

FEATURING PROF. DR. ULRIKE GUÉROT, VALÉRIE DE MONTMOLLIN, NINA MÜLLER

Die Business Sisterhood seit 2007

LADIES DRIVE



No 72
WINTER 2025/2026
BILINGUAL ISSUE -
GERMAN & ENGLISH

SURVIVAL OF THE FLEXIBLE?

WIE WIR UNS ANPASSEN, OHNE UNS ZU VERLIEREN

FOTO: ZOSIA PROMINSKA / LADINA KIEVAST

Schweiz CHF 5.00 Europa 5,00 €



WE LOVE SLOW READING:
VIERTELJÄHRLICHE ERSCHEINUNGSWEISE
FÜR EURE QUALITY-ME-TIME

WINTER 2025/2026, 18. JAHRGANG
SCHWEIZ, DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH
AUSGABE IN DEUTSCH & ENGLISH

#BusinessSisterhood



BEGINNEN SIE IHRE
EIGENE TRADITION



PATEK PHILIPPE
GENEVE

DIE CUBITUS KOLLEKTION



CUBITUS MEDIUM-SIZE REF. 7128/1R

EINE PATEK PHILIPPE GEHÖRT EINEM NIE GANZ ALLEIN.
MAN ERFREUT SICH EIN LEBEN LANG AN IHR, ABER EIGENTLICH
BEWAHRT MAN SIE SCHON FÜR DIE NÄCHSTE GENERATION.

EINE VOLLSTÄNDIGE LISTE DER VON PATEK PHILIPPE AUTORISIERTEN
FACHHÄNDLER FINDEN SIE AUF WWW.PATEK.COM

BASEL Seiler Juwelier | BERN Zigerli+Iff | GSTAAD Stebler Gstaad AG | KLOSTERS Maissen
ST. GALLEN Chronometrie Labhart | VADUZ/FL Huber | ZUG Lohri AG | ZÜRICH Beyer



Statement für Ihren Stil

Nur mit Amex Platinum: Handgefertigte «League of Leading Ladies»
Business-Bag aus echtem Saffiano-Leder.

 americanexpress.ch/ladiesdrive



DON'T *live life* WITHOUT IT™

SURVIVAL OF THE FLEXIBLE?

Charles Darwin sprach vom „Survival of the Fittest“ und meinte damit nicht, dass der Stärkere überlebt, sondern der Smartere – und das ist derjenige, der sich am besten an seine Umwelt anpasst. Das war in aller Kürze die Inspiration für diese Ausgabe – und unsere Konferenz nächsten April in Interlaken (mehr unter www.leagueofleadingladies.com).

Fakt ist: Unsere Welt war früher langsamer. Mit der Erfindung des Internets, von Social Media und seit dem Einsatz von KI haben wir uns mitunter eine Welt erschaffen, die sich schneller ändert, als uns lieb ist. Um es frei nach Goethe zu sagen (aus: Der Zauberlehrling): „Die Geister, die ich rief, werde ich nicht mehr los.“

Deshalb haben wir uns überlegt: Was ist die Eigenschaft oder jenes Talent der Zukunft, das wir unbedingt brauchen, um langfristig dieser sich ändernden Welt begegnen zu können? Ich bin zutiefst überzeugt: Es sind Flexibilität und Anpassungsfähigkeit. Doch diese zwei Dinge kommen nicht ohne ein Aber: Anpassung ist nicht Anpassungsfähigkeit. Letzteres ist eine Kompetenz oder ein Talent, das wir uns antrainieren und bewusst nutzen können. Anpassung per se ist eher eine Pflicht – blind und unhinterfragt. Es geht also in diesem Kontext nicht darum, dass wir uns ständig anpassen wie ein Fähnchen im Wind, sondern darum, wie wir es schaffen, uns treu zu bleiben und uns dennoch agil und flexibel durch alle möglichen Stürme zu bewegen. Smart eben.

Ich stelle mir in diesem Zusammenhang immer Glühwürmchen vor, die vom Wind hin- und hergeworfen werden und trotzdem genau wissen, wann und wieso sie leuchten. Oder ein Chamäleon, das ebenso unsichtbar wie sichtbar sein kann, weil es sich – bei Bedarf – perfekt an seine Umwelt anzupassen scheint. Doch obwohl das Chamäleon aussieht wie ein Gebüsch – es bleibt ein Chamäleon.

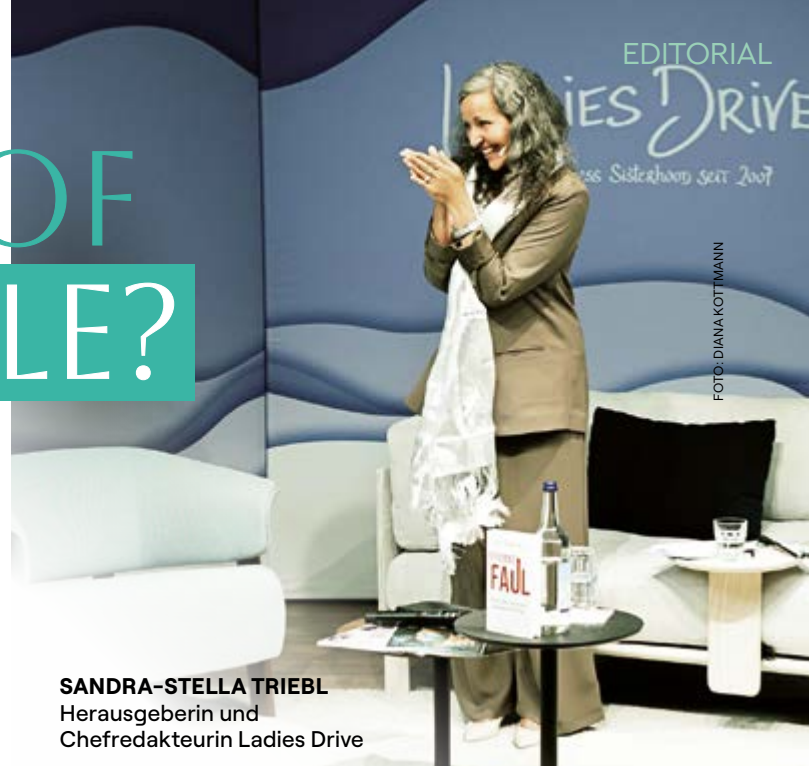
Wie bleiben wir also unseren Werten treu, wenn alle „Agilität“ und „Flexibilität“ schreien und fordern? Sich konsequent treu zu bleiben, ist da eben wie ein Tanz. Eine tiefe Verbindung in sich zu spüren, eine starke Verankerung, die uns ausmacht, ist Teil der Magie – und Teil des Erfolgs.

Und jetzt kommt das Aber: Flexibilität braucht Fokus, Authentizität und Sinn, um wirken zu können. Sie darf, soll und kann ständig hinterfragt werden – um zu verhindern, dass unter dem Deckmantel der „sich verändernden Rahmenbedingungen“ Dinge mit uns geschehen, die zu unserem Nachteil sind. Der Umstand, dass unsere Welt sich verändert, macht vielen Angst. Aber im Grunde ist „Survival of the Flexible“ etwas, was wir als Menschen perfekt beherrschen – sonst wären wir längst ausgestorben. Wir haben mehr Anpassungsfähigkeit, als wir uns zutrauen würden. Ein paar Beispiele gefällig?

Unser Gehirn verändert sich bis zum letzten Atemzug – man nennt das Neuroplastizität.

Unsere Gene sind prall gefüllt mit Anpassungs- und Erneuerungsmechanismen. Unser Lifestyle, unsere Ernährung sind Zyklen ausgesetzt – ebenso wie die Jahreszeiten.

Spannend ist übrigens dies: Sind die Zeiten hart, sind viele zuneh-



SANDRA-STELLA TRIEBEL
Herausgeberin und
Chefredakteurin Ladies Drive

mend egoistisch. Doch es ist dennoch erfolgversprechender, auf lange Frist gesehen, in einer Gruppe zu überleben.

Auch wir sind eine Community. Agieren wir doch als solche – mit liebevoller Umsicht und durchzogen von Kindness –, um die Welt von morgen zu einer werden zu lassen, in der wir in Balance sind, in der wir das Gefühl haben, „genug“ zu sein, und in der wir spüren, dass wir mehr sind als die Summe unserer Einzelteile.

Kann sich jede und jeder anpassen? Theoretisch schon. Aber dem einen fällt es ein bisschen einfacher. Denn Veränderung anzuerkennen, heisst auch, das Leben anzuerkennen – das Kommen und Gehen. Und es ist mehr als menschlich, Dinge, die uns lieb und teuer sind, bewahren, konservieren zu wollen. Unser Eigenen nennen zu wollen. Vermehren zu wollen.

Flexibilität ist aus meiner Sicht aber auch ein Zeichen von Vertrauen – ins Leben, ins Universum, in andere Menschen. In den Fluss des Lebens, der nie stehen bleibt. Oder wie es die indigenen Völker ausdrücken: in den See des Lebens. Denn für sie repräsentiert das viel besser den fließenden Übergang von Vergangenheit, Zukunft und Gegenwart.

Wieso folgen wir nicht der uralten Weisheit, die auch Lao Tse immer wieder erwähnt: zulassen, aber nicht passiv sein. Beobachten, aber bei sich bleiben. Agieren, nicht reagieren. Wissen, nicht meinen. Wie ein Bambus haben wir starke Wurzeln, die unsere Werte darstellen. Ein heftiger Sturm bringt uns dazu, uns zu verbiegen – aber niemals zu brechen. Wenn wir dieses Urvertrauen und unsere Fähigkeit, verwurzelt zu sein und gleichsam elegant und agil durch turbulente Zeiten zu navigieren, konsequent trainieren, sind wir auch in jenen Augenblicken, in denen das Leben Unsicherheiten bereithält, gut gewappnet.

Viel Freude und ganz viel Food for Thought bei all den unfassbar schönen Beiträgen.

Ich wünsche euch und euren Liebsten einen sanften Jahresausklang und freue mich auf ein Wiedersehen und Wiederlesen in 2026 – unserem 19. Jahrgang übrigens!

Herzlichst
Stella

PS: Bitte schaut Euch unsere gemeinsame Aktion mit Amex Platinum an (Anzeige links). Danke Euch!

INNHALT



14

GET IN

- 5 Editorial
- 8 Featuring

WOMEN SUPPORT WOMEN

- 10 Women Empowering Women
- 14 Fashion – Inspirational Woman Designers
- 16 Female Innovation Forum 2025
- 20 Ladies Drive Bargespräch Vol. 78
- 22 Ladies Drive x Shoppi Tivoli Start-up-Challenge

PEOPLE WITH DRIVE

- 24 Ulrike Guérot: Survival of the Flexible
- 26 Between War and Wisdom: Interview with Joëlle Germanier
- 28 From Survival to Sovereignty: Interview with Deanna Vansickel
- 32 The Poetry of Circular Thinking: Interview with Emelie Emanuelsson
- 34 Architektur des Lichts: Interview mit Nina Müller
- 38 Wo Räume atmen – Die stille Kraft der Stéphanie Signorell
- 42 She Nailed It: Interview with Marina Dimentman
- 46 Hinter der Maske des Erfolgs: Interview mit Roman Brunner
- 50 Innehalten ist keine Pause: Interview mit Jeannine Born
- 54 In den Brüchen wohnt das Licht: Interview mit Valérie de Montmollin
- 58 Wenn Sinn stärker ist als Sicherheit: Interview mit Altanchimeg
- 60 Bea Petri trifft Bea Petri – und verabschiedet sich
- 62 Agil aus Tradition: Interview mit Sabine Bellefeuille-Burri
- 64 She Turned Chemistry into Alchemy and Glass Ceilings into Milestones: Interview with Joy Spence



34

HOSPITALITY

- 68 Die Eleganz der Flexibilität: Carole Ackermann interviewt Tara Zehnder

LIFESTYLE

- 70 Fashion by PKZ
- 82 Du bist, was du liest – Unsere Buch-Highlights
- 84 Testbericht Jeep Wrangler 4xe Plug-in-Hybrid
- 86 Testbericht Polestar 3 Long Range Single Motor
- 88 Watches & Jewelry Must-haves Winter 2025/2026
- 90 Beauty Must-haves Winter 2025/2026
- 92 Casa Jondal Ibiza
- 96 Unser persönliches X-Mas-Special

KOLUMNEN

- 72 Katja Rost: Flexibilität im Management
- 74 Flexibility Is Power: Interview with Henriette Wendt
- 75 Mylène Thiébaud: Anpassen, ohne sich zu verlieren
- 76 Patti Basler: Let's flex!
- 77 Marina Parris: Everything Is Temporary
- 78 Christina Kuenzle: Anpassung? Nein danke!
- 79 Evelyn Mauch: Flexibilität? Ja, aber nur in Balance mit Authentizität
- 80 Alex Hurschler: Warum die Welt sich dreht – und du dich anpassen darfst
- 81 Teresa Valerie Mandl: Flexibilität und Innovation

EVENTS

- 99 Agenda mit allen Event-Highlights im Winter 2025/2026



92



96



Design your own!

Zeitlose Möbel nach Mass, Schweizer Qualität.
USM entwickelt sich mit Ihnen – über Generationen.

usm.com



Besuchen Sie unsere autorisierten Handelspartner oder unsere USM Showrooms:
Bern, Hamburg, London, München, New York, Paris, Schanghai, Tokio

FEEL
A
T
U
R
I
N
G

PROF. ULRIKE GUÉROT

FOTO: LEONORE FOSSEL

Die aus Deutschland stammende Professorin und Publizistin Ulrike Guérot ist eine der profiliertesten Stimmen Europas, wenn es um die Zukunft unseres Kontinents und den Zustand unserer Demokratien geht. Ihre akademische Karriere ist beeindruckend: Als ausgewiesene Expertin für europäische und demokratische Fragen lehrte sie unter anderem als Professorin für Politikwissenschaft an der Universität Bonn und war zuvor Leiterin des Departments für Europapolitik an der Donau-Universität Krems. Insgesamt arbeitete Ulrike Guérot rund 25 Jahre an führenden europäischen Thinktanks und Universitäten in Metropolen wie Paris, Brüssel, London, Washington, New York und Berlin.

Als Bestsellerautorin hat sie seit 2016 regelmässig Bücher veröffentlicht, darunter den europaweiten Bestseller „Warum Europa eine Republik werden muss!“, mit dem sie eine breite Debatte über eine radikal neue politische Utopie Europas ansties.

Ihre aussergewöhnlichen Leistungen wurden mehrfach gewürdigt: Sie trägt seit 2003 den französischen Ordre pour le Mérite – eine der höchsten Auszeichnungen für Kunst und Wissenschaft. 2019 erhielt sie den Paul-Watzlawick-Ehrenring sowie den Salzburger Landespreis für Zukunftsforschung. Darüber hinaus ist sie Gründerin (seit 2014) und Direktorin des European Democracy Lab sowie Initiatorin des European Citizens Radio (2023).

Sie gilt als streitbar. Doch was, wenn wir nicht mehr streiten können? Was geschieht mit uns, wenn wir nur noch Menschen zu Wort kommen lassen, die von allen Seiten Zuspruch erhalten, und jene ausschliessen, die auch mal etwas unbequemer formulieren? Halten wir das noch aus?

Lest ihre erste Kolumne für Ladies Drive auf Seite 24.

Ladies Drive dankt folgenden Institutionen für den regen Austausch:



PORSCHE

Die neue
**CAYENNE
BLACK EDITION**

1,9%

Performance Leasing
auf alle Cayenne Neuwagen



Kraftstoffverbrauch gewichtet kombiniert: 4,4 – 4,1 l/100 km; Stromverbrauch gewichtet kombiniert: 19,7 – 19,3 kWh/100 km; CO₂-Emissionen gewichtet kombiniert: 101 – 93 g/km; Effizienzklasse: G
Die Leasing-Aktion ist gültig für alle Cayenne Neuwagen. Preisbeispiel Neuwagen: Porsche Cayenne Black Edition, Barkaufpreis: CHF 133'100.–, Laufzeit: 36 Monate; 10'000 km pro Jahr; Sonderzahlung: CHF 45'000.–; Leasingrate (Brutto): CHF 971.84/Monat; effektiver Zinssatz: 1,92%; Vollkasko nicht inbegriffen. Alle Preise verstehen sich inkl. MwSt. Änderungen vorbehalten. Die Aktion ist gültig vom 15.09.2025 bis 31.12.2025 (massgebend ist das Datum der Antragseinreichung). Das dargestellte Leasingangebot gilt ausschliesslich für den Porsche Cayenne E3 II (Verbrennungs-/Hybridmodell). Es bezieht sich ausdrücklich nicht auf den neuen vollelektrischen Porsche Cayenne. Alle Angaben sind unverbindlich, freibleibend und ohne Gewähr. Änderungen in Ausstattung, Preisen, Konditionen und Irrtümern bleiben ausdrücklich vorbehalten. Aus dieser Darstellung können keine Rechtsansprüche abgeleitet werden. Die Kreditvergabe ist verboten, falls sie zur Überschuldung des Konsumenten führt (UWG Art. 3). Leasinggeberin und Vertragspartnerin ist die Porsche Financial Services Schweiz AG, Blegistrasse 7, 6343 Rotkreuz. Obligatorische Vollkasko nicht inbegriffen. Für ein verbindliches Angebot wenden Sie sich bitte an Ihr Porsche Zentrum. Gilt nur in teilnehmenden autorisierten Porsche Zentren.



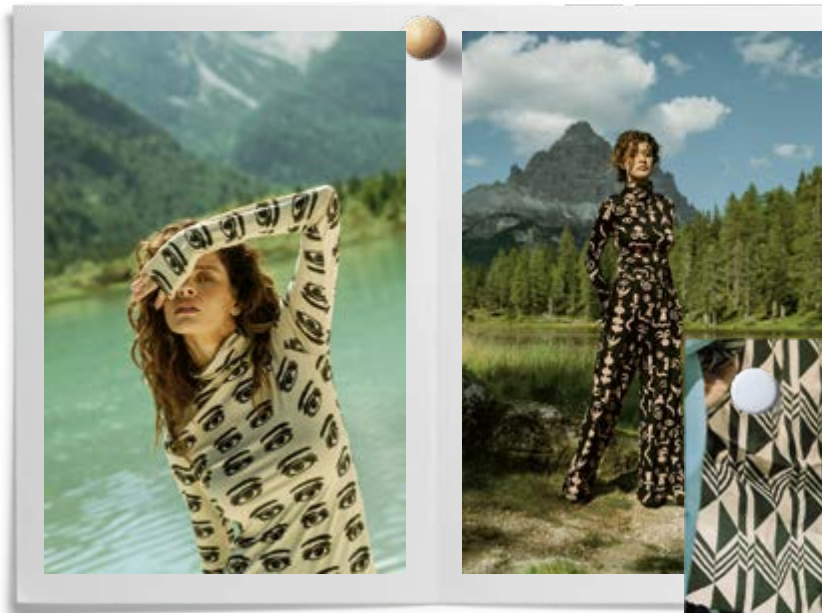
Jetzt erleben und
QR-Code scannen

WOMEN EMPOWERING WOMEN

DAS NEUESTE AUS UNSERER BUSINESS SISTERHOOD

In dieser Rubrik stellen wir ausschliesslich Produkte, Services oder Angebote vor, die von Frauen aus unserer weit gefassten Sisterhood produziert, kreiert oder angeboten werden. Unsere Stärke liegt darin, uns gegenseitig zu unterstützen – gemeinsam sind wir eine veritable Wirtschaftsmacht.

ZUSAMMENGESTELLT VON FABIENNE DAWA SUTER, MOIRA EGGER, DÖRTE WELTI, CLAUDIA GABLER UND SANDRA-STELLA TRIEBL | FOTOS: PRESSE



Zürcher Label KOMANA präsentiert Second Skin

Mit ihrer neuen Jersey-Kollektion Second Skin beweist die Zürcher Designerin Livia Henne, wie grossartig Slow Fashion aussehen kann: zeitlos, komfortabel und voller Bedeutung. Die anschmiegsamen Leggings, Tops und Cardigans aus nachhaltigem Lyocell-Jersey tragen Prints wie „All Eyes“, „Medusa“ und „Wisdom“ – Symbole für Wandel, Verbundenheit und den Blick nach innen. Hergestellt in kleinen europäischen Ateliers und veredelt im Siebdruckverfahren in Portugal. Erhältlich unter komana-design.com sowie in ausgewählten Boutiquen wie Zämä in Zürich, im Swiss Design Market in Bern und bei OOID in Basel.



SUPERLAB SUISSE

Die Visionen der Architektin Zhang Xi verfolgen wir bereits seit 2019. Mit Büros in Shanghai, ihrer Heimatstadt, und Zürich war es ihr Ziel, Labore mit Service anzubieten. Schon bald nach unserem ersten Gespräch konnten im Biopôle Lausanne die ersten Superlab-Labore eröffnet werden, wenig später folgte der Stücki Park in Basel.

Seit Kurzem stehen Forschenden und wissenschaftlichen Teams unterschiedlich grosse Labore (mit 3 bis 48 Plätzen) im Bio-Technopark Schlieren in Zürich zur Verfügung. Die Superlab-Labore funktionieren wie High-End-Workspaces – ausgestattet mit modernsten Geräten, Anlagen und Lagerräumen sowie zusätzlichen Annehmlichkeiten wie einem Meditationsraum. Der vierte Standort im Campus Biotech Genf soll im Januar 2026 den Betrieb starten. Ihr Antrieb für die Expansion sei der Wunsch, Forschende zu unterstützen – ihr Beitrag zur Humanity. We like. superlabsuisse.com



MY CHOICE

Lust auf einen Good Hair Day – und das jeden Tag?

Mit ihrer Linie My choice zeigt die Winterthurer Gründerin Nadine von Flüe, wie natürliche Haarpflege heute aussehen kann. Nach Jahren vor der Kamera wurde ihr klar, dass echtes Haarglück nicht aus Chemie, sondern aus Bewusstsein entsteht. Die pflanzlichen Inhaltsstoffe nähren Haar und Kopfhaut. Unsere Lieblinge sind das All-in-One Zwei-Phasen-Spray-Haaröl, das unser Haar auch an trüben Wintertagen glänzen lässt, sowie der neue Aloe-vera-Leave-in-Conditioner, der wie eine Maske Feuchtigkeit spendet, wie ein Serum pflegt und den seidigen Glow eines Öls schenkt. Erhältlich unter itsmychoice.ch



SCHLÜSSEL

Tanja Grandits zählt nach wie vor zu den ganz wenigen Spitzenköchinnen der Schweiz – und ist die einzige Frau, die im Gault-Millau-Ranking die Höchstpunktzahl von 19 Punkten neben sechs Männern erreicht hat. Ihr legendäres Restaurant Stucki in Basel wird derzeit renoviert. Als Übergangslösung übernahm sie das Restaurant Schlüssel in Oberwil (BL) – ursprünglich nur vorübergehend.

Da sich die Bauarbeiten im Stucki verzögern, bleibt Tanja Grandits nun fünf Jahre im Schlüssel. Wie alles, was sie anfasst, führt sie auch dieses Haus mit einer fast zenhaften Achtsamkeit, wie sie uns in einem Interview in der Sommerausgabe 2021 verriet. schlüsselgrandits.ch



RE:DEFINED

In der Modewelt wächst das Bewusstsein für die Folgen von Fast Fashion – doch Merchandising-Artikel bleiben ein Problem: schnell bestellt, billig produziert, kaum nachhaltig. Carla Welti, Gründerin der Agentur ArteFact GmbH in Binz (ZH), geht einen anderen Weg. Sie upcycelt Shirts, Hoodies, Jacken und Accessoires aus Secondhand-Beständen und definiert sie neu – daher der Name re:defined.

Gemeinsam mit der italienischen Modedesignerin Camilla Buonaccorsi (@inner.studios), inspiriert vom Motorsport, entwarf sie exklusive Motive für ihre Kollektion. Jedes Stück ist ein Unikat und handgefertigt. shop.artandfact.ch

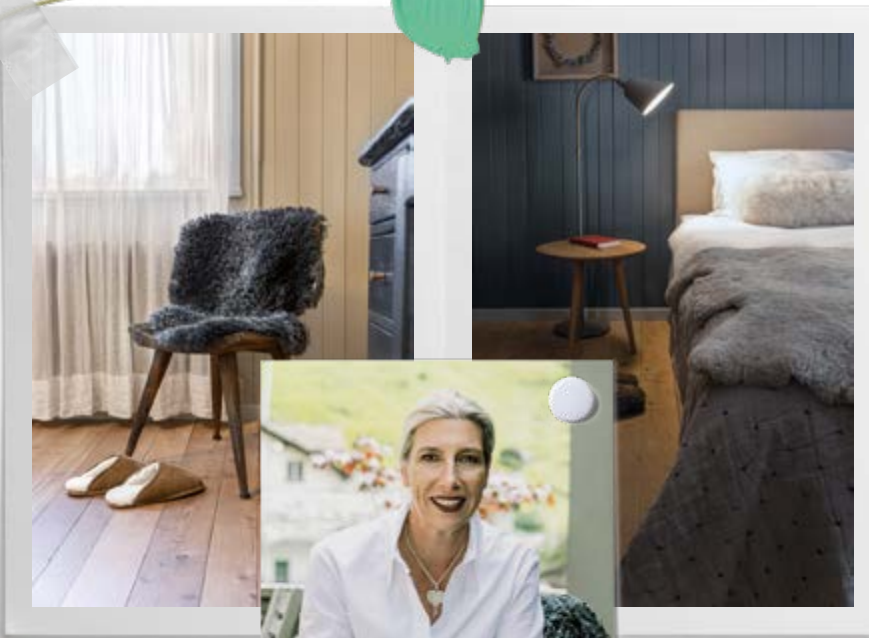




JOANNA KAPELA

Die Marketingexpertin Joanna Kapela aus Warschau hat sich zum Ziel gesetzt, nachhaltige polnische Marken beim Markteintritt in der Schweiz zu unterstützen. Besonders am Herzen liegt ihr dabei der Antonius Caviar: höchste Qualität, gepaart mit der Geschichte einer polnischen Familie, die ihre eigene Fischzucht betreibt. Der Kaviar wird ausschliesslich auf Bestellung produziert – jedes Döschen lässt sich einem einzelnen Stör zuordnen. Ein echtes Hermès unter den Fischeiern, das bereits Gourmetrestaurants und Luxusveranstaltungen überzeugt hat.

Kürzlich erweiterte Joanna ihr Sortiment um Microgreens, essbare Blüten sowie Sake von Satoko Otsu, einer talentierten japanischen Störköchin, die in der Schweiz Kochkurse anbietet. sleeboo.com



FELL-SHOP.CH

Bevor ihr tief Luft holt und auf die Problematik von Tierfellen hinweist: Unternehmerin Caroline Villiger hat sich damit intensiv auseinandergesetzt. Zufällig stiess sie auf einen kleinen Onlineshop, der Naturfelle verkaufte, recherchierte die Herkunft und das Beschaffungsprozedere – und entschied sich, in dieses besondere Universum einzusteigen.

Die Naturfelle in ihrer Auswahl stammen laut Caroline ausschliesslich aus Schlachtungen oder Bestandsmanagement und werden mit dem Fokus auf naturbunte und umweltfreundliche oder pflanzliche Gerbung ausgewählt. Natürlich muss für ein Kunstfell kein Tier sterben – doch Plastik lässt sich nicht kompostieren. Naturfelle hingegen können ein Leben lang halten. fell-shop.ch



CHURER LABEL YIV

Alltagsästhetik: leuchtende Emaille statt unterbelichtetes Einweg

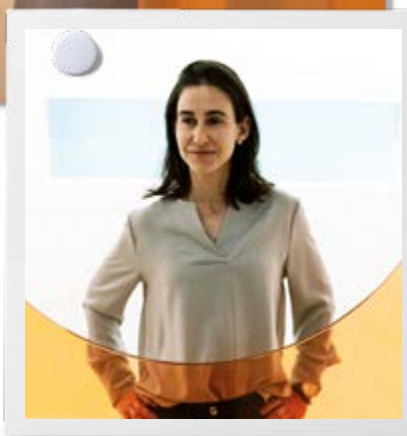
Nach ihrer Laufbahn als Lehrerin und Hotelfachfrau folgte Gründerin Melanie Kohler einer klaren Idee: eine Welt mitzugestalten, die auch für ihre vier Kinder lebenswert bleibt. Mit YIV holt Melanie Emaille aus der Nische und macht sie zum modernen Must-have für Küche, Camper und Alltag. Frei von Schadstoffen, Plastik und Beschichtungen erfreuen die limitierten Serien nicht nur das Auge beim Backen, Servieren und Grillieren, sondern auch die Umwelt. Erhältlich im Laden (Reichsgasse 55 in Chur) oder online unter yiv.ch



SWEET SKIN

Schon mal von einem epigenetischen Facial gehört? Dieses und viele weitere innovative Treatments bietet Dr. Valentina Bänninger in ihrem Sweet Skin Campus an – einem Ort für Schönheit,

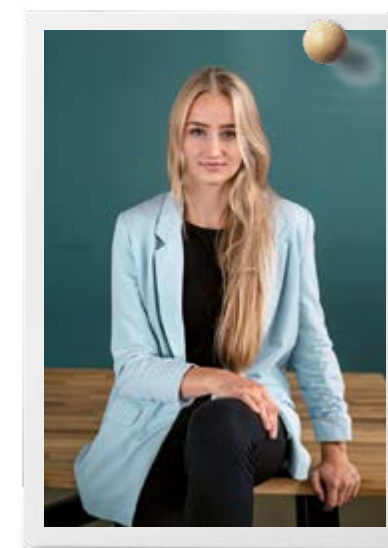
Innovation und Longevity. Gemeinsam mit ihrem Partner, Unternehmer Michael Appenzeller, führt sie bereits erfolgreich einen Campus in Baar; nun ist ein zweiter Standort in Stäfa am Zürichsee hinzugekommen. Neben klassischer Dermatologie vereint Sweet Skin modernste Dermatochirurgie, ästhetische Medizin, Lasermedizin, medizinische Kosmetik und Longevity-Medizin zu einem ganzheitlichen Konzept für Anti-Aging und Langlebigkeit. sweet.skin



NOII

Laura Matter hatte eine Idee: die Frustrationsquote beim Online-Dating gegen null zu senken. Dafür lancierte sie eine Kombination aus Video-Dating und Offline-Events. Enthusiastisch stellten wir sie im Mai letzten Jahres auf unserem Blog als spannende Start-up-Gründerin vor. Inzwischen hat Laura mit ihrem Team viel gelernt – und erkannt, dass Frustrerlebnisse beim Online-Dating nie ganz auszuschliessen sind. Dafür laufen die Offline-Events umso besser: Die Events sind vielfältig – vom Museumsbesuch über Treffen im Pub bis hin zu Musicalabenden oder Winetastings.

Mehr unter: noii App, noii.ch

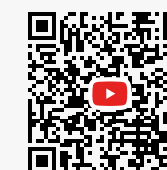
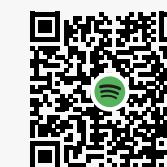


LADIES DRIVE PODCAST

MIT SANDRA-STELLA TRIEBL

Unser Podcast mit über 20 Folgen, jetzt auch auf

Spotify und YouTube



FASHION

INSPIRATIONAL WOMAN DESIGNERS

BY YVONNE AEBERHARD STUTZ | PHOTOS: PRESS



VIAMARO

Valentyna Romanenko is the founder and creative force behind Viamaro, a knitwear brand she launched over a decade ago to craft timeless pieces for women who value effortless elegance and uncompromising quality. Her guiding belief? That no woman should ever have to choose between style, comfort, and confidence. Before founding Viamaro, Valentyna collaborated closely with renowned Italian and Ukrainian designers, gaining deep insight into fabric innovation and the principles of enduring design. Exciting news: this February, Viamaro was featured at Ukrainian Fashion Week with its Autumn/Winter 2025 collection. The brand is now preparing to open its first showroom in Bern, Switzerland – stay tuned! I'm personally a huge fan of the knitwear. The fit is just right – elevated yet easy. My tip? Start with one of the curated sets available online. It's the kind of piece that makes you feel special wherever you wear it. Discover the latest collections at: www.viamaro.eu



ATELIER EMERAUDE

A good shirt or blouse is an absolute essential in every wardrobe, which makes me ever so happy to be showcasing the Swiss-based brand ATELIER EMERAUDE. Many people are concerned about sustainability, overproduction, and waste in the fashion industry. Of all the stories I've come across, the one behind ATELIER EMERAUDE is my absolute favourite. Founded in 2022 by Nicole Rudolph, ATELIER EMERAUDE draws its name from the emerald's intense colour – symbolising balance and renewal. Nicole has found a thoughtful, stylish solution to garment waste: she creates women's blouses using men's shirts. Each piece is crafted from brand-new men's shirts that were never sold – giving them a second life with purpose. No two blouses are the same, and each one is made from pristine fabric that has been redesigned to create a flattering feminine silhouette. Even better, the designs evolve constantly and stay in step with couture trends. These blouses truly elevate an outfit – perfect for the office, date night, or casual wear. For more information and to view the current collection online, see: www.atelieremeraude.ch



MAZINI

Maria Mazina is the Creative Director of the Ukrainian fashion brand MAZINI, established in 2015 with a vision of creating elegant businesswear for confident women. Over the years, the brand has grown with its clients – from boardrooms to evening events. In 2025, MAZINI celebrated its 10th anniversary with a milestone debut in Paris, presenting a collection that united the brand's most iconic and timeless designs. This is where I discovered the brand and fell in love with the perfect tailoring and sophisticated, flowing lines – perfect as occasion wear or as the timeless suit that everyone needs in their wardrobe. The Autumn/Winter 2025 collection brings together the discipline of form with the freedom of flow, reflecting how women today live: strong, adaptable, resilient. The brand's colour codes – white and red – embody its philosophy: white for purity and inner harmony, red for energy and passion. To discover more, see: www.mazini.com.ua



ALERSUNDI

Another brand I discovered during Paris Fashion Week. Simply seeing the collection walk down the runway put me in a festive mood. Hence, I decided this brand simply needed to be included in the December issue of Ladies Drive – don't you agree? Alersundi was founded by Alejandra Lersundi from Mexico in 2008. Eveningwear and red-carpet-ready pieces are her speciality. Each piece is made to order, with hours of hand-crafted work to create unique garments that blend sophistication with individuality. Eco-conscious practices and high-quality fabrics are of utmost importance to Alejandra. Sparkles will always work for Christmas or New Year's Eve, and I personally adored her incredibly original take on them. For more information, see: www.alersundi.shop (please note that prices shown are in MX Pesos and US Dollars).



Hi, my name is Yvonne. I worked in finance for almost three decades. One day, I woke up and decided it was time to make a change and turn my hobbies into my profession. Hence, the fashion and lifestyle blog www.funkyforty.com was created. That was ten years ago. Fashion Week Street Style and other photography are also part of my new profession. Having a huge passion for fashion and for supporting incredible female designers, I am super excited about having the opportunity to share a few with you in Ladies Drive – a magazine I have loved since its very beginning.

YVONNE AEBERHARD STUTZ



PHOTO: RETO STUTZ

But...who should innovation serve?

INSPIRATION PUR!

Das war das Female Innovation Forum 2025

Jeder Wandel beflügelt – so auch ein Locationwechsel. Das diesjährige Female Innovation Forum fand in der JED-Eventhalle in Schlieren, Zürich, statt. Über 300 Businessfrauen (und einige -männer) liessen sich von der inspirierenden Atmosphäre anstecken.

TEXT: DÖRTE WELTI

Neue Räume, neue Gründerinnen, neue Keynote-Speakerinnen – dazu einige bekannte Powerfrauen und selbstverständlich die geballte Kraft unserer Business Sisterhood. Die Intention blieb jedoch dieselbe wie vor sieben Jahren: „Make Ideas Bigger Better Faster Together“. Besonders das „Together“ wurde bei dieser achten Ausgabe des Female Innovation Forum (FIF) betont, was Dominique Gruhl-Bégin, Direktorin von Innosuisse, eindrucksvoll unterstrich.

Ihr folgten spannende Beiträge von Johanna Aebi, Gründerin von Young Enterprise Switzerland (YES), Christina Stahl, CEO von Alemi, Emelie Emanuelsson, Sustainability Project Manager bei Siemens, und Greta Preatoni, Gründerin von Mynerva.



Dominique Gruhl-Bégin (Innosuisse)



Johanna Aebi (YES)



Sasha Lund und Christina Stahl (Alemi)



Emelie Emanuelsson (Siemens)



Als Gründerinnen präsentierten sich (v.l.n.r.) Sandra Seb von Curls-IN, Michelle Plüss mit MPAssist, Marie So von Bee People, Jeannette Morath von reCircle und Lara Ming von MindMetrix. Wie schon bei jedem FIF luden die fünf Gründerinnen zu einem einstündigen Workshop und präsentierten anschliessend die Antworten auf ihre zwei drängendsten Fragen. Dieser Teil des Programms zeigt am deutlichsten, was wir bei Ladies Drive unter aktivem Empowerment von Gründerinnen verstehen.



Tina Müller (Weleda)



Im Anschluss an ein erhellendes Interview mit Tina Müller, CEO von Weleda, begann die Award Night. Die Gewinnerinnen sind:

Social Innovation Award: Barbara Brendler von Nonchalant

Design Award: Tanja Klein von kleinbasel

Recognition Award: Lara Gervaise von Virtuosis

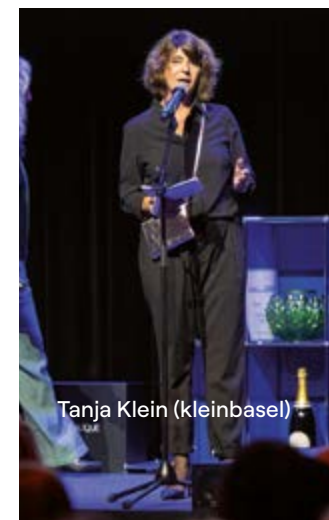
(Nominierungen ausserdem: Eliana Zamprogna von Yumame und Christina Stahl von Alemi)

Innovator of the Year Award: Giovanna DiPasquale von HeroSupport

(Nominierungen ausserdem: Clara Moldovan von Swistor und Greta Preatoni von Mynerva)



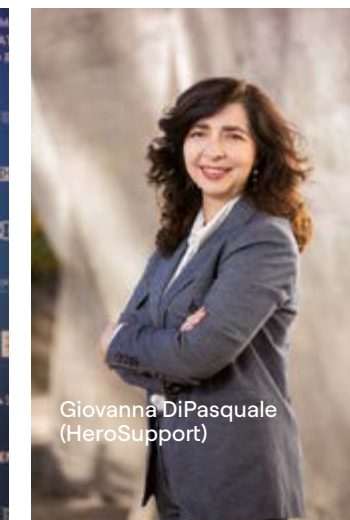
Barbara Brendler (Nonchalant)



Tanja Klein (kleinbasel)



Lara Gervaise (Virtuosis)



Giovanna DiPasquale (HeroSupport)



(v. l. n. r.) Pia Luder, Sandra-Stella Triebel, Andrea Luder



Dr. Moni Islam (Audi)

Es war ein grandioser Tag, den wir einmal mehr der Gründerin und Chefredakteurin von Ladies Drive, Sandra-Stella Triebel, zu verdanken haben – ein Tag, an dem die Anwesenden auch in den Genuss einer Live-Präsentation von Dr. Moni Islam, Leiter der Entwicklung Aerodynamik/Aeroakustik bei der Audi AG in Ingolstadt, kamen. Er erklärte, warum Pinguine eine entscheidende Rolle für die Stromlinienform des neuen Audi A6 Sportback e-tron gespielt haben.

Überrascht wurde die Gästin Sarah Hubauer, die für ihr „most innovative outfit“ einen Gutschein von PKZ erhielt. Sie erschien in einem stilvoll kombinierten Burberry-Blazer, den sie aus dem Brocki gerettet hatte.



Katharina Momani (Audi)



Ein grosses „Chapeau!“ geht an Sasha Lund, unsere Moderatorin des Abends, die mit ihrer dreimonatigen Tochter die jüngste Powerfrau am Anlass mitbrachte – und während der Moderation stillte. Auch das geht bei uns!



Die Gewinnerinnen erhielten exklusiv gravierte Vasen von Lalique



Den ausführlichen Bericht des Abends mit noch mehr Fotos findet ihr auf unserem Blog: www.ladiesdrive.world

Wir danken der Jury, allen Partnern und Sponsoren und können es kaum erwarten, bis sich die Türen zum 9. Female Innovation Forum öffnen.

PRESENTING PARTNERS



SIEMENS

VERANSTALTUNGSPARTNER



Kanton Zürich
Volkswirtschaftsdirektion
Amt für Wirtschaft

Innovation
Zurich

MEDIAPARTNER



CO-PARTNER

oppenheim & partner

emediatly

WELEDA



PKZ
MEN & WOMEN



NEU
PRIVATE COLLECTION

Bedeutungsvolle Geschenke





LADIES DRIVE BARGESPRÄCH VOL. 78

DER VERRÜCKTEN WELT MIT VERRÜCKTEN IDEEN BEGEGNEN

Wie wir der verrückten Welt mit verrückten Ideen begegnen – und dabei auf unser ganzheitliches Wohlbefinden einzahlen können.

TEXT: CLAUDIA GABLER | FOTOS: DIANA KOTTMANN

Am 18. September fand die 78. Ausgabe der Ladies Drive Bargespräche statt. Im ausgebuchten ZKO-Haus kamen 300 Business-Ladies mit Drive zusammen, um sich verrückten Ideen für diese verrückte Welt zu widmen. Lifehacks wie „mit dem Jammern aufhören“, „aktiv zuhören“, „neugierig bleiben“ und „Fragen stellen“ kamen dabei ebenso wenig zu kurz wie die Frage nach bewussten Investment-Entscheidungen. Erfolgsautor Dani Nieth ermutigte die Business Sisterhood, mehr von dem zu tun, was sie lieben, und auch im Verlust den Gewinn zu erkennen. Gewinn ja – aber nicht um jeden Preis: Immobilienentwickler Frank Sippel plädierte für die neue Formel „Gewinn = Profit minus Gier“ und für bewusste Entscheidungen, wohin wir unser Geld fließen lassen und wie wir Eigentum begreifen sollen.

