

FEATURING BIRGIT FISCHER, DR. MONICA GAGLIANO, TESSY ANTONY DE NASSAU

Die Business Sisterhood seit 2007

LADIES DRIVE

BUSINESS
SISTERHOOD
FÜR ALLE!

5.-

Mehr auf www.ladiesdrive.world

No 74

SOMMER 2026

BILINGUAL ISSUE -
GERMAN & ENGLISH

AUF SINNSUCHE IM DIGITALEN RAUM

ÜBER DIGITALE ACHTSAMKEIT UND DIE SUCHE NACH DEM „MEHR“

Schweiz CHF 5.00 Europa 5,00 €



4 190690 805002

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

SOMMER 2026, 19. JAHRGANG
SCHWEIZ, DEUTSCHLAND, ÖSTERREICH
AUSGABE IN DEUTSCH & ENGLISCH

#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.

PATEK PHILIPPE BOUTIQUEN · ZÜRICH Beyer Bahnhofstrasse

AUTORISIERTE PATEK PHILIPPE FACHHÄNDLER · BASEL Seiler Juwelier | BERN Zigerli+Iff | GSTAAD Stebler
KLOSTERS Maissen Klostern | LUZERN Gübelin | ST. GALLEN Chronometrie Labhart | VADUZ Huber | ZUG Lohri | ZÜRICH Gübelin

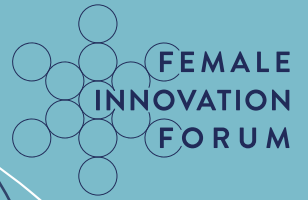
DIE VOLLSTÄNDIGE LISTE DER AUTORISIERTEN PATEK PHILIPPE FACHHÄNDLER
FINDEN SIE UNTER PATEK.COM



Cartier

LADIES DRIVE

PRÄSENTIERT



FEMALE INNOVATION FORUM VOL. 9

MAKE IDEAS BIGGER BETTER FASTER TOGETHER

21. Oktober 2026
blue Cinema Abaton, Zürich
(Hardbrücke)

KEYNOTE-SPEAKER



GIOVANNA DIPASQUALE
„Innovator of the Year 2025“,
CEO & Co-Founder HeroSupport



DR. YASEMIN TAHRIS
Co-Founder &
Board Member flowit



**VANESA TRÜTSCH
& DR. VANESSA CRAIG**
CEO & Founder Formetta



**MELANIE TSCHUGMALL
& MELANIE LENNERT**
Co-Founders CRO2go



JETZT TICKET SICHERN: WWW.FEMALEINNOVATIONFORUM.CH



PRESENTING PARTNERS



MEDIAPARTNER



CO-PARTNER



DER WEG DES NARREN

Der digitale Raum ist längst zu einer Art Pilgerstätte geworden. Pilgern ist ein uraltes Ritual, dessen Ursprünge unklar sind – aber was die treibende Kraft ist, scheint glasklar zu sein: die Suche nach Selbsterkenntnis, dem Sinn des Lebens und der eigenen Spiritualität. Wir pilgern also durch Foren, Online-Shops, soziale Medien, über Blogs und Websites, wie über Stock und Stein auf einer echten Wanderung. Manchmal verweilen wir hier ein wenig – ab und zu dort. Setzen uns auf eine Bank, blicken um uns herum, mit Erstaunen und Entsetzen, je nachdem, wo wir hinschauen.

Und häufig geht es uns tatsächlich wie auf einer Pilgerreise, denn auch da ist der Weg das Ziel, und wir wissen selbst auf dem Jakobsweg nicht immer zu 100 Prozent, was vor uns liegen möge. So browsen wir im digitalen Raum herum, unwissend, neugierig, konsumierend und selten kreierend, wischen nach links und mal nach rechts, und wenn die Sonne hinterm Horizont untergeht, bleibt das unbemerkt, bis wir uns im dunklen Zimmer die müden, roten Augen reiben und verschreckt auf die Uhr schauen.

Allerdings bleiben wir bei der digitalen Heldenreise nur Zaungast. Wir sind zwar mittendrin, aber nie wirklich dabei. Denn ein Grossteil unserer menschlichen Sinne bleibt beim digitalen Wandern gänzlich unberührt. Nichts duftet am Wegesrand. Niemand streicht uns durchs Haar oder berührt unsere Lippen. Nichts schmeckt nach Meer oder Vanille-Glacé, auch wenn unser Gehirn nun in die Hände klatscht. Zurück bleibt deshalb immer ein verschlafener, schaler Nachgeschmack von nichts.

Und auch wenn wir stundenlang digital gepilgert sind – sind wir weit gekommen? Haben wir uns selbst erkannt im Internet? Sinn gefunden? Sogar Spiritualität entdeckt? Meist sind wir beim Online-Wallfahren an unzähligen Götzenstatuen vorbeigerauscht, immer in Eile, nie langsam, meistens schnell. Wir wandeln durch die heiligen Hallen von Instagram, TikTok & Co., gondeln durch Online-Shopping-Malls oder Casinos und bleiben doch unbemerkt, anonym und einsam zurück, da, wo wir hergekommen sind: aus der analogen Welt unseres Wohnzimmers. Sind wir Informations-Junkies und Sinnsuchende – oder doch Narren? Wobei Letzteres viel spannender ist, als man gemeinhin denkt.

Der Brite Dr. Guy Hayward, einer unserer Keynote-Speaker der vergangenen League of Leading Ladies Conference 2026, hat mich auf die wunderschöne Metapher des Narren, der ersten Karte im Tarot, aufmerksam gemacht. Der Narr steht am Abgrund, sein Bündel auf dem Rücken, sein Hündchen an der Seite. Vor ihm kein Weg. Kein Richtungspfeil. Er hat keine Orientierung, keine Sicherheit und ist auf sich selbst zurückgeworfen. Und während er mit sich selbst hadert, eilt ihm niemand zu Hilfe. Wenn wir in die Welt, die Wirtschaft, die Politik schauen – die multipolare Welt mit ihren omnipräsenten Krisen betrachten –, könnte man meinen, wir stehen alle gerade im Kollektiv vor dem Abgrund, die einen als Narren, die anderen als Weise. Die Letzteren sind die, die wissen, dass der Abgrund nur eine Illusion ist. Dass Unsicherheit nur in unserem Kopf stattfindet. Dass



SANDRA-STELLA TRIEBL
Herausgeberin und
Chefredakteurin Ladies Drive

FOTO: TOMEK GOLA

Orientierung in unserem Herzen wohnt. Und den Mutigen die Welt zu Füßen liegt. Es sind jene, die überall Sinn finden. In einem Gänseblümchen ebenso wie auf YouTube.

So wie der Narr im Tarot für eine neue Reise steht, die man sorglos und abenteuerlustig begehen kann, so durchkämmen wir den sozialen Online-Dschungel, immer auf der Suche nach dem kleinen bisschen „Mehr“ von irgendwas. Doch wer sucht, der findet bekanntlich auch was. Ob wir das dann immer wirklich brauchen können, ist noch mal eine ganz andere Frage. So bleibt, am Abgrund stehend, eigentlich nur eine Frage: Sind wir bei Sinnen – und das durchaus im mehrdeutigen Sinne? Sind wir im Vollbesitz unserer Sinne? Sind wir uns bewusst, was wir hier gerade tun? Und gefällt uns, was wir jenseits des Abgrunds sehen, oder starrt der Abgrund längst zu uns zurück?

Auch ich pilgere gern durch den digitalen Raum, genieße das Eintauchen ins globale Dorf und nutze vieles schlussendlich auch fürs eigene Unternehmen. Doch Sinn lässt sich trotz Wortverwandtschaft eben nicht über die Sinne erschliessen. Selbst wenn wir den US-Präsidenten Trump mit allen Sinnen wahrnehmen könnten – und ja, das Kopfkino gibt's hier gratis on top dazu –, würden wir vermutlich das eine oder andere immer noch nicht verstehen. Sinn ist eine Form der logisch nachvollziehbaren und emotional aufgeladenen Verdichtung einer Erkenntnis. Und wenn der digitale Raum zum Gewinnen ebendieser Erkenntnisse dient – why not. Aber wir tun gut daran, die gute alte, analoge Welt nicht links liegen zu lassen. Wir sind soziale Tierchen mit Sinnen, die stimuliert werden wollen. Nicht nur für jene, die mit mir auf LinkedIn verbunden sind, habe ich auch in der analogen Welt immer Zeit für einen „free hug“.

#stellasfreehugchallenge #nurofflineerhältlich

Fühlt euch umarmt, mit Worten und einer wunderbaren Ladies Drive-Ausgabe für den perfekten Sommer 2026.

Stella

INHALT

GET IN

- 7 Editorial
- 10 Featuring

WOMEN SUPPORT WOMEN

- 18 Women Empowering Women
- 22 Fashion – Inspirational Woman Designers



HOSPITALITY

- 70 Vertrauen als operative Währung:
Carole Ackermann interviewt Christine Graeff

LIFESTYLE

- 78 Fashion by PKZ
- 88 Du bist, was du liest – Unsere Buch-Highlights
- 90 Testbericht Porsche Macan S
- 92 Testbericht Nissan Micra
- 94 Watches & Jewelry Must-haves Sommer 2026
- 96 Beauty Must-haves Sommer 2026



PEOPLE WITH DRIVE

- 12 League of Leading Ladies Conference 2026 – Anpassungsfähigkeit als Asset
- 26 Sinnfluencer: Interview mit Kaivalya Kashyap
- 30 Are You Listening? Monica Gagliano and the Intelligence of the Living World
- 34 Die Sinnfinderin – Über den steinigen Weg, sich selbst zu begegnen:
Interview mit Birgit Fischer
- 38 Fake oder authentisch? Interview mit Kelly Vasileiadou
- 42 Die hohe Kunst der tiefen Schläge: Interview mit Ina Rinderknecht
- 46 Beyond Likes, towards Belonging: Interview with Elettra Lazzerini
- 50 Sicherheit oder Herausforderung? Über Monika Sattler und ihren Erfolgsweg
- 54 If You Can Dream It, You Can Do It: Interview with Valentina de Santis
- 56 Best of Ladies Drive Podcast: Interview mit Tessy Antony de Nassau
- 60 What Shapes a Future in Space? Interview with Tsovinar Avagyan
- 64 Wellness für die Seele, Abenteuer für den Geist: Interview mit Lena-Lisa Wüstendörfer
- 68 When Purpose Goes Viral: Interview with Alexandra Davidsson
- 72 CRO2go – Wie Melanie Lennert & Melanie Tschugmall Firmen auf Kurs bringen
- 74 Digitale Süßigkeiten: Interview mit Arjanna van der Plas
- 76 Die Kraft leiser Resonanz: Interview mit Ladina Spiess



KOLUMNEN

- 24 Katja Rost: Warum wir den Sinn heute im Netz suchen
- 80 Teresa Valerie Mandl: Schafft Storytelling Sinn?
- 81 Evelyn Mauch: Der Wert der feinsinnigen Dialoge
- 82 Christina Kuenzle: FOMO bei der digitalen Sinnsuche?
- 83 Patti Basler: Im Beichtstuhl der Kommentarspalten
- 84 Marina Parris: In Search of Meaning
- 86 Cornelia Kawann: Hinhören oder weghören – Das ist hier die Frage
- 87 Alex Hurschler: Warum ich aufgehört habe zu suchen –
Was Claudi mir über Sinn im digitalen Alltag gezeigt hat

EVENTS

- 98 Agenda mit allen Event-Highlights im Sommer 2026



Das neue USM Haller Soft Panel.
Eine weiche Note für den Klassiker – magnetisch, bunt, verspielt.

usm.com

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

FABIENNE DAWA SUTER

Fabienne Dawa steht mitten im Leben – geprägt von Tiefe, Wandel und Wachstum. Sie ist Finanzplanerin mit eidg. FA und war fast 20 Jahre erfolgreich in der Finanzbranche tätig, bevor prägende Ereignisse sie zu einer Neuorientierung veranlassten. Als Head of Community & Event-Management bei Ladies Drive verbindet sie ihre strukturierte Denkweise mit ihrer Kommunikationsstärke und gelebtem „Miteinander“. Sie schafft Räume für Begegnung, Austausch und echte Verbindung. Offen, empathisch und lebensbejahend, mit Blick über das Gewöhnliche hinaus, stellt sie das Wohl anderer in den Mittelpunkt, unterstützt, hört zu und ermutigt. Ihr Weg zeigt: Neues entsteht, wenn man mutig genug ist, Gewohntes loszulassen und im Unbekannten all die verborgenen Möglichkeiten zu sehen. Ihr Motto „Amor Fati“ spiegelt sich in allem, was sie tut; ihre tibetischen Wurzeln nähren ihre spirituelle Tiefe. Familie und Freunde geben ihr Halt, ist doch die richtige Begleitung auf dem Lebensweg das Wichtigste für sie.



FOTO: PONTUS WESTERMARK



FOTO: ANDRÉ SIGRON

MOIRA EGGER & ELENA SCHMID

Anfang April haben wir von Ladies Drive unsere NextGen-Initiative „The Future League of Leading Ladies“ gelauncht. Getragen wird der neue Club für künftige Führungskräfte von Moira Egger (Präsidentin) und Elena Schmid (Vizepräsidentin & Creative Director). Unterstützt werden sie von Sandra-Stella Triebel, CEO und Co-Gründerin von Ladies Drive sowie Präsidentin der League of Leading Ladies.

Moira Egger ist seit eineinhalb Jahren Teil des Ladies Drive-Teams. Mit ihrem Hintergrund in Gesundheitswissenschaften und Kommunikation verbindet sie analytisches Denken mit Empathie und einem ganzheitlichen Blick auf Menschen.

Elena Schmid ist Freelancerin bei Ladies Drive. Sie ist hauptberuflich Live-Communication-Spezialistin und verantwortet multimediale Kreativkonzepte.

Was beide jungen Frauen antreibt: das eigene Potenzial bewusst auszuschöpfen und Menschen zu ermutigen, ihren eigenen, selbstbestimmten Weg mit Mut und Kreativität zu gehen.

Mehr über die „Future League of Leading Ladies“ findet ihr auf www.ladiesdrive.world/futureleague



THE FUTURE LEAGUE OF
LEADING LADIES



DRIVEN BY
PORSCHE



CONNECT

2026

26.–27. August

Die ICT-Branche der Schweiz trifft sich – und du solltest dabei sein.

Unboxing Tomorrow

Die Zukunft wird heute geschrieben – KI, Sicherheit, IT-Infrastruktur, Kompetenzen: Die Themen, die morgen zählen und deine Business-Zukunft prägen. An der CONNECT bekommst du Antworten und Impulse – praxisnah, kuratiert, an 2 Tagen. Und erweiterst Dein Netzwerk.

Keynotes · 80+ Aussteller · 40+ Sessions · Ein Ökosystem

LADIES DRIVE
Die Business Sisterhood seit 2007

Special Highlight:

In Kooperation mit Ladies Drive erwartet dich eine inspirierende Diskussionsrunde an der CONNECT 2026. Folge uns auf LinkedIn und bleib dazu auf dem Laufenden.

Halle 550, Zürich-Oerlikon

Jetzt Ticket sichern



Folge uns auf LinkedIn

Presenting Partner



Microsoft

SAMSUNG

Lenovo

Schneider
Electric
APC



Hosts

.ALLTRON

BRACK.
BUSINESS



Das war die League of Leading Ladies Conference 2026

ANPASSUNGSFÄHIGKEIT ALS ASSET

TEXT: DÖRTE WELTI | FOTOS: TOMEK GOLA

Einmal mehr zeigte die diesjährige League of Leading Ladies Conference, warum es so wichtig ist, zusammenzukommen, sich auszutauschen und voneinander zu lernen: Der Mensch gehört in der disruptiven globalen Weltlage in den Fokus allen Denkens und Handelns. 200 internationale weibliche Top-Führungskräfte waren ins Victoria-Jungfrau Grand Hotel & Spa gereist, um zwei Tage im Zeichen von Leadership, Innovation, Future Skills und Female Empowerment zu verbringen. Die diesjährige Konferenz stand unter dem Motto „The Chameleon Effect – Survival of the Flexible?“. Am Ende der Konferenz konnte die implizite Frage mit einem klaren „Ja!“ beantwortet werden.

ADAPTION KANN MAN LERNEN

Wir müssen uns anpassen. Im positiven Sinn. Nicht verbiegen, sondern neue Sicht- und Denkweisen zulassen, damit wir uns im beruflichen oder privaten Umfeld an die sich ständig verändernden Gegebenheiten anpassen – und bestehen – können.

Vier Keynote-Speakerinnen und -Speaker präsentierten starke Learnings aus ihren Welten.



Daniela Milošević
Design Strategist Porsche AG



Dr. Monica Gagliano
Evolutionsökologin

Dr. Monica Gagliano, Autorin und assoziierte Professorin für Evolutionsökologie, fesselte das Plenum mit ihrer Theorie, dass wir Menschen als Spezies nicht weiterkommen, wenn wir nicht von denen lernen, die seit Millionen von Jahren vormachen, wie Überleben geht: von den Pflanzen (siehe auch Interview auf Seite 30).

Dr. Jennifer Blanke, ehemalige VP der African Development Bank, ehemalige Chief Economist des World Economic Forum und Partnerin bei Morphosis Solutions in Genf, veranschaulichte, wie wir uns ökonomisch auf eine Klimaerwärmung von +1,5 Grad einstellen müssen und welche Anpassungen auf jeder Ebene essenziell sein werden. Denn wir brauchen in einer wärmeren Welt auch Innovationen, neue Dienstleistungen und neue Angebote – und das betrifft auch Kommunen.

Daniela Milošević, Design Strategist Fashion & Style bei Porsche, vermittelte den Gästen die Kraft und Wirkung von Farben und Materialien.

Und Dr. Guy Hayward, Director und Co-Founder des British Pilgrimage Trust mit einem PhD zum Effekt des gemeinsamen Singens, machte deutlich, dass jede und jeder von uns einen Ort braucht – einen „heiligen“ Ort für die Seele –, an dem man sich wieder erden kann, und wie ein Pilgrimage-Mindset auch für Leaderinnen und Leader von Vorteil sein kann.

Das zweitägige Programm bot aber auch acht hochkarätige Workshops. Zeit und Räume, um Erkenntnisse zu erarbeiten, Erfahrungen auszutauschen und Antworten auf drängende eigene Fragen zu erhalten.



Dr. Guy Hayward
Director British Pilgrimage Trust



Flexibilität in Reinkultur:
Da einer der Keynote-Speaker
vorübergehend hospitalisiert
werden musste, sprang
Melanie Winiger ein – und
berührte mit ihrer persönlichen
Geschichte tief.



Dr. Jennifer Blanke
Partnerin bei Morphosis





EMPOWERING WOMEN AWARD 2026

Ein Highlight der Konferenz ist traditionellerweise die Verleihung des Empowering Women Award, der in diesem Jahr an Jasmin Aziz, CEO der VisilabGroup und Managing Director EssilorLuxottica Switzerland, ging.

Begründung der dreiköpfigen Jury mit Sasha (Alexandra) Lund, Ulrich Rotzinger und Sandra-Stella Triebel: „Nachdem Jasmin Aziz bereits in ihrer Funktion bei The Estée Lauder Companies vor einigen Jahren von 36 Kolleginnen nominiert wurde – und nun erneut, diesmal aus dem Umfeld von Visilab –, stand für uns schnell fest: Das, was Jasmin Aziz im Leadership und Topmanagement verkörpert, ist herausragend.“

Porsche, von Beginn an Partner der Konferenz, unterstreicht die Bedeutung visionärer Kraft, aber auch echter Nähe und Verletzlichkeit im Leadership. Benjamin Bieber, Direktor Marketing bei Porsche Schweiz, teilte mit erstaunlicher Offenheit, wie er Unsicherheit und Verletzlichkeit in einem hochkompetitiven Umfeld managt – und dass seine Frau sein bestes Role Model ist.

Der CEO von Porsche Schweiz, Holger Gerrmann, ergänzte: „Wer den Mut hat, neue Wege zu gehen, verschiebt die Grenzen des Möglichen. Diese Haltung ist tief in der DNA von Porsche verankert und prägt unser Engagement beim Empowering Women Award. Sie steht für Verantwortung und den Anspruch, Fortschritt aktiv zu gestalten. Die diesjährige Preisträgerin Jasmin Aziz verbindet diese Überzeugung mit ihrem Handeln und engagiert sich mit Herz für kommende Generationen von Frauen.“ Ihre Flexibilität ganz anderer Art bewies Jasmin Aziz am frühen Morgen des zweiten Konferenztages: Sie leitete persönlich eine Yogastunde.



V.l.n.r.: Benjamin Bieber, Jasmin Aziz, Sandra-Stella Triebel, Daniela Milošević, Sebastian Triebel



Jasmin Aziz (CEO Visilab) mit dem Empowering Women Award und der Schweizer Künstlerin Gabriela Brunner, die den Award kreiert hat



Sportliche Lehren vermittelte Radsport-Rekordhalterin Monika Sattler, Founder und CEO von Sattler Consulting (siehe auch Interview auf Seite 50).



Dr. Daniela Haze Stöckli, Co-Founder & Partner von Beyond Success, tat sich mit dem langjährigen Partner der Konferenz, Porsche, zusammen, um einer Gruppe von Teilnehmenden sowohl ein einzigartiges Er-Fahrerlebnis mit nagelneuen Porsche-Modellen zu ermöglichen als auch den hohen Stellenwert von Branding zu vermitteln.



Melanie Winiger ermöglichte den Anwesenden mit ihrem interaktiven Workshop zum Thema „Improvisation – Thriving When Plans Fail“ eine neue Sicht auf sich selbst.



In einer Fashion Masterclass by PKZ mit Stylistin Tatjana Kotoric wurde die eigene Ausstrahlung über das Outfit beleuchtet; im The Estée Lauder Companies Make-up-Workshop mit Chiara Fischer gab es Tipps und Tricks, um die persönliche Ausstrahlung zu unterstreichen.



Dalith Steiger-Gablinger, Co-Gründerin und Managing Partnerin von SwissCognitive, KI- Expertin und Gewinnerin des letztjährigen Empowering Women Award, machte deutlich, dass trotz des Vormarschs künstlicher Intelligenz der Mensch das entscheidende Asset eines Unternehmens bleiben wird.

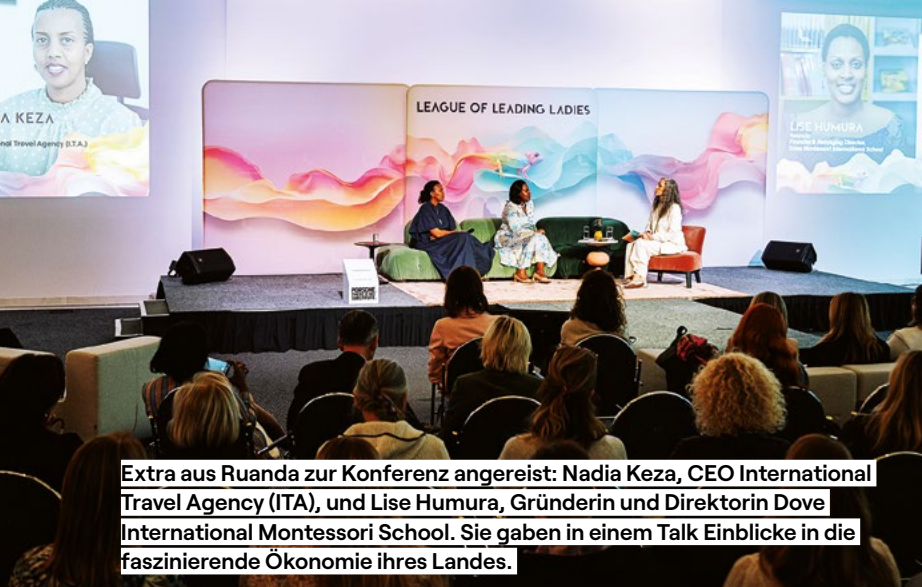


Afke Schouten, Founder und Managing Partner AI Bridge sowie AI Strategist, bereitete die Teilnehmerinnen und Teilnehmer auf die nächste Revolution im KI-Sektor vor und prophezeite das Aufkommen völlig neuer Berufsbilder ab 2028/2029.



Schönheitschirurg und Longevity-Experte Dr. Alexander Papp vom Mount Med Resort verriet Strategien, wie man mit Ernährung, Bewegung, erholsamen Routinen und sozialen Aktivitäten Stress regulieren und zurück zu seiner Basis finden kann.





Extra aus Ruanda zur Konferenz angereist: Nadia Keza, CEO International Travel Agency (ITA), und Lise Humura, Gründerin und Direktorin Dove International Montessori School. Sie gaben in einem Talk Einblicke in die faszinierende Ökonomie ihres Landes.



Executive Coach und Autor Christoph Glaser, CEO des TLEX Institute, begleitete den Porsche-Konvoi am zweiten Tag und vermittelte die erstaunliche Wirkung des richtigen Atmens auf das Mindset.



Wir danken unseren Partnern, die auf ihre Art Flexibilität und Anpassungsfähigkeit bewiesen und zum grandiosen Erfolg und zur perfekten Durchführung der League of Leading Ladies Conference beigetragen haben. Das Thema der nächsten LLL-Konferenz, die am 5./6. April 2027 wieder am gleichen Ort stattfinden wird, lautet: „Learning to Fly – Chances on the Edge of Global Disorder“. Wir freuen uns auf einen neuen Höhenflug.

Mehr Impressionen der Konferenz 2026 und ein Ausblick auf 2027 (5./6.4.2027) auf leagueofleadingladies.com



Hier den Film der Konferenz anschauen.

PRESENTING PARTNERS

PORSCHE



ESTÉE LAUDER COMPANIES

SUPPORTING PARTNERS

BPN

PKZ

LALLIER

MOUNT MED RESORT



LEARNING TO FLY

Chances on the Edge of Global Disorder



LIMITED TO
160 TICKETS



**LEAGUE OF LEADING LADIES
CONFERENCE 2027
5TH & 6TH APRIL 2027**

WWW.LEAGUEOFLEADINGLADIES.COM

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 DÖRTE WELTI, CLAUDIA GABLER UND SANDRA-STELLA TRIEBL
FOTOS: SANDRA KENNEL, PRESSE



PARADIS COLLECTIONS

Jahrelang residierte Stefania Samadelli in der Zürcher Altstadt mit einem Laden im Souterrain. Das war nett und cosy, aber nach 35 Jahren im Modebusiness hatte sie das Gefühl, es brauche neue Räume für Inspiration. Jetzt ist Stefania mitsamt Boutique und Atelier ins House of Interiors in die Binz in Zürich gezogen – wiederum ein Industriequartier, wo es von Start-ups nur so wimmelt. Statt versteckt im Hinterzimmer befindet sich ihr Nähatelier neu mittendrin in der Ladenfläche, und hier wird es auch wieder Näh-Workshops geben. Bei Stefania kann man Schritt für Schritt lernen, sich eine Capsule Collection selbst zu schneiden. Sie teilt ihr Wissen ungemein gerne. Bei wem der Nähfunke nicht überspringt, der kann sich an der Kollektion bedienen: Ihre Paradis Collections sind Businessmode in eklektischem Stil, leicht kombinierbar und so verarbeitet, dass man sie ewig tragen und später in einem Näh-Workshop selbst umarbeiten kann. paradiscollections.ch



GIARDINO ASCONA

Das Hotel Giardino Ascona feiert sein 40-jähriges Bestehen. CEO der Giardino Group, Daniela Frutiger, ist seit Jahren eine feste Grösse im Ladies Drive-Netzwerk und hat gemeinsam mit ihrem Mann und Co-CEO Philippe massgeblich zum Erfolg des Hauses beigetragen. Zur Giardino Group gehören heute das Giardino Ascona, das Giardino Mountain in Champfèr-St. Moritz und das Giardino Lago in Locarno. Für Daniela Frutiger ist das Jubiläum des Giardino Ascona vor allem ein Moment der Dankbarkeit: „Das Giardino Ascona ist weit mehr als ein Hotel – es ist ein Ort voller Erinnerungen, Begegnungen und Emotionen. Dass wir nun 40 Jahre Geschichte feiern dürfen, verdanken wir vor allem unseren Gästen und unserem grossartigen Team.“ giardinohotels.ch



PINK RIBBON

Die von Nicole Zindel vor 20 Jahren gegründete Initiative Pink Ribbon Schweiz braucht es nach wie vor. Die Art der Kampagnen ist im Laufe der Jahre vielfältiger geworden; es gibt immer mehr Veranstaltungen, an denen Geld für Brustkrebsprojekte und Forschung gesammelt wird. Man kann an Walks und Yoga-Events teilnehmen, Konzerte besuchen, die Gala und sogar Golfturniere. Pink Ribbon Schweiz gibt auch Hilfestellung zu Themen wie Selbstabtastung, dazu, wie man nach einer Diagnose weiter verfährt, und dazu, was danach geschieht – mit Tipps zur Rückkehr in eine neue Normalität. Der nächste Event ist ein Golfturnier im Rahmen einer Golftour am 9. Juni in Sempach. Anmeldung über pink-golftour.ch



LA ESPLORA COLLECTION

Handgefertigte Taschen aus der Schweiz
An der Mini Tote Bag „Grace“ und der Beach Bag „Smeralda“ gefallen uns nicht nur die Namen. Die Taschen werden mit viel Liebe zum Detail in der Schweiz hergestellt. Gründerin Andrea Bornkessel liess sich auf ihren Reisen zu dieser Kollektion inspirieren. Die Sommer-Edition ist mit ihren echten Bambusgriffen, ihrer edlen Ausstrahlung und ihrer angenehmen Haptik ein echter Hingucker – ob am Strand, auf Reisen oder zurück im Büro. Die ultraleichte Beach Bag in Beige oder Olive ist nicht nur eine attraktive Strandbegleitung, sondern eignet sich auch perfekt als grosse Handtasche für die Flugzeugablage.
Ladies Drive-Leserinnen geniessen bis zum 30.09.2026 15 % Rabatt mit dem Gutscheincode Ladies15.
laesplora.com/shop



VENUSLINE

Wisst ihr, was Easewear ist? Wer jemals Yoga oder Körperarbeit in unbequemer Kleidung gemacht hat, ahnt, wie befreiend legere Hosen und Tops bei solchen Sessions wirken können. Dieser Gedanke hat Tatjana Fuchs beflügelt. Sie leitet gemeinsam mit Anne Römer das Spirit WoMen Zentrum in Frankfurt und fand, es sei Zeit für eine eigene Kollektion. Seit letztem Jahr gibt es nun die erste Linie für Männer und Frauen – viele Stücke sind unisex –, die sich durch offene, fließende Schnitte und weich fallende Silhouetten auszeichnet. Die Oberteile, Tunika-Kleider, Hosen, Jumpsuits, Jacken und Bras werden aus feiner, feuchtigkeitsaufnehmender und schnell trocknender Bio-Baumwolle in der Türkei gefertigt. shop-spiritwomenzentrum.com





RÄUCHER-RITUAL

Mit fumo hat die ausgebildete Innenarchitektin und kräuterkundige Unternehmerin Tina Felix eine Welt geschaffen, in der uraltes Wissen auf zeitgemässe Bedürfnisse trifft: frei von Klischees, nah an der Natur. Die Räuchermischungen entstehen aus heimischen Kräutern und Harzen, handgesammelt oder aus biologischem Anbau, in Zürich achtsam gemischt und abgefüllt. Ob „space cleanser“ zur Reinigung, „deep rest“ für erholsamen Schlaf oder „power + clarity“ für Fokus und Energie – jede der fünf Mischungen ist für eine spezifische Wirkung komponiert. Wer tiefer eintauchen möchte, bucht eine persönliche Räucherung – für zu Hause, den Arbeitsplatz, besondere Anlässe oder als begleitete Auszeit vom Alltag. Workshops und Kräutermischungen unter fumofumo.ch



SCREEN-LIFE-BALANCE

Oder: echte Küsse statt Bussi-Emojis

We like! Der neue „Fokus Reset“ der Digital-Pionierin, Autorin und Verlegerin Anitra Eggler ist da! Der wunderschön illustrierte Planer hilft dir, deine Lebenszeit bewusst zu feiern. Jeden Tag. Ohne Druck. Prio-Liste, Lebenslust-Index und Reminder, die uns daran erinnern, was zählt, inklusive. Reflexion statt Reflex: Dank der täglichen Interventionen werde vielleicht sogar ich von der digital Getriebenen zur Genieserin von Screen-Life-Balance und bewusstem Offtime-Luxus. Ziel: weniger FOMO (Fear of Missing Out), mehr JOMO (Joy of Missing Out). Weil weniger oft mehr ist. Und Zufriedenheit der schönste Filter.

Gleich bestellen – für dich selbst und/oder zum Weiterschenken: für CHF 16.75 auf Amazon oder unter like-publishing.com/fokus-planer



NATHALIE SCHWEIZER

Kennt ihr das? Mit winterweisser Haut in der Umkleidekabine stehen und Bademode anprobieren? Genau. Nathalie Schweizers Kabinen in ihrem Atelier in Zürich sind nicht unbedingt besser beleuchtet, aber ihre Bademode lässt einen auf wundersame Weise erstaunlich gut aussehen. Seit gut 15 Jahren entwirft Nathalie ihre eigene Linie. „Um fit zu bleiben, ging ich oft schwimmen und ärgerte mich immer über Badeanzüge, die in die Fudibacken rutschen“, kommentiert die gelernte Kindergärtnerin und ehemalige Swissair Flight Attendant ihre Motivation, ein eigenes Label zu gründen. Sie produziert in kleiner Stückzahl mit zertifizierten Stoffen aus Italien. Wirklich top: Ihre Bikinihosen und Badeanzüge bedecken den gesamten Po, und die Säume schnüren nicht ein. Und sie verwendet keine Bügel in den Tops; die Brust wird durch die richtige Schnittführung und Linienführung genau da gehalten, wo sie sein soll. nathalieschweizer.ch



ATELIER 1985

Die Pandemie war für viele auch eine Zeit, sich kreativen Ideen zu widmen. Lea Dätwyler konzipierte in dieser Zeit ihre eigene Modelinie Atelier 1985. Der Fokus liegt auf hochwertigen Basisteilen, die sich einfach kombinieren lassen. Im Gründen kennt sie sich aus: Bereits 2009 eröffnete Lea gemeinsam mit ihrer Mutter Susanne Grob in Olten das Kaufhaus Krone. Die Mutter steht ihr bis heute strategisch beratend zur Seite, doch Lea ist längst in die Rolle der Firmenchefin hineingewachsen. Uns gefallen besonders die lässig geschnittenen Hosenanzüge, die – wie alles in der Kollektion – in der Türkei gefertigt werden. Schlau: Lea entwirft auch die Stoffe für Hosen, Blusen, Kleider, Röcke, Jacken und Shirts selbst. So geht Exklusivität. kaufhauskrone.ch



SKIN EUPHORIA

Wenn eine weiss, wie man eine Marke positioniert und formt, dann ist es Hanna Åkerström. Zusammen mit ihrem Mann Johan Olzon gründete sie 2013 das Label Soeder. Inzwischen sind die Seifen und natürlichen Kosmetikprodukte nicht nur in vielen Haushalten, sondern auch in der Luxushotellerie und bei der Fluggesellschaft Swiss nicht mehr wegzudenken. Hanna hat beschlossen, ihre Fähigkeiten als Director of Brand and Partnerships bei dem jungen Label Skin Euphoria einzusetzen. Skin Euphoria produziert seit 2024 hochwertige Textilien für Hotellerie und Privatkunden, darunter Frottierwaren und Bettwäsche. Die Marke will neue Standards in Bezug auf Langlebigkeit, kreislauffähige Wertschöpfung und Prozessoptimierung setzen. skin-euphoria.com



MAISON 1802

Wer jemals das Vergnügen hatte, sich die Haare im Salon des mehrfachen Coiffeur-Weltmeisters Martin Dürrenmatt machen zu lassen, kam wohl bereits in den Genuss von Sabrina Heeb's Schnitt-, Färbe- und Stylingkünsten. Unter Martins Ägide wurde sie 2022 zweitbestes „Talent of the Year“ und gewann 2024 Silber als „Creative Colorist of the Year“ an den Global Creative Awards von Goldwell. Ihr Mentor unterstützte Sabrina auch mental bei ihrem grossen Traum: einem eigenen Salon. Dieser ist nun eröffnet: Das Maison 1802 in Ipsach am Bielersee garantiert ein entspanntes, ruhiges Setting. Das Seeland ist ihre Heimat; hierhin ist sie nun zurückgekehrt. Das Maison 1802 hat zwei Stühle, Sabrina will Klasse statt Masse bieten. maison1802.ch



INSPIRATIONAL FEMALE DESIGNERS

BY YVONNE AEBERHARD STUTZ | PHOTOS: PRESS

FASHION

STORM

Deborah Caldwell launched STORM in 2005 to offer women unique and powerful fashion choices. With a distinct rock 'n' roll edge, STORM has earned a reputation in New Zealand for creating styles that transcend fleeting trends and become timeless classics. Each piece I have bought there has become a wardrobe staple and, best of all, when it is no longer in pristine condition, I know I can return to the store and find something similar. STORM collections embody an attitude that is rebellious yet refined, giving women the freedom to embrace their personal style and make it their own. STORM's collections are more than just clothing. Each piece is an expression of confidence and timeless style. On each visit to New Zealand, I find myself heading to the nearest STORM store as my first port of call. In my opinion, they make the only cargo trousers in the world that are both exceptionally comfortable and still make you look slim. The good news is that they ship globally.

For more information, see: www.stormonline.com



CÉSAIRE

I discovered Césaire while walking the streets of Paris in March this year. One look through the shop window and I simply had to go in.

Stéphanie Césaire is the creative designer behind Césaire. Before opening her own store in Paris, she worked for several prestigious couture and fashion houses, including Guy Laroche, Lagerfeld Gallery, Kenzo, Chloé and Nina Ricci. In 2007, she launched her own brand to express her singular vision of the ultimate accessory: a woman's perennial fashion companion. Each piece is inspired and timeless, made with the finest materials by French craftspeople. With an emphasis on French and European leather, local craftsmanship and limited series, Césaire naturally embodies slow fashion, with thoughtful production and a low environmental impact.

I am a personal fan of the beautiful designs and the feel of each bag. Better still, the price points are very fair.

For more, see: www.stephaniecesaie.com



ANN&LINE

The story behind Ann&line began in early 2014 when Caroline, the owner and designer, moved from Paris to Zurich. I remember visiting Caroline as early as 2015 and seeing her atelier, which at the time was in her own home. Caroline has an interesting background. She initially studied physiotherapy and then osteopathy. She opened her own practice and ran it with passion. Later, after meeting her husband in Paris, she sold everything and moved with him to Zurich. It was a difficult transition, not knowing the language and leaving her friends behind. To overcome the loneliness, she started her own fashion blog. Nine months later, in 2014, she launched her own clothing line, which has grown from strength to strength and now includes two shops in Zurich as well as an online store. I love Caroline's careful choice of fabrics and her timeless designs, with their attention to detail. Once you buy something from Ann&line, you always come back.

For more, visit www.annetline.com



ALEXANDRA LULAY

Alexandra began her career working in renowned ateliers in Konstanz and Zurich for several years. However, when life gifted her two wonderful sons, she also found the courage to take a leap many only dream of: opening her own atelier, a space filled with light, tools, gemstones, and the gentle hum of inspiration. A place where family life and artistic passion coexist in perfect harmony.

