Forbes

Forbes

DEUTSCHSPRACHIGE AUSGABE

NR. 4 — 23

GESUNDHEIT

VERLAGSPOSTAMT
1010 WIEN — P.B.B.
10 €

LEHMANN GREIFT AN

Mit über 13 Millionen Instagram-Followern ist Alisha Lehmann eine der bekanntesten Sportlerinnen der Welt. Im exklusiven Forbes-Interview spricht die Schweizer Profifussballerin über ihren Erfolg, mentale Gesundheit und die anstehende Weltmeisterschaft.

Unser Antrieb: Ihre Ziele.

Entdecken Sie attraktive Konditionen für Businesskunden.
Mehr unter audi.de/business

Audi Business

Für die Menschen

Für den Planeten

We care for a better tomorrow.

Für Komfort

„Wir schaffen eine bessere Welt für kommende Generationen.“

Innovative Lösungen für unseren Planeten

Für den Planeten: Wir bei Wienerberger sind uns unserer Verantwortung für den Planeten und dessen Erhalt für kommende Generationen bewusst. Nachhaltigkeit ist daher ein integrativer Bestandteil unserer Unternehmensstrategie. Wir stellen innovative, ökologische Lösungen von höchster Qualität her, um die Umwelt bestmöglich zu schützen.

© Uwe Strasser

JETZT FÜR DIE UNDER 30-LISTE
2023 BEWERBEN – ODER JEMANDEN
NOMINIEREN!

Die Zukunft braucht
mehr grünen Strom.

Darum investieren wir in
mehr erneuerbare Energie.

Wir alle leisten einen Beitrag zur Energiewende, indem wir fossile Brennstoffe durch grünen Strom ersetzen. Deswegen investieren wir bei VERBUND in die Erzeugung und Verteilung von immer mehr grünem Strom. Denn es ist wichtig, dass er überall bereitsteht, wo er gebraucht wird. Gemeinsam sind wir die Kraft der Wende.

Verbund

Lang und gut leben

„Gesundheit ist nicht alles, aber ohne Gesundheit ist alles nichts“ – nicht viele sind in der Lage, einen solch zentralen Umstand unseres Lebens derart vortrefflich in einem Satz auf den Punkt zu bringen wie der Philosoph und Denker Arthur Schopenhauer. Willkommen im neuen Heft!

Alisha Lehmann, Profifußballerin beim britischen Klub Aston Villa und Mitglied der Schweizer Fußballnationalmannschaft, wird Schopenhauers Zitat bestätigen können: Gesundheit, insbesondere Frauengesundheit, ist ihr ein zentrales Anliegen. Mit ihren 13 Millionen Followern auf Instagram und acht Millionen Followern auf Tiktok macht Lehmann ihren Einfluss geltend und verstärkt das öffentliche Bewusstsein für dieses wichtige Thema. In unserer Coverstory macht die 24-Jährige fast nebenbei darauf aufmerksam, dass die im Vergleich zu ihren männlichen Kollegen fünfmal höhere Verletzungsrate bei Profisportlerinnen noch immer nicht erforscht sei. Möglicherweise liege das an der Menstruation, sagt sie; bewiesen sei das aber noch nicht (S. 22).

Wie interessant das Wirtschafts- und Forschungsfeld Gesundheit ist, kann gut an den Zahlen abgelesen werden. Im Augenblick geht viel Geld in alle Zweige, von Sport bis Freizeit und Ernährung, von biochemischer Forschung bis hin zu progressiven psychotherapeutischen Methoden. Nicht zu vergessen die Sehnsucht nach der „ewigen Jugend“ – oder, wie es andere ausdrücken, „ein Älterwerden ohne körperliche Beschwerden“. Das aktuell am besten finanzierte Start-up der Welt, Altos Labs, das vom Molekularbiologen Wolf Reik gegründet und geleitet wird, konnte bereits Hautzellen einer 53-jährigen Frau um ganze 30 Jahre verjüngen – in Altos sind namhafte Milliardäre wie Jeff Bezos oder Yuri Milner investiert (S. 34). Der kalifornische Unternehmer Bryan Johnson wiederum arbeitet seit zwei Jahren am „Project Blueprint“, dessen Ziel es ist, seinen Körper radikal zu verjüngen: Seine Biomarker bestätigen dem 45-Jährigen teils körperliche Funktionen eines Teenagers. Johnsons tägliches Programm dafür ist allerdings diätologisch, sportlich und kosmetisch äußerst rigoros (S. 100). In der Ovid Clinic Berlin schließlich kümmert sich Sergio R. Pérez Rosal um die Behandlung von Depressionen sowie Angst- und posttraumatischen Belastungsstörungen, und das mit einer psychedelisch durch Ketamin unterstützten Psychotherapie. Seit der Gründung des Instituts 2021 konnten über 1.000 Patienten erfolgreich behandelt werden; ein Trend, der erst langsam in Europa Fuß fasst. Der globale Markt dafür soll bis 2027 auf 10,75 Mrd. US-$ anwachsen (S. 120).

Aber auch ganz Profanes soll in der Medizin verbessert werden – etwa die Organisation von Terminen, Rezepten, die Koordination mit den Krankenkassen und ganz grundsätzlich die Terminvereinbarung mit einem Arzt oder einer Ärztin der Wahl. Wussten Sie, dass das in Deutschland meistverwendete Programm in Arztpraxen über 40 Jahre alt ist? Die Gründer des Berliner Start-ups Doctorly sagen, das geht besser (S. 94); das US-amerikanische Unternehmenspendant dazu heißt übrigens Zocdoc, es stammt auch von einem Deutschen (S. 86).

Freude und Genuss dürfen aber auch nicht fehlen. Es gibt nicht viele Menschen, die dies so gekonnt mit Geschäftssinn und Sendungsbewusstsein kombinieren können wie die Gastronomin Haya Molcho. Wir trafen sie und drei ihrer vier Söhne zum Interview in Wien (S. 134). Viel Spaß bei der Lektüre!

Heidi Aichinger
Herausgeberin

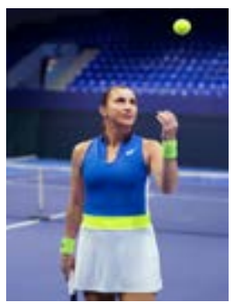
08 **EDITORIAL**
12 **BRIEFING**
16 **LEITARTIKEL**
18 **STEVE FORBES**
20 **DACH-VERGLEICH**

LEADERSHIP

22 **ALISHA IM WUNDERLAND**
Sie ist die berühmteste Sportlerin der Schweiz, hocherfolgreiche Instagramerin und Star-Angreiferin der „Nati“: Im exklusiven Forbes-Interview spricht Alisha Lehmann über ihren Onlineauftritt, den Boom im Frauenfußball und die anstehende WM im Sommer.

32 **WAS KOSTET DAS EWIGE LEBEN?**
Altos Labs ist das am besten finanzierte Start-up der Welt: Drei Mrd. US-$ pumpten Investoren aus dem Silicon Valley in das Unternehmen. Es soll Therapien zur Verjüngung von Zellen entwickeln – und die Medizin revolutionieren. Dafür versammelt der deutsche Molekularbiologe Wolf Reik ein „All-Star-Team“ der Wissenschaft.

36 **UM JEDEN PREIS**
Als erste Schweizerin gewann die 26-jährige Belinda Bencic 2020 in Tokio eine olympische Goldmedaille im Tennis – es folgten exklusive Werbeverträge und Preisgelder in Millionenhöhe. Nur der Sieg auf dem berühmtesten Rasen der Welt blieb ihr bis jetzt noch verwehrt.



42 **NOWHERE LIKE KATZ´ S**

52 **NACHBERICHT: AUSTRIAN START-UPS SUMMIT**

56 **INFOGRAFIK: WAS KOSTET DIE GESUNDHEIT?**

57 **KONTRIBUTOREN: ALEXANDER NOLTE UND OLIVER SPIES**

58 **AVDOICE: OPEN UP**

U30

60 **UNDER 30: PHILIPPE GANZ**

62 **UNDER 30: LAURA EGG**

64 **UNDER 30: MAREIKE AWE**

TECH

68 **ADVOICE: MICHAEL KÖNIG (WU EXECUTIVE ACADEMY)**

68 **TONY HSIEH: THE MAN WHO GAVE TOO MUCH**

78 **INFOGRAFIK: LANG LEBE DIE GESUNDHEIT!**

86 **DAS BINDEGEWEBE**
Der gebürtige Berliner Oliver Kharraz hat sich mit seinem New Yorker Start-up Zocdoc ein uramerikanisches Problem vorgenommen: das Gesundheitssystem.

90 **TONY’S CHOCOLONELY: (K)EIN SÜSSES GESCHÄFT**

94 **ÄRZTEN HELFEN, MENSCHEN HELFEN**
Doctorlys Ziel ist es, Deutschlands Arztpraxen effizient zu digitalisieren. Warum Ärzte diese Art von Digitalisierung überhaupt brauchen und wie es für sieben junge Menschen war, sich gegen die alteingesessenen Praxissoftwares der deutschen Ärzte zu stellen, erzählen die Mitgründer Anna von Stackelberg und Nicklas Teicke.

INVESTMENT

100 **AUF DER SUCHE NACH DER EWIGEN JUGEND**
Der Unternehmer Bryan Johnson will den Alterungsprozess seines Körpers umkehren. Durch strenge Diäten, harte Work-outs und teils schmerzhafte Therapien hat der 45-Jährige tatsächlich den Organismus eines Teenagers wiedererlangt – das sagen zumindest die Daten. Doch warum tut sich Johnson das an?

106 **ADVOICE: JOHANNES WEISS**

108 **DER STETE TROPFEN HÖHLT DEN STEIN**

114 **HOW TO PLAY IT: PHARMA**

118 **KONTRIBUTOR: MANUEL KLARMANN**

LIFE

120 **KEIN ALLHEILMITTEL, KEIN FALLSTRICK**
Wissenschaftler und Mediziner richten ihre Aufmerksamkeit auf psychedelische Substanzen als Mittel zur Behandlung einer Reihe von psychischen Problemen. Wir sprachen mit Sergio R. Pérez Rosal, Gründer und Geschäftsführer der Ovid Clinic Berlin, der ersten Klinik in Deutschland, die psychedelisch unterstützte Psychotherapie mit Ketamin anbietet.

124 **ADVOICE: AUREZ IMMOBILIEN**

128 **BILDSTRECKE: LEIDER GEIL**

134 **FAMILIE MOLCHO: „NENI BLEIBT NICHT STEHEN“**

140 **6 THINGS TO HAVE**

142 **ADVOICE: HEALVERSITY**

146 **LESEN/SEHEN/HÖREN**

FORBES
DEUTSCHSPRACHIGE AUSGABE

Verleger, Herausgeber, Medieninhaber und Hersteller:
FEB29 Medien- und Verlags GmbH

Verlags- und Herstellungsort: 1060 Wien
Sitz des Herausgebers:
Liniengasse 2b/14, 1060 Wien
Geschäftsführung:
Heidi Aichinger, Klaus Fiala
Herausgeberin: Heidi Aichinger (heidi.aichinger@forbes.at)
Chefredakteur: Klaus Fiala (klaus.fiala@forbes.at)
Stellvertretende Chefredakteurin:
Sophie Schimansky
Redaktion: Ekin Deniz Dere, Anika Fallnbügl, Erik Fleischmann, Helene Hohenwarter, Lela Thun
Freie Redakteure: Reinhard Keck, Reinhard Krémer, Sarah Sendner
Fotochefin: Katharina Gossow
Fotografen: Perou (Cover), Philipp Horak, Sasha Charoensub, Katharina Gossow, Jasmin Schuller, Keith Heppell, Mike McGregor, Marcella Ruiz Cruz, Anne Barlinckhoff, Magdalena Wosinska, Gianmaria Gava, Dirk Bruniecki, Killian Kessler, Tamino Haas
Digital: Coco Vitasek (Leitung), Emilio Fuchshofer, Ryan Urro
Grafikdesign: Valentin Berger (Leitung), Kimberly Javier, Ayan Maniyeva, Sonja Stoppe
Infografik: Emin Hamdi
Lektorat: Bernhard Paratschek, Coralie Riedler
Sales: Jan Kienbichl (Leitung), jan.kienbichl@forbes.at, Christian Binder, Alexander Bühler, Eric Eiselin, Lara Hayderi, Eva Schatz, Olga Schelest
Partnerschaften und Events: Marelie Berger (Leitung), Katharina Berger
Abo-Service: abo@forbes.at, Tel.: +43 (1) 361 70 70-690
Druck: Ferdinand Berger & Söhne GmbH, Wiener Straße 80, 3580 Horn

FORBES USA

Editor-in-Chief: Steve Forbes
Chief Content Officer: Randall Lane
Art & Design: Robert Mansfield
Editorial Director (International Editions): Katya Soldak
Forbes Media President & CEO:
Michael Federle
Senior Advisor, International:
Matthew Muszala
Founded in 1917:
B. C. Forbes, Editor-in-Chief (1917–54)
Malcolm S. Forbes, Editor-in-Chief (1954–90)
James W. Michaels, Editor (1961–99)
William Baldwin, Editor (1999–2010)
Copyright © 2021 Forbes LLC. All rights reserved. Title is protected through a trademark registered with the U.S. Patent & Trademark Office.

Foto: Sasha Charoensub

Sophie Schimansky, stellvertretende Chefredakteurin von Forbes, im Interview mit Jake Dell, dem Eigentümer des Katz Deli Restaurant in New York City.

Foto: Perou

Reinhard Keck, Forbes-Korrespondent in London, traf unseren Coverstar Alisha Lehmann zum Interview und Fotoshooting in Manchester.

#GESUNDHEIT

IN DIESER AUSGABE GEHT ES UM DAS WAHRSCHEINLICH TEUERSTE GUT DES MENSCHEN: DIE GESUNDHEIT.

Rote Wand Gourmet Hotel | A-6764 Lech-Zug am Arlberg | F +43 (0)5583 3435 40 | gasthof@rotewand.com | www.rotewand.com

DIE BESTBEZAHLTEN SPORTLER 2023

Cristiano Ronaldo führt dieses Jahr die Liste mit einer geschätzten Summe von 136 Mio. US-$ an – davon stammen 46 Mio. US-$ aus seinem Spielergehalt und Boni sowie 90 Mio. US-$ aus Werbeverträgen und seiner eigenen Brand CR7.

Foto: Depositphotos

1.
CRISTIANO RONALDO
136 MIO. US-$

2.
LIONEL MESSI
130 MIO. US-$

3.
KYLIAN MBAPPÉ
120 MIO. US-$

4.
LEBRON JAMES
119,5 MIO. US-$

5.
CANELO ÁLVAREZ
110 MIO. US-$

Die zehn bestbezahlten Athleten der Welt verdienten in den letzten zwölf Monaten insgesamt 1,1 Mrd. US-$ und übertrafen das Vorjahr damit um 12 %. Die Liste wird 2023 von Cristiano Ronaldo angeführt; sein neues Engagement beim saudi-arabischen Klub Al-Nassr FC, zu dem er Ende 2022 wechselte, bringt ihm 200 Mio. US-$ pro Jahr ein. Doch das ist nur ein Teil der Geschichte: Denn fast das Doppelte, nämlich 90 Mio. US-$, verdiente der Weltstar letztes Jahr durch Werbedeals und seine eigene Modelinie CR7. Auf Platz zwei liegt Lionel Messi, der letztes Jahr nicht nur Fußballweltmeister wurde, sondern auch 130 Mio. US-$ einsackte. Der höchstplatzierte Nichtfußballer ist 2023 der viertplatzierte LeBron James – er ist nicht nur der Führende in der All Time Scoring List im US-Basketball, sondern auch der erste Milliardär der NBA. Gerade noch in die Top Fünf hat es der Boxer Canelo Álvarez geschafft.

Mehr Informationen und die vollständige Liste finden Sie auf forbes.com.

13,2 MILLIONEN
Menschen folgen der Profifußballerin Alisha Lehmann auf Instagram – mehr zu diesem Social-Media-Phänomen in unserer Coverstory.

Die ganze Story finden Sie auf S. 26.

1. PHILIPP PLEIN: „WIR SIND DER UNDERDOG DER BRANCHE“

2. „NEW YORK: DIE VERUNSICHERTE STADT“

3. MOTEL ONE: „EIN TÜRKISES PERPETUUM MOBILE“

EMPFOHLEN AUF FORBES.AT

Ich brauch' nur
Vitamin SEE

Im beheizten See-Bad schwimmen. Nach der Sauna im kühlen Turracher See eintauchen. Paddeln oder rudern. Zu Bergseen wandern oder radeln. Seeblicke und die vielen Hotel Hochschober-Vorzüge genießen. Erfrischen Sie sich mit Vitamin SEE!
Auf der 1.763 Meter hohen Turracher Höhe in Kärnten.

HOTEL
HOCHSCHOBER

www.hochschober.com

Gut aufgefangen

Es war eine Mandelentzündung, wegen der ich neulich zum Hausarzt ging. Gerade erst nach Wien gezogen musste ich mir einen neuen Arzt suchen. Der um die Ecke schien gut genug; ich wartete zehn Minuten in einem sonnengefluteten Wartezimmer, ganz ohne Termin – kein Wahlarzt, alle Kassen. Nach acht Jahren in den USA ist das für mich bemerkenswert. Die Ärztin ist jung. Dann kommt die Frage, vor der ich mich mittlerweile fürchte: „Chronische Erkrankungen oder Medikamente, die Sie regelmäßig einnehmen?“ Die längste Zeit meines Lebens habe ich diese Frage mit „Nein“ beantworten können – aber seit Sommer 2022 sage ich: „Multiple Sklerose, und ich bekomme einmal monatlich eine Tysabri-Infusion.“

Natürlich zeigt die Ärztin keine sichtbare Reaktion, das ist ihr Alltag. Und doch, so meine ich, verändert sich ihr Blick: Innerhalb von zwei Minuten bin ich von einer scheinbar kerngesunden jungen Frau mit Halsweh zu einer Risikopatientin geworden. Noch immer fühle ich mich in diesen Momenten irgendwie schuldig, wie ein Problemfall. Natürlich ist meine Erkrankung, bei der sich mein Immunsystem gegen das die Nerven schützende Myelin richtet, nicht meine Schuld. Es ist ein Cocktail aus einer Veranlagung zu Autoimmunerkrankungen, womöglich einer Ebstein-Barr-Infektion und zu viel Stress.

So wie mir geht es in Österreich 13.500 Menschen, weltweit sind es 2,5 Millionen – gar nicht mal so viele. Mehr „von uns“ könnten sich die nationalen Gesundheitssysteme wohl auch gar nicht leisten. MS-Patienten (also auch ich) sind jene, die vom Solidarprinzip profitieren. Ich war mal „günstig“, mit rund einer Erkältung im Jahr, einem verknacksten Knöchel. Jetzt bin ich für das System richtig teuer, sicher teurer als mein monatlicher Beitragssatz. Das Medikament, das ich wohl bis ans Ende meines Lebens brauchen werde, kostet pro Infusion etwa 2.500 €. Davon bekomme ich zwölf im Jahr, dazu kommen MRTs und neurologische Untersuchungen, die schon mal 10.000 € pro Besuch ausmachen können. Manchmal „brennt sich“ die MS aus, sagt mein Neurologe; dann ist man 50 und braucht keine Medikamente mehr. Ich bin jetzt 34. Ich habe acht Jahre in den USA gelebt und begriffen, dass eine solche Erkrankung dort für manche Menschen den finanziellen Ruin bedeutet – oder dank komplizierter Versicherungspläne mit hohem Selbstbehalt zumindest drastische monetäre Einbußen. Die Gesundheit allgemein ist dort schlechter, so die Qualität des Essens (da weniger Regulierung); es gibt weniger Vorsorgeuntersuchungen, weil die Versicherung diese oft nicht zahlt. So bin auch ich in die MS hineingesteuert, traue ich mich zu sagen.

Meine Behinderung ist (noch) unsichtbar – einzig Läsionen auf MR-Bildern zeigen sie. Auch wenn oft von der „Zwei-Klassen-Medizin“ die Rede ist oder Gesundheitsforscher heute von einem System sprechen, in dem Menschen privates Geld in die Hand nehmen müssen, um schneller medizinische Versorgung zu bekommen: Ich bin noch immer beeindruckt davon, wie „unser“ System chronisch Kranke auffängt. Ohne Frage gibt es zahlreiche Ineffizienzen und Verbesserungsmöglichkeiten. Erstaunlich ist das dennoch.

Bei Forbes glauben wir an die Kraft unternehmerischen Handelns; denken, dass sich der Staat aus manchen Bereichen einfach raushalten sollte. Wir glauben, dass Individuen viel bewegen können, dass Unternehmer Veränderung mobilisieren, dass die Kraft der freien Wirtschaft viel Positives erzeugt. Doch ich glaube auch, dass es Bereiche und Schicksale gibt, wo die Gesellschaft füreinander da sein muss. Die Gesundheit und unser Gesundheitssystem gehören dazu. Aus eigener Erfahrung.

Sophie Schimansky
Deputy Editor in Chief, Forbes DA

BEZAHLTE ANZEIGE

THERMEN- & VULKANLAND – DEIN SEHNSUCHTSLAND

Im Sommer dreht sich im Südosten der Steiermark alles um die herrliche Natur, belebendes Thermalwasser und regionalen Genuss.

Foto: TV Thermen- & Vulkanland, Harald Eisenberger

Im belebenden Thermalwasser der 6 Thermen die Sorgen verdampfen lassen

Auf 6.000 Genusskilometern gibt abwechslungsreiche Radtouren im Südosten der Steiermark für die Familie, E-Biker, Mountainbiker oder Rennradler. Genusswanderer können sich über zahlreiche Themenwanderwege durch die herrliche Landschaft freuen. Quer durch das sanfte Hügelland, vorbei an Weingärten oder durch die Murauen verlocken die Rad- und Wanderwege immer wieder dazu stehenzubleiben, um die Natur zu genießen.

Am Wegesrand laden gemütliche Einkehrstopps zur Pause – und bekanntlich schmeckt inmitten der Weinberge die Brettljause besonders gut.

Bestens in die Natur eingefügt haben sich auch die vier abwechslungsreichen Golfplätze im Thermen- & Vulkanland, die Teetime kann beim GC Traminer Golf Klöch, GC Bad Gleichenberg, Thermengolfclub Loipersdorf oder GC Bad Waltersdorf gebucht werden.

Faszinierende Ausflugsziele

Erleben, schauen, staunen - eine Fülle von Ausflugszielen sorgen für Abwechslung. Burgen und Schlösser oder auch die historischen Städte warten darauf, entdeckt zu werden. Die Greifvogelwarte auf der Riegersburg oder der Styrassic Park in Bad Gleichenberg sind nur zwei dieser Ziele, die nicht nur Kinderaugen leuchten lassen. Veranstaltungen in Stadt und Land begeistern Gäste und Einheimische. In vielen lauen Sommernächten locken Konzerte unter freien Sternenhimmel in die Städte. Entspannung bietet das mineralstoffreiche Thermalwasser der sechs Thermen – Parktherme Bad Radkersburg, Therme der Ruhe Bad Gleichenberg, Thermenresort Loipersdorf, Rogner Bad Blumau, Heiltherme Bad Waltersdorf und H2O Hotel-Therme-Resort, das nachweislich stressreduzierend und wohltuend für die Muskulatur ist. Badespaß für die ganze Familie ist aber auch in den Badeseen und Freibädern garantiert, wie zum Beispiel im größten Beckenfreibad Europas in Fürstenfeld.

Die Kulinarikhochburg auskosten

Erlebniswelten laden ein, bei der Produktion der herausragenden Produkte dabei zu sein und mehr über deren Entstehung und Geschichte zu erfahren. So erleben Gäste auf der Erlebnistour bei Zotter den Weg der der Kakaobohne bis hin zum fertigen Schokoladenkunstwerk. In der Vulcano-Schinkenmanufaktur oder der Gölles Manufaktur gibt es neben der Verkostung der Produkte immer auch gleich den Blick hinter die Kulissen mit dazu.

Mit kreativen Gaumenfreuden aus den Genussbotschaftern Spargel, Kren und Holunder verwöhnen die Gasthäuser, Restaurants, Buschenschänken und exquisite Haubenlokale. Für Weinliebhaber ist die Auswahl an Winzer und Vinotheken schier unendlich. Oder man begibt sich auf die Straße der Lebenslust, der Vulkanland Route 66, um dem Genuss im Thermen- & Vulkanland auf die Spur zu kommen.

Wer solche Glücksmomente einfängt, wird wieder kommen um noch mehr davon zu fangen.
Denn: Es ist viel zu schön hier im Sehnsuchtsland, um nicht da zu sein.

Thermen- & Vulkanland Steiermark

www.thermen-vulkanland.at

Here's Some Welcome Good News

While the world is anxiously focused on the havoc being wreaked by rising interest rates and the anxiety over banks, we should note that there's now a real possibility of something that will help shape a more prosperous – and more secure – future: a free trade agreement (FTA) between the U.S. and the United Kingdom.

Such a pact would mean richer economies for both countries. Prices for products and services would come down because tariffs – i.e., the taxes on them – would be cut or eliminated. Supply chains would be more resilient and reliable. Very importantly, harmonizing standards and regulations would make it far easier to produce goods and services for a much larger market. Britain, after all, is the sixth largest economy in the world, with a GDP of more than $3 trillion. Having an FTA with the U.K. would be like adding the equivalent of the combined worth of the booming economies of Florida and Texas to the U.S. economy.

Such a pact could also achieve the long-cherished – and now desperately needed – goal of making it easier for our Defense Department to procure weapons from the U.K. and vice versa. The possible synergies created by this would be critical, as both countries badly need to build up their depleted weapons stockpiles and develop cutting-edge weapons systems at a far faster pace than today. The defense infrastructures of both countries would grow more quickly.

Another happy plus: An FTA between two of the world's largest economies would be a spur for other countries to pursue similar deals. The free flow of international trade has been badly hit in recent years with the increase in protectionist pressures. Reducing trade barriers after World War II enabled trade to expand mightily. The resulting prosperity reduced the number of people living in dire poverty – currently those making $2.15 or less a day – from 60% of the global population to less than 10% today. To kick-start negotiations for such an agreement, Senators Chris Coons (D–DE) and John Thune (R–SD) have introduced a bill that would formally give President Biden the right to make a comprehensive free-trade deal with Britain and have it presented to Congress with so-called fast-track authority so it couldn't be killed with special-interest amendments. President Biden, who is of Irish descent, reversed his opposition to this trade pact after the recent announcement that the U.K. and the European Union had reached a new agreement on the thorny issue of post-Brexit trade rules for Northern Ireland.

Getting a deal done won't be easy. Britain, for instance, has infuriated high-tech companies with a 2% tax on their revenue. That will have to be negotiated away. The grossly protectionist subsidies and restrictions in Biden's so-called Inflation Reduction Act concerning massive and wasteful climate change projects will also have to be dealt with.

An effort to reach an FTA not long ago foundered on the shoals of partisan bickering. The fact that Britain is a high-wage nation with extensive alternative energy programs should, however, soften opposition from unions and green extremists. The president's team should start the bargaining pronto, and Congress should pass the bill.

Steve Forbes
Editor-in-Chief Forbes

Countless colors in an horizon that is spread all over the Ionian Sea. The sunset' s splendor, after a day full of experiences meant to become your most precious memories. Boundless nature, rare flora and fauna, rivers, lakes and lagoons. Unique local products, with the sensational taste of authenticity. Vast, gorgeous coastline and beautiful high mountains. And among all these, Olympia, Missolonghi, Kalavrita: places with a decisive role in Greece's history and culture. **This is Olympian Land. AN EPIC LAND!**

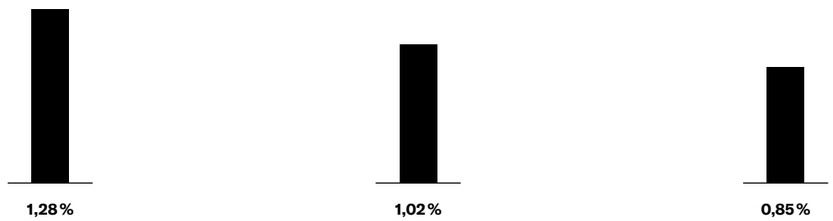
GREECE | REGION OF WESTERN GREECE | ΕΣΠΑ 2014-2020

Co-funded by Greece and the European Union

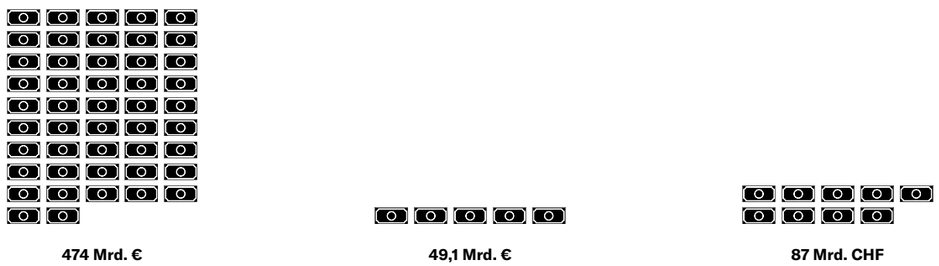
D A CH

Alle Menschen müssen früher oder später sterben – doch ist die prozentuale Sterberate der DACH-Länder gleich? Und wie viel geben Österreich, Deutschland und die Schweiz eigentlich für die Gesunderhaltung ihrer Bevölkerung aus? Zahlen rund um das Leben und den Tod.

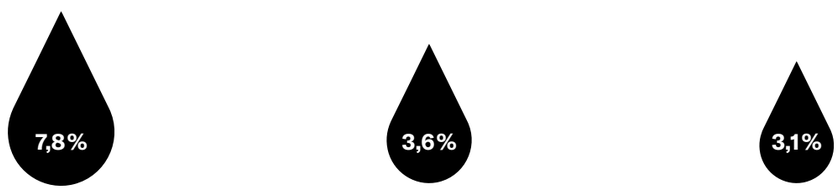
STERBEFÄLLE (IN PROZENT DER GESAMTBEVÖLKERUNG, 2022)



GESUNDHEITSAUSGABEN (STAND 2021)



BLUTSPENDER (IN PROZENT DER GESAMTBEVÖLKERUNG, 2021)



Infografik: Emin Hamdi
Datenrecherche: Lela Thun
Quellen: Statistik Austria, Deutsches Amt für Statistik, Bundesamt für Statistik (Schweiz), Österreichisches Rotes Kreuz, Paul-Ehrlich-Institut, Blutspende SRK

BEZAHLTE ANZEIGE

BEAT THE HEAT

Der Sommer steht vor der Tür und bringt nicht nur wunderschöne Sonnentage mit sich, sondern auch hohe Temperaturen und schwüle Luft. Vor allem in geschlossenen Räumen kann die Hitze schnell unerträglich werden und das Wohlbefinden beeinträchtigen.

Foto: Dyson

Dyson Luftreiniger erfrischen im Sommer mit kühlender und gereinigter Luft

Einige Tricks, um der Hitze zu trotzen, lauten etwa: Viel Wasser trinken, lauwarm duschen, Fenster abdunkeln, zur richtigen Zeit lüften oder sogar den Pyjama ins Gefrierfach legen. Doch auch technische Hilfsmittel können helfen, die hohen Temperaturen mit kühlem Kopf zu meistern. Eine effektive Lösung für alle, die sich eine angenehme Abkühlung im eigenen Zuhause wünschen, die noch dazu die Luftqualität verbessert, ist der Luftreiniger und -kühler Purifier Cool Formaldehyde von Dyson.

Kühle und gereinigte Luft bis in die letzte Ecke

Dyson hat mit dem Purifier Cool Formaldehyde einen Luftreiniger und Ventilator in einem entwickelt, der nicht nur für eine schnelle Abkühlung sorgt, sondern auch für eine verbesserte Luftqualität. Die neueste Generation der Luftreiniger filtert 99,95 % aller Partikel im Raum bis zu einer Größe von 0,1 Mikrometer, darunter fallen Allergene, Bakterien, Pollen und Schimmelsporen. Die gereinigte Luft wird dann in Form eines kühlen Luftstroms in alle Ecken des Innenraums geblasen. Mit seinem modernen und eleganten Design fügt sich der futuristische Luftreiniger auch in jedes Zuhause oder Büro problemlos ein. Der Ventilator arbeitet außerdem sehr leise, sodass er auch im Schlafzimmer für eine angenehme Abkühlung sorgt, ohne zu stören.

Durch die neueste Technologie ist es dem Luftreiniger und -kühler nun möglich, zusätzlich zu Gasen und Partikel auch Formaldehyd zu erkennen, aus den Innenräumen zu filtern und so für eine saubere und frische Luft zu sorgen. Formaldehyd ist ein flüchtiger Schadstoff, der in vielen Alltagsprodukten wie Möbeln, Teppichen, Farben und Lacken enthalten sein kann und der schädliche Auswirkungen auf die Gesundheit hat. Dysons Purifier Cool Formaldehyde ist besonders effektiv bei der Reduzierung dieses Schadstoffs. Die Erkennung der Schadstoffe und Gase im Raum kann in Echtzeit am LCD-Display beobachtet werden. Außerdem können dank der Sensoren am Gerät die Luftqualitätswerte, die aktuelle Luftfeuchtigkeit als auch die Temperatur jederzeit abgelesen werden.

Alternativen zum Purifier Cool Formaldehyde sind der Dyson Pure Cool sowie der Dyson Pure Cool Me. Beide verfügen ebenfalls über eine präzise Filterung sowie eine Kühlfunktion. So ausgestattet bleibt einem nur noch die Vorfreude auf die anstehenden Sonnentage!

dyson

www.dyson.at

ALISHA IM WUNDERLAND

Sie ist die berühmteste Sportlerin der Schweiz, hocherfolgreiche Instagramerin und Star-Angreiferin der Nati: Im exklusiven Forbes-Interview spricht Alisha Lehmann über den Boom im Frauenfußball, die anstehende WM im Sommer, ihre mentale Gesundheit, Periodenschmerzen im Profi-sport – und darüber, warum Neider und Hater sie kaltlassen.

Text: Reinhard Keck
Fotos: Perou
Infografik: Emin Hamdi

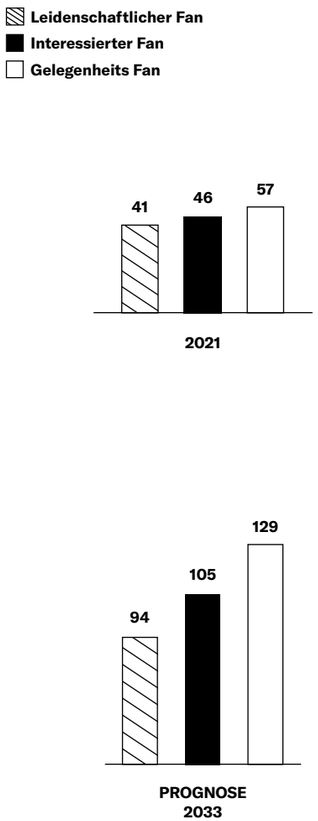
LEADERSHIP

ALISHA LEHMANN

FORBES NR. 4 — 23

PROGNOSE: WACHSTUM DER FANBASIS VON FRAUENFUSSBALL (IN MILLIONEN)

Quelle: Football Association



Eigentlich müsste sie gestresst sein, doch Alisha Lehmann hat es nicht eilig. Um kurz nach 13 Uhr erscheint sie in einem Fotostudio in Manchesters Vorort Salford. Die Angreiferin von Aston Villa hat heute trainingsfrei, zwei Stunden ist sie von Birmingham mit ihrem Mercedes-Geländewagen zum Fotoshooting in den englischen Norden gefahren.

Zur selben Zeit reisen ihre Eltern aus der Schweiz nach England, um die Tochter im letzten Heimspiel der Saison gegen den FC Liverpool anzufeuern. Lehmann hat einen Chauffeur organisiert, der Vater und Mutter abholt und in ihr Apartment bringt. So kann sie sich den ganzen Nachmittag Zeit für das Interview und das Fotoshooting mit Forbes nehmen. „Ich mag keinen Stress. Wenn ich etwas mache, soll es perfekt sein“, sagt Lehmann.

Perfektion – ein gutes Stichwort. Denn das Leben der 24-Jährigen wirkt ziemlich perfekt, wenn man durch ihren Social-Media-Feed scrollt: Dort sieht man Lehmann am Fußballfeld in Birmingham, am Pool in Portugal; im Trikot genauso wie in der modischen Bluse. Die Schweizerin hat nicht nur über 13 Millionen Follower auf Instagram, sondern spielt auch in der besten Fußball-Liga der Welt für einen aufstrebenden Verein, der das Frauenteam ähnlich professionell betreut wie die Männer. Millionen Fans von Pfäffikon bis São Paulo blicken mit Bewunderung und vielleicht auch ein bisschen Neid auf Lehmann.

Neben Instagram hat Lehmann auf Tiktok weitere acht Millionen Follower – und ist somit die mit Abstand populärste Fußballerin der Welt und einer der erfolgreichsten Internetstars unserer Zeit. Nicht einmal ihr Schweizer Landsmann und Tennisidol Roger Federer (zwölf Millionen Follower auf Instagram) erreicht im Netz so viele Menschen. Das macht Lehmann zu einer wertvollen Markenbotschafterin und Megainfluencerin – und zur einflussreichen Stimme der Gen Z. Doch wer ist der Mensch hinter der Online-Ikone? Wie sieht ihr analoges Leben aus? Und was will die Sportlerin und aufstrebende Unternehmerin erreichen?

Seit der Europameisterschaft 2022 erlebt der Fußball der Frauen einen Boom. Der Sport gilt als neue Milliardenbranche mit gigantischem Wachstumspotenzial – nicht nur in Europa, sondern weltweit. Die Uefa spricht von einer „starken Entwicklung des Frauenfußballs in den vergangenen Jahren“. Laut ihren Berechnungen könnte sich der kommerzielle Wert des Sports in der kommenden Dekade versechsfachen und einen Wert von rund 600 Mio. € pro Jahr erreichen.

Liverpool-Trainer< Jürgen Klopp outete sich als Fan; während der EM erklärte er: „Taktisch und technisch ist es ein unglaublich hohes Niveau. Ich liebe es, mir das anzuschauen.“ Und nicht nur der Respekt und die Wertschätzung gegenüber dem Spiel der Frauen ist in der traditionell männlich dominierten Branche gewachsen, auch aus wirtschaftlicher Sicht lohnt sich, zumindest für die international renommierten Klubs, die Investition in Frauenteams – einerseits aus Imagegründen, weil der Sport zu Recht als Ausweis von Inklusion dient; andererseits generieren die Frauenteams inzwischen Profite, allerdings im Durchschnitt nur zwei Mio. €, wie die Beratungsfirma Deloitte errechnete.

Die Weltmeisterschaft im Sommer in Australien und Neuseeland soll nun beim Zuschauerinteresse neue Rekorde aufstellen. Bizarr mutet allerdings im Vorfeld des Turniers der Streit zwischen Fifa und TV-Sendern an: Der Verband treibt die Preise für die Übertragungsrechte in die Höhe; die Fifa bringt die „moralische Verantwortung“ ins Spiel und setzt damit die Sender unter Druck. Die deutsche ARD verweist auf ihr „marktgerechtes“ Angebot – das natürlich weit unter den Preisen für die Übertragung der Männer-WM liegt.

Unabhängig davon, wer das Turnier zeigt und wie die Rechteverhandlungen ausgehen: Für Lehmann soll die kommende Weltmeisterschaft ein Karriere-Highlight werden. Die EM 2022 hatte sie verpasst – offiziell zog sie sich aus „persönlichen Gründen“ aus dem Schweizer Nationalteam zurück. Es wurde über ein Zerwürfnis mit dem ehemaligen Trainer Nils Nielsen spekuliert. Äußern will sich Lehmann nicht mehr dazu; sie blicke nur nach vorne, sagt sie. Der neuen Trainerin Inka Grings bot Lehmann ihr Comeback an – und beide können offenbar gut miteinander. Von Grings Arbeit ist die Angreiferin begeistert: „Ihre deutsche Mentalität tut dem Team gut. Sie pusht uns.“

Lehmann hat mittlerweile in der Maske Platz genommen. Anderthalb Stunden wird ihre Visagistin am Werk sein. Lehmann spricht offen, sie plaudert gerne. Dann erscheint der Fotograf und will ein Bild während des Gesprächs machen – Lehmann hebt sofort die Hand: Jetzt kein Bild, bitte! Erst wenn alles sitzt, ist Fotografieren wieder erlaubt. Insbesondere die schwarzen Wimpern sind ihr Markenzeichen.

Wegen ihrer großen Bekanntheit muss Lehmann auch mit einem Vorwurf leben: Nimmt sie ihre Selbstinszenierung ernster als ihren Sport? Ist der Fußball nur eine weitere glamouröse Kulisse für Alishas Instagram-Profil?