Filmproduzentin und Regisseurin Mo Asumang berührte mit ihren Geschichten über ihren Austausch mit Neonazis, Holocaust-Leugnern und Ku-Klux-Klan-Mitgliedern, mit welchen sie mit echter Neugierde in den Dialog tritt: „Menschen wollen gehört werden. Wir brauchen Dialog statt Brandmauern.“

Ein dickes Danke an unsere Partner:innen und Sponsor:innen, die diesen Anlass möglich gemacht haben, und an unsere Panelgäste, die uns mit ihren verrückten Ideen zum Lachen, Weinen und Nachdenken gebracht haben!



FUNKELNDE FESTTAGE

La Mer wünscht Ihnen und Ihren Liebsten
wundervolle, funkelnde Festtage.
Geniessen Sie diese besondere Zeit.



Wir laden Sie herzlich zu einem exklusiven
Service an Ihren La Mer-Counter bei Globus ein.

Zürich | Basel | Luzern | Bern | Genf | Lausanne

LA MER



Das war die

LADIES DRIVE x SHOPPI TIVOLI START-UP-CHALLENGE

Diesen Herbst boten wir zehn herausragenden Gewinnerinnen der Ladies Drive x Shoppi Tivoli Start-up-Challenge eine Bühne, die in dieser Form einzigartig ist: mitten im Trubel des Shoppi Tivoli, des grössten Shoppingcenters der Schweiz mit jährlich bis zu 6,5 Millionen Besucherinnen und Besuchern. Dieser Event war weit mehr als eine Produktausstellung – er war eine kraftvolle Demonstration weiblicher Innovationsstärke.

TEXT: MOIRA EGGER | FOTOS: ANDRI SIGRON

Das Projekt wurde gemeinsam mit dem Shoppi Tivoli realisiert und durch das Institut für Jungunternehmen (IFJ) unterstützt. Teilnehmern konnten junge, weibliche Schweizer Start-ups, die nicht älter als fünf Jahre waren. Die Geschäftsmodelle der Gewinnerinnen zeigten eindrücklich die Vielfalt zukunftsfähiger Ideen: von nachhaltigen „Lederwaren“ aus Apfelresten über naturreine Kosmetikprodukte bis zu einem kuratierten Online-Marktplatz für pre-owned Luxusmode. Trotz unterschiedlicher Branchen verband alle ein gemeinsamer Nenner – Gründerinnen, die mit Herzblut, Mut und Entschlossenheit ihre Komfortzonen verliessen, um Relevantes zu schaffen.

Die zehn präsentierten Start-ups waren: Amilla Fine Jewelry, SeiSensi Skincare, moefe. – made on earth for earth, Swijin, LOOP - Boutique Marketplace, katjafrommelt.li, Arindeka, Moya Kala, Curls-IN und Sohotree.

Unsere Vision bei der Lancierung der Challenge war es, Gründerinnen eine greifbare Möglichkeit zu bieten, ihre Ideen nicht nur einem Fachpublikum, sondern direkt einer breiten Kundschaft zu präsentieren – Sichtbarkeit zu schaffen. Caterina Ramundo, Gründerin von SeiSensi, brachte es auf den Punkt: „Sucht euch Leute, die euch unterstützen, um euer Start-up wachsen zu lassen.“

Wie wichtig solche Plattformen sind, zeigen aktuelle Zahlen zum Gender Investment Gap. Laut einer EY-Pressemitteilung vom Frühling 2025 machten von Frauen gegründete Start-ups 2024 nur vier Prozent aller VC-finanzierten Neugründungen aus – und erhielten lediglich ein Prozent des Gesamtkapitals. Das entspricht einem Rückgang von 58 Prozent gegenüber dem Vorjahr. Männliche Teams sammelten im gleichen Zeitraum 6,2 Milliarden Euro ein, während rein weibliche Gründungsteams nur 43 Millionen Euro erhielten. Diese massive Unterfinanzierung zeigt, wie dringend Sichtbarkeit und Unterstützungsräume für weibliche Start-ups gebraucht werden.

Die Unternehmerinnen teilten im Rahmen der Challenge wertvolle Learnings: Katja Frommelt hob hervor, dass Selbstständigkeit vor allem Selbstakzeptanz lehrt – und Wachstum ausserhalb der Komfortzone stattfindet. Franziska Hoffmann von Sohotree empfahl, vor dem Start einen Marktcheck durchzuführen, um die Nachfrage zu validieren. Claudia Glass von Swijin betonte: „Menschen sind unglaublich hilfsbereit. Netzwerken kann Türen öffnen!“ Und Safak Yildiz von Arindeka brachte es auf den Punkt: „Mach es einfach – go for it! Man weiss es erst, wenn man den ersten Schritt gewagt hat.“

Die Energie und der Optimismus der Gewinnerinnen waren ansteckend und inspirierend. Wir sind stolz, in Partnerschaft mit dem Shoppi Tivoli einen kraftvollen Raum für weibliches Unternehmertum geschaffen zu haben. Diese Start-up-Challenge bewies einmal mehr: Die Zukunft des Unternehmertums ist weiblich – und mutig.



SURVIVAL OF THE FLEXIBLE

Ulrike Guérot



Es ist meine erste Kolumne für Ladies Drive – und schon habe ich das Gefühl, damit anzuecken, weil ich das Thema „Flexibilität“ gegen den Strich bürsten möchte.

„Survival of the Flexible“. Wer beweglich bleibt, überlebt, lautet das Thema, das uns für diese Kolumne gegeben wurde und das wir „gerne persönlich, reflektiert, inspirierend oder auch mit konkreten Beispielen aus (unserem) Berufs- oder Lebensalltag entwickeln sollen“. Diese Orientierung für die Kolumne wurde flankiert von ein paar Business-Ratgebern und Coaching-Literatur, wie man *transition shifts* in Teams erfolgreich hinbekommt. Um ehrlich zu sein: Ich kann es nicht mehr hören!

Ich sitze gerade auf dem Flughafen Heathrow in London, wo ich ganze vier Tage auf dem sogenannten *Battle of Ideas Festival* war, das seit rund 20 Jahren organisiert wird. Es ist ein „populistisches“ Festival, also für „Normalbürger“, das dem konservativ-, rechtslibertären Spektrum zugeschrieben wird. *So be it!* Ich urteile nicht und will die politische Ausrichtung dieses Festivals hier auch nicht bewerten. Ich bin nämlich grundsätzlich neugierig auf andere Menschen, höre gerne zu und bilde mir meine eigene Meinung.

Auf diesem Festival, wo dutzendweise sympathische Menschen – alt und jung, farbig oder weiss – durcheinanderliefen und engagiert über Themen wie Bürgerkrieg, Digitalisierung und Bildung, Kulturkampf, Transphobie, China als Gefahr oder Gaza-Proteste diskutierten, als gäbe es kein Morgen, ging es nur um eines nicht: Flexibilität! Im Gegenteil: Es ging eher darum, sich gegen alles Mögliche zu wehren – vor allem gegen die menschlichen Zumutungen der Postmoderne. Gegen die Abschaffung des Bargelds oder das *Hijacking* von Schulen oder Universitäten durch ideologisierte Diskurse („queer“), gegen die herrschende *Doxa* oder Matrix der Leitmedien, das Versagen von Gerichten und generell gegen die Begrenzung der freien Rede oder die aktuelle Verballhornung der Vernunft („her penis“), die schon fast etwas Beleidigendes hat. *To be honest*: Ich fand das irgendwie sympathisch!

Ein Hauch von *People's Revolt* gegen „die Elite“ lag im ansonsten feinen London in der Luft; der Veranstaltungsort lag direkt gegenüber von Westminster. Ganz so, als würden die Normalbürger den parlamentarischen Eliten auf der anderen Seite der Strasse zurufen wollen: *Winter is coming* – wie Ned Stark in *Game of Thrones*.

Wir glauben euch nicht. Wir passen uns nicht an. Wir sind nicht mehr flexibel. Diesmal nicht. Oder nicht mehr. Irgendwie so eine Stimmung strömte aus den Sälen, bis hinüber zum anschließenden Post-Konferenz-Bier im Pub. Überall erregte Bürger, die nicht flexibel reagieren wollen auf die menschlichen Zumutungen des Transhumanismus, den Unsinn von ChatGPT, auf immer enger werdende Sprachkorridore oder Bewegungskontrolle mit Barcodes – sondern die sich wehren und irgendwie auf den Boden des menschlichen Daseins zurückfinden wollten, anstatt jeden eklatanten Unsinn immer noch als Fortschritt zu deklarieren.

Zum glücklichen Leben bzw. zum Überleben braucht man – damals wie heute – am meisten Liebe, gute Freunde, etwas zu essen, eine Bank im Garten oder in der Sonne, ein gutes Buch, Stille und manchmal Musik. Die nächste Flexibilitätsschleife lassen wir darum mal aus.

Wer von Flexibilität spricht, muss daher definieren: Flexibilität wozu? Dient sie dem Menschen oder dem Geld? Dem Chef oder dem Team? Der Gemeinschaft oder der Firma? Allen oder

wenigen? Der „Sicherheit“, einer Ideologie oder gar der Legitimierung von institutionalisiertem Wahnsinn?

Es kann sinnvolle Flexibilität geben: Arbeitsstunden, *Homeoffice*, *Outphasing* ins Rentenalter, flexible Büros jenseits des eigenen Schreibtischs. Aber wenn Erwachsene über die Differenz zwischen biologischem und akademischem Alter bei der Einstellung von Professoren diskutieren; wenn Sprache flexibel wird, das Gendersternchen der einzige Punkt ist, der auf dem Flyer korrigiert wird, weil es schon lange nicht mehr um die Sache geht; wenn *the Survival of the Flexible* vor allem das flexible Ausschalten des Gehirns heisst – zum Beispiel die Umstellung ganzer Teams auf „Kriegstüchtigkeit“; wenn aus Kundenorientierung Kundenkontrolle wird und aus Teamgeist Konformitätsdruck; wenn die Flexiblen, denen Prinzipien egal sind, auch schon mal gerne demokratische Grundfeste abräumen, dann wäre Sich-Wehren schon mal angebracht.

Wenn alles flexibel ist, dann ist alles relativ; nichts mehr ist wahr und gültig oder hat Bestand. Das aber ist es, wonach sich die meisten Menschen sehnen: Bestand – nicht Überdehnung, Prinzipien und Standfestigkeit dazu.

Sie alle drei sind der Widerpart von Flexibilität. Die meisten Menschen wollen in Ruhe leben, nicht überleben. Ankommen – nicht permanent in *Transition* sein. Als noch Philosophie an Schulen gelehrt wurde, wusste man das noch. Das philosophische Daseinsziel nach Kant war zu ergründen: „Was kann ich wissen?“, „Was soll ich tun?“, „Was darf ich hoffen?“ und „Was ist der Mensch?“. Kant fragte nicht danach, woran der Mensch sich flexibel anpassen soll. Er fragte nach dem Urgrund des Menschseins bzw. des menschlichen Daseins.

Zu Letzterem gehört für die meisten ein fester Ort, eine Wirkstätte. Dazu Gemeinschaft, Rhythmus, Routine, Alltag und Struktur. Gewohnheit und Verlässlichkeit. Alle psychologischen Untersuchungen zeigen, dass es das ist, was glücklich macht. Millionen Therapeutinnen und Therapeuten kämpfen damit, den Menschen das Bei-sich-Ankommen zu ermöglichen, während Millionen Coaches dieselben Menschen in die Resilienz- und Transitionsfalle stecken.

Resilienz aber ist das Codewort, um dem „erschöpften Selbst“ (Alain Ehrenberg) klarzumachen, dass es selbst schuld ist, wenn es nicht flexibel genug ist oder die Transformation nicht schafft. Das ist ungefähr so, als würde man jemandem sagen: „Du musst dich abhärten, es wird regnen“, ihm aber gleichzeitig die Regenjacke wegnehmen – und dann alle froh sind, wenn sie ohne Regenjacke durchkommen, weil sie auf resilient getrimmt wurden.

Ich finde, es ist an der Zeit, den Trend mal wieder umzukehren: Regenjacken statt Resilienz, Ruhe statt Flexibilität, Beharrlichkeit statt Transition, Standhaftigkeit statt Flexibilität. Die neuen technologischen Oberflächen, die uns als Fortschritt präsentiert werden, als Spielzeuge entlarven – und mit Diogenes sagen: Geh mir aus der Sonne!

Alles andere ist spätkapitalistische Augenwischerei einer Tech-Oligarchie, die nicht mehr weiss, was Leben heisst. Die Welt rasen lassen – und nur dabei zuschauen, wie die nächste Flexibilitätsstufe nur wieder neue Probleme schafft und die nächste Transformation erzwingt. Die Wiederkehr des ewig Gleichen zu beobachten, scheint mir eine gute Einstellung.

Anders formuliert: Entspannt Hegel zu lesen, ist sicherlich wertvoller, als flexibel zu sein!

BETWEEN WAR AND WISDOM

Joëlle Germanier on the Art of Staying Human When Everything Falls Apart

Survival of the fittest – when it comes to negotiations, tact and diplomacy are two crucial criteria for success. The Centre of Competence on Humanitarian Negotiation in Geneva trains negotiation professionals who work in humanitarian situations in crises, conflicts, and wars. However, the skills they learn can also be used in business. Executive Director Joëlle Germanier on leading with empathy, courage and clarity – even where humanity seems to end.

INTERVIEW: DÖRTE WELTI

Ladies Drive: First of all, Joëlle, how are you? What is the situation in the world doing to you right now? And where do you find the strength to keep going?

Joëlle Germanier: I think as a humanitarian – because first I'm a humanitarian, and then I became a humanitarian negotiator. It is different when you're sitting here in Switzerland and reading the news, to be honest, than when you are based firsthand in those conflict areas, in those situations. At least for me.

Can you explain your feelings when you're actually in a conflict zone?

You can't really let yourself down. You see the strength, the hope, and the resilience of the people who are in the worst situations. If they cope and they manage and they still try, why would I give up? You can keep on going because you're there, and even if the impact is

"Maybe the biggest misconception is that people think: if I need to win, the other one needs to lose."

very limited, you have impact. You see how you can contribute, how things can move, because there are some individuals, some communities, who truly care. You see the horrors, of course – you're firsthand exposed to war – but you also see how people, despite the horrors, are actually making genuine gestures to each other: taking care of a dying woman or a child that is actually on the other side, the enemy line. Because at some point there is humanity that unifies people.

Do you have to be born a negotiator?

That is a bit of a myth. It's like any other profession. It's something you build, something you have to learn, you have to become. There is now the profession of being a negotiator. There are expertises, there is practice, there is strategy. It's not something you're born good at or bad at. Negotiation requires hard skills as much as doctors, lawyers, and other professions do. And to become a professional negotiator, you need to continuously invest in learning from your experience, which is the space we offer to our community of frontline negotiators.

Would you say that it doesn't matter if you work in the humanitarian field or in the economy – you need the same skills when you have to negotiate?

Of course, we have focused on how those colleagues in the field, in those crazy, hostile, complex crises, need to negotiate. We developed a methodology that is specific to humanitarian crisis situations. But even if you are exposed to different types of negotiation, there are some core skills that apply to whatever you are negotiating.

Like what?

Preparation is so important – in any sector. If we feel we can just walk into a room and say, this is my price, you will most likely fail. The amount of preparation will change the probability that you have a successful outcome. Never underestimate the level of knowledge you need to have about the person, institution, or identity with whom you will be negotiating. Second, it is very important to understand your counterparts – to understand their interests. Your personal feelings and beliefs do not matter.

Is there a profound misunderstanding about how negotiation works?

Maybe the biggest misconception is that people think, if I need to win, the other one needs to lose. There are many strategies where you can have a more collaborative, win-win approach. Of course, it depends on the situation. It also depends on whether you are in a position of power or not. If you have a huge position of power, you might be much more aggressive. Something that we witness daily right now: when you have all the power, you need zero skills. So, the less power you have, the better you need to be at negotiations.

Does gender matter?

You have to acknowledge that everyone has different styles. It's not just gender; it's your culture, your personality, and the legitimacy you bring to the negotiation table.

Of course, your gender plays a role – sometimes in favour, sometimes in disfavour. Being aware of that and then leveraging it is very important.

What would be the biggest mistake in a negotiation process?

Not understanding what is being said – or not being said. The problem is usually that we know very well what we want, but we haven't really understood what the other side wants. Which is difficult, because there are usually underlying issues. You need to unpack that and be aware that you are not here to convince the other of my position. I'm trying to influence so that we can find a common way forward. And to influence, I need to fully profile the person I'm talking to – or that organisation, entity, or company I'm negotiating with. You have to listen. The listening, interrogation, or questioning techniques are so important to see: OK, what else can I offer? You're trying to enlarge the scope of options and alternatives you have. Maybe you are not able to give exactly what they want, but actually you can offer something else – because you understood what is really at stake for your counterpart, which is never the position stated at the negotiation table. This takes time and true listening.

Do you share your insights, your knowledge and your methodology outside the humanitarian world too?

Yes, of course. Part of our work is to continuously develop the body of knowledge around professional negotiations. We are working closely with universities, think tanks, and diplomats, and starting to create bridges with the private sector. We are also partnering with other professional negotiation training centres, such as L'Agence des Négociateurs (ADN Group) based in Paris, or Negotiated Resolutions based in Scotland.

That's fancy! I can book a negotiator for solving my problems?

Absolutely! We do provide negotiation advisory support. We have also developed a specific programme and network to empower female negotiators, available for humanitarian professionals as well as businesswomen.

Joëlle Germanier was born in Neuchâtel and started as a humanitarian worker while she was still in the process of completing her Swiss Matura. She went to South Africa with a Swiss NGO as a volunteer. Her task: to find out why we were failing to prevent the spread of HIV in the townships of South Africa.

She then completed a Bachelor's degree in International Relations and a Master's in International Public Law – all between Lucerne, Neuchâtel, Geneva, and Vienna. She went on to work for the Red Cross for over a decade as an active humanitarian worker deployed in various war zones across East and West Africa and Latin America.

Since the beginning of 2022, she has been the Head of the Centre of Competence on Humanitarian Negotiation. frontline-negotiations.org

FROM SURVIVAL TO SOVEREIGNTY

From Abuse Victim to Voice of Transformation

As a child, she was abused by her own father and close family members. In this exclusive interview, therapist, human scientist, and coach Dr Deanna Vansickel courageously shares what it takes to face one's past, the power of inner healing, and what it means to reclaim one's space and value after severe trauma.

BY CLAUDIA GABLER



PHOTO: AUBREY GRACE PHOTOGRAPHY

Ladies Drive: Dear Deanna, you recently published your first book. It tells the story of your own childhood, marked by abuse within your closest family circle. The book moved me deeply because it is a true story – your story. What was your intention with it?

Dr Deanna Vansickel: Thank you so much for sharing that with me. It means a lot to know my story touched you. I didn't write this book to process the child abuse I endured – that work has been ongoing for as long as I can remember. What I chose was to return to the voice of my younger self, with full awareness, so I could give expression to what so many survivors still carry in silence: the ache, the confusion, the resilience. Because I believed that if I could tell the truth clearly enough, victims of child abuse might finally feel something most of us rarely do – not analysed, not pitied, but seen.

What contribution can your book make to processing such terrible trauma?

Thank you for that question – and for recognising what the heart of the book is really about. I hope it offers a way to process trauma – not by endlessly analysing it or staying trapped in the past, but by helping people remember who they are beneath what happened. The book invites readers to explore the idea that healing isn't just about what we've endured – it's about reclaiming the self that existed before the harm. The process of becoming is a journey back to the truth we carried before birth – that original sense of worth, innocence, and connection we brought into the world.

I believe every life holds purpose – and part of that purpose is to uncover who we truly are, why we're here, and who we're becoming in the process. So many women I've worked with don't realise how strong and resilient they are. They've mastered survival, but no one ever told them they're allowed to move beyond it.

This book offers language, validation, and a kind of emotional mirror – so they can begin to see themselves clearly and let go of the lies they've carried for too long. Ultimately, I hope it helps people feel less alone and gives them a gentle yet steady nudge towards freedom – not just from trauma, but into who they were always meant to be.

What gave you the strength and courage to pour your story into a book – and why now?

For a long time, I thought I had to have all the answers – to be fulfilled, healed, and complete – before writing my story. But I came to understand that it's not about arriving; it's about the journey of becoming. So I asked myself: why not write the book while I'm still in motion? Why not tell the truth on my way to becoming? If I can share my story in the middle of becoming, perhaps others will feel less pressure to hide theirs. Maybe this book can be a lifeline – something that reaches into the silence and whispers, "You're not alone."

You were abused by your own father. This is probably the worst thing that can happen to a child. What kept you alive?

Yes, I did grow up in abuse and chaos – but somewhere deep inside, I held onto the belief that God didn't send me to this planet to be abused. I remember a soft whisper within me:

"What is being done to you will not become you." That whisper carried me. It became the thread I followed – the quiet truth I kept chasing. I've spent my life trying to uncover who I truly am beneath everything that tried to tell me otherwise.

How did you do that?

My first goal was simple: to get out of the gutter – out of the place I lived, out of the abuse. I left at sixteen. I worked, I studied, I built a life opposite to the one I was born into. Around that time, I was told I'd never have children because of severe endometriosis. Strangely, that made sense to me. I thought God was protecting the world from me – and me from the world. I knew the statistics: people who are abused often go on to abuse. It felt as though God was stepping in – to prevent harm, to break the cycle before it could begin. But then, at twenty-nine, I became pregnant. I was terrified. After the shock, I knew – with every part of my being – that if I was going to be a mother, I had to give it everything I had. I was determined to break the cycle. And I did. My daughters are now strong, independent, beautiful young women.

My third goal in life was to write this book. I believe every hardship we overcome prepares us for the next chapter of our calling. With this book, I want to reach those quietly bleeding inside – the ones who don't even realise they're carrying unworthiness because they're too busy surviving. I want to help them find the truth of their lives, to expose the lies they've been taught about themselves and the world around them. The goal isn't perfection – it's finding their essence, their truth. That's where the gold lies. That's where the diamond lives – the core of what makes them who they really are. And once they find it, they'll see: they were never broken. They've been becoming all along.

What is the difference between survival and real healing?

The difference is subtle on the outside – but radically shifting on the inside. Survival means getting by: pushing through, doing whatever it takes to make it through the day. But it's exhausting; it keeps you in constant fight mode. Healing means transformation. It's when your essence – your truest sense of self – begins to rise to the surface. From that place, you're no longer merely reacting; you're responding. You're choosing – intentionally and consciously.

For me, healing has meant shedding the heavy layers I was never meant to carry. It's a continuous unfolding, a deepening, a becoming. And I'm still working on it. I haven't arrived – because I don't think we ever truly do. If we believe we've arrived, we're probably already dead. Life is movement. Healing is a lifelong invitation to keep becoming the person we were before the world told us otherwise – the one we were before we were born.

What can help people move from survival to transformation and not break down from post-traumatic stress disorder?

You've named something so real – something delicate, yet deeply necessary. In my own life, and through years of studying psychology and working with people in pain, I've come to believe this: survival is a brilliant response to unbearable things. But transformation – true healing – begins when we

realise we no longer have to live in constant fight, flight, or freeze mode. And that shift out of survival starts with understanding, not judgment.

From a psychological perspective, it helped me to learn that trauma responses are not flaws; they are the nervous system's way of protecting us. That awareness alone can soften the shame and self-blame that often come with trauma.

From there, safe connection is essential. I've seen – personally and professionally – that healing is deeply relational. We move toward transformation through honest, compassionate relationships: with ourselves, with trusted friends, therapists, coaches, or mentors who can hold space without trying to fix us. They don't see us as broken. We don't need to be "rescued"; we need to feel safe, seen, and respected.

Somatic tools such as EMDR, along with my faith and relationship with God and Jesus, have played a significant role in my healing. I see God as my Father and Jesus as my brother – someone who actually showed me how to walk through this world with love. And when I haven't shown that same mercy to myself, I try to lean into theirs. It helps me soften.

Books like *The Body Keeps the Score* by Dr Bessel van der Kolk and *The Myth of Normal and When the Body Says No* by Dr Gabor Maté have also been deeply validating. They helped me understand that trauma doesn't just live in the mind – it's stored in the body. And if it's stored there, that's where it must be met and released. I've learned that symptoms aren't meant to be silenced; they're signals – our stories asking to breathe. We don't have to keep hiding from them.

Ultimately, transformation invites us to come home to ourselves – to begin treating ourselves with the compassion we may never have received. That doesn't mean we get it right every day, but it does mean taking responsibility for ending the cycle of self-abandonment. The shift from survival to transformation isn't quick, but it is possible. It starts with truth, continues with support, and deepens with every small act of self-trust.

In your book you talk a lot about God, spirituality, and healing. Are you a religious person?

No, not in the traditional sense. I'm not religious – but I am a Christian, which means I have a personal relationship with God and Jesus. I believe God is love, and Jesus showed how to love. They've shaped every part of my journey. Some people use words like Spirit, Universe, or Source. For me, it's not vague or distant – it's personal. I often feel that love most clearly in nature or when I read the Bible.

Staying connected to God and Jesus keeps me anchored inside. Without that connection, I'd feel as if I were drifting – and that's dangerous, because when we lose our own clear aim, we can easily get swept up in the noise of the world and stop thinking for ourselves. I believe we must renew our minds daily toward what is good and pure. From that place of clarity, we can better discern and choose what's right for our next move. To me, spirituality is about returning to the truth that God already placed within us. It's what opens us to wisdom, love, and a grounded sense of self. That's very different from religion as I've often experienced it – where it can become more about rules and shame than grace and healing.

The God I know doesn't shrink us. He restores us.

You talk a lot about your inner voice in your book. Since then, I've been trying to hear mine too.

Wow – you are? That's amazing. The fact that the book moved you to pause and listen for your own beautiful voice – that's powerful. Thank you for sharing that with me. For me, being terribly abused at a young age, I sometimes wonder if that's why I could hear my inner voice so early – because I had nothing else. That voice was my lifeline. But over the years, I lost touch with it too. Life got louder – responsibilities, expectations, survival – it all drowned it out. I've had to return to it again and again. The truth is, it's always there; it never leaves me – only I stray from it. Rediscovering it hasn't always been easy, but every time I do, it brings me back to who I really am.

How do you discover the inner voice?

Such a great question, Claudia. I believe that in order to discover your inner voice, you have to create space to hear yourself beneath the noise – fear, doubt, pressure, expectations. It's not easy in a world that constantly demands our attention, but it's possible – and powerful. The how is different for everyone.

For me, stillness opens the door. Whether through prayer, journalling, meditation, time in nature, or quietly reading my Bible – the key is to slow down enough to listen. For some, that sense of connection may come through movement – like yoga, walking, running, or horseback riding. For others, it arises in solitude or through a sacred connection to whatever they believe in.

What matters for everyone is making room. When you quiet the noise of the world, you begin to hear your own voice – that steady, loving, wise presence within, guiding you toward your next right move. Sometimes it brings answers, sometimes comfort. But tuning into it isn't about performance; it's about presence. It's not intellectual – it's felt. The more you practise listening, the more you begin to trust that voice. And that trust becomes a compass – not just for healing, but for living.

We women in particular torpedo ourselves and often have the feeling that we are not good enough. Is there a psychological antidote to this that you can recommend?

You've named something almost universal – and yet still deeply personal. So many women carry that quiet ache of not feeling "enough." If there's a psychological antidote, I believe it begins with self-compassion and honest reflection. Not the kind that coddles or avoids – but the kind that tells the truth with love. Above all, I would say to women: you are not alone.

The world needs to hear more from the very women who doubt themselves – because they carry a wisdom that only comes from deep reflection. And reflection requires a quiet kind of courage most people never even realise they possess. Self-doubt does not mean that you are broken. It often means you've spent your life showing up more for others than for yourself. That's not weakness; that's insight – ready to be reclaimed and used for becoming.

That kind of depth creates emotional intelligence. It fuels growth and nurtures truth. The world desperately needs more women who have paused long enough to be honest with themselves – who are organically humble, willing to grow, challenge the lies they've been told, and rise anyway.

We don't have to earn our worth – not through titles, not through relationships, not by following someone else's rules. Worth is not something the world gives us, so it can't take it away. When we are honest and present, we can't go wrong. We don't need to shout to be seen. We simply need to stand – fully – in who we already are.

This requires managers who can look behind the facades. What can trauma-sensitive leadership look like in a modern business world?

That's such an important question – because leadership today can't ignore the human beneath the role. I see this constantly in my executive coaching: people bring their whole selves to work – their past experiences, pain, and patterns. When leaders are aware of that, everything shifts. It doesn't mean turning managers into therapists, but it does mean equipping them with core coaching skills and the emotional intelligence to lead with awareness, self-regulation, and relational insight – to meet people where they are, not just where we expect them to be. Trauma-sensitive leadership creates psychological safety. It builds environments where people feel seen, heard, and valued – not just for their output, but for who they are. That kind of culture fosters innovation, trust, and honest collaboration.

A healthy error culture doesn't criticise or blame – it reflects, learns, and moves forward. We grow through awareness, not shame. When leaders understand trauma, they don't just manage performance – they nurture growth and address the real root of problems. It's not about unpacking someone's entire life story; it's about shifting perspective. Instead of asking, "What's wrong with this person or situation?" we begin asking, "What might have happened that led to this?"

That question applies just as much to a product failure, a team breakdown, or a communication miss as it does to personal struggles. It moves us from reacting to symptoms to addressing root causes – and that's where real change and better strategy happen.

Your book was published on 20 June of this year. What kind of legacy do you want to leave behind?

I want women to know they are not what was done to them. Their story doesn't have to end in survival or self-doubt – it can unfold into meaning, voice, and becoming. My legacy is also for my daughters – and for young women everywhere. I want them to know, deep in their bones, that they don't have to choose between strength and softness. I want them to trust their inner knowing and live from it. Not to prove anything, but because it's theirs – their life, their voice, their truth – meant to be lived fully, not managed or minimised. Truth is always stronger than fear. And the girl we were before the world told us who to be is still in there – waiting to be remembered.

Which idea from your book would you like to anchor in the hearts of the readers?

It's hard to choose just one – because there are so many layers. But if I had to name a single idea I hope stays with people, it would be this: stop pretending and start becoming.

That phrase doesn't appear until the very end of the book, but everything leads to it. I write a lot about the split between our

inner and outer selves – and how, especially through trauma, we learn to chameleon our way through life. To adapt. To survive.

But chameleoning is survival. Becoming is sovereignty.

I love your book cover. When you talk to your inner child today, what do you say to her?

Such a tender question. I would look at her and say: I love you. I'm so sorry I didn't always listen when you were trying to teach me – to help me make sense of our pain. You were so wise, offering truth and guidance I couldn't always hear. But look at us now – we're still here, together. Your sweet, fierce soul carried us through more than anyone will ever know. Thank you for protecting our heart – that's what saved us from bitterness and from losing the ability to love. Because of you, we've learned to love – even in the face of what wasn't loving. Our heart will always lead us to what's right, what matters, what brings light.

You are a force for good. And let's remember: when we feel lost, let's listen for the voice inside. It's always there. It's always our way home.

How can we create emotional or professional security in times of radical cuts and changes?

Goodness – tough question. I'll give it my best shot. For me, and it's still a learning curve, true security doesn't come from titles, plans, or bank accounts. It comes from self-trust – and, for me, from God and Jesus. For others, it may come from whatever source they place their hope in. In times of radical change, the most valuable thing we have is our connection – to ourselves, to those we love, and to the Source beyond us. Everything else is shifting sand.

Of course, we should live smart: save when we can, be honest, show up, do what we say we'll do. But at the end of the day, we don't control most of what's happening out there. What we can do is lead ourselves well and be kind to others along the way. Self-leadership is the one investment that always pays off.

For me, it means learning to pause, tell myself the truth, and choose my next right move from that place – not fear, not people-pleasing, not ambition for ambition's sake. Just truth. When I do that – when I move from a grounded place – I don't have to contort myself to keep the peace or push so hard I fall apart. I can move forward with integrity without breaking myself – or breaking others along the way.

We also need flexibility – but not the kind that bends with every wind. Flexibility without a rooted sense of self creates chaos. We need both: something steady and something that bends. Without both, I can either cling too tightly to the status quo or spin into that familiar black-and-white thinking that pulls me off centre.

When we show up with both self-leadership and integrity, we build trust – with ourselves and with others. And that trust? That's the real currency of leadership – and what makes relationships strong, lasting, and real.

Emelie Emanuelsson

THE POETRY OF CIRCULAR THINKING

Some women build bridges between worlds – between technology and empathy, innovation and care. Emelie Emanuelsson is one of them. As Sustainability Project Manager at Siemens in Zürich, the Swedish engineer translates the complex language of circularity into something deeply human: responsibility. With a degree from KTH Royal Institute of Technology, she shapes the future of sustainable industry from within. Her work is guided by one belief – that beauty lies in systems where nothing is wasted and everything finds its way back into the circle of life.

INTERVIEW BY SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: Emelie, before we dive into details, could you please explain to us – in a nutshell – what circularity really means?

Emelie Emanuelsson: I think the best way to explain it is through the “R-models”. They span from reduce, reuse, repair, refurbish, to remanufacture, and finally, recycle. If you own a product, you first try to reuse it. If that’s not possible, you repair or refurbish it – and only at the very end do you recycle. Many people still think circularity is all about recycling, but it’s not. It’s really about using the R-models to give everything a second life.

How do you bring this knowledge into a large corporation like Siemens? Can you share a little bit about what you are currently working on?

One key aspect is creating circular products. When we design something new, we already need to consider which of the R-strategies will apply at the end of its life. If a product is meant to be recycled, circularity must be built in from the start. As a company, you also have to assess your portfolio through these R-models – and we did that last year. We looked at thousands of products and asked our product owners to map them. For example, if you’re the product owner of an electrical product, it will most likely end up being recycled. With my background in mechanical engineering, I know how crucial it is to understand the design and materials used – the plastics, for instance – and to ask from the start: can it really be recycled? What design changes would be needed for it to be repaired instead?



PHOTO: TOMER GOLLA

The second part is what we call embracing circular business – introducing models like product-as-a-service or lifetime-extending agreements. Finally, we aim to empower our customers to become more circular – showing them they don’t always need to replace, but can repair instead. That’s the framework we work within at Siemens.

You were just sharing about circular business models. If someone reading this interview is wondering: would that be something for me – where would you start?

The simplest example is probably a rental model or product-as-a-service. Instead of selling your products, you rent them out. But not every product is suitable for that. People are happy to rent skis – but not ski jackets. So you have to ask yourself: do I have the right product portfolio for this? Would my customers actually want that? And if they don’t, then at least aim for the best possible recycling model. Make sure that what’s inside your products finds its way back into new ones – truly closing the loop instead of ending up as waste somewhere. That also means getting closer to your customer. Meanwhile, there are large platforms where you can buy refurbished or pre-owned electrical products – like JC Electronics, an expanding e-commerce marketplace focused on refurbished electronics. It reflects a rising consumer interest in circular business models. These players buy used products, refurbish them, and sell them again.

In fashion, we are seeing the same trend – pre-owned or “pre-loved” items are on the rise.

Yes! I recently spoke with colleagues in China, where dedicated stores for pre-owned fashion have opened in cities like Shanghai and Beijing. You can go in and enjoy a full luxury retail experience – but everything on sale is second-hand. On a macroeconomic level, trade tensions are also driving this shift. Companies increasingly need to use what’s available locally. Second-hand markets are growing because global shipping and production are becoming more complex and costly.

And what does the future of circularity look like?

At Siemens, we focus on material scarcity – especially metals that will become increasingly expensive. We must recover materials like aluminium, steel, and copper from products we’ve already produced, as our electronic components depend on them. It’s fascinating to see raw material prices rise and realise how difficult sourcing will become. The question is: can we keep these materials within our own loop? It’s challenging, especially with electrical components, but also exciting. Recyclers are becoming more advanced through robotics and AI, learning to dismantle components more efficiently. That connects directly to our work. We have a partnership with a company that melts old nylon fibres to produce our housings, while others turn used cooking oil into plastics for our components. Innovation in this field is rapid – and essential.

Can you also cut down costs by being more circular?

Definitely. When we talk about sustainability, it often adds extra costs. But with circularity, we actually see strong business potential – especially in what we call retrofitting. We visit customers who have large installations of electrical equipment that are outdated – some of them have been running for 40 years. We can then say: you don’t have to replace the entire system. You can retrofit it to modern standards. That’s where the cost savings

come in. It may be better to repair than buy new. It should always be considered.

And if you’re a start-up founder reading this interview and thinking about a product launch – how can they integrate a circular business model from the very beginning?

My recommendation would be to consider from the start what will happen at the end of your product’s life. Talk to customers, try to understand what happens at the end of the life cycle – and see if you can get it back. Take a simple example, like a leather handbag: if you know you’ll buy back used handbags, that changes how you design them. You’ll make sure they last longer. So when creating a new product, think circular – don’t just sell it and forget it. Care about what happens once it’s been used.

I recently saw a very interesting Swiss watch company, ID Watch. For them, circularity is embedded into the design. They have created a watch whose plastic can be gently melted with a hair-dryer to remove scratches. That’s smart thinking. Take ownership of what you produce and plan how to get it back. And once you have it back, what will you do with it? Will you resell it – which means you’ll need to fix scratches and make it look new again – or reuse the materials for something else? That’s what true product ownership means. I honestly wish more companies would think this way.

What would you recommend we do with our printed magazines?

Just share them. Pass them on – don’t throw them away. Give them to someone else to read. I think it would be wonderful if the magazine even carried that message: that it’s meant to be passed along, that it’s been touched before – because another woman has read it. The worst thing would be for it to end up in the regular rubbish bin. And, of course, make sure the paper you use can be recycled.

It is. Also, our packaging for postal delivery is recyclable. But I see what you mean by “start to think circular.”

Exactly – that’s what we mean by empowering the customer. You have to make it easy for the reader, or the user, to know what to do next. But you can always be circular – that’s the message I want to spread through you. If we were in a room with 300 women, like at your Female Innovation Forum, and let’s imagine the world suddenly ended – I’m sure we would already have enough things for the rest of our lives. We’d just share them.

www.linkedin.com/in/emelieemanuelsson

It’s time for the world economy to shift

Our consumption patterns are depleting resources, increasing waste, and harming the environment. Businesses face pressure to innovate, remain competitive, and build resilience. Siemens is helping entire industries transition from linear to circular. They create circular products, embrace circular business, and empower circularity across sectors – decoupling growth from consumption. By scaling circularity, Siemens reduces the burden on the planet while creating opportunities for growth and innovation.



ARCHITEKTUR DES LICHTS

Wenn Nina Müller über Lalique spricht, dann leuchten ihre Augen kurz auf – so, als würde sie in jeder Facette eines Lalique-Kristalls eine Geschichte sehen. Seit Februar 2024 steht die sympathische und nahbare Österreicherin an der Spitze der Lalique Group, eines Schweizer Luxuskonzerns, der Kristallkunst, Düfte, edle Spirituosen und Hotellerie vereint. Zuvor führte sie Jelmoli, Christ Uhren & Schmuck und war in leitenden Positionen bei Swarovski tätig. Erfahrung also reichlich – doch Lalique ist anders: Hier geht es um Handwerk, Erbe und Emotionen. Ihre Mission: selektives Wachstum, ohne das künstlerische Herz des Hauses – das „Savoir-faire“ – zu gefährden. „Mich reizt die Balance zwischen Tradition und Transformation“, sagt sie. In unserem Gespräch erzählt Nina Müller, wie man ein Erbe weiterführt, ohne sich darin zu verlieren – und weshalb Klarheit und Sanftheit für sie keine Stilfrage, sondern eine Haltung und Bestandteil ihrer Leadership-Essenz sind.

INTERVIEW: SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: Liebe Nina, wir kennen uns schon einige Jahre – das erste Interview mit dir habe ich geführt, als du CEO von Christ Uhren & Schmuck warst. Bei Jelmoli hatten wir dann eine Kooperation für die Bargespräche und haben uns gemeinsam durch die Wirren der Pandemie navigiert. Damals warst du eine grossartige Partnerin, und ich habe dich als Mensch und als Leadership-Persönlichkeit immer bewundert. Aber wieso machst du eigentlich, was du gerade tust?

Nina Müller: Du meinst, ich könnte etwas tun, wo es weniger Herausforderungen gibt und mein Stresslevel etwas tiefer wäre (lächelt). Mich begeistern Menschen – und mich begeistern Marken. Das ist der Kern meiner Motivation. Ich führe die Lalique Group mit dem Anspruch, eine traditionsreiche Luxuswelt in eine moderne Zukunft zu tragen. Mich fasziniert, wie sich Handwerk, Kunst, Luxus, Gastfreundschaft und Unternehmertum in einer Gruppe verbinden lassen. Ich bin umgeben von Menschen, die unglaublich mit der Marke verbunden sind und sie mit Leidenschaft weiterentwickeln wollen. Es ist diese Verbindung aus Marke, Aufgabe und Sinn, die mich antreibt. Leidenschaft und Erbe allein genügen nicht – wir müssen relevant bleiben für das Heute und das Morgen. Genau diese Frage, wie man eine Ikone lebendig hält, treibt mich an.

Was hast du als Erstes gemacht bei Lalique?