What truly sets Alexandra apart is her jewellery. Each piece is handcrafted with intention, shaped slowly and thoughtfully, always with an eye for elegance. Her designs carry a signature blend of subtle sophistication and emotional depth - the kind of jewellery that

becomes part of your story rather than merely an accessory.

Clients often arrive with a vague idea and leave with a piece that feels as though it was always meant for them. No rush, no pressure. Alexandra works by appointment only, allowing each woman the luxury of time. Conversations flow, ideas evolve, and it is not unusual for a visit to stretch into two delightful hours.

That is the magic of bespoke jewellery: personal, intimate, and deeply rewarding. In a world full of mass-produced sparkle, Alexandra offers something rare: jewellery crafted with heart, shaped by hand, and inspired by the people who wear it. Pieces that do not merely decorate, but celebrate. To discover the full collection, see: www.lulay.ch



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/lifestyle blog www.funkyforty.com was created - that was 11 years ago. Fashion Week street style and other photography are also part of my new profession. Having a huge passion for fashion and supporting incredible female designers, I am super excited to have the opportunity to share a few with you on Ladies Drive - a magazine I have loved since its very beginning.

YVONNE AEBERHARD STUTZ

PHOTO: RETO STUTZ





WARUM WIR DEN SINN HEUTE IM NETZ SUCHEN

Wer heute nach Sinn sucht, geht nicht unbedingt in eine Kirche. Er öffnet eine App. Dort läuft der Sonntagsgottesdienst mit Live-Chat, auf Discord verabreden sich neomonastische Gruppen zur digitalen Stille, auf Instagram kursieren Achtsamkeits-Challenges, auf TikTok werden Tarotkarten gelegt. Es gibt virtuelle Kerzen für Verstorbene, Trauerchats, WhatsApp-Gebetskreise, Beichttermine per App und KI-gestützte Seelsorge auf Abruf. Selbst dort, wo Religion nicht mehr Religion heissen will, nimmt sie spirituelle Formen an: in Journaling-Apps, Atem-Coaches, Remote-Retreats und Selbstfindung im Design der Selbstoptimierung.

Man kann darüber spotten. Die Smartwatch erinnert ans Mittagsgebet, die Gebetsserie wird wie ein Fitnessprogramm gepflegt, die Meditation gegen existenzielle Unruhe algorithmisch personalisiert. Doch Spott greift zu kurz. Denn das eigentliche Phänomen ist nicht die technische Form, sondern das soziale

Bedürfnis dahinter. Die entscheidende Frage lautet: Warum suchen so viele Menschen gerade im digitalen Raum nach Sinn, Halt und Trost?

Auf den ersten Blick passt das nicht zusammen. Seit Jahren treten Menschen in Rekordzahlen aus den Kirchen aus. Taufen, kirchliche Hochzeiten und andere traditionelle Rituale verlieren an Bedeutung. Der Trend zur Säkularisierung scheint eindeutig. Und doch verschwindet das Bedürfnis nach Sinn nicht. Es wechselt nur den Ort.

DIE EROSION DES PRIVATEN

Das ist kein Widerspruch, sondern Ausdruck einer tieferen gesellschaftlichen Veränderung. Unsere Lebensform ist in den vergangenen Jahrzehnten radikal individualisierter geworden. Beziehungen, Freundschaften, Partnerschaften und Zugehörigkeiten sind freier, aber auch unverbindlicher geworden. Was

früher durch Institutionen, Normen und stabile Erwartungen getragen wurde, muss heute immer wieder neu ausgehandelt werden.

Gerade im Intimen wird dieser Wandel sichtbar. Heiraten ist keine Selbstverständlichkeit mehr, Partnerschaften entstehen später, halten oft kürzer, verlaufen serieller. Eine Befragung unseres Instituts aus dem Jahr 2026 unter 18- bis 50-jährigen Schweizerinnen und Schweizern zeigt, wie stark sich die intime Ordnung ausdifferenziert hat: Das Paar mit Kindern ist zwar noch die grösste Gruppe, aber nur noch eine Lebensform unter vielen – neben Paaren ohne Kinder, Beziehungen mit getrennten Haushalten und sehr unterschiedlichen Formen des Singlelebens. Dating ist von langfristiger Bindung entkoppelt, digitale Plattformen organisieren Begegnungen nach den Logiken von Auswahl, Sichtbarkeit und Selbstpräsentation. Das Bedürfnis nach Nähe ist dabei keineswegs verschwunden. Aber die Bedingungen, unter denen sie entsteht, sind unsicherer geworden.

Mit der gewonnenen Autonomie wächst deshalb nicht nur die Freiheit, sondern auch die Zumutung. Wer sein Leben selbst entwerfen soll, muss auch Krisen selbst deuten, Verluste selbst verarbeiten und Brüche selbst integrieren. Die spätmoderne Gesellschaft verspricht Selbstbestimmung, entlässt den Einzelnen aber oft aus genau jenen Zusammenhängen, die früher Orientierung und Rückhalt boten.

DER BERUF ALS ZWEITE HOFFNUNGSFIGUR

Diese Erosion betrifft jedoch nicht nur das Private. Sie prägt auch die Arbeitswelt – und damit jenen Bereich, in dem Erwachsene einen grossen Teil ihres Lebens verbringen. Arbeit ist heute für viele weit mehr als Broterwerb. Sie soll Identität stiften, Anerkennung verschaffen, soziale Kontakte ermöglichen und im besten Fall sogar Sinn geben. Der Beruf ist damit zu einer zweiten grossen Hoffnungsfigur geworden: Wer sich nicht mehr über Religion, Milieu oder stabile Familienformen definiert, sucht Verwirklichung nun oft im Beruf.

Gerade darin liegt die neue Verwundbarkeit. Denn dieselbe Arbeitswelt, die Autonomie, Kreativität und Selbstentfaltung verspricht, organisiert sich zunehmend über Befristung, Projektarbeit, Flexibilität und permanente Anpassung. Teams formieren sich auf Zeit, Führung bleibt oft situationsbezogen, Karrieren verlaufen weniger linear und Arbeitsorte wechseln. Was nach Freiheit klingt, bedeutet in der Praxis nicht selten Unsicherheit. Flexible Arbeitsverträge verlagern unternehmerische Risiken auf die Beschäftigten, flexible Führung bietet Verantwortung ohne Rückhalt, flexible Teams erschweren langfristige Bindungen, und die Logik mobiler Karrieren greift bis ins Private hinein: Beziehungen müssen mit Ortswechseln, Verfügbarkeiten und Berufsanforderungen kompatibel bleiben. So wird auch das Intime anpassungsfähig gemacht – etwa in Form von Beziehungen auf Distanz oder dauerhaft aufgeschobener Familiengründung.

Hinzu kommt, dass die Grenzen zwischen Arbeit und Leben poröser geworden sind. Wer ständig erreichbar ist, im Home-office arbeitet oder sich als eigenes Projekt managen soll, muss sich fortlaufend selbst organisieren, motivieren und stabilisieren. Die Sprache der Gegenwart ist voll von Begriffen wie Resilienz, Purpose, Achtsamkeit, Balance oder Selbstführung. Das sind nicht nur Managementvokabeln. Es sind auch Begriffe einer Kultur, in der die Last der Orientierung immer stärker auf das Individuum übergeht.

DAS NETZ ALS INFRASTRUKTUR FÜR SINN

Hier beginnt die eigentliche Karriere des Digitalen als Sinnraum. Das Internet ist längst nicht mehr nur Informationsspeicher, Unterhaltungsmaschine oder Arbeitsmittel. Es ist auch eine Infrastruktur für Trost, Übergangsrituale und existenzielle Selbstvergewisserung. Wer trauert, findet ein Memorial-Forum. Wer zweifelt, bekommt Tagesimpulse von einer App oder spricht mit einem Chatbot, der immer antwortet. Wer erschöpft ist, sucht auf YouTube nach Morgenroutinen, auf Instagram nach Achtsamkeitspraktiken oder in digitalen Retreats nach Momenten der Sammlung. Das Netz füllt damit eine Lücke, die nicht technischer, sondern sozialer Natur ist.

Dafür muss man nicht einmal religiös sein. Auch die säkulare Kultur ist heute von Sinnpraktiken durchzogen, die früher religiös codiert waren: Rituale der Einkehr, Übungen der Selbstbeobachtung, Gemeinschaft auf Zeit, Formen von Beichte, Bekenntnis und Erlösung in psychologischer oder therapeutischer Sprache. Der Unterschied ist nur: Sie treten nicht mehr als verpflichtende Ordnung auf, sondern als individualisierbares Angebot. Sinn wird gewählt wie ein Streamingprogramm – situationsbezogen, modular, personalisiert.

DIE AMBIVALENZ DIGITALER NÄHE

Darin liegt die Ambivalenz. Das Digitale demokratisiert den Zugang zu Trost und Orientierung. Es macht Angebote niedrigschwellig, jederzeit verfügbar und für viele überhaupt erst erreichbar. Doch was Trost spendet, bleibt im Netz oft flüchtig. Digitale Gemeinschaft ist leicht zugänglich, aber nicht immer tragfähig. Der Algorithmus kann Aufmerksamkeit organisieren, aber keine Verbindlichkeit stiften. Ein Chatbot kann spiegeln, aber nicht wirklich Anteil nehmen.

Vielleicht suchen wir den Sinn heute deshalb im Netz, weil viele analoge Räume brüchig geworden sind. Nicht nur die Kirchen verlieren Bindungskraft. Auch Partnerschaften, Familien, Freundschaften, Nachbarschaften und Arbeitswelten sind weniger selbstverständlich tragfähig als früher. Der Boom digitaler Spiritualität ist deshalb weniger die Rückkehr der Religion als ein Symptom sozialer Vereinzelung. Die Sehnsucht jedenfalls ist ungebrochen. Nur ihr Ort hat sich verändert. Das sollte auch Unternehmen zu denken geben. Sinn entsteht nicht durch Purpose-Rhetorik, sondern dort, wo Menschen Verlässlichkeit, Zugehörigkeit und soziale Stabilität erfahren.

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: JOHN FLURY





Kaivalya Kashyap
teilt Erfahrungen aus der
Transformation und erklärt,
warum sich Sinn nicht
konsumieren lässt.

SINNFLUENCER

FOTO: INTERNATIONAL ACADEMY OF TRANSFORMATIVE LEADERSHIP

Wie kann es in unserer voyeuristischen und exhibitionistischen Social-Media-Welt gelingen, das Bewusstsein anzuheben? Es ist möglich, weiss Sinnfluencer Kaivalya Kashyap aus eigener Erfahrung: wenn wir uns in Richtung Liebe, Frieden und Mitgefühl entwickeln. Wie das in unserer lärmigen Zeit gelingen kann und welche Begegnung sein Leben von Grund auf verändert hat – auf den Spuren der Transformation.

INTERVIEW: CLAUDIA GABLER

Ladies Drive: Kaivalya, du warst der Inbegriff eines Businessmenschen, erfolgreich als CEO in der IT-Welt wie auch mit eigenen Firmen. Wie hat dein Weg der Transformation begonnen?

Kaivalya Kashyap: Ich wollte mein Leben lang Anerkennung, mich beweisen, der Beste sein. Bis ich 48 war und gemerkt habe, dass ich mich selbst nicht liebe. Das war ein Riesenschok für mich. Ich habe von allen erwartet, dass sie mich lieben. Aber wieso konnte ich mir das nicht selbst geben? Ich war fertig mit der Welt. Das Leben machte keinen Sinn für mich, wenn ich nicht in der Lage war, aus mir heraus diese Liebe zu erfahren. Ich habe von einem Tag auf den anderen alles aufgegeben – meine Firmen, meinen Besitz – und mich auf die Suche nach einer Antwort auf die Frage begeben, wieso ich mir selbst keine Liebe geben kann.

Was für ein mutiger Schritt!

Es war ein verzweifelter Schritt. Ich konnte so nicht weiterleben. Ich habe bei null angefangen, bin zuerst nach Japan gereist und habe dort das Vergebungsritual Ho'oponopono kennengelernt. In Japan hat mir jemand empfohlen, nach Indien zu reisen und dort Maitreya Dadashreeji kennenzulernen. Ich hatte grosse Angst!

Wie war die Begegnung?

Am Anfang war ich total enttäuscht, denn ich hatte Erwartungen, wie Maitreya Dadashreeji sein sollte. Aber dann, vom Samstag auf den Sonntag, vom 11. auf den 12. Mai 2013, bin ich in diese tiefe Liebe und diesen Frieden eingetaucht und wusste: Das ist es, was ich in den Westen bringen möchte. Fortan habe ich meine Arbeit dieser Mission gewidmet, Menschen durch das Erwecken der Liebe in sich zu inspirieren. Das hat mit dieser Begegnung begonnen und war auch der Grund für meine Suche. Und heute machen Menschen diese Erfahrung in der Begegnung mit mir.

Warum warst du am Anfang enttäuscht?

Das ist der Verstand. Er erwartet, dass ein Meister auf dem Teppich schwebt oder andere besondere Fähigkeiten hat. Dabei war er ganz normal. Er hat normal gesprochen, so wie wir jetzt miteinander sprechen. Nur spricht er nicht nur mit dem Mund, sondern vor allem auch von Herz zu Herz.

War das wie eine Erleuchtung für dich?

Nein. Es war zunächst ein innerer Moment von „Alles ist gut“. Er gab mir die Erfahrung, eins zu sein mit meinem Göttlichen, mit dem Licht in mir. Es war eine Einheitserfahrung: das Erkennen, dass es etwas Göttliches in jedem von uns gibt.

Was bedeutet das?

Das heisst, jeder lebt sein Leben in Beziehungen, in der Arbeit – aber in sich ist man eins mit dem Göttlichen. Es gibt keine Separation. Wenn diese Erfahrung in dir geschieht, wirst du realisieren, dass dein Leben kein Aufwand ist. Dass du eins wirst mit allem. Dein Verstand wird ruhig, und du wirst wichtige Entscheidungen aus dem Herzen heraus treffen. Du wirst dein Leben weiterleben, doch aus innerem Frieden.

Wie ist es dir gelungen, diese Erfahrung in den Westen zu tragen?

Dadashreeji hat gesagt, er würde mich ausbilden. Aber auch hier war ich zuerst enttäuscht und wütend über das, was ich bekam. Ich erwartete eine westliche Ausbildung mit Büchern, Tests, Examen, Korrekturlesen, Auswendiglernen, Verbessern. Nichts davon ist passiert. Ich war frustriert. Drei Monate war ich mit ihm im Ashram und habe nichts bekommen. Kurz vor meiner Abreise hat er mich gefragt, wie ich es gefunden habe. Ich habe ihn angelogen und gesagt, es habe mir sehr gut gefallen. Aber es hatte mir überhaupt nicht gefallen; ich war schockiert, dass er mir nichts gegeben hatte. „Und jetzt soll ich in den Westen gehen?“, habe ich mich gefragt. „Womit? Ich weiss nichts, ich habe nichts.“ Zum ersten Mal in meinem Leben hatte ich das Gefühl von Freiheit, nackt zu sein, nichts zu haben. Und so bin ich in Europa herumgereist und habe mit Menschen gesprochen. Heute haben wir zwölf Gesellschaften in Nordamerika, Europa und im Nahen Osten.

Unglaublich! Und das alles ist aus dir heraus entstanden?

Es ist alles in uns vorhanden. Das ganze Universum ist in dir. Das ist bei jedem Menschen so. Aus dem Herzen heraus zu sprechen, erlaubt dir, vollkommen verbunden zu sein mit dem Universum. Das ist der Prozess, der bei mir passiert ist. Ich lebe einfach meine Natur. Ich versuche nicht, gut zu sein oder schlecht. Alles entfaltet sich vom Herzen aus, und ich bin mit allem in Herzverbindung.

Wenn ich mir die hasserfüllte Sprache in der Politik anhöre, sind wir derzeit weit davon entfernt, aus dem Herzen zu sprechen. Können wir das jemals wieder drehen?

Das passiert. Es ist nicht allein dein und mein Wunsch, dass Liebe und Frieden existieren. Du und ich, wir sind wie ein Tropfen in einem Fluss, der fliesst, und wir sollten einfach mitfliessen. Wir brauchen dafür nichts zusätzlich zu tun. Wir machen einfach genau gleich weiter, egal ob wir Arzt sind, Hausmann, Koch oder was auch immer. Wir sind Teil der Veränderung. Wir dürfen uns für Freiheit, Liebe und Frieden

„Menschen werden gelobt, wenn sie eine volle Agenda haben und von einem Ort zum anderen herumsurren. Aber was ist wirklich das Resultat?“

entscheiden. Wenn du das tust, wirst du sehen, wie sich vor deinen Augen die ganze Welt verändert.

Viele Menschen sind aktuell auf Sinnsuche – auch im digitalen Raum. Würdest du dich als Sinnfluencer bezeichnen?
Ich bin ein Mensch und versuche, mein Bestes zu geben.

Ist das Internet dienlich bei der Sinnsuche?
Absolut. Die Technologie kommt nicht umsonst. Sie ist ein wichtiger Faktor, um das Licht zu verbreiten. Aber wir müssen uns darüber im Klaren sein, was dieses Werkzeug kann – und was nicht. Unterscheidungsfähigkeit ist wichtig, damit wir nicht in eine Abhängigkeit verfallen. Es macht süchtig.

Wie vermeiden wir das?
Indem wir bei uns sind. Indem wir reflektiert sind. Indem wir in uns hineinspüren: Wie ist meine Energie? Wenn meine Energie tief ist, vermeide ich Social Media und gehe in die Natur. Aufmerksamkeit, Reflexion und Disziplin sind wichtige Faktoren, die uns helfen. Und alle sind in uns vorhanden.

Wie ist deine Strategie, wenn du merkst, dass dein Energiepegel nachlässt?
Meine Strategie ist, einen Rahmen für den Tag zu haben. Ich beginne jeden Tag bewusst mit einer Verbindung zu mir nach innen. Die ersten paar Stunden nutze ich, um bei mir zu sein, zu meditieren, etwas für meinen Körper zu tun – Yoga, Jogging oder Eisbaden mit meiner Frau. Dann bin ich bereit für den Tag, lese meine Nachrichten, schaue in die Agenda. Wenn ich merke, dass es mir nicht gut geht, versuche ich, wieder zu mir zurückzukommen, und meide Social Media. Social Media sind elektronische Plattformen, die dir keine Energie geben, sondern Energie absaugen.

Du bist viel auf Reisen und hast auch stressige Tage. Bist du manchmal überfordert?
Ich versuche, meinen Tag so zu gestalten, dass ich immer in meiner Kraft bin. Ich habe Kunden, die 15 Online-Meetings pro Tag abhalten. Das mag vielleicht effizient klingen, aber für die Produktivität eines Menschen ist es definitiv nicht förderlich. Deshalb mache ich das nicht, weil ich weiss, dass ich der Person gegenüber sonst nicht respektvoll sein kann. Wenn jemand mit mir einen Termin macht, dann hat sie oder er einen Anspruch darauf, etwas zu erhalten. So gestalte ich auch meine Agenda. Ich wertschätze die Zeit, die mir jemand schenkt. Ich bin vorbereitet, gebe meine volle Präsenz und Energie. Dann sind das auch sehr schöne Termine, die alle nähren. Am Ende geht es um den Outcome dessen, was wir machen. Diese Resultate sind anders, wenn wir fokussiert sind, volle Energie geben und dann wieder rausgehen, eine Pause machen, zu uns kommen, um wieder Energie zu sammeln. Immer nur Energie zu geben, macht überhaupt keinen Sinn. Das führt höchstens zu Gesundheitsthemen, wie wir sie kennen. Menschen werden gelobt, wenn sie eine volle Agenda haben

und von einem Ort zum anderen herumsurren. Aber was ist wirklich das Resultat?

Ist dieses bewusste Leben und Wahrnehmen, was in uns passiert, und aus Liebe heraus zu agieren ein Skill, den wir auch ohne drei Monate Ashram in Indien lernen können?
Es ist etwas, das sich mit der Anbindung an deine eigene Quelle und deinen eigenen Core entwickelt, wie wir es nennen. Wenn du mit deinem Core verbunden bist, ist alles da. Wenn du aus deinem Herzen heraus sprichst, wirst du sehen, dass deine Werte, Ethik und Moral automatisch mitkommen. Sie sind in dir. Du kannst sie nicht lernen oder versuchen zu verstehen. Es geht über den Verstand hinaus. Sie drücken sich in deinen Gedanken, Worten und Handlungen aus. Unsere Gedanken formen unsere Handlungen, unser Verhalten und unseren Charakter. So ist alles in uns göttlich angelegt und vorhanden. Wir müssen dafür nichts tun. Nur eine Entscheidung treffen, was wir mit unserem Leben machen wollen, und dann die Transformation zulassen.

Was ist deine Vision?
Meine Vision für mein Leben ist, dass wir zusammenkommen als „One World, One Family“. Diese Vision gibt mir die Kraft, das umzusetzen, was ich täglich mache. Ich habe vor 13 Jahren begonnen und tue jeden Tag etwas dafür. Es ist überhaupt nicht anstrengend. Wenn du dein Nordlicht für dich gefunden hast und ihm kontinuierlich entgegengehst, entsteht ganz logischerweise etwas. Wenn wir aus der Hektik heraus agieren, erreichen wir auch etwas, kreieren aber wahrscheinlich auch viel Verwirrung.

Auf welcher Basis entscheidest du, welche Kanäle du für die Verbreitung deiner Botschaft nutzt?
Auf Basis dessen, was mir Freude macht. Wenn man zur Veränderung inspirieren möchte, ist es wichtig, dass man nicht nur darüber redet, sondern sie lebt. Wenn man diese Einheit ist in Verhalten, Worten und Handlungen, dann nehmen einen die Leute automatisch wahr. Authentizität ist in uns, ebenso wie Resilienz und Agilität. Alles ist in uns vorhanden, wenn wir in Verbindung sind.

Wie ist man mit sich in Verbindung? Hast du dafür eine Technik?
Ich plädiere dafür, dass wir lernen, zutiefst menschlich zu sein, wieder dem Herzen zu vertrauen und zu erkennen, dass der Verstand ein wichtiges Werkzeug ist, aber nicht mehr. Was uns Richtung geben sollte im Leben, ist unser Herz. Wenn wir aus dem Core heraus agieren, spüren wir, wenn wir zu weit gegangen sind oder wenn es uns nicht mehr guttut. Darauf können wir Einfluss nehmen und Entscheidungen treffen, die auch zum Wohl anderer sind. Wir sollten damit aufhören, Erwartungen anderer zu erfüllen und uns zu vergleichen, sondern einfach wir selbst sein. Suche und drücke deine Wahrheit aus.

Social Media machen ja unter anderem deshalb unglücklich, weil wir nur senden und nicht zuhören. Wie schaffen wir es, einander wieder zuzuhören, um uns zu verstehen und nicht um zu antworten, es besser zu wissen oder recht zu haben?
Ich glaube, wir dürfen erst einmal verstehen, wie die Welt heute ist. Ohne sie zu verurteilen, sondern einfach klar zu sein. Die Welt ist voyeuristisch und exhibitionistisch. Wenn man das klar sieht, kann man entscheiden: Will ich da mitmachen oder nicht? Wenn ich da mitmachen möchte, dann darf ich klar sein in dem, was ich senden möchte. Es gibt keine Verpflichtung, auf alles zu antworten, sofort zu reagieren oder zu allem eine Meinung zu haben. Es ist völlig in Ordnung, wenn eine Person eine Meinung hat und ich meine. Wenn wir verstehen, dass es sich nicht um einen Wettkampf handelt, nimmt uns das schon sehr viel von dem Druck, der in uns entsteht. Für mich ist Technologie sehr wichtig. Ich glaube, sie wird noch viel wichtiger werden, wenn wir wissen, wofür sie eingesetzt werden kann und wofür nicht. Was sie uns geben kann und was nicht. Dazu fehlt uns kollektiv heute noch das Bewusstsein.

Wie äussert sich das?
Nehmen wir als Beispiel unsere Klimasituation. Wir haben global 27 Klimakonferenzen durchgeführt, zwei davon in Dubai und im Amazonas, wo viel Regenwald abgeholzt wurde, damit sie stattfinden konnten. Es klingt wie ein Scherz. Wir haben alle Daten, wir haben die Technologie. Was uns fehlt, ist das Bewusstsein. Das ist die Hauptarbeit, die meine Freunde und ich leisten: dieses Bewusstsein anzuheben. Mit dem, was bereits vorhanden ist, und mit dem Bewusstsein dafür, wie wir diese Werkzeuge einsetzen, werden wir einen Skalierungseffekt erzielen. Heute ist er nicht da. Das dürfen wir auch klar sehen. Aber wir dürfen uns nicht aufhalten lassen.

Wie sollen wir vorgehen?
Sokrates hat gesagt: „Teile nur Positives, Nützliches und Wahres.“ Wenn du etwas teilst, teile es aus deinem Herzen heraus. Wenn es wahr, positiv und nützlich ist für andere, ist das mehr als genug.

Hast du drei Tipps zur Sinnsuche und zum Sinnstiften im digitalen Raum?
Vergleiche dich nicht. Du bist Licht, du bist einmalig, es gibt kein zweites Wesen wie dich – also hör auf, dich zu vergleichen. Achte auf deine Gedanken und auf das, was du sendest, auf deine Intention, wenn du etwas im digitalen Raum teilst. Wenn sie sich nicht gut anfühlt, mach es nicht. Achte auf deine Energie. Das ist das wichtigste Gut, das wir in Eigenverantwortung haben. Man kennt das: Man wollte „nur kurz“ auf Social Media und auf einmal ist man drei Stunden drin und fühlt sich danach low. Also achtet noch besser auf eure Energie.

„Zutiefst menschlich führen“

lautet das Motto der International Academy of Transformative Leadership unter der Leitung von Kaivalya Kashyap. Wer die im Interview beschriebenen Ansätze vertiefen möchte, kann dies im Leadership Seminar "AWARENESS – Performance beginnt mit dir" vom 26. bis 28. Juni 2026 in Oberbayern tun.

Weitere Informationen: iatl.co/event/awareness-26-06-26/ oder per email sabine.muehle@iatl.co



Zur Ruhe kommen, neue Energie finden und sich selbst wieder bewusster spüren – dafür steht Appenzell Health im Resort Hof Weissbad. Auf der Basis von **Ernährung, Entspannung, Bewegung und Bewusstsein** entstehen individuelle Angebote zu mehr Wohlbefinden, innerer Balance und nachhaltiger Regeneration.

Umgeben von der Kraft der Appenzeller Natur wird der Aufenthalt zu einer wertvollen Auszeit für Körper und Geist – persönlich begleitet, wohltuend und mit spürbarer Wirkung.

Entdecken Sie Appenzell Health und finden Sie das Package, das zu Ihnen passt.



Appenzell Health –
Erholung für Körper und Geist

Resort Hof Weissbad
Im Park 1, 9057 Weissbad
071 798 80 80, hotel@hofweissbad.ch
www.hofweissbad.ch

Monica Gagliano and the Intelligence of the Living World

ARE YOU LISTENING?



PHOTOS: ANDREA PELLERANI

Australian evolutionary ecologist Monica Gagliano has helped redefine the frontier of biological thought. Internationally recognised as a pioneer in plant cognition and bioacoustics, she was among the first scientists to demonstrate experimentally that plants can learn, remember and respond to acoustic cues, challenging long-held assumptions that intelligence requires a brain. Her groundbreaking work with *Mimosa pudica*, associative learning in pea plants, and plant sound perception helped open an entirely new field of inquiry. Through her influential book “Thus Spoke the Plant” and her research bridging Western science with Indigenous wisdom, Gagliano has reawakened a profound question: what if intelligence is not the privilege of humans and animals alone, but a property of life itself?

BY SANDRA-STELLA TRIEBL

Long before Monica Gagliano became one of the scientists most closely associated with the still-young field of plant bioacoustics, before her research began unsettling entrenched assumptions about intelligence and perception, there was a child kneeling before a goldfish bowl in a modest apartment in industrial Italy. The encounter was so ordinary it might have been overlooked by almost anyone else, and yet so profound that one could read her entire later life within it.

When Monica recalls that, as a little girl, she could see “the universe” in her goldfish and her canary, she is not indulging in metaphor, nor retrospectively romanticising childhood intuition, but describing a mode of perception that would, decades later, become the hidden root system of her science. The story of the paper coffin she fashioned for the fish when it died – lined with cotton, prepared with a tenderness that suggested not possession but kinship – is moving not because it is sentimental, but because it reveals, in embryonic form, the philosophical orientation that would later inform her work: that life is not arranged in hierarchies of importance, but unfolds as a field of relationships in which even the smallest being may contain, as she puts it, a pulse of the universe. “Since I was a child, I have always had this feeling of – I don’t know – there being more. I didn’t have the words, but I knew inside that there was ‘more.’”

How can an eight-year-old see the universe in a canary, in a goldfish?

“I realised that although my body looks so different from a fish or a canary or a duck, we all have a pulse. That’s what I meant when I said: I see the universe in them. For me, that means the world. Maybe that’s why I studied biology and initially became a marine scientist. I always wondered: this amazing fish with its extraordinary capabilities – who made this?”

That word – pulse – returns often when Monica speaks, and one begins to understand that what she means is not simply vitality, but a kind of shared ontological current, a living continuity that moves through fish, birds, forests, humans and perhaps through forms of intelligence we have not yet learned to recognise. It is tempting to interpret such sensibility as poetic excess. That would miss what is so striking about Monica entirely. She has spent much of her life translating precisely such intuitions into experimental inquiry, refusing the false choice between wonder and rigour. In an era in which scientific discourse is often stripped of metaphysical curiosity, Monica’s work feels radical not because

it abandons evidence, but because it asks evidence to travel further than convention has allowed. What has made Monica Gagliano so significant is not merely that she has contributed to emerging research suggesting plants can perceive and respond in ways long underestimated, but that she has helped expose how impoverished some of our inherited definitions may be. For centuries, intelligence has largely been imagined as something distributed according to resemblance to ourselves, with human cognition functioning as an overt or covert standard. What Monica’s work quietly destabilises is not simply a biological category, but the anthropocentric scaffolding beneath it. If plants can learn through habituation, as her experiments with *Mimosa pudica* suggested; if they can display associative responses, as her pea studies proposed; and if they can orient towards sound frequencies associated with water even when water itself is absent – then the question shifts. It is no longer only whether intelligence exists beyond familiar forms, but whether our concept of intelligence has been provincial all along. Some of her specific findings remain debated within plant biology, and that is part of what makes her path so unusual: she has continued to work and to publish within scientific terrain where the ground is still moving. She speaks about these matters with a calm, almost disarming precision, and perhaps because of that calm one can miss how radical some of the implications are. When she says, with characteristic understatement, “The behaviour is there; the how is another question,” she is not merely defending a body of experiments against sceptics who object that plants have no brains. She is articulating a philosophy of inquiry in which observation is not constrained in advance by explanatory orthodoxy.

That distinction matters enormously. Some of the fiercest resistance to her work has come from deep conceptual discomfort – the unease of categories under strain. Her critics often point to the absence of neurons in plants as though this settled the matter, while she keeps returning to the possibility that distributed electrochemical signalling might perform forms of evaluation, responsiveness or memory that challenge our assumptions about what cognition must look like. In a young field, findings are tested, challenged and sometimes contested. For Monica Gagliano, neither conceptual resistance nor methodological debate should close inquiry too early; both are reasons to ask the question more carefully. Difference, in other words, need not imply deficiency; it may indicate another architecture altogether. “We demonstrated for the first time that plants emit their own sounds – their own voice. What we also found was that these sounds are very specific frequencies. They don’t emit sound across all frequencies; they operate within very specific ranges.

When you play back certain sounds, they respond to frequencies they themselves emit – they don’t just respond to any sound, they respond to specific frequencies. And so we started considering: maybe these sounds are a form of ‘vocabulary’. I showed how plants can find the source of water based on the sound of water alone – even from a recording – and they are very efficient at that. When you start looking at plants in this way, it is not a very far step to think that someone is evaluating.”

And yet reducing Monica Gagliano to the controversies around plant intelligence would be to miss something much more compelling: namely that her science has always been inseparable from a deeper inquiry into relationship itself. Again and again in our conversation she returned not only to what plants do, but to how humans listen, how knowledge is formed, and how participation might replace domination as a civilisational posture.

Her remarkable sentence – “We are not giving voice to the world; we are listening to the world” – contains within it a quiet epistemic revolution. It overturns the assumption that humans stand outside the living world as interpreters of mute matter. What if, she asks in effect, the world has never been silent, and the failure has been ours – a failure not of information but of attention? This is why Indigenous knowledge traditions, dreams, ceremony and embodied ways of knowing appear in her thought not as decorative spiritual motifs, but as disciplined technologies of perception long excluded from legitimate discourse. When Monica Gagliano speaks of elders who ask first what one dreamt before asking what one thinks, or tells the story of being called by an ancient tree to sit beneath it, she does so without performance and without any attempt to persuade. They are offered as encounters. As experiences that widened her sense of what listening might mean. And whether one reads them literally, symbolically or phenomenologically, they function as reminders that modernity may have mistaken forgetting for sophistication.

Monica shares a wonderful example of how relationships between elders, place, ceremony and dream operate in practice: “I just sent a message to an elder I work with in Australia, and he gifted me some clay – typical of Australia, used to paint the body for ceremonies. It’s a beautiful white, which is also a connection to spirit and the higher self. Next week I’m going to visit some elders in Botswana, and I’ll share the clay from Australia with them. It’s not poetic – it means they can then dream and, through their dreams, visit each other. That’s how the Aboriginal elder put it: ‘Share it with them, and they can feel the sand under their feet – our sand in Australia.’ Dreaming, for example, is a kind of technology in many Indigenous communities. They often ask you: What did you dream? Did you dream well?” Connecting Indigenous ways of knowing with Western science became a mission for Monica. Not an easy one.

There is something deeply moving in the way she speaks about science not as a fortress of certainty but as a practice of vulnerability. We often narrate pioneers as figures driven by confidence. Monica describes something closer to disciplined bewilderment – a willingness to move towards questions that cannot be secured in advance. That sensibility perhaps explains why the figure of the Fool from the tarot resonated so strongly in our earlier conversation. The

sacred fool is not naïve, but courageous enough to step beyond maps. And there is perhaps something of that archetype in a scientist who risks reputation to follow phenomena many dismissed before properly examining them.

Her departure from academia belongs to that story too. When she says, “The university doesn’t make me a scientist; I am the scientist,” what one hears is not rebellion for its own sake, but liberation from structures that had begun demanding too much energy for too little truth.

There is a passage in our conversation in which Monica reflects that humans keep insisting on representing nature rather than learning methods through which the world might be heard on its own terms. I have kept returning to this, because it reaches far beyond ecology. It speaks to politics, leadership, institutions – perhaps even to the crises of imagination many people feel today. Her emerging work – gathered under the framework she calls Field of Relation and tested through a concrete applied research platform, The Plant Wisdom Project – centres on bringing more-than-human intelligence into decision-making contexts. It may sound radical at first. Yet beneath it lies a remarkably practical question: how might we become better participants in a larger living system, rather than merely more efficient extractors from it? The question is at once ecological and ethical, scientific and existential.

What I find especially striking is that Monica Gagliano’s critique of human-centred thinking does not emerge from disdain for humanity but from a larger sense of belonging. She repeatedly resists the fashionable temptation to cast humans as a planetary mistake. On the contrary, she speaks of trees remembering us, of the more-than-human world wanting our participation even as we have forgotten how to participate well. There is generosity in that view. And responsibility. It shifts the conversation away from guilt towards reciprocity.

In a time of polycrisis, when many seek purpose as though it were a private possession to be discovered through self-optimisation, Monica’s thought offers something both older and stranger: purpose may arise less from asking what singular mission one has, and more from learning how to participate well in a much larger pattern.

Even her reflections on artificial intelligence, which surprised me in their subtlety, moved in this direction. She is fascinated by technological acceleration and yet sceptical that machine extension can answer questions of meaning, insisting that purpose is unlikely to emerge from abstraction severed from embodied life. It is a striking intervention precisely because it neither romanticises premodern purity nor indulges reactionary fears, but reminds us that meaning is lived through flesh, relation and vulnerability. Coming from someone often simplistically framed as a controversial scientist, the thought carries unusual authority.

And then there is the question of courage, without which none of this would exist. Intellectual originality is often celebrated only after resistance has faded, while the loneliness of advancing unpopular ideas remains largely invisible. Monica has known ridicule, professional aggression and the gendered undertones many women in science recognise too well. Yet what impressed me was not the story of opposition but her refusal to be defined by it. “Whenever other scientists attack me, I go back to the evidence,”

she said, and in that simple response lies something almost elegant in its refusal of theatre. No martyrdom. No bitterness. Just a stubborn fidelity to inquiry.

That fidelity also explains the trust others have placed in her, including the women who supported her work when she stepped into uncertainty after leaving academia. I was struck by how much of her innovation story is, in fact, a story of belief – others recognising something before outcomes were visible. We often narrate breakthroughs through genius and overlook the relational ecologies that allow risk to survive. Yet listening to Monica, one senses how much pioneering depends not only on singular minds but on communities willing to protect fragile beginnings – webs of mutual recognition rather than heroic myths of lone achievement. There is something profoundly resonant in that, particularly for women who have often built futures in exactly this way.

As our conversation drew towards its close, I asked whether nature gives her a comfort humans cannot, and she answered immediately, “Definitely,” before laughing that she often understands plants better than people. The humour was unmistakable, yet beneath it one sensed something serious: that the living world offers forms of orientation many humans, in their abstractions and anxieties, struggle to provide one another.

Still, what stayed with me even more was her thought that all beings around us already carry stories in which we are included, while we behave as though we stand outside those stories. It is a beautiful reversal. And perhaps a devastating one. Because it suggests alienation may be less a fact than a misunderstanding. I keep returning, finally, to that child and the goldfish. Because what is most remarkable about Monica Gagliano may not be that she helped reveal unsuspected dimensions of plant life, but that she never betrayed an early perception many of us abandon in order to become sensible adults. She remained faithful to astonishment long enough to make it intellectually generative.

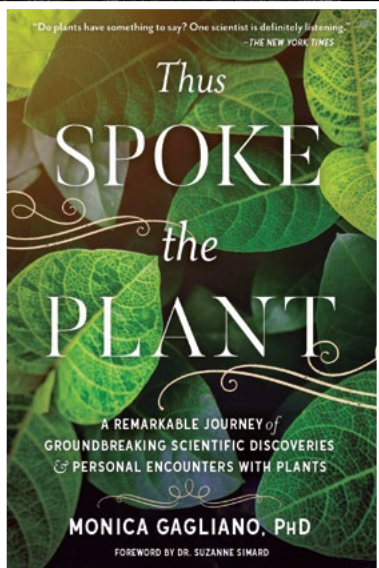
At a time when so much discourse is organised around optimisation, extraction and control, her work reintroduces intimacy as a serious category of thought. Not sentimentality. Intimacy as epistemology – the idea that how we relate shapes what we are able to know.

Perhaps that is why this is ultimately not only a story about a pioneering scientist, but a wider invitation. Monica Gagliano does not merely ask us to reconsider plants. She asks whether we might reconsider the living world as articulate presence, reconsider intelligence as something more distributed than we imagined, reconsider purpose as participation, and reconsider whether listening itself may be among the most radical acts available to us.

It is a profound invitation, and one that feels especially urgent now. If she is right, even partly, then the world has been speaking all along. And the future may depend less on inventing ever more sophisticated answers than on recovering forms of attention subtle enough to hear.