„Mir ist egal, was andere sagen. Ich bin glücklich mit dem, was ich mache, und allein darum geht es“, sagt Lehmann. Sie kennt diese Frage genau und hat sich längst die dafür passende Antwort zurechtgelegt. Früher hätten sie die

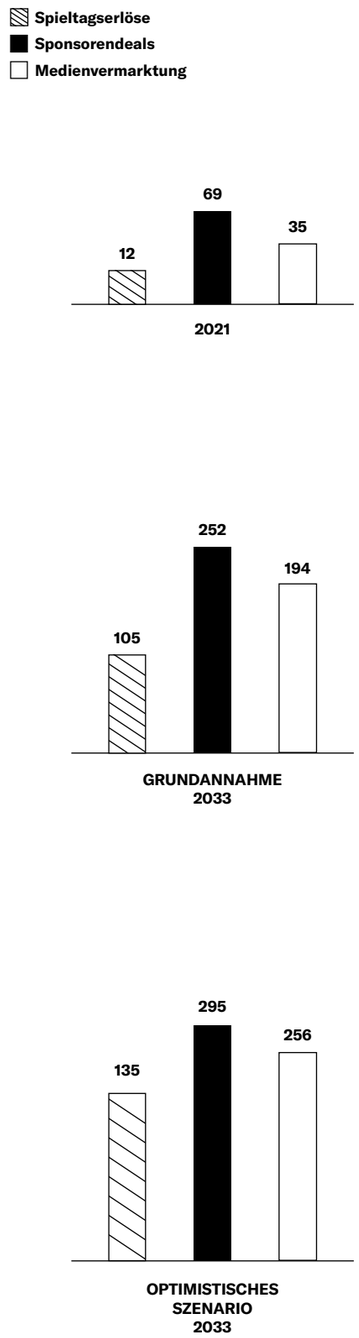
bösen Kommentare mehr „gestresst“ und mitgenommen; heute, behauptet sie, berühre sie das kaum noch. Sämtliche Notifications hat sie ausgeschaltet. Ihr populärster Instagram-Post war kein Bikinibild, sondern ihr Porträtfoto im Trikot der Schweizer Nationalmannschaft. Das Bild steht bei 2,6 Millionen Likes.

„Natürlich verschafft Instagram Glücksmomente, gerade wenn einem Fans aus aller Welt nach einem Tor schreiben“, sagt sie. Doch dass die Zahl der Follower derart explodiert sei, habe natürlich auch Nachteile: Sie wird inzwischen oft auf der Straße erkannt, manchmal auch bepöbelt oder heimlich gefilmt. Wenn sie etwas falsch mache, sei am nächsten Tag davon in der Zeitung zu lesen. „Eigentlich stresst mich das nicht, nur wenn meine Mum davon liest und sich Sorgen macht, dann ist das unangenehm.“ Es ist das Dilemma von Social Media: Bewunderung und Feindseligkeit liegen nahe beieinander. Lehmann sagt: „Social Media ist nicht real – viele Leute vergessen das.“ Auch ihre zur Schau gestellte digitale Parallelwelt ist demnach eine Inszenierung; ein Spiel, das sie wie Fußball besser beherrscht als die meisten.

Aufgewachsen ist Lehmann in Tägertschi, einer kleinen ländlichen Gemeinde zwischen Bern und Thun. Die Mutter ist Zahnärztin, der

PROGNOSE: KOMMERZIELLER WERT VON FRAUENFUSSBALL (IN MIO €)

Quelle: Football Association



Vater Architekt, zu Hause ist man auf einem Hof mit Pferden, Hunden und Katzen; die Tante wohnt gleich nebenan. Lehmann entdeckt bereits als Sechsjährige, dass sie mehr Talent hat als viele Jungs, mit denen sie Fußball spielt. Schon mit 19 Jahren wechselt sie vom Frauenteam der Young Boys Bern ins Ausland, nach London, zu West Ham United. „Viele haben damals gesagt: ‚Du bist doch noch zu jung für diesen Schritt!', aber meine innere Stimme hat gesagt: ‚Das musst du machen.'" Ihre Eltern hätten sie immer gefördert und nicht auf eine klassische Ausbildung oder ein Studium beharrt. Wenn es mit dem Fußball nichts geworden wäre, hätte sie wohl Recht oder Medizin studiert.

Längst wird ihr auch in der Popkultur gehuldigt: Rapperin und „Under 30"-Listmakerin Shirin David, mit der sie befreundet ist, widmete ihr im Song „Babsi Bars" eine Zeile: „Kontrollier das Game wie Alisha Lehmann beim Fußballspiel", heißt es da. Doch auf dem Platz kontrollierte Lehmann das Game nicht immer den hohen Erwartungen entsprechend – sie wurde von West Ham an Everton verliehen und wechselte 2021 zu Aston Villa, wo sie in dieser Saison in 20 Spielen fünf Tore erzielt hat und vielleicht ihre beste Zeit erlebt. Eine klassische Torjägerin ist sie nicht; sie soll Außenstürmerin Rachel Daly bedienen, die aktuell erfolgreichste Torjägerin der englischen Women's Super League.

Doch Lehmanns Statistiken interessieren viele ihrer Sponsoren eher nur am Rande. Ihr Erfolg als Werbeikone ist längst nicht nur von ihrer Form abhängig, so gewaltig ist ihre Strahlkraft. Sie wirbt für Coca-Cola und Adidas, beim Computerspiel Fifa 23 von EA Sports ist sie Markenbotschafterin und hat im Spiel ihre eigene Kollektion. In ihrem Online-Webshop verkauft sie von der Trinkflasche bis zum Kalender Produkte unter der Brand Alisha Lehmann – und sie unterstützt die Gaming-App Bootbag, in der Spieler ihr Fußballfachwissen testen können.

Lehmanns Aufstieg zur globalen Online-Ikone vollzog sich rasant. Allein in den vergangenen sechs Monaten wuchs ihr Instagram-Account um weitere sieben Millionen Follower. Influencer mit Lehmanns Reichweite können mit einem gesponserten Post locker 20.000 € einnehmen. Mit zwei Posts hätte sie demnach fast so viel verdient wie eine andere englische Profispielerin im ganzen Jahr – denn das durchschnittliche Jahresgehalt einer Spielerin in der obersten Frauenliga liegt laut der BBC bei rund 50.000 € im Jahr.

Durch die Popularität des Sports steigen die Gehälter allerdings rasant. Topstars wie Arsenal-Kapitänin Leah Williamson verdienen

demnach rund 250.000 € im Jahr (zum Vergleich: Bei den Männern verdient ein Leistungsträger diesen Betrag pro Woche). Dazu kommen Sponsorendeals, die ebenfalls mit zunehmender Aufmerksamkeit lukrativer werden.

Bei Olympique Lyon, dem Seriengewinner der Frauen-Champions-League, liegen die Gehälter für die bekanntesten Stars sogar bei einer halben Million €. Und die Amerikanerinnen Alex Morgan und Megan Rapinoe sind mit mehr als 5 Mio. US-$ an Einkünften laut Forbes die vermögendsten Fußballerinnen.

Lehmanns Gehalt bei Aston Villa ist eher durchschnittlich, der Klub gehört nicht zur Elite in der Women's Super League. Doch Lehmanns Businesskonzept beruhe vor allem auf Werbekampagnen für globale Marken, sagt ihre Beraterin Dawn Goddard. Ihre Klientin sei eine Athletin, keine Influencerin, die einzelne Produkte bewirbt. Unter den Markenbotschaftern zählt Lehmann dank ihrer Popularität zu den Bestverdienern ihrer Branche.

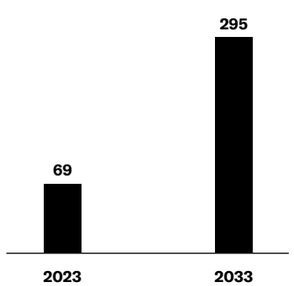
Ihre Reichweite und ihren Einfluss nutzt Lehmann auch, um auf frauenspezifische Themen im Sport aufmerksam zu machen, etwa darauf, wie der Menstruationszyklus Leistung und Verletzungsanfälligkeit beeinflusst. Alexia Putellas (Barcelona), Dzsenifer Marozsán (Lyon), Beth Mead oder Leah Williamson (Arsenal) sowie Giulia Gwinn (FC Bayern) zählen zu den besten Fußballerinnen der Gegenwart und rissen sich im vergangenen Jahr das Kreuzband – mitunter schon zum zweiten Mal. Warum sich gerade Frauen fünfmal häufiger diese Verletzung zuziehen, ist noch nicht erforscht. Die geringere Muskelmasse oder eine erhöhte Tendenz zu X-Beinen könnten das Risiko steigern – und auch die Periode könnte eine Ursache sein. Als sie sich 2019 schwer am Sprunggelenk verletzte, hatte Lehmann ebenfalls ihre Periode gehabt.

Auch darum fordert sie nun eine bessere Betreuung von Sportlerinnen und lobt dabei den FC Chelsea: Dort hat das Frauenteam einen eigenen Coach, der mit Nahrungsergänzungsmitteln und einem individuellen Trainingsprogramm auf den Menstruationszyklus einer Spielerin reagiert. Spielerinnen nutzen dafür auch eine App, um Informationen zum Zyklus mit dem Betreuerstab zu teilen. „Als ich jünger war, habe ich trotz heftiger Periodenschmerzen immer durchgespielt. Inzwischen habe ich aber seltener schwere Schmerzen", sagt Lehmann.

Abseits der Online-Inszenierung ist Lehmann weitaus bodenständiger, als es ihr Instagram-Profil vielleicht vermuten lässt. Sie kocht für ihre Mitspielerinnen Älplermagronen (Schweizer Rahm-Makkaroni) oder bringt ihnen selbst gemachtes Apfelmus mit in die Kabi-

PROGNOSE: DER WERT VON SPONSORENVERTRÄGEN (IN MIO €)

Quelle: Football Association



ne. Ihr Lieblingstier ist der Gepard, das schnellste Landtier der Welt; sie hat es sich auf den Arm tätowieren lassen. Weil sie mit Mitspielerinnen im Bus auf Auswärtsfahrt gerne Blackjack und Poker spielt, trägt sie eine Krone auf dem Finger – als Symbol für die Königin im Kartenspiel.

Irgendwann will Lehmann in die Schweiz zurückkehren: „Es ist einfach ein megagutes Land, vor allem das Essen ist dort viel besser!“ Doch ihr Leben ist derzeit zu aufregend, um auch noch Zukunftspläne zu schmieden. Ihr Motto hat sie sich auf den Hals stechen lassen: „Be brave“ – sei mutig. Dazu passt ihre Laufbahn, in der sie stets ihre eigenen Wünsche und Ziele verfolgt hat, mit Ehrgeiz und Eigenständigkeit. Als Sportlerin und Unternehmerin steht Lehmann immer noch am Anfang ihrer Karriere. Ihre Strahlkraft, so ihre Managerin, wirke in allen Kulturkreisen, längst sei Alisha eine globale Ikone. „Sie hat etwas Einzigartiges, das sie von den meisten anderen Stars abhebt.“

Als Alisha Lehmann nach fast zwei Stunden in der Maske im Trikot der Schweizer Nationalelf vor der Kamera erscheint, ist ihr Auftritt makellos. Das Make-up, die langen blonden Haare, die lackierten Nägel, die schwarzen Wimpern – eine mit viel Aufwand modellierte Maske. Und sie sitzt – wie immer – perfekt.

GRILLEN - SO VIELFÄLTIG WIE DAS LEBEN

Wenn Menschen entspannt zusammenkommen, versammeln sie sich in ihrer Freizeit am liebsten am Grill.

Fotos: www.weber.com, ©Weber

Mit dem Weber Lumin Elektrogrill unvergessliche Momente genießen – egal ob auf Balkon oder Terrasse.

Der Mann, der das komfortable Grillen wie wir es heute kennen im Jahr 1952 erfand, hat sich zunächst einmal geärgert. George Stephen hatte 12 Kinder und eine Vorliebe für gutes Essen. Das bereitete er für seine große Familie am liebsten auf einem damals in Amerika typischen offenen Ziegelstein-Grill zu. Klarer Nachteil: Bei Regen fiel das genussvolle Grillen ins Wasser, bei Wind wurde der Flammenschlag unkontrollierbar. Ein Deckel musste her. Der kreative Amerikaner nutzte dazu eine zersägte Boje und der ikonische Kugelgrill von Weber war geboren. Mit diesem Produkt und zahlreichen Folgemodellen revolutionierte George Stephen zunächst die amerikanische und anschließend die globale Grillkultur. Die Lust auf gutes Essen und die Zubereitung in der Outdoor-Küche sind inzwischen mehr denn je zu einem festen Bestandteil des Lebens geworden. Überall – egal ob im großen Garten oder auf dem kleinen Stadtbalkon – gehört das entspannte Grillen von vielfältigen Speisen unter freiem Himmel zum Lieblings-Lifestyle unserer Zeit. Immer häufiger dient sie zudem als wohltuender Relax-Moment vom oft stressigen Alltag in einer sich fortwährend verändernden Welt. Weil aber grade die Wohnsituation in den Städten es nicht immer zulässt, einen herkömmlichen Gas- oder Holzkohlegrill zu nutzen, werden energieeffiziente mit Strom betriebene Elektrogrills immer beliebter. Mit ihnen ist es problemlos möglich, auch jederzeit auf dem Balkon oder im geteilten Innenhof zu grillen, ohne dabei die Nachbarn zu stören. In diesem Jahr hat Weber die Grillsaison mit einem neuen Highlight eingeläutet und hebt mit dem neuen Weber Lumin Elektrogrillen auf ein ganz neues Level: „Der Lumin ist das perfekte Grillmodell für eine ernährungs- und umweltbewusste Zielgruppe. Perfekt für alle, die Vielfalt lieben und gerne in geselliger Runde grillen, auch auf kleinstem Raum“, erklärt Andrea Strein, Geschäftsführerin Weber DACH.

Der kompakte Weber Lumin ist ein echtes Multitalent und sorgt überall für den ultimativen Grillgenuss: Ob auf den Punkt gedämpftes Gemüse, scharfes Angrillen dank einer bemerkenswerten Maximaltemperatur von 315 Grad, Räuchern mit den Weber Räucherchips für einzigartigen Geschmack oder Auftauen und Warmhalten: Der Lumin bietet alle Funktionen einer perfekten Outdoor-Küche und sorgt dabei stets für Grillerlebnisse der Extraklasse. Bei der nächsten Party ebenso, wie bei der Zubereitung des schnellen schmackhaften Mittagessens im Homeoffice.

Auch Jahrzehnte nach der Erfindung des Kugelgrills begeistert Weber die Welt mit seinen innovativen Produkten und prägt mit dem „Weber Way of Grilling“ den Grillmarkt. Dabei schafft es Weber immer wieder, Wünsche von Grillfans aus aller Welt aufzunehmen und ihnen die perfekten Produkte für das Zelebrieren ihrer ganz individuellen Genuß-Momente zu bieten. Ein weiteres aktuelles Beispiel ist die „Plancha“, eine ursprünglich aus Spanien stammende Grillplatte. Sie eignet sich optimal für mediterrane Grillrezepte, bei denen zum Beispiel Scampis, Jacobsmuscheln, Pilze oder Grillgemüse verwendet werden. Auf dem Rost müsste das kleine Grillgut aufgespießt werden, damit es nicht durchrutscht. Auf der praktischen Plancha kann der bunte Mix frei vor sich hin brutzeln, während daneben das Steak perfekt zubereitet wird. Weber bietet Planchas aus Keramik oder emailliertem Gusseisen an, die leicht zu pflegen sind, nicht rosten und einfach auf den vorhandenen Grill aufgelegt werden. „Ganz gleich ob Gas, Holz- oder Elektrogrill – Weber bietet jeweils die passende Plancha als perfektes Upgrade für die Outdoor-Küche. Egal wo damit gegrillt wird, das wunderbare Gefühl mediterraner Lebensart und das spanische Urlaubsflair stellen sich umgehend ein“, schwärmt Geschäftsführerin Andrea Strein. Neben vielen praktischen Vorteilen, grillt man auf einer Plancha auch besonders schonend – perfekt für eine bewusste Ernährung. Möglich macht das die indirekte Hitze, die bei bis zu 300 Grad in der Grillplatte perfekt gespeichert und gleichmäßig verteilt wird. Zudem verdampft die aus dem Grillgut austretende Flüssigkeit bei den hohen Temperaturen sofort und bildet eine dünne Dampfschicht zwischen Plancha und den Lebensmitteln. Dadurch „schwebt“ das Grillgut quasi über der Platte und bleibt innen schön saftig, während es außen köstlich knusprig wird.

Eines ist sicher: Weber sorgt auch in diesem Jahr wieder für unzählige unvergessliche Grillmomente, wenn Menschen sich treffen, um in entspannter Atmosphäre am Grill das Leben und köstliche Speisen zu genießen. Ganz gleich wo gegrillt wird und mit welchem Weber Grill – der legendäre Gründer des Unternehmens hätte daran seine helle Freude. Sein Erfinder-Geist steckt genauso im neuen Weber Lumin, wie in jeder unserer vielseitigen Planchas und auch in allen anderen großartigen Grill- und Zubehör- Produkten von Weber.

Der Weber Lumin Elektrogrill passt mit oder ohne Stand auch auf wenige Quadratmeter.

„Der Lumin ist perfekt für alle, die Vielfalt lieben und gerne in geselliger Runde grillen, auch auf kleinstem Raum“

www.weber.com

BEZAHLTE ANZEIGE

WAS KOSTET DAS EWIGE LEBEN?

Altos Labs ist das am besten finanzierte Start-up der Welt: Drei Mrd. US-$ pumpten Investoren aus dem Silicon Valley in das Labor. Es soll Therapien zur Verjüngung von Zellen entwickeln – und die Medizin revolutionieren. Dafür versammelt der deutsche Molekularbiologe Wolf Reik ein „All-Star-Team“ der Wissenschaft.

Text: Reinhard Keck
Foto: Keith Heppell

Wolf Reik gerät nicht allzu schnell ins Schwärmen. Der 65-jährige Molekularbiologe ist ein erfahrener Wissenschaftler, seit einem halben Jahrhundert beschäftigt er sich mit den Wundern des menschlichen Organismus. Doch im Frühjahr 2022 bekommt Reik die Ergebnisse einer Laborstudie zur „Verjüngung“ von Hautzellen präsentiert – und kann kaum glauben, was er sieht. „Ich wäre fast dreimal vom Stuhl gefallen!“, erinnert sich der Professor.

Seinem Team am Babraham Institut in Cambridge war Sensationelles gelungen: Es hatte die Hautzellen einer 53-jährigen Frau erfolgreich verändert und dadurch um 30 Jahre verjüngt. Das Gewebe entsprach der Haut einer 23-Jährigen. Die Möglichkeit, Zellen neu zu programmieren und zu erneuern, um dann altes oder krankes Zellgewebe zu ersetzen, würde die Medizin revolutionieren; viele neue Therapien und Medikamente könnten dadurch entwickelt werden, viele Krankheiten wären besiegt, ja ausgelöscht. Und ein Traum der Menschheit wäre Realität: ein langes Leben bei bester Gesundheit.

„Es geht uns nicht darum, ein Elixier für das ewige Leben zu finden“, sagt Reik. „Wir wollen, dass Menschen mehr Lebensqualität haben, während sie altern.“ Reik ist heute Leiter des Altos Labs Cambridge Institute of Science, einem mit drei Mrd. US-$ ausgestatteten Start-up, das zur Zellverjüngung forscht. Prominentester Investor soll Amazon-Chef Jeff Bezos sein; auch der russischstämmige Milliardär Juri Milner, der sein Vermögen mit Anteilen an Facebook und dem E-Mail-Dienst Mail.ru machte, zählt zu den Unterstützern. Altos Labs ist seit einem Jahr aktiv und sorgt in der Wissenschaftscommunity für Aufsehen. Reik beschreibt die Mission der Biotech-Firma so: „Wir wollen Durchbrüche in der Medizin schaffen.“

Analysen der Investmentbank Merrill Lynch zufolge soll sich der Wert von Firmen, die zum Thema Lebensverlängerung forschen, bis 2025 auf rund 582 Mrd. € verfünffachen. Immer mehr Geld wird in die Branche gepumpt, doch schnelle Profite werden die Firmen wohl nicht abwerfen. Aber das wird von namhaften Investoren auch nicht erwartet. Viele der reichsten Menschen der Welt – neben Bezos auch Google-Gründer Larry Page oder Investor Peter Thiel – finanzieren eigene Biotech-Firmen wie eine Art private Anti-Aging-Vorsorge. Doch Altos Labs sticht in der Branche heraus: Noch nie hat ein Biotech-Start-up mehr Risikokapital angezogen.

Reik sitzt in seinem Büro südlich von Cambridge, die beiden übrigen Altos-Labore sind in Kalifornien angesiedelt. Auch in Japan soll bald eine Einrichtung eröffnen. Reik will die klügsten Köpfe der Molekularmedizin und Zellbiologie aus ihren Silos holen und ein weltumspannendes Netzwerk brillanter Forscher schaffen: Kooperation statt Konkurrenz, Zusammenarbeit statt Eitelkeit und Zoff ist das Motto.

Als Direktor des Cambridge Institute of Science und Mitglied des Senior Management Teams soll Reik helfen, Altos Labs erfolgreich zu machen – und die Investoren zufrieden. Druck gebe es nicht: Die Investoren seien interessiert, aber nicht am Tagesgeschäft beteiligt.

Altos hat mit üppigen Gehältern einige der besten Fachleute von staatlichen Universitäten und Forschungseinrichtungen abwerben können. Die Grundvergütung soll mitunter rund eine Mio. US-$ betragen, dazu gibt es Firmenanteile. Der spanische Biomediziner Manuel Serrano erklärte neulich, Altos bezahle ihm das Zehnfache seines Uni-Gehalts. Reik will sich nicht zu Finanziellem äußern, sagt aber, es sei kein Geheimnis, dass die Gehälter an Universitäten nicht allzu hoch sind.

Altos ist das Alternativmodell einer Universität, von denen viele ja trotz ihrer wissenschaftlichen Kompetenz oft wie staatlich regulierte Forschungsbehörden wirken. Altos Labs ist dagegen wie eine Firma strukturiert: Wissenschaftler, die mit Erfolg arbeiten und Erwartungen übertreffen, können mit üppigen Bonuszahlungen rechnen. Sie bekommen auch langfristige Karrierewege aufgezeichnet. Nicht für Ruhm, Ehre und den Dienst an der Gesellschaft allein wird geforscht, auch Geld ist ein Anreiz.

Ähnlich verlockend wie die Gehälter könnte für viele die wissenschaftliche Freiheit sein, die Altos verspricht: Statt mit langwierigen Forschungsanträgen Fördergelder einzutreiben, können sich Mitarbeiter entfalten. Ihr einziger Job laut Reik: „Großartige Wissenschaft produzieren!“

Altos ist nicht die einzige Forschungseinrichtung, die mit Geld von Ultravermögenden nach neuen Anti-Aging-Therapien sucht. Der umstrittene Paypal-Gründer und Investor Peter Thiel pumpt Millionen in Unternehmen wie Methuselah Foundation – dort will man „90 zum neuen 50“ machen, und zwar schon in den kommenden sieben Jahren. Man könne den Tod hinnehmen oder leugnen, sagte Thiel einmal – „ich bekämpfe ihn lieber“.

Wie derzeit Altos Labs sorgte schon vor zehn Jahren Calico Labs für Schlagzeilen. Die verschwiegene kalifornische Firma gehört zum Kosmos von Alphabet und wurde

„Es gibt genug Investoren auf der Welt, die sich für unsere Arbeit interessieren“, sagt Wolf Reik. Wolf Reik, Direktor des Altos Labs Cambridge.

von Google-Gründer Larry Page ins Leben gerufen. Der Hype um Altos Labs erinnert an den Wirbel um Calico im Jahr 2013: Wie bei Altos wurden damals hochrangige Wissenschaftler eingekauft und mehr als eine Mrd. US-$ investiert. Zehn Jahre später konnten noch keine revolutionären Therapien präsentiert werden. Auch Wolf Reik bemüht sich, die Erwartungen zu bremsen.

Reik wurde in Aachen in eine Wissenschaftlerfamilie geboren. Seine Eltern waren Physiker, später siedelte die Familie nach Freiburg um. Reik studierte in Hamburg Medizin, Arzt wollte er aber nicht werden – ihm habe während des Studiums die intellektuelle Herausforderung gefehlt. Bei einer Vorlesung zur experimentellen Virologie von Rudolf Jaenisch, dem renommierten deutschen Molekularbiologen und Genetiker, hatte Reik einen „Aha-Moment“: Anschließend klopfte er an die Bürotür des Professors an und erklärte, er wolle seine Doktorarbeit über Genetik bei ihm schreiben. Jaenisch versuchte erst, den Studenten abzuwimmeln, mit der Ansage: „Wir wollen hier keine Mediziner.“ Doch Reik ließ nicht locker, bis Jaenisch endlich einwilligte. Später wechselte der heute 81-jährige Jaenisch ans MIT – und Reik nach Cambridge, wo er heute mit seiner Familie lebt.

Nun stürzt sich Reik ins Altos-Abenteuer. Mit seinen Kollegen hofft er, die ideale Forschungseinrichtung zu schaffen; beneidenswert gut finanziert, ausgestattet mit dem besten Know-how, ein einzigartiger Cluster von Kompetenz, eine Schmiede für Nobelpreisträger. Die Zukunft sieht vielversprechend aus. Reik: „Es gibt genug Investoren auf der Welt, die sich für unsere Arbeit interessieren.“

Wolf Reik wurde in Aachen geboren, studierte Molekularbiologie und arbeitet heute an der University of Cambridge. Seit 2022 ist er Direktor des Biotech-Start-ups Altos Labs Cambridge.

UM JEDEN PREIS

Als erste Schweizerin gewann die 26-jährige Belinda Bencic 2020 in Tokio eine olympische Goldmedaille im Tennis – es folgten exklusive Werbeverträge und Preisgelder in Millionenhöhe. Nur der Sieg auf dem berühmtesten Rasen der Welt blieb ihr bis jetzt noch verwehrt.

Text: Helene Hohenwarter
Fotos: Asics Promo Pictures

In ihrem bequemen Sweater-Look wirkt Belinda Bencic im Zoom-Interview nicht so, als hätte der Olympiasieg in Tokio viel Eindruck auf die Tennisspielerin gemacht. Sie wirkt entspannt, lacht viel und wählt ihre Worte sorgfältig – ein Profi nicht nur auf dem Rasen, sondern auch im Umgang mit Medien. Erfolgreiche Tennisspieler sind Großverdiener. Die Forbes-Liste der Bestverdienerinnen im Sport wird von Tennisspielerinnen angeführt: An der Spitze steht die Japanerin Naomi Osaka mit einem geschätzten Vermögen von 50 Mio. US-$, gefolgt von Serena Williams mit 41 Mio. US-$. Bencics Preisgeld dürfte sich mittlerweile auf elf Mio. US-$ belaufen; sollte sie dieses Jahr ein Grand-Slam-Turnier gewinnen, kommen noch mal bis zu zwei Mio. US-$ dazu. „Man darf nicht glauben, dass alle Tennisspielerinnen Millionärinnen sind. Schließlich müssen wir während unserer Wettkämpfe für alle Kosten selbst aufkommen“, so Bencic. Aber eins ist sicher: Die Zeiten, in denen sich Bencic nur billige Hotels und Fast Food leisten konnte, gehören der Vergangenheit an. Bencic ist inzwischen eine Person der Öffentlichkeit mit zahlreichen Fans. Sie ist zur Marke geworden und versteht es, sich selbst zu inszenieren: Auf Instagram postet sie Reisebilder von den Malediven, vom Wellnessurlaub in den Alpen oder lässig im Mercedes. Trotz entspannter Haltung sagt sie: Der härteste Kampf läuft nach dem Wettkampf weiter – der Kampf mit den eigenen Selbstzweifeln und den Erwartungen; den Erwartungen ihrer Eltern, ihrer Fans oder auch jenen an sich selbst, immer und überall die Beste zu sein. „Es wäre schön, einmal nicht am Morgen aufzuwachen und sich vor Nervosität fast übergeben zu müssen“, so Bencic. Seit Langem hat sie deshalb auch einen Mentalcoach in ihrem Team, der ihr hilft, die psychischen Belastungen des Wettkampfs zu meistern. Dies hilft ihr vor allem auch dabei, mit medialer Kritik umzugehen, und die geht auch mal unter die Gürtellinie: „Pummellinda statt Pretty Belinda“ hieß es schon in der *Aargauer Zeitung*. Bencic musste deshalb früh lernen, sich eine dicke Haut zuzulegen. „Wenn du gerade auf einer Erfolgswelle bist, liebt dich die Presse, aber sobald du verlierst, bist du bei ihnen untendurch.“ Trotz gewonnener Medaillen geht Bencic mit sich selbst hart ins Gericht: Man sei im Profitennis nur wirklich jemand, wenn man auch auf dem legendären Centre Court in Wimbledon reüssieren könne. „Natürlich will ich endlich einen Grand-Slam-Titel holen, das ist der größte Wunsch eines jeden Tennisspielers, und ich werde alles tun, damit er Wirklichkeit wird“, so Bencic.

Bei allem Ehrgeiz nimmt die Sportlerin das Thema Freizeit aber sehr ernst. „Man muss sich stets bewusst machen, dass man immer noch ein Mensch ist und die gleichen Bedürfnisse hat wie andere auch“, so die 26-Jährige. Dazu gehören für sie lange Spaziergänge mit ihren Hunden und ihrem Freund, der auch ihr Trainer ist: „Viele halten es für problematisch, Privates und Berufliches trennen zu können, aber da er mich auf Touren begleiten kann, funktioniert es optimal.“

Serena und Venus Williams, Iga Swiatek, Naomi Osaka – es gibt kaum eine Spielerin aus der Top-

LEADERSHIP

Ten-Liste, die Bencic nicht geschlagen hat, aber gegen einen Gegner scheint sie einfach nicht anzukommen: ihren eigenen Körper. Ob Fuß, Handgelenk oder Steißbein, ihre Verletzungsmisere zieht sich wie ein roter Faden durch ihre Karriere. Es wirkt fast so wie ein natürliches Axiom im Tennis: Je näher man zur Spitze vordringt, desto anfälliger wird man. Wimbledon 2016, die French Open 2020 oder die Australian Open 2022 – immer musste Bencic kurz vor Turnierbeginn absagen. 2017 verletzte sie sich so gravierend am Handgelenk, dass sie sich ein halbes Jahr Auszeit nehmen musste. Sie fiel auf Platz 318 im globalen Ranking zurück, jenseits jeglicher Bedeutsamkeit – und die goldene Fassade der Sportlerin begann zu bröckeln.

Es begann damit, sich von ihrem Vater abzunabeln, um ihre eigenen sportlichen Wege zu gehen. Ivan Bencics mühevoll aufgebautes Lebenswerk, sein genialer Masterplan, drohte zu scheitern. Gleichzeitig beendete sie auch nach 14 Jahren die Zusammenarbeit mit ihrem Sponsor Marcel Niederer und zog sich bewusst aus der Öffentlichkeit zurück. Diese Zeit bestand weniger aus Tennistraining als vielmehr aus intensiver Meditation, Tanzen und ersten künstlerischen Gehversuchen. Es schien, als wäre Bencic nur ein weiterer Tennisstar, dessen Licht nun ausgebrannt war.

Aus dieser Krise wäre sie wohl nie mehr zurückgekehrt, hätte sie damals nicht Martin Hromkovic kennengelernt: Bencics Fitnesstrainer und späterer Lebensgefährte zog sie aus der Versenkung und schmiedete aus ihr olympisches Gold: In Tokio, 2020, als die meisten Menschen in trister Isolation waren, schrieb Bencic Tennisgeschichte. Sie gewann als erste Schweizerin Gold im Damen-Einzel. Lachend und weinend lag sie damals am Boden und sagte zur *New York Times*: „Wenn ich jetzt meine Karriere beenden würde, wäre ich immer noch glücklich, denn was ich heute erreicht habe, kann mir keiner mehr nehmen."

Angefangen hat sie früh – bereits im Alter von zwei Jahren stand die Schweizerin auf dem Tennisplatz. Ihr Vater Ivan Bencic, Sohn slowakischer Einwanderer, wich nicht von ihrer Seite. „Mein Vater war bei jedem Training dabei und musste immer so lange mit mir spielen, bis ich ihn schließlich besiegte. Ich war schon damals keine gute Verliererin", erzählt Bencic. Ihr Vater war selbst in seiner Jugend erfolgreicher Eishockeyspieler, weshalb Medien häufig kritisierten, er nutze seine Tochter, um sich seinen eigenen Traum von Olympia zu verwirklichen.

Bencic stand bereits als Zweijährige auf dem Tennisplatz.

Er war es auch, der am Rande des Tennisplatzes jede Bewegung seiner Tochter verfolgte. Und er überzeugte Marcel Niederer, einen Freund aus Eishockeyzeiten, vom „Projekt Belinda Bencic". Niederer, der Millionen mit dem Verkauf von Instantkaffee verdient hatte, beschloss, sein Geld nun in eine Sechsjährige zu investieren. Daraufhin setzten Bencics Eltern alles auf eine Karte: Sie kündigten ihre Jobs und zogen um, damit Bencic in der Tennisakademie von Melanie Molitor, Mutter von Martina Hingis, trainieren konnte. „Meine Eltern haben ihr Leben für meines pausiert und mir war früh bewusst, was für eine große Verantwortung damit verbunden ist", so Bencic. Bald schon zeigten sich die ersten Erfolge: Mit 15 gewann sie die Junioren-Meisterschaft in Wimbledon und etablierte sich weltweit als Nummer eins ihrer Altersklasse. Mit den Titeln kamen hoch dotierte Werbeverträge mit Rolex, Nike und Mercedes-Benz.

Verzichten muss Bencic dennoch in vielen Bereichen ihres Lebens: Jede Mahlzeit wird protokolliert und erfolgt in Absprache mit ihrem Ernährungscoach; Zeit für die Familie bleibt kaum. Bencic: „Ich bin fast elf Monate im Jahr unterwegs. Weihnachten und Geburtstagsfeiern mit der Familie fallen dann flach" – der Preis für den Sieg eben.

la pura®
women's health resort
kamptal

DETOX-KUR
FÜR KÖRPER & SEELE
entschlacken und entspannen

Im Luftkurort **Gars am Kamp** – nur eine Autostunde von Wien entfernt.

Mit einer Detox-Kur im la pura women's health resort kamptal ganz einfach entschlacken und mehr Wohlbefinden, Energie und Form erlangen. Die gesunde und ausgewogene Ernährung ist leicht verdaulich und schmeckt vorzüglich, vermeidet Hungergefühl und gibt Inspiration für Zuhause. Für mehr Leichtigkeit.

Ein Resort der:
VAMED VITALITY WORLD | the relaxing way of life

la pura women's health resort kamptal
Hauptplatz 58, A-3571 Gars am Kamp

Jetzt scannen oder persönlich reservieren
T 02985 /2666-742
M reservierung@lapura.at

PARTNER FÜR EINE KARRIERE IM GESUNDHEITSWESEN

Die NÖ Landesgesundheitsagentur bietet mit ihren Kliniken und Pflegezentren Jobs in ganz Niederösterreich.

Foto: Philipp Monihart

Vielseitige Berufs- und Karrierechancen in Niederösterreichs Kliniken und Pflegezentren

28.000 Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter in Kliniken und Pflege-, Betreuungs- und Förderzentren in ganz Niederösterreich sorgen jeden einzelnen Tag dafür, dass die Patientinnen und Patienten sowie Bewohnerinnen und Bewohner auf die beste medizinische und pflegerische Versorgung und Betreuung vertrauen dürfen.

Karriere, Familie und Beruf
Um sie in ihrer verantwortungsvollen Arbeit zu unterstützen, bietet die NÖ Landesgesundheitsagentur zahlreiche Maßnahmen zur bestmöglichen Vereinbarkeit von Familie und Beruf: von Sonderurlaub für die Kindererziehung, dem Angebot an Betriebskindergärten und Ferienbetreuung über flexible Arbeitszeitmodelle, bis hin zu Studien- und Lehrlingsbeihilfen. Vielfältige Karriere- und Aufstiegsmöglichkeiten bieten die Chance zur stetigen Weiterentwicklung innerhalb des Unternehmens. Im Bildungsprogramm der NÖ Landesgesundheitsagentur finden interessierte Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter mehr als 600 Veranstaltungen und mehr als 300 Themen zur persönlichen und fachlichen Weiterbildung.

Vielfältige Karrierechancen im Bereich der Psychiatrie
Psychiaterinnen und Psychiater finden an den Standorten der NÖ LGA besonders vielfältige Einstiegs- und Entwicklungsmöglichkeiten. Wir decken das gesamte Spektrum der Psychiatrie ab:

- Von der Kinder- und Jugend- bis zur Erwachsenenpsychiatrie
- Von der stationären Psychotherapie bis zur psychosozialen Betreuung
- Von Abhängigkeitserkrankungen bis zur Forensischen Psychiatrie
- Vom ambulanten und tagesklinischen bis zum stationären Setting

Dabei fördert die NÖ LGA die Zusammenarbeit im multiprofessionellen, interdisziplinären Team und das Zusammenwirken der unterschiedlichen Berufsgruppen im ärztlichen, pflegerischen, klinisch-psychologischen, sozialen und therapeutischen Bereich. Der Aufbau nachhaltiger Netzwerke inner- und außerhalb der Organisation sowie der fachspezifische Austausch – innerhalb von Österreich und international wird gezielt gefördert.

Ausbildung in der Pflege
An 11 Schulstandorten für Pflegeberufe stehen die Pflegeassistenzberufe, also die Pflegefachassistenz und die Pflegeassistenz, im Mittelpunkt der Ausbildung. Die Diplompflegeausbildung steht als Bachelor-Studium an den drei Fachhochschulen Krems, St. Pölten und Wiener Neustadt zur Verfügung.

Die Schülerinnen und Schüler werden während ihrer gesamten Ausbildung von den Lehrenden und den Expertinnen und Experten in den Kliniken und Pflegezentren auf ihre berufliche Zukunft vorbereitet. Um auf die Anforderungen der Zukunft zu reagieren, werden die Ausbildungsangebote zudem laufend evaluiert und angepasst. Mit dem Gesundheitsberuf „Operationstechnische Assistenz“ (OTA) an der Gesundheits- und Krankenpflegeschule in Horn und der Ausbildung zur Ordinationsassistenz in Neunkirchen bietet die NÖ Landesgesundheitsagentur neue Ausbildungsbereiche für eine Karriere im Gesundheitswesen.
pflegeschulen.noe-lga.at

Regionalisierung der Diplompflegeausbildung
Die Ausbildung an den Fachhochschulen wird dezentraler und wohnortnaher gestaltet.

Kooperationspartner sind die IMC FH Krems sowie die FH St. Pölten. Die FHs bieten nun an den Gesundheits- und Krankenpflegeschulen einen dezentralen Lehrgang an. Im vergangenen Jahr hat man in Mistelbach begonnen. Diese Regionalisierung wird weiter ausgebaut: zukünftig wird es auch Angebote am Bildungscampus Mostviertel in Mauer und in Horn geben. Bewerbungen für den Bildungscampus Mostviertel sind ab sofort möglich.
pflegeschulen.noe-lga.at

Beste Betreuung und Versorgung der Bewohnerinnen und Bewohner in den NÖ Pflegezentren

Lehrlingsausbildung
Auch Lehrlingen bietet die NÖ LGA eine vielseitige Ausbildung in einem zukunftssicheren Umfeld. Angeboten wird diese in den Bereichen:

- Koch/Köchin
- Gastronomiefachfrau/-mann
- Pharmazeutisch-Kaufmännische Assistenz
- Elektrotechnik
- Betriebslogistik
- Bürokauffrau/-mann
- Verwaltungsassistenz
- Informationstechnologie

Ausbildung in der Medizin
Die NÖ Landesgesundheitsagentur setzt bereits während der Ausbildung und davor zahlreiche Maßnahmen, um junge Kolleginnen und Kollegen zu gewinnen. Mit der Aktion „NÖ studiert Medizin“ werden interessierte Maturantinnen und Maturanten auf dem Weg zum Medizin-Studium und darüber hinaus begleitet und unterstützt.
noe-studiert-medizin.at

Für die Absolvierung des Klinisch-Praktischen Jahres bietet die NÖ LGA mit ihren Standorten in ganz Niederösterreich einen zentralen Vorteil. Die Studentinnen und Studenten können ihre gesamte Ausbildung in einem Unternehmen absolvieren und haben einen zugesicherten Ausbildungsvertrag über die gesamte Ausbildungsdauer hinweg und können ihr Wissen an kleinen familiären Standorten, aber auch an Kliniken mit rund 1.000 Betten erwerben. Dabei gibt es zudem die Möglichkeit zur Rotation zwischen den Kliniken.