Ich wollte zuerst verstehen, wer wir wirklich sind – als Marke, als Gruppe, als Organisation. Bei Lalique entdeckt man schnell die Seele eines Hauses, das über Generationen gewachsen ist. René Lalique war ein neugieriger Innovator, der Kunst, Natur und Technik verband. Er gründete die Manufaktur in Wingen-sur-Moder, als er bereits über sechzig war – das allein sagt viel über Mut und Lebensenergie. Wenn man heute dort steht, spürt man das Wissen vieler Generationen. Mir war wichtig, mit den Menschen dort zu sprechen, zuzuhören, zu verstehen, was sie antreibt. Erst dann kann man führen. Parallel habe ich begonnen,

die Group stärker zu vernetzen: Kristall, Parfum, Hospitality, Art Projects – alle Bereiche erzählen Facetten derselben Lalique-Welt. Meine Aufgabe ist es, daraus eine klare strategische Gesamterzählung zu formen.

Aber diese wunderschönen Dinge müssen ja auch irgendwo noch eine Kundschaft finden. Und da hat sich schon einiges geändert in den letzten Jahren. Wie begegnet ihr diesem Antikonsum-Trend? Und auch der Tatsache, dass es „ein bisschen kriselt“, eben ausgerechnet auch in der Luxusbranche? Nach dem Boom der letzten Jahre hat die Luxusbranche stellenweise die Bodenhaftung verloren. Preise stiegen, Markeninszenierung wurde oft wichtiger als Substanz, und der Blick auf handwerkliche Qualität geriet gelegentlich in den Hintergrund. Ich glaube, es gibt eine Rückkehr zur Echtheit – zu Handwerk, Transparenz und Sinn, zu dem, was Produkte wirklich wertvoll macht. Luxus wird heute neu definiert: nicht über Status, sondern über Bedeutung, Qualität und Authentizität.

Für Lalique bedeutet das, die Marke als Symbol für Werte, Beständigkeit und echte Handwerkskunst zu positionieren. Kundinnen und Kunden wollen heute genau wissen, woher ein Produkt stammt, wer es herstellt, unter welchen Bedingungen gearbeitet wird und welche Geschichte dahintersteckt. Diese Geschichten erzählen wir über Filme, Social Media, Events und – am eindrucksvollsten – direkt in unserer Manufaktur im Elsass, wo Menschen die Kunstfertigkeit unserer Handwerkerinnen und Handwerker hautnah erleben können. Diese Nähe schafft Vertrauen, macht Werte erlebbar und wird zur neuen Währung im Luxus, denn langfristige Beziehungen zu Kundinnen und Kunden basieren heute nicht mehr auf Image allein, sondern auf Transparenz, Authentizität und gelebter Qualität.

Ich glaube, dieser überbordende Luxus, den du gerade beschrieben hast, korrumpiert auch das Handwerk – das „Savoir-

faire“, wie du es so schön nennst. Eine Marke wird ein Investitionsobjekt und damit komplett entmenschlicht. Und da fängt das Drama an. Wie kommuniziert ihr denn eure Werte?

Das war eine meiner schönsten Aufgaben: gemeinsam mit meinem Team unsere Vision, unseren Purpose und unsere Werte zu formulieren. Für mich ist das kein Marketingprojekt, sondern Kulturarbeit. Wir haben definiert, was uns trägt: Leidenschaft, Exzellenz, Mut, Respekt und Nachhaltigkeit. Diese Werte prägen, wie wir entscheiden, führen und zusammenarbeiten. Ich glaube fest daran: Kulturwandel beginnt nicht mit PowerPoint, sondern mit Vorleben. Wir sind französisch im Erbe, aber international in der Haltung – das macht uns offen und zukunftsfähig.

Damit meinst du auch einen Kulturwandel herbeiführen?

Absolut – das ist Kulturwandel. Lalique hat eine tiefe französische Heritage, mit dem Elsass und dem Headquarter in Paris. Aber jede Kultur braucht von Zeit zu Zeit ein Update. So wie eine Familie ihre Geschichte an die nächste Generation weitergibt, so müssen auch Unternehmen ihre DNA schärfen – ohne sie zu verlieren. Ich sehe es als meine Aufgabe, diese Werte in die Gegenwart zu übersetzen und dabei den Menschen Raum zu geben, sie mitzugestalten.

Und ich nehme an, dass bei euch gleich mehrere Generationen arbeiten?

Ja, und das ist wunderbar. In Wingen arbeiten bis zu vier Generationen zusammen. Das ist gelebte Vielfalt und Wissenstransfer. Die Jungen sind neugierig, wollen das Handwerk lernen – aber auch weiterentwickeln. Viele beschäftigen sich wieder mit Materialien wie Emaille oder Gold und schaffen daraus Neues. Diese Balance aus Bewahren und Erneuern ist unsere Zukunft.

Werden in zehn Jahren Roboter in einer dunklen Halle bei euch stehen und die Sachen produzieren?

Ich glaube nicht. Ein grosser Teil unserer Arbeit ist echte Handarbeit. Aber natürlich setzen wir auf Digitalisierung, wo sie Qualität und Präzision verbessert. KI unterstützt uns bei 3D-Druck, Formenentwicklung und Designsimulation – doch Technologie ist bei uns Werkzeug, nicht Ersatz. Ein Lalique-Objekt wird immer etwas vom Menschen in sich tragen. Das ist unser Unterschied.

Was denkst du – kriert dieser Digitalisierungstrend, KI, eben auch den Gegentrend zu echter, handgemachter, authentischer Handwerkskunst?

Ich bin überzeugt, dass wir gerade einen sehr spannenden Moment erleben. Je stärker unser Leben von Technologie durchdrungen ist, desto deutlicher spüren die Menschen ein Bedürfnis nach Echtheit, nach etwas, das bleibt. Dieses Streben nach Sinn und Substanz wird vor allem von einer jungen Generation getragen, die bewusst fragt: Woher kommt das, was ich konsumiere – und was bedeutet es eigentlich für mich? Und genau da, finde ich, liegt eine grosse Chance für Marken wie Lalique. Denn unsere Geschichte, unser Handwerk und unsere kreative Kraft stehen für Werte, die im digitalen Zeitalter fast kostbarer geworden sind als je zuvor. Wenn man sieht, mit welcher Hingabe unsere Kunsthand-



Nina Müller,
CEO der Lalique Group, zählt zu den profiliertesten Leaderinnen im Luxussegment – mit Erfahrung an der Spitze von Jelmoli, Christ und Swarovski.

werkerinnen und Kunsthandwerker jedes Stück fertigen, versteht man, dass Innovation nicht im Widerspruch zur Tradition steht. Im Gegenteil – sie entsteht gerade aus ihr. Ich glaube, die Zukunft des Luxus liegt genau in dieser Verbindung: in der Fähigkeit, Technologie zu nutzen, ohne die Seele zu verlieren. Lalique zeigt, dass Fortschritt und Emotion, Präzision und Poesie Hand in Hand gehen können. Und das ist etwas, das heute tiefer berührt als jede kurzlebige Mode.

Wir kennen uns ja schon seit geraumer Zeit – das ist, glaube ich, jetzt das dritte Interview. Und jetzt bei Lalique: Wie hat denn der Mensch Nina Müller die Marke Lalique in den letzten eineinhalb Jahren verändert?

Ich glaube, ich habe gemeinsam mit meinem Team Klarheit geschaffen – über unsere Vision, unsere Markenidentität und unsere Ziele. Wir haben die Kommunikation zwischen Kreation, Marketing, Produktion und Strategie intensiviert, Strukturen modernisiert und Entscheidungsprozesse beschleunigt. Mir war wichtig, Energie freizusetzen – durch Dialog, Vertrauen und Fokus. Ich sehe mich als Ermöglicherin: Ich will, dass Menschen Verantwortung übernehmen und spüren, dass ihr Beitrag zählt. Wir haben Prozesse gestrafft, Synergien zwischen Sparten gehoben und unsere Markenarchitektur geschärft. Transformation ist kein abstrakter Begriff – sie geschieht im Alltag, Schritt für Schritt.

Aber wo sehe oder wo spüre ich Nina Müller in Lalique?

In der Offenheit, in der Energie, im respektvollen Miteinander. In der Haltung, Dinge auch einmal anders anzuschauen. Ich hoffe, man spürt mich in der Kultur – in der Art, wie wir diskutieren, zuhören, entscheiden. Ich möchte, dass man in unseren Teams spürt: Hier darf man echt sein. Menschlichkeit und Exzellenz gehören zusammen.

Und jetzt die umgekehrte Frage: Wie hat denn Lalique mit seiner Geschichte, mit der Handwerkskunst – vielleicht auch im Vergleich zu Jelmoli oder Christ, zu deinen Jobs vorher – Nina Müller verändert?

Lalique hat mich geerdet. Mich berührt die Schönheit dessen, was wir schaffen – die Produkte, aber auch die Partnerschaften mit Künstlern oder Museen. Das macht mich stolz und demütig zugleich. Ich empfinde grosse Sinnhaftigkeit in dieser Aufgabe. Wenn ich durch die Manufaktur gehe, sehe ich, wozu Menschen fähig sind – mit Herz, Kopf und Händen. Das gibt mir Vertrauen in das Gute, gerade in Zeiten, die oft laut und schnell sind.

Inwiefern befindet ihr euch im Moment in einem Transformationsprozess?

Wir sind mitten darin – organisatorisch, kulturell und strategisch. Als Group vereinen wir mehrere Luxuswelten: Kristall, Parfum, Art, Hospitality und Interior Design. Diese Vielfalt ist faszinierend, verlangt aber klare Prioritäten. Wir arbeiten daran, unsere Markenstrategie zu schärfen, Synergien zwischen den Sparten zu nutzen und nachhaltige Profitabilität zu sichern. Im Parfumsegment sehen wir enormes Potenzial – das wollen wir konsequenter ausschöpfen. Im Hospitality-Bereich setzen wir auf Erlebnisse, die Lalique fühlbar machen. Transformation heisst für mich: Bewegen, ohne das Wesentliche zu verlieren.

Das ist deine Last, die du dann trägst.

Ja, aber es ist eine Last, die mit Verantwortung kommt – und die will ich. Ich sehe mich nicht als Opfer von Umständen, sondern als Gestalterin. Jammern bringt nichts. Ich frage mich lieber: Wie managen wir Situationen so, dass sie für das Unternehmen und die Menschen stimmig sind? Führung bedeutet, Orientierung zu geben – auch wenn Entscheidungen nicht immer populär sind. Klarheit und Respekt gehören für mich untrennbar zusammen.

Das bringt uns zum Thema Agilität, Flexibilität und sich gleichzeitig treu bleiben. Wie schaffst du das?

Indem ich neugierig bleibe. Ich mag Veränderung, ich suche sie sogar. Aber Agilität ist für mich kein Fähnchen im Wind, sondern ein bewusster Prozess: zuhören, lernen, entscheiden, wieder prüfen und reflektieren. Gerade in unsicheren Zeiten musst du flexibel bleiben, auf neue Entwicklungen reagieren und dennoch

eine klare Haltung zeigen. Das ist für mich moderne Führung – beweglich im Denken, anpassungsfähig im Handeln und gleichzeitig klar im Kern. Es geht darum, Orientierung zu geben, Vertrauen zu schaffen und das Team sicher durch Veränderungen zu begleiten, ohne die eigenen Werte und Ziele aus den Augen zu verlieren.

Wie schaffst du es, dir treu zu bleiben – deinen Werten, der Kultur, die du jetzt in dieses Unternehmen gebracht hast – und trotzdem flexibel in Gedanken zu bleiben, immer offen zu bleiben und diese Flexibilität und Agilität auch ins Unternehmen zu bringen?

Indem ich echt bleibe. Ich glaube, Menschen spüren sofort, ob du authentisch bist. Ich sage, was ich tue, und tue, was ich sage. Und wenn ich einmal nicht mehr hinter einer Entscheidung stehen kann, ist der Moment gekommen zu gehen. Rückgrat gehört für mich genauso zur Führung wie Empathie. Bei Jelmoli habe ich gemerkt, dass ich eine Entscheidung nicht mehr mittragen konnte, weil sie im Widerspruch zu dem stand, wofür ich eingetreten war – und dann habe ich Konsequenzen gezogen. Führung bedeutet für mich Authentizität und Klarheit, auch wenn es unbequem wird.

Das wäre vielleicht auch ein bisschen das, was man Rückgrat nennt, nicht?

Ja, ich sehe es auch so. Denn man wird ja geholt, weil man ist, wie man ist – wegen der Ideen, der Haltung, der Werte. Und die darf man nicht aufgeben, nur weil es unbequem wird.

Ja, und vielleicht eben noch ein Wort zu Agilität: Das heisst eben nicht, dass du ein Fähnchen im Wind bist, sondern dass du stets offen bist.

Genau. Agilität heisst nicht Beliebigkeit. Es bedeutet, offen zu sein, zuzuhören, Fehler zuzulassen und daraus zu lernen. Ich beziehe mein Team ein, aber am Ende braucht es klare Entscheidungen, damit Orientierung da ist. Führung bedeutet, Ruhe zu geben, auch wenn es um uns herum stürmt.

Und du bist transparent. Du bist aber vielleicht auch fehlerträchtiger, traust dich also schneller, Fehler zu machen und schneller daraus zu lernen. Dieses ständige Lernen ist vielleicht auch etwas, das die Leute wahnsinnig müde macht, weil es früher langsamer war – das Drumherum war langsamer, alles war ein bisschen verlässlicher, die Partnerschaften waren verlässlicher. Und jetzt hast du diesen Wirbelwind. Da das Auge des Sturms zu finden, ist nicht so trivial für uns Menschen.

Allerdings. Heute eine Offenheit für Veränderung zu haben, ist unabdingbar für den künftigen Erfolg. Ich beziehe auch immer meine Leute in die Diskussionen und Überlegungen ein. Aber am Ende braucht es Fokus und klare Aussagen. Ich kann gut zugeben, wenn ich einmal keine so schlaue Idee hatte – Fehler darf man offen ansprechen. Aber auch hier braucht es in der Führung eine klare Kommunikation. Nur so entsteht Sicherheit und Verlässlichkeit, auch wenn's um uns herum wirbelt und stürmt.

Was ist deine persönliche Mission als Leaderin?

Führung beginnt für mich mit Empathie und Toleranz. Ich wünsche mir, dass wir wieder mehr zuhören, bevor wir urteilen. Toleranz bedeutet nicht, allem zuzustimmen, sondern den Mut zu haben, andere Perspektiven stehen zu lassen. Ich wünsche mir, dass mehr Frauen sich trauen, mit Herz und Rückgrat zu führen – nicht trotz, sondern wegen ihrer Empathie. Für mich bedeutet Leadership: Menschen Orientierung zu geben, Sinn zu stiften und Vertrauen zu leben. Das ist es, was bleibt.

Das Problem ist, dass sich viele Menschen für tolerant halten, aber sagen: Mit dir rede ich nicht, weil du nicht meine Meinung hast.

Ja, genau. Man könnte ja auch einmal die Ideen der anderen stehen lassen, tolerant sein und akzeptieren, dass es kein „richtig“ oder „falsch“ gibt.

www.lalique-group.com



Lalique Group SA

ist ein in Zürich ansässiges Luxusgüterunternehmen, gegründet 2008. Ausgehend von Lalique, dessen Erbe auf den französischen Glas- und Schmuckkünstler René Lalique (1860–1945) zurückgeht, entfaltet die Lalique Group ihr Engagement in den Bereichen Parfum, Kristall, Schmuck, Interior Design, Kunst, Gastronomie, Hotellerie, Wein und Sonnenschutz. Mit Produktionsstätten in Frankreich und der Schweiz sowie internationaler Präsenz verbindet das Unternehmen handwerkliche Präzision, künstlerische Vision und strategische Weitsicht. Die Lalique Group steht für einen Lebensstil, der Luxus, Kreativität, Qualität und Nachhaltigkeit zu einer harmonischen Einheit verschmelzen lässt und diese Werte weltweit eindrucksvoll zur Geltung bringt.

Die Waffe der Frau

Kinderbraut oder Kinderärztin?
Bildung macht den Unterschied!



The Girls' Rights Organisation

JETZT SPENDEN
und Mädchen fördern



plan.payrexx.com/pay?cid=5151ee65

WO RÄUME ATMEN

Die stille Kraft der Stéphanie Signorell



Stéphanie Signorell zeigt, dass wahre Flexibilität nicht im Anpassen liegt, sondern im Fühlen – in Räumen, die berühren statt beeindruckern.

FOTOS: ANNA-TINA EBERHARD

Es gibt Menschen, die Räume einrichten. Und es gibt solche, die sie verstehen. Die ihnen zuhören. Die ihre Stille spüren. Ihre Narben. Ihre Geschichte. Stéphanie Signorell ist einer dieser Menschen. Ihre Arbeit ist leise – und gerade deshalb so kraftvoll. Sie gestaltet Räume nicht als Objekte, sondern als lebendige Wesen. Räume, die nicht glänzen wollen, sondern berühren. Die sich nicht zeigen müssen, sondern ankommen lassen.

TEXT: MARION GMÜNDER-KAYGIN

ZWISCHEN PARIS UND DER CÔTE D'AZUR

Geboren in Frankreich, zwischen den Lichtern von Paris und der Weite der Côte d'Azur, trägt Stéphanie ein tiefes Gespür für Atmosphäre in sich. Von klein auf war sie umgeben von Meer, Licht, Farben und der subtilen Eleganz der Küstenlandschaft. Diese Wurzeln vergisst sie nie. Sie begleiten sie in jedem Projekt – als Erinnerung an Weite, Leichtigkeit und Natürlichkeit.

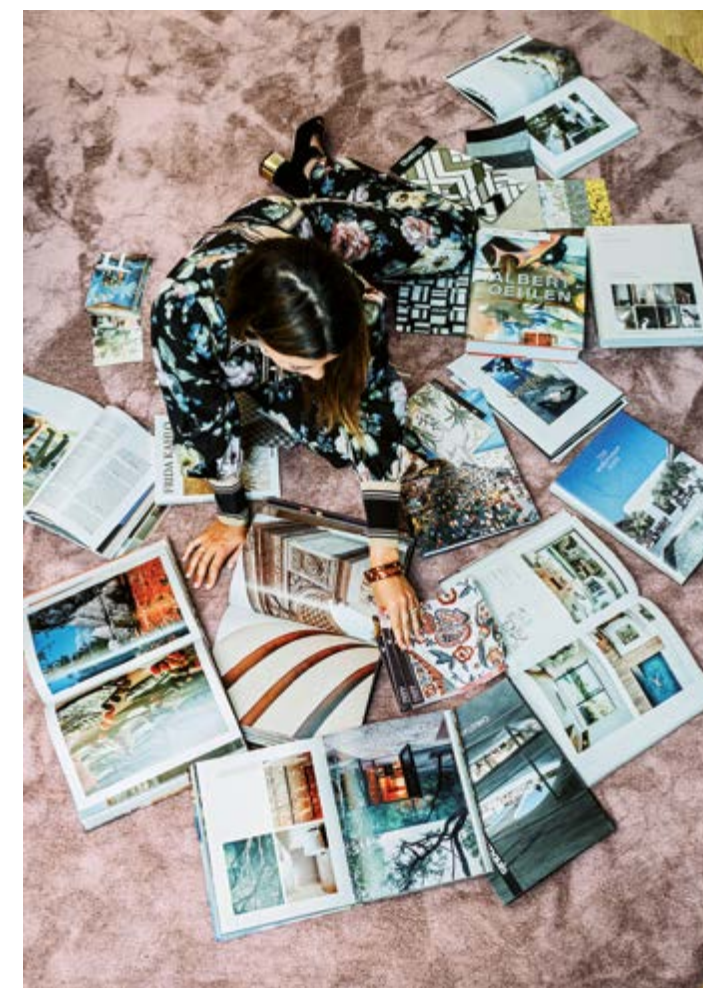
Heute lebt sie in St. Gallen, wo sie ihr eigenes Interior-Design-Büro führt – bewusst klein, bewusst lokal verwurzelt und

doch offen für die Welt. Ihre Reisen – ob nach Spanien, Dubai oder an die stillen Küsten von Roquebrune-Cap-Martin – erweitern ihren Blick, inspirieren ihre Arbeit und lassen sie immer wieder Neues entdecken. Doch egal, wohin sie geht: Die Côte d'Azur bleibt ihr innerer Kompass.

ETHIK STATT EITELKEIT

„Ich nenne mich eine ethische Interior Designerin“, sagt sie. Was zunächst ungewöhnlich klingt, wird klar, wenn man ihre Arbeit sieht: Sie inszeniert nicht. Sie imponiert nicht. Sie gibt Raum. Ihre Haltung ist Achtsamkeit – gegenüber Menschen, Orten, Materialien.

Sie arbeitet in situ – das bedeutet: mit dem, was schon da ist. Kein Überstülpen, kein Maskieren. Sie fragt: Was braucht dieser Raum wirklich? Und was braucht er nicht? Ihre Räume sind keine



Bühnen, sondern Gefährten. Sie sind voller Luft, voller Licht, voller Stille. „Ich arbeite mit dem, was da ist“, sagt sie. „Ich schaffe mehr mit weniger.“ Dieser Satz ist kein Minimalismus-Statement, sondern ein Akt der Sanftmut.

DER DIALOG DER SINNE

„Mein Gestaltungsansatz ist eine Reise – ein Dialog zwischen Orten, Texturen und Emotionen.“ So beschreibt Stéphanie ihr Schaffen. Sie lässt sich inspirieren von der zeitlosen Modernität einer Eileen Gray, von der poetischen, sozial engagierten Architektur einer Tatiana Bilbao und von der Balance zwischen Struktur und Seele.

Eine grosse Inspirationsquelle ist für sie auch Zaha Hadid – die „Architektin der Zukunft“. Zaha Hadid hat Architektur wie Skulptur verstanden: als fließende Landschaften aus Beton und Glas. Ihre Werke sind mutige Manifestationen, die Grenzen verschieben und Bewegung in starre Strukturen einschreiben. Stéphanie bewundert in Hadids Schaffen diese Freiheit: das Aufbrechen von Konventionen, die Dynamik, das Denken in Wellen. Wie Zaha Hadid sieht auch Stéphanie Räume als etwas Bewegliches, Flexibles, Fließendes – nicht als starre Konstrukte. Doch während Hadid mit kühner Monumentalität arbeitete, übersetzt Stéphanie diese Vision in eine leise, intime Sprache. Bei ihr sind es nicht Metropolen, sondern Wohnräume, die beginnen zu atmen. Nicht Skulpturen aus Stahl, sondern Atmosphären aus Licht, Holz und Stoff. Beide eint eine Haltung: den Mut, Architektur als lebendigen Dialog zu denken.



FASHION ALS FUNDAMENT

Ein Teil ihrer Sensibilität stammt aus ihrer Erfahrung in der Welt der Mode. Stéphanie hat dort gelernt, wie sehr Stoffe, Schnitte und Proportionen Emotionen formen können. Aus dieser Schule der Eleganz bringt sie die Fähigkeit mit, Materialien wie eine zweite Haut zu verstehen – und Räume wie ein Kleid, das sich sanft an seinen Träger anschmiegt. Die Mode hat ihr ein Auge für Details geschenkt, für die subtile Kunst des Weglassens, für die Magie der Drapierung und der Textur. Dieses Gespür überträgt sie in ihre Designs: Jeder Raum wirkt massgeschneidert, wie ein Couture-Kleid, das nicht blendet, sondern Identität schenkt.

TEXTUREN ALS SPRACHE

Für Stéphanie spielen Texturen eine zentrale Rolle: die rohe Haptik von Stein, die Wärme von Holz, die Leichtigkeit natürlicher Stoffe. Daraus entsteht eine Sprache, die Räume verfeinert und zugleich zutiefst menschlich macht. Jedes Projekt trägt einen Hauch von Haute Couture – Massarbeit, Präzision und subtiler Luxus. Doch immer mit Herz, nie mit Distanz. Ihre Räume sind keine kalten Inszenierungen, sondern warmes Terrain für das echte Leben.

MÖBEL MIT SEELE

Auch ihre Möbel tragen diese Handschrift. Entworfen in St. Gallen, gefertigt im appenzellischen Handwerk. Kein Massenprodukt, kein Trendobjekt, sondern ein Stück Seele, aus Holz und Zeit geschnitzt. Ein Tisch, an dem Leben geschieht. Ein Stuhl, der zuhört. Skulpturen des Alltags, die Wärme atmen.

RÄUME, DIE SICH ERINNERN

Stéphanie gestaltet nicht nur für Menschen, sondern auch im Bewusstsein des Nicht-Menschlichen: für das Licht, für den Staub, für die Geschichte eines Ortes. Ihre Räume sind Antworten auf das Anthropozän – auf eine Welt, die lernen muss, mit sich selbst achtsam umzugehen. Sie schöpft Inspiration aus dem Schimmer eines Steins, der Stille in einem Museum, dem Licht eines Morgens. Nie laut. Immer langsam. Beobachtend. Tief.

DIE LEISE TRANSFORMATION

Jedes Projekt ist für sie eine neue Begegnung – mit einem Ort, einem Menschen, einem Gedanken. Wer einen Raum von Stéphanie Signorell betritt, spürt sofort eine Veränderung. Man wird langsamer. Weicher. Klarer. „Es ist, als ob der Raum dich willkommen heisst, ohne etwas von dir zu verlangen“, sagen ihre Klientinnen und Klienten.

EINE INTERIOR DESIGNERIN DER TIEFE

Und vielleicht ist das ihre grösste Kraft: Stéphanie Signorell ist wie die Wellen des Meeres, an dem sie geboren wurde – sanft und stark zugleich, bewegt und bewegend. Sie ist keine Designerin der Oberflächen. Sie ist eine Designerin der Tiefe – ihrer eigenen, der des Ortes und der der Menschen, die ihn bewohnen. Ihre Arbeit ist keine Geste. Sie ist eine Haltung. Eine Einladung zur Rückverbindung mit dem, was zählt: das Licht. Der Boden. Die Seele eines Raums. Denn Stéphanie gestaltet nicht einfach Räume. Sie schenkt Menschen ein Zuhause – und das mit einer Leidenschaft, die aus dem Herzen kommt.



stephaniesignorell.com
[@stephanieinteriordesign_](https://www.instagram.com/stephanieinteriordesign_)

LADIES DRIVE

PRESENTS

LEAGUE OF LEADING LADIES CONFERENCE 2026

APRIL 13th & 14th, 2026

VICTORIA-JUNGFRAU GRAND HOTEL & SPA, INTERLAKEN

GET
YOUR TICKET
NOW



THE CHAMELEON EFFECT

SURVIVAL OF THE FLEXIBLE?

FEATURING KEYNOTES BY:



MONICA GAGLIANO, PhD
IT/AUS
Author and Research Associate Professor in Evolutionary Ecology



CHRISTIAN CZUPALLA
GER/CH
Thought Leader in Human Future Economy, Author & Founder WIN-WIN FOR WORK



JENNIFER BLANKE
USA/CH
Former VP of the African Development Bank, former Chief Economist WEF, Partner Morphosis



GUY HAYWARD, PhD
UK
Director of the British Pilgrimage Trust, with a PhD on the Effects of Choral Singing

WORKSHOPS BY:



DALITH STEIGER-GABLINGER
CH
(with **CHRISTIAN CZUPALLA**)
Co-Founder, Managing Partner SwissCognitive, Winner of the Empowering Women Award 2025



MELANIE WINIGER
CH
Actress, Moderator, Model



MONIKA SATTLER
GER
Founder & CEO Sattler Consulting, Mental Strength Coach for Leaders, Cycling Record Holder



AFKE SCHOUTEN
CH/NLD
Founder & Managing Partner AI Bridge, AI Strategist



CHRISTOPH GLASER
CH
Executive Coach, Bestselling Author, International Trainer & Keynote Speaker, CEO of the TLEX Institute

WWW.LEAGUEOFFLEADINGLADIES.COM

PRESENTING PARTNERS

PORSCHE



ESTÉE
LAUDER
COMPANIES

BPN
Business Professionals Network

PKZ
MEN & WOMEN

SUPPORTING PARTNERS

SHE NAILED IT

When Marina Dimentman removed a gel manicure after her first pregnancy, her nails were ruined – brittle, lifeless, and far from the clean beauty she envisioned. A trained attorney in intellectual property, she applied the same rigour once used in legal briefs to investigate every ingredient label she could find – and found nothing met her standards. So in 2012, she turned to her family’s botanical heritage, reviving an old floral remedy that became Londontown, a women-owned brand redefining nail care through science, transparency, and plant power.

Known for her exacting standards – she’d rather halt a launch than compromise purity – Marina has proven that integrity can scale. In our conversation, she opens up about risk, resilience, and what it takes to build beauty that’s truly clean, inside and out.

INTERVIEW BY SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: What is the scent of your childhood?

Marina Dimentman: Ooh, that’s an interesting question – probably vanilla.

I hope your childhood wasn’t vanilla...?

(Laughs) No, just the scent! I’ve always loved sweet things. Anything sugary and warm brings me back to childhood. I grew up with my grandmothers – lots of cooking and baking – so from vanilla in the kitchen to vanilla in products... everything vanilla.

So may I ask, where did you grow up – and why with your grandmothers?

We immigrated from St Petersburg, Russia, to the US in the late ’80s – all together, one big family starting over. When you arrive in a new country, knowing no one, you stay close. My parents were studying, so I spent much of my time with my grandparents. During World War II, my grandmother’s sister married a British soldier and escaped Russia to settle in the UK. Back then, communication was nearly impossible – no visits, only letters. That long-distance bond inspired what became Londontown, connecting generations of women in our family.

What remains Russian in your DNA – in everyday or business life?

Honestly, not much. I was nine when we arrived, and I’m 46 now – so most of my life has been American. My parents focused on assimilation, learning the culture and way of life. We adopted many US traditions, though we still speak Russian at home sometimes, and I’ve tried to teach my kids the language.

And some cooking recipes?

Cooking, for sure! It’s so deeply rooted in our culture – the link, the bridge to our ancestors.

And the older we get, the more we think about that – where we come from, where we’re going.

Exactly. The older I get, the more I crave my grandmother’s cooking and miss all those dishes.

So, did you ever have that aha moment – when you knew what you wanted to become?

I still don’t think I’ve had that aha moment.

(Laughs)

Oh, maybe you’re just not grown up yet?

Hopefully not! I didn’t come from the beauty world – I’m an intellectual property attorney by training. As a teenager, my dream was to go to law school and become an attorney.

Why?

This will sound funny – it was an act of rebellion. I come from a family of doctors, and I absolutely did not want to go to medical school. So, like any rebellious teen, I went to law school instead. I practised intellectual property law and genuinely enjoyed it. When I became pregnant with my first child, I was wearing acrylic nails. Taking them off for the first time, I realised I should probably care about what I put on and into my body. My nails were ruined, so I started researching. My grandmother told me to moisturise them and gave me an oil. It sounded odd – everyone says to harden nails, not moisturise them. But she said, “You moisturise your face, you condition your hair – nails are the same keratin.” I tried it, and to my surprise, it worked. My nails stopped peeling; polish lasted longer. I thought, Why don’t women know this? As an IP attorney, I worked with many scientists and started asking if oils could be infused into nail products. That was 2007 – long before “clean beauty” was a trend. Londontown began as a side project. I never planned to leave law – I just wanted a creative outlet. But over time, I realised I enjoyed mixing polish and creating beautiful things far more than drafting contracts or patents.

How did it feel back then, before founding your own company and starting that entrepreneurial journey?

Like for many people, it was stressful – you don’t know what the future holds. You have a vision, something you want to create, yet no idea how to make it real. Beyond some scientific background, I knew little about running a business – building a company, hiring, growing. Each step brought new challenges, but it was a journey of learning every single day. It was a scary time in my life, yet I’m deeply grateful for my family’s support and encouragement. I could do this because it fulfilled me completely.

How was year one of your entrepreneurial journey with Londontown?

Year one was spent balancing my legal work while developing our first products. We launched as a nailcare line with one simple idea: to restore nails to health naturally, without harmful or carcinogenic ingredients. Many polishes back then dried nails out; ours aimed to nourish them instead. That first year was all about learning the industry – where products are sold, who buys them, and what matters to them.

Did you onboard an investor or a business angel?

Never. From day one, this has been my baby – now a 13-year-old teenager still growing and evolving.

What was your best strategy for growth?

Never compromising on passion. When you truly believe in what you’re building, it becomes more than business – it’s heart

work. I began alone, then added one assistant, today we’re a full team with international distribution and major retail partners. My biggest takeaway? Never sacrifice passion.

And what’s the secret sauce behind your long-term success after 13 years?

Hard work – that’s the core of it. It’s easy to get lost in the noise or feel like giving up, but when you return to passion and purpose, you keep going. I see obstacles not as failures but as lessons. Everything in life is learnable; detours are simply directions with hidden insights. If you treat them as stepping stones, you move forward stronger. We’ve been fortunate – customers respond well to our products. My biggest challenge has been learning what it truly means to manage a growing company while staying faithful to our original DNA and true north star. You know, when there are a hundred moving pieces in a day – and as entrepreneurs, that’s every day. No two days look alike;



When you truly believe in what you’re building, it becomes more than business – it’s heart work.

PHOTOS: ELENA SEDOVA

there are countless things needing attention. So staying authentic and focused on your true direction is essential. Everything else is just noise – secondary tasks you’ll get to later. The key is to keep executing your vision.

Are you a good troubleshooter? How do you handle a crisis?

Crises are inevitable. Things will always happen, so I try to see them through the lens of learning. Every challenge holds an opportunity to improve or refine what caused it. That’s how I stay grounded – by asking: What’s the lesson here? Where’s the opportunity? How do we move forward?

Maybe that’s easier said than done, right?

Of course! Easy isn’t always fulfilling. If everything were simple, we’d never feel challenged or rewarded. It’s like raising kids – you love them deeply, but every difficulty becomes a lesson. Business is the same. The calmer you stay, the better you can look ahead rather than reacting to the immediate moment. First, identify the problem and understand it clearly. Then, as a leader, lean on your team – no opinion is bad advice. Solutions come from collective insight and shared passion. Everyone wants the company to thrive. Together, we map our options, choose the best short- and long-term path, and build a concrete step-by-step plan for execution. That’s my roadmap for navigating any crisis.

Is there a “fuck-up” story you can share with us?

(Laughs)

Oh yes – a funny one. Our very first trade show, back in 2012: we flew in, the booth was nearly built, “Londontown” everywhere... and our shipment never arrived. The show opened the next day and we had zero product. No one could locate it. Long story short: my husband jumped on a plane back to New York, went to our warehouse, packed the products into suitcases and flew straight back. That’s how we had anything to display.

Sounds like you married the right guy.

Absolutely – without him, none of this would be possible. He’s not deeply involved day-to-day, but he’s our firefighter. Whenever there’s an operational or logistical blaze, he’s the one putting it out.

What’s the craziest idea you’ve ever had, given the circumstances?

I’ve always wanted to redefine how things are done. From the start, I had high standards for merging self-care with colour – creating products that were both clean and effective. Clean formulas existed, but pairing efficacy with purity was new then. Pushing innovation that way sometimes looked crazy, yet it came down to trusting my instincts. Business is about following that gut feeling, that inner voice saying, “I believe in this – keep going.”

And where do you want to see your company evolve next?

We’re planning further international expansion, but I want to grow smart – developing products people genuinely love, and keeping the brand meaningful and authentic. Staying ahead without losing our core beliefs is vital. I hope we continue to resonate globally, creating products people feel passionate about. And personally, I want to keep it fun. The moment work stops being fun, I’m not sure I’d want to show up. That’s the spirit of Londontown: evolve, stay true, and keep enjoying the journey.

Are you sometimes worried about the economic troubles we see at large right now?

You can’t be a business owner without worrying about many things – this is certainly one of them. But some things are within our control, and others aren’t. For me, it’s about keeping faith and a positive mindset: believing things will work themselves out while continuing to push forward, work hard, and stay committed. Of course, we all worry – but we can choose where to place our energy.

Where does your faith come from?

When I take a step back, I realise how much I have to be grateful for: an amazing family, a strong support system. No matter what’s happening, there’s always something to appreciate. Gratitude leaves little room for excessive worry. I’m deeply thankful for the people I’ve met along the way – each connection reinforces my faith that things will keep working out. When you have purpose, you act – and faith follows.

So you found your purpose, your mission?

I think we all have several purposes. There’s the one you serve in your family, in your business, in your community. I’m lucky that many of mine overlap. As a business leader and a mother, I’m teaching my children what hard work and dedication mean. I try to weave those roles together. Have I found my ultimate purpose? Probably not – I’m still discovering it. Life evolves: young mother to older mother, new founder to seasoned entrepreneur. Each stage brings a new layer of meaning.

True. And I think at times like this, we need to be adaptable and flexible.

Absolutely. I always tell my kids to think of themselves as grass – when the storm comes, it bends and moves with the wind. Whatever happens, adapt. Adaptability is essential for leaders, entrepreneurs, and anyone navigating change, because the journey is never a straight line. Uncertainty is constant; predictions often fail.

Exactly – and perhaps that’s what Darwin meant by “survival of the fittest”: not the strongest, but the one who adapts best.

Yes, completely. And now we’re entering a new age – technology, AI – it’s time to buckle up. We’re in for an exciting new ride.



Further information:
[Londontown Switzerland](#)

Der führende Name für Generika und Biosimilars



SANDOZ

Sandoz leistet Pionierarbeit bei der weltweiten Versorgung von Patienten mit Arzneimitteln. Das zeigt sich in unserem reichen Erbe ebenso wie in unseren Plänen für die Zukunft. Die 1886 in der Schweiz gegründete Marke Sandoz kann auf viele wissenschaftliche Durchbrüche zurückblicken, vom weltweit ersten oral verabreichten Penicillin bis zum ersten Biosimilar-Medikament.

Heute sind wir weltweit führend bei patentfreien Arzneimitteln und machen für mehr Patienten hochwertige Behandlungen zugänglich.

Als börsennotiertes Unternehmen freuen wir uns, noch mehr Wert für alle unsere Interessensgruppen zu schaffen.

Erfahren Sie mehr auf
[sandoz.com](https://www.sandoz.com)

ALPHA-MÄNNER AM ANSCHLAG?

Er tauschte Kontrolle gegen Vertrauen, Status gegen Sinn: Roman Brunner über die Kraft innerer Transformation – und warum Verletzlichkeit das neue Leadership ist.



Das Interview bildet Teile unserer Holistic Health Podcast-Folge mit Roman Brunner ab. Nachzuhören und anzuschauen auf YouTube, Spotify oder Apple Podcasts sowie auf ladiesdrive.world

FOTO: LADINA BRUNNER

Über 30 Jahre im internationalen Topmanagement – und doch beginnt Roman Brunner heute ein Gespräch selten mit Zahlen, sondern mit Fragen über Sinn, Vertrauen und Mut. Der Schweizer Unternehmer leitete unter anderem europäische Geschäftsbereiche beim Fortune-500-Unternehmen Comdisco Inc. und später als CEO der QuoVadis Group sowie als Managing Director EMEA bei DigiCert die Geschicke globaler Cybersecurity-Marken. In einer Welt, die auf Kontrolle, Härte und Perfektion programmiert ist, spricht der Schweizer Serienunternehmer über das Gegenteil: über Verletzlichkeit als Stärke und die Notwendigkeit, als Mann im Business die Maske abzusetzen. Als aktives Mitglied der YPO (Young Presidents' Organization, www.ypo.org) begleitet er heute Führungskräfte durch diese Gratwanderung – zwischen äusserem Erfolg und innerer Wahrhaftigkeit.

In unserem ungewöhnlichen Gespräch erzählt Roman Brunner, wie er in der Cyberwelt gelernt hat, Vertrauen zu gestalten, wo sonst nur Firewalls stehen – und weshalb authentische Führung für ihn kein Ideal, sondern tägliche Arbeit an sich selbst bedeutet. Er hält Verletzlichkeit und eine Firmenkultur, in der dies sinnvoll gelebt werden darf, für enorm wichtig. Worte, die man von einem Top Executive ehrlicherweise eher selten zu hören bekommt.

INTERVIEW: SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: Du hattest eine extrem erfolgreiche und internationale Corporate-Karriere. Würdest du dich denn als Alphamann bezeichnen?

Roman Brunner: Das ist eine hervorragende Frage. Die erwartete Antwort wäre sehr wahrscheinlich Ja. Aber ich habe mich in den letzten 15 Jahren durch eine massive Transformation bewegt. Ich habe verstanden – und das ist auch ein grosses Thema heute –, dass meine Maske, mit der ich mich über längere Zeit bewegt habe, vor allem in den ersten 15 Jahren meiner Karriere sehr viel mit dem Alphamann zu tun hatte. Das war auch schlicht die Erwartungshaltung in der high-performing Businessgesellschaft – und ist es heute oft noch. Das hat sich nicht wirklich verändert. Getreu dem Motto: starke Führung, starkes Unternehmen. In den USA war das ganz extrem. Und durch meine YPO-Aktivitäten damals, Anfang der 2000er-Jahre, habe ich mit meiner inneren Transformation begonnen. Ein grosser Teil davon war, mehr in Richtung man selbst sein zu gehen und die Verbindungen zu den Menschen, die mir am nächsten stehen, authentischer zu leben.

Wie schaust du auf dich zurück, Roman – vor dieser, wie du so schön sagst, Transformation, als Alphamann in einem amerikanischen Fortune-500-Unternehmen?

Grundsätzlich war ich in erster Linie fremdgesteuert. Karriere, Opportunities – man wird befördert, man ist erfolgreich, man zeigt Stärke. Und wenn ich heute auf das zurückblicke, sage ich: Das war eine notwendige Phase, um mich über diese Zeit, wenn du so willst, weiterzuentwickeln. Und der Punkt ist eigentlich: Irgendwann kommt ein sogenannter Compelling Event, bei dem du dich fragst: Wie fühle ich mich mit mir selbst, und stehe ich dazu – oder möchte ich eine Veränderung anstreben?

Das heisst, der Erfolg fühlt sich dann ein bisschen leer an ...?