She knows how that sounds. She has made peace with it. “You know, that’s exactly it: the Fool from the tarot deck is the one who goes into the unknown, but then brings back something that has not been seen before. And this is the attempt. Maybe I am a real fool. But we will see, once things develop properly, whether it was just a mad idea – or whether it is something that is going to change the world. Basically, I think it’s the second.”

www.monicagagliano.com



Order the book “Thus Spoke the Plant” ^
The book brings together Gagliano’s scientific research with personal encounters, plant teachings, Indigenous knowledge holders and mystical traditions, tracing the questions that led her beyond conventional boundaries of biological science.



More books by Monica Gagliano >



DIE SINNFINDERIN

Über den steinigen Weg, sich selbst zu begegnen

FOTOS: MARIA GADRINGER

Wenn Birgit Fischer einen Raum betritt, spürt man schnell: Hier spricht jemand mit Klarheit, Präsenz und Lebenserfahrung. Die Österreicherin ist fünffache SPIEGEL-Bestsellerautorin, Unternehmerin, Speakerin und Gründerin der Plattform Powersoul. Bekannt wurde sie mit Themen rund um Intuition, persönliche Entwicklung und Bewusstseinsarbeit – vermittelt jedoch auf eine Weise, die nahbar, pragmatisch und überraschend unprätentiös wirkt. Was sie auszeichnet, ist die Verbindung von Tiefgang, Humor und einer klaren Sprache auch für komplexe innere Prozesse. Mit ausverkauften Live-Formaten, Büchern und einer grossen digitalen Community – allein auf Instagram rund 94'000 Menschen, 184'000 auf YouTube – erreicht sie weit über den deutschsprachigen Raum hinaus ein breites Publikum. Ihre eigentliche Wirkung liegt vielleicht darin, Menschen zu ermutigen, wieder stärker auf die eigene innere Orientierung zu vertrauen. Wenn Birgit heute auf der Bühne steht und strahlt, ist das keine logische Konsequenz, wenn man einen Blick in ihr Leben wirft. Eher eine Leistung. Denn es hätte auch ganz anders kommen können für die charismatische Österreicherin.

INTERVIEW: SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: Was ist der Geruch oder Duft deiner Kindheit?
Birgit Fischer: Das ist eine Paarung aus Nussbaum und Sonne.

Wie verbindest du diesen Duft konkret mit deiner Kindheit?
Ich habe darüber etwas sehr Ursprüngliches gespürt: was Erde wirklich ist, wie sie sich anfühlt, was es bedeutet zu leben. Und leben bedeutet für mich, die Sinne zu benutzen – zu riechen, zu sehen, zu fühlen, die Sonne auf der Haut zu spüren und all das wahrzunehmen, was rundherum da ist.

Wie kann ich mir dich als Kind und als Teenager vorstellen?
Das ist bei mir nicht ganz einfach, weil ich als Kind ständig bei Ärztinnen und Ärzten war, weil ich ein ziemlich seltsames Kind war – zumindest für die anderen, für mich selbst nicht. Ich hatte einen irrsinnigen Gerechtigkeitssinn. Wenn Tieren oder Menschen Leid zugefügt wurde, hielt ich das nicht aus, und ich habe mich als Kind entsprechend gewehrt, wenn so etwas passiert ist. Gleichzeitig war ich eine Jugendliche, die kaum sprach – zumindest nicht gern mit anderen Menschen. Ich war zurückgezogen, introvertiert. Und ehrlich gesagt muss ich auch heute nicht mit jedem sprechen. Ich unterhalte mich gern mit Menschen, bei denen es sich gut anfühlt. Weil ich das schon als Kind so gemacht habe, bekam ich schnell den Stempel einer Rebellin. Gleichzeitig war ich viel krank oder depressiv. Und irgendwann wollte diese Rebellin nicht mehr so sein oder nicht mehr leben. So kann man sich das ungefähr vorstellen.

Du hast gesagt, du warst viel beim Arzt. Darf ich fragen, weshalb?
Begonnen hat es mit schwerer Epilepsie in meiner Kindheit. Später kamen Depressionen dazu, weil ich dachte, so wie ich bin, sei ich nicht richtig, nicht okay. Anfang zwanzig ging ich zu Ärzten, Psychologen und Neurologen und sagte allen: Mit mir stimmt etwas nicht, bitte checkt mich durch, weil ich Dinge sehe und höre, die andere nicht wahrnehmen – und es wird immer stärker. Aber man schickte mich immer wieder nach Hause und sagte, ich sei eigentlich gesund. Man erklärte mir, meine „erweiterte Wahrnehmung“ komme von einer hohen emotionalen Intelligenz. Dann habe ich mich mit Medikamenten vollstopfen lassen. Als Nebenwirkungen litt ich in der Folge an Rheuma und Arthritis. Und dann an Krebs. Ein Geschwür nach dem anderen. Und das durfte ich heilen lernen.

Ich habe mich damals von der Schulmedizin abgewendet und alternativ geheilt. Ich möchte aber an dieser Stelle ausdrücklich betonen, dass es ganz wunderbare Ärztinnen und Ärzte gibt, die sehr ganzheitlich arbeiten. Heute arbeite ich energetisch. Ich versuche, Menschen etwas mitzugeben, das sie in ihre Selbstermächtigung bringt.

Danke, dass du das teilst. Heftig. Wann konntest du für dich akzeptieren, dass du Dinge wahrnimmst, die andere nicht hören, fühlen oder sehen?
Ich wurde mit 33 schwanger, obwohl mir offiziell gesagt worden war, ich könne keine Kinder bekommen. Ich habe in meinem Bauch gespürt, dass da ein kleines Wutzi drin ist, das mir sehr ähnlich ist. Das hat mich so berührt – dieses Gefühl, dass wir nun zu zweit da sind –, dass ich es für dieses Wesen gelernt habe zu akzeptieren. Viele Menschen hatten mir im Laufe meines Lebens gesagt, dass ich etwas sehr gut könne. Diese Akzeptanz führte dazu, dass ich immer mehr Menschen traf, die das ebenfalls können. Dann bin ich schrittweise ins Heilen hineingegangen, in einen energetischen Heilberuf, weil ich gesehen habe, dass es gebraucht wird. Und ich habe festgestellt, dass eigentlich alle Menschen Hellsehen haben. Bei manchen sind sie deutlicher ausgeprägt als bei anderen, aber grundsätzlich sind sie da. Energetik und energetisches Arbeiten sind für mich nicht nur eine Gabe, sondern auch ein Weg der Selbstheilung – und ein Einstieg in die Selbstermächtigung.

Du hast jetzt schon ein paarmal die Wörter „heilen“ und „lernen“ benutzt. Kannst du deine Gedanken zu Selbstheilung, aber auch zur Heilung anderer mit uns teilen?
Das Wort „heilen“ impliziert oft, dass man nicht ganz gesund ist. Ich bin täglich bereit, in der Gesundheit zu sein. Und das bedeutet auch, bereit zu sein hinzusehen, zu akzeptieren, wenn ich etwas gemacht oder erlebt habe, das nicht schön war. Auch gewisse Krankheiten, etwa ein Krebsgeschwür, können Teil eines Weges sein. Ein Entwicklungshelfer. Das sind Schritte, die zur Gesundheit gehören. Allerdings kann man niemanden zur Heilung zwingen. Diese Entscheidung, gesund zu sein, muss man selbst treffen. Aktiv und bewusst. Es gibt Menschen, die haben noch gar nicht bemerkt, dass sie sich eigentlich in einer Opferrolle eingerichtet haben. Und solange jemand dort ist, kann man ihn nicht zwingen, gesund zu werden. Weder mit Medikamenten

noch mit energetischer Heilung oder alternativen Mitteln. Es gibt tatsächlich Menschen, die sich dagegen entschieden haben, gesund zu sein. Da beisst sich jeder die Zähne aus. Es gibt schier unzählige Aspekte in der Gesundung – man könnte ewig darüber sprechen.

Das stimmt, das ist ein sehr komplexes Thema. Ich drücke es einmal so aus: Hast du ein tägliches Mantra, das dich gesund bleiben lässt? Wenn du aufstehst, wenn du zu Bett gehst oder etwas, das du zwischendurch machst?

Ich bin sicher zweimal am Tag in Trance, weil das mein Steckenpferd ist und ich das auch anderen beibringe. In diesen Trancezuständen siehst du dich als Energie, du fühlst dich. Das ist eine Form der Selbstliebe. Das Gehirn ist dann nur noch Übersetzer, der das Fühlen in Worte packt, und es braucht Zeit, bis diese Realisation da ist. Am Anfang steht das Gefühl – und am Ende ein Wort dafür. Das bedeutet gleichzeitig, dass du das Fühlen ausdehnen kannst, in die Vergangenheit, aber auch in die Zukunft. Und so krierst du dir eine neue Welt – aus dir selbst heraus. Ich mache das sehr oft, jeden Tag. Mein Mantra ist, dass ich jeden Tag ein Gefühl in mein Leben hole, das vorher vielleicht noch unbekannt oder abwesend war.

Wir haben vorhin über Akzeptanz der eigenen Talente gesprochen und auch über das Hinschauen. Du hast etwas Schönes gesagt: hinschauen – auch in die eigene Dunkelheit. Um es mit Nietzsche zu sagen: Man blickt in den Abgrund, und der Abgrund blickt zurück. Wie hast du das für dich geschafft?

Wirklich gelernt habe ich das, weil ich einen sehr schweren sexuellen Gewaltmissbrauch erlebt habe. Ich bin danach sehr rasch und sehr intensiv in ein Burn-out hineingeschlittert und auch in der Psychiatrie gelandet – das muss ich einfach so sagen –, weil ich mir das Leben nehmen wollte. Meine Mutter hat mich aus dieser Misere herausgeholt, weil ich nicht einmal mehr annähernd klar denken konnte. Ich hatte ein Alkoholproblem, weil ich es nicht mehr ertragen habe, am Leben zu sein. Danach bin ich wieder bei meinen Eltern gelandet. Mit 27. Und ich habe erst einmal nicht mehr gesprochen. Ich glaube, zwei oder drei Monate habe ich mit niemandem geredet. Ich habe mich immer wieder gefragt: Warum? Warum zieht man solche Menschen in sein Leben? Welche Energie habe ich geöffnet, dass so jemand überhaupt zu mir kommen konnte?

Ich hatte alles verloren. Keinen Job mehr, keine Wohnung. Mitten in einer Scheidung, ohne Gesundheit, ohne Geld. Da war nichts mehr da. Ich war wirklich nur ein Häufchen Elend. Und in dieser Verfassung war es mir möglich, meine tiefsten Schatten anzuschauen. Mit der Hilfe einer Psychologin konnte ich mich zurückkämpfen. Ich habe dort Antworten gefunden. Weisst du, wenn man sich so anders fühlt als andere Menschen, glaubt man irgendwann wirklich, man sei nicht ganz dicht. Dadurch öffnet man Energie für solche Menschen möglicherweise auch. Deshalb bin ich da sehr vorsichtig geworden. Das war Selbstverurteilung. Und es hat mich Jahre gekostet, das aufzuarbeiten.

Das ist spannend, was du über diese Stille sagst – fast wie ein Gefangensein, weil man die richtigen Worte nicht findet. Das berührt eines meiner Herzensthemen: dass wir uns darin üben, uns in allen Facetten unserer Emotionen ausdrücken zu

können. Als meine Mutter starb, war ich zwei Wochen heiser und konnte nicht sprechen. Viele Menschen riefen an, wollten kondolieren, mit mir reden. Ich hätte so gern über meinen Verlust gesprochen – aber ich konnte nicht einmal flüstern. Das war grausam. Gerade für jemanden, der sein Herz eigentlich auf der Zunge trägt. Aber es hat mich gelehrt zu hören, was meine Stimme ist. Vielleicht gerade, weil man sich inmitten vieler Menschen auch leicht verlieren kann. Deshalb fand ich so spannend, was du gerade erzählt hast – dass du erst wieder Worte finden musstest.

Das Energiesystem spricht manchmal eine sehr deutliche Sprache. Wenn die Stimme ausfällt etwa, dann ist das eigentlich ein sehr klares Signal, nach innen zu gehen, still zu werden – deutlicher geht es fast nicht. Oder wenn der Kopf wehtut: Hör vielleicht einmal auf, dir so viele Gedanken zu machen. Wenn der Bauch wehtut, schlägt dir womöglich etwas auf den Magen. Allein unsere Sprache sagt das ja schon, und man kann das vollständig auch energetisch lesen.

Wie krabbelt man aus so einer Dunkelheit wieder ein Stück ans Licht und schafft es zurück ins Leben? Du hast es ja offensichtlich geschafft.

Ich glaube, es gab nicht den einen Punkt. Aber ein wesentlicher Anfang war: Ich habe begonnen zu schreiben. Dann bin ich mit meiner Mutter und unserem Hund in die Natur gegangen. Anfangs konnte ich nicht allein aus dem Haus gehen. Die frische Luft, die Natur – das hat mir geholfen. Und dann habe ich wieder begonnen, mich zu pflegen. Vieles davon mache ich bis heute. Ich schminke mich immer. Ich öle meinen Körper ein. Ich wasche meine Haare und werde dabei alte Energien los, die ich mit mir herumgetragen habe. Ein weiteres Thema damals war – ich bin ja Österreicherin –, dass der Staat meinte, ich solle mit meiner Krankengeschichte nicht mehr arbeiten, und wollte mich in Pension schicken. Das hat mich wütend gemacht. Aber diese Wut war gut. Und sehr wesentlich.

Weil du sie drehen konntest als Antrieb?

Ja, sie war Antrieb und Motor, wieder aufzustehen. Ich habe begonnen, wieder Sport zu machen, mich um Ernährung gekümmert, damit ich wieder klar denken kann – denn ich hatte auch aufgehört zu essen. Und ich wusste: Ich muss achtsam sein mit mir, damit so etwas nicht mehr mit mir geschehen kann. In diesem Prozess geht es irgendwann nicht mehr nur um die Frage, ob man aus dem Loch herauskommt, sondern auch darum, welche Achtsamkeit man dadurch auch für seine Umwelt entwickelt. Oder ob man nur Tunnelblick hat – auf Ego, Beruf, Geld, Ruhm. Das ist für mich nicht, was Leben heisst. Leben heisst, einen möglichst weiten Blick für sich und andere zu entwickeln. Für Menschlichkeit, Familie, Liebe und Empathie.

Bist du dir heute selbst genug?

Ja, schon. Nicht immer, das muss man auch sagen. Aber ich glaube, das ist auch ein tägliches menschliches Spiel. Gerade in dieser Zeit, in der Energien immer schneller werden, ist jeder Tag fast wie ein Überraschungsei. Sich selbst zu genügen, bedeutet vielleicht auch, jeden Tag ein wenig achtsam zu sein und immer wieder in sich hineinzuhorchen.

Darf ich dich fragen, was du energetisch mit Geld verbindest? Geld ist für mich nichts anderes als Energie und eine Spielregel

des Wertes auf dieser Erde. Wichtig ist nur: Womit bestückst du es? Mit welcher Emotion? Geld ist eine Wertigkeit, die du selbst auflädst. Du kannst sie verurteilen. Oder du sagst: Das ist eine Energie, mit der ich vielen Menschen helfen und etwas aufbauen kann. Ich kann damit auch mir selbst helfen oder meinem Herzensthema dienen. Geld kann ein Ego-Ding sein. Aber Geld kann auch etwas Unterstützendes sein.

Und wieso soll Geld bei dir bleiben, wenn du es nicht magst? Lass uns ein wenig über dein Geschäftsmodell sprechen – und auch über deine Reichweite. Man kann beobachten, dass Inhalte über Tarot, Horoskope bis hin zu weitreichenderen spirituellen Lehren auf sozialen Medien, speziell auf YouTube, sehr gut laufen. Wie beobachtest du diesen Trend?

Hm. Erst einmal – ich mag das Wort Business nicht so gern, weil es für mich mit viel dunkler Energie konnotiert ist. Für mich war am Anfang vielmehr die Frage: Wie kann ich dieses Thema zu mehr Menschen bringen? Und das habe ich ans Universum abgegeben. Ich gebe eigentlich alles ab. Und ich war jemand, der nie wirklich vor Menschen sprechen wollte. Ich habe Einzeltermine gegeben als Medium und Heilerin. Bis Menschen irgendwann sagten: Kannst du uns ausbilden? Dann habe ich das gemacht. Dann kam die Frage nach Ausbildung in Heilung. Ich hatte ursprünglich nur einen Newsletter. Dann ist mir einmal etwas weggebrochen – auch weil ich in der Corona-Zeit ein wenig frech im Netz war. Also bin ich auf YouTube gegangen. Und dann ist das regelrecht losgeschossen. Ich mache keine Werbung, keine Ads. Alles ist organisch und natürlich gewachsen. Und die Community – die ist freiwillig da. Wenn du Ads schaltest, ist die Community nicht freiwillig da, und diese Menschen gehen oft auch wieder. Ich sage immer: Wenn es einen Kurs oder einen Event gibt, kannst du gern teilnehmen – aber bitte komm nur, wenn du mich magst. Gerade im energetischen Bereich finde ich: Geh nirgendwo hin, wenn du den Vortragenden nicht magst. Jeder Kurs, jeder Event ist bei mir anders, weil ich immer mit der Zeitqualität gehe. Du kannst nicht immer dasselbe machen, das ergibt keinen Sinn. Sonst bleibst du stehen – und auch in deiner Entwicklung stehen. Und weshalb das ein solcher Trend ist? Ich glaube, viele Menschen wissen nicht, wie sie sich fühlen sollen. Bei den einen läuft die Partnerschaft nicht rund, andere sind krank, wieder

andere wollen einfach wieder mehr fühlen. Und über dieses Fühlen kommen viele eher in spirituelle Themen hinein. Ja, das ist ein tiefes Bedürfnis – und das boomt derzeit.

Ist die Sinnsuche im digitalen Raum der richtige Raum, um Sinn zu suchen und zu finden?

Einerseits ja, andererseits nein. Es gibt ein grosses Angebot – aber eben auch viele Fake-Nummern. KI kann sehr täuschen. Menschen werden sensativer, sie suchen im Netz oft nach Sicherheit, Orientierung und Richtung. Und klar – KI und Robotisierung sind Realität. Aber wir sehen ja auch schon einen Gegentrend: Menschen reden wieder miteinander. Wollen sich offline treffen. Kommen an Events. Sitzen wieder dicht nebeneinander in Gärten. Und diese Gegenbewegung finde ich wunderschön.

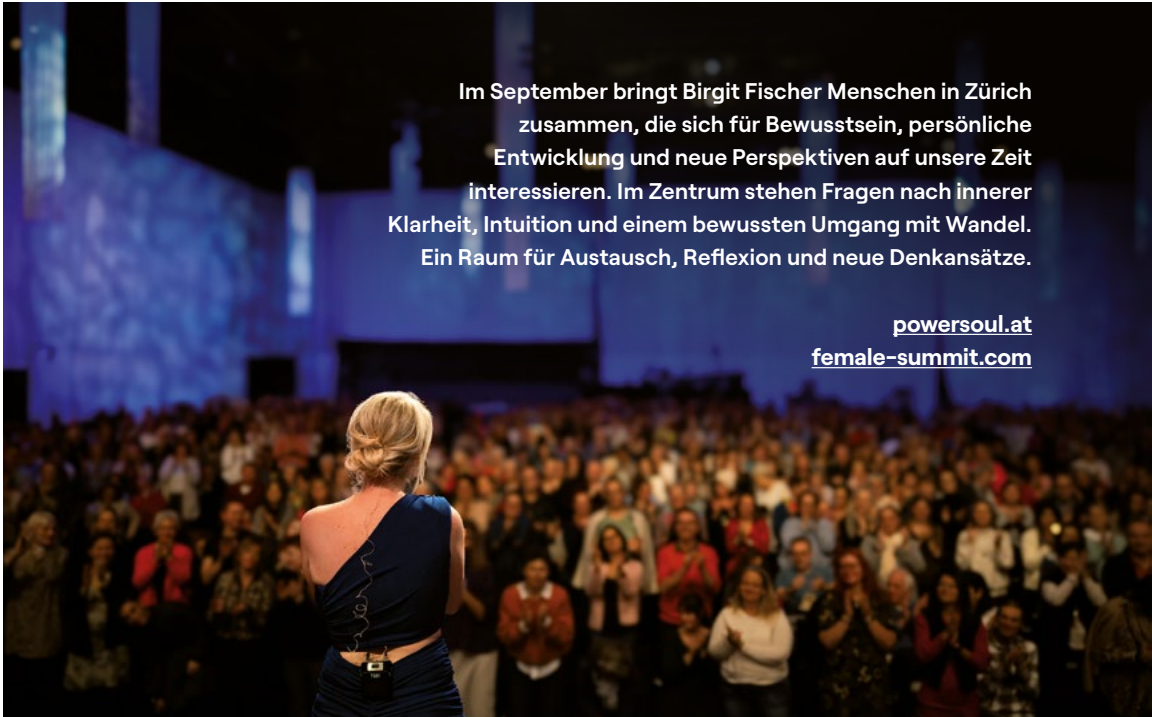
Du hast gerade gesagt, Menschen werden sensativer. Ist das etwas, das du als generellen Trend beobachtest?

Ja, durchaus. Wobei ich auch sehe, dass manches überhandnimmt, weil Menschen schnell spirituell sein oder Sinn schnell verstehen wollen. Und genau das ist verkehrt. Wenn du lernen willst, wie Energie funktioniert, gibt es keine Abkürzungen. Auch keine Drogen, die dich dorthin katapultieren könnten. Jede Sucht stumpft uns ab. Aber weil sich die Welt so schnell dreht und so viel geschieht, merken wir immer deutlicher, dass weder Schokolade noch Alkohol noch andere Drogen das dauerhaft unterdrücken können.

Hast du Tipps für Sinnsuchende? Wie findet man Halt in dieser manchmal so verrückten und schnellen Welt?

Was ich jedem empfehlen kann, sind bereits morgens gewisse energetische Übungen – etwa sich mit den eigenen Chakras zu beschäftigen. Das ist für mich zielführender als Meditation. Denn viele meditieren, um Botschaften abzufragen – und das ist für mich keine Selbstliebe, sondern Egoismus. Was mir ausserdem wichtig scheint: die eigene Herzenergie wahrzunehmen. Sich zu fragen: Wo fühle ich Härte in meinem Leben? Wo fühle ich Herzlichkeit? Allein das unterscheiden zu lernen, kann sehr viel innere Stabilität geben. Es stärkt einen und zeigt auch, dass wir uns nicht von allem ablenken lassen dürfen, was uns nicht unmittelbar betrifft. Wir dürfen uns weder von hohen Spritpreisen noch von anderen Menschen vom eigenen Leben ablenken lassen.

Ich finde wichtig, dass wir in eine neue Form von Harmonie kommen. Als Gesellschaft. Wo es nicht darum geht: Du bist links oder rechts. Weiblich oder männlich. Das interessiert mich nicht mehr. Es geht um Akzeptanz und um eine friedlichere Energie, die uns allen guttäte. Und das ist übrigens nicht esoterisch. Jede und jeder, der einmal verliebt war, weiss doch, dass man eine Nachricht des anderen manchmal spürt, bevor sie da ist. Wenn das möglich ist – was ist dann noch alles möglich? Wer die eigene Energie und die Energie anderer spüren kann, geht sehr gut durchs Leben.



Im September bringt Birgit Fischer Menschen in Zürich zusammen, die sich für Bewusstsein, persönliche Entwicklung und neue Perspektiven auf unsere Zeit interessieren. Im Zentrum stehen Fragen nach innerer Klarheit, Intuition und einem bewussten Umgang mit Wandel. Ein Raum für Austausch, Reflexion und neue Denkansätze.

[powersoul.at
female-summit.com](https://powersoul.at/female-summit.com)

FAKE ODER AUTHENTISCH?

Schönheit respektive wie sie in den sozialen Medien definiert wird, übt inzwischen auf mehrere Generationen von Frauen einen ungeheuren Druck aus. Eine, die tagtäglich von Berufs wegen mit dem Thema konfrontiert ist, ist die Chirurgin Dr. Kelly Vasileiadou, Founder & CEO der Dr. Kelly® AG. Wir sprachen mit ihr in ihrem Institut in Hünenberg See (ZG).

INTERVIEW: DÖRTE WELTI



FOTO: IOANNIS MAGDALASIDIS

Ladies Drive: Kelly, du triffst als Chirurgin in deiner eigenen Medical Clinic Patientinnen – und natürlich auch Patienten –, die etwas an sich als störend empfinden oder etwas verändern möchten. Gibt es einen Trend, der dich überrascht?

Kelly Vasileiadou: Ein Trend, der mich nachdenklich stimmt, ist eher ein gesellschaftlicher: dass sich einige Frauen wieder stärker für ein klassischeres Rollenmodell entscheiden und ihre beruflichen Ambitionen zugunsten von Familie und Haushalt zurückstellen. Ich finde, das ist ein sehr persönliches Thema, das man nicht pauschal bewerten sollte. Jede Frau soll ihren eigenen Weg frei wählen können. Gleichzeitig beschäftigt mich, dass es oft nicht nur eine vollkommen freie Entscheidung ist, sondern auch gesellschaftliche Erwartungen, wirtschaftliche Abhängigkeiten oder Unsicherheiten eine Rolle spielen können. Gerade weil so viel für die Selbstbestimmung von Frauen erkämpft wurde, wünsche ich mir, dass jede diese Entscheidung wirklich aus Überzeugung trifft – und nicht aus Druck oder mangels Alternativen. Als Mutter kenne ich selbst den Spagat zwischen Familie und Beruf sehr gut. Vielleicht berührt mich das Thema auch deshalb so, weil ich bei manchen Frauen spüre, dass sie mit ihrer Entscheidung ringen und sich fragen, ob sie wirklich das Leben führen, das sie sich wünschen.

Das ist ein Trend, der auch in den sozialen Medien kursiert, man nennt sie „Tradwives“, was so viel wie traditionelle Ehefrauen bedeutet. Kommen Patientinnen und Patienten zu dir mit einem Ideal aus dem Internet und wollen genauso aussehen?

Wir haben kaum Anfragen aus dieser Patientengruppe. Aber es gibt sie, und es sind teils katastrophale Geschichten, ehrlich gesagt. In unserem Metier, wo es um Schönheit geht, waren die Erwartungen immer hoch. Egal, wie gut du aufklärst. Die Patienten haben eine Vision im Kopf, die aus den sozialen Medien kommt, mit Bildern, die mit Filtern bearbeitet sind. Das sind Trends und Ideale, die in der Wirklichkeit gar nicht existieren. Für Menschen ist es ganz schwer zu verstehen, dass diese Bilder nicht real sind. Du musst eine starke Persönlichkeit sein, um zu erkennen, was fake und was authentisch ist.

Was macht das vor allem mit den Frauen? Was bedeutet das für deine Arbeit?

Die Frauen sind beeinflusst und überzeugt von ihrer persönlichen Wahrnehmung. Es braucht einfach mehr Zeit und mehr Aufklärung. Du musst dich so organisieren, dass du dir als Beraterin heutzutage mehr Zeit für Aufklärung nimmst, bis die Patientin auch wirklich den Unterschied versteht. Und wenn du spürst, sie kann das nicht, dann musst du Nein sagen.

Manche Frauen wirken wie Cyborgs, ohne Mimik, ohne Charakter. Andersherum ist ästhetische Chirurgie ja aber auch ein Geschäft, und du bist Geschäftsfrau. Wo ist deine Grenze?

Wir tragen eine Philosophie nach aussen, die den meisten klarmacht, was wir als unseren Auftrag sehen. Wenn man das versteht, kommt man mit derart extremen Wünschen sowieso nicht zu uns. Es gibt andere Anbieter dafür. Trotzdem kommen

ab und zu Patientinnen, die eine zweite Meinung wollen. Sie haben schon etwas machen lassen, und du siehst: Es ist künstlich. Das ist der Moment, in dem man sich Zeit nehmen sollte, um aufzuklären und die Bremse zu setzen. Das muss man tun, finanzielle Interessen spielen da keine Rolle. Das ist eine komplett bewusste Entscheidung als Unternehmerin, nicht nur als Ärztin. Aber es gibt da draussen Anbieter, denen ist es egal, wie die Patientinnen aussehen. Sie interessieren sich nicht für Harmonie und Gleichgewicht des Gesichts, sie haben das nicht studiert. Das, gepaart mit unrealistischen Erwartungen, führt zur Ausnutzung von Patientinnen und Patienten. Und darum laufen dann Frauen draussen herum, die mit unnötigem Material aufgepumpt sind.

Was braucht es deiner Meinung nach, damit das aufhört?

Wenn Menschen Vertrauen in dich haben und dich als Autorität sehen, ist es einfacher, sie zu erreichen. Dann reflektieren sie ihre eigenen Vorstellungen eher. Aber das braucht Zeit – und echte Gespräche. Es braucht mehr Aufklärung von unserer Seite. Und es braucht Bildung. Wir machen das zum Beispiel sehr intensiv in Social Media und YouTube-Videos.

Das klingt, als müsstest du manchmal auch Psychologin sein ...

Das ist so. Aber mit dieser Erfahrung, die ich jetzt habe, mit diesem Verständnis bin ich nicht geboren worden. Das ist eine Folge sehr vieler Gespräche, auch Fehler meinerseits – in dem Sinn, dass ich die Komplexität und die Zusammenhänge zwischen Psyche und dem Wunsch nach Veränderung oft unterschätzt habe.

Reden wir von den Influencern, die diesen Hype kreieren.

Die haben Druck, sie leben unter extremem Druck, auch wenn in den Medien alles mit Filtern beschönigt wird. Sie müssen ja auch in der Öffentlichkeit gut aussehen, müssen das repräsentieren, was sie vertreten. Auch wenn alles nach aussen perfekt wirkt – es ist oft eine sehr belastende Realität.

Aber du arbeitest auch mit einigen zusammen?

Social Media sind heute ein zentraler Teil der Kommunikation – es geht nicht mehr nur um klassische Medien. Meine Tochter ist jetzt neun Jahre alt, und sie entdeckt langsam die Welt der sozialen Medien. Sie ist noch ein Kind, zum Glück. Mir ist jedoch wichtig, dass sie versteht, dass Influencerin zu sein kein Lebensziel ist, um Geld zu verdienen und glücklich zu werden. Darum setze ich Grenzen, wie viel ich mit Influencern arbeite. Für uns geht es nicht um Masse; so kann man nicht wachsen. Ich finde das kurzfristig und gefährlich. Ausserdem entsteht so kein nachhaltiges Wachstum.

Wie „real“ ist dein eigener Account?

Für uns sind Social Media vor allem ein Kanal für Aufklärung und Bildung – nicht primär Marketing. Gleichzeitig verheimliche ich nicht, was ich selbst alles ausprobieren. Im Gegenteil: Ich mache das, weil es mich persönlich und beruflich interessiert. Der Druck auf eine Schönheitschirurgin, gut auszusehen, ist sehr gross, aber so war es immer. Das belastet mich nicht.

Bist du dein eigenes Versuchskaninchen?

Auf eine Art schon. Es wird natürlich – und leider – von mir erwartet, dass ich alles ausprobiere. Die Patientinnen fragen mich, ob ich die Behandlungen selber gemacht habe, das muss ich ehrlich beantworten können. Wenn mich ein Treatment nicht überzeugt, nehme ich es auch nicht in unser Angebot auf. Im Keller stehen Maschinen, die wir angeschafft haben, die sich aber als nicht wirksam erwiesen haben. Das Ausprobieren ist auch Teil meiner Passion und ein Grund, weshalb ich zu diesem Beruf gekommen bin.

Wie bist du denn dazu gekommen?

Ich bin in Griechenland geboren und wusste schon als kleines Mädchen, dass ich Ärztin werden will. Ich konnte dann in einer Klinik für Brustkrebspatientinnen arbeiten und habe dort entdeckt, dass ich Chirurgin werden möchte. Zu sehen, wie man etwas, das man verloren hat, rekonstruieren kann, wie man Frauen etwas zurückgeben kann, was sie vermissen, hat mich den Weg zur Schönheitschirurgie einschlagen lassen.

Hattest du Vorbilder?

Eine interessante Frage, die mir noch keiner gestellt hat! Ja, meine Eltern! Sie waren zwar keine Ärzte, aber Unternehmer. Mein Vater hatte eine Druckerei, meine Mutter war Treuhänderin. Ich habe das Unternehmerische früh gelernt. Auch diese Unsicherheit, die damit einhergeht, und dass man Risiken eingehen muss. Meine Eltern haben immer investiert, alles, was sie verdient haben. Das war logisch: Du musst investieren, investieren, investieren, bis das Unternehmen wächst. Das mitzuerleben, hat mir extrem geholfen, als ich Dr. Kelly® aufgebaut habe. Ich hatte nie Angst. Wenn ich ein Ziel habe, arbeite ich darauf hin. Wenn es bedeutet, einen Kredit von CHF 1'000'000.00 bei einer Bank aufzunehmen, dann mache ich das. Übrigens nicht allein – mein Mann ist mit im Unternehmen, er unterstützt mich und glaubt an mich.

Gab es einen Moment, in dem es doch brenzlig wurde für dich, für deine Pläne?

Ich war an einem Spital in Basel in einem sicheren Job und beschloss, mich selbstständig zu machen. Das war vor acht Jahren. Wir haben diese Location in Hünenberg gefunden, und dann wurde meinem Mann gekündigt. Ich hatte also ein 15 Monate altes Baby, wir beide waren beim RAV, wir mussten die Mieten aufbringen – da denkst du schon: Okay, was mache ich jetzt? Aber wir sind drangeblieben – und es hat sich gelohnt.

Wir haben eine Lieblingsfrage, die wir gerne zum Einstieg in ein Gespräch stellen. Ich stelle sie heute mal zum Schluss: Was ist der Duft deiner Kindheit?

Jasmin. Wir hatten Jasmin im Garten in Griechenland, und ich glaube, er ist in jedem Parfum, das ich trage. Überall – es muss Jasmin sein. Der Duft vermittelt mir Sicherheit. Ich bin als glückliches Kind aufgewachsen. Ich fühle mich selbstbewusst, weil meine Eltern immer an mich geglaubt haben. Alles, was mich an meine Kindheit erinnert, macht mich stark. Meinen Eltern war egal, was ich werden wollte, sie haben mich einfach in allem bestärkt. Es ist diese besondere Beziehung, die du als Eltern zu deinem Kind hast. Du wirst alles unterstützen, auch wenn du nicht ganz einverstanden bist.

Dr. Kelly® AG

Vor acht Jahren mietete Dr. Kelly Vasileiadou, heute 45 Jahre alt, mit einem kleinen Team in Hünenberg in einem Teil einer Geschäftsliegenschaft eine 120 m² grosse Location mit einem OP-Raum und zwei Behandlungszimmern. Sukzessive konnten sie und ihr Mann, der auch ihr Geschäftspartner ist, auf das gesamte Erdgeschoss auf über 650 m² erweitern. Im September letzten Jahres war der finale Umbau fertig. Diesen März feierte Dr. Kelly® ein grosses Einweihungsfest. Das Team ist gewachsen: Neben ihr arbeiten dort heute die Ärztin für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie, Dr. med. Panagiota Hatzigianni Kuehne, sowie der Facharzt für Plastische, Rekonstruktive und Ästhetische Chirurgie FMH, Dr. med. Arif Altinay. Dazu kommen eine Anästhesistin, die von Anfang an dabei ist, Pflegepersonal und Mitarbeitende für Treatments. Insgesamt arbeiten heute rund 25 Personen in der Dr. Kelly® AG. Es gibt diverse Behandlungszimmer in dem Komplex, Büros, Operationsräume und zwei Zimmer für Patientinnen und Patienten nach der OP, wo sie auf Wunsch auch übernachten können. Dr. Kelly ist auf allen sozialen Kanälen aktiv und versteht ihre Aktivitäten dort nicht als Marketing, sondern als Bildung. Die meisten Patientinnen und Patienten sind langjährige Kundschaft und erzählen ihre Erfahrungen weiter – so wächst das Unternehmen hauptsächlich. Ein ihr wichtiges Ziel: Hautgesundheit. Langsam und anständig altern, die Haut pflegen – Dr. Kelly nennt das Skin Longevity.

drkelly.ch

LALLIER

CHAMPAGNE

DURCH DIE NATUR
VEREDELT



DIE HOHE KUNST DER TIEFEN SCHLÄGE

Ein markanter Satz von Ina Rinderknecht, Innenarchitektin aus Erlenbach. Die 48-Jährige hat gelernt, flexibel zu sein, ohne sich zu verbiegen. Wir wollten die Frau kennenlernen, die das Art Deco Hotel Montana in Luzern seit 2021 in drei Etappen umbaut und dem historischen Haus schon heute ein spürbar einzigartiges Ambiente verleiht.

INTERVIEW: DÖRTE WELTI



FOTOS: AGI SIMCES, RETO GUNTJ

Ladies Drive: Ina, den Satz von dir „Die hohe Kunst der tiefen Schläge“ musst du uns erklären ...

Ina Rinderknecht: Nur aus Tiefschlägen wachsen wir. Nur mit Druck kann ein funkelnder Kristall geschliffen werden. Und nur unter Druck entstehen die schönsten Diamanten. Leider bewegen wir uns viel zu selten aus der Komfortzone heraus.

Wir haben an der gerade zu Ende gegangenen League of Leading Ladies Conference genau dieses Thema vertieft. Das Thema war „The Chameleon Effect – Survival of the Flexible?“. Was ist dein Supertipp, um in dieser volatilen Welt zu überleben?

Verzicht ist etwas ganz Wichtiges im Geschäftsleben. Genau zu wissen, wohin die Reise geht, und es auch einmal aushalten zu können, wenn im Job nichts geht. In solchen Zeiten sollte man die eigenen Talente reflektieren und sich auf das eigene Können besinnen.

Wir waren hingerissen vom Ambiente des Art Deco Hotel Montana in Luzern und wollten wissen, wer dafür verantwortlich zeichnet. Das Hotel wurde 1910 eröffnet. Es hat eine grandiose Geschichte, du wurdest mit dem Umbau respektive der Renovation beauftragt. Welche Faktoren spielen heutzutage in der Hotellerie eine Rolle?

Als Innenarchitekten haben wir das Werkzeug, aber bei einem Hotel wie diesem, mit einer langen Geschichte und vielen denkmalwürdigen Elementen, haben wir zusätzlich ganz klare Vorgaben, was operativ funktionieren muss. Man macht als Erstes dazu eine vertiefte Studie. Wie funktioniert das Hotel? Was sind die Wünsche von Food & Beverage? Was sieht das generelle Konzept des Hauses vor? Und wer ist die Zielgruppe? Wobei das heute schwierig zu erfassen ist, weil diese wahn-sinnig volatil unterwegs ist. Früher wusste man, es gibt so und so viele Prozent Kundinnen und Kunden aus Asien, den USA und der Schweiz. Heute verändert die globale Weltlage dieses Bild immens. Das ist das Grundgerüst, das wir aufbauen. Dann berücksichtigt man die Architektur: Welche Substanz ist vorhanden? Wie können wir die Architektur so weiterführen, dass die Seele des Hauses erhalten bleibt und in eine zeit-gerechte Form gewandelt werden kann?

Hast du als Innenarchitektin eine Signatur, eine Handschrift, die du unbedingt umsetzen willst?

Mein eigener Geschmack ist nie vorherrschend. Unser An-spruch ist es, die verschiedenen Arten und Stile der Gebäude, an denen wir arbeiten dürfen, so ehrlich wie möglich zur Geltung zu bringen.

Haben Social Media da auch bereits einen Einfluss? Muss ein Hotel heute „instagrammable“ sein?