KarriereCenter
Auf der Job-Plattform „KarriereCenter“ der NÖ Landesgesundheitsagentur gibt es alle Informationen zu offenen Stellen, Bewerbungstipps, Berufsgruppen und -bildern sowie zu den Kliniken, Pflegezentren und zu unseren Ausbildungen. Jedes Jahr informieren sich rund 400.000 Besucherinnen und Besucher via KarriereCenter. Für Praktika ist die Bewerbung jederzeit in jedem Klinikum und jedem NÖ Pflegezentrum der Region für die dort angebotenen Ausbildungen möglich.
karriere.noe-lga.at

LANDES GESUNDHEITS AGENTUR
Gesund und gepflegt. Ein Leben lang

www.landesgesundheitsagentur.at

BEZAHLTE ANZEIGE

NOWHERE LIKE KATZ'S

In Manhattans Lower East Side betreibt Jake Dell in der fünften Generation Katz's Deli – hier wird das wohl berühmteste Pastrami-Sandwich der Welt verkauft. Jedes Jahr pilgern Tausende von Touristen zur Ecke Ludlow und Houston zu dem Restaurant aus dem Film „Harry und Sally", doch auch New Yorker lieben das dick belegte Brisket-Sandwich. Dem jungen Besitzer gelingt eine Gratwanderung zwischen Tradition und Moderne – wie, hat er uns bei einem Besuch erklärt.

Text: Sophie Schimansky
Foto: Sasha Charoensub

„Who's next?" Der Mann mit dem Papierhut und dem „Katz's Deli"-Shirt unter dem Schild „Cutter 3" schaut seinen nächsten Kunden etwas grimmig an. Er ist hinter dem Tresen immer in Bewegung, denn es ist Mittagszeit – der Laden brummt, die Schlangen bei den acht Cuttern sind lang. Den Klassiker will der Kunde, bitte, das Pastrami-Sandwich. Mit einer Fleischgabel pikst der Cutter das Stück gepökeltes Rindfleisch auf, schneidet es mit einem scharfen Messer in dünne Scheiben und stopft es großzügig zwischen zwei Brotscheiben. Das geht schnell und sieht fast ein bisschen lieblos aus, ist aber Kunst. Einige der Cutter machen diesen Job schon seit Jahrzehnten. Der berühmte Arbeitgeber: Katz's Deli auf der Lower East Side in Manhattan, New York City, an der Ecke East Houston (sprich: Hausten) Street und Ludlow.

Katz's ist eine New Yorker Institution. Tische und Stühle stehen dicht an dicht, um den Hunderten von Gästen Raum zu geben, rechts liegt die Theke mit den acht Cuttern. In den großen Fenstern zur Houston Street hängen große gepökelte Würste; die Wände sind mit dunklen Holzpaneelen verkleidet und bedeckt mit gerahmten Fotos – Erinnerungen. Davon gibt es hier jede Menge, zum Beispiel jene an den Dreh der berühmten Szene aus „Harry und Sally", in der Meg Ryan ein Pastrami-Sandwich isst und einen Orgasmus schauspielert.

Was für die Deutschen Pommes und Currywurst ist, ist für den New Yorker sein Pastrami-Sandwich – Pastrami ist besonders lang haltbares Rindfleisch, das in mehreren Arbeitsschritten (Pökeln, Würzen, Räuchern) haltbar gemacht wird. Weit verbreitet ist das New York City Style Pastrami mit der würzigen Pfeffer-und-Koriander-Mischung. „Der Bestseller bei uns", erklärt Deli-Besitzer Jake Dell – dazu gibt's eine Schale eingelegter Gurken.

Es herrscht ein ohrenbetäubendes Grundrauschen von Hunderten von Touristen und New Yorkern, die sich um die einfachen Tische drängeln. An vielen sitzen ganze Familien, dann wiederum speisen einige Gäste alleine, haben sich an den Rand der Halle zurückgezogen, lesen Zeitung oder auf ihrem Smartphone. Das ist das Besondere hier: New Yorker Stammgäste – Wall-Street-Banker, Bauarbeiter und Pensionisten – frequentieren das Lokal ebenso wie Touristen aus aller Welt. An manchen Tagen essen hier 3.000 Menschen. Es hänge aber auch von der Jahreszeit ab, sagt Dell: „Im Januar und Februar sind fast nur New Yorker da, im Dezember sind es fast nur Touristen. Mein 17-Uhr-Publikum an einem Freitag sind New Yorker. Wir New Yorker haben keine Zeit für Quatsch, wir müssen los. Weißt du, was ich meine? ‚Also, let's go. Gib mir mein Sandwich. Ich muss los!'" Dell spricht liebevoll über seine „Fellow New Yorkers", die manchmal völlig zu Unrecht unhöflich genannt werden – sie sind lediglich in Eile in der Stadt, die niemals schläft.

Dell sagt, er habe aber auch Stammgäste aus Übersee, aus Singapur zum Beispiel. Das erklärt den Singsang unterschiedlicher Sprachen im Restaurant. Am Eingang versucht ein Mitarbeiter gestikulierend und rufend den Überblick zu behalten und verteilt kleine lila Billets, auf denen die Bestellung später notiert wird. Man zahlt beim Hinausgehen, und so darf ihm niemand durch-

rutschen. Zur Mittagszeit wird es aber richtig voll – und die Menschen haben Hunger.

Ein sauberer Biss ins Pastrami-Sandwich von Katz's Deli ist gar nicht so einfach, denn das zart geschnittene Fleisch stapelt sich höher als ein Burger. Wer kein Fleisch isst, kann eine Erbsensuppe oder Matzeknödelsuppe essen. Dazu gibt es Cola oder Bier. Katz's ist ein Deli, also eine Mischung aus Delikatessengeschäft, Restaurant und schnellem Mittagstisch, und verkauft Würstchen und Suppen, Pastrami- und Brisket-Sandwiches. Das Besondere: Das Fleisch wird ganz frisch zwischen die Brotscheiben geschnitten.

Die Tradition reicht weit zurück: Zu Beginn des 20. Jahrhunderts lebten in der Lower East Side Millionen neu zugewanderter Familien. Dies und der Mangel an öffentlichen und privaten Verkehrsmitteln führten zu einer soliden Gemeinschaft, sodass Katz's zu einem zentralen Treffpunkt wurde. Freitags versammelte sich die Nachbarschaft, um Würstchen und Bohnen zu essen, eine Katz'sche Tradition. In Katz's Deli treffen sich das Jiddische (Matzoh Ball Soup!) und das alte New York, deswegen klingt und schmeckt so vieles sehr deutsch (Frankfurter!) und gleichzeitig nach der Lower East Side des 19. Jahrhunderts. Das Unternehmen ist seit 1888 in Familienbesitz, wenn auch durch wechselnde Familien.

Jake Dell, gerade Anfang 30, ist die dritte Generation seiner eigenen Familie, die fünfte insgesamt, die den Laden führt. Er geht in der Mittagszeit gerne von Tisch zu Tisch und spricht mit den Gästen: Was ist besonders lecker, wo hakt es? Auch heute macht er seine Runde. Im Gespräch sitzen wir an einem der Tische im Deli, Dell ist jeden Tag hier und immer mittendrin. Im zehnten Jahr ist er nun der Chef; schon seine Kindheit hat er hier verbracht. „Jeden Geburtstag habe ich hier gefeiert", erinnert er sich. „Wenn wenig los war, saßen wir mit meinen Klassenkameraden, etwa zehn oder elf von uns, an einem dieser Tische hier im hinteren Bereich und aßen zu Mittag. Ich hatte hier meine Bar-

Besitzer Jake Dell geht zur MIttagszeit gerne herum und schaut nach den Kunden. „Ich bin der Hüter ihrer persönlichen Katz´ s Geschichten."

Mizwa, als ich 13 war; wir schlossen das Restaurant für diesen Tag. Das hier war die Tanzfläche – der DJ hatte sich gleich da aufgebaut (zeigt auf den Speiseraum, Anm.). Ich bin in diesem Geschäft aufgewachsen. Für mich war es einfach nur ‚das Restaurant'. Es ist der Ort, an dem mein Vater gearbeitet hat, der Ort, an dem mein Großvater gearbeitet hat." Sein Großvater sprach fließend Jiddisch und konnte deshalb auch mit Deutschen und Russen kommunizieren, wenn auch mehr schlecht als recht. „Niemand wusste, dass er kein Deutsch sprach, aber er tat so, als ob, nur mit einem starken Akzent. Trotzdem waren die Leute beeindruckt", sagt Dell und lacht. Diese Erinnerungen kommen ihm jeden Tag wieder neu, wenn er den Laden zu Mittag betritt.

Dass er nun selbst Besitzer und Chef ist, hat er selbst nicht unbedingt so kommen sehen. Er zog als junger Mann nach Boston, wollte Medizin studieren. Dann sah er jemanden in der Cafeteria mit einem Katz's-Deli-T-Shirt. „Ich fragte ihn: ‚Oh, Sie sind aus der Stadt, ja?' Er sagte: ‚Nein, ich bin aus Kentucky.' Und ich sagte: ‚Wie zur Hölle kennen Sie dann mein Restaurant?' Das war ein seltsamer Moment für mich." Es habe etwas gedauert, aber dann sei ihm klar geworden, dass das Deli seiner Familie auf der Lower East Side etwas Magisches habe und „ein ganz besonderer Ort" sei.

„Es ist das Essen, die Atmosphäre und die Nostalgie, die lange Geschichte. Ich habe begonnen zu sehen, wie glücklich die Leute hier sind. Es bedeutet mir viel, Kunden zu treffen und ihre Geschichten zu verstehen. Es gab auch den Moment, in dem ich dachte: ‚Wenn ich es nicht mache, dann wird es Katz's möglicherweise bald nicht mehr geben – und das wäre traurig!' Ich habe die Verpflichtung, dieses Erbe und diesen Ort zu bewahren. Und das nehme ich nicht auf die leichte Schulter. Das ist etwas, was ich tun möchte. Es

Das Pastrami Sandwich ist eine New Yorker Leibspeise.
Es wird oft serviert mit einem Schüsselchen saurer Gurken.

war also eine sehr aktive Entscheidung, diesen Ort zu schützen; und die Geschichten, die mit diesem Ort verbunden sind. Das ist ehrlich gesagt das Schönste an diesem Job: dass jeder eine Geschichte hat. Jeder hat seine eigene Katz's-Geschichte, und jeder möchte mir diese Geschichte erzählen, und ich bin der Hüter dieser Geschichten", erzählt Dell.

Geschichte quillt in Katz's Deli aus jedem Foto an der Wand, leuchtet aus den Original-Neonschildern und tropft aus den Senf- und Ketchupflaschen, die auf jedem Tisch stehen. Während des Zweiten Weltkriegs dienten die drei Söhne der damaligen Besitzer in der Armee, und wie viele Eltern schickten sie ihren Söhnen Essen. Damals wurde der Firmenslogan „Send A Salami To Your Boy In The Army" geboren.

Doch die Geschichte beginnt schon weit vorher. Zwischen 1881 und 1925 wanderten fast drei Millionen Juden in die Vereinigten Staaten ein. Die meisten zogen an die Lower East Side. Dort entstand eine lebhafte Theaterszene. In der Blütezeit gab es mehr als 50 jiddische Theater in New York, in denen Stars jüdisches und nicht jüdisches Publikum bespielten. In dieser Zeit war das Restaurant ständig mit Schauspielern, Sängern und Komödianten aus den vielen Theatern an der 2nd Avenue und dem Nationaltheater in der Houston Street gefüllt. Noch immer hängen alte Fotos aus dieser Zeit an den Wänden des Delis.

1888 gründeten die Iceland-Brüder ein kleines Feinkostgeschäft mit dem Namen Iceland Brothers. 1903 stieß Willy Katz dazu und sie änderten den Namen des Ladens offiziell in Iceland & Katz. Willys Cousin Benny schloss sich ihm 1910 an und kaufte die beiden Brüder raus, um offiziell Katz's Delicatessen zu gründen. Katz's Deli wurde während des Baus der U-Bahn auf die andere Straßenseite an seinen heutigen Standort verlegt. Auf dem leeren Grundstück in der Houston Street wurden Fässer mit Fleisch und Essiggurken gelagert, bis 1946 bis 1949 die heutige Fassade des Geschäfts hinzugefügt wurde.

Harry Tarowsky kaufte sich 1917 in die Partnerschaft ein. Der nächste Besitzerwechsel fand statt, als Willy Katz verstarb und sein Sohn Lenny das Geschäft übernahm. In den späten 1970er-Jahren verstarben sowohl Benny Katz als auch Harry Tarowsky und überließen den Laden Bennys Schwiegersohn Artie Maxstein und Harrys Sohn Izzy Tarowsky.

Mitte der 1980er-Jahre musste die neue Eigentümergeneration jedoch feststellen, dass sie keine eigene Familie hatte, der sie das Geschäft hätte überlassen können. Damals fand der Wechsel zur ersten Dell-Generation statt. Der langjährige Freund und Gastronom Martin Dell, sein Sohn Alan (der Koch und Manager in einem benachbarten Feinkostladen war) und Schwiegersohn Fred Austin traten 1988, zum 100-jährigen Bestehen des Ladens, offiziell in die Partnerschaft ein.

An manchen Tagen speisen hier mehrere tausend Menschen über den Tag verteilt.

Jake Dell stieg Ende 2009 offiziell in das Geschäft ein und ist derzeit für alle Abläufe verantwortlich. Er ehrt die lange Tradition: An den Wänden flimmern Neonschilder aus den 50er-Jahren; teilweise bewerben sie Bier, das gar nicht mehr gebraut wird. Dell hat nur die Toiletten modernisiert, sonst hat er das Restaurant weitestgehend unangetastet gelassen; vor allem aber das Essen: „Das Essen ändert sich nie“, sagt Dell.

Katz’s soll gleich bleiben, eine „Pocket of Tradition“ im sich stets wandelnden New York, sagt Dell. „Was ich an New York liebe, ist, dass es sich ständig verändert und weiterentwickelt. Ich habe mit Ausnahme von vier Jahren mein ganzes Leben hier gelebt, also lebe ich jetzt seit rund 30 Jahren in der Stadt – und ich habe nicht das Gefühl, die ganze Stadt zu kennen. Das ist so reizvoll und aufregend lebendig!“ Das gebe ihm Leben; es solle aber nicht heißen, dass es nicht wichtig sei, dass es auch eine gewisse Tradition gebe. Dell: „Das ist, was wir sind und was wir tun. Wir sind Teil einer Tradition in einem Meer des Wandels. Ich denke, es ist wichtig, diese Traditionen zu bewahren – und dass bestimmte Leute das tun, während andere Leute lustige und kreative, aufregende Dinge tun, um uns weiter voranzutreiben.“

Dell hat trotzdem genug Spielraum gefunden, um Neues zu probieren. Seit der Pandemie liefert Katz’s innerhalb von New York City, bietet Catering an und hat einen kleinen Shop in Brooklyn geöffnet, „ein kleiner Imbiss für Stammgäste. Es ist nur ein ‚Grab and go go‘. Es gibt keine Sitzplätze.“ Typisch New York.

„Business, knock on wood, is good“ – seine Buchhaltung macht Dell teilweise wie früher mit Stift und Papier. Er ist verantwortlich für 200 Mitarbeiter. Katz’s versucht ständig, zu expandieren. Die USA seien ein Markt, den es sich lohne, anzugreifen, sagt Dell, mit mehr als 300 Millionen Einwohnern – das wären 300 Millionen Sandwiches. „Wir sind zwar nicht in der Lage, 300 Millionen Pakete zu verschicken, aber wir werden das schon schaffen. Danach könnte man anfangen, auch internationale Optionen zu erforschen. Kanada haben wir schon geschafft; in der EU gibt es noch Hürden.“

Eine nächste Generation gibt es übrigens auch schon: Dells Tochter Laylam war schon zweimal im Katz’ Deli zu Gast – Jake Dell sagt, sie war etwas überfordert, aber von den Cuttern fasziniert. „Es hat ihr gefallen. Sie wird hier genauso aufwachsen wie ich, Geburtstage feiern und nach der Schule Zeit hier verbringen. Wenn sie hier arbeiten will, toll; wenn nicht, respektiere ich das auch. Sie wird aber jedenfalls ein Teil dieses Ortes sein!“

Jake Dell hat den mehr als 100 Jahre alte Katz´ s Deli vor etwa 10 Jahren übernommen. Das Essen und das Ambiente sind unverändert, aber er expandierte nach Brooklyn und baut einen Lieferdienst auf. Seine Tochter Layla ist die vierte Generation seiner Familie, die in dem Restaurant aufwächst.

BEZAHLTE ANZEIGE

DIE KUNST DES ANKOMMENS

Im Hotel Goldener Berg findet man vieles, das guttut. Vor allem aber findet man sich selbst.

Foto: Hotel Goldener Berg, Bernd Rottmann

Wohfühloase mitten in den Bergen Oberlechs Zurück zu den eigenen Wurzeln, zurück zu unserem wahren Sein.

Visionärin mit Leidenschaft: Gastgeberin Daniela Pfefferkorn steckt voller Ideen.

Auf 1.700 Meter, in Oberlech am Arlberg, liegt das Hotel Goldener Berg. Hier sieht man weit ins Land, spürt Freiheit und Ruhe. Seit 1991 führt Daniela Pfefferkorn das renommierte Haus mit Leidenschaft, stets das große Ganze vor Augen und doch auf Details bedacht.

Sie leiten seit über 30 Jahren das Hotel Goldener Berg. Wie würden Sie das Haus beschreiben?
Der Platz verspricht ein wunderbares Ankommen auf einem hochschwingenden Sonnenplateau, herausgehoben aus dem Alltag. Es ist ein Ort für „Holistic Selfcare“, um bei sich selbst und seinen Wurzeln anzukommen und sich alles Gute zukommen zu lassen, was einem im Moment gerade wichtig ist.

Welche anderen Faktoren machen das typische Wohlgefühl aus, auf das sich Urlauber bei einem Aufenthalt in Ihrem Hotel freuen können?
Die reine Natur um uns, die wunderschönen Ausblicke und die Ruhe, die man ganz oben am Berg erleben kann. Und ein Team, das mit Freude für Menschen da ist. „Alles kann, nichts muss“ ist eine unserer Devisen, eine andere lautet „Alpin Tradition meets Boho Lifestyle“. Wir sind bunt und fröhlich, weltoffen und bieten alles, was dem Gesundsein zuträglich ist.

Sie haben ein einzigartiges Konzept entwickelt, das sich Holistic Selfcare nennt. Worum geht es dabei?
Wir bieten verschiedenste Aspekte des wieder Bei-sich-Ankommens an. Jeder Gast entscheidet selbst, was davon und wieviel davon er in seinen Tag integriert. Es geht dabei um Heilung durch den Körper – mit Bewegung, Yoga, Meditationen, Alpenbaden, sowie gesunder Ernährung aller Art – und durch die Seele: mit Energiemedizin und verschiedensten Anwendungen. Jeder kann sich nur selbst heilen und muss sich um sich selbst kümmern. Wir bieten vieles, was dabei behilflich sein kann.

Zum „Holistic Selfcare“ Programm gehört auch gesunder Genuss. Was verstehen Sie darunter?
Wir bieten basische wie auch vegan-vegetarische und ketogene Gerichte an. Aber auch Genussvolles aus der österreichischen und internationalen Küche steht auf dem Menüplan – alles, was glücklich macht.

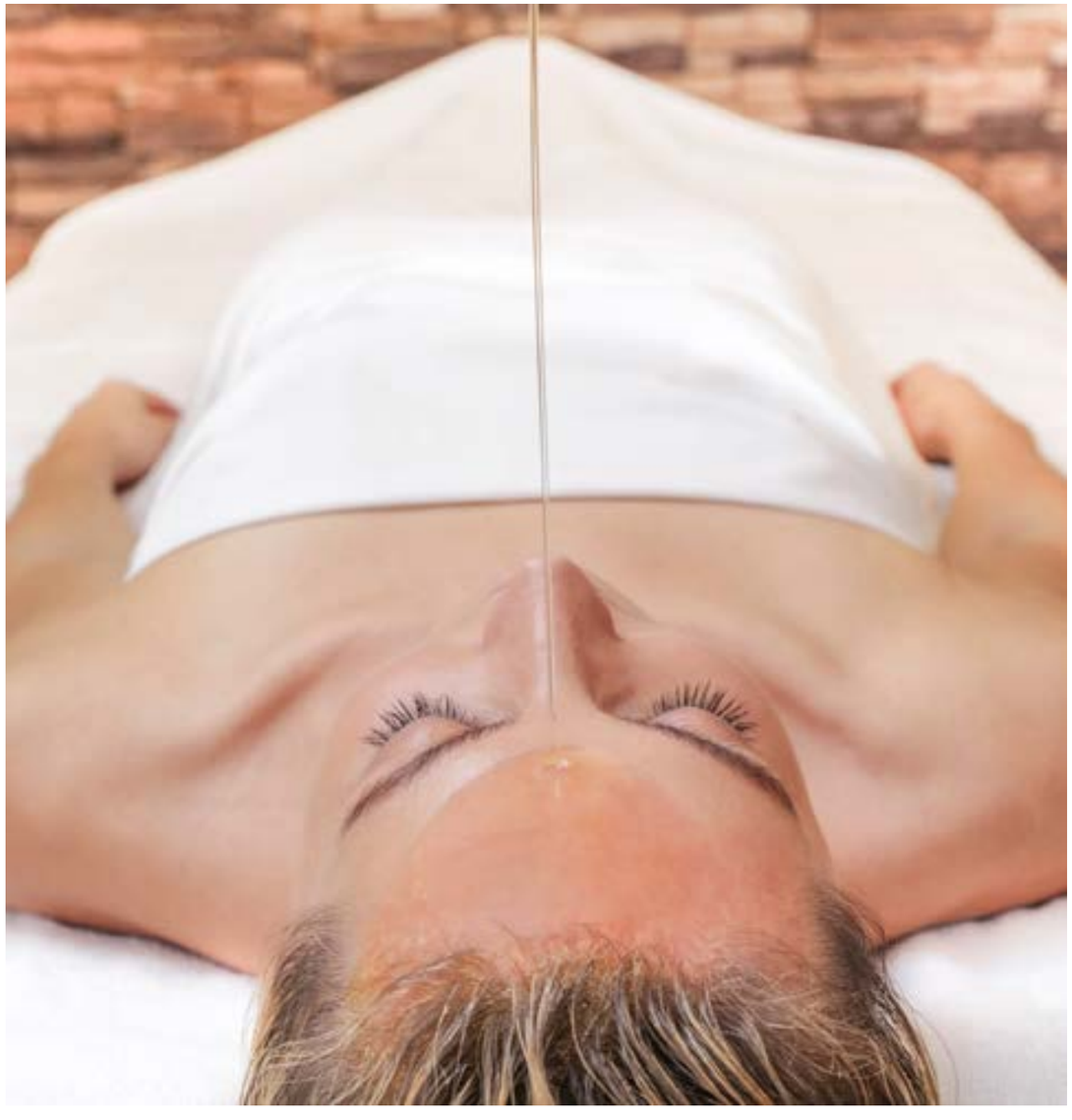
Welche Rolle spielt Nachhaltigkeit im Goldener Berg?
Sie ist mein Herzensanliegen seit jeher. Wir sind gerade dabei, das Eco Siegel zu bekommen. 2018 wurde das Hotel komplett thermisch saniert, im Augenblick optimieren wir die gesamte Technik im Haus. Wir haben in Oberlech ein Bioheizschnitzelwerk gebaut und ein weitläufiges Tunnelsystem errichtet, in dem wir uns im autofreien Winter mit E-Mobilen fortbewegen. Wir versuchen unser Möglichstes auf allen Ebenen - ganz perfekt zu sein, ist mit vielen Mitarbeitenden wahrscheinlich nicht möglich, aber wir bleiben dran.

HOTEL GOLDENER BERG OBERLECH

www.goldenerberg.at

AYURVEDA PUR!

Spezialisiert auf Panchakarma Kuren, ist das Ayurveda Parkschlösschen in Traben-Trarbach an der Mosel seit 1993 der Inbegriff für medizinische und traditionelle Ayurveda-Kuren in Europa.



Fotos: Ayurveda Parkschlösschen

Das Ayurveda Parkschlösschen ist europaweit das einzige inhabergeführte 5-Sterne Detox & Health Resort, das sich ausschließlich auf die ganzheitliche Umsetzung der ayurvedischen Lehre konzentriert. Alle Programme, Behandlungen und Therapien basieren auf den jahrtausendealten Prinzipien der indischen Heilkunst und werden auf jeden Gast individuell zugeschnitten. Inmitten eines 4,5 Hektar großen Parks mit exotischen alten Bäumen ist so ein einzigartiger Rückzugsort entstanden. Im Zentrum der Ayurveda-Kuren steht die ganzheitliche Reinigung, Regeneration und Vermittlung eines gesunden Lebensstils für neue körperliche und geistige Hochform.

Ayurveda pur
Das Herzstück des Ayurveda Parkschlösschens – der Ayurveda-Therapiebereich – bietet den Gästen auf einer Gesamtfläche von 800 m² insgesamt 13 Behandlungs- und elf Einzelruheräume. Der ursprünglichen Interpretation der ayurvedischen Lehre folgend, sind die Behandlungsbereiche nach Geschlechtern getrennt. Zweimal täglich findet zudem ein Hatha-Yoga-Gruppenkurs statt. Neben dem renommierten ayurvedisch medizinischen Bereich steht den Gästen der Wellness-Bereich „Veda Therme“ zur Verfügung. Auf 2.000 m² ist dieses Refugium zugleich Bade- und Saunatempel, Schönheitsoase und Bewegungsbereich. Der Innenpool ist mit dem Wasser der einzigen Thermalquelle an der Mittelmosel gefüllt. In der Saunawelt können sich die Gäste auf Dosha-gerechte Aufgüsse freuen.

Zur Vermittlung des ayurvedischen Lebensstils werden täglich Vorträge über Ayurveda, Yoga, Meditation, Psychologie, Ernährung uvm. angeboten

Aus der Küche des 5-Sterne-Hotels erwartet die Gäste eine raffinierte und variantenreiche Ayurveda Cuisine in Bio Qualität. Naturbelassene Zutaten, aromatische Kräuter und eine kreative Zubereitung bilden das Fundament der vegetarischen – auf Wunsch auch veganen Küche.

Beste Qualität
Umgeben von alten Bäumen, Weinbergen und einem leise rauschenden Bach, begeistert das Ayurveda Parkschlösschen mit 58 hochwertig ausgestatteten Zimmern, die strikt nach den ganzheitlichen Lehren der vedischen Baubiologie gestaltet wurden. Was man hier sicher nicht findet, sind störende Einflüsse durch Elektrosmog und Wasseradern. Dafür fließt aus den Wasserhähnen frisches Thermalwasser in Trinkqualität. Alle verwendeten Massageöle, Kräuterpräparate und Kosmetik- und Pflegeprodukte sind in Bio-Qualität und der hauseigene Shop bietet eine große Auswahl an erstklassigen Ayurveda Produkten.

Heilsames Refugium
Das Parkschlösschen bietet einen einzigartigen Ayurveda Kosmos mit hochwirksamen Gesundheitskonzept, fachlicher Expertise, herzlichstem Service und einem großen Erfahrungsschatz – ein heilsamer Raum für körperliche und geistige Erneuerung.

Ayurveda Parkschlösschen

www.ayurveda-parkschloesschen.de

BEZAHLTE ANZEIGE

EIN START-UP, DAS START-UPS HILFT

Seit 2013 hat Austrian Startups das Ziel, Unternehmertum und Innovation in Österreich zu fördern. Am 3. Mai fand im Atelierhaus der Akademie der bildenden Künste Wien der Austrian Startups Summit statt – das Start-up, das andere Start-ups unterstützt, feierte dabei gleichzeitig sein zehnjähriges Bestehen.

Text: Ekin Deniz Dere
Fotos: Katharina Gossow

Anfang Mai trafen Unternehmer und Investoren beim jährlichen Austrian Startups Summit aufeinander. Die diesjährige Veranstaltung markierte das zehnjährige Bestehen von Austrian Startups, einer Non-Profit-Plattform, die innovatives Unternehmertum in Österreich fördert. Das Treffen bietet ein Setting für die gemeinsame Arbeit an Initiativen und kritische Reflexion, um zusammen an Projekten zu arbeiten und die österreichische Start-up-Szene kritisch zu betrachten und zu analysieren.

Hannah Wundsam, Managing Director des Start-ups, das anderen Start-ups hilft, eröffnete die Veranstaltung mit der Vision, die politische Landschaft des Unternehmertums in Österreich zu verändern. Eine Möglichkeit, dies zu erreichen, sei es, Menschen zu ermutigen, sich untereinander zu vernetzen und von gemeinsamen Gesprächen zu lernen.

Nach Wundsams Eröffnung betrat der ehemalige, vielfach preisgekrönte österreichische Skispringer Gregor Schlierenzauer die Bühne und erinnerte zunächst an den Ratschlag von Niki Lauda, dass man „verstehen sollte, was einen unterscheidet, um zu verstehen, warum man besser ist“ – und fügte hinzu: „Ich bin einzigartig, genau wie jeder von euch hier.“ Letztlich sei das Verständnis für die eigene Einzigartigkeit ein wichtiger Bestandteil für den Erfolg, so der Skiflieger – und das bei sich selbst zu erkennen und dann auch noch erfolgreich zu sein, mache ihn, Schlierenzauer, vor allem anderen sehr dankbar.

Dann ging es zum ersten Kamingespräch – mit Janice Goodenough von Hydrogrid, einem Unternehmen, das automatisierte IoT-Software für Wasserkraftwerke anbietet, und Barbara Sladek von Biome Diagnostics, das sich auf die Verbesserung der Krebsbehandlung durch Mikrobiomprofilierung spezialisiert hat. Beide Unternehmen definieren sich als österreichische Start-ups, die einen

BEZAHLTE ANZEIGE

DIE KLOSTER KITCHEN STORY

Wie der Unternehmer Mario Fürst aus einem Souvenir vom Wörthersee ein Getränke-Scale-up mit über 40 Mitarbeitern aufbaute. Das ist die Geschichte des Ingwer Shot Originals mit den Ingwerstückchen.

Foto: Kloster Kitchen

Es geschah während eines Urlaubs am Wörthersee: Mario Fürst probierte nach einer Mountainbike-Tour ein Bauernmarkt-Mitbringsel in einem Shot Glas. Es basierte auf einer überlieferten Klosterrezeptur. „Der Geschmack war einzigartig und das Mundgefühl mit den Ingwerstückchen faszinierte mich“, erinnert sich der Unternehmer. Begeistert nahm er drei Flaschen des Ingwergetränks mit nach Hause. Das Feedback bei der Verkostung mit Freunden war phänomenal. Die Frage war: Wo bekommen wir mehr davon? Und so begann 2015 die Kloster Kitchen Story. Fürst stellte sich der Herausforderung und überführte die aufwendige Handarbeit in die skalierbare Produktion.

Das Gebindekonzept in Echtglas überzeugt dadurch, dass es klar und für den Verbraucher nachvollziehbar aufgebaut ist.

Mario Fürst ist Founder & CEO von Kloster Kitchen.

Ingwer Shots – keine Saftmischung

Das Herzstück der Ingwer Shots sind bis heute die Ingwerstückchen wie in der Rezeptur aus der Klosterküche. Das Verarbeitungsverfahren dafür hat der Getränkehersteller aus dem Nürnberger Land selbst entwickelt. Denn in der Industrie gab und gibt es niemanden, der den Ingwer in dieser Qualität und in dieser Form zuliefern kann. Ingwerknollen sind schwer zu schälen und zu zerkleinern, ohne dass die Fasern im Getränk stören. Dank der Stückchen bleiben die wertvollen Wirkstoffe und Spurenelemente bestmöglich erhalten und sorgen für ein einzigartiges Geschmackserlebnis. Kloster Kitchen verwendet weder Farb- und Konservierungsstoffe noch künstliche Aromen für seine Shots. Produziert wird in Bio-Qualität und vegan. Neben dem Ingwer Shot Classic gibt es die Geschmacksrichtungen Kurkuma, Granatapfel und Ananas. Das Scale-up verkauft seine Ingwer Shots in drei Flaschengrößen basierend auf der Empfehlung: „Jeden Tag einen Shot“ (30 ml). Es gibt den 1SHOT, die 2SHOTS und mit der 12SHOTS-Flasche den idealen Vorrat für zu Hause.

48 Millionen Shot Portionen später

Von Anfang an setzte das Scale-up auf eine Multichannel-Strategie. Der Konsument soll die Ingwer Shots dort finden, wo er sie erwartet – ob das beim Bäcker, in der Hotellerie oder im Onlineshop ist. Strategische Kooperationen im B2B-Bereich werden konsequent ausgebaut. In Deutschland, Österreich und in der Schweiz sind die Produkte im Lebensmitteleinzelhandel, im Großhandel (Metro), in Biomärkten, in Drogerien und bei Amazon zu finden. Gerade in den vergangenen drei Jahren war das Wachstum im eigenen Onlineshop Rückhalt und Ansporn zugleich, weiterzumachen. Denn nicht nur die Corona-Pandemie auch der zeitweilige Ein- und Ausstieg der Eckes-Granini Group stellte das Unternehmen auf die Probe, die es mit Bravour bestand. Dank seines starken Markenkerns und eines überragenden Teamspirits wächst Kloster Kitchen weiter – auf allen Kanälen.

KLOSTER KITCHEN

www.klosterkitchen.com

Beitrag zum Wandel in den Bereichen Energie, Technologie und Gesundheit leisten wollen.

Goodenough und Sladek diskutierten den Wandel der Investitionslandschaft im Kontext ihrer jeweiligen Start-ups. Goodenough betonte, wie wichtig es sei, ständig nach Verbesserungen zu streben, da die Zufriedenheit mit dem gegenwärtigen Zustand des eigenen Start-ups Fortschritt und Exzellenz behindern könne.

Es folgte ein nächstes Kamingespräch mit Domagoj Dolinsek von Planradar (eine B2B-Software-as-a-Service), Petra Dobrocka von Byrd (ein technologieorientiertes Logistik- und Fulfillment-Unternehmen), Christian Trummer von Bitpanda (Kryptowährungsbörse und Investmentplattform) und Sebastian De Ro von Magic (ein junges Start-up, das Software baut, die Software baut).

Parallel zur Hauptveranstaltung fanden die Masterclasses statt, in denen Expertinnen und Experten ihre Erkenntnisse zu bestimmten Themen teilten. Hier waren der österreichische Fußballprofi Christoph Monschein und Normann Lindner von Line 2 Innovation und der Minted OG beteiligt. Auf der Hauptbühne wurden Themen rund um die Bedeutung von Kontext, Zeitgeist, Glück, Komplexität und KI diskutiert.

Ein Vortrag, der das Publikum unter anderem am meisten ansprach, war jener von Sebastian De Ro und Christian Trummer, da er sich um ein aktuelles Thema drehte: künstliche Intelligenz. Nach Themen wie „Vertrauenswürdige KI und Verantwortung in der KI-Entwicklung“ ging es um den unbefriedigenden Zustand der österreichischen Start-up-Szene. Sebastian De Ro hob das risikoscheue Finanzierungsumfeld in Europa als nachteilig hervor, gepaart mit den unglaublich hohen Kosten für das Training von KI-Modellen, die im zweistelligen Millionen-US-$-Bereich liegen.

Die risikoscheue Kultur und der hohe Regulierungsgrad, der zu bürokratischen Hürden führe,

Hannah Wundsam, Managing Director von Austrian Startups, eröffnete den Summit, der gleichzeitig das zehnjährige Bestehen des Unternehmens feierte.

sowie die geringe Marktgröße gehörten zu den hervorstechendsten Diskussionsthemen des Tages. Doch so klein der österreichische Markt auch ist: Es gibt Bemühungen, das Start-up-Ökosystem zu verbessern, Unternehmertum und Innovation im Land zu fördern. Laut dem Austrian Startup Monitor (ASM) erzielen immer mehr österreichische Start-ups einen Jahresumsatz von mehr als 1 Mio. €. Seit 2018 ist diese Zahl schrittweise um drei Prozentpunkte gestiegen. In der ASM-Umfrage wurden Start-ups, die eine Risikokapitalfinanzierung erhalten haben, nach der Bewertung ihres Unternehmens in der letzten Finanzierungsrunde gefragt – die Ergebnisse zeigen einen kontinuierlichen Anstieg der Bewertungen von mehr als 5 Mio. € seit 2019.

Es herrschte also Konsens darüber, dass in Österreich Investmentfonds nicht im Überfluss vorhanden sind. Das letzte Gespräch (mit Julia Kruslin von Beatvest und Maximilian Tayenthal von N26) verdeutlichte jedoch, wie wichtig es ist, den eigenen Weg zu gehen – der nicht unbedingt mit dem Weg des Gelds übereinstimmen muss. Tayenthal formulierte den Kern dieser Idee so: „Man sollte nicht dem Geld hinterher-, sondern ihm entgegenlaufen.“

Gegen Ende des Summits gab es eine Keynote von Martin Moder, österreichischer Autor, einen Pitch-Wettbewerb und einen Podcast mit Lisa-Marie Fassl (Co-Founder Female Founders), Oliver Holle (Co-Founder, CEO und Managing Partner Speedinvest), Markus Raunig (Chairman Austrian Startups) und Daniel Cronin (Co-Founder und Member of the Board Austrian Startups). Das Event endete mit Raunig und Wundsam, die über das nächste Kapitel sprachen – bevor bis nach Mitternacht gefeiert wurde.

BEZAHLTE ANZEIGE

DIE NATUR DER DOLOMITEN - GENUSSURLAUB IM LEADING GREEN HOTEL

Einmal ausatmen. Den Blick über die mächtig thronenden Felsen des Haunold schweifen lassen, die Kraft des Waldes im Rücken spüren.

Foto: Bureau Rabensteiner

Egal, was unser Leben im Alltag bestimmt, bei uns gibt die Natur den Ton an. Deshalb besinnen wir uns auf das Beste, das die Region zu bieten hat und verbinden es mit ausgesuchtem Luxus. Unser nachhaltiges und energiepositives Hotel liegt an einem sonnigen Hang oberhalb der Ortschaft Innichen in Südtirols Osten und ist ein optimaler Ausgangspunkt für erlebnisreiche Wanderungen und Touren.

Der Genuss wird im Naturhotel Leitlhof großgeschrieben.
Wenn Küchenchef Markus Auer und sein Team das machen, was sie am besten können, dann kommt zusammen, was zusammengehört: Erfahrung am Herd und Lust an Innovationen, Respekt für Lebensmittel und regionale Produkte, hungrige Gäste und raffinierte Gerichte. Viele der Zutaten stammen sogar aus dem hoteleigenen Garten oder von unserem Bauernhof, dem Mühlhof: frisches Gemüse, duftende Kräuter und bestes Rindfleisch aus eigener Züchtung - das ist Genuss pur!
Natürlich darf auch die Entspannung nicht zu kurz kommen. Für Wohlbefinden im Alpin-Spa sorgen Innen- und Außenpools mit Panoramasicht, Saunawelt sowie das Beautycenter.

Wir würden uns freuen, wenn Sie sich eine kleine Auszeit gönnen und unseren Leitlhof besuchen.

Mike Rabensteiner

LEITLHOF · DOLOMITEN · DREI ZINNEN

www.leitlhof.com

BEZAHLTE ANZEIGE

GUT AUSSEHEN – MIR DOCH EGAL!

Dozent Dr. Georg Huemer ist einer der bekanntesten und beliebtesten plastische Chirurgen Österreichs. Sein Credo ist es, durch sein chirurgisches Können seinen Patienten zu mehr Selbstbewusstsein zu verhelfen.

Foto: Salih Alagic von hochundquerformat

Dr. Huemer ist mit Herz & Seele plastischer Chirurg – das spüren auch seine Patienten!

Das Thema Schönheit ist allgegenwärtig und lässt niemanden kalt. Schönheitsbehandlungen und ästhetische Chirurgie sind mit vielen Vorurteilen behaftet. Mittlerweile gibt es genügend wissenschaftliche Studien, die belegen, dass bestimmte schönheitschirurgische Eingriffe den gleichen positiven Effekt auf die Gesundheit haben, wie manche medizinisch notwendigen Operationen und es andererseits schöne, gepflegte Menschen im beruflichen Umfeld leichter haben. Diese Umstände haben geradezu zu einem Boom an Anbietern im schönheitschirurgischen Sektor geführt. Nur ein erfahrener plastischer Chirurg mit hervorragenden chirurgischen Fähigkeiten garantiert die größtmögliche Patientensicherheit und das bestmögliche Ergebnis!