Absolut. Was sich vor allem leer anfühlt, ist, wenn man mit sich selbst ist. Ich war sehr viel unterwegs – in Flugzeugen, Hotels, teilweise zwei Wochen von zu Hause weg. Und das fühlt sich dann über die Zeit relativ leer an.

Und einsam. Wieso hattest du das Gefühl, dass du ein Alphatierchen sein musst, dass du gar keine Chance hast, anders zu agieren?

Das hat zwei Gründe. Der eine ist meine Kindheit, das Elternhaus

– wie bin ich aufgewachsen, wie habe ich meine Eltern erlebt, wie hat sich mein Vater in der Ehe mit meiner Mutter verhalten? Mein Vater war Kleinunternehmer, und mein Bild der Welt, also wie man Business betreibt und am Markt präsent ist, war sehr stark durch ihn geprägt. Der zweite Grund lag in einer Phase, in der ich zwischen 30 und 40 steckte. In dieser Zeit erlebte ich eine sehr prägende Phase. Ich persönlich war als Mensch eher unsicher darüber, wer ich eigentlich bin. Das Einzige, was für mich klar war, war, dass ich Karriere machen und nach aussen hin als erfolgreich wahrgenommen werden wollte. Mit anderen Worten: Ich war – wie ich am Anfang gesagt habe – verhältnismässig stark fremdgesteuert.

Das heisst, du hast das gar nicht so richtig hinterfragt? Weil das einfach rundherum so gelebt wird? Also hinterfragt man es auch nicht, weil das „normal“ ist?

Ganz genau. Das war in meinem Umfeld sehr normal. Man muss wissen: Die 90er-Jahre, Anfang der 2000er-Jahre – das war für mich die Zeit, in der alles möglich war. Der Himmel war die Grenze. Los geht's! Es ging um: Wachstum, Wachstum, Wachstum. Amerika hat den Takt gesetzt, der Markt für Technologie ist explodiert. Es war einfach eine unglaubliche Zeit. Und wenn ich heute zurückblicke – was wirklich passierte; wenn ich versuche, mich in meinen Erinnerungen voller Achtsamkeit dieser Zeit anzunähern –, ist das für mich heute alles wie im Nebel.

Und man sagt so schön, man hat dem Leben beigewohnt, aber es nicht aktiv gelebt. Und hatte dann Erfolg, und das macht es dann leichter. Und schon bist du da drin in diesem Hamsterrad, oder?

Ja, es ist natürlich auch schön bequem in der Komfortzone. Man fühlt sich wohl in diesem Speed – lebendig, gebraucht. Und wenn du da noch Erfolg hast und Geld verdienst damit, dann scheint alles okay.

Und was war dein Aha-Moment, als du gesagt hast: Was mache ich da eigentlich?

Ich bin Mitglied der YPO, Young Presidents' Organization. Einer der Ansätze dieser Organisation ist, dass man sogenannte Trusted Peer Groups hat – also sieben, acht andere Unternehmer oder CEOs. Man trifft sich dann regelmässig mit dieser Gruppe über Jahre, etwa zehnmal im Jahr. Da gab es ein Seminar, in dem wir uns fragen mussten: Wer bin ich? Wir hatten rund 250 verschie-

dene Bilder im Raum verteilt, und der Seminarleiter sagte zu uns: „Schaut euch die Fotos an und nehmt jene zu euch, die euch emotional berühren. Danach redet ihr vor der ganzen Gruppe darüber, warum euch genau diese Dinge berühren.“

Ich habe dann meine Fotos genommen – eines davon zeigte eine Maske, das andere kleine Kinder mit ihrem Papa am Strand, lachend, glücklich. Als ich vor der Gruppe sprach, war ich bei der Maske noch relativ gefasst und sagte: Eigentlich spielt sich mein Leben hinter einer Maske ab. Doch beim Foto mit den Kindern habe ich meine Fassung mehr oder weniger verloren, war emotional so berührt, dass ich meine Emotionen kaum noch in Worte fassen konnte. Ich hatte die Maske auf der einen Seite – und auf der anderen Seite das tiefe Bedürfnis, mit meinen Kindern, mit meiner Frau verbunden zu sein, ohne irgendwelche Bedingungen. Und das war der Anfang. Das war der Triggerpunkt.

Bevor wir weitergehen, noch schnell eine kleine Frage zur allgemeinen Situation da draussen in der Welt. Man hat ja das Gefühl, dass diese Alphamänner und ganz starken Führungspersonen wieder ein bisschen häufiger geworden sind?

Absolut, ja. Ich bin aktuell in YPO-Foren aktiv, also in einer Trusted Peer Group, in der ich selbst ein Teil bin. Aber ich moderiere auch andere Foren. Das sind immer Leute, die derzeit in High-Ranking-Positionen sind. Und ich spüre extrem stark – unverändert wie vor 25 Jahren –, wie sehr die Menschen mit einer Maske herumlaufen. Das Ego treibt dieses Maskengehabe. Fakt ist: Sobald Investoren an Bord sind, ist alles sehr stark kapitalistisch getrieben. Die Firma wächst nicht nur vernünftig zehn Prozent, sondern sie soll noch stärker wachsen. Und die Profitabilität muss gleichzeitig gehalten werden. Der Druck ist einfach da.

Und man muss ein bisschen Killerinstinkt haben?

Man muss Killerinstinkte haben. Aber ich glaube, was den Druck bei den CEOs von heute beschleunigt, ist die Tatsache, dass eine tiefe Angst vorhanden ist – die Angst, entlarvt zu werden oder dass Scham hochkommt. Der innere Kritiker sagt dann: „Hast du gesehen? Du hast das doch nicht hingekriegt.“ Oder: „Ich habe schon gedacht, dass der das nicht kann.“ Man kreiert ein Selbstbild, das man mit dem Fremdbild in Einklang bringen muss – und das kostet jede Menge Energie. Diese Angst, dieser Druck, der da existiert ... Davon hängt die Kompensation ab: die Performance des Investments, vielleicht die des CEOs und so weiter. Für mich war entscheidend, die Fähigkeit zu entwickeln, mit mir selbst ins Reine zu kommen und die Verbindung mit anderen Menschen zu pflegen. Wirklich tiefe Beziehungen einzugehen – dazu braucht es eben Vulnerability. Ich muss es wagen, mich authentisch zu offenbaren. Es geht nicht darum, jedem alles zu erzählen, jedes Detail, sondern situativ, sich verletzlich und authentisch zu zeigen. Dabei geht es nicht um eine Transaktion mit Erwartungen, quasi: Ich sage dir was, du sagst mir was. Sondern darum, in eine tiefe Verbindung zu anderen Menschen zu investieren.

Wenn man keine tiefen Beziehungen mit anderen aufbauen kann, betrachtet man sein Umfeld irgendwann in einer eher parasitären Art und Weise ...

Klar. Und man darf Menschen manipulieren – for the good thing –, also am Schluss willst du ja erfolgreich sein, und dafür darfst du andere auch manipulieren. Das ist ein probates Mittel sozusagen. Und das macht mich immer ein bisschen traurig, wenn ich das sehe und beobachte in der Welt.

Ist der Roman in der Version von heute gesünder und glücklicher als vorher? Dankbarer?

Die Reife in Verbindung mit vielleicht etwas Weisheit macht einen in erster Linie einfach dankbarer. Heute verpasse ich es nicht mehr, meine Dankbarkeit auszudrücken – in verschiedenen Situationen, sei es während des Tages oder am Ende eines jeden Tages. Ich verpasse es auch nicht, wenn ich abends im Bett liege, bevor ich einschlafe.

Du hast ein Dankbarkeitsritual? Was visualisierst du?

Ich bin sehr stark von positiver Energie getrieben – die trägt mich. Und was ich mir vorstelle, ist, dass die Aktivitäten oder mein Verhalten in der Gesellschaft, mit meiner Familie und mit Freunden von positiver Energie durchflutet sind. Und dass ich bereit bin, positive Energie durch die Interaktionen mit anderen auch zu empfangen und anzunehmen. Ich visualisiere zudem eine Distanz zu jenen Menschen, mit denen ich keine Beziehung haben möchte – weil toxische Ansätze da sind oder vielleicht meine Intuition mir sagt: Pass auf! Du hast vorhin das Parasitäre erwähnt. Wenn ich spüre, das ist jemand, der mich nur benutzt, visualisiere ich das ebenso. Und das ist etwas, was viele Menschen vielleicht intellektuell verstehen, aber es zu leben, ist schwierig.

Der Punkt ist eigentlich der, dass man dieses Bewusstsein haben darf zu sagen: Ich bin genug. Also meine Würde – so, wie ich bin. Auf Englisch sagt man: I'm worthy. Diese Kombination aus Würdigkeit und Herzlichkeit ist wichtig. Wenn ich selber zu mir sagen kann: I love you and I'm worthy the way I am, das ist ein unglaublicher Schritt in Richtung einer tiefen, ehrlichen Dankbarkeit. So habe ich das zumindest erlebt.

Aber diese Maske aufrechtzuerhalten – das ist eigentlich kein Geschlechterthema. Das betrifft Frauen genauso. Die haben ja auch häufig eine Maske an, verhalten sich so, wie die Gesellschaft oder die Hollywoodfilme oder was auch immer uns da vorgetragen haben, wie es sein soll. Das kostet unfassbar viel Energie und raubt dir langfristig die Gesundheit. Mit deiner Transformation – wie hat sich dein Umfeld verändert?

Durch den Umstand, dass ich mich in dieser YPO-Sphäre seit über 20 Jahren bewege, habe ich das grosse Glück, dass ich in einer Trusted Peer Group bin – mittlerweile seit 15 Jahren –, in der wir uns gegenseitig unterstützen. Das hat für mich den Effekt, dass mein Radius von Menschen, bei denen ich mich wirklich öffne und vulnerabel sein kann, wo man sich gegenseitig unterstützt in jeder Beziehung, im Vergleich zu anderen Menschen, mit denen ich lose Kontakte pflege, massiv reduziert ist. Mein Netzwerk ist kleiner, aber feiner geworden, wenn man es so ausdrücken möchte. Gleichzeitig bin ich offener geworden. Ich denke mir immer: Freunde kommen dann in dein Leben, wenn du sie brauchst. Ich glaube, man trifft immer genau jene Menschen, die man zu einem spezifischen Zeitpunkt treffen soll. Grundsätzlich hat diese ganze Geschichte dazu beigetragen, dass ich in die Beziehungen, die ich habe, mit vollem Einsatz investiere. Und das ist ein Geben und Nehmen – also keine transactional relationship, sondern eine authentische Beziehung, um das Wort wieder einmal zu benutzen.

Und vielleicht noch ein Wort zum Thema Gesundheit: Das Investment an Energie, diese Maske den ganzen Tag, 24/7, zu tragen, ist unglaublich. Und das führt nicht selten zu Burn-out, Depressionen, Beziehungsproblemen, Scheidungen. Überleg mal: Du investierst 90 Prozent deiner Zeit darin, zu schauspielern. Das ist selten wirk-

lich gesund über eine längere Zeit. Ich sehe erfolgreiche Männer, die finanziell unabhängig scheinen, eine tolle Frau und Kinder haben – und doch weit davon entfernt sind, ihr persönliches Glück gefunden zu haben. Das ist meist eine direkte Konsequenz des Stresses, der daher rührt, dass man all diese Frustrationen internalisiert, heruntergeschluckt – und nicht hinterfragt.

In der Schweiz zeigen die aktuellen Daten, dass um die 80 Prozent der Selbstmorde von Männern begangen werden. Und es ist ein Tabu, über diesen Druck im Job, über dieses Maskentragen und das Definieren über Funktion und Status in unserer Gesellschaft zu sprechen. Deshalb vielen Dank, dass du hier so offen bist. Darf ich noch etwas anderes fragen, bitte? Ihr habt viele Jahre auf Bermuda gelebt ... Wie kam es denn dazu?

In den 1980er-Jahren habe ich mal sechs Monate auf den Bermudas verbracht – für einen Englischaufenthalt in Verbindung mit einer Stage in der Hotellerie. Das ist mein anderes Leben, meine frühere Karriere gewesen, bevor ich in den späten 1980ern in die IT umgestiegen bin. Und ich habe mich damals einfach in diese Insel verliebt. Als meine Frau und ich uns getroffen haben, war eines der ersten Dinge: Irgendwann werden wir auf den Bermudas leben und eine Familie gründen. Und das haben wir dann gemacht. Das war natürlich nicht nur romance, weil die Insel toll ist, sondern es stand auch im Zusammenhang mit unternehmerischen Aktivitäten. Wir waren damals in den USA und immer wieder auch beruflich auf Bermuda. Ich habe mich dann von der Firma gelöst und auf Bermuda neu orientiert – mit dem klaren Ziel, dort eine Firma zu kaufen oder zu gründen und etwas Neues global aufzubauen. Das habe ich dann auch gemacht. Wir waren insgesamt elf Jahre unseres Lebens dort. Als wir zurück in die Schweiz kamen, hatte das verschiedene Gründe – unter anderem wollten wir, dass unsere Kinder in der Schweiz zur Schule gehen können. Aber es war eine wunderschöne Zeit. Das war der Anfang meiner inneren Reise. Ich habe mich jahrelang wirklich darauf fokussiert, so viel Zeit wie möglich mit den Kindern und der Familie zu verbringen.

Dann lass uns noch ein bisschen über die Vulnerabilität in der Gesellschaft sprechen. Wieso denkst du, dass Verletzlichkeit in der Businesswelt noch immer als Zeichen von Schwäche angesehen wird?

Wir haben ja vorhin schon diskutiert, dass in der Gesellschaft eine gewisse Härte und eine bestimmte Art, wie Business gemacht und Geschäfte geleitet werden, einfach vorausgesetzt werden. Wenn eine starke Führungsperson eine Kultur schaffen kann, in der Vulnerability oder – auf Neudeutsch – Employee Wellbeing als kritischer Eckpunkt der Kultur gesehen wird, in der die Kommunikation stimmt und in der eine gewisse Verletzlichkeit vorgelebt wird ... Denn jeder ist ein Mensch. Auch ein CEO ist ein Mensch, und der kann Emotionen haben und diese auch mal zeigen. Wie ich vorhin gesagt habe: Das ist situativ, und es ist immer eine Frage des Kontexts. Aber ich finde es extrem sympathisch, wenn CEOs oder Führungspersönlichkeiten in einer Vorstellungsrunde auch mal ein Bild ihrer Familie und ihrer Hunde zeigen und sagen: „These are my three children that I love more than anything else in the world.“ Aussagen wie „Mein Haus, mein Boot, mein Hund, meine Frau“ – das sind ja nur Statussymbole. Nun ist es aber so, dass ein Unternehmen da ist, um Profit zu erwirtschaften – im Rahmen unserer kapitalistischen Wirtschaftswelt. Gleichzeitig kann man diesen Profit auf unterschiedlichste Art und Weise bewerkstelligen.

Schlussendlich ist die Führungsetage das Vorbild für die Kultur. Dass Verletzlichkeit und Freundlichkeit als Schwäche gelten, ist womöglich auch eine Generationenfrage. In meiner Boomer-Generation sieht man das häufig so, dass man alternativlos tough sein muss im Business. Als ich damals noch CEO in den USA war, haben meine Kinder mich ab und zu gefragt, als sie kleiner waren: „How many people did you fire today?“ – „Wie viele Leute hast du heute rausgeschmissen?“ Das ist zwar oberflächlich betrachtet lustig, aber eigentlich traurig, weil das Image, das ich offensichtlich nach Hause getragen habe, war: „He's the tough guy that gets rid of people.“ Supersympathisch, oder? Heute unterstütze ich andere Führungskräfte, eben durch diese innere Transformation zu navigieren, weil ich aus eigener Erfahrung weiss, wie das funktioniert. Und ich spüre sehr stark, dass es in der Gesellschaft ein riesengrosses Bedürfnis dafür gibt.

Ich bin selbst jemand, der sehr ambitioniert war. Ich komme aus der Leichtathletik, ich war gewohnt, mit anderen in einen Wettbewerb zu treten – auch mit mir selber, was dann sehr toxisch sein kann, wenn du im Wettbewerb mit dir selbst bist. Was ich damit sagen will: Ich weiss, wovon du sprichst. Auch ich habe mich stark transformiert und eine weichere Seite zugelassen, die ich zuvor weggedrückt hatte. Ich glaube, das ist vielleicht ein schönes Fazit unseres Gesprächs: dass man weder supertough noch supersoft sein muss, sondern diese Verletzlichkeit wie auf einem Klavier zwischen Dur und Moll spielen darf.

Ganz genau. Das Bewusstsein und die Achtsamkeit in sich zu tragen, bewusst zu leben – ich glaube, darum geht es. Und das kriert unheimlich viel Entspannung, wenn man dieses Bewusstsein entwickelt hat: Entspannung im Umgang mit Stresssituationen und aufgebauten Frustrationen zum Beispiel. Es hilft enorm, das Grundrauschen aus der Businesswelt ein bisschen zu beruhigen. Und interessanterweise, wenn man in diesem Flow ist, spürt man auch, dass das Umfeld und die Menschen, mit denen man sich regelmässig trifft, sich dieser neuen Entspanntheit anpassen. Die innere Transformation wirkt wie eine Katharsis – eine Reinigung, auch für das eigene Umfeld.

Hast du für uns zum Abschluss vielleicht ein paar Tipps, wie man es schaffen kann, diese Maske ein bisschen häufiger abzulegen und mehr Vulnerabilität – privat und im Business – zuzulassen? Man braucht auf dieser inneren Reise einen Gesprächspartner, einen Mentor – wie immer man das nennen will –, mit dem man sich austauschen kann. Zweitens wäre es zentral, bewusst Dankbarkeit zu leben – sich also nicht immer darauf zu konzentrieren, was man noch nicht erreicht oder geschafft hat.

Das heisst, aus der Fülle zu leben, nicht im Mangel?

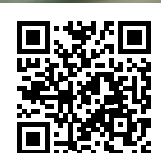
Richtig. Sonst machen sich häufig viele Ängste breit, weil man so verunsichert wird, ob man das überhaupt schaffen kann. Investiert in euer direktes Umfeld. Und beginnt, achtsam zu sein. Sucht euch ein Mantra, visualisiert es bei einem Spaziergang, erschafft euch kleine, machbare Rituale. So kann man sich eine gewisse Disziplin aneignen, die einem einen anderen Rhythmus geben kann. Und mit dem Wechsel des Rhythmus bringt man automatisch andere, bewusster gelebte Intentionen in sein Leben. Ich bin das beste Beispiel, dass das funktioniert – wenn man es wirklich will.

INNEHALTEN IST KEINE PAUSE

Es ist Führung aus der Stille heraus

„Achtsamkeit ist keine Pause vom Leben – sie ist der Weg zurück zu uns selbst.“

Jeannine Born



Auszug aus dem Podcast vom 25.10.2025

Jeannine Born verbindet Psychologie, Achtsamkeit und Leadership auf beeindruckend natürliche Weise. Als Gründerin von born.business begleitet sie Führungs-
persönlichkeiten, Teams und Organisationen dabei, mit mehr Bewusstsein, Leichtigkeit und Empathie zu führen. Nach vielen Jahren klinischer Arbeit in der Burn-out- und Traumatherapie erkannte sie, dass nachhaltiger Erfolg im Business nicht aus Druck, sondern aus innerer Klarheit entsteht. Heute zählt sie zu den führenden Stimmen, wenn es darum geht, Achtsamkeit in Unternehmen zu verankern, beispielsweise auch die Wellness-Therme FORTYSEVEN in Baden – nicht als Wohlfühlrend, sondern als strategische Kompetenz. Ihr Credo: Wer lernt innezuhalten, führt klüger, gesünder und menschlicher – und schafft Räume, in denen Sinn und Leistung im Gleichgewicht stehen.

INTERVIEW: SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: Viele reden über Achtsamkeit, über Wellness und Wellbeing – und das soll helfen, ein bisschen Sicherheit zu gewinnen: für sich, für das Leben, den Platz im Leben. Aber was ist eigentlich der Unterschied zwischen diesen so häufig gebrauchten Begriffen?

Jeannine Born: Danke für diese wichtige Frage! Ich formuliere es so: Achtsamkeit ist ein Lebensgefühl, eine Einstellung dem Leben gegenüber und bedeutet, ganz im Moment zu sein, in dem das Leben stattfindet. Beim Wellnesen wollen wir die Momente geniessen, das angenehme Gefühl auskosten und uns entspannen. Dafür braucht es unsere Präsenz – achtsames Da-Sein, wo wir gerade sind. Sonst haben wir uns zwar Wellness gegönnt, aber das Angenehme gar nicht mitbekommen.

Diesen Sommer habe ich über eine Trendstudie gelesen, die das Verhalten von jungen Menschen unter 24 Jahren beleuchtet hat. Sie sagt, die junge Generation ist „always on“, aber „always insecure“. Viele fühlen sich unsicher, fragen sich: Wo ist mein Platz im Leben? Inwiefern hat das mit Achtsamkeit zu tun?

Also Sicherheit – dieses Gefühl, sich aufgehoben zu fühlen –, das ist ein Gefühl. Gefühle können wir nur im Körper spüren. Es braucht diese Erfahrung im Körper. Und wenn ich ein ausgeprägter Kopfmensch bin ... also wenn ich immer eine Checkliste hintendran habe oder vor allem im Aussen bin, immer alles analysiere, statt auch zu geniessen und mich dem Leben hinzugeben, dann verliere ich diese Erfahrung im Körper – das Gefühl von Aufgehoben-, von Sichersein. Das brauchen wir aber alle.

Das heisst, dass Kopfmenschen diese Gefühlerfahrung weniger haben?

Ja, sehr oft. Und jetzt spreche ich vielleicht noch als Psychotherapeutin: Viele Menschen, die zu mir kommen, sind geplagt von Angst, Depressionen, Zwängen. Und das sind alles Gedankkrankheiten. Das sind so viele Gedanken – und das muss ja nicht gleich krankhaft sein, aber sie erleben Stress. Das nennen wir Mental Load, den Druck, den wir uns selbst machen. Die innere Stimme gibt keine Ruhe, und von aussen prasselt auch ständig

etwas auf uns ein – dauernd sagt einem irgendwer, was man tun soll. Kein Wunder, dass unser Kopf ständig gefordert ist. Aber so geht uns das Fühlen verloren. Und wenn wir gestresst sind, fühlt sich der Körper nicht gut an. Stress ist auch eine körperliche Erfahrung. Wenn wir Herzklopfen haben, schwitzen, unruhig und ständig angetrieben sind, vielleicht gar nicht mehr spüren, was da ist, dann fehlt die Erfahrung von angenehmen Emotionen. Und das ist die Voraussetzung für Wellbeing – sich gut fühlen.

Jetzt ist das ja ein grosser Hype – diese ganzen Themen: Achtsamkeit, auch Wellbeing ist ein grosses Schlagwort, ein Hashtag, der häufig gebraucht wird. Aber es ist natürlich viel mehr als das. Was steckt denn eigentlich faktisch dahinter, wenn wir uns jetzt mal die Auswirkungen auf die Psyche anschauen?

Vielleicht kann ich so antworten: Wir haben ja als Menschen die angenehmen und die unangenehmen Gefühle. Und wenn wir nur noch unangenehme Gefühle haben – ich habe vorher gesagt: Angst, Wut, vielleicht Trauer, Gleichgültigkeit –, wenn wir nur noch auf dieser Seite sind, dann können wir uns gar nicht mehr richtig wohlfühlen in unserem Körper. Und deshalb ist es so wichtig, dass wir auch diese anderen, angenehmen Emotionen kultivieren und spüren können.

Du arbeitest mit der Wellness-Therme FORTYSEVEN in Baden. Wieso überhaupt diese Verbindung zu einer Therme?

Weil Achtsamkeit eine Voraussetzung schafft, dass wir überhaupt diesen Wellnessfaktor – dieses Wohlfühlen – spüren können, dass wir da anwesend sein können. Deshalb passt das so gut zusammen.

Und was machst du da genau?

Wir haben beispielsweise einen Stress Awareness Day veranstaltet, und FORTYSEVEN hat auch eine Zusammenarbeit mit dem Verband MindfulnessSwiss, wo zertifizierte Achtsamkeitstrainerinnen und -trainer zusammengeschlossen sind. Wir haben gemeinsam zum Beispiel einen digitalen Achtsamkeitscoach entwickelt – für die Gäste der Wellness-Therme. Es gibt im

FORTYSEVEN insgesamt zehn Stationen mit Tafeln, kurzen Beschreibungen und Zitaten zum Thema, mit ein paar praktischen Übungen: ein kleines Ritual zum Ankommen, eine kurze Meditation zum Beispiel. All diese Schritte helfen den Besucherinnen und Besuchern, anzukommen und ins Spüren zu kommen. Wir haben in Baden also eine Art kleinen Ort der Achtsamkeit installiert, damit Menschen wieder ins Hier und Jetzt zurückfinden.

Eckhart Tolle lässt grüssen.

Ganz genau. Ich bin da – und ich spüre, dass ich da bin. Das ist mehr als: „Ich weiss, dass ich da bin.“ Und das ist so wichtig. Es ist total schön, dass man das anbietet. Habe ich so auch noch nie gehört. Ich finde das wirklich einzigartig. Wir haben gerade vor ein paar Monaten ein neues Produkt entwickelt – auf Nachfrage, ob man etwas von diesem Achtsamkeitscoach mit nach Hause nehmen kann, um gewisse Übungen vielleicht noch einmal daheim durchzugehen. Und dazu haben wir das FORTYSEVEN-Journal entwickelt, das man jetzt auch vor Ort kaufen kann.

Lass uns doch noch einmal ein bisschen auf das Thema Longevity – also Langlebigkeit – eingehen. Inwiefern hat Achtsamkeit wirklich einen positiven Longevity-Effekt? Kannst du uns da ein bisschen erzählen, wo wirklich die Verbindungen sind?

Ich kann vielleicht mit dem Gegenteil beginnen. Wenn wir so gestresst sind – und dazu gibt es ganz viele Studien –, dann hilft das sicher nicht, dass wir uns wohlfühlen. Durch Stress werden so viele Körperprozesse, bis auf die Zellebene hinunter, gehemmt oder können sich nicht richtig entfalten. Auch die Funktion der Mitochondrien – der Zellkraftwerke – ist eingeschränkt, wenn wir so dauergestresst sind. Deshalb ist es wirklich so wichtig, dass wir immer wieder in die Entspannung kommen. Und da gibt es ja keinen Knopf, den wir einfach drücken können. Aber mit Achtsamkeit verändern wir messbar Strukturen im Gehirn, sodass wir gelassener werden und wieder entspannen können.

Je gestresster wir sind, desto mehr funktionieren wir nur noch – das kenne ich selbst. Nun sind wir aber in einer Welt, in der wir Menschen angeblich nur noch die Aufmerksamkeitsspanne eines Goldfisches haben: Ein paar Sekunden fokussieren, und dann schweiften die Gedanken wieder woandershin. Wie schaffen wir es, im Hier und Jetzt zu bleiben?

Nun – man kann es nicht forcieren, also man kann das nicht erzwingen, denn dann hätte man ja wieder Stress. Die Übung ist vielmehr zu bemerken, wenn man wieder weg ist – und dann aktiv zurückzukommen in den momentanen Augenblick. Das ist vielmehr der Kern der Sache. Alles andere würde nur zu mehr Stress und Verkrampfungen führen – also genau das Gegenteil von dem, was wir uns eigentlich wünschen.

Nicht das Festhalten des Moments, sondern das Wiederzurückkehren in den Moment ist also die Kunst – verstehe ich dich richtig?

Ja, genau. Sonst fühlt man plötzlich so etwas wie Schuld, entwickelt ein schlechtes Gefühl und eine Scham: Ich bin ein Verlierer, ich kann das nicht, und alle anderen können das – das ist Quatsch, ganz viele können es nicht. Achtsamkeit ist eine Lebenseinstellung und eine Haltung. Wie gehe ich mit mir – und selbstverständlich dadurch auch mit anderen – um? Die meisten Menschen gehen mit sich selbst viel kritischer und abwertender

um als mit ihrer besten Freundin. Eine achtsame Haltung sich selbst gegenüber heisst, ich werde mir selbst zur besten Freundin.

Aber wie das meiste im Leben ist auch das eine Frage des Trainings.

Es wird besser. Die Aufmerksamkeitsspannen werden deutlich länger, das ist definitiv so. Ich gebe viele Achtsamkeitskurse für Menschen, die von Depressionen, Angst oder Burn-out betroffen sind. Bei all diesen Gedankenkrankheiten ist es wichtig, vom Kopf in den Körper zu kommen. Deshalb starten wir immer mit dem Bodyscan: den Körper aufmerksam erforschen. Eine wundervolle und ganz einfache, aber nicht simple Übung, um im Fokus und im Moment zu bleiben. Wir spüren bei diesen Bodyscans auch, welchen Bereichen unseres Körpers wir keine Aufmerksamkeit schenken – was wir ausblenden. Die meisten schalten sehr schnell in den Autopiloten, und die Gedanken wandern davon. Das zu entdecken, ist wertvoll. Für uns selbst – aber auch für unsere Beziehungen. Denn viele können auch in Gesprächen mit der Partnerin oder dem Partner nie richtig präsent sein. Sie spüren nicht, was da mit ihnen passiert.

Es gibt ja auch viele Menschen, die all das als Esoterik abtun und sich schwertun mit dem „Spürst du das?“-Thema. Weil sie sich in einem feindlichen Umfeld lebend sehen, wo man ständig Gefahr läuft, gefressen zu werden. Wie komme ich aus diesem Gedankenkino raus – in eine Welt, in der ich mich sicherer und geborgener fühlen kann?

Ich glaube, wir sind als Gesellschaft gerade dabei, mehr über unsere Gefühlswelt zu verstehen und Verletzlichkeit zuzulassen. Ich arbeite auch als Paartherapeutin – aber ebenso mit vielen Führungskräften. Wir wissen, dass in einem Team, in dem mehr psychologische Sicherheit vorhanden ist, auch besser, produktiver, kreativer gearbeitet wird – und sich die Menschen wohler fühlen. Fakt ist: Die Emotionen steuern uns. Wir können diesen Umstand zwar ignorieren, aber er bleibt trotzdem bestehen. Emotionen führen zu Verhalten, und je bewusster wir das wahrnehmen können, desto bewusster können wir unser Verhalten anpassen. Das können wir uns zunutze machen – im Geschäft, aber auch in unseren Beziehungen. Wenn wir unbewusst kommunizieren, lassen wir uns von den Emotionen steuern. Dann haben wir zwei Möglichkeiten, uns zu verhalten: Wir ziehen uns zurück und schweigen – was häufig in einer passiv-aggressiven Haltung endet und nicht selten direkt in eine Erschöpfungsdepression führt. Oder man wird aggressiv, wütend. Und in einer aggressiven Umgebung kann man kaum kreativ sein – unsere Gehirne sind nicht für so ein Umfeld angelegt.

Man sagt ja immer, our brain is wired for love – also das Gehirn ist eigentlich darauf ausgerichtet, Liebe zu suchen in der Welt und nicht, Konflikte zu finden, um es mal ein bisschen philosophischer oder lyrischer auszudrücken.

Genau. Wir sind soziale Tierchen. Wir brauchen andere Menschen, die uns unterstützen, die für uns da sind. Wir brauchen das auch ganz dringend in der Geschäftswelt. Deshalb ist das Angebot von FORTYSEVEN so wundervoll – denn auch die Mitarbeitenden der Wellness-Therme dürfen davon profitieren. Was ja konsequent ist, denn auch sie müssen die Mindful Experience ja vorleben. Und es hat Spass gemacht, dort beispielsweise mit den Leuten am Empfang zu üben, was es heisst, die Gäste willkommen zu heissen. Und als Konsequenz aus diesen

Übungen hat sich auch insgesamt die Kommunikation im Team verändert. Das war wunderschön zu beobachten.

Wie kritisch blickst du denn auf die sozialen Medien?

Sie sind da – aber ich betrachte sie schon mit wachsender Sorge. Ich höre das von meinen Klientinnen und Klienten extrem häufig: wie sehr sie sich von den Inhalten hineinsaugen lassen. Auch hier kommt Achtsamkeitstraining zum Zuge: Kann ich mich beobachten? Konsumiere ich – oder bin ich bewusst am Nutzen von Inhalten? Das ist ein himmelweiter Unterschied.

Es gibt ja auch viele Menschen, die mit sich sehr wenig anfangen können – ohne Social Media.

Ganz genau. Und das ist so etwas Wichtiges, was ich auch oft in meinen Therapien oder Coachings mit den Leuten anschauere: Welche Möglichkeiten gibt es, dass ich angenehme Emotionen wie Freude, Verbundenheit, Geborgenheit, Dankbarkeit im richtigen Leben nähren kann? Sobald ich auch jenseits der digitalen Welt etwas gefunden habe, das mich nährt und freut, ist der Sog nicht mehr so gross. Aber es ist ein Fakt, dass wir mehr Angststörungen sehen in der Praxis. Und weil wir uns im wirklichen Leben schwertun, uns zu binden, Beziehungen einzugehen, wird das ein Teufelskreis. Interaktionen mit anderen Menschen sind aber wichtig, um Bindungen eingehen zu können. Das geht nur bei einem direkten, echten, menschlichen Kontakt. Wir müssen ins Spüren kommen! Und ich weiss, dass das ein Stück weit verpönt ist – aber wir sind spürende und körperliche Wesen. Und wir müssen Herz und Verstand nähren, um auch in einem gesunden Körper wohnen zu können.

Ich verstehe aber durchaus, weshalb Emotionen – vor allem wenn wir merken, dass wir sie nicht kontrollieren können – Angst machen.

Gerade in Situationen, in denen wir beispielsweise trauern, kann uns die Trauer überfluten. Wenn Emotionen keinen Raum bekommen, suchen sie sich ihren Weg nach draussen – wie ein Vulkan. Es braucht etwas Mut, auch in solchen Momenten einfach nur da zu sein.

Hast du ein paar Tipps für Achtsamkeitsanfängerinnen und –anfänger, die sich mit diesem ganzen Thema schwertun?

Im Leben müssen wir oft warten. Diese kostbare Lebenszeit können wir nutzen! Statt zum dritten Mal die News zu lesen, innehalten und deinen Körper spüren, wahrnehmen, wie du gerade in der Welt stehst oder sitzt.

Im Stau stehen wird ab jetzt eine super Achtsamkeitsübung.

Zum Beispiel. Aber es geht nicht darum, wirklich etwas zu tun – zu entspannen oder zu werten oder zu bewerten –, sondern einfach mal wahrzunehmen, wie es mir jetzt gerade geht. Oder zwei Minuten spazieren: Das bewirkt ganz viel! Zu meinen Lieblingsübungen gehört die Schüttelübung – einfach mal durchschütteln von oben bis unten.

Im Qigong heisst das, glaube ich, „Shaking the Tree“ ...

Wir schütteln etwas ab, lockern die Gelenke, bewegen uns – so lange, bis wir merken, dass der Puls sich etwas erhöht.

Was macht das mit der Psyche, dieses Schütteln?

Das löst die Stresshormone, aktiviert den Stoffwechsel. Und meist kann man gar nicht anders, als dabei zu lachen. Das nennt man Vagus-Stimulation. Summen hilft auch schon. Länger ausatmen als einatmen – das sind klitzekleine Übungen, die bereits etwas auflösen, wenn wir im roten Bereich laufen. Es sind ein paar wenige Minuten, die einen riesengrossen Unterschied machen können.



Die Wellness-Therme FORTYSEVEN in Baden ist ein Ort der Erholung, Achtsamkeit und des ganzheitlichen Wohlbefindens. Die Wellness-Therme wurde vom renommierten Architekten Mario Botta kreiert und arbeitet mit der natürlichen Kraft der warmen Thermalquellen, die in Baden seit Jahrhunderten aus der Tiefe sprudeln. Dabei gibt es verschiedene Innen- und Aussenbecken, Saunen, Ruheräume und die multisensorische Erlebniswelt Kosmos, „um Körper und Geist in Einklang zu bringen“, wie es das FORTYSEVEN selbst beschreibt.

IN DEN BRÜCHEN WOHNT DAS LICHT

Valérie de Montmollin stammt aus einer alten Schweizer Adelsfamilie in Neuchâtel – und doch ist ihr Lebensweg nicht der einer Prinzessin. In ihrem Buch „Ich mache einfach – Zwischen Adel, Leid und dem Willen, einfach durchzuziehen!“ bricht sie ein jahrzehntelanges Schweigen: Sie erzählt von sexuellem Missbrauch und Inzest in ihrer Kindheit und von der Gewalt, die sie später in einer Partnerschaft erlebte. Doch ihre Geschichte ist keine über Opfer, sondern über Widerstandskraft und Anpassungsfähigkeit, um zu überleben – aber auch über die Fähigkeit, durch Bruchstellen das Licht zu sehen. Musik wurde zu ihrer Sprache, wenn Worte nicht reichten – zu einem Ort, an dem Schmerz in Klang und Stille in Ausdruck verwandelt werden konnte. Heute führt Valérie die Zürcher IT Di-Visions AG, steht als Sängerin auf der Bühne und engagiert sich für Aufklärung und Bewusstsein rund um Machtmissbrauch. In unserem Gespräch erzählt sie, wie man selbst nach tiefster Dunkelheit wieder Vertrauen finden kann – und warum wahrer Mut manchmal leise klingt, aber hell leuchtet.

INTERVIEW: SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: Welche Eigenschaft von dir würdest du benennen, wenn du sagst, das hat mir die Kraft gegeben, das Erlebte in ein Musikalbum und zwischen zwei Buchdeckel zu packen?

Valérie de Montmollin: Ich denke, es ist eigentlich eher ein Gefühl. Ein Gefühl, rausgehen zu wollen. Ich kann nicht behaupten, dass ich das immer schon wollte. Oder dass es jetzt endlich so weit ist. Oder ich unbedingt singen oder ein Buch schreiben wollte. Es hat sich einfach so ergeben. Mit dem Singen habe ich angefangen, weil es sich gut anfühlte, wieder etwas für mich zu machen. Dann habe ich bemerkt, dass es viel mehr für mich macht als nur Erholung – dass es eine grosse Heilungsquelle ist. Dieses Buch ist nicht jahrelang in mir gereift. Die Bühne auch nicht. Aber sicher möchte ich meine Stimme in die Welt hinaus tragen – das schon.

Aber was war der Auslöser dafür, dass du gesagt hast, ich packe alles auf den Tisch, schreibe ein Buch, nehme ein Album auf und gehe mit meiner Geschichte hinaus in die Welt?

Ich bin nach Paris zu Adeline Toniutti gegangen – sie ist eine der bekanntesten Vocal Coaches ihres Fachs. Ich musste ein Jahr warten, bis ich ein erstes Gespräch mit ihr haben durfte. In der ersten Lektion hörte sie gleich heraus, dass mir etwas widerfahren ist, das etwas in meinem Unterbauch blockiert. Das hat mich innerlich sehr aus der Balance geworfen. Ich hatte gedacht, das mit dem Inzest sei so lange her, dass es gar nicht mehr erwähnenswert sei. Auch die häusliche Gewalt lag mittlerweile lange zurück. Doch all das wurde wieder an die Oberfläche gespült – das war der Auslöser.

Wenn du zurückblickst – was hat dich überleben lassen?

Was mir passiert ist – der Inzest, die Gewalt –, da konnte ich mich irgendwie komplett herausnehmen, mental. Es war fast wie ein

ausserkörperliches Erleben, sodass ich während der Taten wie „ausgeschaltet“ war. Nach den Taten kam ich wieder zu mir. So bin ich mit einem schwarzen Loch in meinen Erinnerungen aufgewachsen. Ich konnte es lange nicht zuordnen. Angefangen hatte alles, als ich sieben oder acht Jahre alt war, und es dauerte bis zu meinem 18. Lebensjahr – obwohl ich mit 17 schon von zu Hause weg war. Aber dieser Onkel kam dann am Nachmittag zu mir in meine eigene Wohnung. Und es passierte wieder. Zehn Jahre nachdem alles geendet hatte, begannen erste Flashbacks, die mich zwangen hinzuschauen. Als ich es zur Sprache brachte, schien das niemanden in der Verwandtschaft wirklich zu schockieren. Meine Mutter wusste, was passiert war. Es war ein offenes Geheimnis.

Dein Vater wusste es auch?

Er sagt Nein.

Aber deine Mutter ...?

Ja. Das war schlimm, dieser Verrat war schlimmer als der Inzest selbst. Aber bis zu dem Zeitpunkt, als die Flashbacks anfangen, war alles weggepackt. Ein paar Jahre später konfrontierte ich meinen Onkel. Er gab es zu. Alle wussten es. Niemand fand es offenbar komisch.

Wurde dein Onkel je verurteilt?

Nein.

Du bist nie zur Polizei gegangen?

Ich war – kurz vor der Verjährung – bei einer Anwältin. Sie hat mir abgeraten, alles vor Gericht zu bringen. Die Gewalt in der Beziehung habe ich dann mit einem Lebenscoach intensiv besprochen. Da war die Situation für mich eine andere. Aber in dieser Zeit hatte ich eine Führungsposition im Geschäft – da konnte ich

FOTOS: OLIVER MALICDEM

Sie hat das Dunkel nicht vergessen – aber gelernt, im Licht zu stehen. Valérie de Montmollin glaubt an Heilung, an Musik – und an Wunder, die man selbst erschafft.

ja nicht weinerlich auftauchen. Ich musste eine starke Frau, eine starke Geschäftsführerin sein. Bei Gewalt in einer Beziehung ist es häufig so, dass man ganz lange nicht wegwill, weil man denkt, das sei etwas Einmaliges. Doch in den Momenten, in denen man diese heftige Form von Gewalt erlebt, gehen gewisse Dinge im Inneren kaputt. Man verliert die Orientierung, den Bezug zur Realität. Hätte ich meinen Coach nicht gehabt – ich hätte das vermutlich nicht überlebt oder wäre heute todkrank, innerlich verwest. Und ich habe mich auch so geschämt, wollte es nicht wahrhaben, dachte immer: Das kann doch nicht sein. Vor allem, weil mein Partner mich ja beschuldigt hat, schuld an seinen Gewaltausbrüchen zu sein. Der andere sagt dir immer: Du provozierst, du machst das nicht richtig, du schaust zu blöd, du telefonierst zu lange.

