**Manuyoo bringt Lifestyle made in Afrika nach Deutschland**

*Einzigartige Produkte, kleine Manufakturen, junge Unternehmerinnen und Unternehmer: Berliner Start-up setzt sich für nachhaltigen Handel auf Augenhöhe ein*

Berlin im November 2021 – „Africa, your time is now“: Das selbstbewusste Motto auf den Shirts der südafrikanischen Modedesignerin Papama Ramogase entspricht exakt dem Konzept von Manuyoo. Der Berliner Onlinehändler macht es möglich, die Potenziale aufstrebender afrikanischer Unternehmen hautnah zu erleben. Die meist kleinen und mittleren Unternehmen unterstützt das Team von Manuyoo auf dem Weg zu Europäischen Kunden: von der Prüfung auf EU-Konformität, Logistik und Import bis zur Kaufabwicklung. „In den 55 Ländern Afrikas werden unglaublich viele spannende Produkte hergestellt, mit denen wir den deutschen Markt nachhaltig bereichern wollen“, sagt Manuyoo Mitgründerin und Co-CEO Alexandra Ngandeu. So sind in der aktuellen Kollektion von Manuyoo die Mode des südafrikanischen Kindermode-Labels Butter Pudding, Laufschuhe von Enda aus Kenia, Palmenlikör von Tambour Original aus Benin, Tee von Kazi Yetu aus Tansania, Kosmetik von Kaeme und Schokolade von 57 Chocolate aus Ghana sowie viele weitere ausgewählte Produkte erhältlich.

Manuyoo ist jedoch mehr als eine Handelsplattform. In einem selbst herausgegebenen Printmagazin und in digitalen Kanälen wie dem eigenen Blog werden die Geschichten hinter den Produkten vorgestellt - mit engagierten Unternehmerinnen und Unternehmern. So erklärt Yvonne Otieno, Chefin von Miyonga in Kenia, wie sie gegen Lebensmittelverschwendung kämpft und damit Kleinbauern zugleich neue Perspektiven eröffnet: „Fast die Hälfte der für den Export vorgesehenen Früchte wurde bislang als minderwertig aussortiert und verrottete einfach. Wir schulen die Landwirte darin, Mangos, Bananen und Ananas direkt vor Ort zu Trockenfrüchten und Fruchtpulver zu verarbeiten. Somit können sie sich von reinen Rohstoffproduzenten zu Herstellern eines attraktiven, naturbelassenen Lebensmittels entwickeln.“ Bei Manuyoo sind aktuell die getrockneten Mangos von Miyonga erhältlich – mit intensivem Fruchtgeschmack, dabei 100% nachhaltig hergestellt.

Das Beispiel Miyonga zeigt auch, wie wichtig die Rolle von KMU als Innovationstreiber in Afrika ist. Kleine und mittlere Unternehmen schaffen Arbeitsplätze und können die wirtschaftliche Entwicklung eines Landes entscheidend voranbringen. Die afrikanischen Staaten sind bislang jedoch kaum für hergestellte Waren bekannt, sondern hauptsächlich für den Export von Rohstoffen. So ist beispielsweise Ghana das Land mit der weltweit zweitgrößten Kakaoproduktion, es bleiben bislang jedoch nur fünf Prozent der Wertschöpfung vor Ort. Manuyoo will das ändern und verfolgt im Gegensatz zu klassischen Eine-Welt-Läden einen organischen Ansatz, bei dem das Know-how komplett aus Afrika kommt und dadurch eine nachhaltige Veränderung bewirkt. „Wir sind davon überzeugt, dass Konsum einen großen Einfluss auf Menschenrechte und Umweltpolitik hat. Wir wollen daher den Handel mit Afrika ankurbeln, damit der Kontinent sich so entwickelt, wie es sich die Menschen dort vorstellen“, sagt Alexandra Ngandeu. Die Produktpalette wird kontinuierlich ausgebaut. Aktuell ist das Sortiment im Webshop erhältlich, weitere Pop-Up Stores und Messeauftritte sind geplant.

**Weitere Informationen zu Produkten und Unternehmen sind abrufbar unter: www.manuyoo.world**

**Über Manuyoo**

Das Berliner Start-up Manuyoo macht das Potenzial der 55 Staaten Afrikas erlebbar: Menschen lernen auf der Plattform junge afrikanische Unternehmerinnen und Unternehmer kennen sowie ihre nachhaltig gefertigten, außergewöhnlichen Produkte in angesagtem Design. Nach dem Motto „Trade not Aid“ bildet Manuyoo einen Marktplatz vor allem für kleine und mittlere Unternehmen. Das Team von Manuyoo selbst ist stolz auf seine Vielfalt und auf beiden Kontinenten fest verwurzelt.