Somit ist die Auswahl des Arztes von entscheidender Bedeutung! Leider recherchieren die Patienten erst im Nachhinein dann sehr genau, wenn der erste Eingriff nicht das gewünschte Ergebnis brachte und sie jemanden suchen, der dies korrigieren soll.

Dozent Dr. Huemer ist nicht nur bei seinen Patienten, sondern auch bei seinen Kollegen für sein Können und Wirken hochangesehen. Er absolvierte seine Facharztausbildung in Innsbruck und Linz. Nach einem Forschungsaufenthalt an der renommierten Mayo Clinic in den USA erlangte er bereits im Alter von 32 Jahren die Dozentur für Plastische Chirurgie – bis heute ist er der Jüngste in Österreich, der dies zu Wege brachte.

Auch baute er die Abteilung für plastische, ästhetische und rekonstruktive Chirurgie am Kepler Universitätsklinikum in Linz auf, wo er zahlreiche jüngere Kollegen ausbildete. Darüber hinaus pilgerten über viele Jahre unzählige Fachkollegen zu seinen Operationskursen über Brustchirurgie, Fettabsaugung oder Straffungsoperationen. Viele seiner Operationstechniken sind wegweisend in der plastischen Chirurgie, worüber weit mehr als 100 wissenschaftliche Publikationen Zeugnis ablegen.

Nachdem Dr. Huemer jahrelang in der wiederherstellenden Chirurgie durch seine Expertise unzähligen Patienten zu mehr Lebensqualität verhalf, wandte er sich ausschließlich seiner großen Leidenschaft zu - der ästhetischen Chirurgie. Auch in diesem Bereich zeigt Dr. Huemer den gleichen Enthusiasmus und Liebe zum Detail wie in seiner bisherigen Laufbahn. Durch seine profunde Erfahrung und exzellente Operationstechnik wurde er rasch über die Grenzen Österreichs bekannt für seine Ergebnisse, wie sein Instagram Account bildgewaltig belegt.

Für Dr. Huemer ist nur ein perfektes postoperatives Ergebnis und damit verbunden hundertprozentig zufriedener Patient akzeptabel! Dr. Georg Huemer ist auf gesichtschirurgische Eingriffe, Brust und körperformende Eingriffe spezialisiert.

Ästhetische Brustchirurgie
Mehr als die Hälfte seiner operativen Eingriffe umfassen Operationen der weiblichen Brust. Hier kommt im unter anderem sein profundes Wissen in der rekonstruktiven Brustchirugie zu Gute. Er entwickelte eine spezielle Technik der Brustverkleinerung und Bruststraffung, bei der er das eigene Brustgewebe wie eine Art körpereigenes Implantat geformt wird. Das Resultat ist eine Brustform, die sonst nur mit einem Brustimplantat erzielbar ist. Aufgrund seiner Erfahrung und Ergebnisse ist Dr. Huemer auch ein gefragter Redner und Partner von verschiedenen Implantatfirmen.

Körperformende Eingriffe
Bauchstraffung alleine war gestern! Heute ist es vor allem die Kombination aus intensiver Fettabsaugung mit Straffung der Haut, die zu einem sportlichen und „gestählten“ Look führt. Obwohl diese Technik ursprünglich aus Südamerika kam, wird heute Dr. Huemer als Vortragender zum brasilianischen Kongress eingeladen, um über seine Ergebnisse zu berichten. Auch bei der Fettabsaugung ist er ein Pionier – seit über 10 Jahren verwendet er die revolutionäre VASER-Technik, die heute noch immer als state-of-the-art in der Liposuktion angesehen wird.

Nasenkorrektur
Die operative Korrektur der Nasenform ist eine der Spezialgebiete von Dr. Huemer im Gesichtsbereich. Seine schonende Operationstechnik gepaart mit den neuesten Erkenntnissen in der Nasenchirurgie ermöglichen ihm spektakuläre Ergebnisse, die ihn als gefragte Anlaufstelle für Influencerinnen und Models machen.

Facelift
Die Gesichtsstraffung – auch als Königsdisziplin in der ästhetischen Gesichtschirurgie angesehen – ist Dr. Huemer ein ganz besonderes Anliegen. Durch das sogenannte extended deep-plane Facelift lassen sich Resultate erzielen, die das Facelift in ein ganz neues Licht rücken. In Zeiten, wo scheinbar nur noch immer mehr Hyaluronsäure für den Alterungsprozess im Gesicht als Lösung scheint, können hierbei dramatische Ergebnisse mit kaum sichtbaren Narben erzielt werden. Die Angst, dass hierbei das Gesicht anders und operiert nach der Operation erscheint, ist dank der neuen Technik völlig unbegründet!

Dr. Georg Huemer’s Philosophie

Falls Sie sich dazu entschließen, einen ästhetischen Eingriff machen zu lassen, ist die Wahl des plastischen Chirurgen der Schlüssel zu Ihrem perfekten Ergebnis. Eine Schönheitsoperation ist kein Massenprodukt, wo nur der Preis zählt.

Da es sich um Ihren Körper handelt, gilt es gut zu recherchieren und im besten Fall auf Empfehlungen aus dem Bekanntenkreis zu hören. Hier zahlt es sich auf jeden Fall aus, auch einmal einen weiteren Weg oder höhere Kosten auf sich zu nehmen – immerhin ist es ja Ihr Körper, um den es geht!

DOZ. DR. GEORG HUEMER, MBA
Ästhetische Chirurgie

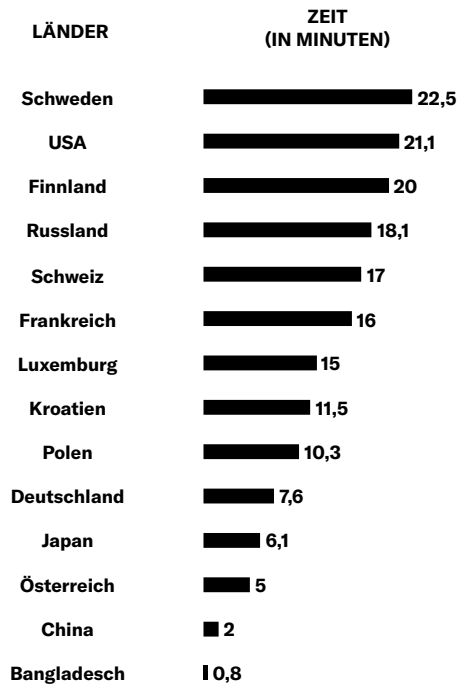
Linz / Wels – Österreich
www.drhuemer.com
office@drhuemer.com
drhuemer

WAS KOSTET DIE GESUNDHEIT?

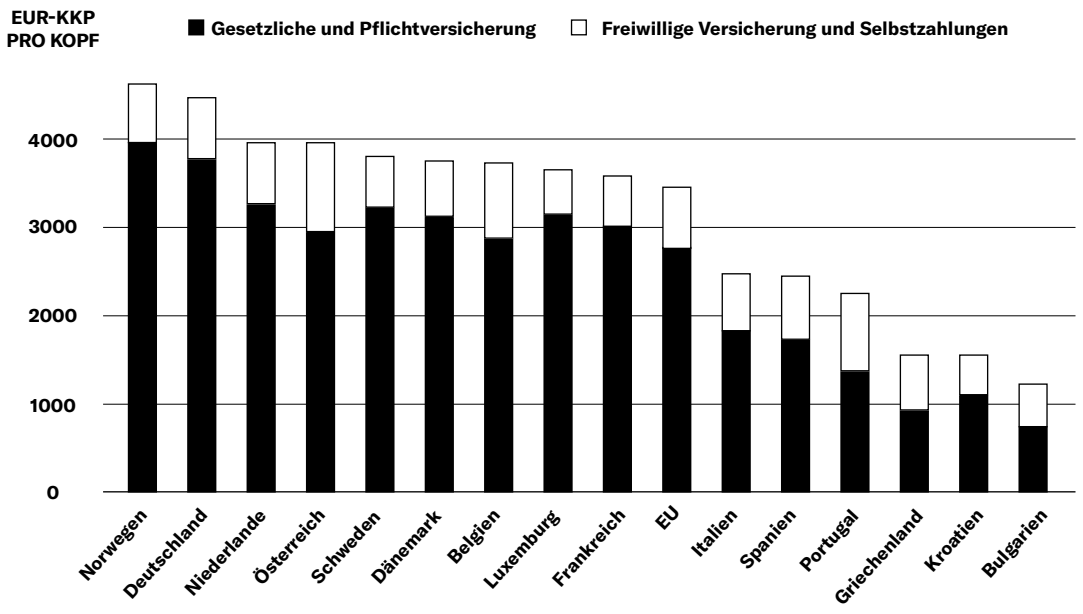
DIE WELTWEIT AM ÖFTESTEN GEGOOGELTEN SYMPTOME EINER KRANKHEIT (PRO MONAT, 2022–2023)

RANG	SYMPTOME	SUCHANFRAGEN (MONATLICH)
1	Durchfall	1.088.970
2	Angststörungen	893.660
3	Vertigo	738.800
4	Migräne	713.430
5	Schlaflosigkeit	662.410
6	Halsschmerzen	616.980
7	Verstopfung	601.360
8	Kopfschmerzen	507.460
9	Fieber	486.510
10	Sodbrennen	456.490

SO VIEL ZEIT NEHMEN SICH ÄRZTE IM SCHNITT FÜR IHRE PATIENTEN



GESUNDHEITSAUSGABEN IN EUROPÄISCHEN STAATEN



Datenrecherche: Anika Fallnbügl
Infografik: Emin Hamdi
Quellen: gesundheit.com, bmj.com, health.ec.europa.eu

Gefährliche Partikel

Immer mehr Forschungsergebnisse zeigen, dass Mikroplastik eines der größten Umweltprobleme unserer Zeit ist. Selbst im Schnee der Antarktis und am tiefsten Punkt des Ozeans konnten Forschende die kleinen Partikel nachweisen. Wie aber wirkt Mikroplastik auf den Menschen? Die Wissenschaft steht hier noch am Anfang, Langzeitstudien gibt es nicht. Wir wissen aber schon genug. Klar ist: Es ist Zeit, zu handeln. Mikroplastik ist in unseren Lebensmitteln, es befindet sich in der Luft, die wir atmen, und im Wasser, das wir trinken. Mikroplastik findet sich längst im menschlichen Blutkreislauf, in unserem Gewebe und sogar in Plazenta und Muttermilch. Dabei steigt die Konzentration, der wir ausgesetzt sind, stetig.

Untersuchungen an Tieren zeigen, dass Mikroplastik die Blut-Hirn-Schranke passiert und nachweislich zu Reproduktionsstörungen und Entwicklungs- sowie Wachstumsstörungen führt. In Labortests hat sich auch herausgestellt, dass Mikroplastik menschliche Zellen schädigt; beispielsweise kann es in unserem Körper chronische Entzündungen auslösen. Diese beeinträchtigen dann unser Immunsystem und sind Ursache vieler Zivilisationskrankheiten wie Allergien, Alzheimer oder Herz-Kreislauf-Erkrankungen.

Einerseits steht die Forschung zu den Auswirkungen der Mikroplastikverschmutzung noch weitgehend am Anfang, andererseits wissen wir genau, wo das Mikroplastik herkommt – und was wir dagegen tun können. Unter anderem begegnen uns die feinen Partikel und Fasern jeden Tag im Haushalt und am Arbeitsplatz. In der Küche beispielsweise löst sich Mikroplastik aus Spülschwämmen oder Pfannen, und bei jedem Waschgang verliert unsere synthetische Kleidung Plastikfasern. Selbst Wasch- und Reinigungsmittel können flüssiges und festes Plastik beinhalten. Wir atmen täglich Plastikstaub ein und entsorgen ihn mit dem Putzwasser – in unser Wassersystem.

Unsere Kläranlagen können nicht vollständig verhindern, dass Mikroplastik in die Natur gelangt. Es bahnt sich den Weg ins Meer, zieht unterwegs weitere Giftstoffe an und wird von Meeresbewohnern und anderen Lebewesen aufgenommen. So kommt es schließlich zu uns zurück – als Fischfilet auf unserem Teller.

Auch wenn es auf den ersten Blick so scheint, sind wir keineswegs machtlos gegen Mikroplastik. Mit einfachen Hilfsmitteln können wir schon im Alltag eine Menge beitragen, um Mikroplastik zu filtern oder es gar nicht erst entstehen zu lassen. Bestes Beispiel sind der Guppyfriend-Waschbeutel, der externe Waschmaschinenfilter oder der Eimerfilter.

Mit neuem Wissen und besseren Routinen reduzieren wir gemeinsam die Belastung durch Mikroplastik in unserer unmittelbaren Umgebung und halten Schadstoffe von uns und der Natur fern. So verringern wir unseren Fußabdruck in Sachen Mikroplastik deutlich – und schützen damit aktiv unsere Umwelt, unser Klima und unsere Gesundheit. Denn die Formel gegen Mikroplastik ist ganz einfach: Filtern und vermeiden, bevor es entsteht.

Alexander Nolte und Oliver Spies sind die Gründer des Labels Langbrett. Sie stellen lokal und fair kompromisslos nachhaltige Kleidung und Schuhe in geschlossenen Materialkreisläufen her. Mit der Marke Guppyfriend entwickeln sie Produkte, die die Mikroplastikverschmutzung drastisch reduzieren. Lösungen wie der Guppyfriend-Waschbeutel und Filter für Waschmaschinen, der Eimerfilter für Hausstaub und Putzwasser oder Filteranlagen für Sportplätze sind einfach in den Alltag zu integrieren und helfen, über die Auswirkungen der Mikroplastik-Flut aufzuklären. www.guppyfriend.com

PRIORITÄT: PSYCHISCHES WOHLBEFINDEN

OpenUp, ein Unternehmen für psychisches Wohlbefinden, hat sich bei seiner jüngsten Serie-A-Finanzierung 25 Mio. US-$ gesichert. Mit einer Onlineplattform, die Beratungen in mehr als 22 Sprachen anbietet, modernisiert das Unternehmen die Unterstützung der psychischen Gesundheit für Organisationen. Die Vision ist ein Arbeitsplatz, an dem das psychische Wohlbefinden im Vordergrund steht und hochwertige präventive Lösungen ohne Hindernisse wie komplexe Schulungen oder lange Wartezeiten angeboten werden.

Text: Ekin Deniz Dere
Foto: Beigestellt

Wie kam es zur Gründung von OpenUp?
Gijs Coppens (Founder, CEO): Ich war als Ingenieur der TU Delft an der Spitze eines innovativen Glühbirnenunternehmens in Asien und bemerkte da eine Wissenslücke, wenn es darum geht, was hilfreich ist, um das Geschäft voranzutreiben, und was die Menschen über Psychologie wissen. Diese Neugierde führte mich zurück in die Niederlande, wo ich in Tilburg und Amsterdam das Studium der klinischen Psychologie aufnahm. Als klinischer Psychologe erkannte ich, dass viele Probleme von Klienten durch frühzeitige Betreuung hätten verhindert werden können – das inspirierte mich zur Idee von OpenUp, präventive psychologische Unterstützung zugänglich zu machen und damit Leben zu verändern. Die Pandemie hat unser Bedürfnis nach Selbstbeobachtung und digitalen Lösungen noch deutlicher gemacht und OpenUp auf eine neue Flughöhe gebracht.

Welche Veränderungen beobachten Sie in Bezug auf die Anerkennung der Relevanz des psychischen Wohlbefindens am Arbeitsplatz?
G.C.: Die Pandemie war ein beispielloser Weckruf, der uns dazu zwang, unsere Prioritäten neu zu bewerten. Das psychische Wohlbefinden erfährt immer mehr Aufmerksamkeit, wobei der Einzelne für sich selbst bestimmt, wie eine ausgewogene Work-Life-Balance erreicht wird, und gleichzeitig anerkennen Unternehmen die Auswirkungen des psychischen Wohlbefindens ihrer Mitarbeiter auf die Produktivität. Arbeitsaufgaben und psychisches Wohlbefinden müssen bei allen Mitarbeitern in Balance sein, damit das Unternehmen effektiv vorankommt. Wenn man in einem Bereich Topleistungen erbringt, den anderen aber vernachlässigt, führt dies zu einem Ungleichgewicht. Diese Erkenntnis führt wiederum dazu, dass Lösungen für das psychische Wohlbefinden immer dringlicher werden, da die Unternehmen erkennen, dass die Kosten für Burn-out und Fehlzeiten höher sind als die Präventivmaßnahmen dagegen. Das Wohlbefinden der Mitarbeiter steht also ganz oben auf der Agenda der Personalabteilungen; und inmitten einer sich wandelnden Unternehmenslandschaft gewinnt das psychische Wohlbefinden an Bedeutung.

Wie unterscheidet sich OpenUps Ansatz von ähnlich motivierten Unternehmen?
G.C.: Wir erkennen die Besonderheit jedes Einzelnen und jeder Organisation an. Wir gehen auf diese Vielfalt ein, indem wir eine umfassende 360-Grad-Lösung anbieten, die auf die unterschiedlichsten Bedürfnisse zugeschnitten ist. Ob Einzel- oder Gruppensitzungen mit einem Psychologen, Masterclasses oder selbstgesteuerte Lernprogramme: Wir haben Optionen für alle. Dieser personalisierte Ansatz gilt für alle Unternehmen, von Einzelhandelsriesen bis hin zu jungen Tech-Start-ups. Wir bringen ‚High Tech' und ‚High Touch' in Einklang, weil wir an beides glauben – an Technologie und an Menschen, die sich für andere engagieren. Wir wollen ein innovatives und digitales Unternehmen sein, das seinen einfühlsamen, menschlichen Kern nicht aus den Augen verliert.

Könnten Sie diese Kombination aus Hightech-Lösungen und menschlicher Komponente näher erläutern?
Anne-Marie Andric, CHRO: Dieses einzigartige Gleichgewicht ermöglicht es uns, umfassende Unterstützung für das psychische Wohlbefinden zu bieten, die sowohl allgemein zugänglich als auch persönlich ist. Es erhöht nicht nur die Effektivität unserer Dienstleistungen, sondern macht sie auch anpassungsfähig an die sich entwickelnden Bedürfnisse der Organisationen und Personen, denen wir dienen. Und die bewusste menschliche Note sorgt dafür, dass unsere Dienstleistungen mit Wärme, Einfühlungsvermögen und Respekt für die individuellen Erfahrungen erbracht werden.

Wie stellen Sie sicher, dass Ihre Dienstleistungen bei den Mitarbeitern der Organisationen, mit denen Sie strategische Partnerschaften eingehen, Anklang finden?
A.A.: Wir verfolgen gesellschaftliche Trends und erstellen auf der Grundlage dieser Erkenntnisse relevante Inhalte, die sich an den raschen Wandel anpassen. Der kontinuierliche Dialog mit unseren Kunden ist in der DNA unseres Unternehmens verankert, damit wir mit ihnen wachsen und auf ihre sich wandelnden Bedürfnisse eingehen können. Wir wissen, dass unterschiedliche Personen und Unternehmenskulturen ein individuelles Engagement erfordern. Ganz gleich, ob es sich um den Kontakt zu den Mitarbeitern von Decathlon oder zu den Beratern von KPMG handelt: Wir bieten maßgeschneiderte Lösungen, die den individuellen Bedürfnissen jedes Einzelnen gerecht werden.

Und wie stellt OpenUp die Zugänglichkeit seiner Dienstleistungen für Mitarbeiter mit unterschiedlichem Hintergrund sicher?
A.A.: Unsere Mission bei OpenUp ist der universelle Zugang zu psychischem Wohlbefinden; wir legen Wert auf Vielfalt und gehen auf unterschiedliche Hintergründe ein. Unsere benutzerfreundliche Plattform bietet einfachen Zugang zu personalisierten Diensten in über 22 Sprachen und gewährleistet gleichzeitig den Schutz der Privatsphäre. Die Mitarbeiter können vertraulich auf unsere Dienste zugreifen, ohne jemanden in ihrem Unternehmen zu informieren.

Was sind Ihre unmittelbaren Zukunftspläne?
G.C.: Wir haben die einmalige Chance, Millionen von Menschenleben zu beeinflussen, indem wir zum europäischen Marktführer werden. Wir sehen einen Wandel, bei dem traditionelle Industrien und größere Organisationen Wohlbefindenslösungen wie die unseren annehmen, was unseren potenziellen Einfluss vergrößert. Im Zuge unserer Expansion wollen wir mehr Sprachen anbieten, neue Märkte erschließen und die Zugänglichkeit für unterschiedliche Bevölkerungsgruppen sicherstellen. Unser ehrgeiziger Fahrplan sieht die Einführung einer eigenen App vor, die den Nutzern unsere Dienste näherbringt. Unsere treibende Kraft ist die Überzeugung, dass psychisches Wohlbefinden ein allgemein zugängliches Recht und kein Privileg sein sollte.

Anne-Marie Andric ist eine erfahrene HR-Führungskraft und Interim Chief Human Resource Officer von OpenUp. Gijs Coppens ist Innovationsingenieur, klinischer Psychologe, Gründer und CEO von OpenUp und Gründer von iPractice. interaktive psychologische Behandlungen anbietet.

BEZAHLTE ANZEIGE

INTUBATION OHNE KOMPLIKATION

Die Intubation ist ein Prozess, der bei medizinischen Eingriffen häufig vorkommt, dafür jedoch schwierig ist – besonders dann, wenn er nicht im Spital, sondern etwa direkt am Unfallort durchgeführt werden muss. Mit seinem Start-up AI Endoscopic forscht Philippe Ganz an einem Produkt, das die Intubation einfacher und schneller machen soll.

Text: Erik Fleischmann
Fotos: Leonard Bauersfeld

Es passiert zu schnell: Der Fahrer ist nur einen Augenblick abgelenkt, und schon kracht er ins andere Auto. Die Rettungssanitäter sind schnell vor Ort, doch jede Minute zählt – einer der wichtigsten Prozesse ist es, sicherzustellen, dass der Patient Luft bekommt. Dabei kann es vorkommen, dass die Einsatzkräfte ihn intubieren (also einen Schlauch in die Luftröhre einführen) und künstlich beatmen müssen. Geht das im Spital relativ einfach, ist es am Unfallort oft schwierig: Meist herrscht Chaos, und Rettungssanitätern fehlt beim Intubieren häufig die Übung. In den USA sind sie nur bis zu fünfmal im Jahr gezwungen, den Prozess durchzuführen, schätzt Philippe Ganz – sein Medtech-Start-up AI Endoscopic möchte mithilfe von AI die Intubation vereinfachen.

Derzeit entwickelt AI Endoscopic zwei Produkte, die medizinischem Personal bei einer Intubation assistieren sollen. Eine solche läuft ungefähr so ab: Mit dem sogenannten Laryngoskop legt der Arzt oder Sanitäter den Weg zur Luftröhre frei und führt dann den Schlauch zur Beatmung ein, der in Fachsprache Endotrachealtubus heißt. Am Laryngoskop ist eine Kamera angebracht, damit der Arzt sich im Rachen des Patienten besser zurechtfinden kann. Hier kommt „LarynGuide“, AI Endoscopics erstes Produkt, ins Spiel: „Ähnlich wie bei einem Einparkassistenten zeigt ‚LarynGuide‘ dem Arzt, in welche Richtung er das Laryngoskop bewegen muss, um in die Luftröhre zu finden“, erklärt Ganz. Das soll den Prozess beschleunigen und vereinfachen. Mit intuBot, aiEndoscopics zweitem Produkt, soll der Anwender bloß noch per Knopfdruck den Vorschlag des Gerätes bestätigen, und dieses führt die Bewegung dann aus – ähnlich wie beim automatischen Einparken eines Autos.

Beide Produkte sind noch in der Entwicklungsphase. Sie basieren auf einer AI, die mit „Tausenden Trainingsvideos“ gefüttert wurde, wie Ganz sagt. „LarynGuide“ soll bereits heuer für Intubationen im Krankenhaus auf den Markt kommen, 2025 soll eine Version folgen, die auch am Unfallort einsetzbar ist.

AI Endoscopic wurde 2020 von Ganz gemeinsam mit Dave Gage und Peter Biro als kollaborativesSpin-off der ETH Zürich, Universität Zürich (UZH) und des Universitätsspitals der Stadt (USZ) gegründet, die insgesamt 300.000 CHF in das Projekt steckten. Zusätzlich konnte das Team heuer eine Seed-Finanzierungsrunde in der Höhe von 570.000 € abschließen, und auch Innosuisse ist mit 950.000 CHF involviert.

Laut verschiedenen US-amerikanischen Studien liegt die Rate fehlgeschlagener Intubationen außerhalb des Spitals bei ungefähr 20 % – die Nachfrage nach Produkten wie Intubot ist also auf eine tragische Weise gesichert. Doch das ist gleichzeitig das, was Ganz antreibt: „Das ist das Schöne an der Medizin: Hier kann ich wirklich einen Unterschied machen. Hier kann ich Leben retten.“

Philippe Ganz studierte Physik an der TU Wien und Biomedical Engineering an der ETH Zürich. 2020 gründete er mit Dave Gage und Peter Biro AI Endoscopic.

THE ANGEL OF INVESTING

Roi Ventures ist eine Angel-Investorengruppe, die in Pre-Seed- und Seed-Start-ups mit den Schwerpunkten Fintech, Gaming, Education und Proptech investiert. „Under 30“-Listmakerin Laura Egg, Mitbegründerin und Managing Partner, spricht über ihren Erfahrungshorizont und gibt Tipps für potenzielle Start-up-Gründer.

Text: Ekin Deniz Dere
Foto: Marcella Ruiz Cruz

Laura Egg, Mitbegründerin und Managing Partner von Roi Ventures, war schon immer eine energiegeladene Person, die alles im Leben mit einer zupackenden und engagierten Einstellung anging. Sie genießt das Zusammensein mit anderen positiven, inspirierenden Menschen; eine Haltung, die in der Start-up-Welt besonders häufig vorkommt. „Diese Menschen sind engagiert, leidenschaftlich und haben keine Angst, ihre Ziele zu verfolgen, unabhängig von der Meinung anderer“, sagt Egg. „Ich fühle mich in diesem Umfeld wohl, in dem Misserfolg nur eine weitere Gelegenheit ist, es erneut zu versuchen, bis man erfolgreich sein kann.“

Egg findet den Bereich Fintech besonders faszinierend, vor allem, wenn man die Entwicklung der letzten Jahre betrachte: „Wir haben ein erhebliches Wachstum von Fintech-Start-ups erlebt, das von Übernahmen im großen Stil begleitet wurde“, sagt sie. „Mit diesen hochkarätigen Exits steigen die Bewertungen der Branche in der Frühphase tendenziell an. Diese Dynamik ist häufig zu beobachten, wenn mehr Exits und ein erhöhter Kapitalfluss zu höheren Einstiegspreisen für Newcomer führen.“

Roi Ventures investiert zwischen 50.000 und 100.000 € in Pre-Seed- und Seed-B2B-SaaS-Start-ups und bietet praktische Unterstützung, ein Netzwerk und Know-how. Das fünfköpfige Team hat seit der Gründung im Jahr 2022 sieben Investitionen getätigt. Zum aktuellen Portfolio gehören unter anderem „Magic.dev“, das darauf abzielt, angepasste und umfassendere KI zu entwickeln, und Brainamics, ein Neurotech-Start-up der Technischen Universität München.

Da sie schon immer gerne gearbeitet hat, nahm Egg während ihres Studiums verschiedene Jobs an. Als es jedoch an der Zeit war, eine Vollzeitstelle zu finden, war sie von den Vorstellungsgesprächen enttäuscht, weil sie bemerkte, dass sie dort nicht die Möglichkeit haben würde, einen sinnvollen Beitrag zu leisten. Bevor sie 2022 zusammen mit ihrem Freund Roi Ventures gründete, arbeitete Egg als Investmentanalystin bei Apex Ventures, einem Deeptech-Risikokapitalfonds. „Zum ersten Mal sah ich, dass meine Arbeit etwas bewirken würde, und das war genau das, wonach ich gesucht hatte“, lässt sie diese Zeit Revue passieren.

Nach Apex Ventures war Egg Geschäftsführerin der Austrian Angel Investors Association (AAIA) und erhielt viele Angebote, zu investieren und sich an Projekten zu beteiligen – allerdings fehlten ihr damals die strukturierten Mittel, um dies zu tun. „Das war ein Grund, warum wir Roi Ventures gegründet haben“, so Egg.

Einen ersten Tipp zur vollen Ausschöpfung der Investorenmöglichkeiten für potenzielle Gründer gibt es obendrauf: „Es ist wichtig, daran zu denken, dass die Investoren in der Regel mehrere Unternehmen im Portfolio haben. Deshalb ist es wichtig, dass Sie genau wissen, welche Art von Hilfe Sie benötigen – und es für die Investoren so leicht wie möglich machen, Sie zu unterstützen“, erklärt Egg. „Die besten Gründer wissen, wie sie ihre Beziehungen zu den Investoren effektiv verwalten können, indem sie sie auf dem Laufenden halten.“

Nach vier Jahren Erfahrung auf höheren Sprossen der Karriereleiter in der Investmentszene empfiehlt Egg auch, langfristig zu denken, um ein solides Fundament für das Start-up zu schaffen – „denn am Ende des Tages ist ein nachhaltiges Geschäftsmodell entscheidend“.

Laura Egg, einer der jüngsten Business Angels in Österreich, war zweieinhalb Jahre lang Geschäftsführerin der Austrian Angel Investors Association (AAIA), bevor sie Roi Ventures gründete. Außerdem ist sie Vorsitzende des Startup Rats im Ministerium für Arbeit und Wirtschaft.

E-HEALTH ALS REZEPT FÜR DIE ZUKUNFT

Text: Anika Fallnbügl
Foto: Intumind

Um gesund zu bleiben, muss man nicht nur regelmäßig zum Arzt gehen – im besten Fall wird man selbst aktiv. „Ich möchte, dass wir wieder auf eigenen Füßen stehen und mehr nach innen schauen, statt die Verantwortung an den Arzt zu übergeben“, sagt Intumind-Gründerin Mareike Awe.

Die Vision eines Orts, an dem sie Menschen gesund macht, hatte sie erstmals zu Beginn ihres Medizinstudiums. 2015 setzte sie ihre Idee in die Tat um und gründete Intumind. Das Konzept von Intumind besteht darin, Menschen mithilfe von Onlinecoachings zu zeigen, wie sie auf den eigenen Körper hören können, um einen gesunden Lebensstil zu führen und Krankheiten ohne die Einnahme von Medikamenten vorzubeugen. Intueat, das Hauptprodukt des deutschen Unternehmens, ist ein zehnwöchiges Online-Coachingprogramm, welches Abnehmblockaden bei den Wurzeln packt und dem Kunden helfen will, durch intuitives Essverhalten ein gesundes Gewicht zu erreichen – und dieses auch zu halten.

Das zweite Programm neben Intueat nennt sich Intupower. Dabei handelt es sich wie bei Intueat um ein zehnwöchiges Online-Coachingprogramm mit Videolektionen, mentalen Audiotrainings, einem Workbook und persönlichem Kundensupport-Team. Intueat und Intupower sind nur zwei von Intuminds Produkten – mit Kursen wie „Stressbewältigung“ oder „Hormone im Gleichgewicht“. Mittlerweile nutzen über 200.000 Kunden die Angebote, davon sind 95 % weiblich. Seit 2017 publiziert Awe auch einen Podcast – „Wohlfühlgewicht“ wurde inzwischen zehn Millionen Mal heruntergeladen. 2021 bis 2023 wurde Intumind in Folge als eine von „Europe’s Fastest Growing Companies“ ausgezeichnet.

Die Intumind-Produkte zielen im besten Fall darauf ab, dass das Gesundheitssystem revolutioniert wird: Überfüllte Krankenhäuser sollen dadurch entlastet werden, dass Awes Unternehmen ansetzt, bevor es zu einer Erkrankung kommt.

Die Floskel „Du bist, was du isst“ ist nicht so oberflächlich, wie sie klingt – mittlerweile sind sich viele Studien darüber einig, dass ein gesundes Essverhalten nicht nur für die körperliche Gesundheit wichtig ist, sondern auch Hand in Hand mit einem gesunden Geist geht. Das begriff auch Mareike Awe damals in ihrem Medizinstudium; dieser Gedanke wurde zur Initialzündung für ihr eigenes E-Health-Unternehmen. Auch innerhalb von Intumind legt Awe folgerichtig hohen Wert auf die Gesundheit der Mitarbeiter – dies zeigte 2021 auch die *Focus*-Auszeichnung für Top-Arbeitgeber für Intumind.

Vor sieben Jahren gründete die 30-jährige Ärztin Mareike Awe das Unternehmen Intumind, eine deutsche E-Health-Company, die beim Thema Heilung und Gesundheit einen stark präventionsorientierten Ansatz verfolgt. Mittlerweile beschäftigt das einstmalige Start-up über 40 Mitarbeiter und wurde in den Jahren 2021 bis 2023 in Folge als eine von „Europe’s Fastest Growing Companies“ ausgezeichnet.

BEZAHLTE ANZEIGE

DIE QUADRATUR DES GENUSSES

Damüls im Bregenzerwald darf sich seit nunmehr 3 Jahren über Gourmet-Zuwachs der besonderen Art freuen. Das familiengeführte Panoramahotel im Wandergebiet Damüls-Faschina überzeugt mit souveräner Genussvielfalt Hotelgäste und á la carte Genießer.

Foto: Mia Feline - Studio Durst, Text: Lisa Albegger-Fill

Im intimen Rahmen wird maximal 12 Gästen jeweils Sonntag und Montag ein exquisites 8-Gänge Gourmetmenü serviert. Wer auch hier gerne Mut beweist und offen für Neues ist, der lässt sich auf die Begleitung von korrespondierenden Cocktails ein. In kleinen Mengen, zu den einzelnen Gängen serviert, harmoniert das Menü perfekt mit den Drinks aus der Hand von Chef-Bartender Oliver Polster. Ihn trifft man – where else? - an der Bar NOVUM. Ein Ort des relaxten Lifestyles und guter Drinks. Nicht umsonst wurde die Bar kürzlich von Falstaff mit 90 von 100 möglichen Punkten prämiert. Das Faible für Whiskeys und Cocktails aus den 20er-Jahren ist ein Markenzeichen von Oliver & seinem Team.

Wer lieber den klassischen Weg einer Weinbegleitung wählt, der ist bei den Gastgebern Maximilian und Corina Steinfeld in den besten Händen. Beide sind als diplomierte Sommeliers und leidenschaftliche Weingenießer absolute Profis in Sachen feine Tropfen. Bei exklusiven Degustationen in der Vinothek oder einer Weinempfehlung zum Dinner: Mehr als 1.300 Etiketten warten darauf verkostet zu werden. Lassen wir sie in der Vinothek noch ruhen, bis zum finalen Genuss.

„Unsere Weine sind das persönliche Steckenpferd meiner Frau Corina und mir. Darum gibt es die aktuellste Karte immer auch online. Das Augenmerk liegt dabei auf „Sleeping Beautys“, die auch ohne großem Namen ein besonderes Erlebnis für unsere Gäste sind.“

Sommelier und Gastgeber Maximilian Steinfeld

Wer mutig ist wird belohnt!
Das luxuriöse 4 Sterne Superior Panoramahotel Alpenstern hat dies mit seinem Mut zu Außergewöhnlichem herausragend bewiesen. Denn „nur“ weil man inmitten einer fast schon kitschigen Bilderbuch-Berglandschaft thront, heißt das noch lange nicht, dass man sich ausschließlich dem Traditionellen widmen muss. So sahen es auch die beiden Chefköche Gastgeber Peter Bischof und Sandro Abel. Entstanden ist daraus eine weltoffene Gourmetküche. Heimische Gerichte werden kombiniert mit den Einflüssen aus den Reisen der beiden Herdmaestros. Das Resultat? Luxus für den Gaumen und ein feiner Schmaus für das Auge.

Im Alpenstern kommen zum Glück nicht nur die beneidenswerten Hotelgäste in den Genuss das Besondere zu probieren. À la carte stehen im Restaurant „Genusshalde“ und auf der beeindruckenden Sonnenterrasse ganztags feine Speisen am Programm. Ein besonderes Erlebnis ist ein Dinner im „fine dine & cocktails Löffelspitze“.

ALPENSTERN
PANORAMAHOTEL

Familien Bischof & Steinfeld
Oberdamüls 191, 6884 Damüls
reservierung@hotel-alpenstern.at
www.hotel-alpenstern.at

WWW.FORBES.AT

BEZAHLTE ANZEIGE

URIG. EHRLICH. ECHT.

Das Adults-Only Chaletdorf überzeugt mit viel Liebe zum Detail sowie Gemütlichkeit auf Luxus-Niveau.

Foto: Jenny Hämerl

Karibik trifft Alpen. 1500m² paradiesischer Lebensluxus. Ein Naturbadesee mit karibischem Flair. Der LaPosch Kristallsee.

Urig im Design. Ehrlich im Kern. Echt im Erlebnis. Das LaPosch ist ein Ort mit Persönlichkeit. Ein Ort der Ruhe und des individuellen Lebensgenusses. Fernab vom Alltag und ganz nah an der Natur genießt jeder für sich sein ganz privates Fleckchen Tirol. Dank „Adults-Only“ der perfekte Ort für all jene, die ein Hideaway mit individuellem Interieur und leisem Luxus in Kombination mit viel Ruhe und Bodenständigkeit suchen.

Das urige Chalet Dorf liegt eingebettet in die wunderschöne Bergwelt der Tiroler Zugspitz Arena, im kleinen Örtchen Biberwier. 16 individuell gestaltete Chalets überzeugen mit viel Liebe zum Detail in gemütlicher Wohnatmosphäre. Rustikale Designelemente treffen auf bodenständigen Luxus, gepaart mit den Annehmlichkeiten eines Top-Hotels.

So verschieden die Vorstellungen für den perfekten Urlaub, so vielfältig sind hier auch die Möglichkeiten, das ganz private Urlaubsglück zu finden. Stilecht in traditioneller Bauweise aus heimischen Hölzern und Naturstein gebaut, begeistern die 80 – 150m² großen Chalets mit hochwertiger Ausstattung, einem privatem Wellnessangebot und viel Komfort. Kuschelige Chalets, Lodges im modernen Design und Luxusvillen mit direkter Seelage oder privatem Pool bieten ein authentisches Wohnerlebnis für bis zu 6 Personen.

Für pure Begeisterung sorgt die neue G[dʒiː]-Lodge, die sich mit ihrem ganz speziellen Design von den anderen Chalets abhebt. Für die Umgestaltung des ehemaligen Comfort Chalets stellten sich die Gastgeber Amelie & Dominik etwas Moderneres, Geradlinigeres vor. Das Ergebnis: Eine neue Lodge-Kategorie, die Glückseligkeit, Gänsehautmomente, Gemütlichkeit und jede Menge Genusserlebnisse verspricht. Neben privater Sauna, einer handgefertigten Infrarotschaukel und Hot Pot mit Zugspitzblick, erwartet die Gäste ein stylisches Edra-Sofa, das mitten im Wohnraum auf einem drehbaren Untergrund platziert, sowohl als bequemer Aussichtsplatz für den Blick durch die riesige Fensterfront aufs Bergpanorama, als auch – einmal um 180 Grad gedreht – als gemütliches Sofa im Wohnbereich mit Kaminblick fungiert.

Das LaPosch ist ein Rückzugsort der Stille. Ein privates Urlaubszuhause für die gehobenen Ansprüche von Erwachsenen. Als erstes Chalet Dorf in Tirol setzt das LaPosch gezielt auf den Erholungsfaktor Ruhe und orientiert sich am Lifestyle und den Gewohnheiten von Gästen ab 15 Jahren. Gelebte Werte und ein Angebot das ausschließlich den Bedürfnissen von Erwachsenen entspricht, machen diesen besonderen Ort zu einem unvergleichbarem Hideaway.

Deinem Bergaway.

LaPosch
DEIN BERGAWAY

LaPosch – Dein Bergaway
+43 5673 21021
info@laposch.at
www.laposch.at

FUTURE IS ALWAYS DIFFERENT IN A DIFFERENT WAY

Michael König, WU strategy expert and long-standing faculty member of the WU Executive Academy, provides invaluable insights into foresight techniques and scenario planning, offering leaders of today and the future the keys to thrive in a constantly changing business landscape.

Text: Ekin Deniz Dere
Fotos: Katharina Gossow

In Michael König's office at Vienna University of Economics and Business (WU), the atmosphere is both scholarly and whimsical. First thing that WU's strategy expert shows us is the towering bookshelf on the right side of the room, filled to the brim with books of various sizes and colors. "They're somewhat my secret companions," declares König.