Wie hast du gelernt, Schuld und Scham loszulassen oder abzulegen?

Bei meinem Onkel war klar, wer der Böse ist – ich war ja noch klein. Da hatte ich diese Scham nicht so stark. Aber als er mir sagte, ich hätte das von ihm verlangt, hat mich das sprachlos zurückgelassen. In der Beziehung aber hatte ich wirklich das Gefühl, ich sterbe an dieser Schuld.

Wie hast du es geschafft, heute mit so hoffnungsvollen Augen vor mir zu sitzen?

Ich hatte einen guten Coach. Sie hat Ordnung in mein Leben zurückgebracht. Sie hat mir geholfen, wieder ein Gespür dafür zu bekommen, was normal ist und was nicht. Ohne professionelle Hilfe wäre ich da nicht herausgekommen – und auch nicht ohne mein engstes Umfeld, ohne die Musik. Die Musik hilft mir, auf einer anderen, tieferen Ebene über alles Klarheit zu gewinnen. Es war bei diesem Vocal Coaching, als Adeline sofort bemerkte, dass in meinem Unterbauch eine Blockade da ist – wie tot. Dass ich auch nicht im Takt war. Durch die Musik wirble ich noch einmal den restlichen Staub auf.

Hast du genug Wörter gefunden, um das, was dir widerfahren ist, adäquat zu beschreiben?

Auf Deutsch war es viel einfacher. Meine Muttersprache ist Französisch – und der Missbrauch geschah in dieser Sprache. Wenn ich auf Deutsch darüber spreche oder schreibe, ist das einfacher als auf Französisch – da fällt es mir sehr schwer. Die französische Fassung des Buches ist deshalb auch noch immer nicht fertiggestellt. Auf Französisch wird es noch einmal wie ein anderes Buch.

Aber es ist extrem schwer für mich. Sehr schwer. Auf Französisch fehlen mir manchmal tatsächlich die richtigen Worte.

Wie findest du in diesen Situationen dann doch die richtigen Worte? Wie hast du sie gefunden?

Nochmals und nochmals und nochmals versuchen – und wieder Hilfe annehmen. Ich gehe mittlerweile jede Woche nach Paris. Jede Woche singen wir Lieder, machen Übungen, die diese Verbindung mit meinem Innersten wiederherstellen sollen. Und langsam wird auch dieser Fortschritt für mich hörbar. Wir machen Übungen mit Bewegung, bei denen ich lerne, diese Muskeln wieder zu benutzen. Oft sind es ganz schnelle Übungen, damit ich gar nicht die Chance habe, mein Gehirn dazwischenzuschalten. Mein Kopf hat alles in eine Kiste gepackt, niemanden hereingelassen – auch mich nicht, obwohl ich es wollte. Das ist extrem intensiv für mich. Manchmal spüre ich, wie ich blockiere. Manchmal singe ich Töne, die nicht schön sind. Es kommt ein Ton aus mir heraus, der nicht das ist, was ich hören möchte. Es ist, als würde ich in einen Raum eintreten, der jahrelang nicht gelüftet wurde – wo die alte Luft steht. Schwer. Und du drückst die Tür aktiv zu. Ich bin so dankbar, dass Adeline das sofort gespürt hat. Am wichtigsten war zu Beginn nicht, Worte für den Missbrauch zu finden, sondern den Schritt aus der Beziehung zu machen – ihn zu verlassen. Es einfach zu tun.

Nun wirst du Lesungen machen, Konzerte spielen, auf der Bühne stehen, Interviews geben. Bist du bereit dafür?

Ich glaube ja. Aber manchmal weiss ich es nicht. Ich habe nun damit angefangen und ziehe das auch durch. Weisst du, vor einiger Zeit bin ich auf eine E-Mail gestossen, die mein Onkel mir schrieb – kurz nach dem Tod meiner Mutter. Die hat mir das Blut in den Adern gefrieren lassen. Zuerst dachte ich: Ich kann das Buch nicht veröffentlichen. Denn was er da sagte – diese Macht in seinen Worten –, war schwer zu ertragen. Dann habe ich mit meinem Coach gesprochen und versucht, das wieder einzuordnen. Es war wie eine Welle der Angst, die durch mich hindurchrollte. Auf einen Schlag war sie wieder da. Aber ich habe sie weggeschickt. Und weiss nun mehr denn je: Ich bin ready.

Ich spüre, während du erzählst, nicht den geringsten Hauch von Rache.

Ich empfinde nicht die Lust, mich zu rächen. Auch nicht am Vater meiner Tochter. Es ist

nur mein Leben. Ich bin 52 Jahre alt und erzähle, was mir in all den Jahren widerfahren ist. Das gebe ich in die Welt hinaus.

Wie geht deine Tochter mit dem Buch um?

Ich musste ihr erst einmal alles erzählen. Sie wusste es nicht – das schier Unausprechliche auszusprechen, war schwer für uns beide. Weil ich all das erlebt habe, habe ich mich in der Erziehung meiner Tochter immer hinterfragt, was ich anders machen kann, wie ich es richtig machen soll. Meine Tochter weiss erst seit letztem Weihnachten über alles Bescheid. Seither scheint sich alles wie beschleunigt zu haben – als dürfte ich nicht noch einmal darüber nachdenken, ob ich meine Geschichte erzähle. Meine Tochter sieht meine Entwicklung und findet es gut. Für mich ist das Buch letztlich auch ein Kraftakt – allerdings ein sehr befreiender.

Hattest du Ghostwriter, die dir geholfen haben?

Nein. Alles stammt aus meiner Feder. Auch die Ideen zum Musikclip. Bei den Dreharbeiten ist mir manchmal ein Schauer durch Mark und Bein gegangen.

Wenn du zurückblickst auf gute Zeiten, auf schöne Momente – welche fallen dir ein?

Ich möchte betonen, dass ich das Leben, das ich bisher hatte, nicht schlimm fand. Es ist ... interessant? Ich bin einfach nur froh, dass diese Episoden hinter mir liegen. Dass ich rausgekommen bin, obwohl ich einen Partner hatte, der mir einreden wollte, ich sei fürs Leben unfähig. Und ein Umfeld, das – statt

mich zu unterstützen – teilweise irritiert reagiert hat. Mit Worten wie „Wie konntest du dir das antun lassen?“ oder „Wieso bist du nicht gegangen?“. Statt zu sagen: „Grossartig, dass du rausgekommen bist.“ Um deine Frage zu beantworten: Ich bin sehr dankbar, dass ich dieses Leben hatte, weil ich so viel für mich daraus ziehen konnte. Und vielleicht glaube ich auch an Wunder. Für mich ist immer alles möglich.

Uff. Ich habe gerade richtig Gänsehaut, wenn du von Wundern sprichst. Wie stellst du dir deine Zukunft vor?

Ich wäre megahappy, wenn mein Geschäft weiterhin florieren würde – und ich weiter aufblühen kann. Durch die Musik und mein Engagement gegen Gewalt. Ich möchte anderen Hoffnung geben. Weisst du – es ist immer richtig. So wie es ist. Es wird für einen gesorgt. Ich vertraue ins Leben. Mein Herz, meine Türen sind offen für ... ja, eben für Wunder.

Aber hast du noch Vertrauen in andere Menschen?

Du hast „Menschen“ gesagt, nicht „Männer“ (*lacht schallend*). Wie soll ich sagen – ich kann Nähe wieder zulassen. Und sehe auch immer wieder Männer, die mir gefallen. Aber das verfliegt meist schnell wieder. Ich kann gut mit mir selbst leben. Und Sex ist sowieso überbewertet, ehrlich gesagt (*lacht*). Alles kann, nichts muss. Mir geschehen so viele gute Dinge – die sehe ich ganz bewusst. Deshalb passt der Titel des Buches so gut: Ich mache einfach.

www.valeriedemontmollin.ch

start
up
ticker
.ch

The Swiss start-up news channel

Focus on
rising stars
Find monthly female
founders news



Daily start-up
news



Get the weekly
newsletter



Ecosystem
directory



Monthly female
founders news



Create your
personal archive

Startupticker.ch is the leading Swiss news platform for start-ups, supporters, innovators, and investors. We provide daily information on company milestones, launches, growth, financing, exits and support offers.

Principal Innosuisse – Swiss Innovation Agency
Key partners of the Startupticker Foundation
Gebert Ruff Foundation, UBS, Deep Tech Nation Switzerland Foundation

WENN SINN STÄRKER IST ALS SICHERHEIT

Warum Altanchimeg ihr CEO-Büro gegen Unternehmertum eingetauscht – und es nie bereut hat

Altanchimeg war CEO eines der grössten Pharma- und Lebensmittelkonzerne der Mongolei. Doch statt Karriere-Sicherheit entschied sie sich für etwas radikal anderes: Sie gründete ihr eigenes Unternehmen – mit dem Ziel, die Menschen von innen heraus zu stärken. Mit traditionellem Wissen und moderner Technologie stellt sie heute Gesundheitsprodukte her, die das Immunsystem stärken und ohne Zusatzstoffe auskommen. Was als mutiges Solo begann, ist eine Bewegung geworden: für weibliches Unternehmertum, für echte Wirkung – und für nachhaltige Gesundheit, die bei der Herkunft beginnt.

INTERVIEW: CLAUDIA GABLER



FOTOS: MUNKIZUL BEKH-OCHIR

Ladies Drive: Altanchimeg, du bist von der grössten Pharmafirma des Landes in die Selbstständigkeit gewechselt. Wie kam es zu diesem mutigen Schritt?

Altanchimeg: Ich habe 20 Jahre lang bei der Monos-Gruppe gearbeitet. In dieser Zeit konnte ich an der Seite von Kolleginnen, Kollegen und führenden Fachleuten der Branche enorme Erfahrungen sammeln. In den letzten fünf Jahren wurde ich zur Geschäftsführerin von Monos Foods berufen, das ich mitgegründet habe. Dort durfte ich den Bereich der Herstellung von Gesundheitsprodukten gestalten und aktiv an der Entwicklung neuer Produkte mitwirken. Das war für mich eine ganz besondere Zeit. All das Wissen, die Erfahrungen und die Lektionen haben mich schliesslich ermutigt und inspiriert, meinen eigenen Weg zu gehen und ein Unternehmen für naturbelassene, gesunde Lebensmittel aufzubauen.

Du bist spezialisiert auf gesundheitsfördernde Lebensmittel mit Fokus auf natürliche Wildfrüchte. Das klingt ein bisschen

nach „back to the roots“ – zurück zu den Ursprüngen. Ist es das?

Aber natürlich! Die wilden Beeren, die in der unberührten Landschaft der Mongolei wachsen, sind ein wertvolles Geschenk der Mutter Natur an uns. Wir verarbeiten sie mit moderner, sicherer Technologie so, dass sie den heutigen Konsumgewohnheiten entsprechen, und bringen sie auf die Tische und in den Alltag der Menschen. Damit ermöglichen wir es unseren Kundinnen und Kunden, täglich von der Kraft und dem Nährwert der unberührten Natur zu profitieren.

Ist es nicht absurd, dass ein Grossteil der Lebensmittel, die wir in den Supermärkten und Convenience Stores erhalten, der Gesundheit nicht nur nicht dient, sondern sogar Schaden zufügt? Wie gehst du damit um?

Heute ist die Auswahl an Lebensmitteln gross, aber es gelangen zu viele Produkte, deren Herkunft unklar ist und die mit künstlichen Aromen und Duftstoffen versehen sind, über den Laden-

tisch. Das ist nicht gesundheitsfördernd. Verbraucherinnen und Verbraucher achten beim Einkauf oft nicht genügend auf die Inhaltsstoffe, Zutaten oder Herkunft. Oder es fehlen ihnen die Informationen, um die Deklaration richtig einzuordnen. Das bringt ihre Gesundheit in Gefahr. Wir möchten nicht nur verkaufen, sondern auch aufklären. Transparente Produktangaben und verlässliche Partner sorgen dafür, dass Konsumentinnen und Konsumenten verstehen, woher unsere Zutaten kommen und wie sie ihre Gesundheit unterstützen.

Auf dem Weg in deine Selbstständigkeit hat dich die schweizerische Stiftung BPN begleitet. Was war für dich am wertvollsten?

BPN hat eine wichtige Rolle in meinem Unternehmen gespielt. Sie bieten nicht nur Schulungen an, sondern ein umfassendes Programm, das Unternehmerinnen und Unternehmer ganzheitlich unterstützt und fördert. Die Trainings in den Bereichen strategische Planung, Finanzmanagement, Personalpolitik, Vertrieb und Marketing waren für mich essenziell. Das Wertvollste bei BPN ist jedoch die Networking-Kultur. Es werden regelmässig Veranstaltungen organisiert, bei denen Unternehmerinnen und Unternehmer voneinander lernen und Erfahrungen austauschen können. Dort konnte ich mich mit vielen Entrepreneurs verbinden, die einen ähnlichen Weg gehen, und mich über echte Herausforderungen und Lösungen austauschen. Darüber hinaus organisiert BPN Besuche in Unternehmen, bei denen man praktische Einblicke gewinnt und neue Ideen oder Methoden für das eigene Geschäft übernehmen kann. Dank BPN habe ich verstanden, dass man ein

Unternehmen nicht nur mit Leidenschaft, sondern auch systematisch, geplant und auf professionellem Niveau führen muss.

Wie viel Flexibilität braucht es, um in deinem Business authentisch und erfolgreich zu bleiben?

Ein Unternehmen ist wie ein lebendiger Organismus, der sich ständig anpasst. Markt, Konsumverhalten und wirtschaftliches Umfeld ändern sich täglich. Deshalb versuche ich, einerseits den grundlegenden Prinzipien und Werten meines Unternehmens treu zu bleiben und andererseits flexibel mit der Strategie, den Produktformen und den Arbeitsweisen umzugehen. Zum Beispiel erfordern Veränderungen im Lebensstil und in der Nachfrage der Konsumentinnen und Konsumenten oft, dass man Verpackungen anpasst oder Vertriebskanäle erneuert. Bei all diesen Veränderungen ist es wichtig, nicht starr zu sein, sondern flexibel und anpassungsfähig – ohne dabei die Kernprinzipien und Werte zu verlieren.

Wie bleibt man beweglich, ohne sich im Anpassungsdruck zu verlieren?

Im Leben wie auch im Geschäft begegnen wir immer wieder Herausforderungen. Wenn man lernt, Schwierigkeiten nicht als Gefahr, sondern als Chance zu sehen, kommt die innere Stärke zum Vorschein. Es ist wichtig, an sich selbst zu glauben, zu wissen, dass selbst der kleinste Schritt ein Fortschritt ist, geduldig zu bleiben und gleichzeitig das Ziel nicht aus den Augen zu verlieren. Am wichtigsten ist es, flexibel zu sein und ein Gleichgewicht zwischen Arbeit und Leben zu bewahren. Das ist aus meiner Sicht die Grundlage für Erfolg.



Wenn Frauen Frauen unterstützen, entsteht mehr als ein Business: Es entsteht Veränderung. Und eine Aufwärtsspirale. Altanchimeg schafft Arbeitsplätze, stärkt die lokale Wirtschaft und bringt Gesundheit in ihr Land. Was ihr noch fehlt? Faire Finanzierung. Lasst uns als Businessfrauen gemeinsam investieren – in Unternehmerinnen wie Altanchimeg, die Verantwortung übernehmen. Der BPN Finanzfonds wirkt mehrfach: Er hilft mittelständischen Unternehmen zu skalieren. Eure Spende bleibt im Fonds. Sobald ein Kredit zurückbezahlt ist, wird das Geld erneut eingesetzt – für die nächste Unternehmerin, die nächste Investition, die nächste Chance. So wirkt eure Unterstützung dauerhaft.

Einige unserer Business Sisters sind bereits aktive Förderinnen und Unternehmenspatinnen – allen voran Sandra-Stella Triebel, Herausgeberin von Ladies Drive sowie Präsidentin und Gründerin der League of Leading Ladies.

Bist du auch dabei? www.bpn.ch/finanzfonds

Unternehmerinnen für Unternehmerinnen

Kleinunternehmen fördern – das ist der Zweck des Schweizer Business Professionals Network (BPN). Seit 2012

ist BPN in der mongolischen Hauptstadt Ulaanbaatar präsent und unterstützt Unternehmer:innen wie Altanchimeg im ganzen Land mit einer auf Werten basierenden Palette an betriebswirtschaftlicher Ausbildung, Beratung, Zugang zu Finanzen, Netzwerk und Coaching. Die Stiftung finanziert sich durch Spenden, welche steuerlich absetzbar sind, und ist ZEWÖ-zertifiziert. www.bpn.ch

**JETZT
UNTERNEHMENS-
PATIN
WERDEN!
bpn.ch**

Bea Petri über Abschied,
Neuanfang und die
Schönheit, sich immer
wieder neu zu erfinden

Bea Petri trifft

BEA PETRI

UND VERABSCHIEDET SICH

In 40 Heften 40 Gespräche – mit 39 Frauen und einem Mann –
in den letzten zehn Jahren. In meinem letzten Artikel möchte ich über
mich erzählen und über mein Leben mit 70 Jahren.

BEA PETRI: UNTERNEHMERIN, MASKENBILDNERIN UND PHILANTHROPIN

FOTOS: THOMAS FEURER

Am 21. Dezember 2016 übergab ich mein Unternehmen schminkbar by bea petri meinen Töchtern Lia und Kim sowie meinem Schwiegersohn Marc Rotter.

Der Gedanke, dass mein geliebtes Unternehmen in der Familie weitergeführt wird, schien mir die beste Lösung – und erfüllte mich mit grossem Glück. Doch dieses Glück währte nicht lange: Ich fiel in eine tiefe Depression. Mir fehlten der Alltag, meine Aufgaben, die inspirierende Kundschaft, die Gespräche mit meinem Team – und meine Töchter. Mein Leben wurde zu einem einzigen Drama.

Dank ärztlicher Unterstützung, vielen Gesprächen und neuen Visionen fand ich Schritt für Schritt zurück. Ich eröffnete meinen Laden bea petri – schönes zum wohnfühlen und ein kleines Beizli. Ich hatte wieder eine Aufgabe, die mir Freude machte – zusammen mit einem Team von Pensionierten, Menschen, die noch lange nicht bereit waren fürs Nichtstun.



Meine Tage bekamen neuen Sinn. Ich fand zurück zur Freude – und zu den bereichernden Gesprächen mit meiner treuen Kundschaft.

Bei Vorträgen, in denen ich über meinen Weg als Unternehmerin sprach, wurde mir bewusst, dass ich mit dieser Erfahrung nicht allein war. Vor allem Frauen erzählten mir, wie schwer es ihnen fiel, plötzlich „pensioniert“ zu sein – mit 64 Jahren, mitten im Leben. Die Kinder längst aus dem Haus, Enkelkinder mit vollen Wochenplänen aus Lernen, Sport, Musik, Geburtstageeinladungen oder Akrobatik.

Viele Grosseltern hüten regelmässig ihre Enkelkinder, um den Jungen zu ermöglichen zu arbeiten, ohne die Kleinen in teure Krippen geben zu müssen. Doch genügt das? Viele meiner einst so spannenden Freunde reden heute fast nur noch über ihre Enkel, zeigen Fotos, schwärmen. Ich bin anders unterwegs. Bin ich deshalb eine schlechte Grossmutter? Muss ich mir ein Gewissen machen, anders zu sein? Ich will arbeiten, reden, lachen, Geschichten hören und Pläne schmieden.

Wie lange kann ich das noch? Ich zähle die Jahre – vielleicht sind es noch zehn, vielleicht nur fünf. Wohin will ich noch? Welche Länder möchte ich entdecken? Was schiebe ich vor mir her – und was will ich noch unbedingt erledigen?

Ich bin Mitglied bei Exit, habe eine Patientenverfügung und arbeite am Testament. Die Zukunft meines Herzensprojekts Nas Mode will ich langfristig sichern. Dieses Projekt darf nicht enden, wenn es mich nicht mehr gibt.

Das ist meine grösste Herausforderung: Wer würde Nas Mode mit so viel Herzblut und Engagement weiterführen wie ich seit 2008 – freiwillig, ohne Entlohnung? Ich beobachte, dass sich viele junge Menschen heute kaum noch für soziale

Organisationen engagieren. Unentgeltlich helfen, sich einbringen, mitmachen – das scheint selten geworden zu sein.

Es gibt so viele Vereine, die keine jungen, innovativen Menschen mehr für ihre Ämter finden. Da sind wir „Alten“ noch gefragt. Doch was geschieht, wenn diese Generation einmal nicht mehr da ist? Werden sich die Jungen dann ändern und vielleicht Freude daran finden, sich freiwillig zu engagieren? Ich weiss es nicht.

Wenn ich Posts für Nas Mode mache und um Spenden bitte, spüre ich, dass die Jüngeren oft wenig Bereitschaft zeigen, etwas beizutragen – obwohl sie meist gute Einkommen haben und sich vieles leisten können. Ich will das keinesfalls verallgemeinern, aber die Tendenz empfinde ich so.

Das mag beim Lesen vielleicht etwas frustriert klingen – bin ich aber nicht! Im Gegenteil: Ich bin meist gut gelaunt, geniesse das Leben, tanze gerne auf verschiedenen Hochzeiten und bin im Herzen jung geblieben. Mein Körper allerdings sieht das etwas anders. Ich habe lange gedacht, ich würde nie alt werden – doch auch mich hat das Alter erreicht: die Haut, der Rücken, die Müdigkeit, die Lust auf Partys – vieles hat sich verändert. Und das ist völlig in Ordnung so.

Ich versuche, neue Wege zu gehen. Einfach ist das nicht, aber ich bleibe dran. In diesem Sinn verabschiede ich mich von meinen treuen Leserinnen – und ich würde mich über eine Begegnung in meinem wunderbaren Laden und Beizli in Steckborn freuen.

Vielen Dank.
Eure Bea Petri

beapetri.ch
nasmode.com
schminkbar.ch



Bea Petri ist Unternehmerin, Moderatorin bei Tele D, Präsidentin des Fördervereins Nas Mode und Autorin. In ihrem Buch *Ungeschminkt* schreibt sie offen über ihr Leben in der Schweiz und in Afrika. *Zwölf Leben* zeigt die Geschichten – mit eindrücklichen Bildern von Melanie Duchene – von jungen Menschen in Afrika, die dank Nas Mode eine Perspektive im Leben bekamen. *Bia entdeckt Afrika* ist ein Kinderbuch über das Leben in Burkina Faso. www.weberverlag.ch

AGIL AUS TRADITION

Wie ein Familienunternehmen seit 120 Jahren Zukunft baut

Seit über 120 Jahren prägt BURRI als Kompetenzzentrum für den öffentlichen Raum die Schweiz – von temporärer Stadtbegrünung über Beleuchtung und Haltestelleninfrastruktur bis hin zu Signaletik und Parkbänken. Dahinter steckt mehr als Handwerk: ein Unternehmen, das Innovation und Tradition in Balance hält. Ein Gespräch mit Sabine Bellefeuille-Burri, Mitglied der vierten Generation des Familienunternehmens BURRI public elements, über Agilität, Innovationskraft und wie man relevant bleibt, ohne die eigenen Wurzeln zu verlieren.



Wenn Innovation aus den eigenen Wurzeln erwächst:
Sabine Bellefeuille-Burri
über das Geheimrezept, wie man über Generationen hinweg relevant und agil bleibt



Ladies Drive: BURRI musste sich immer wieder neu erfinden und anpassungsfähig bleiben in all dieser Zeit. Wie gelingt das?
Sabine Bellefeuille-Burri: Es ging bei uns nie darum, eine Legacy zu bewahren. Jede Generation musste das Unternehmertum neu erfinden – mit Blick auf ihre Zeit und ihre Kundschaft. Wir haben zum Beispiel nie an alten Zöpfen festgehalten. So ist es gelungen, uns immer wieder den neuen Gegebenheiten anzupassen und innovativ zu bleiben. Das funktioniert, weil bei uns nie jemand allein geführt hat. Schon meine Grossmutter leitete die Organisation und entwickelte sie weiter, mein Grossvater verantwortete Innovation, Technik und Kunden. Mein Bruder und ich tun es ihnen gleich. Diese Diversität war unser Glück. Sie sorgt für ständige Erneuerung, ohne die Wurzeln zu verlieren. Natürlich entstehen dabei Spannungen – zwischen Rollen, Generationen, zwischen Tradition und Neuerung. Wir haben gelernt, konstruktiv mit diesem Dualismus umzugehen. Wir waren somit agil, lange bevor das Wort erfunden wurde.

Ihr vergleicht euer Unternehmen gern mit einem Körper. Was meint ihr damit?

Für uns hat das Unternehmen eine eigene Persönlichkeit und funktioniert wie ein Organismus. Jede Abteilung und jeder Mensch hat seine Rolle und trägt Verantwortung. Das Herz schreibt der Leber nicht vor, wie der Körper zu entgiften ist. So bleibt alles im Gleichgewicht. Zudem zeigt das Verbinden verschiedener Perspektiven, dass alles zusammenhängt.

Kreislaufwirtschaft gehört bei euch ganz selbstverständlich dazu.

BURRI wurde 1902 gegründet – in einer Zeit, in der man alles reparierte, weil Rohstoffe knapp waren. Dieses Denken haben wir nie verloren. Wir designen und produzieren modular, was Unterhalt und Anpassung an neue Techniken kosteneffizient macht. So ist über Jahrzehnte sichergestellt, dass der Staat Investitionsschutz hat und der Nutzer Komfort. Das hält öffentliche Räume lebendig und sicher. Alles andere macht aus unserer Sicht keinen Sinn.

Was heisst das konkret im Alltag?

Unsere Kunden sind unsere Arbeitgeber, wir sind die Arbeits-

verteiler. Unsere Mitarbeitenden agieren wie Mit-Unternehmerinnen und Mit-Unternehmer. Sie hören den Kunden zu und haben unsere Werte wie die Kreislauflogik verinnerlicht. Dann suchen sie die nachhaltigste Lösung aus unserem Kompetenzbaukasten. Diese Eigenverantwortung stiftet Sinn.

BURRI spricht vom öffentlichen Raum als „Habitat“. Wie dürfen wir das verstehen?

Der öffentliche Raum ist das, was uns verbindet. Hier entsteht Integration, Sicherheit, Identifikation und Teilhabe – letztlich auch Demokratie. Wenn Menschen auf einem unserer Bänkli sitzen, gemeinsam Zeit verbringen, sich anhand der Signaletik orientieren oder sich dank einer guten Beleuchtung sicher fühlen, dann wirkt BURRI, auch wenn man uns nicht sieht. Wir gestalten Nützliches für die Allgemeinheit – und tun das mit grossem Respekt für das, was andere vor uns geschaffen haben.

Ihr sprecht oft von Heimat ...

Ja, absolut. Für uns ist Heimat jedoch kein sentimentaler Begriff, sondern Ausdruck von Zugehörigkeit. Der öffentliche Raum gehört allen und muss so gestaltet sein, dass sich alle darin aufgehoben fühlen. Sind diese Räume ästhetisch, nutzerfreundlich und anpassungsfähig, werden sie Teil eines lebendigen Ganzen, das Identifikation – und somit Heimat – stiftet.

Und wie stellt man sich gut auf in dieser Zeit, die so sehr im Umbruch ist – wie perfektioniert ihr eure Agilität?

Indem man Wandel nicht fürchtet. Wir sehen ihn als etwas Natürliches – wie beim Körper, der sich ständig erneuert und doch derselbe bleibt. Wir vertrauen auf Handwerk, Verantwortung, Mut und Neugier, Dinge neu zu denken. Und wir glauben daran, dass Menschen mit ihren Talenten etwas schaffen wollen, das einem grösseren Ganzen dient. Bei uns haben sie die Freiheit dazu.

www.burri.world



FOTOS: BURRI PUBLIC ELEMENTS AG

FREDERIKE ASAEL

ist eine Macherin und hat mehrere Unternehmen gegründet. Sie ist zutiefst überzeugt, dass wir die Welt unternehmerisch verändern müssen. Für sie steht fest: Wenn heute über 90 Prozent aller Ressourcen nur einmal genutzt werden, bietet die Kreislaufwirtschaft nicht nur einen Hebel für mehr Nachhaltigkeit – sondern eine riesige unternehmerische Chance. Hier rückt sie Frauen, die diese Möglichkeiten bereits mutig ergreifen, ins Rampenlicht.

FOTO: VALENTINA VERDESCA



SHE TURNED CHEMISTRY INTO ALCHEMY AND GLASS CEILINGS INTO MILESTONES

Meet Dr Joy Spence, Master Blender at Appleton Estate Jamaica Rum – the first woman ever to hold this title in the global spirits industry. Born in Manchester, Jamaica, and trained in chemistry at the University of the West Indies and Loughborough University, she joined Appleton in 1981 and became Master Blender in 1997. Her leadership reshaped not only the world's perception of Jamaican rum but also what it means to lead with curiosity, courage, and a lifelong devotion to excellence. Under her guidance, Appleton's blends – crafted in the lush Nassau Valley, home to the island's oldest rum distillery since 1749 – have won international acclaim. As Spence told VinePair, "Blending is art meeting science – but it's also about emotion." In our conversation, she reveals how passion and patience create legacy – one drop at a time.

INTERVIEW BY SANDRA-STELLA TRIEBL
IMAGES COURTESY OF APPLETON ESTATE

Ladies Drive: What is the scent of your childhood?

Joy Spence: I'm one of the lucky ones because I was adopted. My biological mother was not in a position to raise me, and a wonderful woman took me from birth and, together with my adoptive father, surrounded me with love. They were wonderful parents whose focus was on giving me a good education because they believed in dedication and discipline. We weren't a wealthy family, but I was given every tool I needed for school.

Where exactly did you grow up?

I was born in Manchester, Jamaica – not the UK *(smiles)*. Our parishes are named after British ones. When I was two, my parents moved to Kingston, where I grew up.

What was the scent of this morning? I know you work a lot with your nose in your professional life.

This morning it was the wonderful Blue Mountain coffee I drink every day.

Lucky you! So how did you become a Master Blender? There's no university degree for that.

When I joined the company in 1981, it was as Chief Chemist. My initial mandate was to modernise the laboratory. The Chief Chemist works closely with the Master Blender, so I began working with him. He recognised that I had excellent sensory skills and strong knowledge of the chemistry behind rum manufacturing. He said he would take me under his wing and tutor me because he knew I could become an excellent blender. I had an advantage over him – I could combine sensory skills with chemistry, which he did not have.

Why did you study chemistry in the first place? What drew you to that field?

When I was fourteen, I became very attached to my chemistry teacher. I

would stay after school to help her prepare chemicals for the senior labs, and I grew deeply interested in chemistry. Eventually, I was even tutoring senior students because I knew the preparations so well. She became like a second mother to me, but a year later she died in childbirth. I was devastated and vowed to become the best chemist I could – in her honour.

Sometimes people open doors for us without knowing how much it means, right?

That's correct. I never imagined I'd pursue a career in chemistry. When I reached sixth form, my school didn't even have a chemistry teacher, so I taught myself for an entire year. Eventually, they found someone to help prepare me for the final lab exams. But I was determined – I said I'd study chemistry at university no matter what it took.

What a dramatic yet wonderful story. Could you describe a typical working day for you as a Master Blender?

My focus now is innovation and serving as a global ambassador. I work on developing new products for the market – assessing prototypes, selecting the right blend to present to the marketing team. Beyond that, I travel for interviews and masterclasses at our Joy Spence Appleton Estate Experience, our visitor centre in the middle of the island.

Let's talk about your nose. How do you train your olfactory senses?

First, you must have a natural gift – not everyone does. But that gift has to be developed. Over the years, you memorise aromas. For example, you learn the scent of vanilla and commit it to memory. Then, when you encounter an unknown sample containing vanilla, you immediately recognise it. It takes years of practice to identify and differentiate the many aromas present in our rums.

How many aromas can you identify?

Easily over a hundred.

So there's no chance AI could replace you?

They've tried to develop machines with sensory analysers, but nothing compares to the human nose. It's very difficult – that's one thing still uniquely ours.

As a child, did you already have this heightened sense of smell?

Yes. Even as a child, I'd walk into a room and notice aromas no one else perceived. I realised I had this gift, though I never imagined it would become a career.

Do you have a favourite aroma – one that always makes you happy?

I love the scent of roses, so any perfume I buy must have a dominant rose note. I also enjoy citrus aromas – they're so vibrant. Just this morning I had a lemon cake, and it instantly reminded me of my grandmother's cakes. Scent is powerfully tied to memory – sometimes beautifully, sometimes painfully.

Do you think women are more sensitive to scent than men?

Yes, there's a difference. Women tend to be more sensitive and can identify aromas more quickly. I wouldn't say a female Master Blender is better than a male one, but women often detect aromas faster – maybe it's our maternal instinct.

What are Appleton Estate's latest innovations?

Our most recent release is the Appleton Estate 51-Year-Old, The Legend. It's the oldest rum ever released by Appleton Estate, celebrating our history, provenance and craftsmanship. It pays homage to our beautiful aquifer that flows along limestone riverbeds and is in every drop of our rum. Only 25 bottles were produced, at 62% ABV. The liquid has notes of honeyed raisin, cinna-



mon, spiced fruit, smoky orange, figs, maple, vanilla and warm oak – exceptionally smooth and simply perfection. The packaging is stunning: a heart-shaped bottle representing Appleton Estate at the heart of Jamaica; a clear glass fading into aquamarine to symbolise our water source; a hummingbird – our national bird – on the cap; and straw marquetry evoking sugarcane. It retails at USD 70,000 per bottle.

That seems to be a real unique art piece of rum! In general – what makes Appleton Estate rum so special?

Several factors: our limestone-filtered water; our proprietary yeast strain, passed down since rum-making began at Appleton Estate; our unique fermentation process; and our custom-designed pot stills made in Scotland. These create the signature orange-peel top note that defines our rums. Finally, the ageing and blending craftsmanship – passed down from one Master Blender to the next – ensures quality is built into every stage, not just checked at the end.

What do you drink on a cold winter’s night to warm yourself?

Appleton Estate 12-Year-Old. It has rich vanilla and coffee notes, our signature orange-peel top note, a hint of hazelnut and spiced fruit – complex, deep and perfect to sip neat on a cold night.

Water quality seems crucial for your rum – why is that?

Our aquifer water filters through limestone hills, emerging at Appleton Estate with a turquoise hue and soft, sweet taste, rich in natural ions that enhance fermentation. It’s completely natural and essential to our flavour. If you visit one day, I’ll take you there – it’s peaceful and breathtaking.

When you were appointed Master Blender in 1997, the media called you the first woman in the industry. How did that feel?

A UK PR agency told us there was no other woman Master Blender in spirits – whisky or otherwise. I thought, Oh my goodness, what an achievement for a Jamaican woman! I was surprised and proud, both for my country and for Appleton Estate. I believe I opened doors for other women – many were already doing the work, but companies were hesitant to give them the title. My boss, however, believed in me and ignored the noise.

Do you mentor young women to follow in your footsteps?

Yes. I dedicate time to philanthropic work supporting young women passionate about STEM who can’t afford university. I help with tuition, laptops, glasses, healthcare – whatever they need – because I see their potential and share their passion for chemistry. I’ve received so much; it’s time to give back.

I feel the same way – the older we get, the more we want to give back.

Exactly. When I meet a young woman with that special spark but limited financial means, I step in. I tell them, “You’ll be an excellent chemist one day – maybe even famous.”

You mentioned innovation earlier – what’s next?

Two years ago, we did something different: we finished our eight-year-old rum in 18-year-old Glen Grant Scotch whisky casks. It was released only in Canada but was so well received that people everywhere were trying to get a bottle. It was truly unique.

Finally, what do you hope will remain of you at Appleton once you retire?

I hope everyone continues with the same passion, humility and love that I have for Appleton Estate. It’s part of my DNA. To succeed, you need skill, passion and humility.

Appleton Estate x Boogie

In the heart of Jamaica’s Nassau Valley, where limestone-filtered springs and sun-ripened sugar cane whisper of time, Appleton Estate has matured its rums for 275 + years. For this 21-year-old expression, the company has called upon street-art legend Boogie to translate that heritage into a visual symphony. He transforms a gift-box run of exactly 200 hand-signed artworks into a bridge between tradition and urban expression. The rum itself flows creamy, rich and deep: oak, stewed tropical fruits, cocoa and pepper linger in each sip. What emerges is more than a collector’s bottle – it is a manifesto of craft, culture and courage. Pour one glass, and you taste resilience; lift the box, and you touch art in motion.

www.camparigroup.com

www.appletonestate.com

www.misterchampagne.ch





Frühzeitig planen, bewusst entscheiden.

Sie führen Teams, Projekte und Entscheidungen – und meistern den Alltag mit Bravour. Doch wer beruflich viel Verantwortung trägt, vergisst manchmal, sich um die eigene finanzielle Zukunft zu kümmern. Gerade für Frauen im Management lohnt sich eine frühzeitige Pensionsplanung. Denn wer heute vorausschauend handelt, bleibt auch morgen unabhängig.

Die moderne Arbeitswelt bietet Frauen viele Chancen: flexible Arbeitsmodelle, Sabbaticals oder ein individueller Übergang in die Pensionierung. Doch diese Freiheit hat ihren Preis. Teilzeitphasen, Erwerbsunterbrüche oder variable Boni wirken sich direkt auf die Altersvorsorge aus – oft ohne dass man es unmittelbar merkt.

Karriere, Flexibilität – und die unsichtbare Lücke

Nach der Pensionierung stammen die Einkünfte meist aus AHV und Pensionskasse. Zusammen machen sie häufig nur rund 60% des früheren Einkommens aus. Wer an einen hohen Lebensstandard gewöhnt ist, kann dadurch schnell auch grössere finanzielle Lücken spüren.

Frauen mit Weitblick planen früher

Erfolgreiche Frauen wissen: Planung bedeutet Kontrolle – auch über die eigene finanzielle Zukunft. Ein frühzeitiger Vorsorgecheck schafft Klarheit darüber, ob das eigene Einkommen und Vermögen langfristig reichen. Besonders wichtig ist das, wenn ein Teil des Pensionskassenkapitals ins Eigenheim investiert wurde. Denn Wohneigentum kann zwar Sicher-

heit geben, das darin gebundene Kapital schmälert aber gleichzeitig die Rente.

Eine Pensionsplanung ab 50 ist der ideale Zeitpunkt, um gezielt vorzusorgen und Handlungsspielräume zu nutzen – etwa durch freiwillige Einkäufe in die Pensionskasse, gezielte Anlageentscheide oder eine geschickte Staffelung von Bezügen in den letzten Jahren vor der Pensionierung.

Komplex, aber lohnend: der Blick aufs Ganze

Vorsorge ist nicht nur ein Thema für später. Gerade bei Lebensereignissen wie einer Beförderung, einem Stellenwechsel oder veränderten Familienverhältnissen lohnt sich ein Check der aktuellen Situation. Wer jetzt die Weichen richtig stellt, profitiert im Ruhestand von finanzieller Freiheit – und kann die Früchte des Erfolgs unbeschwert geniessen.

Eine professionelle Pensionsplanung bringt Übersicht, Transparenz und konkrete Handlungsempfehlungen – individuell abgestimmt auf die persönlichen Ziele und Wünsche [helvetia.ch/pensionsplanung](https://www.helvetia.ch/pensionsplanung).

Machen Sie den ersten Schritt: Ermitteln Sie Ihre finanzielle Fitness.

Berechnen Sie mit dem Helvetia Vorsorgecheck, wie gut Sie finanziell für die Zukunft aufgestellt sind. Das kostenlose Online-Tool zeigt Ihnen auf einen Blick, wo Sie stehen – und wo Sie noch Potenzial haben, um Ihre finanzielle Unabhängigkeit zu sichern. Wo Sie Handlungsbedarf entdecken, unterstützen unsere Expertinnen und Experten Sie gerne. Für mehr finanzielle Sicherheit – jetzt und nach der Pensionierung. [helvetia.ch/vorsorgecheck](https://www.helvetia.ch/vorsorgecheck)



DIE ELEGANZ DER FLEXIBILITÄT

Carole Ackermann interviewt Tara Zehnder, Manager in Training

Tara Zehnder ist Manager in Training im Four Seasons Hotel in Hongkong. Sie besuchte die Stiftsschule Einsiedeln, bevor sie den Bachelor an der EHL Hospitality Business School in Lausanne abschloss. Als Präsidentin des Student Council setzte sie sich nicht nur für die Anliegen der Studierenden ein, sondern belebte auch das legendäre Fête Universelle wieder und unterstützte tatkräftig die Initiative Women in Leadership. Parallel zum Studium sammelte sie Erfahrungen im Catering bei Franzoli GmbH, in der Eventplanung bei On AG sowie als Key-Account-Intern bei Nestlé im Vertrieb.

Ladies Drive: Kannst du dich noch an deinen ersten Besuch in einem Hotel erinnern?

Tara Zehnder: Ob es wirklich mein erster war, weiss ich nicht – aber sehr in Erinnerung geblieben ist mir das Anantara Resort in Phuket, Thailand. Nach hektischen Sommerwochen voller Nebenjobs und Schulstunden in Hongkong verbrachten wir unsere Ferien oft in Asien. So durfte ich schon früh asiatische Gastfreundschaft auf höchstem Niveau erleben.

Du hast im Gymnasium den Schwerpunkt Sprachen gewählt – Englisch, Latein und Französisch. Was hat dich daran gereizt, und hilft dir das heute noch?