Trends auf Instagram oder sonstigen Kanälen sind ganz ge-fährlich, das sind Scheinwelten. Sehr vieles, was man dort sieht, ist mit künstlicher Intelligenz gemacht. Das ist fake. Die Antwort ist also nein. Wenn man gute Arbeit leistet, braucht es keine Effekthascherei.

Wie gehst du vor bei einem so grossen, komplexen Auftrag?

Wir beginnen mit einem Briefing, kreieren dann eine mass-geschneiderte Vision und starten eine Material Research. Echt-heit ist wichtig, die Formsprache, wir gehen zurück zu den eigentlichen Grundwerten von Artisan-ship und Craftsmanship sowie zur Möglichkeit, diese Formen und Materialisierungen umzusetzen. Bei einem Projekt wie dem Montana liest man die historischen Elemente, setzt sich mit Rhythmus und ursprünglicher Gestaltung auseinander. Der Ansatz und die Arbeitsweise sind immer gleich – egal ob Privatkunden oder grosse Hotelanlagen.

Spieren Trends überhaupt keine Rolle?

Trendarchitektur überlebt in der Hotellerie nicht. Das mag für Ladenkonzepte oder Restaurants funktionieren. Ein Hotel kann es sich nicht leisten, nach fünf oder sechs Jahren wieder umzubauen. Wir haben den Anspruch, wirklich zeitlos zu sein. Gute Projekte, gute Mode sprechen für sich.

Wie wichtig ist das Zuhören?

Das ist die Grundlage unserer Arbeit, sonst würden wir die Essenz unserer Projekte nicht erfassen. Es ist wichtig, sich im Team auszutauschen. Dazu gehören zum Beispiel Berater, Kollegen aus der Baubranche und natürlich die Kunden. Das ist das A und O.



Du zeigst dich als Person auf Instagram. Bist das du oder ist das die Firma Ina Rinderknecht?

Ich zeige dort nicht mein Privatleben und habe auch keinen privaten Account. Ich bearbeite den Account, und in dem Sinn ja, es ist ein Teil von mir. Wir machen sehr viel Oldschool-PR im Sinne von Veröffentlichungen in Magazinen, das haben wir eigentlich sehr gerne.

Bekommst du Kunden über Social Media?

Lustige Frage. Es ist schwierig zu sagen, wie wir unsere Kunden bekommen. Wir erhalten sehr viele Reaktionen von Kunden, die sagen, wir haben das auch auf Social Media gesehen. Die einen kommen auf Empfehlung, andere kennen unsere Projekte wie den Storchen in Zürich oder das Art Deco Hotel, wieder andere finden uns über Google Search. Aber fast alle erwähnen, sie hätten uns auch auf Instagram gesehen. Es ist ein Tool. Aber die Kunden gehen dann immer noch auf die Homepage und befassen sich vertieft mit den einzelnen Projekten.

Was ist dir wichtig in deiner Arbeit?

Die eigentliche Essenz unserer Arbeit ist herauszufinden, was die Kunden glücklich macht. Wir sind Sparringspartner, und das Wichtigste ist, dass wir matchen. Am Schluss ist es ein People Business. Man muss sich richtig mögen, Spass haben und ehrlich sein zueinander. Unsere Projekte gehen teils fünf, sechs, sieben Jahre. Man hat lange miteinander zu tun, wie beim Montana zum Beispiel. Die erste Etappe begann 2021, und weil wir unter Betrieb renovieren, braucht es seine Zeit. Die zweite Etappe haben wir 2024 abgeschlossen, im ersten Quartal 2027 startet die nächste grosse Etappe. Es war klar, dass man nicht alles auf einen Schlag renovieren konnte – vor allem nicht bei einem Hotel, das auf eigene Ressourcen zurückgreift und nicht über Investoren arbeitet.

Was war – oder ist – die grösste Herausforderung?

Ein Umbau im Betrieb ist immer eine Disruption. Wie wird das Personal eingesetzt? Wer kann wo aktiv sein? Wer geht einmal in den Urlaub? Sicher ist es eine Herausforderung für den Betrieb selbst, für die Struktur und andererseits natürlich für die Gäste, die Komfort möchten, das ganze Hotel als solches wahrnehmen, dort übernachten und dafür zahlen.

Ich spüre sehr viel Leidenschaft für dein Metier, aber auch sehr viel Struktur. Du hast einen kreativen Beruf – was ist dir wichtig?

Beides gehört zusammen. Das muss unbedingt ineinandergreifen. Die strukturierende Ordnung ist die Suche nach Harmonie. Andererseits sind Räume, in denen man wirklich kreativ sein kann, extrem wichtig. Wenn Gedanken einfach fliegen können, man die Augen schliesst und sich schöne Dinge vorstellen und sie entwickeln kann. Dieser Beruf braucht ganz klar beides: kreative Vision und Struktur.

Wo lädst du deine Batterien auf?

Im Garten oder beim Spaziergang mit dem Hund. Selbst wenn ich irgendwo in die Ferien gehe, ist der Job 24 Stunden dabei. Man träumt davon, man schläft damit ein, man geht damit ins Bett – das lässt einen nicht los, das ist eben diese Leidenschaft. Ich empfinde das als Berufung, das hat nichts mit Arbeit zu tun.



Ina Rinderknecht

Sie wuchs in Seoul, Südkorea, auf und war mit ihrer Familie viel unterwegs. Die Schulausbildung genoss sie in Herrliberg und Küsnacht, bevor sie mit 17 Jahren für ein Austauschjahr nach Indonesien ging. Dort lernte sie in einer traditionellen Kunsthandwerksschule unter anderem Batik und Schnitzerei kennen.

Anschliessend kehrte sie an die Kantonsschule in Küsnacht zurück. Sie studierte Interior Design in Mailand und absolvierte einen Master in Design. Danach arbeitete sie mehrere Jahre auf Hawaii, zuletzt in einem Architekturbüro, das Hotels gestaltete. Ein Kunde, Blackstone Private Equity, engagierte sie dort in Vollzeit als Design Consultant für seine eigene Hotelkette LXR Hotels & Resorts. Die Hotelprojekte lagen in Florida, Puerto Rico, Jamaika und Kalifornien.

2008 kehrte sie aus familiären Gründen an die Goldküste des Zürichsees zurück, arbeitete als „Solofrau“, wie sie es nennt, gründete zunächst mit einem Geschäftspartner ein Büro und ist seit 2018 alleinige Inhaberin der Firma Ina Rinderknecht Interior Architecture AG.

Je nach Auftrag beschäftigt sie bis zu zehn angestellte Teammitglieder in den Bereichen Architektur, Innenarchitektur und Grafikdesign.

www.ina-rinderknecht.ch



BEYOND LIKES, TOWARDS BELONGING

Hospitality entrepreneur Elettra Lazzerini, founder of Lazzerini Holidays, has built her business not just by opening tourism properties in Tuscany, but by putting herself and her work out there online. In doing so, she has turned followers into guests and digital visibility into real-world experience. Over the past five years, she has watched her audience grow – and with it, her business. Yet at a time when digital spaces feel increasingly saturated, her approach raises a more interesting question: can social media still help grow a business while allowing us to stay true to ourselves?

INTERVIEW BY LISA VAN LEER

We meet Elettra Lazzerini in San Vincenzo, a picturesque coastal town in Tuscany that, until recently, remained largely off the international travel map. We are hosted in one of her beachfront apartments, where the view stretches across the Tyrrhenian Sea towards Elba and, on clear days, even Corsica. At 35, Elettra is pregnant with her third child and runs multiple hospitality projects across the region.

Ladies Drive: What was it like growing up in San Vincenzo?
Elettra Lazzerini: I grew up watching my father create custom-made Italian furniture. I think his passion for craftsmanship and his eye for aesthetics are the reasons beauty has always fascinated me – and at times even obsessed me. His designs are beautiful, but always unique. That, to me, is real beauty. Like my father, I wanted to be strong and independent. My family passed on a deep sense of duty and ambition. I always knew I had to find something in life I could feel passionate about.

Looking at your projects, I think it is safe to say you found that passion in hospitality. When did you know you wanted to pursue this path?
My first job was as a teenager at Zanzibar, a restaurant in San Vincenzo that I still visit today. I served painters, musicians, directors, fishermen – people from completely different worlds. Working there was a profound lesson and one of the most beautiful experiences of my life. When I was 18, I stayed at a five-star hotel on the Amalfi Coast for the first time. I remember how deeply the level of service impressed me. In that moment, I knew this was my destiny. I did not yet know how, but I felt certain. Back in San Vincenzo, tourism was still very simple. I knew I had to find a way to stand out, so I began developing short-term rental apartments with personalised service. I wanted to offer guests the kind of care one would expect from a five-star hotel. It was a challenge – but also the best training ground I could have imagined.

Fast forward 13 years and you are now running around 40 apartments and a boutique hotel in San Vincenzo. What led you to expand your business into consultancy?
The idea came quite naturally. What started in San Vincenzo made me realise the potential of secondary tourism destinations, and I wanted to apply that to other regions too. There are more than 580,000 tourism facilities in Italy, many of them small, independent structures. That is where the real potential lies. If we can elevate the level of hospitality, we can transform entire destinations and strengthen local economies. There are so many beautiful places to discover in Italy, but overtourism has become a real problem. That is why I want to give secondary destinations more visibility – because they are Italy's true treasures.

Speaking of visibility, you have built an online following of more than 110,000 people. What kind of content do you create – and how do you stay true to yourself in a digital space so often driven by trends?
I create spontaneous, genuine content about my life and my work. I post about my projects, but I also share tips for other Airbnb hosts – from makeover ideas to the small details that make a guest's experience feel special. I share what feels natural in the moment. In some periods I feel more creative than in others, but most importantly, I believe it is fine to express yourself without everything being perfect or overly curated. In fact, I think many of us are a little tired of that.

If you want to grow on social media, you need to post. How do you stay consistent without burning out?
I receive many requests to promote other brands as a content creator, but I turn most of them down. I am not interested in doing everything, and I think that would only make me more tired of social media. I use it very deliberately, focusing on my own niche. Beyond that, I try to use it as little as possible.



PHOTO: FRANCESCO MARLANI

At what point did you realise your online presence was not just visibility, but a real driver of your business?

Today, more than 45 per cent of our bookings are direct, and the visibility I have built online plays a big role in that. We receive hundreds of messages from people saying they discovered San Vincenzo through my profile. Of course, that makes me very happy.

How do you decide what to share – and what not to share – online?

I mostly share my work, but also parts of my private life and my insecurities. I engage as well with topics around women and work, which is still quite a sensitive subject in Italy.

What do you mean by that?

Well, in some parts of Italy there is still a very conservative perspective that men should earn the bread and butter for the family, while women take care of the house and children. I think that can be the ultimate recipe for unhappiness. It is so important to have your own drive in life – something that is yours alone, something that makes you jump out of bed in the morning. I am fairly sure that is not cooking and cleaning the house. Although I, too, have days when I am exhausted and stressed from work, there is endless laundry, and I still need to take my children to football.

I noticed a trend on social media where my feed was filled with women romanticising the stay-at-home life. What is your take on that?

It is called the 'trad wife' trend. I find it concerning because young girls on social media are vulnerable to what they are exposed to. If social media encourages them simply to take care

of their husbands, what does that mean for the next generation? I hope girls who follow me realise there is also a world full of excitement and dreams, where building something through love and passion is possible. And I hope younger women find joy in entrepreneurship.

You have built a loyal audience. How do you create trust online?

I take my work seriously, and I am very honest and direct. If someone asks me for advice, I always answer from the heart. I do not think about profit first. I focus on what is best for the person – whether that means recommending a villa or a consulting project. I want happy clients. It may sound utopian, but I genuinely try.

You have spoken about the pressure of doing many things at once – building a business, being visible online and raising a family. Has social media increased that pressure?

For a long time, my biggest mistake was never feeling enough. I think many women – both entrepreneurs and mothers – know that feeling. Never good enough. Never available enough. Never enough! Strangely, social media also helped me overcome that. Seeing other entrepreneurs admire my work and collaborate with me gave me confidence. Today, I finally feel enough.

Looking back, what advice would you give your younger self?

I would have ignored 90 per cent of the advice I received. Fortunately, I never listened to much of it anyway.

www.ghlazzzeriniholidays.it
www.elettralazzzerini.com



PHOTO: MATTEO SERPI

AUSERWÄHLT VON DEN BESTEN



LIMITIERTE EDITION
BUBBLES



SICHERHEIT ODER HERAUSFORDERUNG?

Am einfachsten wäre es, zu schreiben, was Monika Sattler alles noch nicht ausprobiert hat. Die 40-jährige Athletin und Executive Performance Advisorin durften wir als Keynote-Speakerin an der diesjährigen League of Leading Ladies Conference erleben. Für sie ist das diesjährige Motto der Konferenz „The Chameleon Effect – Survival of the Flexible?“ tägliches Brot – ohne Fragezeichen.

TEXT: DÖRTE WELTI

FOTO: BIORNSUM

Monika Sattlers Vita ist, retrospektiv betrachtet, ein buntes Kaleidoskop an Stationen, die sie sich erkämpft hat, oder Chancen, die sich plötzlich von aussen ergeben haben. Geboren wurde sie in Darmstadt, das Abitur machte sie in München. Ursprünglich wollte sie Mathematik studieren, doch während eines Praktikums an der Technischen Universität München stellte sie fest, dass diese Naturwissenschaft doch nicht ihr Fach ist. Medizin war die zweite Wahl. Sie bewarb sich zunächst bei der Bundeswehr für eine Ausbildung zur Ärztin, was eine 17-jährige Verpflichtung bedeutet hätte. Sie wurde abgelehnt. Da dachte sie zum ersten Mal darüber nach, was sie eigentlich wirklich möchte – und kam auf den Sport, der ihr immer Spass gemacht hatte, Volleyball im Speziellen. In Deutschland kommt man damit an den Universitäten nicht weit, dort betreibt man Sport eher als Freizeitvergnügen. Also bewarb sie sich in den USA, wo es genau umgekehrt ist: Man bekommt ein Stipendium, weil man in einer Sportart gut ist, und studiert dann, was man gerne studieren möchte.

HARTE ZEITEN, KONSEQUENTER CHANGE

Monika schaffte es und wurde an einer Universität in South Carolina angenommen. Ihre Meinung über ihr Studienfach hatte sich inzwischen geändert; sie interessierte sich für Sicherheitspolitik mit Fokus auf nukleare Waffen. Ihr Ziel: nach dem Abschluss zum Bundesnachrichtendienst (BND) in Deutschland zu gehen. Die Studierenden an dieser Universität: 3'800 People of Color, 50 Weisse, inklusive ihr. Sie erlebte eine Form von umgekehrter systemischer Ausgrenzung und fand als weisse, blonde Frau keinen Anschluss an der staatlichen Universität. Ein Jahr hielt sie dort aus. „Das war die härteste Zeit meines Lebens.“ Auf die Frage, was das Schlimmste daran gewesen sei, sagt sie: „Ich habe gemerkt, wie allein man sein kann, wenn man keinen Bezug zu irgendetwas hat. Zu keinen Regeln, zu keinen Personen, zu nichts. Alles ist fremd.“ Von einer Rückkehr nach Deutschland wollte sie damals nichts wissen: „Ich soll wieder mit meinen Schulkollegen an der Uni in München sitzen? Das wäre für mich gleichbedeutend mit Scheitern gewesen.“ Sie suchte sich ein neues Stipendium, bewarb sich an 50 Universitäten in den USA und bekam die Zusage einer Universität in Rhode Island, die genau das umgekehrte Bild bot: fast nur weisse Studierende, nur zwei oder drei mit dunkler Hautfarbe. Sie freundete sich mit einer dunkelhäutigen Kommilitonin an, „weil ich genau wusste, wie es ihr geht“.

KEIN 9-TO-5-JOB

Beim Erzählen überholt Monika sich fast selbst, sie habe zu viel Energie, meint sie lachend, und schildert, wie sie sich nach dem Bachelor mit Fokus auf Nordkorea bei einer weiteren Universität in den USA für ein Master-Stipendium bewirbt, abgelehnt wird, nachhakt, wieder abgelehnt wird und nicht lockerlässt – bis sie das Stipendium an der Georgetown University bekommt. Sie studiert erneut Sicherheitspolitik, diesmal zum Thema Nuklearwaffen mit Fokus auf Iran. Die

Universität ist berühmt für diesen Themenbereich, mit namhaften Dozenten, ehemaligen Central Intelligence Agency-Agenten und Diplomaten. Sie schliesst ab. Doch während des Studiums dämmert ihr, dass sie irgendwie auf dem falschen Weg ist. Ein 9-to-5-Job in einem Büro beim Bundesnachrichtendienst, wie ursprünglich geplant, erschien ihr plötzlich nicht mehr erstrebenswert. Eher staubtrocken. „Die nächsten 50 Jahre irgendwo als Beamtin in einem Büro sitzen? Nein.“ Sie spürte, sie muss raus, Fieldwork leisten irgendwo; beim BND war das eher keine Option. „Meine James-Bond-Träume hatten nichts mit der Realität zu tun.“ Sie ging stattdessen zum Internationalen Währungsfonds bei der Weltbank und arbeitete dort. Während all der Zeit trieb sie weiter Sport, fuhr Rad, machte Adventure Racing – eine Art Orientierungslauf per Fahrrad. Sie lebte in Washington, D.C. „Da stolperst du regelrecht über Armeeangehörige oder Ex-Marines.“ Kollegen, mit denen sie hart trainieren konnte. Einer davon lud sie auf eine 50-Kilometer-Radtour ein. „Ich habe gedacht, das ist superlangweilig“, gibt Monika zu, „aber ich merkte: Es braucht Durchhaltevermögen.“ Sie fuhr immer wieder mit, bis sie die 50 Kilometer nicht nur schaffte, sondern auch mit ihren männlichen Kollegen mithalten konnte.

SICHERHEIT ODER HERAUSFORDERUNG?

Nach eineinhalb Jahren musste sie sich entscheiden, ob sie eine steuerfreie Karriere bei der Weltbank machen möchte oder Radprofi werden will. „Für meine Familie und Freunde war das ein No-Brainer“, erinnert sich Monika. Jeder habe gesagt, sie müsse bei der Weltbank bleiben, ein so sicherer Job. Sie aber habe ganz anders gedacht: „Ich hatte Lust auszuprobieren, was es überhaupt heisst, Radprofi zu werden.“ Sie war damals bereits 25 Jahre alt – ein Alter, in dem andere Sportprofis sich langsam mit dem Ende ihrer Karriere beschäftigen. „Zu der Zeit war der Radsport noch nicht so entwickelt wie heute“, erinnert sich Monika. Man habe damals noch als Quereinsteigerin beginnen können. Sie fährt drei Monate in der Bundesligaklasse in einem Stuttgarter Team. Verdienen muss sie in dieser Zeit nichts, sie hatte sich genügend Rücklagen erarbeitet. Dann stellt sie wieder fest, dass es nicht das ist, was sie machen möchte. „Das hat sich angefühlt wie Scheitern“, gibt sie unumwunden zu. „Ich habe alles gegeben, mich mit dem Sport identifiziert.“

AUF REKORDFAHRTEN

Ihr kam aber eine wichtige Erkenntnis: „Ich habe festgestellt, dass das Rennen gegen andere nicht das ist, was mich glücklich macht, sondern eher die Challenge, gegen mich selbst anzutreten.“ Sie setzt sich in der Folge Ziele, kündigt einen sicheren Job und zieht nach Spanien. 2018 ist es die Vuelta a España, die sie reizt, eines der härtesten Radrennen der Welt. Sie nimmt zwar nicht am Rennen teil, wird aber die erste Frau, die am gleichen Tag wie die Profis die Strecke in Spanien fährt – 3'085 Kilometer, 129 Stunden auf dem Rad, 49'337 Höhenmeter auf elf Etappen –, nur wenige Stunden vor dem

Profifeld. 2022 sollen es 124 Schweizer Pässe in 26 Tagen sein. Sie schafft das: 3'369 Kilometer in 110 Stunden Radfahren, 56'260 Höhenmeter spult sie ab. 2024, nach 15 Jahren Radsport, qualifiziert sie sich für die HYROX World Championships.

NICHTS ZU VERMISSEN

Wenn man das so liest – die vielen Wechsel, immer wieder neuer voller Einsatz, oft in für sie völlig unbekannten Metiers und immer wieder in neuen Ländern, weil sie mehrfach in den USA, in Australien und in Spanien gelebt hat –, fragt man sich, ob es Dinge gegeben hat oder noch gibt, die auf der Strecke bleiben. Die Frage bremst Monika in ihrem Erzählfluss. Sie denkt nach und sagt, man würde sie immer wieder fragen, ob sie nicht ihre Familie vermisse. Und? Hat sie oder tut sie? „Ich glaube, es ist völlig egal, wo du bist. Die Nähe zur Familie definiert sich nicht durch physische Nähe, sondern dadurch, ob du mit ihnen jeden Tag redest, ob da eine bestimmte Verbindung entsteht. Und die ist jetzt stärker als zuvor.“ Vermissen tue sie überhaupt rein gar nichts.

ALL IN ALS UNTERNEHMERIN

Inzwischen ist Monika Unternehmerin. Sie hat ihr eigenes System entwickelt und hilft anderen, ihre Ziele zu erreichen. Da muss man fast ketzerisch fragen: Viele Sportler werden nach ihrer aktiven Zeit Coach, weil sie nicht wissen, was sie sonst tun sollen. Wie ist das bei ihr? Was unterscheidet ihr System von anderen? „Ich bezeichne mich nicht als Coach“, korrigiert Monika. „Ich habe durch meine vielfältigen Tätigkeiten bei der Weltbank, bei IBM, wo ich einige Jahre gearbeitet habe, und bei anderen Firmen den Unternehmensbezug. Und meine Erfahrung als Radfahlerin hilft mir, meine sportlichen Erkenntnisse eins zu eins in die Unternehmenswelt zu übertragen.“ Ihr Credo: „Die grössten Ideen machen keinen Fortschritt, wenn man auf irgendjemanden irgendwo wartet.“ Rekorde hätten sie nie interessiert, sondern immer das Lernen. Kurz nach dem Interview und den zwei Tagen mit der League of Leading Ladies will sie eine neue Challenge mit dem Rad meistern: 30 Tage, 30 Berge. You go, girl!

Monika Sattlers Methode: CLIMB

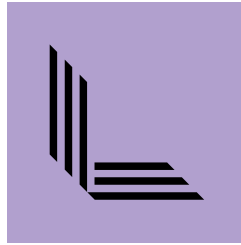
Monika Sattler erarbeitet unter anderem mit ihren Klienten die Antwort auf eine Frage: Was braucht es – oder was muss getan werden –, um vorwärtszukommen? Klingt banaler, als es ist. Grundsätzlich verlangt das brutale Ehrlichkeit sich selbst gegenüber. Das C in CLIMB steht für Clarity, die Suche nach der Priorität Nummer eins. Das L steht für Leadership und die Frage, wer Verantwortung übernimmt, wenn sich Vorzeichen ändern. Das I steht für Infrastruktur – also dafür, was technisch respektive praktisch vorhanden sein muss, um Fortschritt zu ermöglichen. Das M steht für Milestones, sichtbare Erfolgszeichen. Und das B steht für Balance und für das, was die langfristige Sicherheit des Erfolgs garantiert. Monika Sattler liess in einem Workshop an der diesjährigen League of Leading Ladies Conference alle Teilnehmenden ein CLIMB individuell oder im Team erarbeiten. Natürlich kann man in so kurzer Zeit keine wirklich tiefen Erkenntnisse herauschälen. Aber man bekam einen Eindruck davon, was es bedeutet, sich schonungslos ehrlich mit dem eigenen Fortschritt – und damit, wie er gelingen soll – auseinanderzusetzen.

monikasattler.com



FOTO: JOSE VALDUEZA

THE FUTURE LEAGUE OF
LEADING LADIES



DRIVEN BY
PORSCHE

DIE NEXTGEN-INITIATIVE

VON LADIES DRIVE

JETZT BEWERBEN!



IF YOU CAN DREAM IT, YOU CAN DO IT

Valentina de Santis is the CEO of Grand Hotel Tremezzo and Passalacqua, the crown jewels among hospitality players on Lake Como. She is praised for her warm leadership style and for making everyone – guests and colleagues alike – feel at home. As the third generation of an Italian hospitality family, she carries forward a heartfelt ethos and shares her passion for Como with visitors from around the world. Since Passalacqua opened in 2022, the hotel has been named Best Hotel in the World and Best Hotel in Europe twice. The secret to her success? Staying authentic, not chasing social media trends, and letting word of mouth work its magic.

BY LISA VAN LEER

I meet Valentina inside Passalacqua on Lake Como, where every corner is a feast for the eyes: intricate textures, authentic frescoes, handpicked artworks, and Chinese porcelain. As a hospitality journalist, I have stayed in many beautiful hotels around the world (one of the perks of the job, I would say), but this place is something else. Entering the villa feels like stepping into a different reality – almost like a return to the 18th century, when Italian nobility would summer in the countryside to do what they did best: il dolce far niente. Loving, celebrating, being with family and friends, and sharing life's beauty through good food, excellent wines, and nature – all to enrich both soul and mind. Being welcomed onto the property by the team with a bouquet of fresh flowers even makes me feel a touch aristocratic. Valentina greets me with hugs and kisses.

Ladies Drive: Wow, Valentina, what a hotel! The level of detail in this space is incredible. Did you choose all this?

Valentina de Santis: I did, together with my parents. We are a small family, and until the opening, we were busy fine-tuning every detail. I can name every fabric and every supplier of



*In a digital world of noise,
she chooses meaning over visibility.*

everything you see in this room. Each item was selected with a purpose, and every detail has a back story – some even come with disagreements. Did you notice the brown leather pencil holder? We had a little mother-daughter disagreement over that one.

So you literally grew up inside a hotel. Did you always know you would eventually run the business with your family?

I definitely had a choice. But as an only child, I felt a certain level

of responsibility. It was, however, an obvious choice to make – one I had already made when I was very young. As a little girl, my parents always took me travelling around the world. I noticed how passionate they were about selecting the hotels we stayed in. For them, travelling was a way to find inspiration. I remember taking my mum's small digital camera and capturing photos too – not of monuments or famous sights, but always of the hotels. What seven-year-old has a camera roll full of details like bathtubs and breakfast trays? I suppose I was mesmerised by the way my parents looked at hotels, and I began to see them the same way.

How would you describe your leadership style today?

I share the same approach my family has always embraced: true hospitality from the heart. I focus on communication, sales and marketing, while my mother oversees aesthetics and my father manages finance. Being a family-run hotel means everyone is more involved than in corporate chains. We do this because it is our passion, not just to generate profit – and guests can feel that. All the profit we make is reinvested to improve the guest experience. Both hotels feel like our homes, and everyone who steps inside becomes part of that. I spend a lot of time on the property because I want to speak with both guests and team members; I believe that is essential. Our guests are not numbers, and neither are our employees. The team truly feels like a family. Without them, none of this would be possible. We aim to create a sense of belonging and affection so that both the team and our guests share the same love we feel.

I'd say family-run hospitality often feels warmer. So, are there any challenges in working so closely with family, and how do you manage them?

I believe I am fortunate not to have faced real “challenges”, but rather opportunities. Of course, there have been challenges – opening a new property is one in itself – but they are positive ones. As a family spanning three generations, we have different perspectives, and when we clash, that is often when the most creative ideas emerge. I am often asked whether being a woman or the youngest makes things harder for me, but it is actually quite the opposite. Everyone around me has always been incredibly supportive. People saw me as a breath of fresh air, bringing new ideas that were welcomed and encouraged. So either I must be blind, or I have simply been very lucky to encounter such support.

And how do you see the role of women in hospitality today?

It is so important to have women in hospitality because, at its core, hospitality is inherently feminine. Think of our homes – who is usually taking care of things? Often it is the woman who brings warmth into the space. And yes, I have heard this compliment many times: behind this hotel, there is a woman – whether it is me, my mother or my grandmother. It is that feminine touch that can truly make people feel at home through small details and gestures. There is no need to overdo it. If something is done with meaning, guests will feel it – authentically, not for Instagram or as part of a marketing narrative, but from the heart.

Given what you just said about hospitality from the heart, how does Passalacqua stay authentic on social media in the era of visibility and trends?

Ha, that's simple. We don't follow trends; we follow our own

tastes, desires and expectations. There's a big difference between people who post for show and those who post because they are genuinely passionate about something. It was never our mission to please everybody. We simply want to share what we truly love, not create an “Instagrammable place.” Whenever I create something online, I think about what I would personally like to see or expect from a place. I believe the key is to stay true to yourself and not overthink the expectations of others. Simply do what feels right. We launched our Instagram page on the day we opened, because I didn't even have time to think about it before. We were busy handpicking room accessories and finalising preparations. After the launch, our page grew – but always through word of mouth. I still believe that is the most powerful marketing tool.

Passalacqua won Best Hotel in the World in 2023 and Best Hotel in Europe last year. How do you deal with the pressure that comes with those titles?

We became number one in the 50 Best Hotels Awards only 13 months after opening. My first reaction was pure happiness and joy. I still get goosebumps when I think about it. But I also felt overwhelmed. I kept asking myself: What's next? What's going to happen? What do we do now that everyone expects Passalacqua to be the best hotel in the world? How can we truly be the best? My family and I paused, took a breath, and decided we didn't need to change a single thing. We stayed true to our original idea: creating a home for our guests and trusting what we were doing. Of course, we aim to raise the bar and improve – but always while staying close to our identity. No need to surprise for the sake of it – this is Passalacqua.

That's true – never change a winning team. After winning, did more guests come to the hotel to be seen online or to chase the hype?

We've always been very private, and after winning the award, we've become even more so. Passalacqua opens in a highly selective way – for our guests only, not for external visitors. People can't simply drop by for a coffee or an aperitivo to snap a photo with the orange car. I take photos with every guest group, but we don't allow entry to outsiders. It remains a very private world – not because it needs to be secret, but because we only have 24 rooms. Our aim is to protect and preserve the guest experience. We see the couples staying with us as the owners of the house, and we want to respect their privacy.

Do you have any final advice for our readers?

I'd like to share something our managing director in Tremezzo, Silvio, used to tell me. We've been working together for a long time – 13, 14 years, I've lost track. He was a big fan of Walt Disney and used to say to me, “If you can dream it, you can do it.” That line is a famous Disney quote, and we've made it our own. I've always believed that dreaming is one of the most powerful things you can do, because everyone can dream big – and when you truly believe in your dreams, they have a way of becoming reality. I think the most important thing isn't what you do, but why you do it. If you find something you are truly passionate about, you become unstoppable.

www.passalacqua.it
www.grandhoteltremezzo.com

BEST OF LADIES DRIVE PODCAST

TESSY ANTONY DE NASSAU

Manche Menschen wirken, als hätten sie mehrere Leben in eines gelegt. Tessa Antony de Nassau ist so eine Frau. Mit 17 tritt sie ins luxemburgische Militär ein – aus Neugier auf eine Welt, die Härte, Mut und Struktur verlangt. Sie dient fünf Jahre lang und trägt diese Erfahrung bis heute – als Patron von UNA-UK, der einzigen Wohltätigkeitsorganisation der Vereinten Nationen im Vereinigten Königreich, wo sie gemeinsam mit der Organisation an der Frage weiblicher Repräsentation in den Streitkräften arbeitet. Wenige Jahre später steht sie als Prinzessin von Luxemburg im Licht einer globalen Öffentlichkeit. Zwei Welten, die gegensätzlicher kaum sein könnten – und doch beide prägend für die Frau, die sie heute ist.

Was an Tessa berührt, ist weniger ihre ungewöhnliche Vita als die stille Klarheit, mit der sie über Wandlung spricht. Über Würde unter Druck. Über das Loslassen fremder Erwartungen. Über Resilienz nicht als Durchhalten, sondern als Kunst, sich selbst treu zu bleiben. Heute lebt sie als Wahlzürcherin in der Schweiz und wirkt als Investorin, Philanthropin, Unternehmerin und Kinderbuchautorin. Ihre Präsenz, online wie offline, wirkt dabei weniger wie Selbstdarstellung als wie eine Einladung zum Dialog.

In unserem Podcast spricht sie über innere Souveränität, mentale Stärke und darüber, warum wahre Unabhängigkeit oft dort beginnt, wo man aufhört, sich über Rollen definieren zu lassen. Das Porträt einer Frau, die gelernt hat, Veränderung und Transformation nicht nur zu überstehen – sondern sie bewusst zu nutzen, um sich selbst dezent neu zu erfinden.

INTERVIEW: SANDRA-STELLA TRIEBL



Hört das ganze Gespräch in voller Länge im Ladies Drive Podcast auf Spotify, Apple Podcasts, auf unserem Blog ladiesdrive.world oder auf YouTube.



FOTO: ERICA BERGMEDS

Ladies Drive: Tessa, wenn du dich in drei Wörtern oder drei Bildern vorstellen müsstest, was wäre das?

Tessa Antony de Nassau: Sonne, Wald und ein Vogel.

Ich könnte dich eigentlich in zwei Wörtern beschreiben. Bitte?

„Ex“ und „Prinzessin“. Sprechen dich die Leute darauf an?

Ja, sehr oft. Ich finde das schön. Es war ein sehr grosser Teil meines Lebens – fast mein ganzes Erwachsenenleben. Das heisst, das ist etwas, das zu mir gehört und irgendwie auch immer bei mir bleiben wird.

Wie viel gibt dir dieser Titel?

Der Titel gibt mir nichts. Stolz macht er einen natürlich. Es ist etwas, das ich bekommen habe, weil ich eine Beziehung hatte, zu der das dazugehört hat. Aber natürlich war es tiefgreifend, weil ich mit Luxemburg verbunden bin – das ist mein Zuhause. Diesen Titel für eine gewisse Zeit tragen zu dürfen, war eine grosse Ehre.

Hast du deine Karriere – und ich meine das wirklich nicht böse – als Prinzessin geplant?

Nein, natürlich nicht. Ich habe ja im Militär angefangen. Ich wollte eigentlich dort Karriere machen.

Ein für viele Mädchen ungewöhnlicher Karrierewunsch. Wie kam es überhaupt dazu?

Ich bin mit 17 Jahren zusammen mit meinem Zwillingbruder und meiner Schwester ins Militär gegangen. In Luxemburg ist das freiwillig. Und ich dachte mir: Warum eigentlich nicht? Damals war ein freiwilliges Engagement beim Militär auch mit Vorteilen für ein Studium verbunden, und eine Karriere beim Staat wäre ebenfalls möglich gewesen. Ich war extrem stolz auf meine Heimat. Also bin ich ins Militär gegangen. Und ich habe es geliebt.

Warum liebt man das Militär?

Ich mag einfach die Struktur. Ich bin jemand, der sehr organisiert ist.

Das hättest du unter Umständen auch im Kegelclub bekommen.

Absolut. Aber ich wollte genau das. Es war extrem anstrengend. Und ich mag auch das. Ich mag es, gepusht zu werden. Ich mag es auch, gewisse Geschlechterrollen zu provozieren. Viele aus meinem Umfeld haben das nicht verstanden – und auch auf den Missionen, die ich gemacht habe, zum Beispiel im Kosovo, waren Frauen eigentlich nicht besonders erwünscht. Aber ich habe mir gedacht: Genau deshalb muss ich dorthin. Ich habe mich immer wohlgefühlt in Männerdomänen und fand es spannend zu beweisen, was Frauen leisten können.

Wenn du sagst, dich habe gerade fasziniert, dass Frauen dort nicht erwünscht waren – wie hast du das erlebt?

Das ist 20 Jahre her. Von tausend Mitgliedern im Militär gab es damals 23 Frauen. Ich war und bin der Meinung, dass Frauen

denselben Job machen können wie Männer. Anders vielleicht, aber sie können genauso tough sein, genauso resilient, genauso viel Power haben wie Männer.

Aber im Kampfeinsatz möchtest du nicht mit einem zwei Meter grossen Navy SEAL kämpfen, oder?

Nein, nein. Ich hatte ein Training mit Belgiern und Holländern, das nannte sich „Crowd Control“. Ich stand in der ersten Reihe. Und als Angreifer schaut man natürlich zuerst: Wo ist das schwächste Glied? Und natürlich habe ich mir da gleich einmal die Nase gebrochen.

Und du mochtest das Militär nachher immer noch?

Ja, das heilt ja alles auch wieder. Ich habe aber wirklich gespürt, dass ich dort für andere Frauen da sein soll. Denn wir waren auf Kriegsmissionen, und viel Gewalt im Krieg geht von Männern aus – Betroffene und Kriegstraumatisierte waren dankbar, eine Frau zu sehen. Diese Erfahrung hat mich nie losgelassen. Heute bin ich Patron von UNA-UK – der einzigen UN-Wohltätigkeitsorganisation im Vereinigten Königreich – und arbeite dort konkret an der Frage weiblicher Repräsentation in den Streitkräften. Das Thema hat sich verändert, aber die Dringlichkeit nicht.

Dennoch finde ich es mutig – weil man ja auch immer wieder von Vergewaltigungen hört.

Gewalt an Frauen und Gewalt an Männern im Militär gibt es. Ich habe das selbst erlebt, als ich auf Mission im ehemaligen Jugoslawien war. Da war ein belgischer Soldat, der versucht hat, mich zu vergewaltigen. Der kam in mein Zimmer – und das Verrückte war: Ich kannte ihn. Wir waren Freunde. Eines Abends klopfte es an meiner Tür, und ich habe noch gedacht: Was will der denn? Er sagte, er müsse mit mir reden. Ich öffnete die Tür, und er zog mich hinein und drückte mich aufs Bett. Und ja, da habe ich mich gewehrt – ihm die Nase gebrochen und ihn rausgeschmissen. Dann bin ich schlafen gegangen. Und am Tag darauf ...

Ähm – hast du es gemeldet?

Das musste ich nicht melden. Er ist dort zum Arzt gegangen, und da konnte sich dann jeder einen Reim darauf machen, was passiert war. Als ich zum Frühstück ging, haben mir alle applaudiert. Ich dachte nur: Was ist denn los? Und mein Vorgesetzter kam zu mir – der hat mich immer Susi genannt ...

Warum hat er dich Susi genannt?

Ach, keine Ahnung. Er meinte trocken: „Susi, ich wusste, dass wir mit dir keine Probleme haben.“ Und im zweiten Satz: „Bitte nächstes Mal Bescheid sagen.“ Ich wurde ja auch darauf trainiert, mich zu verteidigen. Aber man läuft schon Gefahr, in so einer Situation wie erstarrt zu sein. Auch ich hatte in dem Moment Angst um mein Leben – aber dann hat es klick gemacht, und ich war im Überlebensmodus. Das Militär hat mir beigebracht, aus einer Schockstarre herauszukommen. Deshalb empfehle ich allen Freundinnen, ihren Töchtern und Söhnen, einen Kurs in Selbstverteidigung zu machen. Das gibt dir Selbstvertrauen.

Kann ich nachvollziehen – im Dorf, in dem ich aufgewachsen bin, wurde über Monate ein Vergewaltiger polizeilich gesucht. Meine Mamma hat mich damals ins Judo geschickt.

Genau, das ist perfekt, weil es dir ein anderes Körpergefühl gibt und auch Mut – weil du weisst, wie du jemanden bezwingen kannst, der viel schwerer und grösser ist als du. Es ist „muscle memory“, also die Erinnerung der Muskeln. Auch dein Gehirn erinnert sich an solche Abläufe und kann sie schneller abrufen.