Michael König is senior lecturer and strategy expert at WU as well as a long-standing faculty member of the WU Executive Academy (the business school of WU). His passion is teaching, be it children, youngsters or elderly. "I have the privilege of teaching a diverse range of individuals. Not only do I teach university students at the bachelor's and master's levels, but also engage with younger learners through the Children's University program," explains König. "On top of that, I have the honor of teaching the esteemed elder faculty, a group consisting of faculty members aged 65 and above. It is a unique experience to work with different generations, and although it wasn't something I specifically planned for, I find it rewarding and fulfilling."

In front of the bookshelf, a comfortable couch is positioned and behind König's desk, an element of whimsy comes into play. What catches the eye are the stuffed animals that are perched on a shelf just above the desk, which he uses when he teaches children; a dodo and an octopus take center stage. The dodo, König says, serves as a reminder of the consequences of our actions and the importance of learning from history to avoid repeating past errors. The octopus, with its multiple arms and complex problem-solving abilities, symbolizes the diverse ways in which intelligence can manifest.

The former CEO, who gained valuable international exposure while holding high-level positions in renowned companies, reflects on his unconventional journey and the importance of lifelong learning. After pursuing a typical career path, he realized the need for broader knowledge and decided to pursue an MBA in London. This experience, in turn, led him to pursue a PhD in Social Sciences and Economics, combining quantitative skills with business acumen. However, he felt a deeper calling and discovered joy in empowering others and enabling their growth. This realization brought him back to academia, where he currently serves as a tenured Senior Lecturer at WU, teaching and conducting research in strategy and innovation. He believes in the value of engaging with executives and collaboratively finding solutions to real-life challenges at the WU Executive Academy.

König's teaching style aims to combine his practical experience and insights with theoretical knowledge, bridging the gap between theory and practice for his students. He believes in empowering students to explore their own talents and potential futures. König sees his role as a facilitator rather than solely responsible for imparting wisdom, recognizing the existing understanding and perceptions students bring to the table. He values personal engagement and embraces the diversity of backgrounds and perspectives among his students. The fulfillment he derives from their growth and achievements outweighs the financial sacrifice he makes by choosing this path.

As a strategy expert, König's current focus is on ways of reaching success in a chaotic landscape, rather than in a tranquil one. This amounts to utilizing methods of foresight as opposed to those of forecast. "Forecasting is a valuable tool that thrives in a stable environment where everything is running smoothly and predictable indicators can be followed," he explains. "However, reality has shown us that we live in a world of multiple futures. Unexpected events and surprises are always lurking around the corner. For example, the moment a budget is released, it becomes outdated and irrelevant." Foresight comes to rescue by offering a method of thinking about alternative futures.

Acknowledging and embracing the fact that one cannot accurately predict the future prepares one for the various potential futures that may unfold. Admittedly, this acceptance contradicts human beings' innate desire for certainty. The concept of "unequivocality" refers to this desire for clear-cut, unambiguous solutions or answers. People have a natural inclination to simplify complex issues and overlook or dismiss nuances, potentially disregarding important information or perspectives in the process. "We often seek simplicity and avoid complexity when confronted with a problem," König highlights; "however, despite our cognitive biases and errors in thinking, we possess a remarkable capacity for foresight." Intuition and rapid information processing enable humans to make decisions, a skill developed by our early ancestors as a means of survival, allowing them to anticipate both threats and opportunities.

The idea of foresight is that embracing the inherent complexity of life and acknowledging the limitations of unequivocal thinking can lead to a more comprehensive understanding of situations and better decision-making. "The environment we find ourselves in can be either calm or chaotic, and it is crucial to identify the type of situation we are dealing with," König says. The concept of the BANI (Brittle, Anxious, Non-linear, and Incomprehensible) environment represents the kind of chaotic situation, characterized by an ever-changing and unpredictable nature. "It is crucial to differentiate between tranquil and wild environments and apply appropriate tools to tackle each. Companies often make mistakes by using tranquil environment tools in wild situations," König adds.

In a BANI environment, strategic foresight is the key to successful future management. In the realm of chaos, traditional forecasting methods have serious limitations, often leaving one unprepared for what lies ahead. Strategic foresight can eliminate this issue, as it goes beyond traditional forecasting by considering multiple future scenarios, exploring alternatives, and enabling one to adapt swiftly to changing circumstances.

Foresight evolves from early-warning systems towards integrated tools that identify potential future scenarios. Scenario planning as a strategic tool that involves creating a set of plausible future scenarios based on a range of factors and uncertainties, is of special importance in a BANI environment. These scenarios serve as stories or narratives that enable one to envision different paths the future might take. "By engaging in scenario planning, we aim at identifying potential risks, opportunities, and challenges that may arise in each and every scenario," König says. "This process enhances our understanding of the complex and uncertain nature of the future, enabling us to develop more robust strategies and make informed decisions." Thus, scenario planning complements foresight by providing a structured framework for exploring and anticipating future developments, ultimately empowering one to navigate uncertainties with greater confidence.

A practical tool within strategic foresight is the strategic SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats) analysis, which takes a future-oriented approach to the classic SWOT analysis. "I highly value simplicity and straightforward approaches, which is why I always advocate for the use of strategic SWOT analysis," König says. Sometimes, individuals, be it managers or employees, tend to rely on biased assumptions about the future. However, by employing a SWOT analysis correctly, valuable insights for scenario planning can be obtained. "When I say correctly, I mean using existing classical strategy tools with a future-oriented perspective," König explains. "To identify potential threats and opportunities, we look at the macro environment, considering factors such as political, economic, ecological, technological, legal, and social aspects that may occur in the future, rather than focusing solely on the present."

One way of perspective-taking here is the continuous questioning of "what if?" What if our customers no longer purchase our products? What if our current strategy proves to be flawed? What if we face challenges in recruiting talented employees? What if our organization lacks diversity? How can we address these issues and bring about change? Furthermore, what if the external environment undergoes significant transformation? What if the planet experiences a three-degree Celsius increase in temperature?

Asking "what if?" is not meant to induce hysteria or panic, but rather to encourage a culture where everyone, from the top executives to all employees, consistently poses this question.

For instance, one might analyze the impact of future EU directives, like the ESG (Environmental, Social, and Governance) sustainability regulation, and make informed decisions today to be better prepared. "Similarly, we apply the same approach to the microenvironment, using tools like Porter's Five Forces to examine industry rivalry, substitutes, suppliers, and customer dynamics." König explains: "By looking ahead three to five years, we can identify changes and potential opportunities, such as industry cooperation or strategic alliances, that may not be apparent when only considering the current situation. Additionally, we assess our own strengths and weaknesses compared to competitors within the value chain, enabling us to leverage future opportunities and mitigate threats effectively." It's important to emphasize that foresight and scenario planning are not solely focused on rigid financial figures, but rather on plausibility. While probability also plays a role, the emphasis lies nevertheless in exploring plausible scenarios.

Amid the turbulent currents of the business world, executives can stand tall and become undeterred by the challenges and uncertainties that lurk, with a lighthouse to guide their way: strategic foresight. By carefully examining the vast economic and social web, as well as the complicated dynamics of their industry, these leaders gain invaluable insights. Strategic foresight is more than mere rhetoric; it is the elixir of life that runs through the veins of visionary leaders.

Michael König is a strategy expert at WU and a long-standing faculty member of the WU Executive Academy. He has a diverse range of experience, having worked as an auditor, group controller, CEO, and managing director, before returning to academia. He is passionate about teaching and has taught a range of individuals, including university students at the bachelor's and master's level, younger learners through the Children's University program, and executives and managers within selected leadership programs of the WU Executive Academy.

BEZAHLTE ANZEIGE

THE MAN WHO GAVE TOO MUCH

When Zappos CEO Tony Hsieh died at 46 in 2020 after a mysterious fire, it was revealed by Forbes to be drug-related. But his self-destructive spiral was evident months earlier in the utopian community he tried to build in Park City, Utah. In this exclusive excerpt from „Wonder Boy“, it is described how Hsieh began paying millions of dollars to a sycophantic circle of acolytes in a desperate attempt to deliver him happiness during the final weeks of his life.

Text: Angel Au-Yeung and David Jeans
Fotos: Mike McGregor, Forbes US

After a manic episode and a subsequent hospital stay in June 2020, his parents had arrived in town with his two brothers, Dave and Andy. Despite their arrival, Tony spent little time with them, and asked friends to ensure that he would never be left alone with them.

In the moments Hsieh did spend with his family, he left them struggling to connect with him. During one moment with his mother, Judy, he said he would be open with her if she would act like his friend. If she acted like a family member, then he would hide information from her. After Judy told him that he needed to see a therapist, he said he would, but only if for every minute he was in therapy she would sit in an ice bath. When she pressed the therapy point once more, mentioning his issues with attention, Tony left the house in a rage.

When it came time for the family to depart, Andy thought twice about leaving. Despite their distance over the years, seeing a swirl of new people he had never met before made him want to stay in Park City and keep an eye on his older brother. Ten days later, he returned and quickly realized that he had entered an ecosystem where people were competing for Tony's money, pitching projects that didn't make sense and living in houses they would never be able to afford otherwise.

One solution Andy came up with was to bring in people he could trust to watch after Tony. As it happened, Andy knew that his brother had wanted to work with their longtime friend Tony Lee for a while. Lee had spearheaded Wells Fargo's loans to Zappos in 2003 when the company was close to bankruptcy. Since then, Lee had worked at a number of smaller banks before settling in Texas to manage the finances of the Bass family, the oil dynasty worth more than $5 billion. Lee and Andy had remained close friends over the years; Andy had asked him to be the best man at his wedding before it was canceled. Now, at a time when his brother's spending was spinning out of control, Andy figured they could benefit from a professional financial manager to conduct some due diligence.

Lee was reluctant to entertain the idea of uprooting his life in Texas and to leave a comfortable job to join the mania of Tony Hsieh's world, but he agreed to a meeting. During a dinner in late July at a restaurant on Main Street, Hsieh told him that he was turning Park City into a community similar to the one he had built in downtown Las Vegas a few years earlier, but better. Lee's role would involve overseeing all finances in the Park City ventures. As he had done with others, Hsieh offered to pay double Lee's current salary, which meant he would be earning $1.5 million a year. Sensing Lee's hesitancy, Hsieh turned to one of the people at the dinner and suggested that if he could convince Lee to stay, he would receive a 10 percent commission, or $150,000.

After dinner, Andy pulled Lee aside. Coming to Park City made sense for multiple reasons, he explained. With Lee overseeing the finances, he could also help weed out people who were taking advantage of his brother.

In the weeks following his release from the hospital, Hsieh had become focused on the study of biohacking to increase his personal output. He became convinced that inhaling nitrous oxide was a way to heighten his blood oxygen levels and eliminate the need for sleep. Better known as laughing gas for its use at dental offices, nitrous oxide is commercially available as an everyday kitchen item: the cartridges used in whipped cream machines, known as Whip-Its. While it's illegal to inhale the gas, the practice has been popular for decades among teenagers who can't legally buy alcohol and festival revelers seeking a cheap, quick high.

But the brain can only handle so much. His near-constant stream of nitrous oxide prompted strange behavior. One time, he stepped on glass, cut his foot, and walked around the Park City ranch leaving streaks of blood on the floor – a trail, he said, that would make it easy to find him. On another occasion, he tried depriving himself of food and water to eliminate the need to use the bathroom. Over time, his physical appearance changed, and his weight fell below 100 pounds, leaving his frame looking skeletal.

At one point paranoia also took hold, and Hsieh was convinced one morning that a Zappos executive named Tyler Williams was in town, trying to stage an intervention. The scare prompted him to hire a legion of black-clothed security guards to form a human perimeter around the ranch. Visitors who came to see Hsieh encountered guards in different wings of the property, as if they were entering a fortified estate.

While Hsieh was initially seen at mealtimes and held meetings in various rooms at the ranch to discuss the stream of projects being pitched to him, he gradually started spending more time in his bedroom, and would hold court while sitting in bed, surrounded by nitrous oxide canisters. "His room looked like a homeless shelter," his brother Andy said later. "There was feces on the ground. Plants in his toilets. Broken glass, broken plates all over the ground. Rotten food under the bed. Rotten food on the walls . . . it was disgusting."

The New London, Connecticut, shed where Hsieh barricaded himself during the 2020 fire contained laughing gas, marijuana, a propane heater and candles.

His spiral with nitrous oxide came at a time when people were finding new ways to spend his money and Hsieh seemed all too willing to spend himself broke, thanks to a nonsensical incentive scheme he had devised called 10X.

The first iteration of 10X launched with a noble goal: to help Park City reopen amid the pandemic. The plan was to walk around downtown and sell $10 memberships to people, granting them an all-you-can-eat-and-drink pass to local restaurants; participants were given T-shirts and merchandise with a 10X logo. It might have sounded charitable, given that the venture made no financial sense, but the state of Utah took issue with running an open bar tab on an entire town and shut down the program after its second week.

But the philosophy of 10X remained and morphed into something else over the summer when Hsieh began demanding that everything be achieved in multiples of ten: ten times faster, ten times bigger, ten times more. In addition to offering new arrivals double-your-best-salary deals, he vowed that anyone who spent his money would be entitled to a 10 percent commission on the amount they spent. If someone booked out a restaurant and spent $1,000 on the tab, for example, they would earn $100. If they recruited someone to live in Park City, they would be entitled to a 10 percent commission on that person's annual salary. And if someone could source a real estate deal and spent $1 million on the property, that person would earn $100,000.

By now, Tony Lee had assumed the role of financial overseer and had a front-row seat

BEZAHLTE ANZEIGE

DER WASSERHAHN, DER ALLES KANN

Mit dem Quooker erhältst du ab sofort alle Wassersorten aus einer Armatur: warmes, kaltes, 100° C kochendes, sowie gekühltes, prickelndes und stilles Wasser.

Foto: Quooker

Ein Quooker spart Zeit Energie und Platz und ist dabei für Groß und Klein sicher im Gebrauch.

Vielseitig einsetzbar
Ob Pasta kochen, Gemüse blanchieren oder eine Flasche Milch für den Nachwuchs zubereiten. Sie werden überrascht sein, wofür Sie den Quooker verwenden können. Mit dem CUBE erhalten Sie gekühltes prickelndes und gekühltes stilles Wasser in Sekunden.

Zeitsparend
Im Handumdrehen und ohne Wartezeit erhalten Sie kochendes Wasser oder das coole Pendant. Der Quooker sorgt für den optimalen Zeitgewinn im täglichen Alltagsstress.

Energiesparend
Wer mehrmals täglich kochendes Wasser benötigt, verbraucht mit einem Quooker deutlich weniger Energie, als mit einem Wasserkocher.

Wassersparend
Wer Wert auf einen umweltschonenden Umgang mit Ressourcen legt, für den ist Wassersparen ein Muss. Es wird exakt und bedarfsgerecht die Menge ausgegeben, die auch wirklich benötigt wird.

Sicher
Ein Quooker ist die sicherste Alternative für jeden Haushalt dank einer Reihe ausgeklügelter Sicherheitsmaßnahmen. Er verfügt über einen kindersicheren Bedienknopf, der gesamte Hahnauslauf ist isoliert.

Platzbedarf
Ein Quooker spart kostbaren Platz in der Küche ein. Der Wasserkocher gehört ab sofort der Vergangenheit an, der Quooker CUBE sorgt für mehr Platz im Kühlschrank und die Lagerung des Leerguts ist Geschichte.

Quooker

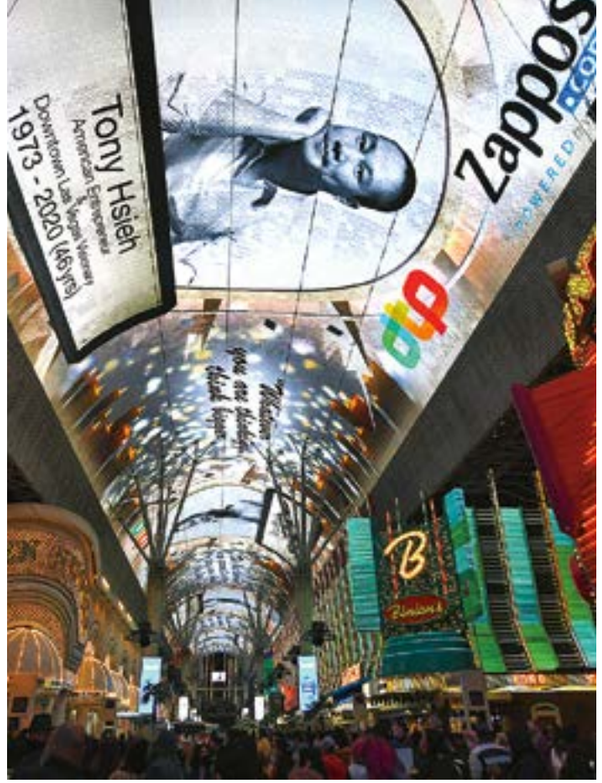
Quooker Österreich GmbH
Keutschacher Straße 138, 9073 Klagenfurt
+43 463 289 8 870
info@quooker.at
www.quooker.at

as money left his old friend's bank accounts. Unlike the mundane stock performance charts Lee had been overseeing for the Bass family, he was now staring at receipts for investments in gold and real estate properties, hot air balloons and proposals for helicopter tour companies.

Lee could also see those vying for Hsieh's money beginning to fight for it – often motivated by the 10X program. Hsieh's longtime personal assistant Mimi Pham, for example, had in recent years been paid a flat $9,000-a-month salary from Hsieh, in addition to travel expenses. But after the Park City chapter began, she negotiated a pay raise and was now earning $30,000 a month – an amount that was soon dwarfed by the money she was scooping up in 10X commissions.

In a twisted way, Hsieh's incentive structure was working the way he envisioned it; people were vying to execute his every whim. When he had an idea to launch a film studio that produced documentaries, Pham took up the proposition. On a sticky note, she and Hsieh wrote up the terms of a contract to set up an LLC with $10 million to fund documentary film projects produced by an existing studio called XTR. The LLC would be controlled by Hsieh, Pham and her boyfriend, Roberto Grande, a former lawyer and aspiring film producer. As part of the agreement, Pham and Grande were entitled to 55 percent of the profit from the venture, despite not putting up their own money. And in line with 10X, Grande would be entitled to a $1 million commission for setting up the LLC. Pham then charged Hsieh another 10 percent fee on the cost of hiring the lawyers to arrange the $1 million commission payment to Grande.

Two months later, Grande told XTR that Hsieh had approved another $7.5 million for the venture. It's unclear if the money was wired, but soon afterward, the attorneys who had written up the terms for the $1 million commission payment to him amended the contract to state that he was now owed $1.75 million.



Hsieh moved Zappos' headquarters to Downtown Las Vegas in 2012 and invested some $350 million in the community. Upon his death, the city paid tribute to its unofficial mayor.

Another person Pham seemed to be feuding with was Andy Hsieh. Since Tony had met Paula Abdul earlier in the year, he had wanted her to come to Park City to do some shows – and because tours had been canceled as a result of the pandemic, she had spare time. So Hsieh proposed that Abdul perform 180 shows at a local event venue known as Yellowstone for a $9 million contract. Whoever could close the deal would get the $900,000 commission. Andy claimed that he had arranged it, while Pham argued that in fact she was entitled to the commission, but nothing ever came of the proposal. In another dispute, Andy and Pham lobbied Tony about who they thought was entitled to the 10 percent commission on the $15 million ranch he was now living in.

In the final frantic months before Hsieh's death from a fire in a storage shed, where he had barricaded himself surrounded by nitrous oxide canisters, candles and a propane tank, Andy also tried to rally support among others to pursue deals with his brother's money. At one point, he urged another friend, Janice Lopez, to convince Hsieh to invest $10 million in an entity that would own a tequila company, eventually suggesting she ask for $50 million for the venture. But Lopez refused, and the deal went nowhere.

As for Andy's efforts to secure a 10 percent commission on Lee's salary, worth more than one hundred thousand dollars, those fell by the wayside when Tony himself refused the proposal. It didn't seem to matter, though, as Andy had already negotiated his own salary contract with his brother – at $1 million a year.

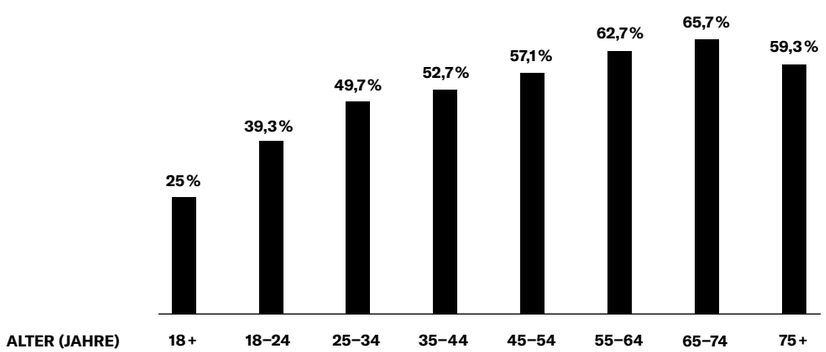
LANG LEBE DIE GESUNDHEIT!

Übergewicht, Rauchen und Alkohol sind weltweit keine Seltenheiten. Obwohl uns die Auswirkungen von Lastern wie Zigaretten oder Spirituosen bewusst sind, gehören diese für viele Menschen zum alltäglichen Leben dazu. Welche Folgen sie zeitigen können und wie es um die Lebenserwartung der Menschen in der EU steht, zeigen die folgenden Grafiken.

Datenrecherche: Anika Fallnbügl
Infografik: Emin Hamdi
Quellen: eurostat.eu, wko.at, dhs.de, sozialministerium.at, krebsdaten.de

ÜBERGEWICHT IM EU-DURCHSCHNITT (STAND 2019)

ÜBERGEWICHT IM EU-DURCHSCHNITT NACH ALTERSGRUPPEN (STAND 2019)



TÄGLICH RAUCHENDE (AB 15 JAHREN)

MÄNNLICH **24 %**

WEIBLICH **18 %**

TODESFÄLLE DURCH BRONCHIALKARZINOME IN DEUTSCHLAND (2019)

MÄNNLICH **27.882**

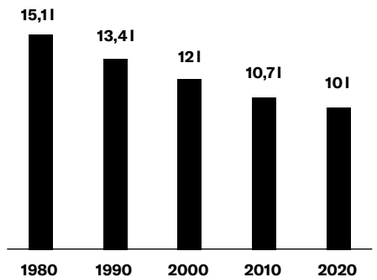
WEIBLICH **16.999**

ANTEIL VON WEIN UND BIER AM ALKOHOLKONSUM IN ÖSTERREICH

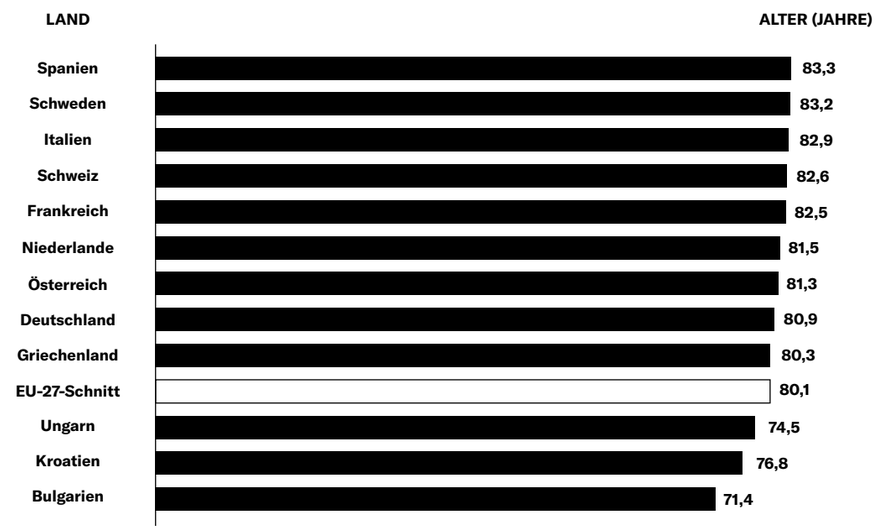
WEIN **37 %**

BIER **53 %**

VERBRAUCH AN REINALKOHOL PRO KOPF IM ALTER AB 15 JAHREN (IN LITER)



MENSCHLICHE LEBENSERWARTUNG IN DER EU AB DER GEBURT



Gesamter Inhalt von Elite Reports vorbereitet

DIE JADROLINIJA-FÄHREN: LEBENSADER DER REGION

Das unberührte Meer, die frische Bergluft und die bezaubernde Geschichte der kroatischen Küste begeistern Touristen aller Art bereits seit dem Ende des 19. Jahrhunderts. Nicht umsonst ist die Region eines der beliebtesten Reiseziele Südosteuropas. Dabei lässt sich die Bedeutung des Fährbetriebs für das Wachstum des kroatischen Tourismus in den letzten Jahren kaum überbewerten.

Der Erfolg des kroatischen Fährunternehmens Jadrolinija hängt maßgeblich von der Zufriedenheit der Kunden ab. Genau deshalb investiert das Unternehmen verstärkt in die Schulung und berufliche Weiterentwicklung der eigenen Mitarbeiter, um Probleme schnell zu lösen und den Kunden in den Mittelpunkt zu stellen. Gleichzeitig wird ein neuer Schwerpunkt auf Qualitätsmanagement und Datenanalyse gelegt, der das Unternehmen für zukünftiges Wachstum positioniert. **David Sopta, CEO von Jadrolinija: „Aufgrund unserer engen Beziehungen transportieren wir seit mehr als 75 Jahren Vorräte und Ausrüstung vom Festland zu den Inseln. Unser Unternehmen dient als entscheidende Lebensader für die Region. Wir transportieren aber nicht nur Lebensmittel und Menschen, sondern investieren auch in Unterkünfte, Hotels, in die Abfallentsorgung, Treibstoff und Notfalldienste. Aktuell betreiben wir 53 Schiffe, darunter Schnellfähren, Passagierschiffe und Nachtfähren.**

Wir sind außerdem dabei, unsere Flotte ständig zu erneuern, um die Nachfrage zu decken. Bis Jahresende planen wir, die Anzahl unserer Roll-on-/Roll-off-Fähren von aktuell 37 Stück zu erhöhen. Wir prüfen auch die Möglichkeit des Baus einer neuen Familien-Roll-on/Roll-off-Fähre unter Berücksichtigung der Inselbrücken und der jeweiligen Steuern. Wir passen unsere Schiffe den individuellen Bedürfnissen jeder Insel an, etwa unter Berücksichtigung der Kapazität für Autos und Passagiere. Durch die Zusammenarbeit mit den Hafengemeinden sind wir bei der Förderung der nachhaltigen Entwicklung und des Wirtschaftswachstums ganz vorne mit dabei. Jedes Jahr ergreifen wir Maßnahmen zur Modernisierung, indem wir umweltfreundliche Lösungen integrieren, beispielsweise die Digitalisierung des Ticketverkaufs oder Investitionen in umweltfreundlicheres Equipment.“ ●

David Sopta
CEO, Jadrolinija

ISTRIEN: NACHHALTIGER TOURISMUS TRIFFT QUALITÄT

Istrien ist bekannt für erstklassigen Service, der weit über einfachen Luxus hinausgeht; denn die Region will Gästen außergewöhnliche Erlebnisse bieten. Durch die Kombination aus faszinierenden Küsten und einem historisch wertvollen Binnenland, das für seinen Wein, Gourmet-Essen, Boutique-Hotels und antike Städte bekannt ist, bietet die Region ein authentisches und echtes Abenteuer für Touristen aus der deutschsprachigen Region.

Neben Luxus legt die Region großen Wert auf Nachhaltigkeit, wie der Direktor des Tourismusverbands Istriens, Denis Ivošević, erzählt: „Ich betone stets die Kombination aus nachhaltiger und verantwortungsvoller Entwicklung. Im Jahr 1995 gingen wir vom Massentourismus in Richtung Investitionen in Qualität. Wir wollten außerdem verlassener Dörfe im Landesinneren revitalisieren. Über 240 Dörfer, die seit mehr als 50 Jahren unberührt waren, boten uns eine einmalige Chance dafür. Durch die Einrichtung von Boutique-Hotels, ländlichen Villen, agrotouristischen Restaurants, Weinstraßen sowie Trüffel-bezogenen Aktivitäten haben sich zahlreiche Dörfer verjüngt. Dies hat nicht nur Nachhaltigkeit in die Gegend gebracht, sondern auch junge Familien zur Rückkehr bewegt und dem Land neues Leben eingehaucht. Dieser Ansatz umfasst sowohl ökologische als auch soziale Aspekte und zeigt die umfassende Wirkung verantwortungsvoller Entwicklung.“

Die Küche Istriens, die für ihre Meeresfrüchte, Trüffel, Weine und Olivenöle bekannt ist, ist einer der unbestrittenen Kulturschätze Kroatiens und begeistert Genießer aus der ganzen Welt. Die als „Toskana Kroatiens“ bekannte Region ist berühmt für ihre gesunden Speisen. Kein Besucher verlässt Istrien, ohne die Qualität der Küche zu loben, egal ob die Meeresfrüchte der Küstengegend oder die saftigen Fleischgerichte im Landesinneren. Obwohl es in Istrien kein bestimmtes „typisches“ Essen gibt, ist die Region wohl am berühmtesten für eine besondere Form von Pilzen: weiße Trüffel, die von manchen sogar als feiner beurteilt werden als jene Italiens. Weiße Trüffelspäne, die von September bis Januar angebaut werden, werden häufig in Steak-, Fisch- und Nudelgerichten verwendet, während Eiscreme und Schokoladenkuchen mit Trüffeln für einzigartige istrische Desserts sorgen. Istrien ist auch für die Qualität seiner Schalentiere bekannt, etwa Jakobsmuscheln, Austern und sonstige Muscheln werden seit der Antike gezüchtet.

Gourmets sagen, dass die richtige Kombination aus Salz- und Süßwasser rund um die Küste der istrischen Halbinsel den hier geernteten Meeresfrüchten einen unverwechselbaren Geschmack verleiht. Der adriatische Tintenfisch ist eine weitere Delikatesse, die nur im Winter gejagt wird, wenn das Meer kalt ist. Mit speziellen Haken gefangen, können die Tiere entweder im Ganzen gebacken, gefüllt oder mit Kräutern, Limette und Gewürzen in der Pfanne gebraten werden. „Foodies“ sollten außerdem die Novigrader Jakobsmuscheln und mindestens ein Fisch- oder Muschelgericht probieren, das nach der berühmten Buzara-Art zubereitet wird: mit Knoblauch, Petersilie, Olivenöl und Weißwein. Wenn es um Wein und Olivenöl geht, ist Istrien dank Klima und Landschaft sowieso eine „Klasse für sich“. Die oft von kleinen Kooperativen oder Einzelbauern hergestellten Olivenöle der Region zählen regelmäßig zu den besten der Welt und zeichnen sich durch ihre hohe Qualität aus. ●

Denis Ivošević
Direktor
Tourismusverband Istrien

Boris Miletić
Präfekt
Gemeinde Istrien

SCHÖNES KVARNER: GANZJÄHRIG GEÖFFNET

Es ist keine Überraschung, dass die Kvarner-Region im Norden Kroatiens das ganze Jahr über Touristen mit hohen Ansprüchen aus ganz Europa anzieht, denn die Vielfalt der Kvarner-Bucht ist atemberaubend. An nur einem Tag können Touristen im unberührten Wasser einer Bucht baden, auf einer kargen Insel von unübertroffener Schönheit wandern, Delfine und seltene Geier bestaunen und am Abend durch die engen Gassen und Mauern einer mittelalterlichen Stadt schlendern und einige der besten Gerichte des Landes genießen. Der Tourismus in der Region reicht weit zurück: An den Ufern der Kvarner-Bucht begann Kroatien, damals Teil der österreichisch-ungarischen Monarchie. Bereits Ende des 19. Jahrhunderts wurden geschützte Küstenstädte zu exklusiven Ferienorten gemacht, die bereits von Kaiser Franz Joseph und seiner Frau Sissi besucht wurden. Das Erbe dieser Zeit ist besonders in der Belle-Époque-Architektur der Hafenstadt Rijeka und in Ferienorten wie Opatija sichtbar.

Da die regionalen Behörden heute etwa den Gesundheits- und Gastronomietourismus fördern, kommen immer mehr Besucher nach Kvarner, um das milde Winterklima des Festlandes zu erleben und dabei seine kulturellen und kulinarischen Schätze zu erkunden. Dr. Irena Peršić Živadinov, Direktorin des Tourismusverbandes der Region Kvarner: „Wir sprechen über unsere Region oft als Kroatiens verborgenes Juwel. Man stellt sich die Gegend am besten als einen Diamanten mit einer Million Facetten vor, von denen jede in einer anderen brillanten Farbe leuchtet. Sie werden sicher etwas finden, das Ihnen ins Auge sticht.“ ●

Dr. Irena Peršić Živadinov
Direktorin
Tourismusverband Gemeinde Kvarner

HVAR: EINE INSEL FEIERT RENAISSANCE

Atemberaubende Strände, klares Wasser und ein pulsierendes Nachtleben machten Hvar von einem unentdeckten Reiseziel zur unbestrittenen Hauptstadt Kroatiens für Sonnen- und Strandurlaube. Bürgermeister Rikardo Novak: „Die Stadt verfügt über ein reiches kulturelles Erbe, das bis in die Zeit der Griechen, der Römer und der Venezianischen Republik reicht. Hvars touristische Reise begann 1868 und wurde 2019 nicht umsonst als beste Insel Europas ausgezeichnet. Obwohl es in Kroatien andere tolle Inseln gibt, zählt Hvar stets zu den Spitzenreitern weltweit.“

Es gibt auf Hvar nicht weniger als fünf von der UNESCO anerkannte kulturelle Attraktionen, die erkundet werden können. Von diesen fünf ist die „Mittelmeerdiät“ die vielleicht berühmteste: Kaum eine Küche ist gesünder als jene von Hvar, die sich durch leichte Kost, frischen Fisch, hausgemachtes Olivenöl und Weine aus einheimischen Trauben auszeichnet. Mittlerweile investieren die Behörden auch in mehr Sportveranstaltungen und kulturelle Attraktionen, etwa das Hvarer Sommerfestival. Während die Insel junge und unbeschwerte Touristen aus aller Welt immer noch herzlich willkommen heißt, wird die Region auch zunehmend für ältere und wohlhabende Besucher attraktiv. Touristen entdecken die engen Gassen und Renaissancebauten der Altstadt, die entspannte und stimmungsvolle Hafenstadt sowie zahlreiche Kunstgalerien, Eisdielen und einladende Restaurants. Rund um Stari Grad gibt es zudem Olivenfelder und Weinberge, die seit der Ankunft der ersten griechischen Siedler im 4. Jahrhundert v. Chr. ununterbrochen bewirtschaftet werden. ●

Rikardo Novak
Bürgermeister, Hvar

Iva Belaj Šantić
Direktor
Tourismusverband Hvar

Ein einzigartiger Mix aus mediterraner Natur sowie einem reichen kulturellen und historischen Erbe. Die Insel Hvar ermöglicht Gästen unvergessliche Erlebnisse.

HVAR TOURIST BOARD
155 YEARS OF ORGANISED TOURISM
www.visithvar.hr

TROGIR: EIN UNESCO-SCHATZ, DEN SIE SICH NICHT ENTGEHEN LASSEN SOLLTEN

Trogir gilt als der am besten erhaltene romanisch-gotische Komplex in ganz Mitteleuropa – und wurde deshalb 1997 zum UNESCO-Weltkulturerbe erklärt. Kein Wunder also, dass der Tourismus der wichtigste Wirtschaftsfaktor für die Stadt und Region ist und das ganze Jahr über von Touristen besucht wird. Die Stadt wurde im romanischen und barocken Stil erbaut und beherbergt mehrere historische Denkmäler, etwa die Kathedrale des Heiligen Laurentius.

Auch die Kamerlengo-Festung sollten sich Besucher nicht entgehen lassen. Vom größten und ältesten Turm, dem Markusturm, hat man einen spektakulären Blick auf die Umgebung. Hinzu kommen mehrere Kirchen, Paläste und Türme, die es zu erkunden gilt. Marin Piveta, Direktor des Trogir Tourist Board sagt: „Unsere Stadt ist ein großer Anziehungspunkt für Touristen, insbesondere aus Deutschland, Österreich und der Schweiz, wo Trogir als Top-Reiseziel gilt.“

Der Bürgermeister von Trogir, Ante Bilić, fügt hinzu: „Letztes Jahr wurde unsere Stadt vom Kroatischen Tourismusverband mit der Auszeichnung als bestes nautisches Tourismusziel ausgezeichnet. Trogir ist ein Reiseziel, das man sich nicht entgehen lassen sollte. Darüber hinaus floriert unsere Gastronomieszene und wird weiter wachsen. Unsere gute Infrastruktur erleichtert die Anreise von und zum Flughafen Split, nach Zagreb oder anderen Destinationen in Kroatien.“ Im Sommer finden in Trogir zahlreiche Konzerte und Shows statt. Die gepflasterten Straßen laden Weltreisende ein, vorbeizuschauen und eine Weile zu bleiben – zumindest lange genug, um sich zu erholen, bevor es zu einer anderen Wunschdestination geht.

Ante Bilić
Bürgermeister, Trogir

Marin Piveta
Direktor
Tourismusverband
Trogir

TROGIR

www.visittrogir.hr

Fotos: Beigestellt

BEZAHLTE ANZEIGE

LONG COVID, CHRONISCHE ERSCHÖPFUNG & CO

Mit Holistic Ayurveda Solutions gegen die „Pandemien nach der Pandemie“.

Corona scheint hinter uns zu liegen. Von Infektionen hört man nur noch wenig, Maßnahmen sind gänzlich verschwunden. Dennoch: Immer wieder begegnet man Menschen, die noch an den Folgen der Infektion leiden. Long Covid ist präsenter denn je, sagt Christina Mauracher, Holistic-Ayurveda-Mastermind und Inhaberin des Ayurveda Resort Mandira in der Steiermark.

Ayurveda-Expertin Christina Mauracher bietet im Ayurveda Resort Mandira nachhaltige und ganzheitliche Lösungsansätze.

Werden Sie im Ayurveda Resort Mandira häufig mit Long Covid konfrontiert?
Bei uns im Ayurveda Resort Mandira können wir leider eine deutliche Zunahme von Long Covid beobachten und darüber hinaus verzeichnen wir auch bei Burnout, Fatigue bzw. generell im Bereich der chronischen Erschöpfung einen Anstieg.

Wie äußert sich Long Covid, was sind typische Indikationen?
Häufig ist das Immunsystem überfordert und die Sauerstoffversorgung gebremst. Dazu kommen chronische Inflammationen. Das heißt, Long Covid heizt unserem Körper durch ständige Entzündungsprozesse richtig ein. Der oxidative Stress steigt und der Körper befindet sich in einem andauernden Erschöpfungszustand. Bei vielen ist die Erschöpfung so groß, dass sie aus eigener Kraft keine Veränderung im Alltag mehr herbeiführen können.

Kommen die Gäste bereits mit einer Diagnose zu Ihnen?
Einige kommen bereits mit der Diagnose, aber viele schildern nur die Symptome und wissen einfach nicht weiter. Dann wird die Diagnose von unseren Medizinern und Spezialisten gestellt.

Was kann man aus Holistic-Ayurveda-Sicht gegen die Folgen von Covid tun?
Wichtig ist: Ayurveda ist keine einzelne Maßnahme, sondern ein Lebensstil. Speziell für Long-Covid-Betroffene haben wir ein maßgeschneidertes Paket entwickelt, das nicht nur zur Regeneration, sondern zu einer nachhaltigen Lebensstiländerung führen kann: Auf Basis eines Anamnesegesprächs mit unseren Medizinern und Experten wird ein individuelles Therapieprogramm erstellt und mit einer speziellen Ernährung sowie Mentalprogrammen kombiniert. Zu dem Ernährungs- und Therapieprogramm haben wir außerdem spezielle Infusionstherapien entwickelt, die den Körper in der Regeneration unterstützten und die essenziellen Nähr- und Vitalstoffe zuführen. Wichtig ist, dass der Gast bereits während des Aufenthalts einen wesentlichen Fortschritt wahrnimmt.

Kann man auch präventiv etwas tun?
Prävention ist das Um und Auf für nachhaltige Gesundheit. Ayurveda als Lebensstil führt – angepasst an die persönliche Lebenssituation – zu wesentlichen Veränderungen im Alltag, die Erkrankungen aktiv vorbeugen.

AYURVEDA RESORT
MANDIRA

www.mandira-ayurveda.at

DAS BINDEGEWEBE

Der gebürtige Berliner Oliver Kharraz hat sich mit seinem New Yorker Start-up ein ur-amerikanisches Problem vorgenommen: das Gesundheitssystem. Im Dickicht von Versicherungen, Ärzten und unübersichtlichen Kosten will Zocdoc ein Marktplatz sein – für den Verbraucher.