Ehrlich gesagt wollte ich mit dem Schwerpunktfach Englisch vor allem meine nicht so guten Lateinnoten für meine etwas holprigen Cicero-Übersetzungen ausgleichen ... (lacht). Rückblickend bin ich aber sehr dankbar dafür. Heute erlebe ich täglich, wie sehr Zusammenarbeit von Sprachbarrieren – oder eben -brücken – abhängt. Durch mein Kantonesisch und etwas Mandarin sehe ich täglich, wie fern sich Menschen bleiben, wenn der Austausch aufgrund von Sprachbarrieren fehlt.

Als Abschlussprojekt habt ihr eine Expansionsstrategie für die afrikanische Groupe Azalaï Hôtels entwickelt. Was war besonders daran?

Das Projekt lag mir am Herzen, weil wir erstmals selbst ein Mandat akquirieren mussten. Azalaï ist die erste westafrikanische Hotelmarke, die die lokale Kultur ins Zentrum stellt. Wir hatten die Möglichkeit, nach Abidjan in der Elfenbeinküste zu reisen – eine Erfahrung, die meine Perspektive auf die Welt nachhaltig verändert hat. Besonders freut mich, dass seither jedes

Semester weitere Teams mit Azalaï arbeiten möchten. Für mich ist das Leadership – und ein Stück Legacy.

In deinem Lebenslauf steht, dass Eiskunstenlaufen ein grosses Hobby war. Willst du mehr dazu sagen?

In der Luxusbranche sagt man: „Excellence is never a coincidence.“ Mich ziehen Umfelder an, in denen man ständig nach Verbesserung strebt. Das Eiskunstenlaufen hat mir gezeigt, wie viel Übung, Fleiss, Detailarbeit und auch Tränen hinter einer scheinbar mühelosen Performance stecken – und dass man nach jedem Sturz wieder aufstehen muss. Das prägt mich bis heute.

Du bist in Zürich aufgewachsen, hast aber eine Hongkonger Mutter und dort jeden Sommer verbracht. Welche Erfahrungen helfen dir heute?

Ich habe mich immer sehr auf die Sommerferien in Hongkong gefreut, weil wir dort einen relativ lokalen Alltag führten. Viele Freundschaften aus Sommercamps und -jobs bestehen bis heute. Die Stadt ist für mich eine zweite Heimat geworden, die mir viel Anpassungsfähigkeit beigebracht hat. Heute bin ich sehr dankbar, mit dieser engen Bindung zu Hongkong aufgewachsen zu sein – und ich hoffe, mit meinem Umzug hierhin später meiner eigenen Familie etwas Ähnliches geben zu können. Zudem profitiere ich hier sehr vom dichten Alumni-Netzwerk und vom aktiven Swiss Chamber of Commerce, das mir viele neue Perspektiven eröffnet.

„Survival of the Flexible“ ist unser Hauptthema – wie sieht dein Arbeitsalltag als Manager in Training (MIT) aus?

Ich habe die ersten sechs Monate im „Heart of House“-Teil des Programms absolviert und bin aktuell – nach einer Zeit im House-

keeping – an der Rezeption. Das Besondere am MIT-Programm ist, dass es eigentlich keinen normalen Alltag gibt: Man wechselt alle paar Tage oder Wochen den Job, um später in einer Managementfunktion von diesem Rundumblick zu profitieren und stets beweglich zu bleiben. Gleichzeitig nehmen wir an Meetings teil und arbeiten an Projekten – von Prozessoptimierungen bis hin zu neuen Konzepten oder Mitarbeiterentwicklung.

Was interessiert dich persönlich?

Direkt nach dem Studium wusste ich nicht genau, in welche Richtung ich gehen wollte. Meine Generation hat den Vorteil, jederzeit auf unendlich viele Informationen zugreifen zu können – was auch ein Nachteil sein kann, weil man sich ständig mit anderen vergleicht. Mein Motto ist deshalb, genau so zu leben, dass ich mich gut fühle und stolz auf meine Zwanzigerjahre zurückblicken kann.

Und welche Themen reizen dich besonders?

Sales- und marketingtechnisch finde ich spannend, wie ein Luxushotel etwas so Vergängliches wie Zeit „verkauft“. Eine Nacht im Hotel – auch im schönsten von Hongkong – ist am nächsten Morgen vorbei: Entweder wir verkaufen das Zimmer vorher oder gar nicht. Es gibt keinen End-of-Season-Sale oder „Too Good To Go“-Programm, um das Inventar später noch loszuwerden. Die Zimmer müssen täglich „vor Ablauf“ verkauft werden, ohne dabei die Integrität der Marke zu beschädigen.

Four Seasons ist bekannt für eine besondere Unternehmenskultur. Wie erlebst du das?

Manchmal erinnert mich die Arbeitsweise an die Schweiz: Qualität steht über Quantität. Es geht nicht darum, die meisten oder grössten Hotels zu haben, sondern die besten. Die Liebe zum Detail und zur Maximierung der Zufriedenheit unserer Gäste durch authentische und herzliche Gesten wird intern gefördert und anerkannt – das motiviert mich enorm.

Die Hotellerie ist noch immer männlich geprägt. Beobachtest du Unterschiede im Führungsstil?

In den Top-Positionen gibt es tatsächlich mehr Männer. Interessant finde ich, dass sich Männer und Frauen oft weniger in ihren Fähigkeiten unterscheiden als vielmehr in ihren Ambitionen.

Zum Schluss: Was würdest du jungen Frauen mit auf den Weg geben, die in die Hotellerie wollen?

Oh, wahrscheinlich bräuchte ich diesen Rat selbst auch noch ... (lacht). Unser General Manager hat mir zu Beginn etwas mitgegeben, das ich mir sehr zu Herzen nehme: „Versuche, jeden Schritt in deiner Karriere zu geniessen und überall dein Bestes zu geben.“ Gerade wir ambitionierten jungen Menschen möchten Jobs nicht unendlich lange machen – wir lieben Bewegung! Deshalb sollten wir in der Zeit, die wir haben, unsere Rolle perfektionieren und geniessen, was jede Position einzigartig macht. Und speziell jungen Frauen rate ich, sich zurechtzumachen, zu schminken und sich angemessen zu kleiden – immer. Ich weiss, dass dies etwas kontrovers klingen mag, doch in meiner Erfahrung hat sich das immer gelohnt.



DR. CAROLE ACKERMANN

ist CEO und Mitgründerin der privaten Beteiligungsgesellschaft Diamondscull AG, die in Start-up-Unternehmen investiert. Sie ist Präsidentin der EHL-Gruppe (gegründet als École hôtelière de Lausanne), Verwaltungsratsmitglied der Allianz Suisse, BKW, BNP Paribas Suisse und BVZ Holding und engagiert sich im Vorstand des Swiss Food & Nutrition Valley (SFNV).

PHOTO: TOBIAS SUTTER



Wo Wandel zur Eleganz wird: Tara Zehnder zeigt, wie innere Beweglichkeit zur schönsten Form von Stärke wird.

FOTO: NATALIE YUEN



Glamour SEASON

Glanzvolle Materialien, klare Linien und ein Hauch von Wintermagie: Mode, die mit Eleganz und Raffinesse überzeugt, und Stil neu definiert.



Jacke mit Schal 1290.-, Blazer 1190.-, Hose 529.-, alles **AKRIS PUNTO** Tasche **AIGNER** 529.-



Mantel 799.-, Blazer 529.-, Seidenbluse 299.90, Hose 279.90, alles **MAX MARA STUDIO** Tasche **GIANNI CHIARINI** 369.90

Fein ausgewählte Accessoires verleihen Ihrem Look eine unvergleichliche, elegante Note.



1 Tasche **FURLA** 299.90 2 Stiefeletten **ALOHAS** 279.90 3 Tasche **HIDESINS** 449.90
4 Loafers **CASTELLANO** 249.90 5 Loafers **CASTELLANO** 199.90 6 Tasche **AIGNER** 929.-



1 Cordblazer 649.-, Cordhose 399.90, beides **LUISA CERANO** Shirt **AKRIS PUNTO** 279.90
2 Blazer 499.90, Bluse 329.90, Hose 299.90, alles **LUISA CERANO** Tasche **FURLA** 459.90
Ballerinas **ODARE** 189.90 3 Blazer 529.-, Bluse 299.90, Hose 299.90, alles **MARC CAIN**
Tasche **MAISON MOLLERUS** 529.- Stiefeletten **CARRANO** 199.90 4 Tasche **AIGNER** 649.-
5 Jacke **LUISA CERANO** 649.- 6 Ohrringe **PHANTASYA** 217.- 7 Strickpullover **LUISA CERANO** 399.90
8 Jupe **LUISA CERANO** 299.90 9 Stiefeletten **PAUL KEHL** 199.90



Kunstfelljacke 479.90, Bluse 299.90, Jupe 299.90, alles **LUISA CERANO** Tasche **GIANNI CHIARINI** 329.90



PKZ
MEN & WOMEN

S O F O R T
R A B A T T

20.-

BON N° 515929487985

Gültig vom 3. Dezember 2025 bis 3. März 2026 in allen PKZ MEN & WOMEN-Filialen oder auf PKZ.CH bei einem Einkauf ab CHF 100.-. Dieser Sofortrabatt ist einmalig einlösbar. Nicht gültig auf Giftcards und nicht kumulierbar mit anderen Rabatten/Bons.



FLEXIBILITÄT IM MANAGEMENT

Über Moden und Mythen

Im Managementbereich gibt es immer wieder kurzlebige Trends, sogenannte Managementmoden. Diese Moden sind durch die kollektive Überzeugung gekennzeichnet, dass eine bestimmte Managementtechnik den Schlüssel zu einem rationaleren und besseren Management darstellt. Beispiele aus den letzten Jahren sind „Pay-for-Performance“, Business Process Reengineering, Lean Management und Empowerment.

Diese Managementmoden zielen darauf ab, Probleme zu strukturieren und zu lösen, die zu einem bestimmten Zeitpunkt als besonders wichtig und dringlich angesehen werden. Allerdings zeigt die Erfahrung der letzten Jahrzehnte, dass Managementmoden in immer schnellerer Folge aufeinanderfolgen. Viele dieser Trends setzen sich dennoch durch und überleben, selbst wenn es Zweifel an ihrer tatsächlichen Wirksamkeit gibt.

Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage, ob „flexible Führung“ nicht auch nur eine weitere Managementmode ist. Das Konzept bezieht sich auf die aktuellen Herausforderungen unserer Zeit: Disruption, Krisen, Digitalisierung und gesellschaftlicher Wandel verändern unser Leben und unsere Arbeitswelt in einem Tempo, das wir so noch nie erlebt haben. Auch wenn solche Umbrüche für die Menschheit nicht völlig neu sind, so verunsichern sie doch die heutigen Generationen. Flexible Führung verspricht diese Probleme zu lösen – und erfüllt damit alle Kriterien einer Managementmode.

Erstens wird flexible Führung als etwas Neues, Fortschrittliches, Innovatives, Rationales und Funktionales wahrgenommen.

Im Gegensatz zur autoritären Führung, in der eine einzelne Führungskraft Entscheidungen trifft und klare Anweisungen gibt, während die Mitarbeitenden wenig Mitspracherecht haben, passt sich flexible Führung dynamisch an Veränderungen an und fördert Eigeninitiative und Verantwortungsbewusstsein.

Zweitens verspricht flexible Führung die Lösung für ein akutes Problem: die notwendige Anpassung an sich ständig verändernde Umstände, Technologien, Märkte, Persönlichkeiten und Bedürfnisse.

Drittens wird ein Schlüsselfaktor in den Vordergrund gerückt und eine einfache Umsetzung suggeriert. Dieser Schlüsselfaktor ist die Fähigkeit von Führungskräften, neue Strategien und Verhaltensweisen als Reaktion auf sich ändernde Umstände in Organisationen und Teams anzuwenden. Diese Fähigkeit kann durch Berufserfahrung, Karriereschritte und Schulungen erlernt werden. Flexible Führungskräfte sind sich ihrer eigenen Starrheit und Vorurteile bewusst und erkennen, wann sie offen und neugierig sein müssen. Mit dieser Sichtweise können sie auch in unvorhersehbaren oder stressreichen Situationen entschlossen und überlegt reagieren.

Sie erkennen, wann eine typische Reaktion auf eine Situation möglicherweise nicht angemessen ist, holen unterschiedliche Perspektiven und Feedback ein und experimentieren mit neuen Fähigkeiten und Ansätzen. Dies ermöglicht es ihnen, sich kontinuierlich weiterzuentwickeln und diese Entwicklung auf Mitar-

beitende und Unternehmen zu übertragen. Strategien werden schneller angepasst, Qualifikationslücken identifiziert und angemessene Ziele gesetzt. Unterschiedliche Arbeitsstile und Persönlichkeiten werden berücksichtigt.

Viertens sind Trendsetter wie Harvard Business Review, McKinsey, Forbes, das World Economic Forum und wissenschaftliche Vereinigungen wie die American Psychological Association als Anbieter dieses Managementkonzepts aktiv. Flexible Führung verspricht Unternehmen enorme Effizienzsteigerungen: Sie fördert das Vertrauen in die Führung, steigert Teamleistungen und Widerstandsfähigkeit, regt Innovationen an und führt zu nachhaltigem Wachstum. Durch den Verkauf von Artikeln, Büchern, Schulungen, Tagungen und Beratungen sichern sich Trendsetter neue Märkte und Kundensegmente. Schliesslich kann flexible Führung erlernt werden!

Grundsätzlich ist nichts gegen die kurzfristige Auseinandersetzung mit dem Zeitgeist einzuwenden. Durch die Übernahme von Managementmoden drücken Menschen ihre Zugehörigkeit zu bestimmten Gruppen aus, beispielsweise zu experimentierfreudigen, rebellischen und individualistischen Organisationen, und grenzen sich bewusst von anderen Gruppen ab, wie konservativen und konformistisch geprägten Organisationen. Dies erklärt, warum auf jede Mode eine neue Mode folgen muss. Wenn eine Mode von konservativen und konformistisch geprägten Gruppen übernommen wird, verliert sie für innovative Gruppen an Reiz.

Die Übernahme einer Managementmode wird jedoch problematisch, wenn sie dysfunktional wirkt oder in Bereiche vordringt, für die sie nicht konzipiert wurde. Ein Beispiel hierfür ist die leistungsbezogene Vergütung, auch Pay-for-Performance genannt. Ziel von Pay-for-Performance ist es, Mitarbeitende

entsprechend ihrer individuellen Leistung zu vergüten, um sie zu weiteren Anstrengungen zu motivieren. Das Konzept basiert auf der Idee der Stücklohnzahlung. Dieses Konzept wurde auf das Management und andere komplexe Tätigkeiten übertragen, ohne zu hinterfragen, ob diese Art der Arbeit mit der Arbeit am Fließband vergleichbar ist.

Die dysfunktionalen Aspekte von Pay-for-Performance, wie der Rückgang der Freude an der Arbeit, die Förderung von Manipulationen und Betrug oder die Vernachlässigung nicht vergüteter Aufgaben, sind mittlerweile hinlänglich bekannt. Eine Rücknahme von Pay-for-Performance ist jedoch schwierig, da sich Mitarbeitende an diese zusätzliche Gratifikationsform gewöhnt haben.

Insofern ist vor einer blinden Übernahme des Konzepts der flexiblen Führung zu warnen. Es ist offensichtlich, dass das Konzept nicht auf alle Organisationen und Tätigkeiten übertragbar ist. Während der Einsatz bei Tätigkeiten, die auf intrinsische Motivation, Eigenverantwortung und Kreativität der Mitarbeitenden angewiesen sind, plausibel und wenig neuartig erscheint, ist eine Übertragung auf einfache, standardisierte Routineaufgaben wenig erfolgversprechend. Organisationen sind Märkten überlegen, weil sie einen Ordnungsrahmen vorgeben und innerhalb dieses Rahmens koordiniert vorgehen. Dieser Ordnungsrahmen und der damit verbundene Wettbewerbsvorteil gehen verloren, wenn alles marktähnlich flexibilisiert wird.

Zuletzt überfordert das Konzept die Führungskräfte selbst. Flexible Führung stilisiert die Führungskraft zur eierlegenden Wollmilchsaue, die sich am Ende selbst aufgibt und verliert. Hiervon profitiert höchstens die wachsende Coaching-Industrie, aber weder die Führungskraft noch das Unternehmen.

Seien Sie also klug: Ein Trend ist nicht immer Ihr Freund.

PROF. DR. KATJA ROST

ist Professorin für Soziologie an der Universität Zürich sowie Privatdozentin für Wirtschaftswissenschaften. Katja Rosts Forschungsschwerpunkte liegen im Bereich der Wirtschafts- und Organisationssoziologie, der digitalen Soziologie, sozialer Netzwerke und Diversität und Reproduktionsforschung. Sie ist Mitglied des Universitätsrats der Universität Luzern und stellvertretende Vorsitzende des „Center for Higher Education and Science Studies“. www.suz.uzh.ch/de/institut/professuren/rost.html

FOTO: IOHN FLURY



WELLNESS FÜR ZWEI GEWINNEN

Gewinnen Sie einen von fünf Tageseintritten für zwei Personen in die Wellness-Therme FORTYSEVEN – inklusive Zugang zu Bad, Sauna und Kosmos.

fortyseven.ch/swiss-ladies-drive

FORTYSEVEN
WELLNESS-THERME BADEN

JETZT
EINTRITTE
GEWINNEN





FLEXIBILITY IS POWER

She's transformed telecoms, tech, and now energy. For Henriette Wendt, COO at Axpo, success in business isn't about rigid plans – it's about empowerment, trust, and the courage to seize opportunities when they appear. In this candid conversation, she reveals why flexibility beats certainty, how values carry leaders through crises, and why the best careers are written in pencil, not ink.

Ladies Drive: You've led major transformations across telecoms, tech, and now energy. What has taught you most about agility as a leader?

Henriette Wendt: For me, agility means two things: empowerment and iteration. Leaders shouldn't try to predict the next ten years in detail. Instead, we work in short cycles – six months, sometimes less – so we can learn, adjust, and move forward. That way of working builds resilience: when change comes, you can shift direction without losing momentum.

And empowerment?

It's the very foundation of leadership. Without it, people can't do their best work. My role is not to tell people what to do, but to set a clear direction and goals. My teams then find the best way forward, and we refine the path together. Empowerment is about trust – it's what makes people shine.

You are originally from Denmark but have lived and worked in many different coun-

tries: the UK, Sweden, and Switzerland. How did you experience Swiss work culture?

The first shock was the lack of women. In Sweden, my management team was balanced – half women and half men. In Switzerland, I was often the only woman in the room. That is starting to change, but the shift is slow. I try to drive it personally within my own teams. Diversity is important for Axpo – not only regarding women. It gives the company a broader view of things and helps foster innovation. Swiss work culture is also more hierarchical and methodical. Scandinavians are informal, pragmatic, and quicker to experiment. Sometimes I wish Switzerland would adopt new tools or digital solutions faster.

Speaking of digitalisation: this is certainly one of the key themes at Axpo. Does digitalisation drive flexibility?

Definitely – but only once the basics are in place. I often say: first you build the house, then you choose the furniture. At Axpo,

digitalisation has made us more efficient and more effective: faster, better quality, fewer resources. The energy sector is moving from centralised power plants to decentralised production – solar panels, wind turbines, and so on. As Switzerland's largest energy producer – we supply 40% of the energy consumed – we play an important role in this transformation process. Its complexity demands smarter systems and new business models. In many ways, flexibility enables digitalisation, which then creates even more flexibility.

Your motto is that business is built on teamwork and trust. How do you ensure this across cultures?

Trust and empowerment are two sides of the same coin. You can only empower people if they have transparency – if they see the bigger picture and know whether it makes sense to go left instead of right. In global teams, that clarity is essential. Strong leadership teams aren't just a group of brilliant individuals; they're people who respect and like each other, who align on goals, and who communicate openly. You really discover the strength of a team when you're under pressure or in crisis.

Can you share a situation where flexibility strengthened trust?

When I moved to Sweden, the company

was emerging from a corruption scandal. Everyone was under fire, and my team was new and uncoordinated. We were talented individually but ineffective together. Instead of pushing harder, I took a timeout: we sat down to figure out how we wanted to work, what rules we needed, and how we could support one another. At first, my team thought this was a luxury we couldn't afford under so much pressure. But the result was the opposite – we became more resilient, more united, and far stronger in the long run.

What are your non-negotiables as a leader?

First, people come first. In transformation, strategies change, projects shift, and priorities are rewritten. But you always have to ask: what does this mean for the people? Nothing succeeds without alignment.

Second, I live by values – not the ones written on posters, but the ones you practise daily. In tough times, values are your operating system.

Third, transparency. No surprises. Whether news is good or bad, I prefer being upfront. That honesty is the foundation of trust.

Your advice to future leaders – especially women – on "survival of the flexible"?

Keep your options open. Don't plan too far ahead or assume careers are straight lines. Create opportunities by staying curious, talking to people, and networking. Studies show that those who build broad networks often find better opportunities and earn more. Sometimes you'll accept a job that isn't perfect, but it can open unexpected doors. Flexibility is about creating choices, not sticking rigidly to a plan.

Did you ever take an unplanned path yourself?

Always. I never had a master plan. I studied economics to keep doors open, then went to Paris for my master's. Later, I joined consulting because it left many options on the table. And throughout my career, the biggest opportunities arrived at inconvenient moments. You rarely feel fully ready, but you need to take the risk anyway. Flexibility, trust in yourself, and courage to step in – that's what has shaped my journey.

www.weadvance.ch

ANPASSEN, OHNE SICH ZU VERLIEREN

Wenn ich ehrlich bin: Ich fand es furchtbar. Plötzlich war ich zu Hause. Kein Zug, kein Meeting, kein Termin. Stattdessen Homeschooling, Einkaufen, Kochen. Mein Kalender war leer, aber mein Kopf war es nicht. Ich fühlte mich eingesperrt in einer Rolle, die ich längst hinter mir glaubte.

Corona hat mich gezwungen zu bleiben. Und genau dieses Bleiben hat mich verändert. In den ersten Wochen war ich unruhig, fast wütend. Ich hatte das Gefühl, mein ganzes berufliches Leben sei auf Pause gedrückt worden. Ich, die immer unterwegs war – plötzlich festgenagelt mit Kindern, die Fragen stellten, für die ich keine Antworten hatte. Und doch, mitten in diesem Chaos, begann etwas Neues zu wachsen. Zwischen Schulaufgaben, Spaghetti und Wäschebergen entstanden Momente, die ich sonst nie erlebt hätte. Ich sah meine Kinder wirklich. Nicht zwischen zwei Terminen, nicht auf der Uhr, sondern in ihrem Alltag, in ihren kleinen Sorgen und grossen Ideen.

Je länger ich blieb, desto klarer wurde mir: Ich war nicht gefangen, ich war angekommen. Ich lernte, dass Flexibilität nicht heisst, sich zu verbiegen oder alles zu kontrollieren. Es bedeutet loszulassen, ohne aufzugeben. Das Leben hatte mir die Freiheit genommen, aber mir etwas anderes geschenkt: den Raum, neu zu denken.

Mein Business hat sich danach verändert – ganz von selbst. Weniger perfekt, aber lebendiger. Ich habe aufgehört, alles gleichzeitig zu wollen, und mich gefragt: Was macht wirklich Sinn?

Ich habe Projekte beendet, die nicht mehr zu mir passten, und neue Wege eingeschlagen, die ehrlicher waren. Heute weiss ich: Erfolg hat weniger mit Geschwindigkeit zu tun als mit Klarheit.

Diese Erfahrung hat auch meine Sicht auf Führung verändert.

In meiner Arbeit mit Verwaltungsrätinnen, Unternehmerinnen und Führungsteams sehe ich es immer wieder: Die, die sich weiterentwickeln, sind nicht die Lautesten oder die Härtesten. Es sind jene, die neugierig bleiben, zuhören und sich selbst hinterfragen können.

Flexibilität ist kein Zeichen von Schwäche. Sie ist ein Ausdruck von Vertrauen – Vertrauen in sich selbst, in das Team, in den Prozess. Wer weiss, wofür sie steht, kann sich bewegen, ohne sich zu verlieren.

Gerade im Leadership geht es nicht darum, auf jede Veränderung sofort zu reagieren, sondern darum, innezuhalten, die Richtung zu prüfen und dann bewusst zu entscheiden, ob und wie man den Kurs ändert. Diese innere Beweglichkeit ist heute vielleicht die wertvollste Ressource, die wir haben.

In der Natur überleben nicht die Stärksten, sondern die, die sich wandeln können, ohne ihre Identität zu verlieren. Ich finde diesen Gedanken tröstlich. Er zeigt, dass Anpassung kein Verrat an sich selbst ist, sondern ein Ausdruck von Lebendigkeit.

Wenn ich heute zurückblicke, bin ich dankbar für diese Zwangspause. Sie hat mir beigebracht, dass Stillstand nicht Stillstand ist. Dass man manchmal anhalten muss, um wieder zu sehen, was wirklich zählt. Und dass wahre Flexibilität nicht im Tun liegt, sondern im Sein.

Ich weiss heute: Manchmal zwingt uns das Leben zum Innehalten, damit wir wieder in Bewegung kommen – aber diesmal in die richtige Richtung.

Vielleicht ist genau das die grösste Form von Freiheit.

MYLÈNE THIÉBAUD

Seit Anfang 2024 ist Mylène Thiébaud CEO des SwissBoardForum und engagiert sich dort für die Professionalisierung der Verwaltungs- und Stiftungsratsarbeit durch praxisnahe Wissensvermittlung und Erfahrungsaustausch. Mit ihrer Firma Transformy GmbH unterstützt sie seit 2019 CEOs als Sparringspartnerin. Sie hat einen ETH-Abschluss in Lebensmittelwissenschaften, ist eidg. dipl. Marketingleiterin und zertifizierte Coachin für strategische Interventionen. Privat ist sie Mutter von zwei Teenagern (14 und 16).



LET'S FLEX!

Wer flexen will, muss flexibel sein. „Flexen“ ist das Jugendwort für „Angeben“ oder „Bluffen“. Aber das dürfte schon bald wieder überholt sein. Sprache unterliegt einer stetigen Evolution. Gewisse Begriffe setzen sich durch, andere sterben aus. Dialektwörter wie „Sommervogel“ für Schmetterling gehen verloren. Sprachliche, soziale und kulturelle Entwicklung – die sogenannte „Soziogenese“ – schreitet schnell voran, vor allem in Zeiten der KI.

Die biologische Evolution nach Darwin verläuft viel gemächlicher. Damit sich eine ganze Spezies der Umwelt anpassen kann, braucht es mehrere Generationen und den Zufall! Zufällige Genmutationen bewirken, dass sich eine Art verändert oder gar eine neue entsteht. Diese biologische Evolution heisst „Biogenese“. Meist besetzen neue Arten spezielle Nischen, in denen sie bessere Chancen zur Fortpflanzung haben. Fledermäuse sind biologisch gesehen fliegende Hunde oder nachtaktive Pferde, die per Schallwellen „sehen“ können. Sie gleichen nur äusserlich Mäusen oder Ratten und ihr Umriss weist zufälligerweise eine grosse Ähnlichkeit mit dem menschlichen Becken auf. Dafür sind Sommervögel keine Vögel, sondern eher Vogelfutter, Insekten. Bei ihnen ist die Entwicklung innerhalb der Lebensspanne, die sogenannte „Ontogenese“, besonders interessant. Sie schlüpfen aus den Eiern als Raupen und verpuppen sich. Diese Verwandlung entpuppt sich als Überlebenshilfe.

Biologisch-genetisch gesehen steckt unsere Spezies noch immer in Steinzeitkörpern. Nur das Gehirn ist ein neuzeitliches, es kann viel flexibler reagieren als der Körper. Die grösste Hilfe dabei ist die Sprache. Sie kann von Generation zu Generation das gesamte Wissen der Menschheit weitergeben. Wir müssen Erfahrungen nicht selbst innerhalb unserer Ontogenese machen, um etwas zu lernen.

Gewisse Erfahrungen möchten wir uns ohnehin lieber ersparen: den Geschmack von Energydrinks, eine Rede von Donald Trump, den Anblick unangeforderter Dickpics. Und Schmerzen. Extremsituationen. Lieber tot sein, als noch länger so zu leiden! Lieber jegliche moralischen Bedenken über Bord werfen, als mit ihnen unterzugehen!

Frauen berichten oft von der Geburt als einer Extremsituation, in welcher das steinzeitliche Erbe übernimmt. Das Gehirn ist zu keinem klaren Gedanken mehr fähig, bloss noch irgendwie funktionieren, den Schmerz aushalten oder durch flexible Umlagerung halbwegs erträglich machen. Bindegewebe, Organe und Becken der Frau sind maximal flexibel, wie sonst könnte ein ganzer Kinderkopf durch den Geburtskanal passen? Ein Kopf mit dem Durchmesser eines Kürbisses! In meinem Fall wäre dies natürlich ein Patisson – zumindest, wenn es sich bei meinem Kind um einen Sohn handeln würde. Patis-Son.



PATTI BASLER

ist eine Schweizer Bühnenpoetin, Autorin und Satirikerin. Die studierte Erziehungswissenschaftlerin gehört zu den erfolgreichsten Kabarettistinnen der Schweiz und feiert auch in Österreich und Deutschland Erfolge. Wer sie einmal gesehen hat, wird ihre gereimten Ungereimtheiten nicht mehr so schnell vergessen. Die ehemalige Lehrerin ist unter anderem „Kolumnistin des Jahres 2022“ und Trägerin des „Salzburger Stiers 2019“.

www.pattibasler.ch

FOTO: ROLAND TÄNNLER



ILLUSTRATION: ETSCHGI

Allzu grosse Kinder und allzu enge Becken wurden von der Evolution aussortiert. Frauen mit diesen Merkmalen und deren Nachwuchs überlebten die Geburt nicht. Heute können sich diese Eigenschaften dank moderner Medizin weitervererben. Deshalb muss die Geburtsmedizin flexibel sein und immer auch einen Kaiserschnitt in Betracht ziehen. Rechenmodelle gehen sogar davon aus, dass in wenigen Generationen fast keine natürlichen Geburten mehr möglich sein werden, es sei denn, wir Frauen suchen uns nur noch Erzeuger mit kleinen Köpfen.

Je weiter wir in der Ontogenese fortschreiten, oder ganz prosaisch: Je älter wir werden, desto unflexibler wird unser Körper. Wenn das Iliosakralgelenk verklemmt, durchfahren uns stechende Schmerzen, fast so stark wie beim Gebären und in derselben Körperregion, aber ohne die Freude danach. Allerdings auch ohne, dass man weitere zwanzig Jahre Verantwortung, Schmerz und Angst für ein Wesen mittragen muss.

Wer die kindliche Flexibilität erhält, hilft dem Nachwuchs. Selbst mit bestens angepasster Genetik (the fittest) müssen wir flexibel mit der Soziogenese Schritt halten. Gerade Frauen sollten den Spagat lebenslänglich beherrschen.

Fantasie ist die Flexibilität der Gedanken. Sie beflügelt uns dann, wenn der Körper unflexibel ist. Lahmgelegt durch unerträgliche Schmerzen, krank, ill, Iliosakralgelenk sei Dank, erkannte die Illustratorin die Ähnlichkeit von Fledermäusen mit dem Becken. Dessen formgleiche Gestalt mit Faltern. Selbst das Steissbein weist ein Muster auf wie die Puppe eines Sommervogels.

Ist der Körper winterlich unflexibel, verleihen wir dem Geist die Flügel eines Sommervogels. Wir flexen mit Kreativität, heben ab, ohne Energydrink, dafür mit geistiger Flexibilität. So können wir beim Umfeld besser landen als mit Dickpics. Let's flex.

EVERYTHING IS TEMPORARY

"The greatest danger in times of turbulence is not the turbulence – it is to act with yesterday's logic."

– Peter Drucker

Just sit with that for a moment. Whether it's a rainbow, a phase in your life, or a global situation – nothing is permanent, not even the life of a human being. Life is a continuum of death and rebirth. Yet in our minds, we believe we are separate from the world around us – or somehow above nature – and thus in control of this natural cycle of death and rebirth, whether it concerns a human life, a relationship, or the way we do business.

If we are to embrace flexible leadership, we must let old habits die in order to make space for new ones to be born.

Until a few years ago, life was relatively constant, with little or no significant change – which gave us the impression that we were, more or less, in control. Now, as life shifts at an unprecedented pace, this illusion quickly dissolves. We begin to realise that the only thing we truly control is how we respond to the world around us – a world in which each of us is an integral part.

Interestingly, people have come up with all kinds of new leadership styles to deal with these changes – servant, transformational, inclusive leadership – and now we're talking about flexible leadership. All of these styles reflect innate human traits that we were born with but have somehow forgotten.

Perhaps it's time to remember what it means to be human – and to come together to find the best way to navigate a changing world, one that benefits everyone.

LEARNING FLEXIBILITY FROM ANCIENT CULTURES

Ancient cultures also faced change. How did they respond?

To begin with, change was seen as part of the natural cycle of life – and therefore not feared. These cultures did not cling to existing habits; they simply adapted their lives as needed. Decision-making about how best to move forward was carried out by elders coming together to share their wisdom and perspectives. In the end, they reached a community consensus. If this meant moving to a new location with more resources during a drought, they simply did it. Today, we attach names to these natural processes that we see mirrored in nature – in both the animal and plant kingdoms. Flexibility was probably easier back then because many ancient cultures led nomadic lives and believed deeply that we are all in this together.

In today's world of material possessions and separation – this is mine, that is yours – an unhealthy form of ego has emerged within each of us. It is an ego that must be in control (resisting growth and change), needs to win (driven by superiority), and cannot tolerate being wrong (defensive, unwilling to admit fault).

When we recognise the existence of this unhealthy ego in ourselves as leaders – and are willing to change as a result – it becomes far easier to embrace flexible leadership. To bring the concept of flexible leadership into the modern world, we can look to the work of leadership expert Kevin Eikenberry.

FLEXIBLE LEADERSHIP

Kevin Eikenberry believes that **intentional flexibility** is essential to thriving in today's complex, chaotic world. In his book *Flexible*

Leadership: Navigate Uncertainty and Lead with Confidence, he highlights why leaders must break away from personality labels, habitual thinking, and outdated practices.

He reveals how leaders can intentionally develop a **flexible mindset, skill set, and habit set** – moving beyond comfort zones to handle uncertainty and complexity more effectively. According to Eikenberry, the biggest mistake leaders make is failing to realise that flexibility requires conscious intention: habitual, learned responses no longer work.

Flexible leadership demands a willingness to do things differently. In today's complex world, things are no longer black or white. It's not about approach A being good and approach B being bad – it's about approach A being right for one situation, approach B for another, and perhaps even an approach C for something else entirely.

Before responding to any situation, we must ask ourselves: am I reacting the way I always do – or does this situation call for more flexibility?

FLEXIBLE YET ROOTED

While we need to remain flexible, that does not mean we lack a solid core – something that gives us strength and connects us in a meaningful way. A tree without strong roots will be uprooted in turbulent winds, while one with solid roots will stand firm.

Our roots are our purpose and values – the glue that holds people and organisations together.

The Iroquois Confederacy's "**Seventh Generation Principle**" is one of the most powerful examples of staying true to values amid change. The Iroquois believed that every decision – political, social, or environmental – should consider its impact on people seven generations into the future.

This meant that change was never resisted, but filtered through their moral and ethical lens. Even as times changed, their core values of stewardship and responsibility remained constant.

Translated into today's context, company values can serve as an anchor – guiding decisions and actions through uncertainty.

CONCLUSION

The rate of change and the growing complexity of the world are immense. It is vital that we do not allow ourselves to be rushed. Under pressure, we tend to revert to habitual responses – those rooted in an unhealthy ego or disconnected from our deeper purpose and values.

Taking a step back, slowing down, and crafting a more conscious, intentional response will always be worth it.

MARINA PARRIS

Leadership and Life Coach, MBA

Author & Publisher

www.marinaparris.com

PHOTO: CATHERINE JANE SCHWEIZER



ANPASSUNG?

Nein danke!

Anpassungsfähigkeit ist ein Schlüsselerfolgswort. Nicht die Stärksten, sondern die Anpassungsfähigsten überleben am besten und am längsten – das zeigt die Evolution. Doch Anpassungsfähigkeit hat mit Anpassung etwa so viel zu tun wie Honig mit Zuckerwatte, auch wenn beides zuckerig und süss ist. Das macht Anpassungsfähigkeit zu einem zweiseitigen Schwert, das mit Sorgfalt gehandhabt werden will.

Gerade in Zeiten grosser Umbrüche wird lauthals nach Anpassung verlangt: Die Zeiten haben sich geändert! Es braucht neues Verhalten, Verzicht, Opfer, Umdenken! Dies wird uns zurzeit von allen Seiten zugerufen. Doch von wem? Anpassung an was genau? Anpassung wofür? Was ist denn das Ziel der neuen Ausrichtung? Was ist der neue Purpose? Wer steht dahinter?

Nehmen wir's vorweg: Die einen verlangen Anpassung, die andern passen sich an. Zu welcher Gruppe gehörst du? Tatsache ist, dass mit Anpassung noch nie etwas Neues kreiert wurde. Das machen die andern – nämlich jene, die sich nicht anpassen. Dies bringt uns zu einem wichtigen Unterscheidungsmerkmal: Sind die Fakten, an die wir uns anpassen müssen oder sollen, menschengemacht – oder gehören sie den Naturgesetzen an? Im ersteren Fall könnten sie auch verändert werden, vor allem durch die, die sich nicht anpassen. Im zweiten Fall wäre es töricht, sich ihnen nicht zu unterwerfen, denn Naturgesetze sind eben Naturgesetze – und solange wir Teil der „Natur“ sind, gelten sie auch für uns.

Das ändert nichts am Schlüsselerfolgswort der Anpassungsfähigkeit. Die Fähigkeit, auf Veränderungen nicht nur zu reagieren, sondern sie zu antizipieren und sie proaktiv mit Innovationen und Umgestaltungen zeitnah zu nutzen, ist essenziell. Anpassungsfähigkeit hilft uns ausserdem, mit unseren Mitmenschen besser auszukommen – und, last but not least, erleichtern wir uns das Leben ungemein, wenn wir ab und zu „mit dem Flow“ gehen, statt dauernd gegen den Strom zu schwimmen. Dies macht Anpassungsfähigkeit zu einer sehr komplexen und differenzierten Kompetenz – eher wie ein kompliziertes Molekül als wie ein Atom.

Zu einer gut entwickelten Anpassungsfähigkeit gehören unter anderem:

Selbstreflexion und Selbsterkenntnis.

Nur so können wir unsere Denk- und Handlungsmuster hinterfragen, veraltete, nicht mehr gültige Glaubenssätze ablegen und eine Menge an Frustration verhindern – etwa dann, wenn Erfolgsfaktoren nach Paradigmenwechseln keine Erfolgsfaktoren mehr sind.

Kognitive Flexibilität, das heisst das Talent, Perspektiven zu wechseln, in Alternativen zu denken und besser mit Komplexität und Mehrdeutigkeit klarzukommen. Überleg dir als Experiment nur einmal, wie die Welt aus Sicht deiner Katze oder deines Wellensittichs aussieht. Für Fortgeschrittene: wie ein Migrant die Schweiz wahrnimmt.

Lernbereitschaft und ein „Growth Mindset“.

Das umfasst die Bereitschaft, sich weiterzuentwickeln, Fehler als Lernchancen zu nutzen, Altes loszulassen und ein grosses Interesse an kontinuierlicher Verbesserung und Veränderung zu zeigen.

Emotionale Resilienz.

Ohne sie gelingt es uns schlecht, mit Stress, Druck und Unsicherheit umzugehen oder Rückschläge und Unglücksfälle gut zu verarbeiten. Wenn wir emotional resilienter – also stabiler – sind, haben wir in der Regel auch ein besseres Selbstvertrauen und weniger Angst. Dies einfach als Nebenwirkung.

Soziale Flexibilität und Empathie.

Damit stellen wir uns sensibler auf andere Menschen ein, sind bereiter zuzuhören, kommunizieren besser – und gestalten sowie pflegen dadurch langfristige, tragfähige Beziehungen.

Proaktive Veränderungsbereitschaft – also nicht nur reagieren, sondern aktiv das Zukünftige gestalten, Unübliches ausprobieren, Neues initiieren und Verantwortung übernehmen für die Veränderung.

Anpassungsfähigkeit ist also nicht eindimensional, sondern bedingt ganz viele Eigenschaften und Teilkompetenzen. Dies im Gegensatz zur Anpassung: Mit Anpassung schaffen wir nichts Neues, sondern wir lassen Neues schaffen. Zwar hat Anpassung durchaus nützliche Seiten: Wir gehören dazu, wir sind „Mainstream“ und kriegen und generieren wenig Widerstand, kurzum, wir sind pflegeleichter. Wir schwimmen dann halt so mit, was sich ja zwischendurch ganz angenehm und komfortabel anfühlt. Doch aufgepasst: Anpassung darf nie eingefordert werden, sondern wird freiwillig gegeben – nämlich dann, wenn du den Purpose, das Ziel, die Entwicklung mittragen willst, weil sich das für dich richtig und wünschenswert anfühlt. Warum einen eigenen Weg gehen, wenn du mit andern zusammen das Ziel schneller und sicherer erreichen kannst? Warum nicht Unterstützung bieten, wenn jemand etwas verwirklichen will, das dir ebenfalls am Herzen liegt? In diesen Fällen ist Anpassung positiv.

Kritik- und hirnlose Anpassung andererseits macht uns zu willenlosen Schafen.

