

UZ SERIE: FRAUEN IM MANAGEMENT

# «Die Unterschiede sind offensichtlich»

Die Schweizer Wirtschaft brauche mehr Selbstverwirklichung und weniger Dresscodes, sagt die Verlegerin und Gründerin des Frauen-Businessverlags Swiss Ladies Drive.



Ladies Drive ist ein Wirtschaftsmagazin, das die Perspektive der Unternehmerin vertritt. Fotos: zVg

TEXT MANUELA PAGANINI

## Braucht es ein Businessmagazin nur für Frauen?

**Sandra-Stella Triebel:** Ja, unbedingt! Es braucht Produkte für Menschen, die sich über Lebensrealitäten und Bedürfnisse vereinen lassen. Wir bieten Frauen im Management sowie Unternehmerinnen ein Magazin, das sie in ihrer Lebenslage abholt. Ladies Drive ist ein sinnliches Wirtschaftsmagazin. Wir wollen Managerinnen in allen Facetten zu zeigen und ihnen eine Stimme geben. Mit unserem Magazin richten wir uns aber nicht nur an Frauen. 30 Prozent unserer Leserschaft sind männlich und der Anteil steigt stetig. Wir wollen wir schliesslich keine geschützte Werkstätte sein. Zudem sind wir selbst ein gemischt-geschlechtliches Team. Mein Mann als Beispiel ist mein kreativ-strategisches Pendant in der Geschäftsleitung. Auch unsere zahlreichen männlichen Gastautoren bringen wertvolle Impulse ein. Sehen Sie – der Erfolg gibt uns recht: Ich stamme nicht aus einer reichen Familie und habe mit meinen eigenen finanziellen Mitteln, viel Herzblut und Konsequenz einen Verlag aufgebaut, in welchem heute das auflagenstärkste Businessmagazin für Frauen erscheint. Wir sind zudem seit Jahren der grösste Veranstalter von Events für weibliche Führungskräfte. Wir haben 35 Freelance-Autoren, 8 Festangestellte – und eine Menge Spass an der Kreation ungewöhnlicher Events und Medienprodukte für unsere Zielgruppe.

## Auch andere Frauenzeitschriften führten Businessausgaben. Was unterscheidet Ladies Drive davon?

Die Glaubwürdigkeit und Authentizität unseres Magazins

## ZUR PERSON

Sandra-Stella Triebel (40) hat in Zürich Publizistik und Politologie studiert und ist seit 24 Jahren als Journalistin tätig. Triebel gilt als eine der bestvernetzten Frauen der Schweiz. Innerhalb von sechs Jahren hat sie das Wirtschaftsmagazin Ladies Drive aus dem Nichts aufgebaut. Die Skepsis, mit der ihr Zielpublikum ihr Tun anfangs verfolgte, hat mittlerweile in Bewunderung umgeschlagen.

ist grösser, weil unsere Autoren und Autorinnen selbst in der Wirtschaft aktiv sind – wir sind ein Autorenmagazin. Wir sind Teil der Branche, die wir ansprechen. Leser und Autoren sind bei uns identisch und begegnen sich auf Augenhöhe. Wir sind in ständigem Austausch mit unterschiedlichsten Akteuren und wissen daher gut, welche Themen Menschen beschäftigen. Wir erscheinen mit beiden Titeln vierteljährlich und sorgen so für eine Art künstliche Verknappung. Wir haben ein treues Stammpublikum, das sich auf jede neue Ausgabe freut. Das gibt unserem Produkt sehr viel mehr Tiefe – und schafft eine emotionale Bindung zum Leser.

## Was für Pläne hat das Magazin?

Als nächstes wollen wir ins Ausland. Lizenzanfragen haben wir seit Jahren – aber wir lizenzieren unsere Titel nur, wenn wir Partner finden, die das gesamtheitliche Konzept verstehen und in ihren Heimmärkten umsetzen können.

## Können Sie die Frage, ob Männer und Frauen sich unterscheiden, noch hören?

Durchaus, denn die Unterschiede sind offensichtlich und begegnen uns überall. Wir alle gewinnen, wenn wir uns den Differenzen und Gemeinsamkeiten der beiden Geschlechter bewusst sind. Je heterogener ein System ist, desto stabiler und zugleich innovativer ist es. Das ist übrigens auch in der Natur so. Ich bin überzeugt, dass sich beide Geschlechter ihrer Stärken bewusst sein sollten. Niemand hat etwas davon, wenn Frauen sich alle in ein schwarzes Jacket und eine weisse Bluse zwängen und die Männer in der Branche nachahmen. Für eine Unternehmerin ist ihre Weiblichkeit ein Mehrwert.

## Wie hat Sie Ihre Erfahrung beeinflusst?

Ich habe gelernt, nach Misserfolgen wieder aufzustehen, mein Krönchen zu richten und weiterzumachen. Mir zu sagen, ich könne etwas nicht, ist bis heute der beste Weg, mich für eine Sache zu motivieren. Aber ich bin kein Mensch, der zurückblickt oder sich andauernd Sorgen um das Morgen macht. Ich bin gewohnt, mich den Problemen dann zu stellen, wenn sie da sind – und mich neuen Situationen mit Flexibilität und Innovationsgeist zu stellen. Zudem halte ich nichts und niemanden fest. Ich will weder Geld noch Zukunftspläne ansparen, um irgendwann später darauf zurückzukommen. Im Moment zu leben erfüllt mich mehr.

## Was treibt Sie an?

Ich bin ständig auf der Suche nach neuen Herausforderungen. Mit 16 startete ich als Sportreporterin bei einem Lokalradio in Baden-Württemberg, später arbeitete ich als Journalistin und Moderatorin beim Schweizer Fernsehen. Aber als man mir eine Stelle anbot, die als Sprungbrett für die grossen Nachrichtensendungen beim Schweizer Fernsehen galt, schien mir mein Weg zu sehr vorgegeben zu sein – und ich sagte ab. Ich war nie flatterhaft in meiner Karriere, habe aber immer eine Abwechslung von der Routine gesucht – die Medienbranche war dafür natürlich perfekt geeignet. Ich gründete 2005 eine eigene Kreativagentur – und 2008 einen eigenen Verlag. Mir ist wichtig, dass ich selbstbestimmt arbeiten kann und ich einen Raum habe, zu gedeihen. Das ist das, was mich frei macht – und glücklich.

## Was wünschen Sie sich für die Schweizer Wirtschaft?

Vielen Menschen in solch hoch entwickelten Staaten wie der Schweiz würde es gut tun, wenn sie sich etwas entspannten. Gerade Personen in hohen Positionen sollten über so viel Selbstbestimmung verfügen, dass sie tun können, was sie glücklich macht. Ich sehe den Sinn darin nicht, eine Funktion, die einen nicht erfüllt, deshalb zu behalten, weil sie hoch ist. Wir sind in der Schweiz so privilegiert, wir brauchen keine falschen Existenzängste zu pflegen. Wir sind alle in der Realität zu Hause, die wir uns selbst kreieren. Und ich wünsche uns allen schlicht guten Sex, auch wenn das nun vielleicht merkwürdig klingt in diesem Zusammenhang. Was ich damit sagen möchte: Wir sollten das wirkliche Leben ausserhalb der Teppichetage nicht vergessen – und uns auch mal fallen lassen.

«Ich war nie flatterhaft, suchte aber immer eine Abwechslung von der Routine.»