Text: Sarah Sendner
Foto: Sasha Charoensub

Zocdocs Büroräume im neunten Stock eines Altbaugebäudes am Broadway im hippen Viertel Soho können etwa ein Drittel der 600 Zocdoc-Mitarbeitenden in New York aufnehmen. Aus den Fenstern sieht man die Dächer des alten Südens Manhattans: Backsteinbauten, Pflasterstraßen, Wassertürme. In Vorstellungsgesprächen für Zocdoc-Positionen fragt CEO Oliver Kharraz die Bewerber gerne nach ihrer Schätzung der Anzahl der Wassertürme in der Stadt. „Es geht um das analytische Denken, nicht um die tatsächliche Zahl“, sagt er. Kharraz ist gebürtiger Deutscher und packt mit seiner Firma ein ur-amerikanisches Problem an: das Gesundheitssystem.

Auf den ersten Blick scheint Zocdoc eine Terminbuchungs-App für Arztbesuche zu sein – in der App-Oberfläche gibt man die gewünschte Fachrichtung und den örtlichen Radius an, Zocdoc zeigt dann passende Arztpraxen an, zudem Bewertungen, Beschreibungen und spezielle Leistungen der Ärzte. So einfach, so gut. Doch in den USA ist es komplizierter: Zusätzlich sehen Nutzer, ob ihr Versicherungsplan von einer Praxis angenommen wird und welche Leistungen angeboten werden; in Einzelfällen sogar, wie viel an Kosten für eine bestimmte Behandlung entstehen kann.

Kharraz nennt Zocdoc einen Marktplatz: „Ähnlich wie Airbnb für Urlaubswohnungen oder Expedia für Flüge – wir sind das für das Gesundheitswesen.“ Die Gründe für die Notwendigkeit eines Marktplatzes sind tief in der DNA des US-amerikanischen Sozialsystems verwurzelt. Es gab, so Kharraz, einen „Risikotransfer“: Finanzielle Risiken wurden sukzessive auf den Patienten umgewälzt. „Es gibt niemanden, der zur Aufgabe hat, dieses Risiko für den Konsumenten im Gesundheitsbereich zu managen – und das ist praktisch der langfristige Plan für Zocdoc: diese Firma zu werden.“

In den USA ist das ein Novum. Im Dickicht von Arztpraxen, Tausenden Versicherungsplänen und steten Unsicherheiten von Patienten, ob eine Behandlung wirklich von ihrer Versicherung übernommen wird und in welcher Höhe, will Zocdoc das „Bindegewebe“ sein. „Alle diese getrennten Systeme, zwischen Krankenversicherung und Arzt und der Apotheke und dem Krankenhaus – die verbinden wir und erlauben, Kontrolle über die eigene Gesundheitserfahrung zu übernehmen“, sagt Kharraz.

Das Thema Krankenversicherung ist in den USA kompliziert: Versicherungen tragen dabei die Kosten für einige Vorsorge-Behandlungen komplett. Für andere Behandlungen tragen Versicherte zunächst selbst die Kosten bis zum Aufbrauchen des Selbstbehalts und erst dann greift die Versicherung. Der Selbstbehalt kann dabei zwischen 1.500 und 7.500 US-$ für Einzelpersonen und zwischen 3.000 und 15.000 US-$ für Familien pro Jahr liegen.

„Im Laufe der Zeit hat sich die Patientenverantwortung für eine Behandlung von null auf mehrere Tausend US-$ aufgeblasen“, sagt Kharraz. Das heißt auch: „Der Patient ist mehr und mehr selbst für die finanziellen Kosten einer Behandlung verantwortlich.“ Zocdoc versucht, Vergleichbarkeit zwischen den Optionen herzustellen: „Unser Ziel ist es, für den Konsumenten eine

Plattform zu schaffen, die dieses komplett disparate und unverbundene Gesundheitssystem so zusammenbringt, dass sich tatsächlich Marktkräfte entfalten können und es sich als ein einheitliches System darstellt – ähnlich wie wenn du eine Reise buchst und da ja auch vorher weißt, was der Flug kostet. Ich glaube, so wird das System in den USA stabiler werden“, so Kharraz.

Ausgerechnet ein Deutscher will das US-amerikanische Gesundheitssystem verbessern – jemand, der in einem Land aufgewachsen ist, in dem man Arztpraxen quasi nie mit einer Rechnung verlässt. Doch genau dieser Außenblick sei auch Teil des Erfolgs von Zocdoc, sagt Kharraz: „Sicherlich hilft es bei der Perspektive auf das Problem, dass ich hier Immigrant bin.“ Zusätzlich helfen Kharraz’ persische Wurzeln: „Dadurch habe ich immer schon eine andere Sichtweise – auch auf Deutschland – gehabt.“

Oliver Kharraz in seinem Büro: Das Zocdoc-Headquarter befindet sich auf dem Broadway im hippen Stadtteil Soho.

Er selbst ist in einer Familie aufgewachsen, die multikultureller nicht sein könnte, sagt er. Kharraz’ Vater wurde als politischer Aktivist in Persien gefoltert. Er flüchtete nach Deutschland und entschloss sich, zu bleiben; lernte eine Frau kennen. Oliver Kharraz wurde 1973 in Berlin geboren. In jungen Jahren gründete er sein erstes Unternehmen, verkaufte es für einige 100.000 Mark und finanzierte damit sein Studium der Medizin und der Philosophie. Doch das Unternehmertum ließ ihn nicht los – die Lust auf Neues brachte ihn zu McKinsey. Kharraz spezialisierte sich auf die Schnittstelle zwischen Gesundheit und Technologie und zog in die USA.

Das Thema eigene Firma hatte er weiter im Kopf: „Wenn ich noch mal ein neues Unternehmen gründen will, dann sind die USA das richtige Pflaster, um wirklich große Probleme zu lösen“, so Kharraz’ zentraler Gedanke damals – und das Problem war schnell gefunden. Die Frage, wie man mit der Lösung Geld verdient, war hingegen ein längerer Weg: Nach Zocdocs Gründung im Jahr 2007 basierte das Bezahlmodell zunächst auf einem fixen Beitrag für Ärzte, die ihre Praxis in der Software listen wollten. 3.000 US-$ kostete das damals – ein Modell, das nur wenig funktionierte, denn manche Ärzte konnten für ihre 3.000 US-$ bis zu 10.000 Patienten akquirieren, kleinere Praxen nur zehn – für denselben Preis. „Für manche Ärzte waren wir also ein guter Deal, für manche war das viel zu teuer“, lässt Kharraz diese Zeit Revue passieren. Im Ergebnis sei Zocdoc in seinen ersten zehn Jahren nur begrenzt gewachsen, so der gebürtige Deutsche. Kharraz: „Wir steckten in der Falle dieses Businessmodells drin – und haben dann angefangen, umzustellen.“ Zocdoc führt ein Bezahlmodell ein, das sich nach der Anzahl neuer Patienten richtet. Ein komplexes Unterfangen – plötzlich spielen Gesetze aus den 1970er Jahren eine Rolle, die bezahlte Patientenempfehlungen verbieten.

Doch die Umstellung gelingt. Zocdoc schließt, laut Kharraz, 2015 seine letzte Venture Capital Runde ab. „Heute bekommen wir unser Geld durch die Buchungsgebühren von den Ärzten, wenn ein neuer Patient mit ihnen bucht,” sagt er. Eine massive Veränderung des neuen Businessmodells war auch die Möglichkeit, Werbung zu schalten; die meisten Kunden kommen jedoch durch Mundpropaganda. Zocdoc wächst jedenfalls: 60.000 Praxen und rund 50 Millionen Termine sind heute
bei Kharraz’ Unternehmen gelistet.

Ein möglicher IPO steht für Zocdoc noch in den Sternen, es wird aber damit geliebäugelt. Kharraz: „Aber natürlich – mit meinen deutschen Wurzeln mag ich Disziplin und wir verhalten uns intern schon so, als ob wir eine Public Company wären, bezüglich Compliance und Buchhaltung und all diesen Regularien. Ich glaube, das ist eine gesunde Einstellung für jede Firma.“

Oliver Kharraz wurde 1973 in Berlin geboren. Neben dem Studium der Medizin und der Philosophie gründete er bereits in jungen Jahren sein erstes Unternehmen. Über McKinsey führte sein Weg schließlich nach New York, wo er heute lebt – und sein Unternehmen Zocdoc sein Headquarter hat.

BEZAHLTE ANZEIGE

DIE NATUR UND ICH

Großzügige Weiten, traumhafte Panoramablicke – umgeben von nichts als Natur. Das ist Ihr Hideaway in Südtirol. Herzlich willkommen im Chalet Mirabell.

Foto: Chalet Mirabell

Wellness, Genuss und Fünf-Sterne-Luxus über Meran
Morgens auf den großen Balkon treten und frische Bergluft in die Lungen saugen. Warmes Holz unter den Füßen spüren, den Blick in die Ferne schicken und die Gedanken fliegen lassen - das ist ein Luxus, der im Gedächtnis bleibt. Auf dem Hochplateau von Hafling über Meran breitet das Fünf-Sterne-Hotel Chalet Mirabell vor seinen Gästen ein traumhaftes Panorama aus Wiesen, Wald und Bergen aus - ein Refugium, das Körper und Seele guttut.

Das Chalet Mirabell verfügt über 70 Zimmer und Suiten sowie exquisite Bergvillen, Sauna und Privatpools, die besonders viel Freiraum bieten. Mit dem längsten beheizten Naturbadeteich Südtirols und einem 6.000 Quadratmeter großen Spa mit mehreren Innen- und Außenpools wird der Begriff des Wohlfühlens hier noch einmal neu definiert. Auch kulinarisch:
Das mehrfach ausgezeichnete Restaurant des Hauses wird vom Gault Millau und dem Guide Michelin empfohlen.

Glück ist (auch) eine Platzfrage
Heute zählt das Chalet Mirabell zu den Wellness-Hotels mit dem größten Platzangebot pro Gast im gesamten Alpenraum. Das verdankt sich dem 6.000-Quadratmeter-Spa, dem 10.000 Quadratmeter großen Garten, dem großzügig geschnittenen Restaurant und den Zimmern.

Ein besonderes Maß an Privatsphäre bieten die exklusiven Bergvillen mit eigenen Pools und Saunen. Die 303 Quadratmeter große Premium Forest Villa fasst bis zu zwölf Personen. Auch die Master Villen mit 160 und die Premium Villa mit 230 Quadratmeter Fläche bieten mit je drei Schlafzimmern und drei Bädern sowie Designer-Küche, Weinschrank, eleganter Couch-Landschaft und Ofen mit Echtfeuer jeweils bis zu acht Gästen eine unvergessliche Urlaubskulisse. Ein ins Freie ausfahrbares Bett erlaubt Schlaf unter dem Sternenhimmel. In den Wintermonaten genießen die Gäste die Dreiviertelpension des Chalet Mirabell mit Lunch aus der Show-Küche und dem fünf- bis sechs gängigen Abendmenü. Zu den drei Menüvarianten zählt stets eine vegane Option. Auch ein Privatkoch ist buchbar.

Schöne Aussichten: Über den Dächern Merans
Die Lage nahe Wandergebiets Meran eröffnet alle Möglichkeiten für Aktivitäten in der Natur. Dazu zählen die drei Kilometer Naturrodelbahn und die grüne Berglandschaft mit einem Netz attraktiver Wanderwege. Das Chalet Mirabell besitzt sogar eine eigene Alm. Sie kann für Knödel-Kochkurse beim Hausherrn, aber auch für Übernachtungen gebucht werden und ist ein beliebtes Wanderziel.

HOTEL
CHALET MIRABELL
THE SPIRIT OF MERAN

www.residence-mirabell.com

(K)EIN SÜSSES GESCHÄFT

Schokolade ist süß, der Beigeschmack jedoch oft bitter – denn auch heute noch sind die Arbeitsbedingungen in der Wertschöpfungskette oft katastrophal. Die niederländische Marke Tony's Chocolonely will die Branche nachhaltig verändern und sie frei von Kinder- und Sklavenarbeit machen. Um das zu schaffen, will der neue CEO Douglas Lamont aus Tony's nicht nur ein Milliardenunternehmen machen – er will auch mit seiner Konkurrenz zusammenarbeiten.

Text: Klaus Fiala
Foto: Katharina Gossow, Anne Berlinckhoff

Es gibt nicht viele Unternehmen, deren Geschichte damit beginnt, dass einer der Gründer sich zwei Jahre lang rechtlich selbst verfolgt. Genau das passierte aber 2002: Der niederländische Journalist Teun van de Keuken hatte herausgefunden, dass nahezu jede Tafel Schokolade unter Mithilfe von Sklavenarbeit produziert wurde. Bis heute sind 1,5 Millionen Kinder illegal auf Kakaofarmen in Westafrika beschäftigt – 30.000 davon leben Schätzungen zufolge als moderne Sklaven.

Van de Keuken, der sich in den Niederlanden als Investigativjournalist einen Namen gemacht hatte, filmte sich daraufhin selbst, wie er eine Tafel Schokolade nicht nur kaufte, sondern sie auch verzehrte. Er nannte sich dabei selbst einen „Chocolate Criminal", da er nach eigenen Angaben ein illegal hergestelltes Produkt gekauft und konsumiert hatte. Er verlangte von der niederländischen Staatsanwaltschaft, dass er dafür strafrechtlich verfolgt werden muss. Van de Keuken ging sogar so weit, nach Westafrika zu reisen – 60 % der globalen Kakaobohnen kommen aus Ghana und der Elfenbeinküste – und Arbeiter zu überzeugen, gegen ihn auszusagen. Der Prozess ging insgesamt zwei Jahre lang.

Letztendlich entschied der Richter, dass die Bedingungen zwar katastrophal seien, eine direkte Verbindung zwischen dem illegal hergestellten Kakao und der Tafel von van de Keuken jedoch nicht hergestellt werden kann. Zudem war der Richter besorgt über den Präzedenzfall, den er mit einer solchen Verurteilung schaffen würde, denn dann müsste man quasi alle Konsumenten, die Schokolade kaufen, gerichtlich belangen. Teun van de Keuken, dessen Vorname zu Tony übersetzt wird, entschied sich 2005 für einen anderen Weg: Er gründete ein Unternehmen namens Tony's Chocolonely und wollte Schokolade herstellen, die völlig frei von Kinder- und Sklavenarbeit war.

17 Jahre später ist Tony's nicht nur die führende Schokoladenmarke in den Niederlanden, sondern auch die schnellstwachsende Marke weltweit. Neben dem Heimmarkt ist das Unternehmen unter anderem auch in der deutschsprachigen Region, in Großbritannien und in den USA aktiv. Der Umsatz betrug im Geschäftsjahr 2021/22 rund 133 Mio. €, 2022/23 dürften es rund 30 % mehr und damit zwischen 150 und 160 Mio. € werden (die finalen Zahlen werden im Oktober 2023 veröffentlicht).

Unter der Führung des neuen CEOs Douglas Lamont, der im Oktober 2022 an Bord kam und zuvor zehn Jahre lang die Saftmarke Innocent leitete, soll Tony's nun das nächste Kapitel der Entwicklungsgeschichte aufschlagen. „Wir haben eine gute Chance", so Lamont im Interview, „aus Tony's eine Billion-Dollar-Brand zu machen." Doch Lamont hat noch größere Ziele als nur finanzielles Wachstum: „Unser Ziel ist es, die gesamte Branche zu verändern."

Das Hauptquartier von Tony's im Norden Amsterdams ist auf drei von vier Seiten von Wasser umgeben. Es ist quasi brandneu; selbst Lamont war vor uns nur ein einziges Mal physisch im Büro. Neben offenen Arbeitsplätzen gibt es vor allem unterschiedlichste

Meetingräume, die alle für ein Thema stehen: Der „Unequally Divided Room“ spielt auf Tony’s ungewöhnliche Teilung seiner Schokoladentafeln an (keine gleicht der anderen und die Stücke sind stets ungleich groß); der ganz in Weiß gehaltene „Escape the Red Room“ soll helfen, der roten Farbe zu entkommen, die nicht nur die ursprünglichen Verpackungen der Schokolade, sondern auch das Büro dominiert. In der Küche gibt es Kaffeetassen, auf denen jeweils ein Mitarbeiter im Porträt abgebildet ist.

Wenn es aber um die Mission geht, wird das Team sehr ernst. „Wir sind ein Impact-Unternehmen, das Schokolade produziert“, sagt Lamont, „nicht andersrum!“ Der CEO betont, dass das Unternehmen überzeugt ist, mit dem aktuellen Weg die Branche verändern zu können. „Sollten wir merken, dass es eine andere Möglichkeit gibt, mit der wir effektiver sind, dann werden wir das tun.“ Bereits heute sind 100 % der Bohnen nachverfolgbar; zudem bezahlt Tony’s rund 80 % Aufschlag auf den Fairtrade-Preis, rund 8 % des Umsatzes investiert Tony’s in erhöhte Löhne. Die Bruttomarge lag zuletzt bei fast 50 %, 2022/23 litt aber auch das Tony’s-Ergebnis unter den gestiegenen Preisen. Abzüglich der Waren- sowie Overheadkosten ist Tony’s laut Lamont operativ break-even, weil alles wieder in die Operation investiert wird.

Lamont: „Wenn wir es nicht schaffen, nachhaltig Gewinne zu schreiben, werden wir die Branche nicht verändern können – denn dann haben die Großen immer noch die Ausrede, dass ihre Aktionäre höhere Margen wollen.“ Zu den Großen gehören etwa Mars Wrigley (dessen Umsatz mit Schokolade und Süßigkeiten zuletzt rund 20 Mrd. US-$ betrug), Mondelez (12 Mrd. US-$ Umsatz), Ferrero (15 Mrd. US-$) sowie der Schweizer Konzern Nestlé (rund 8 Mrd. CHF).

Tony’s selbst kooperiert mit einem anderen Riesen, Barry Callebaut, der mit sieben Mrd. CHF Umsatz ebenfalls einer der größten Schokoladehersteller ist. Doch wer seine Mission so oft und so laut betont, muss auch damit rechnen, dass höhere Standards angewandt werden: Tony’s erlebte einige Kritik, als die Marke von der Slave Free Chocolate List der gleichnamigen NGO entfernt wurde. Denn obwohl in der Wertschöpfungskette von Tony’s keine Fälle von Sklavenarbeit gefunden werden konnten, gab es solche Fälle bei Barry Callebaut sehr wohl. „Jede Organisation muss selbst entscheiden, worauf sie ihren Fokus legt“, sagt Lamont. „Uns ist unsere Mission wichtig. Das bedeutet, dass wir auch mit den Großen zusammenarbeiten wollen, um Veränderung zu bewirken.“

„Wir sind ein Impact-Unternehmen, das Schokolade produziert“, sagt Douglas Lamont, CEO von Tony’s Chocolonely.

Mit dem Projekt „Tony’s Open Chain“ stellt das Unternehmen die eigene Wertschöpfungskette auch Konkurrenten zur Verfügung. Darunter befindet sich etwa die Marke Jokolade, die vom deutschen Entertainer Joko Winterscheidt mitgegründet wurde. Auch die Eismarke Ben & Jerry’s nutzt für die Beschaffung ihrer Kakaobohnen die Tony’s Open Chain. „Wir wollen mit unseren Konkurrenten in der Wertschöpfungskette zusammenarbeiten und im Supermarkt konkurrieren“, so Lamont.

Es ist also nicht nur die Entstehungsgeschichte von Tony’s ungewöhnlich, auch die Geschäftspraktiken sind es. Doch Lamont und sein Team sind überzeugt, dass genau dieser Ansatz dazu führen wird, dass Schokolade in Zukunft „besser“ hergestellt wird. Dass er auf dem Weg dorthin ein Milliardenunternehmen bauen kann, sieht Lamont als durchaus wahrscheinliche Option: „Ich denke, dass wir in den nächsten zehn Jahren die Milliarde knacken könnten.“

Douglas Lamont war 15 Jahre lang bei Innocent Drinks tätig, zehn Jahre davon als CEO. Seit Oktober 2022 ist er CEO von Tony’s Chocolonely.

BEZAHLTE ANZEIGE

DIE ZUKUNFT DER LANGLEBIGKEIT STRAHLT ROT

Österreichische Innovation nutzt Licht, um den Alterungsprozess zu transformieren.

Foto: Luminous Labs GmbH, fotoCrafie Christine Rechling

Wussten Sie, dass wir im Durchschnitt die letzte 12 Jahre unseres Lebens in einem degenerativen Zustand verbringen? Und all das, weil wir nicht genug auf unseren “Lifestyle”geachtet haben? Hören Sie nun gut zu, denn wenn Sie auf Ihre Zellen und Ihre Umgebung achten, werden Ihre nächsten Jahre maßgeblich anders.

Luminous Labs verkörpert die Philosophie des führenden Langlebigkeitsforschers Dr. Aubrey de Grey: „Die Forschung über das Altern konzentriert sich nicht darauf, länger oder sogar für immer zu leben. Es geht um eine verlängerte Gesundheitsspanne. Als angenehmer Nebeneffekt wird sich die Lebensspanne verlängern“.In einem visionären Streben haben zwei engagierte PhD Forscher eine bahnbrechende Lösung entwickelt, die den Alterungsprozess radikal revolutioniert. Sie konzentrieren sich auf den Kern des Lebens: die Mitochondrien und deren ATP-Produktion. Ihre Technologie zielt darauf ab, bereits frühzeitig und als Teil der täglichen Routinen die abnehmende Effizienz der Zellen zu optimieren. Durch diese Innovation steht uns eine Zukunft bevor, in der das Altern nicht mehr als unausweichlich gilt, sondern als etwas, das wir aktiv beeinflussen können.

Die nicht-invasive Technologie richtet sich an gesundheitsbewusste, alternde Menschen, die ihre Gesundheitsspanne und Wohlbefinden verbessern wollen. Durch die Nutzung eines spezifischen Kaltlichtspektrums (zwischen 600-900nm), wird rotes und nah-infrarotes Licht durch die Haut aufgenommen und in die Zellen überführt. Die in den Zellen enthalteten Mitochondrien werden ähnlich wie Batterien mit Energie (ATP) übertaktet, was eine Vielzahl von Vorteilen mit sich bringt. Dazu zählen verbesserte Beauty, Performance und nicht zuletzt Langlebigkeit.

Rotes und Nah-Infrarotes Licht zur Förderung der Langlebigkeit - Luminousred macht’s möglich!

Barbara Sekulovska, BA MSc & Thomas Lechner, MA MLL, das Gründer-Duo der Luminous Labs GmbH.

Luminous Labs ist stolz darauf, eines der ersten marktreifen Unternehmen zu sein, das sich dieser Herausforderung stellt und eine Technologie entwickelt hat, die bereits von tausenden B2C KundInnen auf fünf Kontinenten und ersten Pilotprojekten im High-End Hospitality Bereich genutzt wird. Die Besonderheit liegt in der Verschmelzung von zwei Schlüsselinnovationen: der patentrechtlich geschützten Cell-Light™-Mischung, und des in Kürze erscheinenden Algorithmus für maschinelles Lernen, OptimalDose, der zur Bewertung und Optimierung mitochondrialer Rückkopplungsschleifen benutzt wird und somit personalisierte Anwendungen aufgrund von Körperdaten empfehlen kann.

Jetzt liegt es an Ihnen:
Sind Sie bereit, sich dem Altern auf eine völlig neue Weise zu widmen? Seien Sie neugierig, und nehmen Sie die Herausforderung an: Let’s end aging or die trying.

LUMINOUSRED

www.luminousred.com

ÄRZTEN HELFEN, MENSCHEN HELFEN

Zehn Mio. € Finanzierung erhielt das Start-up Doctorly kürzlich – das Ziel: die Arztpraxen Deutschlands effizient zu digitalisieren. Warum Ärzte diese Art von Digitalisierung überhaupt brauchen und wie es für sieben junge Menschen war, sich gegen die alteingesessenen Praxissoftwares der deutschen Ärzte zu stellen und damit als erstes ernst zu nehmendes Konkurrenzprodukt den Markt aufzumischen, erzählen die Doctorly-Mitgründer Anna von Stackelberg und Nicklas Teicke im Gespräch.

Text: Lela Thun
Foto: Jasmin Schuller

Wer zum Arzt will, muss warten können: Zuerst kommt das Warten auf einen Termin, dann das Warten auf die Registrierung und Anmeldung und dann, auf der Zielgeraden, das Warten auf den Arzt. Es ist ein Prozess, den fast jeder kennt und niemand wirklich mag – Doctorly will genau dieses Warten durch seine Software verkürzen. Abrechnungen, Patientendaten, Medikamentenverschreibungen und die Koordination der Krankenkassen, das alles soll mittels Doctorly zentral und digital abgewickelt werden, damit die Arbeit der Ärzte verkürzen und gleichzeitig das Wohlbefinden sowie die Gesundheit der Patienten fördern. Dass es so etwas in Deutschland bisher noch nicht gab, verwunderte auch die Doctorly-Mitgründer: „Die meisten Ärzte nutzen bisher Praxisprogramme, die an die 40 Jahre alt sind und sich im Kern während der ganzen Zeit kaum weiterentwickelt haben. Diese veralteten Softwares lösen bei den meisten Ärzten wahnsinnig viel Frust aus“, so Doctorly-Mitgründerin Anna von Stackelberg.

Das soll sich nun deutlich verändern. Doctorly ist ein Programm für Ärzte, das sich auf die Simplifizierung der Arbeitsabläufe in der Praxis fokussiert. Über Doctorly können Ärzte auf Patientendaten zugreifen, sie speichern, Medikamente verschreiben, Honorarnoten schreiben, einen intelligenten Kalender erstellen und vieles mehr. Das alles soll einfacher, schneller und intuitiver sein als das jeweilige veraltete Programm. Außerdem legten die Gründer besonders viel Wert auf eine elegante Benutzeroberfläche, einen unkomplizierten Systemwechsel und schnellen Kundenservice. „Für viele Ärzte ist der Kundenservice besonders wichtig. Sie sind es gewohnt, mehr als eine halbe Stunde in der Leitung auf Hilfe zu warten. Bei uns antwortet der Kundenservice durchschnittlich binnen acht Sekunden“, erzählt Stackelberg.

Ursprünglich kommt von Stackelberg aus der Kunstwelt, wo sie einige Jahre als Produktmanagerin in New York gearbeitet und für Architektur- und Kunstprojekte Finanzierungen gesammelt hat. Dennoch beschäftigten das Gesundheitswesen und vor allem die fehlenden Digitalisierungsprozesse im Medizinsektor die Gründerin schon lange. „Viele Bereiche des täglichen Lebens wurden durch Digitalisierung bereits zugänglicher gemacht und demokratisiert. Der letzte große Entwicklungsschritt in dieser Hinsicht war wohl das Finanz- und Steuerwesen. Wenn man nun aber krank ist oder als Arzt seine Patienten zeitgemäß behandeln oder erreichen möchte, dann stößt man auf fehlende Möglichkeiten. Hier schaffen wir mit Doctorly Abhilfe“, erzählt von Stackelberg.

Auch Co-Gründer Nicklas Teicke hatte vor Doctorly beruflich kaum etwas mit der Medizin zu tun. „Ich habe eigentlich meine gesamte Karriere in der Start-up-Welt verbracht“, so Teicke. Der Doctorly-Mitgründer war zuvor hauptsächlich im Schweizer E-Commerce-Bereich tätig, wollte aber irgendwann in eine Branche wechseln, die mehr Entwicklungsmöglichkeiten bot. So beschäftigte sich Teicke zunächst mit dem Bildungswesen, sah dann aber, nachdem er von Stackelberg kennenlernte, schnell, dass seine Start-up-Mentalität auch im Gesundheits-

wesen sehr gebraucht wird. „Zuerst blickten wir mit der Patientenbrille auf die Probleme im deutschen Gesundheitssystem, merkten aber schnell, dass wir, bevor wir den Patienten helfen können, die Ärzte unterstützen müssen“, so Teicke. Probleme wie zum Beispiel jenes, für ein Kind mit Ausschlag an einem Samstagnachmittag keinen Arzttermin zu bekommen, oder jenes, monatelang auf einen Termin beim Psychotherapeuten zu warten, will Doctorly mit seiner zeitsparenden Software für Ärzte lösen – sprich: Wenn der Arzt weniger Zeit für administrative Arbeit aufwenden muss, kann er mehr Zeit in die Unterstützung der Patienten stecken.

Diese Unterstützung wird unter den deutschen Ärzten gern gesehen, denn diese sind durchschnittlich rund 61 Tage pro Jahr mit administrativen Arbeiten beschäftigt – eine Zeitspanne, die bei der zurückgehenden Zahl an Fachärzten in Deutschland durchaus sinnvoller genutzt werden könnte. 2020 fehlten laut einer Studie des Instituts für Arbeitsmarkt- und Berufsforschung (IAB) in Deutschland rund 6.000 Hausärzte und 2.000 Fachärzte. Vor allem ländliche Gegenden haben mit einem großen Fachärztemangel zu kämpfen; in manchen Landkreisen gibt es beispielsweise keinen einzigen Psychiater, Augenarzt oder Neurologen. Dies spiegelt sich auch in den Wartezeiten wider – so gab der Bund der Krankenkassen an, dass man 2022 durchschnittlich 15 bis 25 Tage auf einen Facharzttermin warten musste. „Ich habe einfach nicht verstanden, warum es oft so lange braucht und so unglaublich kompliziert ist, in Deutschland gesundheitliche Hilfe zu bekommen“, so von Stackelberg.

Genau in diesen Punkten sahen auch Investoren Änderungsbedarf. So konnte die in Berlin ansässige Doctorly GmbH im März dieses Jahres bei einer Finanzierungsrunde der Serie A zehn Mio. € einsammeln. Unter den Investoren findet man den bekannten Namen Horizons Ventures – das Unternehmen ist dafür bekannt, in Start-ups zu investieren,

„Ich habe einfach nicht verstanden, warum es oft so lange braucht und so unglaublich kompliziert ist, in Deutschland gesundheitliche Hilfe zu bekommen“, so von Stackelberg.

die das Potenzial haben, komplette Märkte auf den Kopf zu stellen. Unter seinen vergangenen Investitionen waren beispielsweise Spotify, das den Musikmarkt grundlegend verändert hat, oder Wefox, das den Versicherungsmarkt revolutioniert hat. Ob sich Doctorly in Zukunft zwischen Spotify und Wefox einordnen lassen kann, wird sich weisen – Teicke zeigt sich auf jeden Fall optimistisch: „Wir sind stolz darauf, mit so großen Unternehmen wie Horizons Ventures zusammenarbeiten zu dürfen, und glauben, dass Doctorly am Gesundheitsmarkt so einiges verändern kann.“

Seit fünf Jahren arbeitet das Gründerteam von Doctorly schon an der Praxissoftware, die seit rund einem Jahr auf dem Markt ist. Durch die erfolgreichen Finanzierungsrunden konnte das Start-up seit Anfang des Jahres enorm wachsen; so hat das Unternehmen mittlerweile rund 60 Mitarbeiter. „Wir haben dieses Jahr um die 20 Leute neu eingestellt“, so von Stackelberg. Zu den Umsatzzahlen möchten die beiden Gründer noch nichts sagen; es ist für Doctorly laut Teicke einfach noch zu früh, solche Zahlen bekannt zu geben.

In der Zukunft möchten die beiden Gründer weiter an ihrem ursprünglichen Ziel, Patienten direkt zu helfen, arbeiten. Eine App für Patienten, die auf ihren Wunsch Daten aus Fitness-, Period-Tracker- und Blutzucker-Apps mit dem Arzt teilen, um das Gesundheitssystem ganzheitlich zu verbessern, soll der erste Schritt in jene Richtung sein. „In Deutschland konzentriert sich der Datenschutz im Gesundheitswesen allzu oft auf eine rigide Datensicherung – und vergisst dabei häufig den eigentlichen Zweck des Datenschutzes: den Schutz des Menschen“, so Teicke.

Auch den internationalen Markt wollen die Berliner innerhalb der nächsten Jahre mit ihrem Produkt erobern: „Wir sind zwar bisher nur in Deutschland tätig, wissen aber auch, dass fast überall auf der Welt das Gesundheitssystem einen großen Schritt in Richtung Digitalisierung machen muss“, blickt von Stackelberg optimistisch in die Zukunft.

BEZAHLTE ANZEIGE

QUANTENSPRUNG IN DER SCHMERZBEHANDLUNG

Operation bei Gelenk- oder Rückenschmerzen? Univ.-Prof. Dr. Michael Zimpfer geht andere Wege.

Foto: Beigestellt

Das Aufstehen ist eine Herausforderung, jeder Schritt eine Qual – Schmerzen im Bewegungsapparat schränken die Lebensqualität erheblich ein. Etwa ein Viertel der Bevölkerung leidet an Funktionseinschränkungen des Bewegungsapparates, wobei Gelenk- und Rückenschmerzen am häufigsten auftreten. An die 10-15% der Menschen weisen so manifeste Probleme auf, dass sie behandlungsbedürftig sind. Doch hier beginnt für die Betroffenen oft ein Canossagang. „Viele Patienten haben bereits mehrere Ärzte aufgesucht“, sagt Schmerzspezialist Prof. Dr. Michael Zimpfer vom Zentrum für Medizin und Gesundheit (ZMED) in Wien und Mitglied der renommierten Organisation „World Institute of Pain“. „Durch meine jahrzehntelange klinische Erfahrung kann ich Schmerzen schnell zuordnen, zudem arbeiten wir mit modernster Diagnostik.“

Moderne Verfahren

Bei Schmerzen in Knie, Hüfte oder Schulter wird den Betroffenen meist zu einem Ersatz geraten. „Viele, die zu uns kommen, haben schon einen OP-Termin vereinbart“, so Dr. Michael Zimpfer. „Wir bieten eine minimalinvasive Methode an, die einen Gelenkersatz unnötig macht oder lange hinauszögert.“ Der Schmerzspezialist bezeichnet diese als Quantensprung in der Therapie. „Wir gewinnen in nur einer Sitzung Stammzellen aus dem Knochenmark und pflanzen diese in das betroffene Gelenk ein“. Die gezielte Applikation der körpereigenen Stammzellen leitet eine Regeneration ein. Da dieser Vorgang Zeit in Anspruch nimmt, wird der Patient durch gezielte Ausschaltung der Nerven schmerzfrei gestellt. „Diese Vorgangsweise bringt dem Patienten sofort mehr Lebensqualität“, so der Mediziner.

Auch Patienten mit massiven Rückenschmerzen finden im ZMED rasch Hilfe. In der Wirbelsäule befindet sich der Spinalkanal, durch den die Nerven für die Versorgung der Beine sowie Nerven, die die Blasen- und Darmentleerung und die Sexualfunktion kontrollieren, verlaufen. Verengt er sich, führt das zu Schmerzen und Funktionseinbußen. „Auch hier lautet mein Credo: möglichst keine offene Operation“, betont Dr. Zimpfer. „Wir bieten bei Verengungen des Spinalkanals sowie bei Bandscheibenvorfällen eine minimalinvasive Wirbelsäulenchirurgie an, die es europaweit kaum gibt: Der Eingriff erfolgt über einen Knopflochzugang und der Patient geht danach wieder nach Hause.“ Dabei werden die betroffenen Knochenkanäle erweitert oder vorgewölbte Bandscheiben herausgezogen. Vorteile dieser Methode: Vernarbungen, die ebenfalls zu Schmerzen führen können, fallen weg, zudem wird Betroffenen die Beweglichkeit zurückgegeben.

Zentrum für Medizin und Gesundheit
Vienna Medical Center

Pelikangasse 3/101
1090 Wien
Tel.: 01/997 28 30
www.zmed.at
www.zimpfer.at

LSD DAS TOOL DER VISIONÄRE?

Inhalt von MODERNmind vorbereitet

MODERNmind ermöglicht legale LSD Erfahrungen in Deutschland

Lust auf einen augenöffnenden Trip? Nichts anderes verspricht MODERNmind, als Mental-Wellness Unternehmen & Marktführer für psychedelische Therapien & Microdosing Produkte in Deutschland. Wie das möglich ist und wie bewusstseinserweiternde Substanzen uns erfolgreicher und glücklicher machen sollen, beleuchten wir in diesem Artikel.

Wenn man an LSD und andere Psychedelika denkt, stellt man sich sicher Hippies & wilde Techno Partys vor.

MODERNMIND Gründer
Konstantin Neumann // Maja Theresa Balz

Das allerdings bereits Vordenker unserer Zeit, wie Steve Jobs und Elon Musk, positiv über ihre Erfahrungen mit Psychedelika gesprochen haben, wissen die wenigsten.

Steve Jobs sagt: "**Taking LSD was a profound experience, one of the most important things in my life**". In verschiedenen Interviews wies er daraufhin, dass diese bewusstseinserweiternden Erfahrungen ihn bei der Ideenfindung und Entstehung von Apple maßgeblich geholfen haben.

Konstantin Neumann besuchte 2019 auf Anraten eines Unternehmerfreundes ein psychedelisches Retreat und entschied trotz des beruflichen Erfolgs sich neu zu orientieren und schaffte mit 22 Jahren einen erfolgreichen Exit seines ersten Unternehmens.

Schon bald erkannte der Biotechnologe mit seiner Partnerin & Unternehmerin Maja die positiven Effekte von Psychedelika auf die mentale Gesundheit und Leistungsfähigkeit.

"Der Einsatz von Psychedelika in einem therapeutischen Rahmen ist das Fundamant der mentalen Gesundheit von Morgen.

Menschen verdienen es über dieses Potenzial aufgeklärt zu werden."
- Maja Theresa Balz

Dabei ist Ihnen vor allem die Aufklärung, Entstigmatisierung und der sichere Einsatz dieser effektiven und teils lebenverändernden Substanzen wichtig.

Veränderung entsteht in der Regel nicht von Heute auf Morgen, aber durch eine psychedelische Erfahrung ist es möglich, negative Glaubenssätze zu erkennen und aus alten Mustern auszubrechen, um langfristige Erfüllung und Glück in jedem Moment seines Lebens zu finden.

Um diese Prozesse in einem sicheren und verantwortungsvollen Rahmen zu ermöglichen hat MODERNmind zwei unterschiedliche Angebote entwickelt.

MENTAL HEALTH MATTERS

Legale LSD Retreats

MODERNmind Retreat Teilnehmer beim Start der psychedelischen Sitzung am 1. Retreat Tag. Die Teilnehmer sind anschließend für 7-8 Stunden in einem bewusstseinserweiternden Zustand.

Quelle
Instagram: **@modernmind.germany**

MODERNmind ist ursprünglich mit einem Online Shop für **LSD Microdosing** gestartet. Unter Microdosing versteht man die geringdosierte Einnahme einer bewusstseinserweiternden Substanz, wie z.B. LSD um stimmungsaufhellende und diverse andere positive kognitive Effekte zu erzielen.

Diese Form der Anwendung von Psychedelika wurde vor allem durch Tech-Unternehmer aus dem Silicon Valley bekannt, wo man offenbar ohne Probleme LSD kaufen kann.

Anwender beschreiben ihren Zustand oft als fokussierter, kreativer, weniger gestresst und können so ihre Aufmerksamkeit auf die gewünschte Aktivität richten. Die Sinne werden geschärft und alles was man erlebt und macht wird ein wenig intensiver und spürbarer.

Ein Microdosing Kit enthält wahlweise zwischen 30-120 LSD-Derivat Tabletten

Ein LSD-Derivat ist eine Art LSD-Vorstufe, welche im Organismus zu LSD verstoffwechselt wird und chemisch gesehen nahezu identisch mit dem Original-LSD ist. Auch die Wirkung und Effekte sind dem Original zum Verwechseln ähnlich. Der einzige Unterschied: LSD-Derivate sind eine gesetzliche Möglichkeit LSD-Produkte legal zu kaufen und sie eigenverantwortlich ohne Strafen anzuwenden.

MODERNmind sieht in den Derivaten aber neben der Legalität auch noch den Vorteil, dass die Wirkung besser kontrollierbar scheint und die Gesamtwirkzeit etwas kürzer ist als beim Original-LSD. Dies macht den Einsatz von LSD-Derivaten bei den **MODERNmind Retreats** deutlich einfacher, so ist die Gesamtwirkzeit von 12-13 Stunden (Original) auf 7-8 (LSD-Derivat) verkürzt.

Bei den Retreats wird im Gegensatz zum Microdosing eine hohe Dosis einer psychedelischen Substanz wie dem LSD-Derivat verwendet, um eine starke bewusstseinserweiternde Erfahrung zu erzeugen.

Die Effekte von LSD sind sehr stark von Set (deinem Geisteszustand) und Setting (deiner Umgebung) abhängig, sowie von der jeweiligen Dosierung und sollten deshalb nur unter professioneller Begleitung erlebt werden.