Erzwungene Anpassung schafft Aggression und führt zu Sabotage und Rache. Wenn es gilt, für Ethik, Menschlichkeit und Werte einzustehen, dann ist es wichtig, die Standards hochzuhalten, zu verteidigen und dem Abwärtstrend Grenzen zu setzen. Bleib stark, wenn Stabilität, Klarheit und Kontinuität gefordert sind, denn nicht alle Veränderungen sind Verbesserungen! Schau vor allem ganz genau hin, an wen und an was du dich anpasst, denn längerfristig hat Anpassung Auswirkungen auf deinen Charakter – und die Zugehörigkeit zu einer Gruppe wird mindestens von aussen teilweise als Identität wahrgenommen. Anpassungsfähigkeit ist demzufolge eine Kompetenz und keine Pflicht. Sie braucht Bewusstsein, Grenzen und Wertorientierung.



CHRISTINA KUENZLE, B.A., MBA, M.S.

ist Unternehmerin und Managing Partner von Choice, einer Firma für Executive und Business Coaching. Ihre Schwerpunkte sind die Erschliessung von Potenzial, Karrieremanagement, High-Performance-Teams, Konfliktlösung sowie zukunftstaugliche Modelle für die Führung und Veränderung in der Wirtschaft. Sie arbeitet live und virtuell, sowohl in Deutsch als auch in Englisch. www.choice-ltd.com und www.kuenzle-coaching.ch

FOTO: GALLUS WIRNER

FLEXIBILITÄT?

Ja, aber nur in Balance mit Authentizität

Es ist einer dieser wunderbaren Abende: hochkarätige Vorträge mit anschliessendem Netzwerken, Essen und Trinken. Allein die Impulse der charismatischen Redner entfachen ein Feuerwerk an Ideen und Anregungen. Das anschliessende Networking beim exquisiten Apéro setzt dem Ganzen noch die Krone auf. Die Inspiration, der Drive, die positive Energie sind bis in die letzte Ecke des Saals spürbar und ansteckend. Aus diesen inspirierenden und beglückenden Veranstaltungen ergeben sich häufig für Spitzenperformer wertvolle Kontakte und weitere interessante Projekte. Energiegeladene, kreative Schnelldenker treffen aufeinander und entwickeln Projektideen mit exponentiellem Ideenreichtum.

Kognitive Flexibilität, kombiniert mit Neugier und einer gesunden Portion Lebensfreude, ist eine grosse Stärke – doch genau darin liegt auch eine subtile Gefahr: Wer zu viele attraktive Möglichkeiten gleichzeitig in der Hand hält, gleicht jemandem, der an unzähligen Options-Luftballons festhält. Zunächst steigt man in die Lüfte – beflügelt von Begeisterung und Ideen. Doch je höher man steigt, desto mehr kann man vom eigentlichen Kern – den ursprünglichen Ambitionen und Werten, die Orientierung und Antrieb geben – fortgetragen werden.

Dabei ist kognitive Flexibilität neurobiologisch betrachtet nichts anderes als die Fähigkeit des Gehirns, Denk- und Handlungsstrategien dynamisch an neue Situationen anzupassen. Sie entsteht durch neuronale Plastizität – durch die Fähigkeit des Gehirns, seine Verbindungen ständig anzupassen, zu erneuern und weiterzuentwickeln.

Kognitive Flexibilität eröffnet Horizonte – jedoch ohne innere Klarheit kann sie auch dazu führen, sich in den Möglichkeiten zu verlieren.

Flexibilität bedeutet nicht, jedem Luftballon der Gelegenheit hinterherzufliegen. Entscheidend ist, die richtigen Ballons bewusst auszuwählen: Chancen wahrnehmen, Optionen prüfen und gleichzeitig stabil im Kern bleiben. Neurowissenschaftlich betrachtet ist kognitive Flexibilität ein dynamischer Prozess: Sie basiert auf der funktionellen Vernetzung unterschiedlicher Hirnregionen, die es dem Gehirn ermöglichen, je nach Situation zwischen verschiedenen Netzwerkzuständen umzuschalten. Genau dieses Umschalten befähigt, sich schnell auf neue Anforderungen einzustellen – solange der innere Fokus erhalten bleibt.

Flexibilität tut unserem Gehirn gut.

Sie hält die neuronalen Netze lebendig, fordert Synapsen heraus, neu verschaltet zu werden, und baut festgefahrene Automatismen ab. Kognitive Beweglichkeit entsteht nicht nur durch abstrakte Denkaufgaben, sondern auch durch alltägliche Anpassungen, die unser Gehirn auf Trab halten. Selbst sprachliche Flexibilität ist eine Wohltat: Wer regelmässig neue Begriffe,

Redewendungen oder Sprachspiele ausprobiert, trainiert Aufmerksamkeit, Erinnerungsfähigkeit und mentale Wendigkeit. Dabei geht es längst nicht nur um Fremdsprachen. Auch generationenübergreifende Anpassung fordert unsere kognitiven Kapazitäten heraus. Wenn Senioren nachvollziehen können, warum der Enkel „die Base chillen“ muss oder was „cringe“ bedeutet, bleiben die betagten Semester geistig am Puls der Zeit. Wer flexibel denkt, ist offen für Neues, kann sich in wechselnden Kontexten bewegen und bewahrt dabei die eigene Stabilität.

Während Flexibilität den mentalen Raum öffnet, entscheidet Authentizität darüber, ob dieser Raum zu Wachstum oder Unruhe führt.

Dies ist zentral: Leistung allein garantiert keine Erfüllung. Erst innere Kongruenz – die Übereinstimmung zwischen Denken, Fühlen und Handeln – schafft Stabilität und Zugang zu Wirksamkeit. Dann agiert das Gehirn im Einklang mit dem Selbstbild, Motivation entsteht intrinsisch und Energie wird zielgerichtet eingesetzt. Fehlt diese Kongruenz, entsteht subtile Reibung – man funktioniert weiter auf hohem Niveau, doch die Leistung kostet zunehmend Kraft, statt Energie freizusetzen.

Flexibilität bedeutet nicht Beliebigkeit, sondern die Fähigkeit, den eigenen Führungsstil oder das individuelle Handeln situationsgerecht anzupassen, ohne die eigenen Werte zu verlassen. Neurobiologisch zeigt sich diese Fähigkeit durch eine hohe Konnektivität zwischen den Netzwerken: Das Gehirn kann schnell zwischen Analyse, Empathie, Entscheidung und Reflexion umschalten.

Kognitive Beweglichkeit ist der Motor dieser Anpassungsfähigkeit.

Sie beschreibt die Fähigkeit, Denkmuster zu wechseln, Perspektiven einzunehmen und neue Lösungen zu generieren. Menschen mit hoher kognitiver Flexibilität können unter Unsicherheit bessere Entscheidungen treffen – sie denken nicht in „richtig“ oder „falsch“, nicht in „so haben wir das immer schon gemacht“, sondern in Optionen.

Adaptive Führungsfähigkeit ist dabei die übergeordnete Kompetenz, die das Individuum und Führungskräfte gleichermaßen benötigen: die Fähigkeit, flexibel auf wechselnde Anforderungen zu reagieren, Entscheidungen situationsgerecht zu treffen, Emotionen und Werte auszubalancieren und gleichzeitig Orientierung zu geben. Sie entsteht genau dort, wo kognitive Beweglichkeit, emotionale Regulation und wertebasiertes Handeln zusammenwirken.

Flexibilität und Authentizität sind somit keine Gegensätze, sondern komplementäre Prozesse. Wer flexibel, authentisch und resilient agiert, steuert sowohl sich selbst als auch andere souverän – mit Haltung, Energie und Klarheit.

DR. EVELYN MAUCH, MHBA

ist leitende Ärztin bei santé24, dem telemedizinischen Anbieter der Schweizer Krankenkasse SWICA, Fachärztin für Neurologie und erklärt mit Freude an neurophilosophischen Themen, wie unser Gehirn fühlt, denkt und entscheidet. Die gebürtige Deutsche ist Gründungsmitglied von Women for the Board und u. a. im Advisory Board des Start-ups Hirncoach. Als Speakerin bringt sie komplexe neurowissenschaftliche Zusammenhänge verständlich auf den Punkt – reflektiert, pointiert, stets mit wirklichem Interesse am Menschen.

FOTO: ULRIKE SOMMER



WARUM DIE WELT SICH DREHT

und du dich anpassen darfst

Kennst du das Gefühl, wenn sich alles um dich herum verändert, aber du dastehst wie in Stein gemeisselt? Vor ein paar Wochen sass ich mit einer Unternehmerin zusammen, die mir erzählte: „Alex, ich fühle mich wie ein Dinosaurier. Jeden Tag kommen neue KI-Updates, neue Tools, neue Strategien. Alle reden von Flexibilität – aber ich weiss nicht mal, wo ich anfangen soll.“

Das kenne ich. Als ich ins Business kam – mit Legasthenie, ohne Studium, aber mit zwanzig Jahren Militärerfahrung –, musste ich schnell lernen: Die Welt dreht sich permanent weiter. Und wir Menschen haben manchmal das Gefühl, es müsse alles so bleiben, wie wir es in Stein gemeisselt haben. Das ist die grösste Illusion, die es gibt.

DIE ENERGIE IST PERMANENT DA – SIE VERÄNDERT SICH

In meiner Eliteeinheit haben wir gelernt: Es gibt keinen „normalen“ Tag. Jeder Einsatz bringt neue Herausforderungen. Du kannst noch so viel planen – die Realität vor Ort entscheidet. Genau das ist auch die Energie des Lebens: Sie ist permanent da, sie verändert sich, sie geht weiter.

Heute erlebe ich das täglich in meinem Business. KI-Tools entwickeln sich rasant. Was gestern funktionierte, ist heute schon wieder überholt. Viele meiner Klientinnen sagen: „Wir können KI nutzen“ – aber wenn ich nachfrage, können sie keinen einzigen Prompt selbst schreiben. Da ist es wichtig, zuerst das System zu verstehen – wie es funktioniert, wie es tickt – und es dann Schritt für Schritt ins Business einzupflegen. Was mich an der Flexibilitätsdebatte nervt? Dass viele denken, das sei etwas Neues. Nein – das ist das Leben. Das Leben war schon immer so. Das gibt es seit Tausenden von Jahren. Es ist eine Illusion zu glauben, wir könnten etwas Neues daraus machen.

WENN FLEXIBILITÄT ZUR FALLE WIRD

Ich bin sehr flexibel – manchmal zu flexibel. Weil ich sehr hellsehtig bin, springe ich oft auf neue Sachen auf, bevor die Menschen überhaupt bereit dafür sind. Das war einer meiner grössten Lernpunkte: Flexibilität bedeutet nicht, jeden Trend mitzumachen. Es bedeutet, sich anzupassen, ohne sich selbst zu verlieren.

Als Kind mit Legasthenie musste ich früh lernen: Ich muss immer zeigen, was ich kann, auch wenn ich nicht schreiben kann. Menschen stufen dich ein, auch wenn sie dich nicht

kennen – nur weil sie sehen, dass du etwas nicht kannst. Sie hängen dich auf an den Momenten, in denen du Schwäche zeigst.

Das war schmerzhaft – aber es hat mich gelehrt, dass wahre Flexibilität bedeutet: Du passt dich an die Situation an, aber du bleibst bei deinen Werten. Du darfst dich verändern, ohne dich zu verbiegen.

DIE WELT DREHT SICH – UND DAS IST GUT SO

Stell dir vor, die Welt würde stillstehen. Wie langweilig wäre das? Die permanente Veränderung ist das, was mich antreibt: jeden Tag neue Herausforderungen, jeden Tag die Möglichkeit zu wachsen.

Für Female Leaders bedeutet das: Du darfst aufhören zu glauben, du müsstest alles kontrollieren. Die Welt dreht sich – mit oder ohne dich. Aber du kannst entscheiden, ob du mitgehst oder stehen bleibst.

DREI SCHRITTE FÜR DEINE FLEXIBLE FÜHRUNG

1. Verstehe das System, bevor du es nutzt.

Bevor du das nächste Tool implementierst oder den nächsten Trend mitmachst: Nimm dir Zeit zu verstehen, wie es funktioniert. Nicht oberflächlich – wirklich verstehen.

2. Bleib bei deinen Werten, auch wenn sich alles ändert.

Flexibilität bedeutet nicht, dass du deine Prinzipien über Bord wirfst. Im Gegenteil: Starke Werte geben dir den Rahmen, in dem du flexibel sein kannst.

3. Geh Schritt für Schritt vor.

Du musst nicht alles auf einmal ändern. Kleine, bewusste Anpassungen sind nachhaltiger als radikale Umbrüche. Du darfst dir Zeit lassen.

Die Welt dreht sich weiter – das ist sicher. Die Frage ist: Drehst du dich mit oder kämpfst du gegen die Bewegung an? Was ist deine grösste Herausforderung beim Thema Flexibilität? Wo spürst du, dass Veränderung nötig ist, aber der Mut noch fehlt?

Mehr Impulse für deine flexible Führung findest du in meinem kostenlosen Bootcamp – einfach QR-Code scannen und direkt loslegen.



ALEX HURSCHLER

ist Profiler, ehemaliger Elite-Soldat und Business-Coach. In über 20 Jahren hat er Menschen aus Kriegsgebieten gerettet und Hunderte Unternehmer durch ihre grössten Krisen begleitet. Mehr Informationen unter www.alexhurschler.ch

FOTO: CHRISTIAN HOLZKNECHT

FLEXIBILITÄT UND INNOVATION

„Wer immer tut, was er schon kann, bleibt immer das, was er schon ist.“

Henry Ford

Jedes Jahr im Februar trifft sich der deutsche Mittelstand im beschaulichen Schwäbisch Hall – beim **Gipfeltreffen der Weltmarktführer**. Die diesjährige Veranstaltung brachte – auch im Hinblick auf die Bundestagswahlen und die Hoffnungen auf eine „bessere“ Zukunft – ein Thema in den Mittelpunkt, das selten so offen diskutiert wird: den **zeitlichen Fokus von Unternehmen**.

Während einige mutig in die Zukunft blickten – etwa Jägermeister mit seinen KI-Initiativen –, konzentrierten sich andere stärker auf aktuelle Herausforderungen. Christoph Werner, Vorsitzender der Geschäftsleitung von dm-drogerie markt, brachte den Kern des Spannungsfeldes prägnant auf den Punkt: „Wie viel Zukunft trägt die Gegenwart – und wie viel Gegenwart braucht die Zukunft?“ Diese Frage beschreibt die Gratwanderung zwischen Bewährtem und Neuem – und damit die Notwendigkeit von Flexibilität. Besonders relevant ist sie für die in Schwäbisch Hall zahlreich vertretenen **Hidden Champions**: jene familiengeführten Unternehmen, die in globalen Nischenmärkten führend sind, aber selten im Rampenlicht stehen.

TIEFE STATT BREITE – STÄRKE UND RISIKO DER HIDDEN CHAMPIONS

Der Erfolg dieser Unternehmen gründet meist auf **Tiefgang, Fokus und organisatorischer Beweglichkeit**. Sie innovieren, indem sie profundes Wissen in eng definierten technischen Domänen aufbauen. Das führt zu kontinuierlichen Fortschritten – oft messbar an beeindruckenden Patenzahlen. Doch die Kehrseite dieser Spezialisierung liegt auf der Hand: Wer zu sehr auf das eigene Know-how vertraut, riskiert, externe Impulse zu übersehen. Die Innovationskraft bleibt häufig **inkrementell statt disruptiv** und damit auf die eigene Nische bezogen. Das Perfektionieren bestehender Technologien sichert zwar kurzfristig die Marktführerschaft, schränkt jedoch die Fähigkeit ein, auf unerwartete Veränderungen zu reagieren. Wissenschaftlich belegt ist dieser Zielkonflikt schon lange: Eine zu starke Orientierung an bestehenden Kunden und Märkten (sogenannte „**Exploitation**“) reduziert die technologische Diversifikation oder die Entwicklung neuer Geschäftsmodelle (sogenannte „**Exploration**“) – und damit die Vorbereitung auf Zukunftsbrüche.

WENN SPEZIALISIERUNG ZUR FALLE WIRD

Ein Beispiel liefert das traditionsreiche Maschinenunternehmen **Waldrich** aus Coburg, das Anfang des 20. Jahrhunderts zu einem globalen Leader für Präzisionsmaschinen in der Schwerindustrie aufstieg – mit tiefer Spezialisierung, hohem Exportanteil sowie Fokus auf Handwerkskunst und Leistung.

Mutmasslich wurde der enge Produktfokus Anfang der 2000er-Jahre zur Belastung. Anstatt in die Zukunft investieren zu können, musste man sich immer stärker auf den **Erhalt bestehender Kundenbeziehungen** konzentrieren. Mehrere Eigentümerwechsel –

zunächst wegen Nachfolgeproblemen, später aufgrund von Insolvenzen – führten diese Entwicklungen schliesslich zur Übernahme durch die chinesische **Jingcheng Holding**. Der Fall verdeutlicht: **Operative Exzellenz allein reicht nicht**. Unternehmen müssen unmittelbare Ziele wie Effizienz, Verbesserung und Ressourcenschonung mit strategischer Vorausschau verbinden. **Technologiescouting**, mutige Investitionen und eine Offenheit für Neues sind keine Option, sondern Voraussetzung für Zukunftsfähigkeit.

ÖFFNEN, VERNETZEN, LERNEN

Ein Weg dahin führt über **Partnerschaften** mit Forschung, Universitäten oder Start-ups – Prinzipien der Open Innovation. Auch Waldrich beschreitet inzwischen diesen Weg mit Kooperationen und neuen Geschäftsfeldern wie der Halbleiterindustrie. Ebenso wichtig sind Co-Entwicklungen mit Kunden und interdisziplinäre Teams. Familiengeführte Hidden Champions haben oft Vorteile: Sie denken langfristiger und können Ressourcen, Wissen und Innovation besser synchronisieren. Gleichzeitig kann der Wunsch nach Bestand auch zu Risikoaversion führen.

WER ZUKUNFT GESTALTEN WILL, MUSS SIE DENKEN KÖNNEN

Ein Beispiel für einen Hidden Champion, dem es gelingen dürfte, Gegenwart und Zukunft zu meistern, ist **Nemetschek**. Die Spezialisierung des Softwareanbieters auf den **Lebenszyklus von Bauwerken und Infrastruktur** sichert heute die operationale Exzellenz. Gleichwohl investiert Nemetschek in aufkommende Märkte (Film und Gaming), treibt die digitale Transformation – unter anderem mit strategischen Venture-Investitionen und Kooperationen – voran und sichert sich damit die eigene Zukunft.

Wie zukunftsorientiert ein Unternehmen ist, lässt sich oft an seiner Kommunikation ablesen: am Wortlaut der Jahresberichte, von Pressemitteilungen oder Gesprächsnotizen. Auf individueller Ebene daran, wie oft Errungenschaften oder Leistungen der Vergangenheit zitiert werden – oder im Gegensatz dazu künftige Ereignisse benannt werden.

Die Gegenüberstellung von kurzfristigen versus langfristigen semantischen Textpassagen oder direkte Befragungen zu Prioritäten und Risikotoleranz lassen ferner Schlüsse bezüglich der **temporalen Orientierung** zu. Auch der Planungshorizont liefert Hinweise: Je länger er reicht, desto stärker ist der Zukunftsfokus ausgeprägt. Letztlich geht es um eine zentrale Frage: **Besitzt das Unternehmen die nötige Flexibilität, um Gegenwart und Zukunft miteinander zu verbinden?**

Nur wer diese Brücke baut, wird seine ausserordentliche Marktposition morgen noch behaupten können. Die Nutzung des Kerngeschäfts in der Gegenwart macht Sinn – doch ständig in der Komfortzone zu bleiben und weiterzumachen „wie bisher“, kann tödlich sein.

DR. TERESA VALERIE MANDL ist gebürtige Deutsche und wohnhaft in Zürich. Seit 2003 führt sie mit T.V.T swissconsult ihre eigene Firma im Bereich Unternehmensberatung für Innovationsmanagement, Produkt- und Dienstleistungsentwicklung. Darüber hinaus ist sie u. a. Dozentin an der Hochschule Luzern sowie an der Zürcher Hochschule für Angewandte Wissenschaften.

FOTO: MARCO BLESSANO



DU BIST, WAS DU LIEST

PRÄSENTIERT VON
orell.
 mein Buch **füssli**

Unsere Buch-Highlights aus der Sisterhood und darüber hinaus

ZUSAMMENGESTELLT VON DÖRTE WELTI, CLAUDIA GABLER, MOIRA EGGER UND SANDRA-STELLA TRIEBL | FOTOS: PRESSE

RAUS AUS DER KLISCHEEFALLE

Man ertappt sich dabei, zu denken: Jetzt beschwer dich doch nicht, liebe Gesine Cukrowski. Du bist berühmt, da muss man doch dankbar sein und sich nicht wundern, wenn's auch mal ruppig zugeht und Kritik kommt. Genau davon hat die deutsche Schauspielerin die Nase voll – von „stereotypen Klischees, die wir täglich durch Film und Fernsehen aufsaugen“ und die uns im Alltag begegnen. Sie hat sich auf über 230 Seiten buchstäblich ihre Wut über die Zustände in ihrer Branche vom Leib getippt. Und auch da könnte man sagen: Okay, die Film- und Fernsehbranche „ist halt so“. Gesine Cukrowski rechnet aber mit der gesamten Situation über die immer noch herrschende (auch so ein Wort: herr-schend) Benachteiligung von Frauen ab. Zitat: „Solange die Bezahlung von Frauen, in welchem Berufsfeld auch immer, einen so eklatanten Unterschied aufweist, können die Geschlechter nicht als gleichwertig empfunden oder bezeichnet werden. Kein einziges Prozent ist hinnehmbar. Unsere Talente, unsere Fähigkeiten und unser Wissen sind keine Sonderangebote vom Grabbeltisch.“ Streckenweise ist das Buch feministisch, Männer kriegen ihr Fett weg. Aber sie hat im Kern so was von recht – und das Buch ist amüsant bis informativ und augenöffnend. 2023 hat Gesine Cukrowski mit Silke Burmester von Palais F*luxx die Initiative „Let's Change the Picture“ ins Leben gerufen, die sich für eine stärkere Sichtbarkeit von Frauen ab 47 im deutschen Film einsetzt, wofür sie mit diversen Awards ausgezeichnet wurde.



Gesine Cukrowski: Sorry Tarzan, ich rette mich selbst!

Verlag: Herder

< Direkt bestellen bei Orell Füssli



„ICH MACHE KEINE CHARITY!“

Was 2008 mit der Bitte begann, in Ouagadougou, der Hauptstadt von Burkina Faso in Westafrika, professionelles kosmetisches und maskenbildnerisches Know-how zu vermitteln, ist heute zu einer funktionierenden Bildungsinstitution für junge Menschen in Ouagadougou gewachsen.

Bea Petri war es, an die diese Bitte damals herangetragen wurde – Inhaberin und Gründerin des Schminkbar-Imperiums, das heute von ihren Töchtern und ihrer Familie geleitet wird. Bea Petri, die eine langjährige Autorin und Contributorin in der Welt von Ladies Drive ist, wehrt sich stets gegen die latente Aussage, sie würde „ein bisschen Charity“ machen. Sie tut weit mehr als das: Sie schafft Perspektiven, hat in Ouagadougou ein funktionierendes Netzwerk mitaufbauen geholfen, das inzwischen längst autonom wächst, und mit Nas Mode, einer Ausbildungsstätte, bewiesen, was die jungen Benachteiligten dieser Region leisten können. Zwölf Geschichten junger Frauen hat Bea Petri jetzt in einem Buch zusammengefasst – illustriert mit eindrucksvollen Fotos der Schaffhauser Fotografin Melanie Duchene.



Bea Petri / Melanie Duchene: Zwölf Leben

Weber Verlag

< Direkt bestellen bei Orell Füssli



WIE LEBENSMITTEL WIRKEN

von Gaby Stampfli und Damaris Lienhard zeigt eindrücklich, wie Nahrung weit über den klassischen Nährwert hinaus wirkt: Sie beeinflusst unseren Körper, unsere Psyche und den Rhythmus unseres Lebens – und beweist, dass wir eben deutlich mehr sind als unsere Gene. Du bist, was du isst! Auf 128 beeindruckenden Seiten erklären die Autorinnen die subtilen Zusammenhänge von Tages- und Verdauungsrhythmus, Stoffwechsel und Bewusstsein und geben ganz konkrete, praktische Tipps, wie Lebensmittel Teil einer ganzheitlichen Lebensführung werden können. Das Buch richtet sich an Menschen, die nicht einfach „gesund essen“ wollen, sondern verstehen möchten, was Lebensmittel wirklich mit uns tun. Damaris Lienhard führte über drei Jahrzehnte gemeinsam mit ihrem Mann die Direktion des 4-Sterne-Superior-Hotels Hof Weissbad in Appenzell Innerrhoden. Ihr wundervoller Kräutergarten ist öffentlich und einen Besuch wert.



Gaby Stampfli und Damaris Lienhard:

Wie Lebensmittel wirken

Alpstein Verlag

< Direkt bestellen bei Orell Füssli



KÖRPER, ZWANG UND AUFLEHNUNG

„Die Vegetarierin“ von Han Kang, Trägerin des Literaturnobelpreises 2024, erzählt die Geschichte der Südkoreanerin Yeong-hye, deren Leben nach brutalen Alpträumen eine radikale Wendung nimmt: Sie beschliesst, vollständig auf tierische Produkte zu verzichten. Diese Entscheidung wird von ihrer Familie und der Gesellschaft als aufständische Rebellion gegen die Norm empfunden – mit zunehmender Isolation als Folge.

Der Roman ist in drei Akte gegliedert: Der erste Teil fokussiert auf Yeong-hyes Entschluss und die erschütterte Reaktion der Familie, der zweite widmet sich ihrem obsessiven, erfolglosen Künstler-Schwager, und der dritte schildert, wie ihre Schwester mit dem Zusammenbruch der familiären Ordnung umgeht. Han Kang behandelt in ihrem international bekannt gewordenen Werk tiefgründig Themen wie die Verletzlichkeit des Körpers, weibliche Unterdrückung und den Aufstand gegen gesellschaftliche Zwänge – ausgezeichnet für ihre intensive, poetische Prosa.



Han Kang: Die Vegetarierin

Aufbau Verlag

< Direkt bestellen bei Orell Füssli



INDIGENE WEISHEIT UND MYTHEN

Ja, die Pflanzen tragen eine Weisheit in sich. Sie haben eine Seele. Ein

Gedächtnis. Eine Verbindung zu uns. Denn sie nähren und ernähren uns. Robin Wall Kimmerer ist eine US-amerikanische Ökologin und eine Potawatomi. Sie hat mich an die Poesie der indigenen Sprachen erinnert. Und dank diesem Buch weiss ich, was ein „Puhpowee“ ist – nämlich etwas, das über Nacht wächst. Es beschreibt die Kraft, die bewirkt, dass Pilze über Nacht aus dem Boden schiessen.

Ihr Buch hat mich aber auch daran erinnert, dass wir in der westlichen Welt nicht gelernt haben, eine Verbindung zur Erde, zur Natur aufzubauen, die auf Augenhöhe ist. Die Natur ist uns untertan, denken wir. Wir können die Ressourcen nutzen, sie gehören uns ja, wenn wir das Land besitzen. So etwas wie eine „ehrbare Ernte“ ist für uns häufig ein Fremdwort. Wir nehmen, was wir kriegen können. Robin Wall Kimmerer lädt uns ein, unsere Glaubenssätze zu hinterfragen – und vielleicht die eine oder andere Weisheit der indigenen Stämme zu übernehmen.



Robin Wall Kimmerer: Geflochtenes Süßgras.

Die Weisheit der Pflanzen

Aufbau Verlag

< Direkt bestellen bei Orell Füssli



JEEP WRANGLER

JE SUIS FLEXIBELLE

Ein Raunen ging durch die Foren der Welt, als 2021 allmählich klar wurde: Selbst der Kult-Wrangler soll verschwinden und durch ein Elektromodell mit neuem Namen und neuem Look ersetzt werden – zumal in Europa. Jeep-Enthusiasten weinen dem kantigen Kultobjekt deshalb jetzt schon nach.

TEXT: SANDRA-STELLA TRIEBL | FOTOS: ASTARA PRESSE



Unser Testfahrzeug im schnellen Überblick

Modell: Jeep Wrangler 4xe Plug-in-Hybrid (Benziner)
Systemleistung: 380 PS
Verbrauch: 4,3 l / 100 km (Herstellerangabe)
Elektrische Reichweite: 55 km (Herstellerangabe)
Preis: ab CHF 81'400.00

www.jeep.ch



Seit April 2025 steht fest: Wegen drohender CO₂-Strafsanktionen werden die Jeep-Modelle Wrangler und Grand Cherokee in Europa aus dem Angebot gestrichen. Anstelle des Wranglers gibt es künftig den Jeep Recon – rein elektrisch. 1941 hatte Willys-Overland den Vertrag zur Fertigung des Ur-Jeeps für die US-Armee unterzeichnet. Gerade der Wrangler war und ist somit eine Ikone mit Geschichte.

Wir fahren aktuell den Wrangler als Hybrid im Langzeittest und sind begeistert. Der 4x4-Plug-in-Hybrid bietet bis zu 55 km elektrische Reichweite. Trotz leicht angepasstem Design ist er noch immer als Wrangler erkennbar – unverändert versatil und maximal anpassungsfähig dank verschiedener Dachkonfigurationen oder abnehmbarer Türen, die sogar ein Open-Air-Feeling ermöglichen. Softtop, Hardtop – beide Versionen sind möglich. Türen und Dach raus, Wind rein? Kein Problem. Der Sommer verlangt Freiheit? Der Wrangler liefert. Und macht dabei noch klar: Ich bin hier – und ich mache, was draussen Spass macht.

So war und ist der Modelljahrgang 2025 nicht nur dreck- und bergtauglich, auch wenn das Fahrgefühl immer „truck-like“ ist. Aber genau diese eher grobe Charakteristik des Wranglers machte für uns die Faszination aus. Denn ist man in einem Wrangler unterwegs, steht man über den Dingen – und dabei meine ich nicht nur die höhere Sitzposition, sondern vor allem auch den Umstand, dass ich mit dem Wrangler immer maximal entspannt unterwegs bin. Sportlich ist man nicht in diesem Modell – und das stellte für mich immer eine Art Luxusmoment dar. Ich kann mit dem Wrangler gar nicht schnell-aggressiv

fahren. Und ich will auch nicht. Wohlmöglich hat niemand an diesen Umstand gedacht – aber ich bin massiv relaxter und somit auch sozialverträglicher und netter, wenn ich in diesem Auto nach Zürich fahre, weil es die Schnelligkeit, die um uns herum herrscht, aus der Gleichung zu nehmen scheint. Aber klar – die Verbrauchswerte mit diesem schachteligen Design könnten natürlich besser sein, vor allem wenn man eine leere Batterie spazieren fährt. Doch Amore Motore hat seine eigenen Gesetze – und Liebe ist nicht immer logisch, oder? Wir lieben, wen wir lieben.

Abgesehen davon tendiere ich dazu, dasselbe über Autos und ihre Besitzer zu sagen wie über Hunde und ihr Herrchen: Es bestehen durchaus gewisse Parallelen! Die Wrangler-Mentalität ist selbstbewusst, robust, abenteuerlustig und nicht zimperlich. Den Rest könnt ihr euch selber denken.

Für wen ist der Wrangler was?

Ihr wollt ein Fahrzeug mit grosser Community (viele Wrangler-Fahrerinnen und -Fahrer grüssen sich immer noch gegenseitig), Kultfaktor und echten Offroad-Möglichkeiten – dann seid ihr hier goldrichtig. Wrangler fahren ist fast eine Art Lifestyle. Er ist ein Klassiker mit Ecken und Kanten im wahrsten Sinne des Wortes. Mittelmässig und angepasst ist anders. Wer's wild und echt will: buckle up!

Fazit: Die Headline zu diesem Test hätte auch „I am Legend“ lauten können. Denn auch wir weinen mit. Einmal Wrangler. Immer Wrangler. #heul

POLESTAR 3 LONG RANGE SINGLE MOTOR

ER FLÜSTERT UND ALLE HÖREN HIN

Wir haben es in der Ladies Drive-Winteraushgabe 2022/2023 versprochen:
Testfahrt mit dem Polestar 3, spezifisch mit der Version Long Range Single Motor.

TEXT: DÖRTE WELTI | FOTOS: POLESTAR

Es ist ein bisschen, wie dem eigenen Kind beim Erwachsenwerden zuzuschauen. Wir konnten bereits kurz nach der Lancierung der Marke Polestar das erste Serienprodukt, den Polestar 2, fahren – das ist sieben Jahre her. 2017 gegründet, ist Polestar inzwischen weit über die ersten problematischen Jahre der Elektromobilität hinaus, in denen es noch wenig Ladestationen, wenig zuverlässige digitale Systeme und dazu weltumspannende Probleme wie Corona gab. In dieser Zeit hat Polestar unbeirrbar einen selbst aufgestellten Zeitplan verfolgt: Bis 2026 sollten die Modelle Polestar 1 bis Polestar 6 rollen. Ein Polestar 7 – wahrscheinlich ein echter SUV – ist für 2028 angekündigt.

IMMER SCHNELLER

Die rasante Entwicklung der Batteriekapazitäten, der digitalen Technik im Auto und der Erkenntnisse aus bereits auf der Strasse befindlichen Modellen bringt es mit sich, dass ungewöhnlich schnell Updates innerhalb einer Modellreihe umgesetzt werden können. Das hat bei ebenjenem Polestar 3, den wir jetzt fahren durften, dazu geführt, dass er nur noch wenig mit

dem Auto zu tun hat, das wir statisch vor zwei Jahren erlebt und beschrieben haben. Im Aussendesign hat es nur marginale Änderungen gegeben, ebenso im Design des Cockpits an sich. Die grossen Entwicklungsschritte sind unter der Haube passiert. Long Range Single Motor heisst, dass der Polestar über einen einzigen 220-kW-Elektromotor vorne verfügt (im Gegensatz dazu hat die Long Range Dual Motor-Variante einen Motor vorne und einen hinten). Das macht das Auto etwas leichter; die 400-V-Lithium-Ionen-Batterie hingegen bleibt bei beiden Modellen gleich.

IM HERZEN PERFORMANCE

Von aussen gefällt das Auto ausnehmend gut. Polestar hat den Polestar 3 als den „sportlichsten“ SUV angekündigt – und so sieht er auch aus. Die elegant flach verlaufende Linienführung, das fließende Heck mit dem kleinen Spoiler und die spitz zulaufende Fensterlinie unterstützen diesen optischen Eindruck. Aber fährt er sich auch so? Ein SUV soll ein Gebrauchsfahrzeug für sportliche Aktivitäten (Sport Utility Vehicle) sein. Eigentlich ein geschrumpfter Geländewagen, der eine höhere Bodenfrei-

Mehr über unseren Testwagen

Modell: Polestar 3 Long Range Single Motor
Verbrauch: 17,6–20,3 kWh/100 km
Höchstgeschwindigkeit: 180 km/h
Reichweite: 706 km
Preis: CHF 78'800.00

polestar.com



Wir fahren auf Einladung von Polestar und übernachteten im Hotel Gut Bardenhagen (gut-bardenhagen.de).



LADIES DRIVE 72



ROLLENDER COMPUTER

Der Polestar 3 wird als „software-defined“ angepriesen. Das heisst eigentlich nichts anderes, als dass ein Zentralcomputer die Funktionen im Auto steuert. Mechanische Vorgänge werden nicht mehr mechanisch ausgelöst, sondern digital – alles wird von einer Software gesteuert. Ein Computer mit Rädern sozusagen. Das interessiert so lange nicht wirklich, wie alles heil ist im Auto. Funktioniert etwas nicht, steht man als Laie hilflos da – so ein Auto muss immer an ein Gerät angeschlossen werden, das die Fehler ausliest.

CONNECTIVITY: NOTE GUT

Innenraum und Aufteilung des Displays sind typisch unaufgeregt – eben schlicht und nordisch. Alles andere als kalt, im Gegenteil: Man fühlt sich nach wenigen Kilometern wohl wie im eigenen Wohnzimmer. Polestar fahren hat etwas mit Markenverbundenheit und Vertrauen zu tun. Die Autos sind heute alle sehr ähnlich im Entwicklungsstandard. Grobe Unterschiede gibt es in der Vernetzung (auch der Polestar 3 hat so seine Mühe mit dem richtigen Erkennen der Geschwindigkeitsangaben – aber die Macke haben ganz viele Marken) und natürlich im Preis. Wenn man sich für einen Polestar entscheidet, tut man das, weil einem das Image und der Stil der Marke gefallen.

Es gibt aber auf dem Markt durchaus Konkurrenz – sogar aus eigenem Hause: Polestar gehört zu 18 Prozent Volvo und zu 82 Prozent Geely. Von dort kommen klasse Volvos, aber auch die Zeekr (ein erster Test ist geplant), die gerade auf dem Markt aufschlagen und preislich weit unter Volvo und Polestar liegen. Produziert wird übrigens in Chengdu, China, und in Ridgeville, South Carolina, USA.

FAZIT

Ja. Ein sehr schönes, gelungenes Auto, an das man sich ultraschnell gewöhnen kann. Und während wir das hier schreiben, verkündet Polestar, dass sie die Modellreihe 2026 mit einer neuen 800-Volt-Elektroarchitektur ausstatten, was deutliche Verbesserungen bei der Ladegeschwindigkeit bedeutet. Den neuen Rechenchip für den Zentralcomputer (zehnmal schneller), der 2026 kommt, kann man kostenlos auch in älteren Polestar 3 nachrüsten.

heit hat als eine Limousine oder ein Kombi und trotzdem Komfort und Platz bietet – die eierlegende Wollmilchsau der Automodelle sozusagen. Und jetzt soll er sich auch noch sportlich verhalten?

Die Überraschung der Testfahrt ist, dass er es tatsächlich tut. Die Testfahrt findet zwar nicht auf einer Rennstrecke statt, dafür aber auf lang gezogenen Landstrassen und verwinkelten Wegen in der Lüneburger Heide (wo man tatsächlich stellenweise 100 km/h fahren darf!). Dem Fahrwerk merkt man seinen Ursprung aus der Performance-Abteilung an. Polestar war, bevor Volvo die Spezialisten übernahm, für leistungsstarke Rallyeautos bekannt. Der Groove ist geblieben – besonders in lang gezogenen Kurven saugt sich der Polestar 3 angenehm satt an die Strasse. Natürlich verhindern gefühlt 5.000 digitale Fahrsicherheitsassistenten, dass der Wagen ausbricht oder unkontrolliert wird. Der Elektroantrieb unterstützt das sportliche Verhalten, die 299 PS entfalten sich beim Antippen des Gaspedals (warum heisst das Gaspedal eigentlich beim E-Auto auch immer noch Gaspedal?). Die Hochleistungs-Brembo-Bremsen braucht man nur für extreme Geschwindigkeitsreduktionen, ansonsten bremst der Motor hervorragend ab, wenn man den Fuss vom Gas (sic!) nimmt. Und er rekuperiert effizient – bei intelligenter, vorausschauender Fahrweise kommt man easy auf die vom Werk angegebenen 17,6–20,3 kWh/100 km; man bleibt eher unter dem Mindestwert. Wendig ist er auch, reagiert schnell und lässt sich leicht manövrieren.

POMELLATO

Bei der Mailänder Schmuckmanufaktur Pomellato fertigen über 150 geniale Künstlerinnen und Künstler im Headquarter die unverkennbaren Designs. Pomellato schwelgt derzeit – wie so viele Brands – in der eigenen Vergangenheit: Seit 58 Jahren interpretiert das Haus seine einstigen Meilensteine immer wieder neu. Passend zur besinnlichen Winterzeit wurde „Bisanzio“ aus dem Jahr 1994 in einer Kapselkollektion erneut aufgelegt – Statement Pieces mit den für Pomellato typischen farbigen Steinen, elegant und kraftvoll in der Wirkung.

Die Form des Anhängers bezieht sich auf die uralte Version des sogenannten lateinischen Kreuzes, wie es in Darstellungen seit dem 4. Jahrhundert bekannt ist. Es hat eine religiöse Vergangenheit, die Grundidee war aber auch, die Vereinigung von Himmel und Erde zu symbolisieren. Pomellato arbeitet heute ausschliesslich mit 100 Prozent nachhaltigem Gold sowie nachverfolgbaren Diamanten und Farbedelsteinen.

Die „Bisanzio“-Ringe und -Ketten gibt es in einem Kaleidoskop an Farben; die Version mit Pyrop-Granat, orangen Saphiren und braunen Diamanten auf Gold strahlt eine wunderbare Tiefe und Wärme aus. Ring ab CHF 12'700.00, Kette ab CHF 27'100.00. pomellato.com

MUST-HAVES WINTER 2025/2026

TEXT: DÖRTE WELTI | FOTOS: PRESSE

WATCHES & JEWELRY

CHERITUELLE

Wir können nie genug von Geschichten wie dieser lesen: Etwas selbst aufzubauen, weil man das, was man sich wünscht, nirgendwo findet. Imane Karboussi aus Zug fand nach der Geburt ihrer Tochter kein passendes Schmuckstück, um diesen wichtigen Moment in ihrem Leben zu würdigen und festzuhalten. Mit ihrer Erfahrung bei Swarovski und Richemont fühlte sie sich kompetent genug, eine eigene Kollektion nach ihren Werten zu kreieren.

