

ethnotrade

August/Sept. 2003 | 2. Jg. | Nr. 07 | 1 €

Die Interkulturelle Handelszeitung

www.ethnotrade.com



Erfolg im Ethno-Markt



Vom Pizzafahrer zum umsatzstärksten Calling Card Händler Deutschlands. Yilmaz Aras von ECO World berichtet über seinen Weg in die Selbständigkeit

● Seite 7 | Calling Cards

Vom Pizzafahrer zum Großunternehmer

Yilmaz Aras hat mit Eco World Communications eines der größten Calling Card Unternehmen in Europa aufgebaut. Ethnotrade berichtet im Interview über den Weg zum Erfolg des Yilmaz Aras.

Herr Aras, wo sind Sie geboren und wie kamen Sie nach Deutschland?

Ich bin in der Türkei geboren und zwar irgendwo an der Grenze zu Aserbaidschan und Armenien. Nach Deutschland bin ich dann im Alter von 4 Jahren gekommen und lebe hier nun seit 26 Jahren.

Wie wurden Sie Unternehmer, waren die Eltern auch schon selbstständig?

Nein, meine Eltern kamen als einfache Gastarbeiter nach Deutschland. Ich konnte ihnen und mir einen Traum erfüllen, indem ich dafür sorgte, dass Sie Ihr Alter in Wohlstand verbringen können. Ich kam zur Selbständigkeit, weil ich immer und viel gearbeitet habe. Ich kann mich noch gut erinnern, dass ich als Pizza-Lieferant für 1 DM Pizza bis auf die 5 Etage getragen habe, in einer Pizza-Fabrik Akkord-Schichten eingelegt habe oder für 9 DM/Stunde bei McDonald's gejobbt habe. Selbständig gemacht habe ich mich dann erstmalig mit 19 nach meiner Ausbildung zum Gas-Wasser-Installateur – und zwar mit einem Musikkassettenhandel in Berlin-Wedding.

Und von den Musikkassetten sind Sie dann irgendwann zu den Calling Cards übergegangen?

So schnell ging das nicht. Ich war auch in der Gastronomie selbständig, habe ein Restaurant und Cafés betrieben, hatte eine Boutique, eine Putzkolonne und mehrere Call Shops. Ich habe sehr hart gearbeitet und kenne mich in vielen Branchen gut aus. So bin ich Stück für Stück die Pyramide nach oben gestiegen. Und so ist auch der normale Weg – ich mußte hart arbeiten und viel lernen, um dahin zu kommen, wo ich heute bin.

Wie haben Sie angefangen im Calling Card Bereich?

Ich habe mit Call Shops angefangen. Ich war einer der ersten, der 1998 Call Shops in Deutschland betrieben hat.

Damals kannte ja noch kaum ein Ausländer in Deutschland Calling Cards. So habe ich damals Leute einzeln von der Strasse in eine Telefonkabine im Call Shop geschleppt und denen dann erklärt, wie eine Calling Card überhaupt funktioniert. Zunächst haben wir

verschiedene Calling Cards verkauft, die es so auf dem Markt gab. Später habe ich dann die Call Shops innerhalb meiner Familie verkauft und seitdem konzentrieren wir uns voll und ganz darauf, eigene Calling Cards herauszugeben.



Yilmaz Aras: «Alter in Wohlstand verbringen» Foto: sz

Wieviele eigene Karten geben Sie derzeit heraus?

Außerdem ist eine schwierige Frage, die ich so spontan gar nicht beantworten kann.

Immerhin haben wir 30 Reseller (Wiederverkäufer) in den verschiedenen Ländern,

die bei uns ihre eigenen Karten machen. Von vielen dieser Produkte wissen nicht einmal meine Mitarbeiter, dass sie uns gehören, weil die Karten kein Logo von uns tragen. Ausserdem haben wir über 30 eigene Eco-Karten, die aus über 12 Ländern funktionieren. Das sind King, Magic, Big City, Balabolka, Nazar, Bizim Kart, CCCP, MyIndia, Yagar, Afro2003 und Polska um nur einige zu nennen.

Insgesamt würde ich schätzen, geben wir ungefähr 60 verschiedene Calling Cards heraus, drucken wir so 550.000 Karten pro Woche und machen monatlich ca. 100 Mio. Minuten.

In Deutschland macht wohl niemand so viel Umsatz mit Calling Cards wie wir. Mein Ziel ist es jetzt, auch in Europa Marktführer für Calling Cards zu werden.

Wie sehen sie die Zukunft des Calling Card Marktes in Deutschland?

Der Markt ist nicht so alt, wie in UK oder USA, aber der Markt ist in Deutschland sehr schnell herangewachsen.

Im ethnischen Markt sind Calling Cards sehr schnell verbreitet worden. Mit den Deutschen Kunden war das dagegen nicht ganz so einfach. Die Deutschen wußten lange Zeit nicht, was Calling Cards sind. Nach und nach machen sie aber jetzt auch eine größere Kundengruppe aus. Über das wirtschaftliche will ich nicht groß reden, aber ich denke, dass ich noch 5 Jahre davon Brot essen kann.

Herr Aras, vielen Dank für das Gespräch.

Das Interview führte Bernhard Heider.

Lesen Sie in der nächsten Ausgabe mehr über Eco World Communications, den Calling Card Markt in Europa und eine Empfehlung von Yilmaz Aras für Groß- und Einzelhändler.

Calling Cards für 21 Länder

Sommerzeit ist immer auch Urlaubszeit. Beim Kofferpacken sollte angesichts hoher Hotel- und Mobilfunkgebühren auch eine Calling Card nicht vergessen werden – sofern sie von ihrem Urlaubsziel aus verwendbar ist. Eine hohe Wahrscheinlichkeit hierfür finden Reisende mit der EuroCall Card von IDT.

Diese Calling Card ist mittlerweile von 21 Ländern aus über gebührenfreie Einwahlnummer verwendbar. So gehören zu den Einwahlländern u.a. auch die Türkei, Griechenland, Spanien, Italien und die USA. Das Angebot des NASDAQ-notierten amerikanisch-internationalen Carriers mit weltweit über 2000 Mitarbeitern beschränkt sich allerdings nicht nur auf international verwendbare Calling Cards. Vielen regelmäßigen Nutzern von Calling Cards dürften insbesondere die Unity Telefonkarte, IDT Afrika Karte, Plati-card und IDT Supercalling Karte bekannt sein. Für den Erfolg des Unternehmens in der Calling Card Branche in Deutschland steht seit 3 Jahren der Deutschland-Manager, Hüseyin Ugur und zwei weitere Mitarbeiter.



Deutschland-Manager Hüseyin Ugur (r.), IDT, neben Dr. Christian Kühl (m.), ECT, und Yilmaz Aras (l.), ECO, bei der Expertenrunde «Calling Cards» auf der Calling Card Messe DINNER & CARDS

Ugur war zuvor für die Firma Econophone tätig und verfügt nicht nur über ausgezeichnete Marktkenntnisse – er kann auch gut rechnen. In Zukunft will der Diplom-Mathematiker außer den IDT-eigenen Karten auch Calling Cards mit Resellern realisieren. «Nach unseren guten Erfahrungen mit der Mango Smile und der African King Karte, die wir zusammen mit unseren Großhändlern Neezam-Zeuss realisiert haben.» so Ugur, «werden wir in Zukunft verstärkt auch anderen Großhändlern die Herausgabe von Karten unter eigenem Namen anbieten.»