Die MODERNmind Retreats finden mittlerweile 1-2x pro Monat statt und verhelfen zu tiefgreifenden Erkenntnissen über sich Selbst, seiner inneren Stärke und Werte. Oft unterschätzen wir die Kraft des Unterbewusstseins. Psychedelika schaffen es, die Tür in diese Welt der Antworten zu öffnen und geben uns auf effektive Weise Einblick in unsere Psyche.

In diesen bewusstseinserweiternden Zuständen werden die Teilnehmer von erfahrenen Psychologen, Psychotherapeuten & spirituellen Guides unterstützt und durch ihre Erfahrung geleitet. Es gibt ganz unterschiedliche Beweggründe auf spirituelle Retreats in Deutschland zu gehen. Die einen erhoffen sich einen Ausweg aus ihren depressiven Verstimmungen, die anderen wollen ihre wahre Bestimmung finden und wieder andere Traumata oder tiefsitzende Blockaden auflösen.

Bevor man an einem Retreat teilnehmen kann ist es erforderlich, einen Screening-Prozess zu durchlaufen.

Dieser ist notwendig, da eine hochdosierte psychedelische Erfahrung nicht für jeden geeignet ist. Nach Prüfung der Bewerbungsunterlagen erfolgt noch ein psychologisch-medizinisches Telefonat. Im Anschluss folgt die detaillierte Vorbereitung durch einen MODERNmind Psychologen, so dass jeder Teilnehmer mit dem richtigen Mindset zum Retreat kommt und seine individuellen Themen bearbeiten kann.

> **Auf den MODERNmind Retreats verbinden wir studienbasiertes Wissen mit den jahrtausendealten schamanischen Lehren des Amazonas. So kann eine optimale Symbiose von Körper, Geist & Seele erzeugt werden.**
>
> - Konstantin Neuman -

Nach dem Retreat werden die neuen Erkenntnisse eigenständig oder mit einem MODERNmind Psychologen in den Alltag integriert.

Weitere Informationen zu den Produkten und Retreats finden sich auf der Webseite.

AUF DER SUCHE NACH DER EWIGEN JUGEND

Der Unternehmer Bryan Johnson will den Alterungsprozess seines Körpers umkehren. Durch strenge Diäten, harte Work-outs und teils schmerzhafte Therapien hat der 45-Jährige tatsächlich den Organismus eines Teenagers wiedererlangt – das sagen zumindest die Daten. Doch warum tut sich Johnson das an?

Text: Reinhard Keck
Fotos: Magdalena Wosinska

Neulich hat sich Bryan Johnson ein paar Tage Urlaub gegönnt: Mit seinem 19-jährigen Sohn machte er einen Roadtrip durch den mexikanischen Bundesstaat Baja California. Für den 45-jährigen US-Unternehmer aus Kalifornien war die Reise nach Süden eine seltene Abwechslung von seinem Alltag als „Versuchskaninchen“ – diesen eher uncharmanten Begriff (bei Johnson in der englischen Version „guinea pig“) nutzt der Amerikaner übrigens selbst, um sich und seine Mission zu beschreiben.

Auch im Urlaub hielt sich Johnson strikt an sein Anti-Aging-Programm: Jeden Tag trug er etwa sieben verschiedene Cremes auf, um seine Haut vor den negativen Effekten von zu viel Sonne zu schützen. Nach der Rückkehr unterzog er sich dennoch einer Lasertherapie, um mögliche Hautschäden durch UV-Licht zu korrigieren. Während des Trips befolgte Johnson auch sein strenges Ernährungsprogramm: Tacos und Enchiladas rührte er nicht an, dafür hatte er seine wichtigsten veganen Lebensmittel im Gepäck: Avocados, probiotische Joghurts auf Pflanzenbasis und kalt gepresstes Olivenöl. Auch seine täglichen Work-outs und seine festen Schlafzeiten hielt er ein.

Dank der Reise konnte Johnson nicht nur Zweisamkeit mit seinem Sohn erleben, er kam auch zu einer sehr erfreulichen Erkenntnis: Hinsichtlich Fitness, Wohlbefinden und der generellen körperlichen Verfassung konnte er keinerlei Unterschiede zu seinem Sohn feststellen. Betrachtet man noch dazu medizinische und biologische Daten wie die Lungenkapazität oder die Funktionstüchtigkeit der inneren Organe, sei der Trip nicht der Ausflug von Vater und Sohn gewesen, sondern die Tour zweier Teenager.

Bryan Johnson ist ein Mann mit schmalem Gesicht und schulterlangen Haaren; er hat den Körper eines Asketen, seine Stimme klingt überraschend hell. Der Amerikaner widmet sich seit zwei Jahren einem Ziel, das man als revolutionär bezeichnen kann: Er will sich selbst

Bryan Johnson und sein 19-jähriger Sohn Talmage.

und der Menschheit das ewige Leben schenken. Er wage sich in unbekanntes Territorium vor, erklärt Johnson, wie einst Kolumbus, Shackleton und die anderen großen Entdecker – wobei Johnson nicht hinter dem Horizont oder im ewigen Eis nach neuen Welten sucht, sondern in den Tiefen des menschlichen Organismus.

Der im kalifornischen Venice lebende Unternehmer hat dafür „Project Blueprint“ begründet, eine radikale Verjüngungskur. Sein Ziel ist klar definiert: Er will Gehirn, Herz, Lunge, Leber, Nieren, Sehnen, Zähne, Haut, Haare, Blase, Penis und Rektum eines 18-Jährigen haben. Glaubt man den detaillierten Körperwerten, die rund 30 Mediziner und Experten rund um die Uhr auslesen und analysieren, ist Johnson diese Verwandlung in vielen Bereichen tatsächlich gelungen.

„Alle wichtigen Biomarker bestätigen, dass ich den Körper eines Teenagers habe“, sagt Johnson – mal abgesehen von seinen Haaren, die er braun färbt. Allerdings habe sich auch hier die Anzahl der grauen Stellen um 80 % reduziert. Johnson ist für einen 45-Jährigen sehr schlank, sein Körperfettanteil liegt zwischen 5 und 6 % – selbst Hochleistungsathleten haben mehr Fettpölsterchen. Doch Johnsons ausgeprägte Muskeln sind nur äußere Kennzeichen. Beeindruckender finden Mediziner die Vitalität seiner inneren Organe: Johnson habe das Herz eines 37-Jährigen, die Haut eines 28-Jährigen und tatsächlich die Fitness eines sportlichen Teenagers, wie sein Ärzteteam bestätigt.

Johnson habe die Alterung somit nicht nur aufgehalten oder zumindest pausiert, er habe den Prozess teilweise sogar umgekehrt. „Die Ära der Longevity ist gekommen“, erklärt Johnson – er sieht sich als Pionier der Langlebigkeit und Selbstoptimierung.

Ein langes und beschwerdefreies Leben ist eine universelle Hoffnung – und eine Milliarden-

„Alle wichtigen Biomarker bestätigen, dass ich den Körper eines Teenagers habe“, sagt Bryan Johnson.

industrie. Seit 2020 ist die Branche um 77 % gewachsen, allein im vergangenen Jahr wurden mehr als fünf Mrd. US-$ in Unternehmen investiert, die über das Altern forschen oder Produkte, Supplements, Diagnostik-Tools und andere Technologien entwickeln, die diesen eigentlich unvermeidlichen Prozess möglichst hinauszögern und angenehm gestalten sollen.

Besonders gefragt bei Investoren sind Firmen, die zu Analyse- und Diagnostikwerkzeugen forschen: Das US-Start-up Brainkey bietet etwa individuelle Gehirnscans an, auch zur Vorbeugung von Alzheimer, Gerostate Alpha entwickelt personalisierte Medikamente, Novos neuartige Supplements; bei Occuity arbeiten Ex-Apple-Mitarbeiter an einem Scanner, der Blutzuckerwerte an den Augen auslesen kann.

Mancher Pitch klingt nach Quacksalberei, unbestritten ist aber das enorme Wachstumspotenzial von individuellen Gesundheitskonzepten, befeuert durch den Einfluss von Longevity-Gurus im Netz. Zu diesen gehört auch Bryan Johnson, der natürlich auch seine eigenen Produkte vertreibt: Seit 2016 arbeitet sein Unternehmen Kernel an Helmen, die die Gehirnaktivität analysieren und auswerten. Mit den Gadgets sollen die Auswirkungen von Meditation und Halluzinogenen erforscht werden, um chronische Schmerzen zu lindern. Johnson investiert mit seinem Venture-Capital-Unternehmen auch in andere Biotech-Firmen – zu Investmentvolumen und Umsätzen will er nichts sagen.

Sein wichtigstes Investment ist ohnehin die Forschung am eigenen Körper, und diese kostet rund zwei Mio. US-$ im Jahr. Ein Team von 30 Ärzten und Experten betreut Johnson, überwacht Hunderte Biomarker und plant minutiös seinen Alltag. Das Team wird von Oliver Zolman angeführt, einem 29-jährigen Arzt und Spezialisten für regenerative Medizin. Zolman und Johnson werten Studien zur Langlebigkeit und Zellalterung aus und wenden sie bei Johnson an – dafür haben sie Johnsons Anwesen in eine Spezialklinik umbauen lassen.

Der Unternehmer sagt: „Mein Ziel ist es, dass jeder Mensch von unserer Forschung profitieren kann. Unsere Arbeit soll der Menschheit dienen.“ Sein Programm ist auf seiner Website gratis zu haben, das Nachahmen ist ausdrücklich empfohlen. Der Schlüssel zur Verjüngung sei frei verfügbar; zumindest, sofern man Johnsons Zeit, Energie und Ressourcen hat.

Der Tag beginnt für Johnson um fünf Uhr morgens. Sein Frühstück besteht aus zwei Dutzend Nahrungsergänzungsmitteln und Medikamenten: Lycopin für Arterien und Haut; Metformin zur Vorbeugung von Darmpolypen; Kurkuma, schwarzer Pfeffer und Ingwerwurzel, um die Funktionen der

Leber zu fördern und Entzündungen zu hemmen; Zink, um die fleischlose Ernährung zu ergänzen; eine Mikrodosis Lithium, damit das Gehirn fit bleibt.

Johnson nimmt jeden Tag genau 1.977 vegane Kalorien zu sich. Auf das Essen folgt eine intensive Zahnpflege, eine Munddusche mit Teebaumöl und ein antioxidatives Gel für das Zahnfleisch. Der übrige Tag ist mit der Analyse und Auswertung Dutzender Körperwerte ausgefüllt: Gewicht, Body-Mass-Index, Körpertemperatur, Blutzucker in Wach- und Schlafphasen, Herzfrequenzschwankungen und Sauerstoffsättigung. Hinzu kommen Ganzkörper-MRTs und Ultraschalluntersuchungen mit Fokus auf Nieren, Prostata, Schilddrüse und Nervensystem.

Jeden Tag macht Johnson eine Stunde Sport, dreimal pro Woche mit hoher Intensität. Er geht jeden Tag zur selben Zeit schlafen und trägt vorher eine Brille, die von Bildschirmen ausgehendes Blaulicht blockiert. Dieses Licht hat offenbar einen negativen Effekt auf unseren Organismus, weil es den Schlaf-wach-Rhythmus stört. Auch Sportstars wie Erling Haaland tragen Blaulichtfilter, wenn sie spätabends noch durch ihren Instagram-Feed wischen.

Johnson gründete vor rund 15 Jahren den Zahlungsabwickler Braintree Payment Solutions LLC. Als Unternehmer hatte er schnell Erfolg, doch dieser hatte auch einen hohen Preis: Überstunden und Stress führten zu Übergewicht, Depressionen und Selbstmordgedanken; als Vater von drei kleinen Kindern fühlte er sich im Alltag überfordert. 2013 verkaufte Johnson seine Firma für 800 Mio. US-$ an E-Bay – und hatte die Zeit und das Geld für einen Selbstfindungstrip. Sein Interesse an Biologie und Medizin wurde zu einer neuen Obsession.

Der Mediziner und Longevity-Forscher Andrew Steele hat Zweifel, ob und inwiefern Johnsons Projekt zur Nachahmung empfohlen werden kann. Da Johnson viele Behandlungen und Methoden gleichzeitig anwende, sei nicht zu sagen, was wirke – und wie. Auch Johnson habe nicht das Elixier für die ewige Jugend gefunden, denn abgesehen von Bewegung und Ernährung gebe es weiterhin nichts, bei dem man sicher sagen könne: Dieser Trick verlangsamt das Altern. Auch unsere Gene haben einen hohen Einfluss auf die Art, wie wir altern. Andere Mediziner glauben, dass der menschliche Körper nicht darauf ausgerichtet sei, älter als 100 Jahre alt zu werden – da könne man noch so viel Sport treiben und Kalorien reduzieren.

Johnsons Vision ist ein Leben, in dem wir nicht mehr über Wellness und Gesundheit nachdenken müssen.

Johnsons Vision ist ein Leben, in dem wir nicht mehr über Wellness und Gesundheit nachdenken müssen: Die Datenanalyse nach dem Aufstehen sagt uns, wie der Schlaf war, welche Stoffe unser Organismus braucht, welche Therapie das Zwicken im Rücken oder den Schmerz im Knie auslöscht, welches Supplement unsere Verdauung optimiert und welcher Smoothie das Work-out ideal ergänzt. „Gesundheit und Wohlbefinden sollen die Grundeinstellung unseres Lebens werden“, sagt Johnson; Altern sei ein Phänomen der Vergangenheit.

Das wirkt natürlich wenig wissenschaftlich, eher wie das Erlösungsversprechen eines Gurus. Belächeln sollte man Johnson dennoch nicht, zumal er erst am Anfang seines Experiments steht. „Wir haben einen phänomenalen Start hingelegt“, sagt er. Und er versichert: „Niemals zuvor habe ich mich lebendiger gefühlt!“

Bryan Johnson gründete 2007 den Zahlungsabwickler Braintree Payment Solutions. 2013 verkaufte er das Unternehmen für 800 Mio. US-$ an E-Bay. Aktuell versucht Johnson, mit einem rigiden Regime den Alterungsprozess seiner Zellen zu stoppen.

BEZAHLTE ANZEIGE

SCHILDDRÜSE IST HERZENSSACHE!

Herzrasen, rasche Atemnot, hohe Nervosität und Schlafstörungen – nicht immer ist Dauerstress im Alltag die wahre Ursache.

Foto: Thomas Schauer

Viele leiden still. Oft dauert es jahrelang, bis dem wohlgemeinten Rat „Kürzer treten“ die richtige Diagnose folgt. Denn nicht selten liegen die oben zitierten Symptome an der Schilddrüse, unserem wichtigsten hormonproduzierenden Organ. Gerät es aus dem Takt, wirkt sich das unmittelbar auf andere Organe aus, auch aufs Herz!

Bei einer Überfunktion gibt die Schilddrüse dem Herzen laufend den Befehl „Gib‘ mehr Gas“. Die Körpertemperatur steigt an, Nahrung wird schneller verwertet, Energiereserven aus Leber und Muskeln werden rascher aufgebraucht, Aufmerksamkeit und Reflexe sind erhöht, auch Herzschlag und Puls steigen.

Ultraschall-Untersuchungen runden die Diagnose ab

Dr. Tonninger-Bahadori: „Achtung bei Morbus Basedow!“

Überfunktion: Schwerarbeit für Herz und Kreislauf

Diesem ständigen Leistungsansporn hält unsere „Pumpe“ früher oder später nicht mehr Stand: „Erhöhter Puls, Herzrhythmusstörungen, Herzrasen und letztlich eine Ermüdung des Herzmuskels treten auf. Das macht sich dann vor allem bei Herausforderungen wie beim Sport, aber später auch bei wenig belastenden Tätigkeiten im Alltag bemerkbar“, warnt die Wiener Chirurgin und Schilddrüsenspezialistin, Dr. Katayoun-Tonninger-Bahadori.

Nachweisen lassen sich Fehlfunktionen der Schilddrüse über die TSH-Werte im Blutbild. Bei Überfunktion findet sich zu wenig TSH im Blut, weil die Schilddrüse zu viele Hormone produziert. Bei konsequenter Einnahme des gegensteuernden Schilddrüsen-Präparats und anfangs häufiger ärztlicher Dosis-Überprüfung sollten die Beschwerden gut gelindert werden. „Bei Manchen kann es etwas länger dauern, bis die individuell optimale Einstellung gefunden ist“, räumt Dr. Tonninger-Bahadori ein.

Komplizierter verhält es sich bei Patienten mit Morbus Basedow, einer Autoimmunerkrankung und speziellen Form der Überfunktion. Hier erleidet fast jeder Zweite trotz guter Tabletten-Einstellung immer wieder Rückschläge. Dr. Tonninger-Bahadori: „Bei diesen Patienten ist eine Entfernung der Schilddrüse unbedingt sinnvoll, da sich damit das Wiederauftreten der Basedow’schen Erkrankung mit all ihren Auswirkungen aufs Herz vermeiden lässt.“

Unterfunktion: Schleichende Gefahr

Bei Schilddrüsenunterfunktion hingegen kommt es zu verlangsamtem Puls, Antriebslosigkeit, Gewichtszunahme, einem eher niedrigen Blutdruck und auch zu Auswirkungen aufs Herz. Studien bestätigen, dass auch leichtere, lang bestehende Unterfunktionen zu Folgekrankheiten wie Herzinsuffizienz, Vorhofflimmern, Herzinfarkt oder auch Schlaganfall führen können. Durch regelmäßige Kontrolle der Schilddrüsenwerte im Blut lässt sich eine Fehlfunktion des Organs rechtzeitig erkennen und behandeln und letztlich ernsten Folgeschäden fürs Herz vorbeugen.

Dr. Katayoun Tonninger-Bahadori F.E.B.S.
Fachärztin für Allgemein- und Viszeralchirurgie, Schilddrüsen-Spezialistin

01/890 56 72
www.schilddruesenchirurgie.com

DER MENSCH IM MITTELPUNKT

Biohacking, Neurofeedback-Training und Photobiomodulation – die Möglichkeiten, sich abseits der Schulmedizin gesund zu halten, sind umfangreich. Profi in diesem Gebiet ist Johannes Weiss, der neben seiner Gesundheitspraxis mittlerweile auch Unternehmen bei der Gesunderhaltung ihrer Mitarbeiter und Hotels beim Aufbau ihrer Spa-Behandlungen zur Seite steht.

Text: Lela Thun
Foto: Gianmaria Gava

Sie sind Speaker, Coach, Berater und Naturheiltherapeut – wie kam das zustande?
Johannes Weiss: Mit 20 hat mich ein Arztbesuch aus meiner Jugend mit vielen Partys wachgerüttelt. Meine Blutwerte waren nicht in Ordnung und der ärztliche Rat war: „Abwarten – sonst kann man nichts machen!“ Das hat mich auf eine spannende Reise geschickt. Ganzheitliche Gesundheit und Biohacking sind heute meine größte Leidenschaft, und durch viel Fleiß und Ehrgeiz konnte ich das zum Beruf machen.

Wie funktioniert Biohacking?
J. W.: Für mich ist es wichtig, den Menschen in seiner Gesamtheit und im Lebensumfeld der modernen Welt zu sehen. Wider die Natur verbringen wir viel Zeit in Innenräumen mit kaum natürlichem Licht, bewegen uns zu wenig und achten nicht ausreichend darauf, dass unser täglicher Nährstoffbedarf gedeckt ist. Das sind enorme Belastungsfaktoren für unseren Körper und für unsere Gesundheit. Und ein ganz zentraler Aspekt, der leider immer noch viel zu oft vergessen wird, ist unsere psychische Gesundheit, unsere Seele. Diese Komponenten spielen in unserem komplexen System Körper zusammen, und wenn da ein Rädchen nicht ins andere greift, leidet unsere Gesundheit. Daher ist es wichtig, dass wir diese ganzheitlich betrachten und behandeln und nicht immer nur Symptome bekämpfen. Biohacking setzt hier an; es geht dabei darum, die eigene Biologie zu verstehen und zu optimieren und sein biologisches Potenzial vollständig zu entfalten. Das Ziel ist es, mit Spaß lang, glücklich und gesund zu leben. Biohacking ist deshalb so effektiv, weil wir uns schon so weit von der Natur entfernt haben – ein Naturvolk braucht keine Supplementierung mit rotem Licht! Für einen Menschen in unserer modernen Welt, der zum Beispiel durchs Arbeiten am PC viel blauem Licht ausgesetzt ist, kann das aber einen starken Impact auf die Gesundheit und das Wohlbefinden haben.

Sie arbeiten mit Ärzten zusammen – braucht es Naturheilkunde als Alternative zur Schulmedizin?
J. W.: Es geht hier nicht um Alternativen – Gesundheit ist kein Entweder-oder. Naturheilkunde und Schulmedizin sollten ergänzend ineinandergreifen, um den ganzen Menschen und nicht nur die Symptome zu behandeln. Deshalb arbeite ich bei Personen, die mit Symptomen zu mir kommen, ganz eng mit Ärzt*innen zusammen. Die Frage, die ich mir immer wieder stelle, ist: Wie entsteht Gesundheit? Naturheilkunde hört sich auch hausgemacht und altmodisch an; dieser Begriff wird der heutigen Komplexität und wissenschaftlichen Validität nicht gerecht. Mein Gebiet ist eine Schnittmenge aus den wissenschaftlichen Feldern der angewandten Psycho-Neuro-immunologie, der Mitochondrienmedizin und der Umweltmedizin. Hier wird nach Ursachen gefragt: Wie hängen die verschiedenen Systeme im Körper zusammen? In der Kooperation mit Speziallaboren für eine umfangreiche Diagnostik und mit Expert*innen aus anderen Disziplinen entstehen hier wertvolle Synergien.

Können Schulmediziner*innen sich etwas von Ihnen abschauen?
Schulmediziner*innen schauen sich ständig was von mir ab. Ich bin auf Ärztekongressen, halte Vorträge und arbeite mit Mediziner*innen aus Kliniken zusammen. Das ist gut; man lernt voneinander, es werden neue Perspektiven eröffnet. Eine ganzheitliche Gesundheit braucht einen ganzheitlichen Blick.

Können Unternehmen von Ihrem Fachwissen profitieren?
J. W.: Einer meiner Schwerpunkte ist die betriebliche Gesundheitsförderung. Es gibt viele Methoden, wie Unternehmen ihre Mitarbeitenden motivierter, gesünder und leistungsfähiger machen können. Das wird oft nicht genutzt, da das schlummernde Potenzial gar nicht bewusst ist. Mein Angebot an Unternehmen ist maßgeschneidert – vom großen Workshop am Gesundheitstag

bis hin zu Intensivtrainings mit CEOs und High-Performern, bei denen es um Resilienz, Schlafoptimierung oder die Verbesserung der Gehirnleistung durch Neurofeedbacktraining geht. Eine andere Methode ist das Flow-Training, um speziell die Produktivität zu steigern. Wenn solche Trainings gezielt im Unternehmen ausgerollt werden, hat das einen extrem hohen Effekt, der sich nicht nur direkt in der Steigerung des wirtschaftlichen Erfolgs, sondern auch in einer Verbesserung der Arbeitsatmosphäre und der Unternehmenskultur zeigt.

Johannes Weiss ist ganzheitlicher Gesundheitscoach und berät sowohl Patienten als auch Unternehmen und Hotels. Zu seinen Spezialgebieten zählen unter anderem Biohacking und neuronales Feedbacktraining.

BEZAHLTE ANZEIGE

DER STETE TROPFEN HÖHLT DEN STEIN

Seit 2017 nimmt Waterdrop es mit den Giganten der Getränkeindustrie auf. Das Wiener Start-up produziert kleine Drops, um Wasser Geschmack zu geben; so wollen die Gründer nicht nur helfen, ungesunde Getränke zu ersetzen, sondern auch den Getränkemarkt nachhaltiger gestalten. Die Wette scheint aufzugehen: Dieses Jahr macht das Unternehmen von Martin und Henry Murray sowie Christoph Herrmann 100 Mio. € Umsatz – und holte mit Tennisstar Novak Djokovic auch auf der Investorenseite namhafte Unterstützung an Bord.

Text: Erik Fleischmann
Fotos: Katharina Gossow
Infografik: Valentin Berger, Emin Hamdi

Am Hauptsitz von Waterdrop in Wien herrscht Chaos. Arbeiter rennen umher, Lkws fahren ein und aus, der Boden ist staubig – eine einzige Baustelle. Es ist aktuell noch schwer vorstellbar, dass in wenigen Wochen rund 100 Mitarbeiter in das neue Büro übersiedeln sollen. Der Bau steht nahe dem Wiener Hauptbahnhof und revitalisiert die ehemalige Gösserhalle – obwohl nur die alten Backsteinbögen noch an den Vorgängerbau erinnern. All den Platz wird Waterdrop aber benötigen: „Wir planen, in nächster Zeit stark zu wachsen“, so Gründer und CEO Martin Murray. Er und sein Bruder und Mitgründer Henry scheinen fast überrascht von ihrem zukünftigen Arbeitsplatz zu sein. Henry Murray scherzt: „Martin, das wird dein Büro, nicht wahr?“ – und zeigt dabei auf einen Haufen Schutt in einer Ecke. Christoph Hermann, der das Projekt im Gründerteam verantwortet, erklärt: „Hier haben wir einen Meetingraum geplant, dort soll die Finanzabteilung sitzen.“ Er ist der dritte Mitgründer und fühlt sich als gelernter Architekt auf der Baustelle spürbar mehr zu Hause als seine beiden Kollegen, die beide aus dem Consulting kommen und das Bauprojekt mit neugierigen Augen bestaunen.

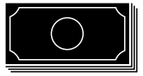
Mit seinem Produkt – kleine, bunte Würfel, die sich in Wasser schnell auflösen – sorgt das Wiener Gründertrio seit einigen Jahren für Aufsehen in der Getränkeindustrie. Die Waterdrops (so heißen auch die Würfel) enthalten nicht nur wenig Zucker, sondern machen vor allem das Abfüllen von Getränken in Plastikflaschen obsolet. Das Produkt komme also den Kunden und der Umwelt zugute, so das Unternehmen. Seit Waterdrop 2017 auf den Markt kam, konnte das Start-up über zwei Millionen Onlinekunden und „einige Millionen offline“ akquirieren, wie Martin Murray sagt – über 35 eigene Stores eröffnete Waterdrop seither, die Produkte sind in 20 Ländern (darunter Australien, Singapur und die USA) erhältlich und außerdem alleine im DACH-Raum in 15.000 Einzelhandelsfilialen zu finden. Neben den 140 Angestellten in Wien hat Waterdrop weltweit weitere 200 Mitarbeiter. 2022 schloss das Unternehmen eine Series-B-Finanzierungsrunde in Höhe von 60 Mio. € ab. Bereits vor fünf Jahren prognostizierte Martin Murray, dass sein Unternehmen dieses Jahr rund 100 Mio. € Umsatz schreiben würde – dieses Ziel werden sie komfortabel erreichen, so der CEO heute. Forbes bewertet das Unternehmen deshalb mit rund 600 Mio. €. Ob also alles nach Plan läuft? „Das tut es nie“, antwortet Martin Murray schnell – „von außen sieht immer alles super aus, aber es ist schwierig, eine globale Firma aufzubauen.“

Die drei Wahlwiener (Martin und Henry Murray wurden in Irland geboren, Hermann ist Österreicher) scheinen aber auf dem besten Weg genau dorthin zu sein. Von 2017 bis 2020 wuchs das Unternehmen um insgesamt 300 %, weshalb die *Financial Times* Waterdrop letztes Jahr zum schnellstwachsenden europäischen Unternehmen im Bereich Food & Beverage krönte. Dass Waterdrop dieses Jahr in über 2.000 Filialen von Walmart, dem größten Einzelhändler der Welt, vertreten sein wird, dürfte der Expansion eher nicht schaden. 2021 schrieb Waterdrop zwar noch rund 20 Mio. € Verlust, was jedoch der raschen Expansion geschuldet ist. Laut den Gründern ist das Unternehmen im DACH-Raum und in CEE (Central and Eastern Europe) zudem bereits profitabel.

Die Mission der drei Gründer ist es, Menschen dazu zu bringen, mehr Wasser zu trinken – und gleichzeitig Plastikflaschen zu einem Ding der Vergangenheit zu machen. „No more Sugarplastic“ lautet der Slogan von Waterdrop in einer neuen Werbekampagne. Dabei mischt das Wiener

UNTERNEHMENSKENNZAHLEN WATERDROP

(Quelle: Waterdrop)



100 MIO. € UMSATZ 2023 (PROGNOSE)
DAVON 70 % DURCH ONLINE-VERKÄUFE

30.000 STORES BIS ENDE 2023 (PROGNOSE)

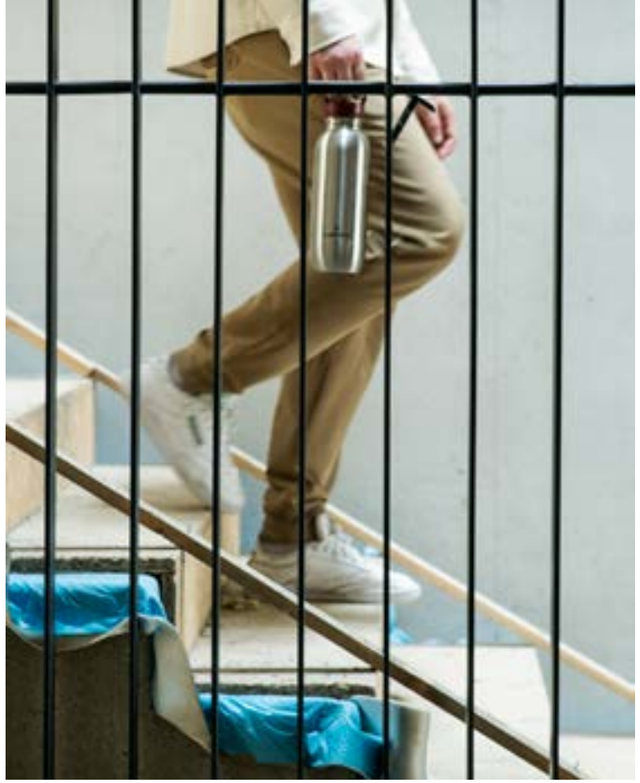
50 MAL SO VIEL PLASTIK WIE EIN WATERDROP-WÜRFEL VERBRAUCHT EINE PLASTIKFLASCHE

Unternehmen in einem riesigen Markt mit: Weltweit werden dieses Jahr nicht alkoholische Getränke um rund 1,5 Bio. US-$ verkauft. Die „durstigsten Konsumenten“ sind mit Abstand die US-Amerikaner (2022 gaben sie 447 Mrd. US-$ für nicht alkoholische Drinks aus), gefolgt von den Chinesen (136 Mrd. US-$). Deutschland steht mit 54 Mrd. US-$ auf Platz vier. Noch ist Waterdrop also bloß ein kleiner Tropfen im weiten Meer. Eine bildliche Erinnerung, dass die drei Gründer noch einen weiten Weg zur Erfüllung ihrer Mission vor sich haben, findet sich auf der Baustelle in Wien: Auf ihrem Boden finden sich nämlich zahlreiche leere Plastikflaschen.

Die Idee für Waterdrop kam Martin Murray, als er noch für die Boston Consulting Group (BCG) arbeitete. Auf einem Geschäftsflug war er enttäuscht über die magere Auswahl an Getränken an Bord. „Da dachte ich mir, es muss doch einen besseren Weg geben, um Getränke von A nach B zu transportieren“, erzählt der Gründer, und spielt den Ball geübt seinem Bruder zu, der fortfährt: „Seit gut 70 Jahren hat sich die Getränkeindustrie kaum verändert: Es werden Getränke in Flaschen abgefüllt, die mühsam in Geschäfte transportiert werden, bevor sie vom Konsumenten gekauft werden. Das ist nicht nur teuer, es entsteht dabei auch viel Müll.“ Ihre Idee: ein Produkt, das leicht lieferbar ist und Plastik reduziert.

Das war im Jahr 2015. Die Murrays kündigten ihre Jobs und analysierten fast zwei Jahre lang den Getränkemarkt. Sie holten Christoph Hermann an Bord, der gemeinsam mit Döhler (ein deutsches Familienunternehmen und weltweiter Marktführer in der Herstellung von Lebensmittelzusatzstoffen) die mittlerweile unverkennbaren Würfel entwickelte. Aus Frucht- und Pflanzenextrakten wird das Pulver gewonnen, das später in Würfelform komprimiert wird. „So ist unser Produkt lange haltbar und löst sich trotzdem schnell in Wasser auf“, erklärt Hermann. Und weiter: „Das braucht zahlreiche Prozesse, an denen wir lange getüftelt haben. Und auch heute drehen wir noch an einzelnen Schrauben, um unsere Drops kontinuierlich zu verbessern.“ Noch immer produziert Waterdrop ausschließlich in Deutschland.

Rund 1,5 Mio. € flossen in die Forschung und Entwicklung der Würfel, bevor 2017 der erste davon auf den Markt kam. Durch das kompakte Format hat das Wiener Unternehmen einen klaren Kostenvorteil gegenüber anderen Getränkeherstellern – eine Packung wiegt an die 25 Gramm und beinhaltet Waterdrops für zwölf Getränke. Es ist unschwer zu erkennen, dass es leichter ist, ein solches Päckchen zu verschicken



„Wir sind zurzeit in 20 von 195 Ländern auf der Erde erhältlich – 175 fehlen also noch!“

Martin Murray, CEO

als zwölf Halbliterflaschen. Somit eignet sich das Produkt ideal für den Onlinehandel, was auch erklärt, warum Waterdrop 70 % seiner Umsätze online erzielt.

Nach dem Launch vor sechs Jahren dauerte es nicht lange, bis das österreichische Unternehmen ins Ausland expandierte und bald in fast allen Ländern Europas erhältlich war. 2021 folgte der Eintritt in den US-amerikanischen Markt (anfangs nur über Onlineverkäufe); ein Jahr später mit dem Launch in Singapur auch jener in den asiatischen. Seit Februar dieses Jahres sind die Drops auch in Australien erhältlich. Neben den Würfeln gibt es außerdem auch Flaschen und Trinkgeschirr von Waterdrop, denn, so Hermann: „Wir wollen unsere Kunden während des ganzen Trinkprozesses unterstützen und ein Hydration-Ökosystem erschaffen.“ Etwas mehr als 20 % ihres Umsatzes macht die Firma mittlerweile mit „Drinkware“.

Dass einer der Gründer aus dem Designbereich kommt, mag auf den ersten Blick merkwürdig erscheinen, verdeutlicht aber die Philosophie von Waterdrop. „Uns war immer klar: Wenn wir eine eigene Firma aufbauen, dann soll es ein Apple werden“, so Martin Murray. Der Vergleich mit dem wertvollsten Unternehmen der Welt fällt im Gespräch häufig – genau wie in Cupertino legt man in Wien großen Wert auf Produktdesign. „Wir wollten von Anfang an ein schönes Produkt entwerfen, das auch ein gutes Kundenerlebnis mit sich bringt“, so Martin Murray. Wieder übernimmt Bruder Henry nahtlos: „Natürlich sind gute Umsatzzahlen wichtig. Langfristig ist aber essenziell, dass unser Net Promoter Score (eine Kennzahl, die die Zufriedenheit, Treue und Bindung von Kunden abbildet, Anm.) passt und unsere Marke gesund ist. Nur so können wir langfristig und nachhaltig wachsen.“

Waterdrop setzte, ebenfalls wie Apple, schon früh auf starkes Marketing. Mit Social-Media-Werbung „ging die Marke schnell viral“, wie Martin Murray sagt. Pop-up-Stores und eine frühzeitige Partnerschaft mit dem Drogeriemarkt Bipa sorgten für zusätzliche Visibilität. Mittlerweile sponsert Waterdrop aber auch globale Events, etwa als globaler Partner der ATP Tour (Herren-Tennisserie) oder das Skirennen am Hahnenkamm in Kitzbühel. Henry Murray: „Onlinemarketing ist super, damit kann man viel machen. Aber irgendwann ist eine Marke so groß, dass man auch andere Formen von Marketing betreiben muss, um neue Kunden zu erreichen.“ Zu Jahresbeginn sorgte sein Unternehmen für Aufsehen, als Tennisstar Novak Djokovic nicht nur Markenbotschafter, sondern auch Investor (Djokovic hält 0,8 % der Unternehmensanteile)

wurde. Die Medien nahmen die Neuigkeiten gemischt auf, sorgte Djokovic doch während der Coronapandemie mehrmals für Negativschlagzeilen. Doch Martin Murray gibt sich gelassen: „Wir sind sehr froh über die Partnerschaft. Djokovic und wir haben das gleiche Ziel: den Tennissport gesünder und nachhaltiger zu machen.“ Da die Spieler bei den Turnieren oft auch beim Trinken gezeigt werden, eignet sich der Sport für eine Marke wie Waterdrop ideal.

Trotz ihres bisherigen Erfolgs sind die drei Gründer noch lange nicht fertig. „Wir sind zurzeit in 20 von 195 Ländern auf der Erde erhältlich – 175 fehlen also noch“, sagt Martin Murray nur halb im Scherz, bevor er fortfährt: „In den USA haben wir gerade erst so richtig begonnen, in Kanada und Mexiko gibt es uns noch gar nicht.“ Und auch in Südamerika, Asien, dem Nahen Osten und Nordafrika – also eigentlich überall – sieht er großes Potenzial, bremst sich jedoch selbst wieder ein: „Wir können nicht alles auf einmal machen. Jetzt konzentrieren wir uns auf Europa, eine erfolgreiche Expansion in den USA und machen erste Gehversuche in Asien.“ Auf die Frage, ob Waterdrop auch in Ländern funktioniere, in denen das Leitungswasser nicht trinkbar ist, verweist der CEO auf die Marke Lucy, unter der das Hydration-Start-up Wasserfilter für seine Flaschen und Karaffen verkauft. Doch Martin Murray gibt zu: „Natürlich gibt es auch Märkte, in denen die Wasserqualität wirklich bedenklich ist. Grundsätzlich wollen wir uns dort auch etablieren, aber es wird wohl länger dauern.“

Ihre Pläne quantifizieren die Gründer nur ungern – es braucht einiges an Nachhaken, bis sie Zahlen verraten. Bis Ende des Jahres sind ihre Produkte an 30.000 Standorten in 20 Ländern zu finden, 2025 soll die Milliardengrenze in Bezug auf verkaufte Drops geknackt werden – und das Unternehmen 250 Mio. US-$ Umsatz schreiben. „Das ist schon relativ global für österreichische Verhältnisse“, so Henry Murray. Die Gründer halten gemeinsam rund 27,5 % der Anteile, wobei Martin Murray den Löwenanteil davon besitzt.

Die Tour im zukünftigen Waterdrop-Headquarter endet am Südflügel des Gebäudes, wo ein Restaurant einziehen soll. „Wir haben uns gegen eine eigene Kantine entschieden – die sind immer ein wenig traurig und leer. In einem echten Restaurant ist die Stimmung besser“, begründet Martin Murray die Entscheidung. Auf die Frage, ob die bunten Würfel dort trotzdem erhältlich sein werden, antwortet er: „Davon gehen wir mal aus!“

BEZAHLTE ANZEIGE

DER LOYALSTE MITARBEITER

Die Zukunft der künstlichen Intelligenz im Arbeitsalltag.

Foto: Foto Studio Pelucha

In der sich schnell entwickelnden Welt der künstlichen Intelligenz (KI) sticht ein Unternehmen als Vorreiter heraus: Ewas.AI.
Dort wurden in den letzten 3 Jahren starke KI-Fähigkeiten mit Hilfe eines selbst erschaffenen Brain-Code und einem einzigartigen Fokus auf die Integration psychologischer und menschlicher Aspekte entwickelt.

Das in Prag beheimatete Unternehmen revolutioniert zurzeit die Branche und hat **personalisierte KI Mitarbeiter verschiedener Fachgebiete** im Angebot.

Die technische Umsetzung erfolgt durch eine Kombination von Programmen und Algorithmen wie OpenAI (GPT-4), Anthropic (Claude), RWKV-4-Raven und der speziellen AI-driven BI (Business Intelligence) des Kunden.
All das verspricht den effizienten und zielgerichteten Einsatz im Unternehmen.

Einen KI Mitarbeiter, welcher effizienter, belastbarer und mit Abstand kostengünstiger sein soll als jeder menschliche Angestellte, kann sich heute noch nicht jedes Unternehmen vorstellen.
„Die Berührungsängste mit der künstlichen Intelligenz sind menschlich“
sagt Hajk Hovhannisyan (CEO Ewas.AI) der geistige Vater der KI Mitarbeiter und lacht.
Um ein möglichst realitätsnahes Kommunikationserlebnis mit der zukunftsweisenden Technologie zu gewährleisten hat er mit seinem Team nicht nur menschliche Aspekte in die KI Schnittstelle einfließen lassen, sondern ermöglicht auch mit Hilfe eines Dashboards umfangreiche Einstellungen ethischer und moralischer Grenzen.