Die Suche begann erst vor drei Jahren – heute findet man bei Cherituelle bereits elf Designs, die man jeweils in verschiedenen Ausführungen bekommt und sich sogar personalisieren lassen kann. Imanes Ziel war, nachhaltig zu produzieren: Alle Produktionsschritte folgen dem zirkulären Prinzip (ihr Mann Frederik ist der Nachhaltigkeitsexperte in der kleinen Familie). Und sicher ist Cherituelle eines der noch ganz wenigen Labels, die schon beim Kauf eine Rückkaufgarantie bieten – perfekt, um vielleicht einmal upzupgraden, ohne dafür einen riesigen Betrag neu investieren zu müssen. Noch gibt es keine Pre-owned-Stücke, aber das Label ist ja auch noch jung. Was uns gefällt: die unverwechselbare Linienführung. Ring CHF 2'497.00. cherituelle.com



FRÉDÉRIQUE CONSTANT GENÈVE

Vor acht Jahren durften wir das Gründerpaar der Uhrenmarke Frédérique Constant Genève, Aletta und Peter Stas, kennenlernen. Das Setting war denkbar traumhaft: In der Sternwarte hoch über Nizza präsentierten sie eine Uhr, mit der sie wortwörtlich die Sterne vom Himmel geholt hatten. Alettas Augen funkelten damals vor Stolz mit dem Nachthimmel um die Wette. 2016 vertrauten die Stas ihre Marke der japanischen Citizen-Gruppe an. Mit der neuesten Création huldigt das Unternehmen vor allem den Visionen der Gründerin, indem man der ikonischen Classics Carrée Automatic eine Mondphase schenkte – eine kunstvoll gestaltete Komplikation, die bei 6 Uhr sichtbar ist. Wir finden die Version mit marineblauem Zifferblatt am schönsten; es gibt die Uhr aber auch in Silber. Aletta wollte erschwingliche Luxusuhren schaffen – auch diese Prämisse ist geblieben.

Die Uhr mit schwarzem Lederband in Krokodilprägung kostet CHF 1'695.00. frederiqueconstant.com



RADO

Wenn man sich mit dem Schweizer Uhrenbrand Rado näher beschäftigt, entdeckt man eine Fülle von Innovationen im Bereich der Materialentwicklung für Uhren. Hightech-Keramik zum Beispiel hat Rado als erste Marke im Uhrendesign verbaut. Auch die Verwendung von farbiger Keramik ist Rado zuzuschreiben. Der Hauptsitz der Marke befindet sich übrigens nach wie vor in Lengnau, wo das Unternehmen 1917 gegründet wurde.

Rado engagiert sich in vielen Bereichen, arbeitet mit Tennisstars zusammen und konnte als Ambassadeurin die kanadische Stabhochsprung-Olympionikin Alysha Newman (31) verpflichten. Alysha ist eine veritable Lady with Drive: Neben ihrer erfolgreichen Sportkarriere ist sie Co-Founderin einer KI-basierten Talentmanagement-Agentur, die jungen Sportlerinnen und Sportlern hilft, ihre Karrieren nachhaltig und zukunftsorientiert aufzubauen.

Das Modell, das sie trägt, stammt aus der beliebtesten Rado-Kollektion – einer Centrix. Die Uhr hat ein „offenes Herz“, man sieht also ihre Mechanik, und sie verfügt über ein Armband mit Gliedern aus der oben erwähnten Hightech-Keramik. Dazu ist sie mit zwölf Diamanten besetzt – in der Jubilé-Version, wie Alysha sie trägt, sogar mit 86 weiteren.

CHF 3'500.00. rado.com



PURELEI

Das 2016 gegründete Modeschmucklabel Purelei ist uns schon Anfang des Jahres bei der eiskalten Modeschau auf dem zugefrorenen Sankt Moritzersee begegnet. Gegründet wurde es von Alisa Jahnke und ihrem Mann Frederik sowie einem Geschäftspartner, Etienne Espenner. Alisa ist ein Fan des Aloha Way of Life – des Lebensstils, den man auf Hawaii pflegt –, nachdem sie auf der Trauminsel ein Auslandssemester absolvieren durfte. Purelei hat seine in Schmuck verwandelten Glücksmomente langsam, aber beständig in die Welt hinausgetragen. Es sind kleine, zarte Ketten, Ohrringe, Armbänder, Fusskettchen und mehr – das meiste aus vergoldetem Edelstahl.

In der Adventszeit kann man sich – und natürlich anderen – ein besonderes Geschenk machen: 25 Mal Glück in Schmuckform, jeweils fünf Teile zu den Themen Sharing the Aloha Spirit, Creating Moments and Memories, Giving Kindness, Celebrating Community and Embracing Beauty – die 5 Ways of Love und Eckpfeiler der Purelei-Philosophie.

CHF 189.00. purelei.com



BEAUTY

MUST-HAVES WINTER 2025/2026

ZUSAMMENGESTELLT VON DÖRTE WELTI, MOIRA EGGER UND SANDRA-STELLA TRIEBL | FOTOS: PRESSE



1 GOOP BEAUTY

Wir sind sicher nicht die Einzigen, die dem Blog [goop.com](https://www.goop.com) von Superstar Gwyneth Paltrow folgen - und miterlebt haben, wie aus einem einfachen Lifestyle-Mitteilungsbedürfnis ein ganzes Imperium entstanden ist. Ihre Beauty-Produkte runden das Sortiment erfolgreich ab: Eine ausgesuchte Range von 26 Produkten konnte Lara Petrig exklusiv für die Schweiz für Greenlane unter Vertrag nehmen. Zum Beispiel: 3x Retinol Regenerative Serum mit Retinol, Peptiden und natürlichen Essenzen. 30 ml: CHF 180.00. [greenlane.ch](https://www.greenlane.ch)



WELEDA MINLEN

Wir haben es im letzten Heft angekündigt - jetzt sind die Produkte da: eine Pflegelinie für Mutter und Kind, die Weleda - CEO ist Tina Müller, die unsere Business Sisterhood schon lange begleitet - in Zusammenarbeit mit Prinzessin Madeleine von Schweden kreiert hat.

Tina Müller: „In Zeiten, in denen Teenager in den Retinol-Topf ihrer Mutter greifen, wollen wir eine sichere Alternative bieten, die die Hautbarriere und das Mikrobiom der jungen Haut schützt.“ Mit minLen will Weleda eine altersgerechte Skincare anbieten - vom Baby bis zur Mutter. Das Sweet Angel Baby Oil kann der Babyhaut zum Beispiel bei trockener Kopfhaut helfen. 100 ml: CHF 25.00. [welada.ch](https://www.welada.ch)

DR BURGNER

Dr. Pauline Burgener beeindruckte mich vor einigen Jahren an einem Networking-Anlass für Businessfrauen mit ihrem Streben nach Perfektion. Ihre Produkte sind in der allerersten Liga - auch pekuniär. Darum hier ein Tipp: Man sollte sich ein Treatment in einem Dr Burgener Spa gönnen, die Produkte dort intensiv kennenlernen und erst dann das kleine Vermögen für Cremes und Seren für zu Hause ausgeben. Das wäre zum Beispiel in Lausanne möglich - in der Skin Clinic Dr Burgener, dem Headquarter des Brands -, aber auch in Luxushotels in der Schweiz, unter anderem im The Alpina Hotel Gstaad. Dr Burgener hat mit Chopard die Special Edition „Rose de Caroline“ (Serum und Creme) anlässlich des Filmfestivals in Cannes lanciert (CHF 910.00). [drburgener.com](https://www.drburgener.com)



2



3



4 NARCISO RODRIGUEZ: SAFRAN MUSC

Gutes braucht nicht viele Worte - ausser: ein Parfum, das nach den Keksen der Grossmama duftet, aber ultrasexy ist. Was für eine Kombi! 100 ml: CHF 295.00. Zum Beispiel über [globus.ch](https://www.globus.ch)

5 IPSUM ALII: MEINE ENTDECKUNG!

Alle Produkte basieren auf der japanischen Kampo-Medizin. Nach dem Interview in der letzten Ausgabe mit der Gründerin Nora Kato habe ich die Creme im Dauereinsatz - und nach einigen Wochen der Anwendung kann ich mit Fug und Recht behaupten, dass meine Haut deutlich weniger gestresst ist. All ihre Produkte sind übrigens vegan, clean und hypoallergen. Die ultra-hydratisierende Creme enthält Kampo-basierte, adaptogene Pflanzenextrakte wie Reishi, Ukon, Akayajiou und Hatomugi, die die Haut vor Stress schützen. CHF 68.00 über [ipsum-alii.com](https://www.ipsum-alii.com)

6 TEAM DR JOSEPH

Schön durch den Winter zu kommen, bekommt mit so einem Adventskalender eine ganz neue Bedeutung. Hinter den 25 Türchen sind 26 Pflegemomente versteckt - teilweise in praktischen Reisegrössen. Team Dr Joseph stellt seit 1986 im Südtirol nachhaltige und verantwortungsvolle Produkte her - mit recycelbarem Packaging, plastikneutral und zu 100 Prozent mit grüner Energie produziert. CHF 350.00. [teamdrjoseph.com](https://www.teamdrjoseph.com)

7 DOCTOR BABOR

Das deutsche Familienunternehmen BABOR, gegründet 1956, feiert nächstes Jahr sein 70-jähriges Bestehen und steht seit jeher für wissenschaftlich fundierte Kosmetik - Made in Germany. Das Longevity Serum dient zum Beispiel als „Pflegeversicherung“, indem es Longevity-Proteine (Sirtuine) aktiviert und mit Inhaltsstoffen wie Resveratrol die Lebensdauer der Zellen verlängert. Die Exo Youth Cream gilt als Hero-Produkt, das laut klinischen Studien unter anderem eine signifikante Verbesserung der Hautfestigkeit und eine Reduktion der Faltentiefe nach 28 Tagen bestätigt. Auf der Website könnt ihr über die Postleitzahlensuche zertifizierte Verkaufsstellen finden, die eine optimale Beratung garantieren. [babor.com](https://www.babor.com)

8 IRÄYE: RICH CREAM

Es gibt manchmal Produkte, die man aufträgt und glaubt zu spüren, wie die Haut aufatmet. In dieser reichhaltigen Creme steckt nicht nur viel Liebe, sondern auch Wissen über unser Lymphsystem. Ich habe den Co-Founder Dr. Epameinondas Gousopoulos getroffen und bin überzeugt, dass hier jemand Beautyprodukte kreiert, die unsere Haut an der Basis gesunden lassen. 50 ml: CHF 185.00. [irayeskincare.com](https://www.irayeskincare.com)

9 LA PRAIRIE

Ab sofort kann man seine Haut mit noch mehr reinem Gold verwöhnen. Das soll besonders bei reifer Haut, die von Hormonveränderungen betroffen ist, helfen - sprich: in der Menopause. Die neue Essence soll den Glow-Effekt verstärken, die Haut nähren, verwöhnen und vitaler wirken lassen. Bei dem aktuell permanent steigenden Goldpreis ist es kein Wunder, dass eine so luxuriöse Pflegelinie nicht ganz billig ist. Aber es macht ja auch Freude, in die eigene Schönheit zu investieren. La Prairie betont übrigens, dass sie nur Gold aus kleinen, handwerklichen Minen beziehen, die das Edelmetall durch Flussschürfen und nicht durch zerstörende Bergbaupraktiken gewinnen. 130 ml: CHF 530.00. [laprairie.com](https://www.laprairie.com)

10 CHANEL: LA MOUSSE

La Mousse ist eine cremige, sanfte, aber tiefgehende Reinigung mit pflegender Kamelie. Ihr könnt die teuersten Cremes kaufen - wenn ihr die Haut nicht sauber reinigt, bringt das alles nichts. Mit einem guten Reinigungsprodukt legt ihr den Grundstein für eine gesunde Haut. Und dieses Produkt ist schlicht perfekt: Es entfernt auch Make-up zuverlässig, ohne in den Augen zu brennen, und hinterlässt eine wundervoll zarte Gesichtshaut, die nun bereit ist, weiter gepflegt zu werden. Preis: CHF 67.00. [chanel.com](https://www.chanel.com)

11 LONDONTOWN: GEL-NÄGEL JETZT AUCH ZU HAUSE

Selbermachen? Ja! Wir haben's ausprobiert - und es ist erstaunlich easy. Den Gel-Lack könnt ihr übrigens auch auf Nagellacke anderer Hersteller auftragen. Kurz 60 Sekunden unter der Lampe im Handtaschenformat - und die Gel-Nägel halten. Um sie zu entfernen, muss man Entferner auf ein Wattepad geben, das in Alupapier eingeschlagen ist, um die Finger wickeln und ca. fünf bis zehn Minuten warten. Das braucht etwas Geduld. Tipp: Den Gel Top Coat genau und nicht zu dick auftragen - dann habt ihr auch richtig lange Freude. Preise: Gel Top Coat CHF 29.90 | UV/LED-Lampe CHF 29.90. Und das Beste daran ist: Eure Nägel bleiben gesund. [londontown.ch](https://www.londontown.ch)



CASA JONDAL IBIZA

SOBREMESA

TEXT: SANDRA-STELLA TRIEBL
FOTOS: SEBASTIAN TRIEBL

Wenn ich an Ibiza denke und ich schliesse meine Augen und versuche, dieses Gefühl und die Bilder der Insel und der Casa Jondal noch einmal in meinen Erinnerungen wachzurufen, dann sehe ich sofort ein Bild von der Sonne, die durch die Blätter eines Baumes ihren Schatten in den Sand wirft. Ich liebe Poesie, die in Worte koaguliert, und habe ein Flair für Worte aus verschiedensten Sprachen, die in nur wenigen Buchstaben etwas aussagen, wozu wir im Deutschen einen ganzen Satz bräuchten.

Im Japanischen gibt es dafür übrigens ein einziges Wort für ebendieses Bild der Sonne, die durch Blätter scheint und lustige Muster auf den Boden wirft: Komorebi. Wie viel Poesie doch in einem einzigen Wort liegen kann – Komorebi. Genau das meine ich. Und noch etwas schiesst mir durch den Kopf: Sobremesa. Ein einziges Wort im Spanischen, das beschreibt, wie ich mich gefühlt habe: Es bezeichnet die Zeit nach dem Essen, die man wohl-gemütlich in einer Runde im Sitzen verbringt, um sich zu unterhalten oder einen Kaffee zu trinken. Okay, in der Casa Jondal trinkt man eher standesgemäss einen superleckeren und coolen Espresso Martini. Aber mal der Reihe nach.

Wenn ich zurückdenke, kann ich den Sand unter meinen Füßen, das Rieseln der Sandkörner zwischen meinen Zehen spüren, bis es kitzelt, und höre das bunte Stimmengewirr verschiedener Sprachen, geselliges Gelächter. Es gibt tatsächlich Leute, die nur für ein Dinner oder einen Lunch in die Casa Jondal auf die Insel fliegen und dann gleich wieder nach Hause. Kein Wunder – der Direktflug ab Zürich dauert eine Stunde und vierzig Minuten, und in fünfzehn Autominuten ist man schon mit den Füßen im Sand in der Casa Jondal (Direktflug am besten mit der Edelweiss www.edelweiss.com).

Die salzgeschwängerte Luft prickelt wie Prickelbrause auf meinen Lippen. Hmmm. Die knorrigen Pinien wachsen mitten aus dem Sand, ohne einen einzigen grünen Grashalm drum herum, leicht in den Wind geneigt, störrisch und stoisch trotzen sie jedem Wetter. Und wir sitzen mittendrin, zwischen diesen alten Pinien mit der graubläulichen Rinde, den sattgrünen Nadeln und dem Blick aufs Meer. Ich denke daran, wie diese Bucht wohl ausgesehen hat, bevor all die Celebrities hier waren – Dua Lipa, Jeff Bezos, Boris Becker. Und was den durchschlagenden Erfolg dieses Beach-Restaurants ausmacht, von dem nur wenige Jahre nach der Lancierung (gefühlte) schon alle sprechen. Gegründet wurde die Casa Jondal nämlich während der Pandemie 2020.

Dass daraus in wenigen Jahren, ohne wirklich eine Website zu haben, einer der international begehrtesten Plätze dieser Welt entstehen würde, war vermutlich nicht anzunehmen. Aber manchmal kommen einfach die richtigen Menschen zusammen – am richtigen Platz, am richtigen Ort, zur richtigen Zeit, mit der richtigen Idee und dem Drive, die Idee, die Vision, in die Tat umzusetzen und dann durchzuziehen. Erfolg ist selten einfach „nur“ eine Anhäufung von Misserfolgen oder Zufällen, sondern es bedarf eines Herzensfeuers, das in jemandem brennt und der es schafft, dieses Feuer auch in anderen zu entfachen und so eine Welle der Begeisterung auszulösen. Der Köhner in der Küche ist kein Geringerer als Rafael Zafrá. Gelernt hat er bei Ferran Adrià im El Bulli.

Wer Rafael Zafras lukullische Kreationen kosten möchte, braucht allerdings nicht nur etwas Budget, sondern auch ein bisschen Glück, um überhaupt einen Platz zu ergattern. Die Begehrtheit und Exklusivität des Ortes kann man sich natürlich bezah-



len lassen, wenn die Celebrities mit ihren Jachten in die Bucht schippern, um dann mit einem Gummiboot an einen morschen Steg gebracht zu werden und über einen mit Steinen übersäten Kiesstrand in die Casa Jondal zu gelangen. Und wenn man es dann geschafft hat, gibt es ein klares Zeitfenster, in welchem man sich in der Karte verlustieren darf.

Zwischendurch begegnete mir der eine oder andere Blick eines Gastes, der zu sagen schien: „Oh, du hast es auch hierher geschafft und einen Platz ergattert? Hm. Wer bist du?“ Und dennoch hält man es hier mit helvetischem Understatement. Man spricht sich nicht an, respektiert die Privatsphäre der anderen – auch wenn lauthals zum gefühlte zehnten Mal ein Quodlibet von „Happy Birthday“ am Nachbartisch angestimmt wird. Anders wäre es wohl nicht möglich, so viele Reiche und Schöne an diesen Flecken Erde zu bringen. Und vielleicht ist es auch dieser Ort, der einen auf schon fast magische Art und Weise vereint – zumal für ein paar kostbare Minuten.





Die Küche von Rafael Zafra dreht sich um Seafood – und Kaviar. Homer Simpson würde dazu sagen: das beste Essen, gefüllt mit dem zweitbesten Essen. Zum Beispiel der Hummer in Kaviarsauce, die Austern oder Jakobsmuscheln mit der besten Vinaigrette, die ich je hatte. Oder die gefüllte Ananas zum Nachttisch – halb mit Ananas-Sorbet, halb mit Crema catalana. Oder der ganze, frisch gefangene Fisch, frittiert. Oder die Wagyu-Tagliata, die perfekt auf den Punkt gebraten zum Tisch gebracht wird – natürlich immer mit der perfekten Weinbegleitung. Und wenn man dann die Bäuche gut gefüllt hat, könnte man noch am Strand liegen und chillen, wer mag. Oder man shoppt in der Fashion-Boutique nebenan ein paar lustige, bunte Highheel-Gummistiefel. Das macht aus einem Restaurant eben mehr als nur einen Ort zum Essen – sondern einen Lifestyle-Hotspot. Die Kulinarik und das Fine Dining sind also nur Bausteine; es geht

ebenso um die Marke wie auch um ein Erlebnis, das das Prädikat „bemerkenswert“ verdient hat. Es ist das eine, ein schön designtes Restaurant auf einer beliebten Ferieninsel zu eröffnen – oder gut zu kochen. Das können viele. Es ist indes eine wahre Kunst, aus einem Strandabschnitt auch einen Seelenort zu machen, an den man immer wieder zurückkehren möchte. Die Dänen sagen dazu „Hygge“ – es beschreibt die Kunst, es sich gemütlich zu machen, und meint eine Atmosphäre der Geborgenheit und Zufriedenheit, oft im Kreise von Freunden. Und wer in der Casa Jondal nicht wohlfrieden nach Hause geht, dem ist wahrlich schlicht und ergreifend nicht mehr zu helfen.

www.casajondal.es

Apropos Espresso Martini

Das hippe Kultgetränk zum Nachmachen. Die Schweden sagen „Fika“ und meinen damit: eine gemütliche Pause machen und gemeinsam Kaffee trinken. Fika ist nicht nur ein Ausdruck für eine Kaffeepause, sondern ein kulturelles Konzept, das die Wichtigkeit der Auszeit und des sozialen Miteinanders unterstreicht.

Espresso Martini – Rezept

40 ml Wodka
20 ml Kaffeelikör (klassisch: Kahlúa)
30 ml frisch gebrühter Espresso (heiss oder abgekühlt)
10 ml Zuckersirup (1:1 Zucker + Wasser)
Eiswürfel

Zubereitung:

Alle Zutaten mit reichlich Eis in einen Cocktailshaker geben.

Kräftig 15–20 Sekunden shaken, damit sich eine dichte Crema bildet.

Durch ein feines Barseib in ein vorgekühltes Martini- oder Coupetteglas abseihen.

Deshalb der Ausdruck „Martini“ – das liegt nicht daran, dass tatsächlich Martini enthalten wäre, sondern am Martiniglas. Mit drei Kaffeebohnen garnieren (symbolisch für „Gesundheit, Wohlstand und Glück“).

Edelweiss

fliegt direkt ab Zürich für ca. CHF 198.00 (Economy) nach Ibiza. Flugzeit: 1h 40 min.

Zwischen April und Oktober fliegt Edelweiss bis zu zehnmal pro Woche direkt nach Ibiza.

Edelweiss ist die führende Schweizer Ferienfluggesellschaft mit Sitz am Flughafen Zürich. Als Schwestergesellschaft von Swiss International Air Lines und Mitglied der Lufthansa Group fliegt sie weltweit über 100 Traumziele in über 30 Ländern an.

Mehr findet ihr unter www.flyedelweiss.com.

Was uns besonders gefallen hat, sind die Werte, die Edelweiss vertritt: „Wir leben Werte, die Menschen weltweit an der Schweiz schätzen, und repräsentieren unsere Heimat mit Stolz und Freude“, heisst es auf der Website.



BUSINESS
SISTERHOOD
FÜR ALLE!

5.-

Mehr auf www.ladiesdrive.world

Wir haben eine bedeutende Entscheidung getroffen: Unser Printmagazin, das 15 Franken gekostet hat, gibt es nun für **5 Franken**. Warum dieser drastische Preisnachlass? Weil wir fest daran glauben, dass Wissen und wertvolle Netzwerke für alle zugänglich sein sollten. Hierbei darf, auch in fordernden Zeiten wie diesen, niemand abgehängt werden. Wissen soll geteilt werden, damit es einen echten Impact schafft. Mehr dazu auf www.ladiesdrive.world



I M P R E S S U M

Verlag & Redaktion

SWISS LADIES DRIVE
Representing Business Ladies Since 2007

Swiss Ladies Drive GmbH
Haufen 201, 9426 Lutzenberg AR
T +41 (0) 79 884 43 73
office@swissladiesdrive.com
www.ladiesdrive.world

Geschäftsleitung & Verlagsleitung

Sandra-Stella Triebel
Sebastian Triebel

Chefredaktion

Sandra-Stella Triebel
Wir freuen uns über
Ihre Anregungen unter
office@swissladiesdrive.com

Insertate

Sandra-Stella Triebel
sst@swissladiesdrive.com
Mediadaten finden Sie unter
www.ladiesdrive.world/werbung
zum Download

Artdirection

Papst Design Studio
81673 München/DE
np@papstdesign.com

Druck

AVD GOLDDACH AG



Lektorat

Lektornet GmbH, Hamburg

Auflage

40.000 Druckauflage
(notariell beglaubigt)
Erscheinungsweise: vierteljährlich
18. Jahrgang

Einzelverkauf CHF 5.00/EUR 5,00

Abonnement

Adressänderungen an
office@swissladiesdrive.com

Die nächste Ladies Drive No. 73
erscheint am 10.03.2026

Nachdruck nur mit Quellenangabe und Genehmigung des Verlags. Für unverlangt eingesandte Manuskripte oder Materialien wird keine Haftung übernommen. ISSN 1662-5757



Unser persönliches

X-MAS-SPECIAL

ZUSAMMENGESTELLT VON DÖRTE WELTI, CLAUDIA GABLER, MOIRA EGGER UND SANDRA-STELLA TRIEBL | FOTOS: PRESSE

CELLCOSMET

Unter dem Leitprinzip „Responsible Beauty“ entwickelt Cellcosmet fortschrittliche Hautpflege, die präzise auf die individuellen Bedürfnisse jedes Kunden abgestimmt wird.

Die Produkte basieren auf Schweizer Fachwissen und nutzen hochwirksame Inhaltsstoffe. Die Pflegeprodukte werden mit grösster Sorgfalt und Verantwortung im hauseigenen Labor entwickelt. Die Marke garantiert eine lokale Produktion in eigenen Fertigungsstätten und damit 100 % Swiss Made-Qualität.

Sucht ihr noch ein exklusives Geschenk für einen Skincare-Enthusiasten – oder wollt ihr selbst strahlen in der Weihnachtszeit? Cellcosmet bietet eine grosse Auswahl an hochwertigen Swiss Made-Pflegeprodukten. Als festliches Highlight verlosen wir das neue CellEctive Instant Radiance & Firming Boost Set im Wert von CHF 500.00 – bestehend aus der CellLift Lotion (200 ml) sowie luxuriösen Probiergrössen der CellLift Cream (15 ml), Eye Contour Cream (1.5 ml) und Neck & Décolleté Cream (5 ml). Für einen revitalisierten, ebenmässigen Teint – strahlend schön durch die Feiertage.

Mehr findet ihr hier: shop.madreperla.ch/collections/cellcosmet



1

2

BABYLISS

Zwei innovative Geräte von BaByliss helfen dabei, das Styling für den Weihnachtsabend oder für Business-Termine zu vereinfachen und wertvolle Zeit zu sparen. Für traumhafte, lang anhaltende Frisuren, die wenig Aufwand bedeuten, gibt es den Style Secret Air. Dieser automatische Styler nutzt die fortgeschrittene Auto-Curl-Technologie. Anstatt mühsam Strähne für Strähne selbst zu drehen, übernimmt das Gerät die Arbeit.

Für alle, die es schnell und unkompliziert mögen, ist der Air Power Smooth die Lösung. babyliss.ch



5

POLITAINS JEWELLERY

Fanny Chan's story with gemstones began when she was a child. She collected stones like treasures, imagining they had travelled across the world. She grew up between cultures, in a family involved in international trade. Fanny started her career in raw materials trading: structured, exciting, but emotionally distant. Everything changed the day she went searching for a ruby for herself. That personal quest reawakened a deep passion. She trained, studied gemmology, and learned to source rare and meaningful stones. That's how Politains was born – a fine jewellery house dedicated to modern women who want to create their own, uncompromising piece. Every stone is hand-selected through an international network, then crafted between Paris and Zurich. politains.com



DR. HAUSCHKA

Sucht ihr in der oft hektischen Weihnachtszeit nach einem Geschenk, das nicht nur Freude, sondern auch echte Achtsamkeit schenkt? Der Regeneration Handbalsam Smooth Care von Dr. Hauschka ist die Antwort. Dieses Produkt ist mehr als nur Pflege – es ist ein Moment der Ruhe für die Beschenkten. Dr. Hauschka steht für 100 % hochwertige Naturkosmetik. Zur Weihnachtszeit präsentiert sich der beliebte Handbalsam in einem eleganten Limited-Edition-Verpackungsdesign. Der Balsam ist darauf ausgerichtet, anspruchsvolle Haut intensiv zu pflegen und ein wohltuendes Gefühl von Ruhe und Balance zu vermitteln – ein Luxus für gestresste Hände in der kalten Jahreszeit.

Zum Fest der Sinne verlosen wir gemeinsam mit Dr. Hauschka zehn exklusive Beauty-Pakete. Jedes dieser begehrten Pakete enthält den Regeneration Handbalsam Smooth Care (in der Limited-Edition-Verpackung) sowie eine hochwertige Glasnagel-feile, die das Pflegeset optimal ergänzt. Sichert euch mit etwas Glück eines der attraktiven Pakete im Wert von über CHF 30.00 – und erlebt die achtsame Pflegequalität von Dr. Hauschka selbst.

drhauschka.ch



APPENZELER HUUS x SWISSLINE

Das Appenzeller Huus in Gonten ist mehr als nur ein Hotel – es ist eine Lifestyle Wellness Community. Das Resort, initiiert von Jan Schoch, vereint unter dem Dach traditioneller Appenzeller Baukunst verschiedene Nutzungsformen und Luxusstandards. Zum Kern gehören drei Hotelbetriebe. Das Huus Quell beherbergt das Herzstück des Konzepts – den über 2.200 Quadratmeter grossen Quell Spa, der auf ganzheitliche Gesundheit und Longevity ausgerichtet ist und mit der Schweizer Beauty-Marke Swissline kooperiert. Zusätzlich zur Hotellerie bietet das Appenzeller Huus auch Eigentumswohnungen und Serviced Apartments. Die Bewohnerinnen und Bewohner dieser privaten Einheiten werden Teil des Bären-Clubs und profitieren uneingeschränkt von der gesamten Infrastruktur – von der Gourmet-Gastronomie bis hin zu dem umfangreichen Wellness- und Sportangebot. appenzellerhuus.ch



3

SHOPPI TIVOLI

Als grösstes Einkaufszentrum der Schweiz bietet das Shoppi Tivoli mit seinen 150 Geschäften eine riesige Auswahl für jeden Bedarf. Dank den Öffnungszeiten von 09:00 bis 20:00 Uhr haben Berufstätige die Möglichkeit, sich auch nach Feierabend auf die Geschenksuche zu begeben. Zusätzlich erwarten die Besucherinnen und Besucher spezielle Weihnachtsservices: Für Gestresste gibt es u. a. einen praktischen Päckli-Service. Im Dezember öffnet das Einkaufszentrum zusätzlich an zwei Sonntagen seine Türen – am 14. und 21. Dezember. Für alle, die sich erst kurz vor knapp um die Präsente kümmern: Das Shoppi Tivoli bietet die Möglichkeit, auch noch am 24. Dezember von 09:00 bis 17:00 Uhr letzte Geschenke einzukaufen.

Wir verlosen 3 x CHF 500.00 in Form eines Shoppi Tivoli Gutscheins, der in allen 150 Geschäften (Shops und Restaurants) eingelöst werden kann.

Alle weiteren Informationen zum Einkaufszentrum findet ihr hier: shoppitivoli.ch



4

FORMETTÄ x MAX CHOCOLATIER

Formettä wurde von der australischen Biomedizinerin Dr. Vanessa Craig (PhD) und der erfahrenen Unternehmerin Vanesa Trütsch gegründet. Formettä bietet klinisch erprobte, sorgfältig hergestellte Nahrungsergänzungsmittel an (schaut euch auch den Podcast mit Vanessa Craig dazu auf ladiesdrive.world an). Formettä hat nun eine Kollaboration mit Max Chocolatier ins Leben gerufen. Unter der Leitung von Geschäftsführerin Sarah Grgić entstand diese einzigartige Partnerschaft. Hochwertige Nahrungsergänzung zusammen mit edelster Confiseriekunst – eine limitierte Schokoladenkollektion. Der Kakao ist versetzt mit ausgewählten Mikronährstoffen für Schönheit, Energie und Wohlbefinden. Eine hervorragende und aussergewöhnliche Geschenkidee. formetta.com x maxchocolatier.com



8

6

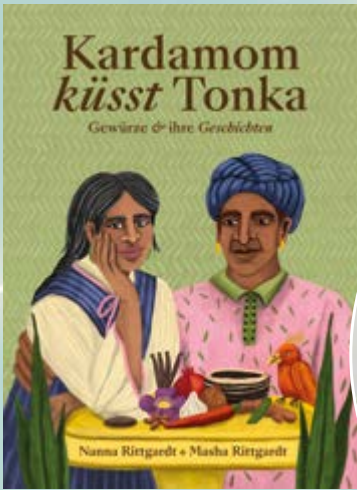


GAMECHANGER-KALENDER

Der Kalender von Expertin Salome Burki ist das ideale Geschenk, um Bewegung bewusst und einfach in den vollen Terminkalender zu integrieren. Salome Burki stützt sich auf ihre umfassende Erfahrung in den Bereichen Sportwissenschaft, Sporttherapie, Leistungssport und Naturheilkunde. Basierend auf diesem Wissen hat sie einen Kalender entwickelt, der Körper und Geist nachhaltig stärkt. Mit der simplen 1%-Methode schafft ihr es, gesunde Routinen zu etablieren, die bleiben und das Wohlbefinden steigern. Wir verlosen zehn Gamechanger-Kalender, die einfache Übungen, eine Videoanleitung und wertvolle Ernährungstipps enthalten (Wert des Kalenders CHF 38.00).

salomeburki-training.com





9



10



12



13

9 EINE REISE FÜR DIE SINNE

Das St. Galler Geschäft „Nanna bunte Küche“ steht seit Jahren für erlesene Gewürze, Sinn für Genuss und kunstvolle Verpackungen. Nun bringt Inhaberin Nanna Rittgardt gemeinsam mit ihrer Tochter Masha Rittgardt das Buch „Kardamom küsst Tonka – Gewürze und ihre Geschichten“ heraus – ein Werk, das Poesie, Illustration und Kulinarik verbindet und Gewürze als Charaktere mit eigenem Wesen porträtiert. Auf fast 300 Seiten entfalten Frau Vanille, Herr Paprika, Tonka und Co. ihre Geschichten. Jedes Kapitel widmet sich einer Gewürzgruppe – von den Scharfen bis zu den Sehn-suchtsvollen – und schliesst mit je zwei Rezepten. CHF 57.00 bei „Nanna bunte Küche“, Burggraben 27 in St. Gallen, im Onlineshop sowie in ausgewählten Buchhandlungen. nanna.ch

10 KIENAST

Unser Cover stammt aus der Komposition von Ladina Kienast. Die ehemalige Primarlehrerin erzählt Geschichten durch Design, Formen, Materialien und Farben – mit einem Hauch von Poesie. Dabei verwendet sie hochwertige Reststoffe und ausschliesslich natürliche Materialien. Ladina designt Verträumtes und Geradliniges – aber immer etwas, das gekommen ist, um zu bleiben. Etwas, das lange währt, Stil hat und nicht trendy sein muss. Uns hat es beeindruckt. Mit der aktuellen Herbst/Winter-Kollektion erzählt sie vom Gefühl, bei rauem Wind und kühlen Temperaturen loszuziehen – eingehüllt in robuste, warme, kuschelige Teile. Wir sind schockverliebt. Mehr findet ihr unter ladinakienast.ch

11 BELAROSA CHALET

Was gibt es Schöneres, als mit denen, die wir lieben, Zeit zu verbringen? Deshalb schenke ich seit Jahren am liebsten genau das: gemeinsame Zeit – oder neudeutsch: #wetime. Wie wäre es mit diskretem Luxus der Extraklasse in Arosa? Wir haben das BelArosa Chalet besucht und waren hin und weg – vom Design, Service, der Einrichtung, der Energie des Hauses, vom Stil, dem Materialmix, den Farben. Aber vor allem: Hier hat jemand an alles gedacht. Ans kleinste Detail. Und das spürt und sieht man. Dieser „Jemand“ ist die Gastgeberin: Meike-Cathérine Bambach, ein bekannter Name in der internationalen Luxushotellerie. Mehr verraten wir euch dann in der Frühlingausgabe von Ladies Drive im März 2026. belarosa-chalet.ch



11



12 UONDAS

Wir registrieren mit tiefer Zufriedenheit, dass es Menschen gibt, die Handwerkskunst lernen, pflegen und den Mut haben, auch kleine neue Labels auf den Weg zu bringen. Philipp Häseli stammt aus einer rätoromanischen Künstlerfamilie und entwarf eine nachhaltig produzierte, limitierte Luxus-Bademodenkollektion unter dem Namen Uondas (rätoromanisch für Wellen). Zu haben sind die Bikiniteile und Badeanzüge bisher nur online oder im Carlton Hotel St. Moritz. Die Strategie entspricht dem Zeitgeist: exklusiv, knappe Menge und nachhaltig. uondas.com

13 BALSAM FÜR VERLETZTE SEELEN

„Who Do You Think You Are... A Process of Becoming“ ist eine zutiefst bewegende und zugleich kraftvolle Erzählung über Überleben, Glauben und den Weg der Selbstwerdung. Aufgewachsen in einer von Sucht, Gewalt und psychischer Erkrankung geprägten Ranchfamilie, schildert Dr. Deanna Vansickel ungeschönt, wie traumatische Erfahrungen in Kindheit und Jugend ihre Identität prägten – und wie sie den Mut fand, diesen Kreislauf zu durchbrechen. Besonders beeindruckend ist die Verbindung aus sehr persönlichen Erlebnissen und fundierter psychologischer Einordnung. Das macht dieses Buch nicht nur zu einem Memoir, sondern zu einem praktischen Leitfaden für Menschen, die selbst Missbrauch und Traumata erlebt haben. „Who Do You Think You Are...“ ist eine Einladung, eigene Scham und Angst loszulassen, sich von Schuld zu befreien und das Leben aus einem Ort der Liebe heraus zu gestalten.

Who Do You Think You Are... A Process of Becoming

Dr. Deanna Vansickel, Herausgeber: TeOusia

UPCOMING EVENTS FOR LADIES

www.ladiesdrive.world/agenda

3. Dezember 2025 12:00-12:30 Online	EWMD Self-Care Moment – Deine Zeitinsel www.ewmd.org	20. Januar 2026 18:15-21:30 Restaurant Neumühle, Baar	Swiss Marketing 45. Mitgliederversammlung von Swiss Marketing www.swissmarketing.ch
4. Dezember 2025 16:00-18:00 Hamburg	Women Speaker Foundation Let's Walk & Talk, Hamburg! www.women-speaker-foundation.de	2. Februar 2026 18:00-19:00 Online	Bargesprache Digital Moneytrends 2026 – Alles, was du wissen musst! Kostenlose Anmeldung unter www.ladiesdrive.world/agenda
8. Dezember 2025 12:00-13:30 Chur	Verband Frauenunternehmen VFU Business-Lunch in Chur www.frauenunternehmen.ch	5. Februar 2025 18:00-21:00 Zug	Swiss Leaders Talentmarkt Schweiz – Strategien, Trends und Perspektiven von der Gi Group-Führungsspitze www.swissleaders.ch
9. Dezember 2025 09:00-17:00 Zürich	Advance Women The Career Accelerator Lab www.weadvance.ch	11. Februar 2026 08:30-17:00 Zürich	Swiss Leaders Den Psychopathen am Arbeitsplatz erkennen www.swissleaders.ch
10. Dezember 2025 12:00-13:00 Online	Women Speaker Foundation Lunch & Connect – Das 1 st ROW Netzwerktreffen www.women-speaker-foundation.de	26. Februar 2026 16:00-21:00 Bendern, Liechtenstein	KMU SWISS KMU InsideTreff „Wirksame Digitalisierung für ein KMU – Best Practice Beispiel b_smart“ www.kmuswiss.ch
11. Dezember 2025 09:00-16:00 Zürich	Advance Women Key Negotiation Skills for Women www.weadvance.ch	10. März 2026 09:00-17:00 Zürich	Advance Women Presence and Impact www.weadvance.ch
11. Dezember 2025 17:30-19:30 Hamburg	EWMD Kinder, Kinder! Zwischen Repräsentation und Wirklichkeit www.ewmd.org	11. März 2026 09:30-17:30 Zürich	Advance Women Navigiere erfolgreich in der männlich geprägten Businesswelt www.weadvance.ch
11. Dezember 2025 18:00-21:30 Zürich	Swiss Marketing SMZ X-Mas 2025 www.swissmarketing.ch	19. März 2026 13:00-19:00 Trafo Baden Baden	KMU SWISS KMU SWISS Symposium Baden „Industrielle Revolution 2026“ www.kmuswiss.ch
11. Dezember 2025 08:00-09:00 Online	EWMD From Artificial to Augmented – Harnessing AI to Enhance our Thinking www.ewmd.org	13./14. April 2026 11:00 Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa	League of Leading Ladies Conference 2026 The Chameleon Effect: Survival of the Flexible www.leagueofleadingladies.com
12. Dezember 2025 16:00-18:00 Wöschhus, Baar	Verband Frauenunternehmen VFU Business-Treff in Baar – Chlaus-Apéro www.frauenunternehmen.ch	21.-23. Mai 2026 Tbc Vitznau am Vierwaldstättersee	Christina Weigl Training & Coaching GmbH Modul 1 à LEADERSHIP FÜR FRAUEN: Berufung & Werte www.christina-weigl.ch
14. Januar 2026 19:00-21:00 Online	Womenbiz womenbiz Workshop „Zielsetzung mit Fokus“ www.womenbiz.ch	17.-19. Juni 2026 Tbc Klosters	The Klosters Forum The Klosters Forum 2026 – The Cultural Turn www.theklostersforum.com
14. Januar 2026 19:00 Online	Christina Weigl Training & Coaching GmbH Infoabend PERSÖNLICHE LEADERSHIP: Berufung – Führung – Sinn www.christina-weigl.ch		

LADIES DRIVE-EVENTS

Unsere Ladies Drive-Events finden Sie auf: www.leagueofleadingladies.com _ www.ladiesdrive.world
Unsere Newsletter abonnieren und keinen Event mehr verpassen →



helvetia.ch/pensions-check

Freiheit bewahren nach der Pensionierung.

Wer früh vorsorgt, sichert sich finanzielle Freiheit im
Ruhestand. Jetzt Financial Fitness Score berechnen!

einfach. klar. helvetia 
Ihre Schweizer Versicherung

Financial
Fitness Score



RENAULT SCENIC E-TECH ELECTRIC

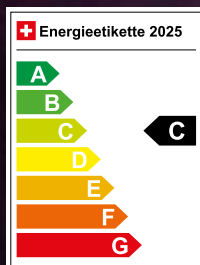
220 PS



business solutions

bis zu 625 km Reichweite¹
solarbay® Panoramaglasdach mit Verdunkelungsfunktion²
30 fortschrittliche Fahrerassistenzsysteme
90 % recycelbar³

¹gemäss WLTP ²als Option erhältlich ³mehrheitlich wiederverwertbares Produkt, Recyclingfähigkeitsrate von mehr als 89,72 Massenprozent gemäss der europäischen Richtlinie 2005/64/EG. Renault Scenic E-Tech electric evolution 220 PS long range, 0 g CO₂/km, 18,9 kWh/100 km, Energieeffizienz-Kategorie C.



de.business.renault.ch