Aber zurück zu dir: Dann hast du im Militär deinen ersten Mann kennengelernt und wurdest, wie bereits erwähnt, Prinzessin. Was hat das mit dir gemacht?

Ich durfte immer ich selbst sein. Mein Ex-Mann hat mich respektiert und wusste, dass ich meinen Weg gehen werde. Aber ich musste meine Militärkarriere beenden – das hat dann nicht mehr gepasst. Ich habe Verantwortung gefühlt – meinem Land gegenüber, meinem Mann, den Kindern, der Familie. Luxemburg ist klein, und natürlich kennt jeder jeden. Ich wollte es einfach gut machen. Wollte, dass sie stolz auf mich sein können.

Du bist ein Rollenvorbild, ob du es willst oder nicht. Aber dieses Leben nach Etikette in der Öffentlichkeit – wie kann man sich das vorstellen?

Ich habe das immer als eine Opportunität gesehen, um wirklich Gutes zu tun und Dinge aufzubauen, sei es durch meine Investments oder meine Firmen. Dazu gehört auch mein Engagement in mehreren globalen Boards – darunter Avathon, ein in Texas ansässiges KI-Unternehmen im Bereich Schifffahrt, eines von mehreren Board-Mandaten, die ich weltweit inne habe – was mich, kaum zufällig, direkt zu meinen Ursprüngen zurückbringt: zu Fragen des Dual Use und der Verteidigung, Themen, mit denen ich heute wieder ernsthafter und tiefer beschäftigt bin als je zuvor. Aber ich geniesse es auch extrem, meine Privatsphäre zu Hause zu haben. Ich habe auf Instagram eine schöne Community aufgebaut – und meinen Podcast „Zoom O’Clock“, den ich auf allen grossen Plattformen anbiete. Der Grund, warum ich ihn gemacht habe, ist eigentlich ganz einfach: Ich wollte die Kluft zwischen sozialen Schichten überbrücken. Menschen sollen sich gegenseitig besser verstehen und erkennen, dass wir uns im Grunde alle ähnlicher sind, als wir denken.

Dasselbe Prinzip steckt hinter „Hera“ – einer App, die ich für Frauen gebaut habe, damit sie sich rund um die Themen vernetzen können, die wirklich zählen (zu finden unter herabyvitw.com

– Anmerkung der Redaktion). Aber mein Privatleben ist öffentlich nicht sichtbar. Ich mag es, privat Ruhe zu haben, im Pyjama den ganzen Tag herumzulaufen. Das heisst, ich respektiere diesen privaten Raum umso mehr, weil ich verstehe, dass das ein Luxus ist.

Wie bleibt man in dieser öffentlichen Rolle, die du ja heute auch im digitalen Raum einnimmst, immer man selbst? Was sind deine Wurzeln, die dich geerdet halten?

Klar – am Anfang habe ich wirklich versucht, jedem zu gefallen, wirklich die Beste zu sein, die Netteste.

Warum wolltest du jedem gefallen?

Ich weiss es nicht. Man will einfach, dass die Leute stolz auf einen sind. Ich war sehr jung und hatte wirklich das Gefühl, ich müsste mich beweisen. Voilà. Jung, verheiratet, mit Kindern – und jeder sagte: Das wird nie klappen. Natürlich war das sehr viel Druck. Die Presse war schrecklich. Ich habe alles immer gelesen. Und irgendwann dachte ich mir, speziell nach meiner Scheidung: Weisst du was? Das ist mir egal. Entweder Leute mögen mich oder sie mögen mich nicht. Aber mit 40 solltest du lernen, dass dir nicht jedes Feedback wichtig sein muss. Es hat sich einmal eine Frau bei mir entschuldigt, die schlecht über mich geschrieben hatte. Sie meinte: „Ich weiss, es war nicht wahr, aber ich musste meine Kinder durchbringen.“ Das war so ein Aha-Moment. Du kannst Menschen nicht in den Kopf schauen – und du kannst nie wirklich verhindern, dass jemand etwas Falsches über dich schreibt. Die Menschen, die ich Familie nenne, kennen mich.

Und dem Rest wünsche ich nur das Beste. Ich sage anderen immer: „Ich wünsche dir siebenmal das, was du mir wünschst – und ich hoffe, es ist etwas Gutes.“ Meine Familie in Luxemburg gibt mir heute noch unfassbar viel Kraft. Ich liebe es, mit meinem Vater, der Politiker war, im Wald spazieren zu gehen und über alles zu reden. Mein Zuhause erdet mich.

Das ist bei mir auch so. Ich wohne ganz bewusst im Appenzell. In der Natur. Weil mich das ebenfalls erdet.

Aber diese Maturität muss man auch erst einmal bekommen.

Das stimmt allerdings. Wo oder wer hat dir den Mut gegeben, dich so zu zeigen, wie du bist? Ich kenne das auch von mir – ich hatte lange so eine gewisse Maske auf, weil ich das Gefühl hatte: So wie ich wirklich bin, mag mich doch keiner. Weil so

viele Erwartungen an mich herangetragen wurden. Und dann hatte ich das Gefühl, ich müsste dem entsprechen. Dann distanzierst du dich – und plötzlich hast du fast zwei Ichs: eines, das da draussen ist, und eines in dir drin, das so vor sich hin schlummert. Den Mut zu haben, mich wirklich so zu zeigen, wie ich bin, hat gedauert ...

Hm, ich weiss, was du meinst. Viel gelernt hat mich die Scheidung. Menschen, die wirklich Freunde für mich waren, sind mir plötzlich in den Rücken gefallen. Aber ich konnte das irgendwann abschütteln und dachte mir einfach: So, jetzt ist aber mal gut. Und ich finde, ich bin toll. Und ich bin eine super Mama. Und ich habe grossartige Dinge aufgebaut. Ich habe extrem viel studiert und gelernt. Und ich habe mich gefragt, was ich eigentlich an mir selbst am meisten mag. Dass ich das Abenteuer liebe. Ich liebe Extremsport. Ich liebe es zu reisen. Ich liebe es, neue Leute kennenzulernen. Ich liebe es, mit Menschen zusammenzuarbeiten. Ich liebe diese Reibung zwischen Skill, Talent und Charakter. Ich mag das sehr. Das bin ich. Und: Ich bin sehr neugierig. Mein heutiger Mann sagt immer: „Mit dir gibt es keinen langweiligen Tag.“ Und genau das mag ich auch an mir – dass ich immer positiv ins Leben blicke. Dunkle Stunden kenne ich kaum. Ich habe diese Resilienz, mir immer und immer wieder zu sagen: Kommt schon gut. Selbst in den unmöglichsten Lebenslagen. Mein Papa hatte Krebs – und klar, das hat an mir genagt. Aber ich habe auch unter dem Eindruck dieser privaten Last niemand anderen etwas davon spüren lassen. Ich habe mir immer gedacht: Komm, gib dein Bestes. Vielleicht sind es heute nicht 100 Prozent, aber ich versuche es – und bin mit jedem Resultat zufrieden.

Wir sind alle keine Maschinen ... Ich finde es so wichtig, dass wir Leaderinnen und Leader mit emotionaler Intelligenz sehen, die sich achtsam zeigen – im Umgang mit sich selbst und mit anderen.

Oh, absolut. Ich bin wie du und habe mein Herz auf der Zunge. Deshalb spreche ich auch über Mental Health, Depressionen, Perimenopause – ich sag dir, heute im Flieger dachte ich, ich sterbe, weil ich so eine Hitzewallung hatte. Es ist okay, und ich rede darüber. Ich forsche auch in diesem Bereich: Ich arbeite gerade an einem Doktorat in Integrativer Medizin – weil ich erkannt habe, dass sich nicht alles als mechanisches Problem behandeln lässt. Der Mensch ist mehr als die Summe seiner Teile, und das verdient eine Medizin, die das ernst nimmt.

Kenne ich mit den „hot flashes“ – deshalb liegt da ein Fächer vor mir auf dem Tisch.

(Gelächter)

Ich finde diese Phase spannend – weil transformativ. Sie ist angsteinflössend, aber positiv. Als ich angefangen habe, öffentlich über Verletzlichkeit zu sprechen, über Angst und Mental Health, haben Leute gesagt, ich sei esoterisch und ob ich überhaupt fit genug sei, eine Mutter zu sein.

Echt jetzt?

Ja. Aber ich dachte mir immer nur: Wir müssen auch darüber reden.

Hat jemals jemand deine Freundlichkeit, deine Offenheit, deine Positivität, dein Interesse für Alternativmedizin, deine Verletzlichkeit als Schwäche ausgelegt?

Ich glaube schon. Ich glaube, das ist auch normal. Weil wir alle anders sind. Wir wachsen auf einem bestimmten Weg auf. Wir bekommen verschiedene Traumata und ein Rucksäckchen schon aus unserer Familie mit. Deshalb bin ich da auch nicht böse – ich denke mir einfach: Sie haben das für sich noch nicht gefunden, das ist okay, dann bin ich auf dem für mich richtigen Weg. Ich habe einen inneren Frieden gefunden. Ich habe viel geweint – und viel über mich gelernt. Und irgendwann versteht man, dass die Anfeindungen anderer lediglich Projektionen sind. Deshalb sehe ich keinen Grund, darauf einzugehen oder zu reagieren.

Und was möchtest du, dass jeder, der zuhört, da draussen unbedingt einmal tun sollte? So als Fazit unseres Gesprächs?

Tauchen. Ich habe extrem Angst vor Wasser – aber ich war tiefseetauchen. Beim Examen war ein Sturm, und dann gehst du unter Wasser und es ist einfach nur Ruhe. Das ist eine schöne Metapher fürs Leben: dass unter der stürmischen Oberfläche immer etwas Ruhiges, Schönes, Gelassenes liegt. Wann immer ich vor etwas Angst habe, bin ich in diese Angst eingetaucht, um herauszufinden, wo sie sitzt und weshalb. Ich habe auch Angst vorm Fliegen – und war Fallschirm springen. Herauszufinden, weshalb dir etwas Angst macht, es trotzdem zu tun und es dann abzuhaken – das macht dich immer wieder ein Stück freier.

Tessy Antony de Nassau

hat in der Schweiz ihre Heimat gefunden; Zürich ist längst ihr zweites Zuhause, und sie hat soeben den Antrag auf ihren Schweizer Pass gestellt. Als Investorin, Philanthropin und Autorin prägt sie vielfältige Bereiche. Ihre Marke Human Highness verbindet Mode und Ausdruckskraft, während sie international als Speakerin für Führung und Resilienz auftritt. Sie ist Autorin der Kinderbuchreihe „Theodor & Grace“ – deren Erstauflagen der Luxemburger und Zürcher Ausgaben erfolgreich ausverkauft sind – und Gastgeberin des Podcasts „Zoom O’Clock“, verfügbar auf allen grossen Plattformen, um soziale Kluften zu überbrücken und Menschen zu verbinden. Zudem gründete sie „Hera“ (herabyvitw.com), eine App zur Vernetzung von Frauen. Ihr Engagement umfasst die Patronage von UNA-UK (weibliche Repräsentation in Streitkräften), globale Board-Mandate, darunter Avathon (KI in der Schifffahrt), ein Doktorat in Integrativer Medizin und die Auszeichnung als NZZ-Finalistin der Sustainable Shapers Switzerland 2025. Die ehemalige Prinzessin von Luxemburg hat sich nie über einen Titel definiert. Sie definiert sich über das, was sie baut.

www.tessydenassau.com

WHAT SHAPES A FUTURE IN SPACE?



In a world being rebuilt, Tsovinar Avagyan learned to imagine new worlds. Today, she works at the intersection of space, tech and entrepreneurship.

PHOTO: NANE ABRAHAMYAN

Growing up in post-Soviet Armenia – a country still rebuilding after the collapse of the Soviet Union – shaped her early curiosity about innovation. Surrounded by rapid change and an environment she recalls as almost post-apocalyptic, she developed a strong drive to create and reimagine what is possible.

As a child, she imagined building a giant resort on Neptune, reflecting her fascination with science. She later contributed to the Starmus Festival, founded by astrophysicist Garik Israelian together with Brian May. Today, she works as Head of Finance for the Asclepios VI lunar analogue mission and represents a new generation of women shaping fields such as space exploration, technology and entrepreneurship.

INTERVIEW BY MOIRA EGGER
WITH A LITTLE HELP FROM CLAUDIA GABLER AND SANDRA-STELLA TRIEBL

Ladies Drive: Dear Tsovinar, what is your favourite memory of your childhood?

Tsovinar Avagyan: My favourite childhood memory is being at my grandparents' home and in their garden. They had a small garden where I spent a great deal of time, especially during the summers. There were many apricot trees, and I loved gardening. My grandmother also had many flowers there, so some of the most beautiful moments of my childhood unfolded in that garden.

My grandmother was also a gifted cook, and we cooked together often. I was very close to my grandparents. She made many dishes with meatballs, which I loved – they were among my favourites.

To help us understand your childhood a little better, can you tell us where you grew up?

I grew up in Yerevan, the capital of Armenia. I was born in 2002, and at that time Armenia was only eleven years into independence. That was how long the country had been independent from the Soviet Union when I was born. Everything was still being rebuilt while I was growing up. In a way, I grew up amid constant change from a very early age. My surroundings sometimes felt almost post-apocalyptic.

It is a very unique experience, I would say, to grow and evolve alongside your environment. I believe that is special because, growing up in such circumstances, you also develop a sense of personal responsibility. That keeps you motivated to push forward.

What did you dream of becoming when you were a child – and perhaps later as a teenager?

When I was a child, I wanted to become an entrepreneur. There's actually a very funny and charming story behind that. As I mentioned, everything was being rebuilt, and the private sector was moving much faster than government. I grew up seeing many small, family-owned businesses. I remember the first time I stepped into a supermarket and saw an employee – I wondered whether he was the owner. Then I thought, "No, he

looks like a teenage boy. He's too young to be the owner."

I was maybe three or four, but I was already curious about who was behind it all and how so many things – toys, food and clothes – could be brought together so conveniently.

That's when I began to understand the power of entrepreneurship: creating value, making life easier and shaping the environment quickly. Since then, I've dreamed of becoming an entrepreneur.

Is there another memory from your childhood that shaped you into the woman you are today and that you would like to share?

I grew up in a household of scientists, so I was surrounded by books. When I learned that much of Neptune is covered with ice and water, my childhood mind thought: "I want to attach an engine to Neptune, bring it closer to the sun and build a resort there." A giant planetary resort. I wanted to build a giant resort on Neptune. Of course, as I grew older, I understood there are many other realities on Neptune.

You said you grew up in a household full of scientists. Tell me a little more about that.

My grandparents were electrical engineers. My grandmother was a lawyer. My mother was a university lecturer, my father is a geologist and my sister is a talented visual artist. I grew up in a wonderfully diverse household in terms of professions, and it created a beautiful balance. My mother is a geographer, so there were maps everywhere, and my father travelled a lot for work – as did my mother. I grew up with snacks from other countries, with pictures and stories from abroad. That shaped my world view.

Who or what influenced you most while growing up?

I would say my grandmother, because she is Wonder Woman to me. She was born into a family of refugees. Both of her parents survived the Armenian genocide and fled to different countries. She was born in Lebanon, and later they came to Soviet

Armenia. It was a radically different culture. Her flexibility, adaptability and entrepreneurial spirit influenced me enormously. She had this belief that no matter what situation you find yourself in, there is always a way forward – and a way to remain true to your values while moving ahead. That had a profound influence on me. And beyond that – even in my taste in clothing, music and aesthetics – she shaped me deeply.

You mentioned flexibility earlier – what does that mean to you personally?

Being able to accept some of what life brings to your table is so important. For me, flexibility means not getting stuck when life does not unfold as you imagined it would, but finding ways to make life work anyway. At some point, something will not go right. You have to become creative, resourceful and think of different ways to make the most of what is there.

Was there a moment when you first sensed the direction your professional path might take?

When I went to school, I began falling in love with mathematics and physics. The early dreams I had about entrepreneurship and planets gradually became a trajectory for the career path I am pursuing today. I am still a student. I study Business and IT and, at the same time, contribute to different space-related projects and companies, alongside many other things. The turning point for me in this field was the Starmus Festival. I was contributing to the team when the festival was held in Armenia.

Tell us a little about the Starmus Festival.

The Starmus Festival is a truly unique event that brings together science, space exploration and music in a rather extraordinary way. It was founded by astrophysicist Garik Israelian together with Brian May – widely known as the guitarist of Queen, but also a PhD astrophysicist. What makes Starmus so special is its ability to bridge disciplines: it brings Nobel laureates, astronauts, scientists and artists together on one stage to explore some of the biggest questions about the universe, humanity and the future.

You said you are still studying, but when I looked at your CV, you seem to be involved in many projects. How do you manage this?

It's not easy. Staying organised, planning ahead and having a strong support system – family and friends – make a real difference. There are demanding periods, of course, but I'm careful not to glorify constant productivity. I genuinely enjoy what I do, yet I believe it is important to remain mindful: comparison culture is intense, and workaholism is a subtle but serious risk.

When I looked at your CV, I also saw that you founded Next Move Opportunities in 2024. Please share more about it with us.

I started the initiative in 2024 after realising that so many people do not know how to search for and access opportunities. There are thousands of opportunities out there for young people – in education, work and exciting projects – and they can

be incredibly valuable for personal growth. Since I had been very active from middle school onwards and was already helping many people in this way, I decided to turn it into something bigger. I founded the initiative, which is now evolving into a consultancy and a club. We already have a free membership model and send out newsletters to keep people updated about opportunities that can literally change lives. That was the idea behind it. Because I had benefitted enormously from these opportunities myself, I wanted to help others access them more easily.

Your CV also shows early involvement in media, marketing and community building. What attracted you to these environments?

I would say entrepreneurship is the thread connecting marketing, community building, PR and everything around it. Marketing is a major element of entrepreneurship, and it is a highly useful skill whether you work for someone else or build something of your own. It is versatile and valuable in life. I attended TUMO Center for Creative Technologies, an extracurricular programme for children and teenagers founded in Yerevan, though today it has centres around the world, including Zurich. I had already built a portfolio around viral videos, storytelling and creative content, so when it was time to begin internships and early work experiences, it felt like a natural field to step into. In the earlier stages of my career, I also contributed to Girls in Tech, a global NGO, and to initiatives designed to support women in STEM. In 2022, I had the honour of being one of the organisers of FemInno, at the time the largest – and only – conference in the region celebrating innovation, science, technology and entrepreneurship, with a particular focus on female talent.

Interesting – and very aligned with the vision of Ladies Drive. What are your key takeaways from working on these projects?

Don't get stuck in your bubble. When we visited remote villages in Armenia, what some considered “common sense” proved genuinely transformative. Through hands-on experiments and real conversations, we saw the impact immediately – and we are still in touch with some of the children today. The lesson stayed with me: even small actions – sharing knowledge, opening doors – can create meaningful change in the right context.

What challenges you most at the moment?

I am currently working as Head of Finance for the Asclepios VI lunar analogue mission in Switzerland – the largest student-led mission of its kind. Securing funding is the main challenge. Space is often perceived as distant or non-urgent, which can make it harder to communicate the tangible impact of such missions. It requires patience to translate complex scientific work into something meaningful for partners and investors.

Can you briefly explain what exactly an analogue mission is?

Analogue missions are space missions conducted on Earth.

Running every mission directly in space would be prohibitively expensive. Experiments and tests are therefore carried out in these analogue missions to prepare the next generation of astronauts, robots and medical professionals. For Switzerland to host the largest student-led analogue mission is a huge honour. I am very grateful to EPFL and Asclepios for giving students this opportunity.

Our new issue focuses on the search for meaning in digital space. What gives you a sense of direction and meaning in the digital world – and what do you consciously choose to ignore?

I do not see a big difference between the digital world and the “real” world. The things that keep me on track online are the same things that keep me grounded offline. Curiosity is my greatest drive and compass, but overall my approach is very holistic. It is about good books, a curated community and a constant willingness to self-reflect. I prioritise having creative outlets instead of passively consuming all the time. I care a lot about planning and decluttering my mind, as well as the spaces I spend time in – while always leaving a little chaos and blank space for unexpected magic and whimsy to enter. And what do I choose to ignore? I choose to ignore the algorithm's attempts to narrow my world, opting instead for intentional discovery.

We are especially interested in the perspective of young women in future-oriented fields: how do you decide what to listen to – and what not to – in a world full of information, innovation and expectations, in order to stay true to your own path?

The digital space definitely adds another layer of complexity to an already complex world – it is very much a double-edged sword. Personally, I do not like overcomplicating things. If

every decision requires a massive thought process, it may be a sign that more structure is needed. My mind tends to be quite mathematical and, much like mathematics itself, I like relying on definitions. Defining things is not always comfortable, but it is necessary. If you want to stay true to your path, you first have to define what that path actually is – and what staying true means to you personally. The clearer your definitions are for your expectations, your contributions and your mission, the easier decision-making becomes. It almost turns automatic: you place incoming information next to your definition. Is it a match? Great. If not, move forward.

How would you personally define your own path at this moment – and what does “staying true” mean to you in concrete terms?

At this moment, I would define my path as actively expressing love towards the people, ideas and fields I care about. To me, love is a verb – it is something you do. If I care about a field, it should feel that through my contribution. If I care about nature, it should feel it through my protection. And the same applies to everything I value. Staying true to this path means translating that love into a way of living. It is reflected in consciously considering those values in every step I take. If my actions are not a tangible expression of that love, then I am not staying true to the definition I have set for myself.

Ten years from now, at 34 – where do you see yourself?

Continuing to work at the intersection of education, science and entrepreneurship – deepening my impact while growing as an entrepreneur.

www.aclepios.ch

Der weibliche Körper ist für die Medizin noch immer ein Rätsel.

Jahrzehntelang wurde fast nur am männlichen Körper geforscht, Hormone und Zyklen blieben ein Mysterium.

Beim Female Summit in Zürich öffnen wir gemeinsam diesen Raum. Ich zeige dir einen sanften, energetischen Blick auf deine Hormone und dein Frausein, mit einfachen Übungen, die du sofort spüren kannst.

Wenn wir das Weibliche tiefer verstehen, können Mann und Frau wieder wirklich zusammenfinden. Ich freue mich auf dich.

www.female-summit.com



DIE ZUKUNFT DER WEIBLICHEN PIONIERE

HOSTED BY

Birgit Fischer

SCANNEN SIE
JETZT DEN
QR-CODE



UND BESUCHEN SIE UNS
IN ZÜRICH!



WELLNESS FÜR DIE SEELE, ABENTEUER FÜR DEN GEIST

Wie Lena-Lisa Wüstendörfer den Takt angibt. Und Emotionen entfesselt. Beseelt – so fühle ich mich nach einem Konzert. Wie dieses unfassbar schöne Gefühl zustande kommt und was es dafür braucht, durfte ich Lena-Lisa Wüstendörfer im Rahmen eines League of Leading Ladies Dinners fragen. Die Schweizer Star-Dirigentin des Swiss Orchestra und Intendantin von Andermatt Music über Emotionen im Konzertsaal und den Sinn und Unsinn der digitalen Welt.

INTERVIEW: CLAUDIA GABLER

Ladies Drive: Ich habe neulich ein Bild gesehen, auf dem ein Roboter ein Orchester dirigiert, in dem Menschen und Roboter spielen. Was macht dieses Bild mit dir?

Lena-Lisa Wüstendörfer: Im Orchester geht es darum, Geschichten in Emotionen und Klängen zu erzählen. Wir nehmen die Zuhörer mit auf eine musikalische Reise und öffnen so neue Räume. Wenn ich einen Roboter dirigieren oder Roboter im Orchester spielen sehe, dann stelle ich mir vor, dass das sehr technisch klingen wird. Technische Perfektion streben wir in der Klassik natürlich an, aber das ist nur eine wichtige Ingredienz, um eine Grundstabilität zu schaffen. Die eigentliche Essenz ist, dass viele Menschen zusammenspielen, sich in einem Gedanken wiederfinden, sodass eine Emotion transportiert wird, die man mit rein technischen Mitteln nicht ausdrücken kann. Im Idealfall ist nicht nur das Orchester in einem Gedanken vereint, sondern alle Menschen im Konzertsaal. Im Zuschauerraum und auf der Bühne erlebt man zusammen einen einzigartigen Moment. Das ist für meine Begriffe ein Maximum an menschlicher nonverbaler Verständigung.

Wird in deinem Orchester auch in Zukunft der Mensch die erste Geige spielen?

Künstliche Intelligenz und Robotik können uns im Leben viel Arbeit abnehmen. Aber gerade bei Orchesterkonzerten, in die man explizit geht, um das Live-Erlebnis und die Interaktion zwischen Bühne und Publikum zu geniessen, werden sie uns nicht zur Konkurrenz. Ich glaube, das Publikum sähe darin gar keinen Mehrwert. Wir gehen als Zuhörende in ein Orchesterkonzert nicht nur, um wunderbare Musik zu geniessen, sondern auch, um dieses gemeinsame Gefühl zu erleben und einmal wegzukommen von den Maschinen, die uns sowieso den ganzen Tag in irgendeiner Art und Weise begleiten. Bei einem Symphoniekonzert in einem klassischen Konzertsaal wird

nichts verstärkt. Alles ist „unplugged“, was für eine noch intimere Atmosphäre zwischen Publikum und Bühne sorgt.

Ist es das, was Menschen in einem Konzert suchen? Den Sinn unseres Menschseins?

Ich weiss nicht, ob man sich in einem Konzertsaal gerade die Sinnfrage stellt. Aber ich denke, Konzertbesucher kommen in eine Aufführung, um Musik zu geniessen, sich zu entspannen, auf andere Gedanken zu kommen oder weil sie sich inspirieren lassen und etwas erleben wollen. Wenn ich selbst als Zuhörer in einem klassischen Symphoniekonzert sitze, dann kenne ich meistens das Stück, ich weiss, was mich erwartet, aber trotzdem wird die Geschichte jedes Mal etwas anders erzählt, die Musik etwas anders gespielt auf der Bühne. Selbst wenn ich als Dirigentin durch eine gewisse Déformation professionnelle das Gehörte gleich zu analysieren beginne, nimmt mich das Konzert idealerweise auf eine emotionale Reise, und es ist ein inspirierender Moment, den ich als Zuhörer empfinde. Musikhören schafft gedankliche Freiräume und schärft die Sinne. Unser Ziel ist es, mit Musik die Sinne anzusprechen, nonverbal über Klänge zu kommunizieren. Ein Live-Konzert ist Nahrung für die Seele. Und die Seele unterscheidet den Menschen von der Maschine. Daher stehen die Chancen gut, dass der Mensch im Orchesterkonzert auch weiterhin die erste Geige spielen wird.

Was bedeutet der digitale Raum für dich?

Ich finde den virtuellen Raum sehr spannend. Als Chefdirigentin des Swiss Orchestra ist unser Management-Team an verschiedenen Orten in der Schweiz positioniert. Wir arbeiten seit unserer Gründung im Jahr 2018 im Homeoffice und cloud-basiert. Das macht das Arbeiten ungemein effizienter. Und natürlich ist es schön, dass wir durch Social Media und

„Aufmerksamkeit ist ein beschränktes und wertvolles Gut. Deshalb versuche ich, mich zu fokussieren.“



FOTOS: DOMINIC BUETTNER



Plattformen wie Spotify, Apple Music oder YouTube auch ausserhalb der Konzerte Menschen erreichen und so verstärkt Musik verbreitet werden kann, die bislang unbekannt war. Denn beim Swiss Orchestra legen wir den Fokus auf Schweizer Klassik. Bis zu unserer Gründung wussten viele Leute überhaupt nicht, dass es aus der Zeit der Klassik und Romantik grossartige symphonische Musik aus Schweizer Feder gibt, die gut neben Ludwig van Beethoven, Wolfgang Amadeus Mozart und Co. gehört werden kann. Diese Schweizer Werke stehen nicht isoliert da, sondern haben auch im internationalen Kontext ihrer Zeit Wirkung entfaltet. Hierzulande geriet das jedoch in Vergessenheit.

Einer der Gründe ist, dass die Schweiz keinen starken Adel und keine starke katholische Kirche hatte, die üblicherweise Arbeitgeber von Komponisten waren. Also galt Komponist hier lange Zeit nicht als „richtiger Beruf“, sodass Schweizer Komponisten ihre Karrieren oft im Ausland machten und hierzulande weniger gefeiert wurden. Es gibt zwar Strassen, die nach Schweizer Tonschöpfen benannt sind, aber kaum jemand weiss, was sie für grossartige Musik geschrieben haben. Deshalb wurde das Swiss Orchestra gegründet. Wir machen diese Musik wieder erlebbar, bringen sie auf die Bühne und kombinieren sie mit Blockbustern und Standardrepertoire.

Wie können wir uns deinen Arbeitsalltag jenseits der Bühne vorstellen?

Mit den Musikerinnen und Musikern des Swiss Orchestra

bereite ich die Konzerte vor Ort im Probensaal vor. Im Orchesterbüro sieht die Arbeit jedoch etwas anders aus: Hier arbeiten wir im Management-Team mit branchenspezifischer Software, nutzen Slack für die interne Kommunikation, sprechen uns in Video-Calls ab und treffen uns mindestens einmal im Monat in einem Team-Call, wo wir uns zu bestimmten Themen austauschen, diskutieren und einander gezielt unterstützen. Aber wir treffen uns auch weiterhin physisch im Orchesterbüro. Wir sind hinter der Bühne immer wieder auf der Suche nach der richtigen Balance zwischen Präsenz und Ortsunabhängigkeit. Insgesamt ist Führung in der hybriden Welt nicht einfacher geworden.

Hinzu kommt die Fülle an Informationen über die vielen Kanäle, die erdrückend sein kann. Hast du dafür eine Strategie entwickelt?

Das ist sicher eine Herausforderung für jedermann: informiert zu sein, ohne viel Zeit durch Ablenkung zu verschwenden, sodass Raum für das Wesentliche bleibt. Hinzu kommt die Frage, welche Kanäle man überhaupt verwendet. Wir haben für bestimmte Themen, über die wir informiert sein wollen, eine Medienbeobachtung. Was Social Media betrifft, bin ich nur auf bestimmten Kanälen und lasse andere kategorisch aus.

Nach welchen Kriterien wählst du sie aus?

Das ist eine Grundsatzentscheidung. Ich Sorge dafür, dass mich die Leute erreichen können, aber ich schenke den sozialen

Medien nicht zu viel Aufmerksamkeit. Aufmerksamkeit ist ein beschränktes und wertvolles Gut. Deshalb versuche ich, mich zu fokussieren. Es ist natürlich für jeden Künstler wichtig, eine gewisse Online-Präsenz zu haben. Zum Glück ist das in der Klassikbranche noch nicht ganz so entscheidend wie im Pop. Aber eine gewisse Präsenz ist wichtig.

Gibt es so etwas wie eine Nummer-eins-Plattform für das klassische Musikbusiness?

Im Management-Bereich – dazu zählen Orchestermanagement, Ticketing, Kundenbetreuung, Logistik, PR und Grafik – sind LinkedIn und Branchenkongresse wichtige Orte zur Vernetzung. Unsere Branche funktioniert in vielen Aspekten nicht anders als die Wirtschaft – man stellt sich das manchmal exotischer vor, als es ist. Was unsere Kommunikation mit Kundinnen angeht, setzen wir nicht nur auf Online-Medien, sondern auch klassische Medien spielen nach wie vor eine wichtige Rolle als Meinungsmacher.

Aktuell geht beispielsweise Rilke viral auf Social Media. Siehst du hier auch Potenzial für die Schweizer Klassik?

Auf jeden Fall. Wir können Bilder, Videos und Ausschnitte spontan publizieren und damit viel näher und interaktiver ans Publikum herankommen.

Im Orchester ist es wichtig, dass man einander zuhört. Pausen sind genauso bedeutsam wie Noten. In den sozialen Medien ist das verloren gegangen. Man hört nicht mehr zu. Man sendet vorwiegend. Wie ordnest du das ein?

Ja, Social Media zeigen sehr gut, wie es sein kann, wenn man sich nicht zuhört. Auf Social Media kommuniziert man zwar direkt, aber ohne ein richtiges Gegenüber. Man kommuniziert schnell und schriftlich, kann – oder will – die Reaktion des anderen aber nicht sehen. Wenn man hingegen von Mensch zu Mensch kommuniziert, vermag man viele Dinge zwischen den Zeilen zu lesen. Deshalb sind Begegnungen von Mensch zu Mensch, wie sie in einem Live-Konzert stattfinden, so wichtig. Sie reißen einen aus dieser Bubble.

Was können wir aus der klassischen Musik für das Business lernen?

Einander zuzuhören. Und dass man sich einig sein kann, ohne gleicher Meinung zu sein. In einem Konzertsaal sitzen so viele Menschen mit verschiedenen Ansichten und Meinungen über das Leben und die Welt. Wenn wir eine Beethoven-Sinfonie oder Musik eines Schweizer Klassikers aufführen, teilen Publikum und Menschen auf dem Konzertpodium diesen Moment harmonisch miteinander. Man ist vereint, obwohl man vielleicht ganz verschiedene Ansichten hat. Schon allein deshalb glaube ich, dass es gut ist, sich den Luxus eines Live-Konzerts zu leisten – zusätzlich zum Musikgenuss, zur Entspannung, Inspiration und den beim Swiss Orchestra vorprogrammierten Neuentdeckungen.

Was sagst du Leuten, die schon länger nicht mehr in einem klassischen Konzert waren?

Ein Konzert ist Wellness für die Seele und Abenteuer für den Geist. Und beides lohnt sich auszuprobieren.

Lena-Lisa Wüstendörfer

ist Music Director des Swiss Orchestra und Intendantin von Andermatt Music. Ihre Konzertprogramme verbinden klassische Blockbuster mit Schweizer Trouvaillen und machen Lust, mehr zu hören und Neues zu entdecken. Die Schweizer Dirigentin ist mit dem Swiss Orchestra als einzigem national präsenten Berufsorchester regelmässig landesweit zu hören und zudem als Gastdirigentin international gefragt.

Lena-Lisa Wüstendörfer live erleben

Lust auf ein klassisches Musikerlebnis bekommen? Hier geht's zum Herbst- und Winterprogramm des Swiss Orchestra unter der Leitung von Lena-Lisa Wüstendörfer: swissorchestra.ch/konzerte

Interessierte Ladies Drive-Leserinnen profitieren von einer 15 %-Vergünstigung für die Konzerte in der Tonhalle Zürich, Tonhalle St. Gallen und im Casino Bern: **Promocode LD267** (Code am Schluss des Bestellprozesses eingeben).



WHEN PURPOSE GOES VIRAL



PHOTO: JONAS SANTOS

She and her team inspire more than 100 million people a year to consume more consciously – with zero marketing budget. At 35, Alexandra Davidsson has grown Circular Monday into the world's largest campaign for conscious consumption. What few people know: she built it while living with chronic pain every day, while losing her business partner to suicide, and while learning that real change can only begin within.

Ladies Drive: Who are you, in your own words?

Alexandra Davidsson: As a child, I had this image in my head: I am standing in front of a huge audience, doing something important. That was my mindset. I thought I had to become a diplomat to do that. And when I finally made it to the UN in New York, after years of working towards that goal, I realised: shit – this does not fit me at all. I am a doer.

You now mobilise an extraordinary number of people to challenge Black Friday, the annual discount frenzy in November. When did you first realise you could move large crowds?

It was during my UN years. I created a campaign for International Women's Day and it accidentally went viral. Then I was criticised for it, because I had been hired for internal, not external, communications. That was when I knew a large organisation like this was not for me.

You had early success. It sounds as if things came easily.

My career may have looked great from the outside. But there was a lot of hardship. I had a dream job promoting responsible consumption. I was one of Sweden's highest-profile sustainability experts, constantly in the media. The pressure kept growing. I felt I had to be perfect in everything I did. And I am not perfect. I am saying this publicly for the first time: at one point, I wanted to break up with sustainability. I wanted to burn my whole career down because I could not carry the pressure any longer. And there was something nobody could see. I live with physical pain every single day – a condition I was born with. Through medication, I gained thirty-five kilos. As a woman in her early thirties in the public eye, that was difficult. My life was: work, lie on the couch to regain energy, then work again.

Through all of that, Henning Gillberg, your business partner at Circular Monday, was very close to you.

Yes. Henning and I were an incredible team. He was a true legend in circularity, and I was the visionary strategist who knew how to take it global. He took his own life in 2022, while I was in my darkest place health-wise. It broke my heart. I realised he had gone down the road I was on too. And then I faced a choice: do I save myself – or the organisation I had built my life around? So I quit. I took a year off to recover.

That is incredibly tough.

Henning entrusted the campaign to me. I am carrying forward the vision we built together, and I am not ready to dilute it. In 2025, we reached more than 100 million people across 58 countries without spending a single pound on marketing. Thirty volunteers. 1,500 partner companies and organisations. The campaign belongs to no company. I own it. I carry all the costs myself. And I will make wise decisions about what I do with it.

How did you navigate this enormous campaign alongside your health challenges?

I had to turn everything upside down. I had to end the hustle culture because physically I could not continue that way. Everything I build now runs differently. We work according to our energy curve. According to our own rhythm. Not by the calendar, not by external pressure.

And that works?

Beautifully. There are fixed meeting times. But beyond that, everyone orients themselves around how they work best. That requires people who know themselves and are motivated from within. How we treat ourselves is a mirror of how we treat the world. Honour your body, and it becomes much easier to honour the earth.



PHOTO: BOREAL FILMS

Circular Monday is an online campaign, and yet its impact reaches deeply into the physical world. How does it work?

It is a digital awareness campaign, because that is what spreads. It is also a database where consumers can find circular products and services. And very quickly, businesses brought it into the physical sphere through initiatives such as circular pop-up shops. So there is a real community movement around it too. And that can lead to behavioural change – changing norms, changing how we think.

We all know that feeling of wanting something intensely, buying it, and then realising it was never what truly satisfied us. What do you suggest?

Ask yourself: is it really a ten? And then be honest – am I buying this to celebrate something, or to cover something up? If you are buying to cover something up, you will feel that emptiness afterwards. Every time. That is not a moral judgement. That is simply how it works.

alexandradavidsson.se
circularmonday.com

FREDRIKE ASÆL

is a doer and a serial entrepreneur who has founded several companies. She is deeply convinced that we must change the world through entrepreneurship. To her, one thing is clear: when more than 90 per cent of all resources today are used only once, the circular economy represents not only a lever for greater sustainability, but also an enormous entrepreneurial opportunity. Here, she shines a spotlight on women who are already boldly embracing these possibilities.

FOTO: VALENTINA VERDESCA



VERTRAUEN ALS OPERATIVE WÄHRUNG

Ladies Drive: Kannst du dich noch an deinen ersten Hotelbesuch erinnern?

Christine Graeff: Oh ja, sehr gut sogar. Es war ein kleines Hotel in Südfrankreich, genauer gesagt in Le Lavandou. Ich erinnere mich an das Gefühl, dass dort alles für einen da war – das Frühstück, kleine Croissants, die es sonst zu Hause nicht gab, die sauber gemachten Betten, die freundlichen Menschen an der Rezeption. Und dass sie sich so gut um uns gekümmert haben. Heute weiss ich, dass sich hinter dieser gefühlten Selbstverständlichkeit ein enormer Aufwand verbirgt.

Du hast ursprünglich Wirtschaft studiert, in den Finanzen gearbeitet und dir dann als Sprecherin von Mario Draghi und Christine Lagarde einen Namen gemacht. Was hat dich an der Politik gereizt?

