihres Erfolgs bleibt Polla auf dem Teppich: Noch ist sie meilenweit von ihrem Traum entfernt, ihre Produk-

te über eine Luxus-Kaufhauskette wie beispielsweise Neiman Marcus abzusetzen. Die Individualistin hat durchaus das Know-how und die Persönlichkeit, ihre Vision voranzutreiben. «Ich schätze mich und meinen Arbeitsstil so ein, wie ich mich kleide: klassisch, aber immer mit Pepp», sagt Ada Polla. Und wenn es mal nicht so klappt wie geplant, bloss nicht pampig werden, heisst die Devise der 27-Jährigen. «Mitarbeiter und Kunden erwarten, dass man glücklich und zuversichtlich ist. Man tut gut daran, mit anderen, die im gleichen Boot sitzen, zu reden. Die haben nämlich meistens ähnliche Probleme.»

ANZEIGE

AM PULS DER KLIMAPOLITIK

www.co2-plattform.ch