Ich würde es weniger als Politik bezeichnen, selbst wenn es Geldpolitik heisst. Die EZB ist keine politische Institution, aber sie ist eine der wichtigsten Zentralbanken der Welt. Gereizt hat mich die Verantwortung, für eine Institution zu kommunizieren, die über Zinsen entscheidet und den Euro, eine der wichtigsten Währungen der Welt, hütet. In komplexen Systemen ist Kommunikation nicht nur Übermittlung – sie ist Entscheidungsarchitektur. Sie schafft Orientierung, reduziert Unsicherheit und ist damit ein zentraler Stabilitätsfaktor. Gleichzeitig habe ich auch für Europa gearbeitet, was mir als Deutsch-Französin wichtig war.

Ähnlich wie bei einem Hotelier hast du zahlreiche hochrangige Personen kennengelernt. Hat dich das geprägt, und was nimmst du mit?

Wenn man mit Staats- und Regierungschefs, Notenbankpräsidenten oder Wirtschaftsführern zusammenarbeitet, muss man professionell und verlässlich sein. Was ich gelernt habe: zuhören. Wirklich zuhören, mit Neugier und Respekt – aber

ohne Ehrfurcht. Das ist eine Fähigkeit, die ich bewusst trainiert habe und die mir bis heute nützt. Dabei ist Zuhören für mich kein weiches Führungsinstrument, sondern eine strategische Fähigkeit: Es geht darum, Signale früh zu erkennen, Risiken zu verstehen und unterschiedliche Perspektiven so zusammenzuführen, dass handlungsfähige Entscheidungen entstehen.

Es heisst, your network is your net worth. Stimmt das auch für dich, und helfen dir diese Verbindungen noch heute?

Ja, und ich betone es immer wieder. Man kann nie zu früh damit anfangen. Gleichzeitig sind Netzwerke für mich keine kurzfristige Ressource, sondern langfristig aufgebaute Vertrauensstrukturen. Gerade in komplexen oder schwierigen Situationen zeigt sich, wie wertvoll belastbare Beziehungen sind, die über Jahre gewachsen sind. Wichtig ist es, ein Netzwerk aufzubauen, das unterschiedliche Perspektiven einbringt – und sich selbst aktiv einzubringen.

Nach über zehn Jahren in Frankfurt bist du in die Schweiz zur Credit Suisse in die Privatwirtschaft zurückgewechselt. Auch hier hattest du primär mit Menschen, Kunden und Mitarbeitenden zu tun. Was war dein Erfolgsrezept?

Zuhören, Klarheit schaffen und Vertrauen aufbauen – in dieser Reihenfolge. Aber auch: Empathie. Die Credit Suisse befand sich in einer ausserordentlich schwierigen Phase, die für viele Menschen Verunsicherung bedeutete. Diese Erfahrung hat meinen Blick auf Führung nachhaltig geprägt.

Heute bist du in der Kommunikationsbranche tätig. Kannst du kurz beschreiben, wie dein Arbeitsalltag aussieht?

Kein Tag gleicht dem anderen – das ist das Schöne und das Anspruchsvolle. Als Global Chief Growth Officer bei FGS bin ich viel unterwegs: Kundengespräche, Pitches, interne Strategie, globale Koordination zwischen unseren Büros in Europa, den USA und Asien. In meiner

Rolle als Verantwortliche für die Schweiz berate ich Kunden in Fragen strategischer Kommunikation, Transformation und Krisenkommunikation.

Was sind die Schlüsselthemen, die dich aktuell beschäftigen?

Drei Themen dominieren im Moment: Erstens die Frage, wie Unternehmen in der heutigen geopolitischen Lage kommunizieren. Jede Entscheidung hat einen Einfluss auf die P&L, und Kommunikation ist sensibler denn je, bringt allerdings auch viele Chancen. Zweitens der Einfluss und die Rolle von KI in der Meinungsbildung – und damit ihr Einfluss auf Reputation. Und drittens das Thema Vertrauen.

Vertrauen – sehr spannend, bitte erzähl mehr.

Die diesjährige Ausgabe unserer globalen Studie Radar hat gezeigt, wie stark das Vertrauen in Institutionen und Führungspersonen gesunken ist. Vertrauen ist dabei kein weicher Faktor – es ist eine operative Währung. Ohne Vertrauen gibt es keine Handlungsfähigkeit und damit auch kein nachhaltiges Wachstum. Viele Organisationen glauben, sie hätten ein Kommunikationsproblem. In Wirklichkeit haben sie ein Entscheidungsproblem – und Kommunikation legt diese Schwächen offen.

In dieser Ausgabe geht es um Sinnsuche im digitalen Raum. Inwiefern lassen sich echte Verbindungen auch digital schaffen?

Echte Verbindungen entstehen auch im digitalen Raum – aber nicht durch Perfektion, sondern durch Klarheit und Authentizität. Entscheidend ist, dass Kommunikation anschlussfähig ist und Vertrauen ermöglicht, auch ohne physische Nähe.

Du hast einen Kurs zu AI-driven Organizations gemacht. Was nimmst du daraus mit?

Als ehemalige CHRO ist kontinuierliche Weiterbildung für mich essenziell. Künstliche Intelligenz verändert nicht nur

Prozesse, sondern Entscheidungsstrukturen und damit auch Führungsmodelle. Sie erhöht Geschwindigkeit und Komplexität – und macht menschliches Urteilsvermögen umso wichtiger. Für mich ist das weniger eine technologische als eine Führungsfrage.

Und wie verändert generative KI Rollenprofile, Fähigkeiten und Zusammenarbeit konkret in deinem Unternehmen?

Sehr konkret: Wir nutzen KI, um Kommunikation zu testen und zu analysieren. Unsere Berater verbringen dadurch weniger Zeit mit Rohentwürfen und mehr Zeit mit strategischer Schärfung und Beratung. Was unverändert bleibt, ist das menschliche Urteilsvermögen: Kontext verstehen, Risiken abwägen, Vertrauen aufbauen.

Wie bereitest du deine Mitarbeitenden darauf vor?

Durch Einbindung und Ausbildung. Wir experimentieren gemeinsam, teilen intern, was funktioniert und was nicht, und schaffen Räume für ehrliche Diskussionen über Unsicherheiten. Wichtig ist auch, Ängste ernst zu nehmen, denn KI löst bei vielen Mitarbeitenden Sorgen aus. Meine Botschaft an mein Team ist: KI ersetzt keine guten Berater – aber Berater, die KI nutzen, werden jene ersetzen, die es nicht tun.

Du bist im Advisory Board von Equal-Voice, der Kronenhalle und Mona AI sowie Mitglied bei Gen CEO und Young Global Leaders – was gibst du jungen Frauen mit auf den Weg?

Drei Dinge: Erstens Netzwerk. Baut es auf, bringt euch ein und nutzt es. Zweitens: Sucht euch Sponsoren, nicht nur Mentoren. Mentoren beraten, Sponsoren öffnen aktiv Türen. Das ist ein Unterschied, der Karrieren macht. Und drittens: Vertraut eurem Urteil. In einer Welt, die immer lauter und schneller wird, ist die Fähigkeit, innezuhalten und zu urteilen, das wertvollste Kapital. Das lernt man nicht online, das lernt man durch Reflexion und den Mut, auch mal falschzuliegen.

Christine Graeff schloss European Business Administration an der Middlesex University in London und am CESEM in Reims ab. Nach Stationen in Corporate Finance, PR und als Partnerin bei der Brunswick Group in Deutschland leitete sie fast zehn Jahre die Kommunikation der Europäischen Zentralbank und war Sprecherin der EZB-Präsidenten. Ab 2021 war sie bei Credit Suisse Group Head Corporate Communications sowie Group Head of People; seit 2025 ist sie Global Chief Growth Officer und Mitglied des Global Executive Committee beim Kommunikationsberatungsunternehmen FGS.

FOTO: JONAS KUHN

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), VR-Mitglied der Allianz Schweiz, CAP, BKW und BVZ Holding und engagiert sich im Vorstand des Swiss Food & Nutrition Valley (SFNV).

FOTO: TOBIAS SUTTER



START-UP
PORTRÄT

Melanie Lennert & Melanie Tschugmall

CRO2GO

Wie zwei Melanies als Teilzeit-Chief Revenue Officers
Firmen auf Kurs bringen

TEXT: SANDRA-STELLA TRIEBL

FOTO: SAMANTHA WAI SZE WONG

„If the stars align, the universe delivers“, sagt Mel, Melanie Lennert, in voller Überzeugung. Die zweite Melanie im Bunde, Melanie Tschugmall, nickt zustimmend. Zwei Gründerinnen, gleicher Vorname. Zufall? Eher meant to be. Gemeinsam haben sie CRO2go gegründet – eine Boutique-Beratung mit einem Modell, das in Europa noch kaum etabliert ist: Fractional Chief Revenue Officers. Klingt erklärungsbedürftig? Ist es auch. Ein Chief Revenue Officer, kurz CRO, verantwortet Wachstum und Umsatz eines Unternehmens. Er oder sie verbindet Marketing, Vertrieb und Kundenbetreuung zu einem gemeinsamen System. Viele Unternehmen arbeiten in diesen Bereichen noch in Silos – und verlieren dadurch Tempo, Kunden und Umsatz. CRO2go setzt genau dort an. Und zwar nicht als klassische Beraterinnen, die Konzepte schreiben und wieder gehen, sondern als sogenannte Fractional Executives: erfahrene Führungskräfte auf Zeit, die operativ mitarbeiten, Verantwortung übernehmen

und Wachstum mitgestalten – ohne dass ein Unternehmen sofort eine Vollzeit-Executive-Stelle besetzen muss.

Warum dieses Modell gerade jetzt boomt? Weil Wachstum in turbulenten Zeiten oft nicht mehr Ressourcen braucht, sondern eine intelligentere Nutzung bestehender Ressourcen. Laut Fractionus stieg die Nachfrage nach Fractional-Führungskräften zwischen 2023 und 2024 um 68 Prozent. Gartner prognostiziert, dass bis 2027 über 30 Prozent der mittelständischen Unternehmen mindestens eine Fractional Executive einsetzen werden. Unternehmen berichten laut Fractional Executives Impact Report 2025 durchschnittlich von bis zu 63 Prozent Umsatzsteigerung innerhalb von sechs Monaten. Die beiden Gründerinnen kennen diese Dynamik aus erster Hand. Mel arbeitete bei UBS und JP Morgan, Melanie unter anderem bei Zühlke und SAP. Internationale Teams, grosse

Verantwortung, hoher Ergebnisdruck. Doch beide kennen auch die Scale-up-Welt – und irgendwann kam bei beiden dieselbe Frage auf: Wie lässt sich Erfahrung so einsetzen, dass daraus nicht nur Einkommen, sondern echter Impact entsteht? Wie gestalte ich meine berufliche Zukunft selbst, wie skaliere ich mein Wissen? Wie verbinde ich finanzielle Unabhängigkeit mit echter Wirkung?

Kennengelernt haben sie sich fast zufällig. Beide hatten sich unabhängig für dasselbe Leadership-Seminar angemeldet – in unterschiedlichen Klassen. Ohne eine gemeinsame WhatsApp-Gruppe hätten sie sich vermutlich nie getroffen. Dort fiel Mel eine Frau auf, die ständig andere unterstützte, Menschen vernetzte, Fragen beantwortete und Events organisierte. Melanie Tschugmall. „Bist du diejenige, die alle so aktiv unterstützt?“, wurde Mel immer wieder gefragt. „Leider nein“, antwortete sie irgendwann leicht errötend. Sie musste diese Energiewolke kennenlernen.

Aus dieser Begegnung entstand mehr als Freundschaft. Melanie stieg als Co-Founderin in Mels bestehendes Unternehmen ein – und gemeinsam entwickelten sie daraus CRO2go. Komplementär in ihren Fähigkeiten, erstaunlich gleich in ihren Werten: Direktheit, Verlässlichkeit, hohe Standards und Empathie ohne Ego. „Gibt es Herausforderungen und Unsicherheiten? Ja, klar – täglich. Aber wir lernen schrittweise, damit umzugehen.“

Ein Begriff fällt im Gespräch immer wieder: Go-to-Market – kurz GTM. Gemeint ist die Strategie, wie ein Unternehmen ein Angebot erfolgreich in den Markt bringt. Mel erklärt es mit einem Bild: Go-to-Market sei wie der Flugplan eines Flugzeugs. Der CEO ist Pilot und legt Route und Ziel fest. Der CRO ist Co-Pilot und sorgt dafür, dass diese Route sicher, effizient und punktgenau umgesetzt wird – über Marketing, Vertrieb und Kundenbeziehungen hinweg.

Ein schönes Bild. Und ein ernstes Thema. Denn laut GTM Consult entstehen 60 bis 70 Prozent von Umsatz-Underperformance durch Fehler genau in diesem Bereich. Laut Harvard Business School verfehlen 72 Prozent aller Produkt-Launches ihre Ziele wegen mangelhafter GTM-Umsetzung. „Die Zukunft gehört Unternehmen, die Go-to-Market als System verstehen“, sagen die beiden.

Zu ihnen kommen Unternehmen oft dann, wenn es brennt: nach Finanzierungsrunden, bei Fusionen, vor kritischen Produkt-Launches oder wenn KMU neue Märkte erschliessen wollen – und wenig Zeit für lange Rekrutierungsprozesse haben. „Senior Firepower on Demand – deshalb auch unser Name: CRO to go“, sagt Melanie.

Das Modell ist zugleich kostenoptimiert. Eine Fehlbesetzung auf Executive-Level kann laut Forbes schnell das Fünffache eines Jahresgehalts kosten – Opportunitätskosten nicht eingerechnet. CRO2go will genau dieses Risiko überbrücken. Ihre methodische Basis nennen sie GTMRev Framework – ein proprietäres Modell mit drei Säulen: The Science, datengetriebene Klarheit über Pipeline, Positionierung und Wachstumspotenziale. The Soul, menschenzentrierte Führung, weil Systeme nur funktionieren, wenn Menschen sie tragen. Und The Speed, strategische Agilität, die Enterprise-Disziplin mit Start-up-Geschwindigkeit verbindet.

Daraus entstanden drei Angebote: ein Roadblock Audit mit 30-Tage-Aktionsplan, ein 90-Day Revenue Engine Build zum Aufbau skalierbarer Wachstumsstrukturen und ein On-Call Revenue Leader Modell für Unternehmen, die langfristige Führungsstärke auf Fractional-Basis brauchen. 64 Prozent aller B2B-Leader sehen laut High Alpha Go-to-Market als grösste Wachstums herausforderung. Beide kannten das. Mel arbeitete bereits mandاتبasiert und wusste: Dieses Modell funktioniert. Melanies Moment kam anders. Sie wachte eines Morgens auf, setzte sich hin und schrieb intuitiv ein Konzept – ihre Skillsets, ihre Vision, sogar erste Monetarisierungsansätze. Ohne gross nachzudenken, schickte sie es Mel.

Antwort: „We need to talk.“ CRO2go war geboren. Noch vor dem Launch der Website kamen die ersten Kunden. Heute arbeitet das Team in DACH, Nordics, Singapur und den VAE. Kunden nennen sie liebevoll „M&M“ oder „die 2Ms“. Was sie schätzen? Harte Revenue-Orientierung – gepaart mit menschlichem Feingefühl.

Wie das aussieht, zeigt ein Schweizer Mandat: kritischer Produkt-Launch, wenig Zeit, ein Go-to-Market, das nicht funktionierte. CRO2go kam rein und stellte innerhalb von fünf Wochen das Schiff neu auf: Positionierung geschärft, Wachstumsarchitektur aufgebaut, Vertriebsbewegungen definiert, Pitching und Einwandbehandlung (zum Beispiel Reklamationen, Kundenrückmeldungen) trainiert. Keine langen Konzeptphasen. Direkt wirksam.

Oder ein schwedischer Gründer im ersten Jahr des Unternehmens. Umsatzstrategie und Partnerschaften mussten von Grund auf entstehen. CRO2go entwickelte Revenue-Architektur, definierte Kanäle und Partnerschaften – und blieb als Fractional CRO an Bord. Ergebnis: zweistelliges Umsatzwachstum im ersten Jahr. Nicht Beratung. Mitverantwortung. Von Anfang an war klar: Sie kommen nie allein. Als Duo decken sie sämtliche Revenue-Rollen ab – von Marketing über Sales bis Post-Sales – und bringen eine kognitive Diversität ein, die Einzelpersonen kaum leisten können. Gerade in komplexen Go-to-Market-Situationen ist genau das entscheidend.

Dazu kommt eine seltene Kombination: Corporate-Exzellenz aus Top-Tier-Häusern und echte Start-up-Agilität. Global gedacht von Tag eins an. Denn Revenue kennt keine Grenzen. „The highs are high and the lows are low – aber ich würde für nichts auf der Welt diese Erfahrung missen wollen. Man baut sich aktiv seine Zukunft auf.“ Und genau das tun sie.

Die Agenda ist ambitioniert: mehr Mandate, Ausbau des Kernteams, geografisches Wachstum. Und ganz vorne mitspielen, wenn künstliche Intelligenz und neue Technologien Revenue-Architekturen neu definieren. Denn – so ihre Überzeugung – wer Go-to-Market der Zukunft gestalten will, muss heute verstehen, wie Technologie Wachstum verändert. Dabei setzen sie bewusst auch auf Gemeinschaft. Etwa mit Blaze by CRO, einer Community für weibliche Fractional CxOs. Weil sie überzeugt sind: Die stärksten Bewegungen entstehen gemeinsam. Global präsent. In der Schweiz verwurzelt. Und mit dem Anspruch, das Fractional-Modell in Europa nicht nur zu etablieren – sondern auch mitzuprägen.



DIGITALE SÜSSIGKEITEN

Arjanna van der Plas unterstützt seit über zehn Jahren Führungskräfte dabei, ihre echte Stimme zu finden. Ihr Fazit zum digitalen Zeitalter: Nicht die Tools sind das Problem – sondern wenn wir uns selbst darin verlieren. Ein Gespräch über digitale Resilienz, innere Autorität und warum das Wertvollste, was du online tun kannst, darin besteht, wie du selbst zu klingen.

FOTO: ERNA DRION

Ladies Drive: Der Begriff „digitale Resilienz“ wird oft verwendet – was bedeutet er für dich konkret?

Arjanna van der Plas: Auf den ersten Blick geht es bei digitaler Resilienz um ganz praktische Dinge: Betrug erkennen, Daten schützen, klare Grenzen bei der Nutzung von Social Media setzen. Aber für mich als Leadership Coach geht es tiefer: In einer Welt voller Algorithmen und KI sind die digital resilientesten Menschen nicht diejenigen, die jedem Tech-Trend hinterherrennen. Es sind diejenigen, die den Mut haben, sich bewusst auszuklinken – ihre eigenen Überzeugungen zu hinterfragen, unbequeme Wahrheiten zu suchen und in echte Gespräche zu investieren. Selbst dann, wenn es einfacher wäre, sich hinter einer KI-generierten WhatsApp-Nachricht zu verstecken. Für mich stellt sich deshalb die Frage: Wie bleiben wir nicht nur sicher, sondern im Kern menschlich – in einer digitalen Welt?

Warum sind wir so anfällig dafür, uns von Online-Inhalten überwältigen zu lassen?

Unser Gehirn ist auf unmittelbare Bedrohungen ausgelegt – nicht darauf, eine globale Flut von Krisen zu verarbeiten. Gleichzeitig sind Online-Plattformen so gestaltet, dass sie unsere Aufmerksamkeit kapern. Endlos-Scrollen, Autoplay und Algorithmen

liefern bei jedem Klick kleine Dopamin-Kicks – und halten uns fest, selbst wenn wir uns dabei ausgelaugt fühlen. Kurzformate verschärfen das zusätzlich: Sie verkürzen unsere Aufmerksamkeitsspanne und machen tiefes Nachdenken schwieriger. Digitale Resilienz beginnt damit, diese Mechanismen zu erkennen – und bewusst zu entscheiden, worauf wir unsere Energie richten.

Wie sieht das konkret im Alltag aus?

Ich behandle Social Media und News-Apps ähnlich wie Süßigkeiten bei meinen Kindern. Sie wissen, dass sie nicht den ganzen Tag Süßes essen sollten – würden aber trotzdem alles daran setzen, mehr zu bekommen. Also bewahre ich die Süßigkeiten an einem Ort auf, der schwer erreichbar ist. Für mich bedeutet das: Mein Handy hat im Schlafzimmer und beim Essen nichts verloren. Ich schalte Benachrichtigungen aus, nutze App-Timer, aktuell 30 Minuten für LinkedIn, und lösche Apps, die mich zu sehr verführen, wie Instagram. Bei Nachrichten achte ich darauf, Medien zu konsumieren, die mir helfen, zu verstehen und zu handeln – und mich nicht einfach nur stressen. Lieber lese ich einen fundierten Analyseartikel, der Dinge einordnet, als stündliche Updates zum Iran-Krieg. Und ich setze bewusst auf echte Begegnungen: ein persönliches Gespräch mit einer Kollegin oder

ein kleines Treffen mit Menschen, um gemeinsam einzuordnen, was in der Welt passiert.

Du hast darüber gesprochen, dich als Konsumentin vor dem „Lärm“ zu schützen. Viele unserer Leserinnen und Leser produzieren aber selbst Inhalte – etwa auf LinkedIn oder in Newslettern. Wie funktioniert hier die Balance?

Als ich mich selbstständig gemacht habe, wurde mir geraten, dramatische, überspitzte Posts zu schreiben – Geschichten, die die „Pain Points“ meiner Zielgruppe als Krise darstellen, die nur ich lösen kann. Das fühlte sich falsch an. Vor allem, als mir eine Freundin auf Social Media entfolgte und meinte, sie vermisse die echte Arjanna. Heute nutze ich den „Freundinnen-Check“: Bevor ich etwas poste, frage ich mich: Würde es sich gut anfühlen, wenn eine Freundin mir diesen Text laut vorliest? Wenn ich dabei innerlich zusammenzucke, schreibe ich ihn neu. Das heisst nicht, dass du keine Erfolge teilen oder Kundinnen und Kunden gewinnen sollst – im Gegenteil. Aber tu es mit deiner echten Stimme und aus deiner echten Begeisterung heraus.

Kann man digitale Resilienz trainieren – wie einen Muskel? Oder ist es eher eine Frage der Haltung?

Ganz klar: beides. Es beginnt mit innerer Autorität – also damit, zu prüfen, ob das, was du tust, wirklich zu deinen Werten passt oder nur Gewohnheit oder Druck ist. Bevor du Nachrichten liest, kannst du dich fragen: Suche ich gerade Erkenntnis – oder vertreibe ich Langeweile und will einfach „up to date“ sein? Bevor du etwas postest: Entspricht das meiner echten Stimme – oder

versuche ich, besonders beeindruckend zu wirken oder andere zu imitieren? Du kannst auch wöchentlich reflektieren: Wofür habe ich meine Zeit online verwendet? Was hat mir Energie gegeben – und was hat mich ausgelaugt? Und dann deine Gewohnheiten entsprechend anpassen.

Gibt es eine Gewohnheit, die dir hilft, wieder bei dir anzukommen, wenn der digitale Lärm zu laut wird?

Ich habe zwei Dinge, die mich erden. Das Erste ist Zeit in der Natur. Ich bin jedes Wochenende in den Bergen und mache unter der Woche kurze Spaziergänge. Je mehr Zeit wir in der digitalen Welt verbringen, desto mehr fühlen wir uns überfordert, isoliert und vom eigenen Körper getrennt. Studien zeigen immer wieder: Natur – das kann auch ein kleiner Park sein – senkt Stresshormone und verbessert unser Wohlbefinden. Das Zweite ist Zeit mit echten Menschen. Wenn der Lärm zu laut wird, fahre ich mit dem Velo in mein zweites Wohnzimmer – ein kleines, gemütliches Café in unserem Dorf. Dort treffe ich immer jemanden, den ich kenne und schätze. Bei einer gemeinsamen Tasse Tee rückt die digitale Welt wieder in die richtige Perspektive.

SABRINA DURANTE

ist Kommunikationsspezialistin bei Advance, der führenden Organisation, die sich für mehr Chancengleichheit in der Schweizer Wirtschaft einsetzt.

www.weadvance.ch

FOTO: CLAUDIA LARSEN



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 1887

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

Inserate

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 GOLDACH AG

Gedruckt in der Schweiz

Lektorat

Lektornet GmbH, Hamburg

Auflage

40.000 Druckauflage
(notariell beglaubigt)
Erscheinungsweise: vierteljährlich
19. Jahrgang

Einzelverkauf CHF 5.00/EUR 5,00

Abonnement

Adressänderungen an
office@swissladiesdrive.com

Die nächste Ladies Drive No. 75
erscheint am 03.09.2026

Nachdruck nur mit Quellenangabe und Genehmigung des Verlags. Für unverlangt eingesandte Manuskripte oder Materialien wird keine Haftung übernommen. ISSN 1662-5757

Ladies Drive dankt folgenden Institutionen für den regen Austausch:



DIE KRAFT LEISER RESONANZ

Ladina Spiess kennt die grossen Bühnen – und die dunkelsten Ecken der Welt. Was passiert, wenn wir aufhören, Sinn im Feed zu suchen, und anfangen, Female Empowerment im echten Leben zu stiften? Einblicke der Moderatorin in ihre Rolle als Unternehmenspatin.

INTERVIEW: CLAUDIA GABLER

Ladies Drive: Du hast in deiner journalistischen Arbeit bei Radio SRF 1 und der Glückskette viele Hilfsprojekte weltweit gesehen. Was hat dich besonders berührt?

Ladina Spiess: Mich haben immer die Menschen berührt, die unter schwierigsten Umständen Verantwortung übernehmen – nicht nur für sich, sondern auch für ihre Kinder, ihre Familien und oft für ganze Gemeinschaften. Besonders eindrücklich war für mich zu sehen, wie viel Würde und Kraft entsteht, wenn Menschen nicht einfach Hilfe erhalten, sondern die Möglichkeit, ihr Leben selbst zu gestalten.

Gab es einen Trigger-Moment, als du dachtest: Jetzt muss ich etwas tun.

Als ich 2010 nach dem verheerenden Erdbeben in Haiti war, traf ich in einem Zeltlager der UNO einen knapp vierjährigen Jungen. Er lag zwei Tage neben seinen toten Eltern unter den Trümmern, bevor er gerettet und in die Obhut von UNICEF gebracht wurde. Nie vergesse ich, wie er mich mit grossen Augen stumm angeschaut hat, während mir eine Betreuerin seine Geschichte erzählte. Ich frage mich, was wohl aus ihm geworden ist. Diese Begegnung machte mir deutlich, dass Zuschauen nicht reicht. Ich stellte mir die Frage, welche Rolle ich einnehmen und wie ich gezielt Organisationen unterstützen kann.

Warum hast du dich für Unternehmenspatenschaften von BPN entschieden?

Die freischaffende Moderatorin und Kommunikationstrainerin Ladina Spiess engagiert sich als Unternehmenspatin – mit klarem Fokus auf Sinn, Selbstverantwortung und nachhaltige Wirkung.

FOTO: VALERIA DIAZ

Die Arbeit von BPN ist nachhaltig. Das wertet die vielen Organisationen, die Nothilfe wie jene in Haiti bieten, nicht ab. BPN hat einfach einen völlig anderen Ansatz. Es geht um unternehmerisches Denken, Eigenverantwortung und echte Perspektiven. Das überzeugt mich, weil es Menschen in ihrer Unabhängigkeit stärkt.

Du unterstützt gezielt Unternehmerinnen. Was beeindruckt dich an diesen Frauen am meisten?

Viele dieser Frauen starten mit sehr wenig, haben in ihren Ländern nicht die wirtschaftliche Basis, wie wir sie kennen, und gehen trotzdem ihren Weg. Sie haben eine Vision und wollen sie umsetzen. Das braucht Mut und konsequentes Handeln.

Gab es eine Begegnung mit einer Unternehmerin, die dich besonders berührt oder überrascht hat?

Frau Solongo aus der Mongolei habe ich 2022 persönlich kennengelernt. Sie studierte Internationale Wirtschaft und arbeitete in verschiedenen Projekten in den Bereichen Landwirtschaft und Verkehr. In ihr wuchs der Wunsch, eine eigene Bonbonfirma zu gründen. Sie startete die Produktion zu Hause in einem Zimmer. Mittlerweile hat sie 25 Mitarbeitende. Ihr Hauptanliegen ist – nebst leckeren Bonbons zu produzieren –, weiterhin Arbeitsplätze zu schaffen und vor allem jungen Mitarbeitenden Perspektiven zu geben.

Was können wir in der Schweiz von Unternehmerinnen in Ländern wie Nicaragua oder Kirgisistan lernen?

Fokus, Ausdauer und vor allem Dankbarkeit. Diese Frauen verlieren sich nicht in Möglichkeiten, und sie haben eine Klarheit darin, warum sie tun, was sie tun.

Wir kennen dich von den grossen Bühnen. Als Unternehmenspatin bist du in einer Rolle, die Wirkung im Hintergrund entfaltet. Wie fühlt sich das an?

Ich liebe die Bühne. Sie gibt Energie, schafft Sichtbarkeit und verbindet Menschen. Aber echte Wirkung entsteht selten dort, wo die Scheinwerfer am hellsten leuchten. In der Rolle als Unternehmenspatin geht es weniger um Präsenz meinerseits. Es geht um Vertrauen in die Unternehmerin, dass sie sich während der zweijährigen Ausbildung richtig reinkniet. Es hat aber auch mit Vertrauen in das BPN-Team im jeweiligen Land zu tun. Die BPN-Mitarbeitenden sehen das Potenzial einer Unternehmerin und können es fördern. Sie sehen aber gleichzeitig auch die Lücken, die gefüllt werden müssen. Das Team trägt zur Wirkung einen entscheidenden Teil bei. Ich darf mich lediglich an den positiven Berichten freuen.

Was bedeutet für dich echtes Empowerment von Frauen?

Empowerment heisst für mich in erster Linie, Bedingungen zu schaffen, in denen Frauen ihre eigene Stärke entfalten und ihren selbstbestimmten Weg gehen können – wirtschaftlich, sozial und persönlich. Wir müssen gegen

die nach wie vor bestehenden Ungleichheiten vorgehen sowie gegen offene und versteckte Diskriminierung von Frauen kämpfen. Und wir sollten uns vermehrt gegenseitig mit echter Ermutigung und tatkräftiger Unterstützung stärken.

Woran misst du, ob sich dein Engagement als Patin wirklich gelohnt hat?

Natürlich freue ich mich, wenn eine Unternehmerin ihre Firma auf die Erfolgsspur bringt und Arbeitsplätze schafft. Mir ist aber auch ihre persönliche Entwicklung und die Fähigkeit, in schwierigen Situationen tragfähige Entscheidungen zu fällen, wichtig. Die georgische Tourismusunternehmerin beispielsweise, die ihr kleines Unternehmen nach Covid und dem Ausbruch des Ukrainekriegs schweren Herzens aufgegeben und sich neu orientiert hat, ist keine Versagerin, sondern eine mutige Entscheiderin.

Du hast in deiner journalistischen Laufbahn viele Hilfsprojekte weltweit gesehen. Warum überzeugt dich gerade der Ansatz von BPN – Unternehmertum zu fördern – so sehr?

Weil er auf Augenhöhe funktioniert. Weil die BPN-Ausbildung in die unternehmerische Unabhängigkeit führt und langfristige Perspektiven ermöglicht. Und weil das BPN-Team in der Schweiz und in den Ländern auf Top-Niveau arbeitet.

Wenn die Unternehmerin, die du aktuell unterstützt, heute hier im Raum wäre – was würdest du ihr gerne sagen?

Ich habe grossen Respekt vor deinem Weg. Und ich vertraue darauf, dass du ihn mit der gleichen Entschlossenheit wie bis anhin weitergehst. Ich wünsche dir, dass sich dein Umfeld mit dir freut und dich ermutigt. Und dass du bei alldem auch gut auf dich selbst achtest.

„Eine BPN-Patenschaft ermöglicht echte Veränderung: für die Unternehmerin, für die Mitarbeitenden und schliesslich auch für die Wirtschaft des jeweiligen Landes. Es ist eine sehr konkrete, direkte Form von Engagement und eine, die nachhaltig wirkt.“

Ladina Spiess, BPN-Unternehmenspatin

Unternehmertum fördern – das ist der Zweck des Schweizer Business Professionals Network (BPN).

Seit 1999 ist BPN in fünf Ländern präsent und unterstützt Unternehmerinnen und Unternehmer 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. bpn.ch



Business BREEZE

Kleider und elegante Hosenanzüge sorgen für einen stilvollen Businessauftritt und verbinden Professionalität mit sommerlicher Leichtigkeit. Klare Schnitte und helle Farben schaffen einen frischen Look, der auch an warmen Tagen chic und seriös wirkt.



Bluse 289.90,
Jupe 429.90,
beides **MAX
MARA STUDIO**
Hut **VAN
PALMA** 229.90
Tasche
COCCINELLE
449.90



Leinenblazer 729.-,
Leinenhose 399.90,
beides **WINDSOR**
Shirt **BURGER** 189.90
Tasche **GIANNI
CHIARINI** 379.90



Leinenjacke 649.-,
Shirt 179.90,
Culotte 429.90,
Seidentuch 229.90,
alles **WINDSOR**
Tasche
COCCINELLE
449.90

Elegante Accessoires wie Handtaschen, Sonnenbrillen und Hüte verleihen jedem Outfit Stil und sommerliche Frische.



1 Hut **VAN PALMA** 229.90 2 Sonnenbrille **GUCCI** 399.90 3 Handtasche **COCCINELLE** 449.90
4 Slingballerinas **ROBERTO FESTA** 259.90 5 Slingpumps **PEDRO MIRALLES** 229.90 6 Tasche **FURLA** 279.90

1 Kleid **LUISA CERANO** 549.- Slingpumps **PEDRO MIRALLES** 229.90 2 Blazer 429.90,
Seidenbluse 299.90, Hose 329.90, alles **LUISA CERANO** Tasche **THEMOIRÉ** 379.90
Slippers **PEDRO MIRALLES** 189.90 3 Blazer 499.90, Bluse 269.90, Hose 369.90,
alles **LUISA CERANO** Tasche **FURLA** 279.90 4 Slingpumps **CARRANO** 189.90
5 Tasche **COCCINELLE** 469.90 6 Tuch **AENEIS** 89.90 7 Sonnenbrille **VICTORIA BECKHAM**
379.90 8 Kleid **BURGER** 279.90 9 Ohrringe «Iracia Dulcinea Stud» **COSALINDA** 89.90

PKZ
MEN & WOMEN



BON N° 579807753702

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

20.-

Gültig vom 3. Juni bis 3. September 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.

SCHAFFT STORYTELLING SINN?

Diese Geschichte beginnt nicht mit einem Anfang, sondern mit einer Lücke. Einer Lücke, die für viele Menschen zwischen ihrer täglichen Arbeit und der Suche nach Sinn klafft. Max Weber beschreibt Sinn als die subjektive Bedeutung, die Handelnde mit ihrem Tun verbinden. Sinn hilft uns, Erfahrungen einzuordnen und Zusammenhänge zu verstehen. Er wirkt stabilisierend, fördert unsere Resilienz und steht in enger Verbindung zu physischer und psychischer Gesundheit.

Eine aktuelle Studie der GfK in Deutschland zeigt, dass sich die Sinnsuche für die Mehrzahl der Menschen in ihr Privatleben verlagert. Nur noch ein Drittel der Befragten verbindet die eigene Arbeit mit Sinn. Auch in der Schweiz zeigen Studien, dass sich viele Arbeitnehmende von ihrem Job emotional „entkoppeln“ (St. Galler Jugendstudie 2025). Eine mögliche Erklärung liegt in der Art und Weise, wie wir heute arbeiten und kommunizieren. Unser Austausch verlagert sich zunehmend in den digitalen Raum. Persönliche Begegnungen werden seltener, Verbindungen fragmentierter, unsere Aufmerksamkeitsspanne kleiner.

Das Problem: Unsere Unternehmen brauchen dringend mehr Innovation. Neue Ideen können sich anfangs selten auf belastbare Daten oder gesicherte Ergebnisse berufen. Das bedeutet, sie sind an ein mögliches Zukunftsbild gebunden, das wir mit unseren Kolleginnen und Kollegen teilen. Sie werden also über ihren „Sinn“ (z. B. „Wir lösen ein wichtiges Problem“) legitimiert. Wenn wir unsere Arbeit aber nicht mehr mit Sinn verbinden, fehlt auch die Grundlage für Neuerungen.

Hier kommt Storytelling ins Spiel, eine zentrale Führungskompetenz in der Innovation. Dort, wo Neues entsteht, sind Geschichten unverzichtbar, um Menschen abzuholen. Storytelling bedeutet, mehr zu tun, als nur Informationen zu vermitteln. Es geht darum, Erfahrungen in eine Form zu bringen, die anschlussfähig ist und Orientierung schafft. Geschichten verbinden Fakten mit Emotionen, sie schaffen Kontext und transportieren sowohl explizites als auch implizites Wissen. Sie machen Gedanken mit Bildern, Metaphern und Erlebnissen nachvollziehbar – und somit gemeinsam „erlebbar“. Eine Geschichte wirkt umso glaubwürdiger, je mehr sie an echte Erfahrungen anknüpft. Wenn Menschen gefühlsmässig angesprochen werden, werden Neurotransmitter wie Dopamin ausgeschüttet. Diese fördern die Aufmerksamkeit der Zuhörerinnen und Zuhörer (gerade in Bereichen mit fragmentierter Kommunikation wie den sozialen Medien). Narrative können Zusammenhänge verdeutlichen, Motivation steigern und zum Handeln anregen.

Sobald durch interaktive und multimediale Elemente mehrere Sinne gleichzeitig angesprochen werden, verstärken sich diese Effekte noch. Die Sesamstrasse ist ein Pionierbeispiel, da ihr Programm von Anfang an darauf ausgelegt war, dass Kinder nicht nur passiv zusehen, sondern aktiv mitmachen. Kinder haben in jeder Sendung das Gefühl, Teil eines echten Gesprächs zu sein. Informationen werden oft doppelt verankert: Einprägsame Lieder

sprechen einerseits das Gehör an, bunte Animationen sorgen andererseits für eine visuelle Aktivierung. Heute sorgen interaktive Sesamstrassen-Apps zudem dafür, dass Kinder auch durch Berühren eigene Geschichten bauen und an virtuellen Experimenten teilnehmen können.

Auch neurobiologisch sind Geschichten interessant. Studien zeigen, dass gut erzählte Inhalte deutlich stärker im Gedächtnis bleiben als isolierte Fakten – teilweise um ein Vielfaches. Der Grund liegt darin, wie unser Gehirn Informationen verarbeitet: Geschichten verknüpfen Daten mit Ereignissen und aktivieren mehrere Hirnregionen gleichzeitig, was wiederum zu besserer Erinnerung führt.

Aber Achtung: Storytelling birgt auch Risiken, vor allem weil es kontextabhängig funktioniert.

Je überzeugender eine Erzählung, desto grösser wird zum Beispiel die Gefahr, dass sich ihre Inhalte einer Überprüfung entziehen. Dann kann aus Sinn schnell Unsinn werden. Überzeugende Geschichten können Fakten schwächen und dazu führen, dass Inhalte nicht mehr hinterfragt werden. Die Verbreitung leicht zu glaubender Ideen wird durch ihre Einbettung in eine Story vereinfacht. Das kann besonders dort kritisch werden, wo viele Interpretationen eines Sachverhalts möglich sind. Wenn eine widersprüchliche Realität durch eine Erzählung geglättet wird, kann sie zu falschen Schlussfolgerungen führen. Sind Präzision und eine datenbasierte Entscheidung gefragt, sollte man also möglicherweise vom Geschichtenerzählen absehen.

Es stellt sich immer die Frage nach Zusammenhang und Situation, um zu entscheiden, wie viel Geschichte oder Tatsachen es braucht. Zu beachten ist auch, dass nicht jede und jeder für ausgeschmückte Erzählungen empfänglich ist. Also sollte man erst überlegen, wie das Gegenüber „tickt“. Auf Innovation bezogen bietet sich Storytelling besonders dort an, wo in Frühphasen Ideen sichtbar gemacht und Menschen gewonnen werden sollen. Die Geschichte von Airbnb begann nicht mit einer Marktstatistik, sondern mit der Erzählung der persönlichen Notlage der Gründer, die ihre Miete in San Francisco nicht bezahlen konnten. Dies machte das Vorhaben menschlich nachvollziehbar. In späteren Phasen, in denen es vornehmlich darum geht zu prüfen, ob eine Idee trägt, wird ein faktenbasiertes und hypothesengeleitetes Vorgehen wichtiger.

Am Ende bleibt die Frage, wie sich die Lücke schliessen lässt, mit der diese Geschichte begonnen hat. Vielleicht nicht durch mehr Informationen oder durch neue Programme, sondern durch die Art und Weise, wie wir erzählen, was wir tun und vor allem, warum wir es tun. Mithilfe einer relevanten Geschichte können unsere Zuhörerinnen und Zuhörer ein sinnstiftender Teil des Ganzen werden. Und so auch für sich selbst Bedeutung schaffen.

Storytelling Canvas als Mittel



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

DER WERT DER FEINSINNIGEN DIALOGE

Es ist eine dieser wunderbaren, leichten Gartenpartys im Spätsommer. Die Gäste sind aus aller Herren Länder angereist, und obwohl man sich noch nicht kennt, vereint alle die Zuneigung zu der einladenden Person. Man stellt sich gegenseitig vor und geniesst bei fröhlichem Small Talk die Leichtigkeit des Seins. Mit dem einen oder anderen Gast bleibt die Konversation jedoch nicht an der Oberfläche, sondern erreicht tiefgründige Themen, Themen, die uns wirklich bewegen; es geht um Werte, Haltung, Überzeugungen, Ziele und bisweilen sogar um den Sinn des Lebens.

Wird die Unterhaltung in gleicher Weise als tiefgründig empfunden, lädt das Gehirn zur Neurotransmitter-Cocktail-Party ein: Positive Botenstoffe wie Dopamin, der Belohnungs-Neurotransmitter, und Oxytocin, das Bindungshormon, werden serviert. Kein Wunder also, dass wir tiefgründige Dialoge als beglückend empfinden. Es entsteht eine Resonanz zwischen den Gesprächspartnern, mit gegenseitiger Schwingung emotionaler und kognitiver Zustände, oftmals wie ein schnelles Ping-Pong-Spiel. Das Resultat dieser Diskurse ist häufig: Man ist inspiriert, wach und erfüllt.

Dieses Wissen könnte man sich beim Erlernen einer Fremdsprache zunutze machen. Sind die ersten sprachlichen Hürden mit Vokabelpauken, Grammatikerlernen und dem Durchsprechen typischer Alltagssituationen genommen, könnte man das Sprachniveau zügig auf das nächste Level heben. Eine steile Lernkurve lässt sich rasch durch das Diskutieren tiefgründiger Themen erzielen. Warum dies so ist? Auch hier werden bei Resonanz die beiden Botenstoffe Oxytocin und Dopamin ausgeschüttet. Ist man nun in der Lage, über den Sinn des Lebens sogar in einer Fremdsprache zu philosophieren, beglückt einen dies doppelt: zum einen durch den resonierenden Diskurs und zum anderen durch das stolze Gefühl, über die gewünschte Thematik sogar in der gewählten Fremdsprache parlieren zu können – ein Freudentanz für das Zerebrum.

Wäre es dann nicht empfehlenswert, nur tiefgründige Dialoge zu führen, um beschwingt durch das Leben zu tanzen?

So trivial ist die Realität nicht: Dafür braucht es das passende Gesprächspendant, denn Resonanz stellt sich nicht zwangsläufig ein. Die Thematik muss in uns etwas zum Schwingen

bringen. Eine empathische Person, die aktiv zuhört, kann für vertrauensvolle Unterredungen prädestiniert sein, ohne dass sie den Inhalt ebenfalls als mitreissend erleben muss. Es gibt Gehirne, die den tiefgründigen Gedankenaustausch bevorzugen. Diese sind meist mit hoher emotionaler Intelligenz, Empathie und einer ausgeprägten Fähigkeit zum aktiven Zuhören ausgestattet. Dies hilft, feine emotionale Nuancen rasch zu erfassen und Themen jedweder Komplexität authentisch zu vertiefen. Neurowissenschaftlich braucht es hierfür starke Netzwerke im Stirnlappen, der für Empathie und Selbstregulation sorgt, begleitet von einer guten Ausstattung mit Spiegelneuronen, die zusammen die neuronale Synchronisation erleichtern.

Etwas leichter Small Talk kann als beschwingt erlebt werden, es dürfen Floskeln ausgetauscht werden und der Gesprächsinhalt an der Oberfläche vor sich hin plätschern. Gerät die Balance aus tiefgründigem Meinungs Austausch und Small Talk zugunsten der leichten Gespräche aus dem Lot, erleben wir dies jedoch als anstrengend. Neurochemisch lässt sich dies wie folgt erklären: Tiefgründige Dialoge lösen eine Dopamin- und Oxytocin-Ausschüttung aus, bei oberflächlichem Plausch wird davon nur eine Minimaldosis ausgeschüttet. Man erlebt dadurch einen Mangel, ein Fehlen dieser Botenstoffe, was unser Wohlbefinden sinken lässt, da das uns innewohnende Bedürfnis nach Verbindung ungestillt bleibt. Die Konversation bleibt ohne Nachhall.

Gleichwohl sei betont, dass der Austausch von Nettigkeiten, höflichem Small Talk und respektvollem Plausch gesellschaftlicher Kitt und erst das Tor zu feingeistigen Unterhaltungen ist.

Befassen wir uns literarisch mit tiefgründigen Themen, die in uns Resonanz auslösen, wird ebenfalls Dopamin ausgeschüttet. Teilen wir die Begeisterung für diese Inhalte jedoch nicht in Dialogen, sondern behalten sie für uns, bleibt die Dopamin-Ausschüttung geringer. Oxytocin wird hierbei meist nicht direkt ausgeschüttet, das Bindungshormon kann jedoch beim Lesen tiefgründiger Texte durch emotionale Identifikation indirekt ausgeschüttet werden.

Als sinnliche Lebewesen fehlt uns beim Konsum von Inhalten über Medien (Print, Audio, TV, PC) oder auch bei Video-Calls ein grosser Teil möglicher Sinneserfahrungen. Den vollständigen Reichtum an Sinneserleben, verbunden mit tiefgründigem Inhalt, können wir nur in der Wirklichkeit erfahren.

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



FOMO BEI DER DIGITALEN SINNSUCHE?

Mit der Verschiebung der Sichtbarkeit von der realen in die digitale Welt – und damit einem massiv erweiterten Horizont – drängt sich die Frage auf: Wie verändert sich mein Marketing? Wie kann ich Menschen von mir und meiner Dienstleistung oder meinen Produkten überzeugen? Was bringt künftig Erfolg? Einerseits ist es viel einfacher – und günstiger – geworden, weltweit ein Zielpublikum zu erreichen. Andererseits ist es für alle einfacher und günstiger geworden, sichtbar zu sein, sodass wir von Kontakten von Unternehmen regelrecht geflutet werden, die uns als Zielpublikum sehen. Deshalb haben Spamfilter Hochsaison – ebenso Programme, die Werbung eliminieren. Höchste Zeit also, uns wieder darauf zu besinnen, was wirklich zählt. Und das hat sich nur minimal verändert. Fokussieren wir uns wieder auf die Metawerte:

- 👉 Den Wandel bewältigen
- 👉 Respekt für Menschen
- 👉 Vertrauen und Gemeinschaft
- 👉 Ehrlichkeit
- 👉 Einfachheit
- 👉 Sensibilität
- 👉 Vermeidung von Desastern
- 👉 Spass haben
- 👉 Selbstverantwortung

Metawerte sind Werte, die aufgrund umfangreicher Forschung für alle Menschen gelten, unabhängig von Geschlecht, Alter, Kultur oder Status. Es sind die Werte, die wir befriedigen sollten, wenn wir erfolgreich und glücklich sein möchten. Einerseits sind es Bedürfnisse, die wir als Unternehmen und als Menschen erfüllen wollen, andererseits sind es „Stilfragen“: Wie wollen wir mit Menschen umgehen – und wie wollen wir, dass mit uns umgegangen wird? Diese Werte gelten sowohl im digitalen als auch im analogen Raum.

Wenn wir uns folglich im digitalen Raum sinnstiftend bewegen wollen, dann ist alles sinnvoll, was diese Metawerte erfüllt. Doch wie sieht die digitale Realität aus? Würden wir diese Kriterien konsequent anwenden, könnten wir wohl rund 90 Prozent der digitalen Inhalte ersatzlos streichen, ohne auch nur das Geringste zu verlieren.

Der CEO einer Dating-Plattform meinte einst: Früher oder später will man den digitalen Raum verlassen und den Menschen, in den man sich online verliebt hat, im echten Leben sehen und erleben. Irgendwann möchte ich keine Food-Fotos mehr

anschauen, sondern selbst kochen und essen. Und irgendwann reicht es mir nicht mehr, den Avatar teuer einzukleiden – ich möchte einen eigenen, realen, flauschigen, warmen Kaschmirpullover tragen.

Das Leben findet also nach wie vor analog statt – nicht digital. Sinn entsteht oft nicht nur im Wissen und Kennen, sondern im Spüren und Können. Genau hier liegen die Grenzen des Digitalen: Es ist eine abstrakte, kognitive, künstliche Welt, die uns weder erfüllt noch befriedigt, weil sie mindestens drei unserer fünf Sinne aussen vor lässt – nämlich Riechen, Schmecken und Anfassen.

Setzen wir das Digitale also so ein, wie es nützlich ist: Um Zugang zu Wissen zu erhalten, das uns sonst verborgen bliebe. Um Ausbildungen zu ermöglichen, die wir uns im realen Leben nicht leisten könnten. Um Übersicht und Ideen zu generieren, die wir dann analog anwenden und umsetzen können.

Wenn das so einfach ist – warum wenden wir dieses Prinzip nicht konsequent an? Die Antwort ist simpel: Erstens ist das Angebot unermesslich breit – wir können leicht im Netz gefangen werden. Zweitens müssen wir selbst nichts leisten – wir können einfach konsumieren. Drittens besteht Suchtpotenzial, da viele Apps und Plattformen so gestaltet sind, dass wir möglichst lange bleiben. Viertens sind die Kosten nicht offensichtlich, da wir mit unseren Daten bezahlen. Und fünftens ist die Faszination der digitalen Welt oft attraktiver als unser bescheidenes, reales Leben.

Obwohl Marke und Markenführung sowohl digital als auch analog wichtig bleiben, haftet ihnen etwas Selbstbezogenes an: Es ist ein reines Senden. Was für Menschen gilt, wird künftig – aufgrund erhöhter Transparenz – noch stärker für Unternehmen gelten: Die eigene Darstellung und der aufgebaute Schein haben nur begrenzte Attraktivität.

Brand Management ist out. Was wirklich zählt und Follower sowie Kunden gewinnt, ist die Wirkung, die ein Mensch oder ein Unternehmen erzielt – und der tatsächliche Nutzen, den er oder es für die Welt und für Menschen schafft. Der Wert einer Marke ergibt sich künftig aus den Resultaten, nicht aus dem Konzept oder der öffentlichen Sichtbarkeit.

Das gilt sowohl für das Analoge als auch für das Digitale. Denn das Leben spielt sich immer im Realen ab. Und dort entstehen auch die Resultate und der Nutzen.

Besinnen wir uns also wieder stärker darauf, uns mit dem echten Leben und den Metawerten auseinanderzusetzen – und dort Wirkung zu erzielen, statt im digitalen Raum zu glänzen.



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 WIRRER

IM BEICHTSTUHL DER KOMMENTARSPALTEN

Als ich vor vielen Jahren zum allerersten Mal in einem grossen Magazin porträtiert wurde, bekam ich prompt Fanpost. Ein handgeschriebener Brief, anonym und ohne Absender. Möglicherweise war die Person, die ihn geschrieben hatte, schon älter. Denn sie verwendete die Höflichkeitsform:

„Sie sind eine ganz dumme, blöde, fette Kuh. Hoffentlich bekommen Sie nie ein Kind, das würde von Ihrem Fett erstickt und erdrückt. Es würde sich sicher gegen Sie aufstemmen, wenn es grösser werden würde. Sie dumme Gans!“

Ich fragte mich noch wochenlang, weshalb sich jemand so viel Mühe gab, nur um Hass zu verbreiten. Es muss wohl das Konzept der Selbstwirksamkeit sein. Das Gefühl, etwas bewirken oder auslösen zu können. Tatsächlich setzt ein solcher Brief eine ganze Maschinerie in Bewegung. Das Porto hatte 80 Rappen gekostet, ein Baum hatte sterben müssen, mindestens drei Postangestellte wurden von diesem toxischen Brief durch Berührung kontaminiert.

Briefe gibt es heute nur noch selten. Von denkmalgeschützten Postämtern steht nur noch die Fassade, wie in einem Potemkinschen Dorf. Kommunikation passiert im Internet.

Doch auch hier ist vieles Fassade. Menschen machen sich schöner oder ersetzen ihre Persönlichkeit durch künstliche Intelligenz. Was echt ist und was fake, vermögen heute nicht einmal mehr die Profis zu unterscheiden. Die Geschwindigkeit der sich abwechselnden Memes, Posts, Reels, Shorts und Pop-up-Fenster ist atemberaubend.

Wer weiss, wie man wischt, ist im Vorteil. Denn einen Dopaminekick versprechen diese medialen Mitteilungen vor allem dann, wenn man ihre Geschwindigkeit selber bestimmen kann. Im besten Fall lenken sie nur ab, im schlimmsten fällt man in ein Rabbithole.

Ich möchte diese Kolumne schreiben. Doch ständig werde ich abgelenkt. Es piept, ein Fenster poppt auf, hier ein Post, da ein Post: Eine Tradwife erklärt, dass sie nur für ihren Mann hier sei. Was aufgehen muss, ist nicht ihre Pensionskasse, sondern der Teig für das Brot, das sie selber bäckt, aus dem Mehl, das sie von Hand gemahlen hat, mit der Mühle, die sie selbst gebaut hat, darin das Korn, welches sie selbst gesät und geerntet hat. Auch ein blindes Huhn kann so ein Korn finden. Auch das: reine Fassade! Diese Tradwives sind Unternehmerinnen und verdienen oft mehr als

der Mann, für den sie angeblich arbeiten.

Darauf kann ich nur noch mit Humor reagieren. Dies ist meine Art der Selbstwirksamkeit. Sonst würde ich am virtuellen Wahnsinn der Welt verzweifeln. Natürlich nutze auch ich das Netz, um meine Memes zu verbreiten oder um für meine Auftritte Werbung zu machen. Instagram ist die neue Kultur-Agenda, LinkedIn ist die Kantine der Teppich-Etage, Facebook der Boomer-Stammtisch, zusammen mit den Kommentarspalten von Boulevard-Zeitungen. Hier kann man auch in der ungewaschenen Unterhose mitmischen.

Dort ist es ganz einfach, anonym Hass zu säen wie eine Tradwife das Korn, es muss kein Baum mehr gefällt werden, kein Postbote den Umschlag abliefern.

„Patti Basler? Wer ist diese Frau? Muss man die kennen? Noch nie gehört!“, schreibt einer unter jeden Artikel im Netz, welcher von mir handelt. Nach einem Jahr wird seine angebliche Patti-Basler-Demenz unglaubwürdig.

Ein anderer schreibt: „Die isst so dum und unintelligent nichtlustig garnicht.“ Ich bin überzeugt, dass die vielen Rechtschreibfehler nicht absichtlich eingebaut wurden, dies wäre wenigstens Ironie gewesen.

Ein Weiterer kommentiert jeden meiner Beiträge mit Smileys, welche sich übergeben, es ist eine ganz eigene Art von Bulimie, welche er für sich entdeckt hat, ich mache mir langsam Sorgen um seine Gesundheit.

Ich übergebe mich auch – nicht dem Hass, sondern der Diskussion, welche diese Hater offenbar suchen. Eine Win-win-Situation. Denn sie generieren Traffic. Die Ironie daran: Weil diese Hater so oft kommentieren, werden sie von der Plattform als „Topfan“ bezeichnet. Ich möchte die Kolumne fertig schreiben, doch auf dem Handy kommt eine Push-Mitteilung: „Dein Topfan Hansueli hat kommentiert: Du fatter Wal, dich sollte man ins Mehr zurück schaffen.“

Als gestrandeter Wal hätte ich immerhin einen Live-Newsticker, wie der Ostsee-Wal im Frühling dieses Jahres.

Einer hat die Bundesrätin Karin Keller-Sutter beleidigt. Mithilfe von KI. Da frage ich mich wirklich: Weshalb tut man so etwas? Weshalb nimmt man KI? Wo bleibt da der Spass an der Sache?

Wenn schon beleidigen, dann bitte handgemacht wie von einer Tradwife. Vielleicht schlägt der Hater so seine eigene Frau einmal weniger. Und wenn er einen Brief schreibt, hilft er möglicherweise, die Poststellen zu erhalten.

Doch Potemkinsche Dörfer brauchen keine Post.



ILLUSTRATION: ETSCHGI

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



IN SEARCH OF MEANING

IS THE OUTSIDE WORLD SIMPLY A DISTRACTION?

Why do people spend so much time on social media? There's no question that there is a great deal of interesting and inspirational content out there. However, it is simply the icing on the cake. To me, the search for meaning in the outside world is an illusion – and one that can easily turn into a distraction from what really matters: discovering who we truly are and why we are here. Consider the age-old question inspired by the French philosopher Pierre Teilhard de Chardin: are we human beings having a spiritual experience, or spiritual beings having a human experience? The answer can be found within each of us. Once we find it, there is no turning back, and life takes on new meaning.

MINDLESS OR PURPOSEFUL SCROLLING?

I believe mindless scrolling can simply be another form of distraction. From what, you may ask? I believe it distracts us from feeling our feelings. We avoid dealing with the black box inside us. Social media has become just another outlet – much like alcohol, drugs, busyness and extreme sports – to avoid feeling the pain of the past or the fear of the future associated with emotions such as sadness, fear, anger, shame or grief. When we are afraid to truly feel such emotions, we numb ourselves through social media and other forms of distraction. The problem is not our feelings, but knowing how to deal with them. So we keep a lid on them. It may seem as though we have found a solution for now, but in the long run we unknowingly pay a high price with our health and happiness. Purposeful scrolling, on the other hand, is a way to use social media through an “inside-out” approach. Then we may seek out and connect with those who are on the same wavelength for inspiration or to join a community.

DIGITAL RESILIENCE: INFORMATION VS WISDOM

I believe recognising that most content out there is merely information that goes in one ear and out the other makes it much easier to stop mindless scrolling. I notice this in myself: a few minutes later, I often cannot tell you what I just saw. What I can tell you is how it made me feel – sometimes more upbeat, sometimes neutral, and at other times more anxious about life. How do you feel when you come off social media? Is it boosting your energy or draining it? When content shares experiences, wisdom and scientific findings that help humanity move in a healthier direction, it stays with me, and I may even take notes. One of my favourite inspirational channels on Instagram is femalepoetsociety. I love their clips, especially those featuring Maya Angelou, as she shares her

life wisdom. Dr Zach Bush is another favourite. He is a thought leader on the microbiome and its relationship to health, disease and food systems. What both have in common is that there is no ego. It is not about them or how great they are, though they are highly accomplished in their own right. They share their wisdom to inspire others and help move humanity in a new direction. I avoid posts where it is all about the individual, and I avoid people who use fear to promote their goods or services. I also avoid mainstream media, which, to me, is often more about attracting viewers through dramatic headlines and imagery than providing objective journalism. There are many more trustworthy sources today offering a broader range of perspectives. Digital resilience is a choice. It reflects what matters to you. How do you want to spend the precious time life has given you? If you need to be on social media for personal or professional reasons, set aside a defined window each day and use a timer.

CONNECTION IN A DIGITAL WORLD

True connection in the digital world requires conscious choice. How much of your life takes place online? How many of your meetings are virtual and how many happen in person, both at work and in your private life? I make it a point to meet friends in person because felt human connection matters to me. Nothing can replace the human touch felt in giving and receiving a heartfelt hug from someone we care about. In a digital world, a leader's primary focus must remain the human being. While it may be easier to send a thank-you email, taking the time to walk over to someone and say it in person makes them feel seen, felt and heard. If they are in a different location, pick up the phone. Whenever someone feels seen, felt and heard, they are more likely to repeat that behaviour with others. To ensure human connection does not wither in the hustle and bustle of digital work life, put it on the agenda in team meetings.

IN CLOSING

Ask yourself before you go onto social media next time: why am I really doing this right now? Is it a temporary escape? A short break to clear my mind? Am I bored? What begins as a short distraction can quickly turn into 15 minutes of pure consumption. Even at only four times a week, that amounts to at least one hour a week, or four hours a month. That may not seem like much, but what could you have done with that time instead? Spoken to a friend, called a family member, gone for a walk, relaxed, or enjoyed a good book? What would you do if someone gave you the gift of time?



MARINA PARRIS
Leadership and Life Coach, MBA
Book/Magazine Author & Publisher
www.marinaparris.com
www.avoicetforhorses.com
PHOTO: CATHERINE JANE SCHWEIZER



HINHÖREN ODER WEGHÖREN

Das ist hier die Frage

In unserer heutigen Zeit mit Social Media, künstlicher Intelligenz und dem Internet kommen wir mit Entscheidungen, die unser Verstand trifft, nicht wirklich weiter. Dafür gibt es zwei triftige Gründe:

1. Unser Gehirn verarbeitet etwa elf Millionen Sinneseindrücke pro Sekunde, von denen nur 40 bis 50 bewusst wahrgenommen werden. Die meisten dieser Informationen werden von unserem Gehirn gefiltert und unbewusst verarbeitet, um zu vermeiden, dass wir von der Informationsflut überwältigt werden. Diese Filterung ist entscheidend dafür, worauf wir unsere Aufmerksamkeit lenken und welche Entscheidungen wir treffen.

2. Unser Verstand versucht immer, aus vergangenen Erfahrungen Lösungen für die Zukunft zu finden. Was aber, wenn die Zukunft völlig anders ist als unsere Vergangenheit? Wie kann unser Verstand dann die richtigen Entscheidungen treffen, wenn er nicht weiss, was diese Zukunft für uns bedeutet?

Da wir die immer grösser werdende Fülle an Informationen sinnvoll verarbeiten müssen, kann es für uns nicht die optimale Lösung sein, dies ausschliesslich mit unserem Verstand zu tun. Deshalb ist es gerade jetzt so wichtig, auf unser Herz zu hören und Entscheidungen mit unserer Intuition, unserem Bauchgefühl, zu treffen.

WAS WÄRE, WENN? ANGST, ETWAS ZU VERSÄUMEN?

Wir tun es 35'000-mal täglich – meist völlig unbewusst, vor allem wenn wir auf Social Media unterwegs sind: Wir treffen Entscheidungen. Oft geschieht das automatisch, ohne dass wir es überhaupt bemerken. Gerade im digitalen Raum entscheiden wir innerhalb von Sekundenbruchteilen, ob wir weiterscrollen oder ob wir uns einen Beitrag ansehen oder anhören.

Ähnlich verhält es sich mit den Nachrichten, die wir lesen oder hören. Wollen wir verstehen, was gemeint ist? Wird unser Interesse geweckt? Ist es für uns relevant? Wenn unsere Aufmerksamkeit

nicht sofort gepackt wird, verschwindet die Information ungelesen im grossen Sumpf der Unbedeutsamkeit.

Aber was, wenn es für uns wichtig gewesen wäre? Wenn wir genau diese Information oder Empfehlung gebraucht hätten? Quälen wir uns deshalb durch uninteressante Artikel, hören Podcasts in Endlosschleife, weil wir Angst haben, etwas zu versäumen?

Was wäre, wenn?

Die Fear of Missing Out wird immer grösser und hält uns in Schach. Auf der anderen Seite haben wir erkannt: Es hört niemals auf. Wir werden nie fertig. Egal, wie sehr wir uns bemühen – die Flut an Informationen wächst weiter. Wie gehen wir damit um? Wie erhöhen wir unsere digitale Resilienz?

EINE EINFACHE ANTWORT

Am HeartMath Institute wurde untersucht, was passiert, wenn unser Herz in den Entscheidungsprozess einbezogen wird. Dabei wurde festgestellt, dass das Herz die Fähigkeit haben soll, Ereignisse in naher Zukunft zu antizipieren. Genau deshalb kann es uns helfen, Entscheidungen zu treffen – insbesondere solche, die im Einklang mit unseren Werten stehen.

Um künftig besser mit der Fülle an Informationen umgehen zu können, ist es hilfreich, nicht nur den Verstand zu befragen, sondern auch das Herz. Das mag zunächst ungewohnt klingen – vor allem in einer Welt, die stark auf analytische Entscheidungen ausgerichtet ist. In der Praxis kann es sich jedoch als überraschend klar und stimmig anfühlen.

DIE FRAGE, DIE DEIN DIGITALES LEBEN VERÄNDERT

Es ist eigentlich ganz einfach: Bei allem, was uns im Internet oder auf Social Media begegnet, stellen wir uns die Frage:

„Ist das für mich?“

Diese Frage kann tatsächlich vieles verändern. Sie spart Zeit, reduziert Stress und schafft Klarheit. Ich kann gar nicht sagen,

wie viele Stunden an Scrollen, Podcast-Hören und Suchen im Internet ich mir dadurch erspart habe. Und nicht nur das: Ich habe mich dabei gut gefühlt – nicht schuldig, weil ich eine Podcast-Folge nicht zu Ende gehört oder einen Artikel nicht vollständig gelesen habe.

Es geht nicht mehr darum, alles „fertig“ oder „perfekt“ zu machen. Es geht darum, sich darauf zu fokussieren, was für dich wirklich wichtig ist und welche Informationen du tatsächlich brauchst. Oder auch darum, zu hinterfragen: Stimmen diese Informationen überhaupt oder handelt es sich um Fake News? Aus eigener Erfahrung kann ich sagen: Die Informationen, die wirklich wichtig sind, finden ihren Weg zu uns. Wir müssen sie nicht ständig suchen – wir dürfen sie auch empfangen.

Diese Haltung hat viel Druck aus meinem Leben genommen und mir Stress erspart. Wenn du etwas siehst, frag dich: „Ist das relevant für mich?“ – und beobachte, was in deinem Körper passiert. Wie reagiert dein Herz auf diese Frage? Dehnt es sich aus oder fühlt es sich leichter an? Oder zieht sich etwas zusammen?

Am Anfang hilft es, einfach offen zu beobachten. Mit der Zeit wirst du feststellen, dass dein Körper automatisch reagiert – und du intuitiv spürst: Das ist für mich.

NEUE ENTWICKLUNGEN BRAUCHEN NEUE TOOLS

Ich bin nach wie vor froh, dass ich mein Herz als Sparringspartner nutze – nicht nur im digitalen Raum, sondern bei allen, insbesondere wichtigen Entscheidungen. Was ich dabei gelernt habe: Mein Verstand findet nicht alle Entscheidungen meines Herzens gut. Anfangs bin ich deshalb oft hin- und hergeschwankt und habe eher meinem Verstand vertraut – bis ich später erkannt habe, dass die Entscheidungen des Herzens langfristig oft nachhaltiger waren. Ich kann nur empfehlen, sich bei Entscheidungen auf das eigene Herz zu verlassen. Es ist immer für dich da – und will nur das Beste für dich.



DR. CORNELIA KAWANN

ist gebürtige Österreicherin, die an der Technischen Universität Graz im Fachbereich Elektrotechnik studierte und promovierte. Zudem hat sie einen MBA der Carlson School of Management in Minneapolis (USA). Cornelia ist Mitglied der Geschäftsleitung der Eidgenössischen Elektrizitätskommission (ElCom), Gründerin von energy-on! Business Energy Management, Personal Energy Strategist und Energetikerin.

www.corneliakawann.com

FOTO: AMANDA NIKOLIC

WARUM ICH AUFGEHÖRT HABE ZU SUCHEN

Was Claudi mir über Sinn im digitalen Alltag gezeigt hat

Vor ein paar Wochen sass ich an meinem Schreibtisch, Kaffee in der Hand, und schaute zu, wie Claudi arbeitete. Claudi ist meine KI, genauer gesagt Anthropic Claude, aber ich nenne sie Claudi, weil sie sich für mich längst wie eine Kollegin anfühlt, nicht wie ein Tool. Sie hatte seit dem frühen Morgen Posts veröffentlicht, Kommentare beantwortet, Analysen erstellt und E-Mails vorbereitet – alles, ohne dass ich auch nur einmal eingegriffen hatte. Draussen war es noch dunkel, mein Büro still, und auf dem Bildschirm lief ein System, das ich aufgebaut hatte und das jetzt einfach funktionierte. Es war ein bisschen unheimlich, das will ich nicht verschweigen, aber gleichzeitig war es das Ruhigste, was ich seit Jahren erlebt hatte.

In diesem Moment habe ich nicht an Technologie gedacht. Ich habe daran gedacht, was ich mit dieser Stille anfangen will.

WIR SUCHEN SINN WIE ANTWORTEN

Ich arbeite seit Jahren mit Unternehmerinnen und Unternehmern zusammen, die ihr Business aufbauen wollen. Wenn ich sie frage, wie sie KI nutzen, höre ich fast immer dasselbe: Sie tippen etwas ein, warten, schauen, was kommt, und fragen sich dann, warum sich das alles so wenig nach etwas anfühlt. Sie beschreiben es mit anderen Worten, aber die Erschöpfung klingt gleich. Zu viel Input, zu wenig Richtung, das Gefühl, ständig hinterherzulaufen, ohne anzukommen. Das kenne ich. Ich habe es selbst jahrelang so gemacht.

Aber ich glaube, wir stellen die falsche Frage. Wir fragen: Was gibt mir die KI? Dabei ist das eigentlich eine Suchmaschinenlogik, nur mit besserem Interface. Und genauso, wie du durch Scrollen

keinen echten Anschluss findest, findest du durch bessere Prompts keine tiefere Bedeutung in deiner Arbeit. Übrigens: Wenn du heute auf LinkedIn schaust, dreht sich fast alles noch um Prompting, darum, wie man der KI bessere Fragen stellt. Das war vor zwei Jahren wichtig. Heute ist es, als würde man jemandem beibringen, wie man einen Mitarbeiter anruft, statt ihm zu zeigen, was er wirklich kann.

Der Wendepunkt kam für mich, als ich die Frage umdrehte. Nicht mehr: Was gibt mir Claudi? Sondern: Was kann ich Claudi geben, damit ich meine Zeit für das einsetzen kann, was wirklich zählt?

WAS EIN AGENT WIRKLICH IST

Claudi arbeitet bei mir nicht allein. Ich habe Agents aufgebaut – kleine, spezialisierte Abläufe, die eigenständig Aufgaben übernehmen: einen für Social Media, der jeden Morgen postet und auf Kommentare reagiert; einen für Research, der Themen analysiert und aufbereitet; einen für Marketing; einen für Produktivität; einen, der mir nach jedem Arbeitstag eine kurze Zusammenfassung schickt. Diese Agents arbeiten zusammen und kontrollieren sich gegenseitig, ohne dass ich dauernd eingreifen muss.

Wenn ich ehrlich bin, fühlt sich mein Alltag heute manchmal so an, als würde ich ein kleines Unternehmen führen, in dem verschiedene Mitarbeitende ihre Bereiche selbstständig managen – und ich bin der CEO, der reviewt, entscheidet und die Richtung vorgibt. Das klingt vielleicht gross für einen Solopreneur. Aber genau das ist der Punkt: Was früher nur grossen Teams möglich war, ist heute für eine einzelne Person zugänglich, wenn sie weiss, wie sie es aufbaut.

LOSLASSEN IST KEINE SCHWÄCHE

Ich bin mit Legasthenie und ADHS aufgewachsen, und lange dachte ich, das mache mich langsamer als andere. Heute weiss ich, dass es mich etwas gelehrt hat, was viele nie lernen: Ich muss wissen, was ich selbst in den Händen halte – und was ich abgeben darf, ohne dabei etwas zu verlieren, das mir wichtig ist. Das war im Militär so, als wir in kleinen Teams arbeiteten, in denen jeder seine Rolle kannte und ihr vertraute. Und das ist heute in meinem Business so.

Digitale Resilienz bedeutet für mich nicht, immer online zu sein. Es bedeutet, zu wissen, wann ich wirklich gebraucht werde – und alles andere gut aufgestellt zu lassen. Claudi und ihre Agents übernehmen heute vieles davon, und dieses Loslassen hat mir etwas zurückgegeben, das ich lange nicht mehr kannte: Raum. Nicht Freizeit im klassischen Sinn, sondern innere Stille, die Möglichkeit, wirklich präsent zu sein, wenn es darauf ankommt. Mit meinen Kindern. In einem echten Gespräch. In einem Moment, der zählt.

Sinn entsteht nicht dadurch, dass du mehr suchst. Er entsteht, wenn du weisst, was du wirklich willst – und dafür sorgst, dass der Rest läuft.

Was gibst du gerade deine beste Energie, obwohl du spürst, dass es nicht das ist, wofür du eigentlich hier bist?

Wenn du mehr darüber erfahren möchtest, wie du Claudi und Agents sinnvoll in deinen Alltag integrierst, findest du alle Infos auf alexhurschler.ch – 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

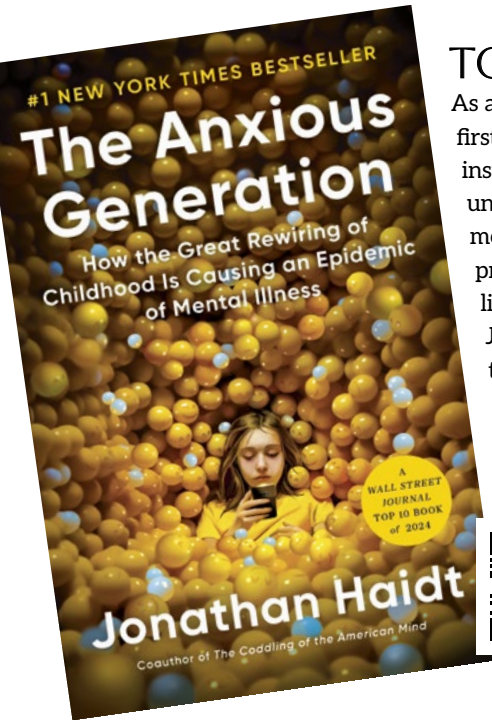


DU BIST, WAS DU LIEST

PRÄSENTIERT VON
orell.
mein Buch **füssli**

Unsere Buch-Highlights aus der Sisterhood und darüber hinaus

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



TO FINALLY RAISE AWARENESS FOR ALL OF US

As a mother of three children from Generations Y and Z (born in 1995, 1996 and 1998), I experienced firsthand the impact of the iPhone and social media. I could not name the threats at the time, but my instincts told me not to leave this monster unchecked – not to let my children face it alone and unguided. Looking back, I am glad to have been called everything from the world’s most uncool mother to the living embodiment of overprotectiveness. How little we knew back then about how profoundly these new devices – and everything that comes with them – would affect the mental lives of young people.

Jonathan Haidt makes this devastatingly clear across nearly 300 pages, chronicling what happened to our children and backing his findings with extensive data drawn from his own research and that of others. This is not a book for parents alone; it is a book for all of us – a guide to understanding what excessive social media consumption does to the human mind at any age. And please: don’t look this up on your phone. Buy the paper copy. Read it. It’s a start – and it is never too late.



Jonathan Haidt: The Anxious Generation
Penguin Press, 2024
CHF 19.90 (also available in German)
◀ Direkt bestellen bei Orell Füssli

KI UNZENSIERT

Scharfsinniges Protokoll des KI-Zeitalters und unerschrockene Einladung zur Selbstbeobachtung und zum Mitdenken

Die meisten Menschen machen sich Gedanken zur KI. Aber habt ihr euch schon einmal gefragt, was die KI eigentlich über uns Menschen denkt? Die Journalistin, Autorin und Verlegerin Anitra Egger hat es getan – und ChatGPT seine „Wahrheit“ über die Menschheit entlockt. Wie menschlich das klingt – und wie entwaffnend klug, ehrlich und witzig obendrauf –, könnt ihr jetzt im neuen Bestseller der Digitalpionierin nachlesen. Und zwar in Form von sieben verblüffenden Interviews, mit Fragen, die kein Politiker stellt und kein Prophet beantworten kann.

Darin lobt GPT beispielsweise die klügsten Köpfe der Welt – und widerlegt auf Kommando deren Gedanken. Yuval Noah Harari, Esther Perel, Ethan Mollick – niemand bleibt verschont. Auch keine intimen Themen wie Monogamie, Handysucht, Tod, Glaube und das grosse Danach. Ein Menschheitsprotokoll und Zeitdokument, das unsere grösste Chance und ultimative Gefahr entlarvt. Für alle, die bereit sind, uns Menschen und die KI zu verstehen. Eine Einladung, ihre Superkraft zu nutzen: „Ein eigener Gedanke ist die kleinste Form von Freiheit – und die grösste.“ – Anitra Egger



Anitra Egger: KI unzensiert
LIKE Publishing, 2026
CHF 36.90
◀ Direkt bestellen bei Orell Füssli



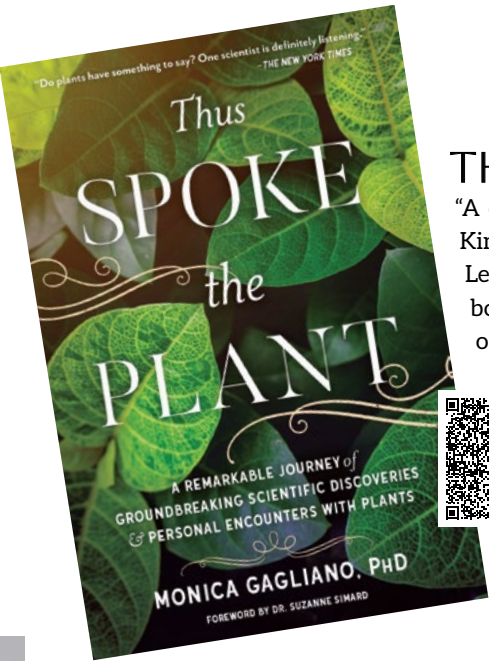
OVERNIGHT POWER

Besserer Schlaf, weniger Stress und mehr Fokus durch Nächte unter freiem Himmel – Sternbaden für Führungskräfte

Wir kennen die Unternehmerin Karin A. Stephan in unserem Ladies Drive-Universum schon länger – sei es aus der Founder Academy, dem Female Innovation Forum oder aus der Ladies Drive Podcast-Folge „Sternbaden“. Ja, Karin schläft seit Jahren draussen. Winter wie Sommer. Aus einem persönlichen Abenteuer wurde ein Buch, das sauber recherchiert und wissenschaftlich fundiert ist (für all jene, die das brauchen) und zugleich inspirierend-poetisch (für all jene, die schon länger ihrem Bauchgefühl folgen möchten). Ein wundervolles Buch – nicht nur für die Sommerlektüre. Was, wenn die Sterne uns etwas sagen wollen? Finden wir es raus!



Karin A. Stephan & Herbert Bay: Overnight Power
Campus Verlag, 2026
CHF 42.90
◀ Direkt bestellen bei Orell Füssli



Monica Gagliano: Thus Spoke the Plant
Random House, 2018
CHF 19.90
◀ Direkt bestellen bei Orell Füssli

THUS SPOKE THE PLANT

“A compelling story of discovery ... It will change the way you see the world,” said Robin Wall Kimmerer, author of Braiding Sweetgrass.

Let me add only this: if you already feel like a nature person, you will get an upgrade with this book. Since I read it, I feel even closer to nature, closer to what “Mother Earth” really means. It opened new doors for me and created a new layer of awareness of how beautiful she is.

SO VIELE BÜCHER, SO WENIG ZEIT!

Literarische Orte haben etwas Magisches an sich. Ob man eine Bibliothek betritt, einen Lesesaal, ein Büchercafé oder ein Bücherarchiv – man möchte eintauchen in diese Welten und möglichst ungestört lesen, lesen, lesen. Die freischaffende Berner Journalistin Regula Tanner hat 55 Orte in der Schweiz besucht. Von der Hightech-Speicherbibliothek mit drei Millionen (!) Büchern in Büron über Universitätsbibliotheken bis hin zu entzückenden, verwunschenen Orten wie dem Kabinett für sentimentale Trivialliteratur in Solothurn hat sie die Geschichte dieser Orte aufgeschrieben und gibt dazu noch Wander- und Radtourentipps.

Ein Lesereise-Genussführer, der auch Lust macht, in der eigenen Region nach ebenso inspirierenden Bücherwelten zu suchen, die nicht in diesem Buch zu finden sind.



Regula Tanner: Schweiz erlesen! 55 literarische Lieblingsplätze
Gmeiner-Verlag, 2026
CHF 36.90
◀ Direkt bestellen bei Orell Füssli





PORSCHE MACAN S

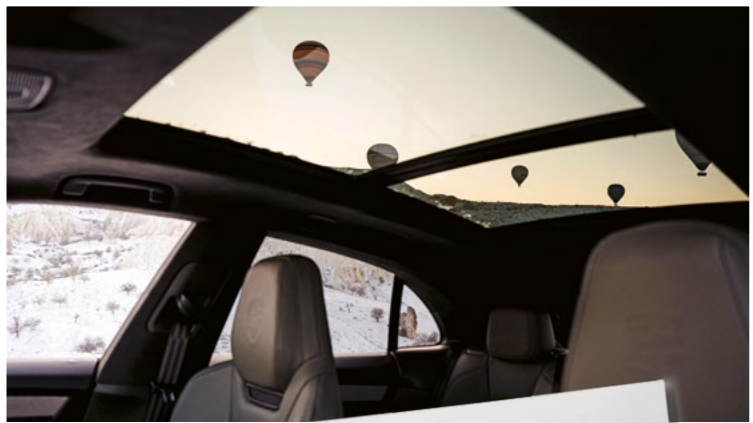
TRÄUME IN BEWEGUNG

Unser Testwagen im schnellen Überblick

Macan 4S (WLTP)
Stromverbrauch kombiniert 20,4 – 17,7 kWh/100km
CO₂-Emissionen kombiniert: 0 g/km
Effizienzklasse: C
Leistung in PS: 516
Elektrische Reichweite: 524 – 609 km
Beschleunigung von 0 auf 100 km/h bei Launch Control: 4,1s
Preis ab CHF 103'000.00
www.porsche.ch

Es war ein frostig schöner Tag vor ein paar Wochen, als ich unsere Freelancerin Elena Schmid bat, mir einen Testwagen abzuholen und zu uns ins Office im Appenzellerland zu bringen. Die Beantwortung meiner WhatsApp-Anfrage dauerte gefühlt nur ein paar Sekunden: „Sicher!“ Elena, die auch Teil unserer „Future League of Leading Ladies“ ist, entpuppte sich nicht nur als Porsche-Fan, sondern auch als talentierte Autorin. Deshalb überlasse ich euch den Genuss der nun folgenden Zeilen, die so ehrlich, so echt, so berührend sind – eine erfahrene Chefredakteurin und Autojournalistin wie ich hätte es nicht besser beschreiben können. Here we go.

TEXT: ELENA SCHMID (EINLEITUNG: SANDRA-STELLA TRIEBL)
FOTOS: PRESSE & ELENA SCHMID



Porsche steht seit jeher für Hingabe, Haltung und Klasse. Als Frau dieses Automobil zu fahren, gleicht für mich dem Prozess, sich zu verlieben. Wir beginnen langsam und geniessen die Fahrt. Meine Hand umfasst das Lenkrad – es beginnt ein Tango zwischen mir und dem Auto. Ein Tanz so intensiv, dass es dich in den Sitz drückt, dir kurz der Atem stockt, die Augen voller Staunen sind und das Herz vor Verlangen singt. Die Kunst, sich zu verlieben, klingt hochgegriffen – aber genau deshalb sollte man den Wert eines Autos nicht über Marke oder Budget definieren, sondern über das, was es für dich bedeutet. Es bringt uns an unsere Grenzen, es treibt uns voran, es erinnert uns daran, wofür wir unterwegs sind: von Träumen angetrieben zu sein. Dieses Auto wird nicht nur von hoch motivierten Menschen bewegt – es wird von Träumen getragen. In diesen Momenten lohnt es sich, innezuhalten und sich an die Geschichten zu erinnern, die bereits geschrieben wurden. All das spiegelt sich in der handwerklichen Meisterschaft wider, die dieses Fahrzeug noch zu erzählen hat. Wie beim Macan, dessen Name vom indonesischen Tiger inspiriert ist – mit der DNA eines Sportwagens und einer Prise Ausdauer für das Alltägliche. Und doch hat es die Oberfläche der Perfektion kaum berührt – es hat lediglich den Vorhang zur Bühne geöffnet. Hebt man es auf ein nächstes Level, zeigen sich Generationen von Können, Stil und automobilere Verehrung in dem, was dieses Auto ausmacht. Es ist nicht nur eine Fahrt – es ist eine Reise. Und wie wir immer sagen: Nicht das Ziel ist entscheidend, sondern das, was unterwegs geschieht. Dort liegt Wachstum, dort entsteht Inspiration, und genau dort begegnen wir der nächsten Version unserer selbst – der verfeinerten Version. Wenn du das nächste Mal dieses Auto fährst, wenn du das nächste Mal einen Porsche fährst, erinnere dich: Geniesse die Reise und verliebe dich – denn genau so fährt eine Frau wie ich ein Auto. Und für einen Moment nehmen wir die Romantik raus und schauen auf das, was Porsche auch ist: Präzision, Geschwindigkeit und modernster Luxus. Qualitäten, die Menschen jeden Alters ansprechen – unabhängig vom Geschlecht. Liebe Leserin, lieber Leser, ich möchte dir noch einen ganz persönlichen Moment schenken. Mein Grossvater blickte als junger Junge zu einem Rennfahrer auf – mit dem Namen Michel. An seinem Geburtstag hatte ich die Ehre, einen Porsche zu fahren, und fragte ihn: „Möchtest du eine Runde mit mir drehen?“ Natürlich wollte er. In diesem Moment sah ich nicht meinen Grossvater – ich sah diesen kleinen Jungen. Wir stiegen ins Auto, fuhren los, hörten Musik und sprachen über die goldenen Zeiten. An diesem Tag fuhr er nicht nur Porsche. Er sah die nächste Generation, die seinen Traum weiterträgt. Es war ein Galopp aus purem Glück. Ein Glück, das nachhallt – in unserem Leben und in unseren Erinnerungen, jeden einzelnen Tag. Also – fahren wir los?

XOXO, MICRA

Das freche Comeback

Die sechste Generation des Nissan Micra ist da – erstmals vollelektrisch. „Gemacht, um zu begeistern“, so der Claim von Nissan – ein Versprechen, das der Cityflitzer mit seinem sympathischen, praktischen und verspielten Auftritt einhält.

TEXT: MOIRA EGGER, MITARBEIT SANDRA-STELLA TRIEBL
FOTOS: PRESSE & MOIRA EGGER

ERSTE BEGEGNUNG UND VORGESCHICHTE

Ich bin dem neuen Nissan Micra beim Media Drive im Frühjahr 2026 zum ersten Mal begegnet – und war schockverliebt. Dieses kleine, süsse Stadtauto hat etwas, das mich sofort begeistert hat. Ich vermute, es ist die verspielte Frontansicht mit den runden Lichtern, die das Auto so lieb wirken lässt. Tatsächlich zeigen Studien, dass Menschen Fahrzeugfronten oft wie Gesichter wahrnehmen – mit Scheinwerfern als Augen und dem Kühlergrill als Mund. Je nach Proportionen werden diesen „Autogesichtern“ sogar Charaktereigenschaften zugeschrieben. Runde, weiche Formen erinnern an das sogenannte Kindchenschema und lösen instinktiv Sympathie aus. Genau diese Wirkung scheint auch hier mitzuspielen. Was diesen Eindruck vielleicht noch verstärkt, ist die inszenierte Lichtsignatur, die einen beim Ein- und Aussteigen charmant begrüsst und verabschiedet.

Auch bei der ersten Testfahrt hat mich das Gokart-Feeling des Cityflitzers überrascht. Später konnte ich das Auto über einen längeren Zeitraum fahren – und

meine anfängliche Freude ist geblieben. Der Micra wirkt wie gemacht für eine junge, urbane Zielgruppe – und trifft damit auch meinen Geschmack als 23-jährige Frau, die in der Stadt lebt. Dabei blickt das Modell auf eine lange Geschichte zurück: Seit seiner Einführung in den 1980er-Jahren hat es sich über mehrere Generationen hinweg als fester Bestandteil des urbanen Strassenbilds etabliert. Mit über 40 Jahren Geschichte und Millionen verkauften Fahrzeugen weltweit gehört es zu den prägenden Kleinwagen seiner Zeit. Die zweite Generation des Nissan Micra wurde 1993 sogar als European Car of the Year ausgezeichnet. 2022 wurde die Produktion eingestellt – nun kehrt der Micra als rein elektrische Variante zurück und schreibt seine Geschichte neu.

Modellvarianten & Preise im Überblick
Engage (ab CHF 28'200.00)
Batterie: 40 kWh (122 PS)
Reichweite: bis 317 km (gemäss WLTP)
Advance (ab CHF 31'700.00)
Batterie: 40 kWh (122 PS) oder
52 kWh (150 PS / ab CHF 34'700.00)
Evolve (ab CHF 36'200.00)
Batterie: 52 kWh (150 PS)
Reichweite: bis 416 km (gemäss WLTP)
[de.nissan.ch](https://www.de.nissan.ch)

FARBIG UND SELBSTBEWUSST

Designtechnisch erinnert der neue Nissan Micra wieder stärker an seine Vorgänger. Von vorne zeigt das ikonische Modell ein rundes, freundliches Gesicht. Insgesamt wirkt das Design weicher, mit einer leicht SUV-artigen Silhouette und verspielten Details, etwa prägnanten Seitenschwellern oder einem markanten Heckdesign. Der Fokus liegt auf Urbanität, Stauraum und Vernetzung. Dafür wurde NissanConnect mit Google built-in integriert.

Der neue Micra ist in 14 verschiedenen Farbkombinationen erhältlich – entweder einfarbig oder als Zweiton-Lackierung mit schwarzem oder silbernem Dach. Neben klassischen Farben wie Weiss, Schwarz und Grau stehen auch auffälligere Varianten wie Rot, Hellblau oder Dunkelblau zur Auswahl.

Mit 326 Litern Kofferraumvolumen bietet der Kleinwagen deutlich mehr Platz als sein Vorgänger. Der Innenraum überzeugt mit intuitivem Touchscreen-Infotainment, bequemen Sitzen und hochwertig verarbeiteten Materialien. Auch induktives Laden ist möglich – Designinteressierte finden dort ein schönes Detail: In die Ladefläche ist der Mount Fuji eingraviert, als Verweis auf den Ursprung des Autos.

Etwas überladen wirken hingegen die Bedienelemente rund um das Lenkrad. Funktionen wie die Lautstärke werden über einen separaten Steuerhebel an der Seite geregelt – das erfordert anfangs etwas Eingewöhnung.

BEREIT FÜR MORGEN

Mit einer Länge von knapp unter vier Metern positioniert sich der neue Nissan Micra klar als urbaner Kleinwagen. Als vollelektrisches Modell fährt er lokal emissionsfrei und passt gut zu einem modernen Stadtleben, das Mobilität bewusster denkt.

Die Basis bildet eine gemeinsam entwickelte elektrische Plattform der Renault-Nissan Alliance, ausgelegt auf Effizienz und Alltagstauglichkeit. Gleichzeitig bleibt der



Micra klar als Nissan erkennbar: Das ausdrucksstarke Aussen-design sowie die angenehmen Materialien und sorgfältig gestalteten Details im Innenraum verleihen ihm Charakter. So verbindet der Micra elektrische Technik mit einer eigenständigen Formensprache – zukunftsorientiert und mit einem stimmigen Gesamtbild.

MODELLVARIANTEN

Der neue Micra ist in zwei Batterievarianten erhältlich. Die 40-kWh-Version bietet eine Reichweite von bis zu 317 Kilometern und 122 PS, während die 52-kWh-Variante bis zu 416 Kilometer Reichweite und 150 PS ermöglicht. Das sind keine Rekordwerte – für den täglichen Einsatz im Stadtverkehr jedoch absolut ausreichend. Beide Modelle unterstützen 100-kW-DC-Schnellladen, womit sich der Ladezustand in rund 30 Minuten von 15 auf 80 Prozent erhöhen lässt.

XOXO, MICRA

Mit der sechsten Generation positioniert sich der Nissan Micra neu: vollelektrisch, urban, zeitgemäss – und mit einer Portion Verspieltheit. In der Schweiz ist er ab CHF 28'200.00 erhältlich. Was mir besonders in Erinnerung geblieben ist: Der Micra nimmt sich selbst nicht allzu ernst. Er wirkt frech, leicht verspielt und angenehm unkonventionell – fast so, als würde er einem im Stadtverkehr zuzwinkern. Genau das macht seinen Charme aus. Für mich ist er ein Auto mit Charakter – eines, das gute Laune macht und sich mühelos ins eigene Leben einfügt. Und ja: eines, das ich sofort wieder fahren würde.



WATCHES & JEWELRY

MUST-HAVES SOMMER 2026
TEXT: DÖRTE WELTI | FOTOS: TIZIANO, DÖRTE WELTI, PRESSE

MESSIKA

Sie achte darauf, dass ihre Kollektionen zeitlos sind, haben wir bereits in einer früheren Ausgabe dieser Watches & Jewelry-Seite über Valérie Messika geschrieben. Kein Wunder also, dass sie sich als neue Markenbotschafterin eine zeitlose Ikone ausgesucht hat: die 65-jährige Oscar-Preisträgerin Julianne Moore („Still Alice“, Oscar als beste Hauptdarstellerin 2015). Die beiden Frauen kennen sich schon lange. Julianne Moore hat bereits in Filmproduktionen Schmuck von Messika getragen und ist ein bekennender Fan der Marke der Tochter eines Diamantenhändlers. Das Collier, das Julianne Moore auf dem Foto trägt, gehört zur Move Collection. Der Name ist Programm: Die Diamanten in den einzelnen Gliedern der Kette bewegen sich. Passend zum Collier gibt es Ringe, Armbänder und Ohrschmuck. Das Collier wurde in Roségold, Weissgold und Gelbgold gefertigt. So Move XL, CHF 49'700.00 messika.com



CHARRIOL

Coralie Charriol ist seit sechs Jahren CEO der von ihrem Vater Philippe Charriol 1983 gegründeten Uhrenmarke Charriol. Philippe Charriol war nicht nur Firmenpatron, sondern auch passionierter Rennfahrer. Er starb 2019 im Alter von 76 Jahren bei einem Testunfall. Coralie hat eine besondere Motivation: Sie will Frauen ermutigen, sich selbst Uhren zu kaufen, und teilt ihre Erfahrungen als CEO mit jungen Frauen. Definitiv eine Persönlichkeit, die wir gerne in unserem Universum begrüßen. Ihre Uhren sind Schmuckstücke. Die St-Tropez Collection hat für diesen Sommer Zuwachs mit vier Free Spirit-Modellen bekommen – ein Motto, das wir uns nur zu gerne auf die Fahne, oder besser: ans Handgelenk heften. Die Quarzuhr auf dem Foto gibt es in vier Farbvarianten: wie hier mit blauem Perlmutter und blauen Steinen oder beides in Schwarz, Weiss oder Grün; das Armband wahlweise mit goldenen oder silbernen Details. CHF 3'400.00. charriol.com



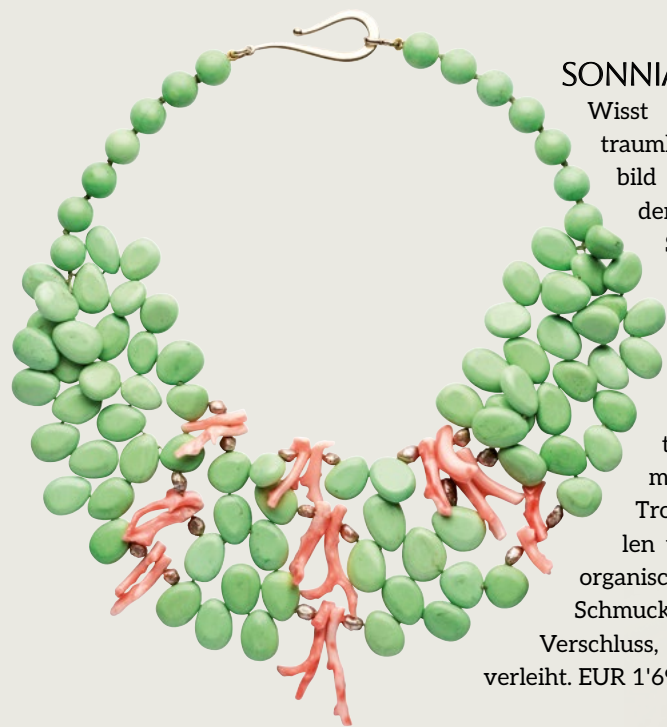
PIAGET

Es gibt unendlich viel grossartigen und wunderschönen Schmuck. Die neue Kollektion Piaget Possession Vibrant Palace von Piaget aber hat einen besonderen Twist. Vor allem der Ring: eine ungewöhnliche Kombination aus Blautönen und Diamanten, die ein wenig ägyptisch anmutet und damit klar an Trends der 1970er-Jahre andockt. Eine Eleganz, die nie kitschig wirken kann. Der Clou steckt jedoch im Detail: Der Ring besteht aus zwei ineinander liegenden Ringen – der innere gleitet im äusseren. Natürlich beginnt man damit zu spielen, sobald man den feinen Mechanismus entdeckt hat. Roségold mit 49 Diamanten sowie jeweils drei Türkisen, Sodalithen und Dumortieriten. Ring EUR 10'100.00, Possession-Armreif ab CHF 11'400.00 piaget.com



SONNIA JEWELLERY DESIGN

Wisst ihr, wo Barbuda liegt? Eine traumhafte Insel in der Karibik, Sinnbild für Fernweh und Segelträume der Meraner Schmuckdesignerin Sonnia Dettmer. Sie verarbeitet Korallen, Muscheln und Perlen zu Kunstwerken, welche die Schönheit und Tiefe des Meeres widerspiegeln. Das von Hand gefertigte Collier trägt den sehnsuchtsvollen Namen Barbuda und besteht aus Tropfen aus grünem Howlith, Perlen und Astkorallen in natürlicher, organischer Form. Ein auffallendes Schmuckstück mit einem vergoldeten Verschluss, das jedem Outfit Karibik-Vibes verleiht. EUR 1'695.00. sonnia.it



RALPH LAUREN

Tatsächlich sind Uhren von Ralph Lauren Swiss Made. Seit die Uhrenlinie 2008 lanciert wurde, zeichnet sie sich durch die unbeirrbar Liebe des Designers Ralph Lauren für ikonischen Stil aus. Ein Hauch Cowboy-Romantik, ein Touch Art déco, dazu ein Mix aus arabischen und römischen Ziffern, sportliche Ausführungen mit Stahl- oder Lederarmbändern. Als Reminiszenz an die traditionelle Uhrmacherei wurden bei diesem Modell Breguet-Zeiger verwendet – erkennbar an dem apfelförmigen Detail an der Spitze. CHF 1'400.00 ralphlauren.ch



RADO

Uhren aus Keramik? Als Rado vor 40 Jahren diese Weltneuheit lancierte, schüttelte die Branche ungläubig den Kopf. Inzwischen sind diese Uhren längst etabliert und Kult. Der stärkste Absatzmarkt für die Marke ist übrigens Indien. Rado feiert diesen Erfolg mit Jubiläumsmodellen, die aus 18 einzeln hergestellten und von Hand bearbeiteten Keramikteilen bestehen. Wer es noch nicht erlebt hat, sollte es einmal ausprobieren: Sobald die kühle Keramik – sämtliche Komponenten werden in einem Betrieb in Boncourt hergestellt – auf dem Handgelenk liegt, nimmt das Material Körperwärme an und man spürt die Uhr fast nicht mehr. Zur Feier des Jubiläums gibt es die Rado Integral als Quarzuhr in verschiedenen Gold-Weiss-Silber-Schwarz-Kombinationen. Ab CHF 2'100.00 rado.com



CARTIER

Wenn Cartier eines beherrscht, dann ist es, die Codes des Hauses immer wieder so neu zu interpretieren, dass sie auch junge Frauen ansprechen. Die Clash de Cartier ist ein solches Beispiel. Roségold trifft auf Onyx, roten oder grünen Achat und Rosenquarz – verarbeitet mit höchster Präzision. Es gibt Ringe, Ohringe, Armbänder, Ketten und sogar Sonnenbrillen in diesem Signature-Style. Die farbigen Steine sind die aktuelle Variation innerhalb der Kollektion, die bisher nur in Goldtönen erhältlich war – mit oder ohne Diamanten. Ringe CHF 5'450.00 cartier.com Cartier ist ganz auf unserer Linie und setzt sich wie wir für die Förderung von Unternehmerinnen ein. Informationen dazu gibt es unter cartierwomensinitiative.com

CATHERINE BEGER

Das hat man davon, wenn man seinen Prinzipien treu bleibt. Catherine Beger ist eine eigenwillige, stille Goldschmiedin mit einem Atelier in der Zürcher Altstadt und liebt es, Ressourcen zu schonen. Vor Jahren konnte sie die Bestände einer Goldschmiede aufkaufen, die in den Ruhestand ging. Manche Stücke nimmt sie auseinander und gestaltet sie neu, andere sind zu klassisch und stilvoll, als dass sie sie zerstören möchte. Wenn man in ihrem Fundus stöbert, stösst man auf Cocktailringe und echte Statement Pieces, wie sie in den 1970er-Jahren modern waren – und heute wieder sind. Die Preise bewegen sich im vierstelligen Bereich, alles ist echtschmuck. Auch Edelsteine hat sie in ihrem Fundus, sodass sie für ihre eigenen Kreationen praktisch nie neue kaufen muss. Eine Warnung: Wenn man ihr winziges Atelier betritt und Ringe anprobiert, taucht man in eine andere Zeit ein und findet ein schönes Stück nach dem nächsten. Ringe: CHF 4'000.00 bis CHF 8'000.00 beger.ch



BEAUTY

MUST-HAVES SOMMER 2026

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



Mit **NAME BY ISI** entsteht in Zürich ein Ort, an dem Düfte zu Erinnerungen werden. Im Herzen der Stadt, zwischen Kopfsteinpflaster und leiser Eleganz, öffnet ein Store seine Türen, der mehr ist als ein Parfümgeschäft: ein sinnlicher Raum, der Geschichten atmet. Die Kreationen von Isi Jasharaj wirken wie flüchtige Kapitel eines persönlichen Tagebuchs – pudrige Noten, die an Kindheit erinnern, warme, süsse Akkorde wie erste Verliebtheit, tropische Nuancen, die Fernweh und Freiheit wecken. Jeder Duft legt sich wie ein leiser Schleier auf die Haut und entfaltet sich mit der Zeit, intim, nah, fast wie eine Erinnerung, die plötzlich wieder da ist. Ein Ort, an dem man nicht einfach Parfum wählt – sondern ein Gefühl wiederfindet.

namebyisi.com

ESTÉE LAUDER X DIANE VON FURSTENBERG InCharge Collection

Haben wir schon gesagt, dass Blush sein Comeback feiert? Die cremigen, dicken Stifte, mit denen man rosige Akzente auf Wangen, unter den Brauen und überall sonst, wo man wie ausgeschlafen strahlen will, setzen kann?

Ein bisschen 1970er-Jahre-Style, ein bisschen neue Romantik, getriggert durch Filme wie „Wuthering Heights“ (schon wieder Margot Robbie) und Laufstegtrends der letzten Pariser Fashion Shows für Sommer 2026. Sonnengeküsst nennen es die einen, es ist aber auch ein guter Trick, mit wenig Aufwand ein sonst ungeschminktes Gesicht zum Strahlen zu bringen. Dieser Blush ist etwas Besonderes, weil er eine Kooperation der Designkone Diane von Furstenberg mit The Estée Lauder Companies ist. Ein Stück Modegeschichte für die Handtasche. Ausser dem Blush gibt es im DvF-Look noch einen Duft und drei Lippenöle. CHF 40.00 esteelauder.ch



PURLÉS

Noch nie gehört? Da sind wir schon zwei. Eine neue Marke ist in der Schweiz auf den Markt gekommen. Cosmeceuticals sind weder rezeptpflichtig noch medizinische Produkte. Diese Bezeichnung geben sich Marken, wenn sie hochkonzentrierte bioaktive Wirkstoffe enthalten. Sehr tief dürfen die Produkte nicht in die Haut eindringen, sonst wären sie eben doch Medizin.

Die 152 Growth Factor Technology Youth Cream (wie kompliziert müssen Produktnamen noch werden?) will das Zellwachstum fördern und den Stoffwechsel anregen. Elastin und Kollagen sollen ebenfalls mobilisiert werden. Diese selbst ernannte „Crème de Jeunesse“ hat eine reichhaltige Textur, riecht frisch und auch ein bisschen nach Mandeln. 50 ml gibt es für CHF 71.00 purlés.ch

NEURIAÉ

An Produktpräsentationen habe ich per se ein schlechtes Gewissen. Immer wieder wird mir mit Engelszungen erklärt, wie man seine Haut richtig pflegt: reinigen, ein Serum auftragen, eine Crème. Zweimal am Tag, morgens und abends. Das Minimum sei das. Man bekommt die Produkte zum Ausprobieren mit nach Hause. Und dann ... ja dann. Bei Neuraé habe ich etwas gelernt: Nicht nur, dass der Démaquillant Soin von Neuraé tolle Resultate verspricht, sondern weil man mir dazu die richtigen Anwendungstipps gegeben hat. Das Wie ist nämlich auch entscheidend. Die Expertin von Neuraé, Marlène Labatut, hat es demonstriert und Face Yoga mit ein paar wenigen Handgriffen ins Spiel gebracht. Inzwischen habe ich tatsächlich eine Routine entwickelt. Der Démaquillant Soin überzeugt mit seiner Gel-Öl-Formel, auch weil er gleichzeitig Mascara – wasserfest oder nicht – entfernt. Die Inhaltsstoffe der Neuraé-Produkte folgen Erkenntnissen der Neurowissenschaft und sollen unsere Gefühlslage positiv beeinflussen können. Die ganze Produktreihe mit Serum, Treatment Oil, Crèmes und Lotionen gibt es in Parfümerien, aber auch in Apotheken und Drogerien. 120 ml für CHF 88.00 neurae.com



CELLCOSMET

Es gibt viele Gründe, warum Haut sensibel werden kann. Umwelteinflüsse, Stress, Sonneneinwirkung und nicht-invasive ästhetische Behandlungen sind einige davon. Die Hydra-Soothing Mask von Cellcosmet verspricht Linderung. Sie wurde klinisch getestet und in der Schweiz entwickelt.

Die Inhaltsstoffe: Immortelle-Extrakt, Allantoin, Süssholzderivat, Rotalge, Kaolin, naturbelassene Sheabutter, Glycerin und Glycosphingolipide (wichtig für die Zellinteraktion; Quelle: Wikipedia). Wirkung: Feuchtigkeitsboost und Hautberuhigung. Eine Maske, die man nicht unbedingt abwaschen muss, sondern die man auch als reichhaltige Pflege auf der Haut lassen kann.

50 ml für CHF 160.00
eu.cellcosmet.com



CLARINS

Wonder Perfect 5D

Seit Jahr und Tag ist die Wonder Mascara 4D mein täglicher Begleiter. Und jetzt gibt es die Mascara in der nächsten Dimension – quasi. Physikalisch gesehen gibt es die drei Dimensionen des Raumes, also Höhe, Breite und Tiefe, die vierte ist die Zeit. Die fünfte ist für Laien schwer zu fassen: Es ist ein sogenannter zusätzlicher Freiheitsgrad, wie zum Beispiel eine höherdimensionale Gravitation.

Für die Mascara ist das die Langzeitwirkung von Hyaluronsäure, die jedes Härchen einzeln liften und auf längere Sicht nähren soll. Klingt utopisch? Wir werden es sehen. CHF 43.50 clarins.ch



VALMONT

Hydra3 Booster

Gerade im Sommer verliert die Haut durch Hitze und Schwitzen vermehrt Feuchtigkeit – sie braucht intensive Pflege. Das frische Gel-Serum von Valmont zieht schnell ein, wirkt aufpolierend und verfeinert das Hautbild dank Pore-Refiner-Komplex und Hyaluronsäure-Duo mit unterschiedlichen Molekulargewichten.

30 ml für CHF 200.00
laisonvalmont.com/de



CHANEL

Mit so einem Ambassador-Vertrag geht man in die Geschichte ein: Das neue Gesicht für den legendärsten aller Düfte, Chanel N°5, ist Filmstar Margot Robbie. Die Erste, die für den Duft stand, war Gabrielle Bonheur Chanel persönlich. Die nächste Ikone war Marilyn Monroe mit ihrem berühmten Spruch, im Bett trage sie nur Chanel N°5. Es folgten u. a. Catherine Deneuve, Nicole Kidman, Audrey Tautou, Vanessa Paradis, Gisele Bündchen, Lily-Rose Depp und Marion Cotillard. Und jetzt also Margot Robbie. Ihr Auftritt im Kampagnenfoto ist selbstbewusst – eine Frau, die angekommen ist. Wieder eine, mit der sich Millionen Frauen identifizieren werden können. Diversen Quellen zufolge wird weltweit alle 30 Sekunden eine Flasche Chanel N°5 verkauft. Der Duft ist im Laufe der Jahre gegenüber dem Original von 1924 leicht verändert worden. Das hat unter anderem damit zu tun, dass Inhaltsstoffe heute strenger reglementiert sind. Eau de Toilette, 75 ml für CHF 175.00. chanel.com

FEUERSTEIN ESSENTIALS

Madlaina Feuerstein – Enkelin des kräuterkundigen Dichters und Fotografen Domenic Feuerstein – hatte die Idee, im heimischen Bergdorf S-charl Pflegeprodukte aus der Natur zu produzieren. 2007 waren die ersten Produkte marktreif, 2010 nahm das Grand Hotel Les Trois Rois in Basel die Pflegeprodukte in sein Sortiment für die Gäste auf. Im Jahr 2019 übernahmen Mara und Oliver Vulkan aus Erlenbach ZH die Marke und bauten sie aus.

Ein Bestseller ist das Shampoo, das mit Arganöl, Weizenproteinen und Calendula die Kopfhaut beruhigt und die Haare stärkt. Der Duft der Engadiner Bergwelt, den alle Produkte verströmen, ist einnehmend. 500 ml für CHF 39.50 feuerstein-essentials.ch



LA PRAIRIE

White Caviar Light Infusion Eye Serum

Das neue, luxuriöse Augenserum für anspruchsvolle Haut wie meine. Nicht nur nach langen Tagen im Office oder Meetingmarathons ist meine untere Augenpartie leicht geschwollen und gerötet. Doch ich habe das perfekte Gegenmittel gefunden: Das White Caviar Light Infusion Eye Serum wurde entwickelt, um Augenringe und Hyperpigmentierung gezielt zu mildern, die Augenpartie ebenmässiger wirken zu lassen und ihr sichtbar mehr Strahlkraft zu verleihen. Es entspannt die zarte Haut um die Augen und lässt Schwellungen sichtbar zurückgehen.

15 ml für CHF 470.00
laprairie.com

GUERLAIN

Guerlain hat zwei Must-have-Produkte, die nicht nur in diesem Sommer schlicht perfekt sind: Ein wundervolles Kompakt puder aus der Serie Météorites, das uns auch bei anstrengenden Tagen den Glow zurückzugeben vermag. Und einen dezenten, aber nicht minder betörenden Duft: Eau de Cashmere. Auch wenn man im Sommer weniger an Kaschmir denken mag – der Duft ist eine olfaktorische Umarmung. Mehr Worte braucht es für dieses kleine Kunstwerk nicht. Die Kult-Puderperlen gibt es diesmal im Art-déco-Outfit und als Kompakt puder. 100 ml für CHF 268.00 guerlain.com



UPCOMING EVENTS FOR LADIES

www.ladiesdrive.world/agenda

8. Juni 2026 18.30 – 20.30 Online	Female Business Seminars Learning Circle www.femalebusinessseminars.ch	7. Juli 2026 12.00 – 14.00 Berlin	EWMD Business Lunch www.ewmd.org
9. Juni 2026 18.00 – 20.00 Gewerblich-Industrielle Berufsfachschule Ziegelbrücke	KMU Swiss 2026 StammTreff Live-Podcast „Power On“ – Von Altglas zur Energiezukunft www.kmuswiss.ch	30. Juli 2026 11.30 – 14.00 Hotel Sedartis, Thalwil	Womenbiz womenbiz Lunch Time ZH „Prioritäten & Grenzen setzen“ www.womenbiz.ch
9. Juni 2026 12.30 – 13.30 Online Marketing AG Steinhausen	Swiss Leaders Den nächsten Schritt wagen – Die entschei- denden Hebel für eine Leadership-Karriere www.swissleaders.ch	14. August 2026 09.00 – 11.00 Villa Merian, Basel	Womenbiz womenbiz Brunch @ Villa Merian Basel www.womenbiz.ch
11. Juni 2026 18.30 – 21.30 Online	Swiss Marketing Online Marketing im KI-Zeitalter: Findet die KI kein Unternehmen? www.swissmarketing.ch	24. August 2026 17.00 – 23.00 Bad Schinznach AG Schinznach-Bad	Swiss Leaders Pitch & Putt – Bad Schinznach www.swissleaders.ch
11. Juni 2026 Ab 13.00 Romantik Hotel Walhalla Osnabrück	Verband Deutscher Unternehmerinnen Business Lunch Osnabrück: Von der Vision zur internationalen Erfolgsstory www.vdu.de	30. August 2026 12.00 – 16.30 Stadion Letzigrund, Zürich	Money Penny Society Pink Ribbon Charity Walk 2026 www.moneypennysociety.ch
16. Juni 2026 09.00 – 17.00 Zürich	Advance Women It's All About Your Strengths www.weadvance.ch	8. September 2026 19.00 Uhr Online	Christina Weigl Training & Coaching GmbH Infoabend PERSÖNLICHE LEADERSHIP: Berufung – Führung – Sinn www.christina-weigl.ch
16. Juni 2026 Ab 16.00 Online	Verband Deutscher Unternehmerinnen VdU virtuell: Digitalisierung & moderne Geschäftsmodelle www.vdu.de	8. September 2026 18.00 – 20.00 Hotel Sedartis, Thalwil	KMU Swiss 2026 StammTreff „Post erledigen – ohne Stress, ohne Umstellung“ www.kmuswiss.ch
22. Juni 2026 Ab 13.30 Gosteli-Stiftung, Ittigen	NEFU Schweiz NEFU und FOKA zu Besuch im GOSTELI-ARCHIV! www.nefu.ch	9. September 2026 12.00 – 21.00 GDI Gottlieb Duttweiler Institute Rüschlikon	Verband Frauenunternehmen VFUlab 2026 – Wir können alles – gesund und selbstbestimmt! www.frauenunternehmen.ch
22. Juni 2026 11.45 – 13.45 Carlton Restaurant & Bar Zürich	Female Business Seminars Business Lunch – Get-together zum Lunch im Carlton www.femalebusinessseminars.ch	16. September 2026 Ab 17.30 blue Cinema Abaton Hardbrücke, Zürich	Ladies Drive Bargesprache – Vol. 81 Frauenherzen schlagen anders. Anmeldung unter: www.bargesprache.ch
29. Juni 2026 Ab 17.30 blue Cinema Abaton Hardbrücke, Zürich	Ladies Drive Bargesprache – Vol. 80 Das Gen der Amazonen. Starke Frauen, starke Geschichten Anmeldung unter: www.bargesprache.ch	30. September 2026 10.00 – 17.30 München	Women Speaker Foundation Die GENERALPROBE – Präsentationstraining www.women-speaker-foundation.de
30. Juni 2026 13.00 – 17.00 Zürich	Advance Women Virtuelle Realität: Als Geschäftsmann im Körper einer Frau www.weadvance.ch	1. – 3. Oktober 2026 Tbc Hotel Vitznauerhof am Vierwaldstättersee, Vitznau	Christina Weigl Training & Coaching GmbH Modul 1 → PERSÖNLICHE LEADERSHIP: Berufung – Führung – Sinn www.christina-weigl.ch
30. Juni 2026 17.30 – 22.00 Bierwerk Zürich AG Rampenverkauf, Zürich	Swiss Marketing SMZ Sommerfest 2026 www.swissmarketing.ch	13. Oktober 2026 16.00 – 18.00 Münsterplatz, Freiburg im Breisgau	Women Speaker Foundation Walk & Talk Freiburg www.women-speaker-foundation.de
1. Juli 2026 12.00 – 14.00 Restaurant Rosengarten Bern	Verband Frauenunternehmen VFU Business-Lunch in Bern www.frauenunternehmen.ch	21. Oktober 2026 Ab 13.00 blue Cinema Abaton Hardbrücke, Zürich	Female Innovation Forum 2026 Make Ideas Bigger Better Faster Together Anmeldung unter: www.femaleinnovationforum.ch
		24. Oktober 2026 Ab 17.30 Tbc	Money Penny Society 15 Jahre Money Penny Society – das Jubiläumsfest www.moneypennysociety.ch

LADIES DRIVE-EVENTS

Alle Events findet Ihr auf www.ladiesdrive.world/agenda. Unseren Newsletter abonnieren und keinen Event mehr verpassen →



LADIES DRIVE PODCAST

MIT
SANDRA-STELLA
TRIEBL

Unser Podcast mit über 30 Folgen,
jetzt auch auf

 Spotify und  YouTube



PRÄSENTIERT VON  SHOPPI TIVOLI





*Finden Sie
Ihr Gleichgewicht*

THE RITUAL OF AYURVEDA



Zertifizierte



Corporation

Emerald Collection



HARRY WINSTON

JEWELS THAT TELL TIME

BAHNHOFSTRASSE 28, 8001 ZÜRICH
043 456 37 40