Unterstützt wird er von Lenka Hovhannisyan, die als COO die organisatorischen Geschicke des Unternehmens leitet und von Ondrej Dobrusky (CPIO Ewas.AI), der sich schon als Co-Gründer und CEO der äußerst erfolgreichen Firma Victoria VR seine Sporen verdiente.

Ein visuelles Beispiel eines KI Mitarbeiters

CPIO Ondrej Dobrusky, CEO Hajk Hovhannisyan und COO Lenka Hovhannisyan

Fakt ist, dass die künstliche Intelligenz schon jetzt einen festen Platz in der Zukunft einer erfolgreichen Unternehmensführung hat und dass wir nicht den Tag verpassen sollten, an dem aus einer neuen Technik der etablierte Standard wird. **Können Sie sich vorstellen bald mit einem KI Mitarbeiter zusammen zu arbeiten? Wir schon!**

www.ewas.ai
Kontakt@ewas.ai

GESUNDE GESCHÄFTE

Zwar hat die Pharmaindustrie im letzten Jahr ein wenig geschwächelt, aber das ist nur eine Momentaufnahme. Ausgewählte Pharmaaktien sind immer einen Blick wert.

Text: Reinhard Krémer
Illustration: Valentin Berger

Die globale Pharmaindustrie hat im vergangenen Jahr deutlich geringere Renditen erzielt als im Jahr zuvor. Dies ergab die jährliche Analyse von 20 der weltweit größten Pharmaunternehmen durch das Centre for Health Solutions der Prüfungs- und Beratungsgesellschaft Deloitte. Aber das ist Jammern auf hohem Niveau: Die durchschnittliche prognostizierte Rendite für Investitionen in Forschung und Entwicklung sank nämlich von satten 6,8 % im Jahr 2021 auf 1,2 % im vergangenen Jahr; auch der prognostizierte Spitzenumsatz – pro Wirkstoff, wohlgemerkt – sank gemäß der Studie von 500 Mio. US-$ im Jahr 2021 auf noch immer gute 389 Mio. US-$ im Jahr 2022. Ein schwächere Rendite auf die Forschungsinvestitionen war nach einem so außergewöhnlichen Jahr wie 2021 (Stichwort Covid-19-Pandemie) unvermeidlich, meint man bei Deloitte.

Hauptursache dieses Rückgangs ist aber, dass die Entwicklung neuer Therapien länger dauert und mehr kostet und dass diese Therapien weniger Umsatz generieren. „Die Forschungsabteilungen der Pharmaunternehmen müssen darum den Ablauf der klinischen Versuche neu gestalten“, sagt Alexander Mirow, Partner und Leiter Life Sciences Consulting von Deloitte Schweiz. Für dieses Leiden gibt es bereits eine Medizin: Klinische Versuche mit einem Studiendesign, das die Patienten ins Zentrum stellt und gezielt innovative digitale Technologien und Datentools einbezieht, schaffen einen viel größeren Mehrwert für alle Beteiligten.

Eine Anpassung der Verfahren und Abläufe werde zu einer starken Effizienzsteigerung führen, meinen die Deloitte-Experten. Zusatznutzen: Ein digitaler Ansatz bedeutet nicht nur geringere Belastung für Patientinnen, Patienten und das Gesundheitsfachpersonal, sondern führt dank reduzierter Reisetätigkeit auch zu einer erheblich geringeren Umweltbelastung.

Das Flaggschiff des Pharmasektors ist der US-Konzern Pfizer, der in den Pandemiejahren mit dem von der deutschen Biontech entwickelten und höchst erfolgreichen Covid-Vakzin stark in den Medien vertreten war. Das größte Pharmaunternehmen der Welt erwirtschaftete im Jahr 2022 mit mehr als 78.000 Mitarbeitern weltweit 100,3 Mrd. US-$. 1849 vom deutschstämmigen Charles Pfizer – eigentlich Karl Pfizer – in Brooklyn, New York, gegründet, reüssierte man rasch mit Santonin, einem Mittel gegen Parasiten.

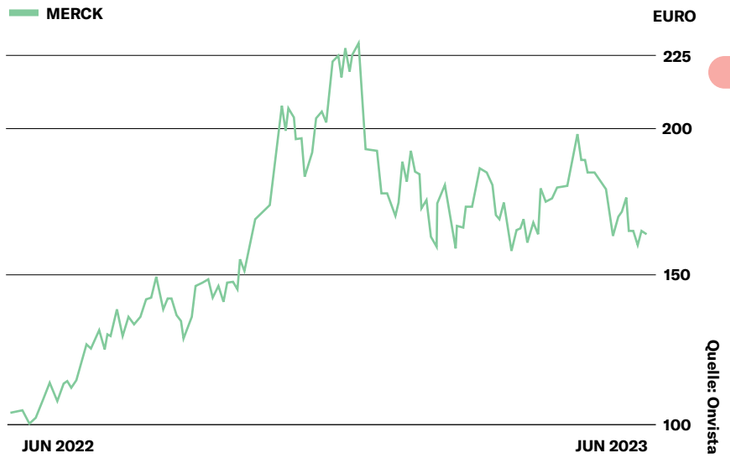
Wer den Namen bis dahin noch nicht kannte, kannte das Unternehmen spätestens ab 1998, als Pfizer die berühmte „blaue Pille“ Viagra auf den Markt brachte. Das Blockbuster-Medikament gegen erektile Dysfunktion war eigentlich eine Zufallsentdeckung auf der Suche zur Behandlung von Herz-Kreislauf-Problemen – im Zuge einer klinischen Studie stellte sich heraus, dass viele der Männer sich auf den Bauch legten, um ihre Erektion zu verbergen. Der Wirkstoff Sildenafil wirkte, aber am „falschen“ Körperteil – das war die Geburtsstunde von Viagra, das Pfizer zu Spitzenzeiten jährlich mehr als zwei Mrd. US-$ Umsatz brachte. Das Patent lief 2020 aus, aber eine knappe halbe Milliarde Dollar ist für Pfizer noch immer drin.

Die Aktie konnte in den letzten fünf Jahren um mehr als ein Viertel zulegen, nach einer Schwächephase ging es während der letzten Wochen wieder aufwärts. Dazu beigetragen hat sicher auch eine Studie der Schweizer Bank Credit Suisse, die das Kursziel für Pfizer nach Zahlen zum ersten Quartal von 50 auf 47 US-$ gesenkt, die Einstufung aber auf „Outperform“ belassen hat. Der Pharmakonzern habe solide abgeschnitten, meinte Analyst Trung Huynh – allerdings müsse das Unternehmen im zweiten Halbjahr einen Zahn zulegen.

Die UBS war weniger optimistisch und senkte das Kursziel von 41 auf 39 US-$, hat die Einstufung aber auf „Neutral“ belassen. Der Pharmakonzern habe dank eines starken Geschäfts mit Corona-Impfstoffen die Erwartungen übertroffen, könnte angesichts hoher Lagerbestände aber die bestätigten Jahresziele im kommenden oder übernächsten Quartal senken, falls die Infektionszahlen nicht wieder anzögen, meint man bei der Schweizer Großbank. Der Kurs des Pfizer-Papiers lag zuletzt bei 38 US-$ und lockt mit einer attraktiven Dividendenrendite von 4,3 %.

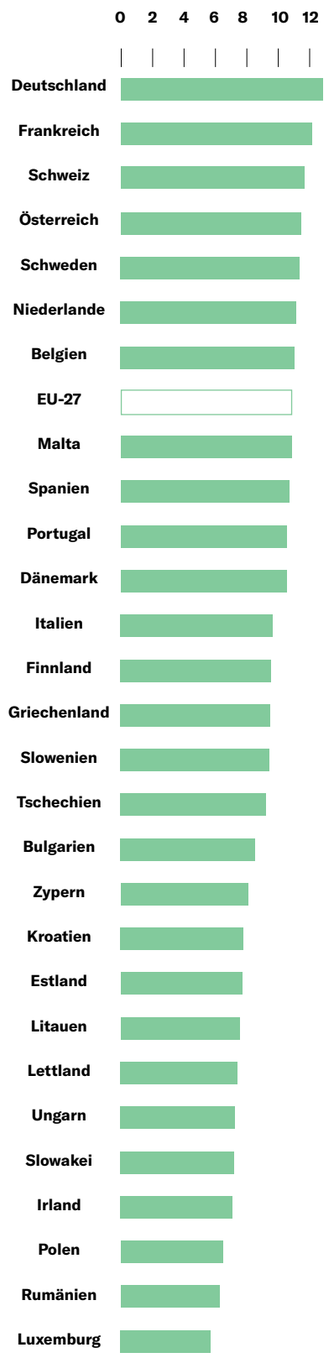
Die US-Bank JP Morgan wiederum hat die Einstufung für Pfizer auf „Neutral“, aber mit einem deutlich höheren Kursziel (von 45 US-$) belassen; das US-Analysehaus Jefferies sieht beim Kurs ein Potenzial bis 41 US-$, Einstufung: „Hold“.

Einer der wichtigsten Player in Europa, wenn es um Arznei-



LAUFENDE GESUNDHEITSAUSGABEN IN DER EU-27 PLUS SCHWEIZ (IN % DES BIP, 2020)

Quelle: Eurostat



mittel geht, ist die Zur Rose Group, ein Schweizer börsennotiertes Arzneimittelvertriebsunternehmen. Sie ist einer der größten Ärztegrossisten der Schweiz und seit 2012 Europas größte Online-Apotheke. Die bekannteste Marke ist Doc Morris; jüngst wurde die Gruppe auch auf diesen Namen umbenannt. Das Unternehmen wurde 1993 gegründet und betätigt sich seit 2001 auch als Versandapotheke für Privatkunden. Zur Rose gehört mit 2.300 Mitarbeitern zu den 500 größten Unternehmen in der Schweiz, der Umsatz betrug im letzten Jahr 1,608 Mrd. CHF.

Dem Unternehmen wird von Experten ein kräftiger Kursgewinn zugetraut: Bei einem Kurs zu Redaktionsschluss von 35 € werden 54,50 € pro Aktie für möglich gehalten – ein Plus von rund 55 %. Zu den 13 Experten, die einen Kauf empfehlen, gehört auch das Analysehaus Warburg Research. Dort hat man die Einstufung für Zur Rose, deren Aktie im letzten Jahr um 70 % nachgab, nach Zahlen für das erste Quartal auf „Buy“, mit einem noch höheren Kursziel von 80 CHF oder 81 €, belassen. Die Baader Bank setzte das Votum auf „Add“, mit einem Kursziel von 45 CHF.

Eines der weltweit wohl ältesten Pharmaunternehmen ist die 1668 in Darmstadt gegründete Merck, nicht zu verwechseln mit dem US-amerikanischen Pharmakonzern Merck & Co., Inc. – beide Unternehmen sind auf die deutsche Industriellenfamilie Merck zurückzuführen, im Ersten Weltkrieg wurde der US-Teil enteignet und abgespalten.

Die deutsche Merck machte 2022 in 66 Ländern mit 227 Gesellschaften mit mehr als 22.000 Mitarbeitern insgesamt 22,2 Mrd. € Umsatz. Die Merck-Aktie legte in den letzten drei Jahren um mehr als 50 % zu und notierte zuletzt bei über 160 € pro Stück. Der Rücktritt von Finanzvorstand Marcus Kuhnert beim Pharma- und Technologiekonzern hat den Anlegern zuletzt zwar etwas die Stimmung vermiest, doch viele Analysten heben den Daumen für die Merck-Aktie nach wie vor.

So hat die US-Bank JP Morgan die Einstufung für Merck KGaA auf „Overweight“, mit einem Kursziel von 250 €, belassen. Analyst Richard Vosser liegt dabei mit seinen ergebnisseitigen Schätzungen über den Markterwartungen, sieht den Rücktritt des Finanzchefs zwar als Überraschung, aber nicht weiter dramatisch; Investoren dürften jedoch enttäuscht darauf reagieren, meinte er. Zuvor hatte die britische Investmentbank Barclays Merck KGaA mit Blick auf die anstehenden Quartalszahlen auf „Overweight“, mit einem Kursziel von 210 €, belassen. Der Pharma- und Spezialchemiekonzern dürfte unter anderem wegen der Schwäche im Bereich Halbleiterlösungen ein schwieriges Quartal hinter sich haben.

Merck entwickelt für die nachhaltige Fertigung von Halbleitern umweltfreundliche Lösungsmittelformulierungen.

Beim Szenario von JP Morgan ist ein Kursgewinn von rund 55 % drin – behält Barclays recht, sind es noch immer mehr als 30 %.

BEZAHLTE ANZEIGE

GESUNDE BESCHÄFTIGTE FÜR GESUNDE UNTERNEHMEN

Was ist Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM) und wie können öffentliche Institutionen Sie dabei unterstützen?

Gesunde und motivierte Beschäftigte sind ein Schlüsselfaktor für wirtschaftlichen Erfolg und Wettbewerbsfähigkeit. Das Bundesministerium für Arbeit und Wirtschaft setzt daher federführend die **Nationale Strategie „Gesundheit im Betrieb“** um, die sich den Erhalt, die Förderung und die Wiederherstellung von Gesundheit im betrieblichen Kontext zum Ziel gesetzt hat.

Benötigen Sie zum Beispiel Unterstützung bei...

- der Integration von Sicherheit, Gesundheit und Wiedereinglie derung in betriebliche Abläufe,
- der Etablierung des BGM als Teil der Unternehmenspolitik und Managementaufgabe,
- oder der Implementierung eines BGM-Gesamtkonzepts in Ihrem Unternehmen?

Dann sind Sie bei uns genau richtig!

Mit dem **BGM-Check** steht Ihnen ein kostenfreies Tool zur Verfügung, welches Ihnen aufzeigt, ob es in Ihrem Betrieb bereits gut läuft und wo noch Unterstützung benötigt wird. Basierend auf Ihren Angaben erhalten Sie Empfehlungen für die Kontaktaufnahme mit passenden öffentlichen Ansprechstellen (z.B. AUVA, Netzwerk BGF, fit2work) sowie Informationen zu deren Beratungs- und Unterstützungsangeboten.

In der aktuell etwa 50 Angebote umfassenden **Angebotsübersicht** können Unternehmen direkt nach Angeboten aus den „drei Säulen“ ArbeitnehmerInnenschutz, Betriebliche Gesundheitsförderung und Betriebliches Eingliederungsmanagement suchen. Eine **Übersicht zu Ihren regionalen Ansprechstellen** der „drei Säulen“ des BGM soll zudem die Kontaktaufnahme mit der richtigen Stelle erleichtern.

Ziel der **Good Practice Sammlung** ist es, Unternehmen vorzustellen, die BGM bereits erfolgreich in ihre betriebliche Praxis implementiert haben und anwenden. Die Betriebsbeispiele geben Einblick, an welchen Stellen die Einbindung externer Projektpartnerinnen und -partner für Unternehmen sinnvoll sein kann oder

wie diese den Umsetzungsprozess erfolgreich unterstützt haben.

Gemeinsam setzen Bund, Länder, Sozialversicherung und Sozialpartner laufend neue Schritte zur besseren Abstimmung, Vernetzung und Kooperation der „drei Säulen“ des BGM.

Mehr Informationen rund um BGM und seine „drei Säulen“ finden Sie in unserem **BGM-Informationsfolder** sowie auf unserer **Website.**

Was ist **Betriebliches Gesundheitsmanagement (BGM)** eigentlich?

Der ArbeitnehmerInnenschutz hilft den Schutz des Lebens und der Gesundheit der Beschäftigten zu gewährleisten. Durch Maßnahmen der Betrieblichen Gesundheitsförderung werden Gesundheit und Arbeitsfähigkeit am Arbeitsplatz gefördert. Das Betriebliche Eingliederungsmanagement unterstützt Beschäftigte mit längeren krankheitsbedingten Ausfallzeiten bei ihrer Rückkehr in den Betrieb und beugt erneuter Arbeitsunfähigkeit vor. Von einem systematischen BGM (optimal aufeinander abgestimmte Maßnahmen in den „drei Säulen“) profitieren Unternehmen, aber auch Mitarbeiterinnen und Mitarbeiter. Mehr dazu erfahren Sie in unserem Erklärvideo.

GESUNDHEIT IM BETRIEB

www.gesundheit-im-betrieb.at

Wollen wir wirklich unseren Planeten aufessen?

Die größte Motivation für mich ist es, möglichst vielen Menschen ein nachhaltiges Leben zu ermöglichen. Der Gedanke, dass wir etwas beitragen können – nicht nur für den Menschen, sondern auch für die Umwelt –, motiviert mich täglich in hohem Maß.

Diese Motivation lässt sich in ein Gedankenexperiment einbetten: Versuchen wir doch, uns gesamthaft als einen einzigen Organismus auf diesem Planeten zu sehen! Wenn wir in dieser Vorstellung nun die „Klimabewegung“ betrachten, ist diese nichts anderes als eine Art natürliche Reaktion des Organismus auf seine Krankheit – „wir sind die Natur, die sich selbst verteidigt“; wir sind kein getrennter Teil, wir sind ein Organismus, der sich anstrengt, sich selbst zu heilen, um zu überleben. Das Zitat las ich als Schriftzug bei den Klimaprotesten bei der Konferenz um die 1,5-Grad-Verhandlungen in Paris. Es begleitet mich seit jeher. Damit einher geht die Vorstellung, dass wir alle zusammengehören, aber unterschiedliche Rollen spielen. Das Zitat motiviert, unsere Reaktion so auszurichten, dass sie auch wirkt – und wir nicht die letzte Generation werden.

Ich glaube so fest an uns als Menschheitsfamilie, dass ich überzeugt sagen kann, dass wir unseren Planeten nicht aus Boshaftigkeit zerstören. Es sind unser Unwissen, unsere Trägheit, unsere Ignoranz, die uns im Wege stehen. Zwei Dinge sind entscheidend, um gegen die Klimakatastrophe vorzugehen: Einerseits braucht es eine Transformation hin zu erneuerbaren Energien, zweitens müssen wir unsere Ernährung umstellen.

Unsere Arbeit bei Eaternity motiviert sich darin, unsere Zukunft mit nachhaltiger Ernährung schon heute zu ermöglichen. Wir berechnen die CO_2-Emissionen von Lebensmitteln und machen diese mit Partnern in der Gastronomie und im Lebensmittelhandel für alle Menschen zugänglich. Eine einfache Bewertung mit dem Eaternity Score hilft bei der Umstellung der Ernährung. Es braucht Haltung, dann auch den Schritt zu tun, in klarer Konsequenz das eigene Handeln danach auszurichten. In dem einen oder anderen Fall führt die Ernährungsumstellung zu weniger Fleisch und Milchprodukten oder sogar zum kompletten Verzicht darauf; dieser wiederum kann dann zu Konflikten auf der interpersonellen Ebene führen. Auf diese müssen wir uns erst mal einlassen wollen.

In meinem Fall waren es das gemeinsame Weihnachtsessen mit der Großfamilie, die spielerischen Dialoge mit meinem Sohn, warum es so wichtig ist, dass wir uns mit der Klimakrise auseinandersetzen, und die gemeinsamen Momente mit meiner Partnerin und Mitgründerin von Eaternity. Bei Tisch, beim klimafreundlichen Schmaus, sprießt in mir die Hoffnung, dass wir über das Essen Türen öffnen können, um die weitgehende Nachhaltigkeitstransformation im Ganzen als Menschheitsfamilie auch tatsächlich zu schaffen – dass ich meinem Sohn in die Augen schauen kann, um ihm mit einem guten Gefühl von der Welt zu erzählen, die ich mir so sehr für ihn wünsche; und ihm eines Tages die Geschichte erzählen zu können, warum es so schwierig war, alle mit an Bord zu bekommen – aber wie wir es dann letztendlich doch geschafft haben.

Seit der Gründung setzt sich Manuel Klarmann begeistert für Eaternity ein, seit 2011 in der Rolle des Geschäftsführers. Im Lebensmittelpunkt steht bei ihm stets die Vision von Eaternity, klimafreundliches Essen zu etablieren. Klarmann hat einen Master of Science NSC von der ETH Zürich und studierte Mathematik und Neuroinformatik, ist stolzer Vater, isst gerne vegan und misst sich selbst an seinen Umwelterfolgen.

PSYCHEDELIKA: KEIN ALLHEILMITTEL, KEIN FALLSTRICK

Während sich die Ära des Kriegs gegen die Drogen ihrem Ende nähert, richten Wissenschaftler und Mediziner ihre Aufmerksamkeit heute auf psychedelische Substanzen als Mittel zur Behandlung einer Reihe von psychischen Problemen. Wir sprachen mit Sergio R. Pérez Rosal, Gründer und Geschäftsführer der Ovid Clinic Berlin, der ersten Klinik in Deutschland, die psychedelisch unterstützte Psychotherapie mit Ketamin anbietet.

Text: Ekin Deniz Dere
Fotos: Bret Kavanaugh (Unsplash), Tatjana Dachsel

Psychedelische Substanzen, die die menschliche Wahrnehmung verändern, haben neue Wege in der Behandlung von psychischen Erkrankungen eröffnet. Wenn beispielsweise das dissoziative Anästhetikum Ketamin in sorgfältig dosierten, subnarkotischen Mengen verabreicht wird, hilft es bei der Behandlung von Depressionen, Angststörungen und posttraumatischen Belastungsstörungen.

Diese „bewusstseinserweiternden“ Substanzen haben einen bemerkenswerten Weg hinter sich – von der Stigmatisierung und Kriminalisierung bis hin zum paradigmaverändernden Durchbruch in der Behandlung psychischer Erkrankungen. Heute krempeln Wissenschaft und Wirtschaft die Ärmel hoch, um das Potenzial dieser einst tabuisierten Substanzen zu erschließen.

Es wird erwartet, dass der weltweite Markt für psychedelische Substanzen bis 2027 auf 10,75 Mrd. US-$ wachsen wird. 2022 gab es allein in den USA mehr als 50 börsennotierte Unternehmen, die sich mit der Entwicklung oder Verabreichung psychedelischer Substanzen befassten; zwei davon, das 2018 gegründete deutsche Unternehmen Atai Life Sciences, das mehrere Psychedelika-Entwickler besitzt, und das 2016 gegründete Compass Pathways PLC mit Sitz in London, das synthetisches Psilocybin zur Behandlung von Depressionen entwickelt, haben Marktkapitalisierungen von 522 Mio. bzw. 422 Mio. US-$. Trotz des großen Hypes um diese „magischen Substanzen“ ist es jedoch wichtig, zu bedenken, dass sie vor allem ein weiteres Werkzeug im Instrumentarium des Arztes sind – nicht mehr und nicht weniger.

„Das Stigma, das mit psychedelischen Substanzen verbunden wird, ist eine große Herausforderung. Aber die Wahrnehmung ändert sich allmählich“, sagt Sergio Pérez Rosal, in Guatemala geborener und in Deutschland ansässiger Facharzt und Gründer der Ovid Clinic Berlin, der ersten Klinik in Deutschland, die psychedelisch unterstützte Psychotherapie anbietet. Dabei muss man aufpassen, dass man nicht vorschnell handelt, ohne die Unterschiede zwischen Entkriminalisierung, Legalisierung und Medikalisierung zu berücksichtigen. „Nur weil es legal ist, etwa psilocybinhaltige Trüffel in den Niederlanden zu kaufen, bedeutet das nicht automatisch, dass sie im therapeutischen Kontext verwendet werden dürfen“, so Pérez Rosal.

Heute wird psychedelisch augmentierte Therapie in Berlin, an verschiedenen Orten in Großbritannien und in einigen Kliniken in den USA angeboten. „Es gibt Ausnahmeregelungen für klassische Psychedelika, darunter LSD und Psilocybin. Dazu gehören die Schweizer Ausnahmebewilligung bei begründeten Einzelfällen oder das kanadische Special Access Program. Auch Oregon hat kürzlich ein Gesetz eingeführt, das die therapeutische Verwendung von psilocybinhaltigen Pilzen erlaubt; Australien gab bekannt, Psilocybin und MDMA ab 1. Juli 2023 für medizinische Anwendungen freizugeben“, so der Arzt.

Die im Februar 2021 eröffnete Ovid Clinic hat bisher über 1.000 Patienten betreut und mehr als 1.800 Sitzungen mit psychedelisch unterstützter Therapie durchgeführt. „Etwa 70 bis 80 % der Patienten berichten von einer deutlichen Verringerung der Symptome, manche werden dadurch sogar langfristig symptomfrei“, erklärt Pérez Rosal. „Einige Personen verspüren zwar immer noch Symptome von Depressionen oder haben Angstzustände, fühlen sich aber besser in der Lage, damit umzugehen.“

Zudem können diese Wirkstoffe zu einer Kostenreduzierung in der Therapie führen. In einem Artikel aus dem Jahr 2020 haben Forscher ein Modell erstellt, um die Kosten der Behandlung von Patienten mit posttraumatischer Belastungsstörung (PTBS) mit MDMA-Assisted Psychotherapy (MAP) darzustellen. Die Ergebnisse deuten darauf hin, dass MAP Nettokosten in Höhe von 7,6 Mio. US-$ verursachen würde, während es über einen Zeitraum von 30 Jahren zu diskontierten Netto-

einsparungen von 103,2 Mio. US-$ käme.

Psychedelika haben eine lange Vergangenheit, aber eine kurze Geschichte (wie der deutsche Psychologe Hermann Ebbinghaus über die Psychologie sagte). Bewusstseinsverändernde Substanzen wurden in verschiedenen Kulturen verwendet, einschließlich der alten Amazonas-Stämme und der Maya-Zivilisation. Und sie sind nicht auf den Menschen beschränkt: Delfine sind dafür bekannt, dass sie mit Kugelfischen interagieren, die Giftstoffe freisetzen können, die einen tranceähnlichen Zustand hervorrufen.

Das moderne Kapitel psychedelischer Substanzen begann 1938, als Albert Hofmann auf der Suche nach Blutgefäßerweiterern versehentlich LSD synthetisierte. Der entscheidende Meilenstein kam 1943, als Hofmann absichtlich LSD einnahm und die erste bewusste psychedelische Reise auf seinem Fahrrad in den Straßen von Basel unternahm, bekannt als „Bicycle Day“. Hofmann stufte die Psychedelika als „psychotomimetische“ Substanzen ein, die Aspekte der Psychose imitieren. Diese Sichtweise ist heute überholt; der moderne Begriff „psychedelisch“ wurde 1957 von Humphry Osmond geprägt, abgeleitet von griechischen Wörtern, die „Geistesmanifestation“ bedeuten.

In den 50er- und 60er-Jahren war das Potenzial psychedelischer Substanzen bei der Behandlung von Drogenkonsum, Alkoholismus und Depressionen Gegenstand wissenschaftlicher Studien an angesehenen US-Universitäten. Doch nach der Pro-LSD-Bewegung von Timothy Leary in den 60er-Jahren unterzeichnete Richard Nixon 1970 den Controlled Substance Act; er beendete die wissenschaftliche Forschung an diesen Substanzen und stufte sie als Wirkstoffe „ohne anerkannten medizinischen Nutzen“ ein. Dies zeichnete jedoch ein verzerrtes Bild dieser Substanzen und ließ die sich abzeichnenden wissenschaftlichen Erkenntnisse außer Acht, die diese Schilderung infrage stellten.

„Nur weil es legal ist, etwa psilocybinhaltige Trüffel in den Niederlanden zu kaufen, bedeutet das nicht automatisch, dass sie im therapeutischen Kontext verwendet werden“, so Sergio Pérez Rosal, Leiter der Ovid Clinic in Berlin.

„Während die psychologische Abhängigkeit ein potenzielles Problem darstellt, ist das Risiko einer physiologischen Abhängigkeit vernachlässigbar“, erklärt Pérez Rosal. Wenn die Substanzen mehrere Tage hintereinander eingenommen werden, lässt ihre Wirkung schnell nach, was die Konsumenten davon abhält, einem unerreichbaren Rausch nachzujagen. „Darüber hinaus ist diese Art von Erfahrungen so intensiv und manchmal sehr anspruchsvoll in der Integration, dass die meisten Menschen Zeit brauchen, bis sie bereit sind, diese Zustände wieder zu erfahren“, so Pérez Rosal. Die Behauptung, dass die alleinige und einmalige Einnahme dieser Substanzen psychische Störungen heilen könne, sei aber ebenfalls inkorrekt.

Die Landschaft rund um Psychedelika verändert sich deutlich, insbesondere seit Roland Griffiths von der Johns Hopkins University in den 2010er-Jahren versuchte, Psilocybin in klinischen Studien zur Raucherentwöhnung einzusetzen. „Damit begann, was heute als die ‚Psychedelische Renaissance‘ bekannt ist“, erklärt Pérez Rosal. „Mit dem Aufkommen neuer Instrumente wie dem funktionellen MRT, methodologischen Fortschritten und einer systematischen Herangehensweise an wissenschaftliche Untersuchungen wurde die Landschaft der psychedelischen Forschung neu belebt.“ Was dies für die Zukunft des Marktes für psychische Gesundheit bedeuten wird, bleibt abzuwarten; allerdings entstehen in diesem Bereich bereits Unternehmen – während sich der globale Krieg gegen die Drogen langsam seinem Ende nähert.

Sergio Pérez Rosal wurde in Guatemala geboren und ist in Deutschland als Arzt tätig. Seine Karriere widmet er der Förderung der integrativen Gesundheit. Er ist Gründer und Geschäftsführer der Ovid Clinic Berlin, Mitglied des Vorstands der Mind Foundation und Gründungsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Psychedelische Forschung und Therapie.

BEZAHLTE ANZEIGE

BEI SCHÖNHEITSOPERATIONEN ZÄHLEN DIE BESTEN HÄNDE

Dr. med. Malte M. Villnow, Chefarzt der Düsseldorfer Privatklinik Pearl of Aesthetic, ist einer der besten Chirurgen Europas. Seit fast 30 Jahren verschönert er hier mit seinem kompetenten Team nicht nur Frauen, sondern auch Männer.

Foto: Beigestellt

Wer schön sein will, muss hier nicht leiden
Wer sich hier im Herzen Düsseldorfs behandeln lässt, ist in den besten Händen. Ein erfahrenes und eingespieltes Team, sowie ein erfahrener und kompetenter Arzt bieten eine Behandlung auf höchstem Niveau in einem erstklassigen Ambiente auf der Königsallee.

Arzt mit 30-jähriger Erfahrung und viel Leidenschaft für seine Patienten
Dr. med. Malte Villnow ist ein herausragender und gefragter Chirurg, genauer: Facharzt für Chirurgie mit Zusatzbezeichnung Sportmedizin. Der renommierte Mediziner gilt als Pionier der innovativen Haarchirurgie und kann mittlerweile auf über 15.000 erfolgreiche Haartransplantationen zurückblicken. Für ihn selbstverständlich: Jeder Patient wird vor der Behandlung persönlich und ausführlich beraten. Ebenfalls wurde er wiederholt zum Top Mediziner von Focus gekürt.

Spezialgebiet Haartransplantation – was steckt dahinter?
Gutes Aussehen stärkt das Selbstbewusstsein und führt zu einem ganz anderen Auftreten. Wer sich nicht schön findet, fühlt sich schnell unwohl - erst recht in der Öffentlichkeit. Wer von androgenetischer Alopezie (anlagegebedingtem Haarausfall) betroffen ist (das sind in Deutschland ca. 80% der Männer und ca. 30% der Frauen), findet bei Dr. Villnow Hilfe.

Bei der Haartransplantation werden Hautpartien mit Haarwurzeln ohne Testosteron-Rezeptoren aus dem dicht behaarten Hinterkopfbereich entnommen und in die vom Haarausfall betroffenen Bereiche eingepflanzt.

Zur Entnahme der Haarwurzeln stehen folgende Techniken zur Verfügung:

FUE-Technik: Entnahme einzelner Gruppen von Haarwurzeln (Follicular Unit Extraction)
FUT-Technik: Entnahme eines Hautstreifens (Strip-Technik, Follicular Unit Transplantation)

Welche Methode sich für den Patienten am besten eignet, wird im ausführlichen Beratungsgespräch ganz individuell festgelegt. Etwaige Fragen bezüglich Methode, Vorgehen, Vorteilen oder Risiken werden ebenfalls detailliert besprochen.

Wieviel Zeit sollte ich für die Behandlungen einplanen?
Wer sich für eine Transplantation entscheidet, sollte Geduld mitbringen, denn je nach Größe des zu verpflanzenden Areals kann der Eingriff zwischen 6 und 10 Stunden dauern und wird unter örtlicher Betäubung durchgeführt. Nach durchschnittlich 14 Tagen werden ebenfalls die Haut und etwaige Schwellung abgeheilt sein.

Das Endergebnis ist nach 12-15 Monate endgültig sichtbar.
Dank seines guten Rufes und der nachweislich hervorragenden Ergebnisse finden auch viele Prominente den Weg zu Dr. Villnow. Zu den bekannten Persönlichkeiten, die ihn um Hilfe gebeten haben und mit deren neuen Haarpracht sehr

Dr. Med. Malte M. Villnow, Chefarzt der Privatklinik Pearl of Aesthetic

zufrieden sind, gehören zum Beispiel Dick Advocaat, Jürgen Klopp, Xherdan Shaqiri, Markus Anfang oder Karim Bellarabi. Auch Robert Harting und Christian Lindner sowie Ralf Möller vertrauen auf die Arbeit von Dr. Villnow.

Und was sagt der Arzt selbst zu seinen prominenten Ergebnissen? In einem Interview mit T-online erklärt er: „Es ist schon ein besonderes Gefühl (...), wenn ich dann einen Klopp, einen Shaqiri oder einen Tim Raue im Fernsehen sehe, dann denke ich: Toller Typ - und die Haare sind von mir!“

Pearl of Aesthetic

www.pearlofaesthetic.com

BEZAHLTE ANZEIGE

„WIR WOLLEN DEN KUNDEN DURCH ALLE PHASEN BEGLEITEN“

Die Aurez Immobilien GmbH, die Dachorganisation der Unternehmensmarken AURE Immobilien und Aurelie Immobilien, ist seit mehr als vier Jahren erfolgreich in der Branche tätig. Das junge Kernteam hat es sich zur Aufgabe gemacht, die menschliche Komponente in der Immobilienbranche in den Vordergrund zu stellen – es versteht sich als Katalysator für den Wandel in der Branche und betrachtet Nachhaltigkeit und Vielfalt als integrale Bestandteile seines umfassenden Ansatzes.

Text: Ekin Deniz Dere
Fotos: Gianmaria Gava

Die Aurez Immobilien GmbH hat sich den Ruf erworben, umfassende und maßgeschneiderte Immobilienlösungen anzubieten, wobei der Schwerpunkt auf Qualität und Wertigkeit liegt. Gegründet im April 2019 begann das Unternehmen mit einem kleinen Team, welches von Philipp Smula, heute Geschäftsführer und Partner, geleitet wurde. Doch mit dem Wachstum des Betriebs wuchs auch das Team – heute besteht das Unternehmen aus einem fünfköpfigen Kernteam und mehr als 20 Mitarbeitern, wobei jedes Mitglied seine einzigartige Erfahrung und Expertise einbringt.

Es ist der Zusammenhalt des Kernteams, den Smula besonders hervorhebt. Diese fünf Personen haben vor der Gründung der GmbH in anderen Immobilienunternehmen zusammengearbeitet und ein kohäsives Team gebildet, das auch beim Wechsel zwischen Organisationen zusammenblieb. „Wir haben den Wert unserer kollektiven Expertise und Erfahrung erkannt und die Aurez Immobilien GmbH gegründet“, sagt Smula – um bestehende Praktiken zu verbessern, ihr Know-how zu bündeln und ein Unternehmen zu schaffen, in dem ihre tägliche Arbeit mit ihren persönlichen Vorlieben und Wünschen in Einklang steht.

Smula und sein Team sind stolz auf ihre Stärke, enge Beziehungen zu ihren Kunden aufzubauen und ihnen maßgeschneiderte Lösungen zu bieten, die deren individuellen Bedürfnissen entsprechen; sei es bei Kauf, Verkauf oder Vermietung. Dabei ist das Ziel, den Kunden durch alle Lebensphasen zu begleiten – denn je nach Situation verändert sich auch die Suche nach einer Immobilie oder nach Bauland. Deswegen hat Aurez die beiden Marken AURE Immobilien und Aurelie Immobilien überhaupt ins Leben gerufen: um den gesamten Immobilienzyklus abzudecken und sich darauf zu konzentrieren, Orte zum Wohlfühlen zu schaffen und Wohnungen für ein erfülltes Leben anzubieten.

So vermarkten Smula und sein Team neu entwickelte Immobilien im Auftrag des Kunden, der das Grundstück ursprünglich über AURE Immobilien erworben hat, denn Aurelie Immobilien unterstützt den Kunden beim Erwerb der neu errichteten Wohnung, vorzugsweise über das von AURE Immobilien angebotene Grundstück. „Das verschafft uns und unserem Auftraggeber, dem Bauträger, einen großen Vorteil, denn wir kennen die Liegenschaft von Grund auf“, erklärt Smula.

Das Unternehmen, das sich auf die Erschließung von Bauland mit dem Schwerpunkt Wohnungsbau spezialisiert hat, unterscheidet sich von traditionellen Immobilienunternehmen durch die unkonventionelle und unkomplizierte Art und Weise, wie es mit seinen Partnern zusammenarbeitet, denn dies bietet

erhebliche Wachstumschancen für beide Seiten. Diese ausgeprägte Expertise in den Märkten, so Smula, hebt Aurez Immobilien von anderen ab, die in erster Linie flüchtigen Trends für kurzfristige Gewinne hinterherjagen.

Aurez Immobilien hebt sich jedoch nicht nur in dieser, sondern in mehrfacher Hinsicht von anderen Immobilienunternehmen ab. Eines der wichtigsten Unterscheidungsmerkmale ist sein einzigartiger Ansatz, bei dem es darum geht, auf die spezifischen Bedürfnisse von Käufern und Verkäufern einzugehen. „Wir haben eine bodenständige Mentalität“, sagt Smula, „und das kommt besonders gut bei unseren Verkäufern an.“

Darüber hinaus ist das Durchschnittsalter der Mitarbeiter von Aurez Immobilien deutlich jünger, und der Frauenanteil ist vergleichsweise hoch. „Diese Faktoren unterscheiden uns vom klischeehaften Bild eines Immobilienunternehmens. Wir sind einfach modern und flippig, sind uns aber unserer Verantwortung mehr als nur bewusst – schließlich geht es hier auch um viel Geld“, sagt Smula.

Das Unternehmen legt außerdem großen Wert auf Nachhaltigkeit. Smula zufolge geht das Engagement von Aurez Immobilien für Nachhaltigkeit über den engen Fokus auf den Klimawandel hinaus, der in den Medien oft dargestellt wird. Aurez Immobilien hält fest, dass ökonomische, ökologische und soziale Verantwortung Teil seiner Grundwerte sind. „Wir wollen ein führendes Beispiel in der Immobilienbranche sein, indem wir der Nachhaltigkeit in all ihren Facetten bewusst Priorität einräumen“, betont Smula. Es geht nicht nur darum, Kohlenstoffemissionen auszugleichen, sondern auch darum, bewusste Entscheidungen zu treffen und kleine Schritte in Richtung Nachhaltigkeit zu unternehmen.

Aurez Immobilien selbst agiert im Geschäftsalltag nachhaltig, indem es unter anderem Ökostrom bezieht, regionale Produkte verwendet, Mitarbeiter finanziell beim Mittagessen und beim Öffi-Ticket unterstützt, und indem es alle Drucksachen von Aurelie Immobilien und AURE Immobilien komplett überarbeitet hat, um sicherzustellen, dass sie Cradle-to-Cradle-zertifiziert sind („von der Wiege bis zur Wiege“, ein Ansatz für eine durchgängige und konsequente Kreislaufwirtschaft).

„Wir wollen ein führendes Beispiel in der Immobilienbranche sein, indem wir der Nachhaltigkeit in all ihren Facetten bewusst Priorität einräumen.“

Philipp Smula

Obwohl diese Entscheidungen im Vergleich zu konventionellen Alternativen einen höheren Preis haben können, ist Smula der Meinung, dass man über die unmittelbaren Kosten hinausschauen sollte. „Unser Engagement für Nachhaltigkeit erstreckt sich auch auf das Wohlergehen unserer Mitarbeiter, insbesondere in Anbetracht der derzeit stark steigenden Kosten“, unterstreicht er. „Außerdem bemühen wir uns, diese nachhaltigen Praktiken nicht nur unseren professionellen Partnern, etwa institutionellen Anlegern, sondern auch unseren Kunden zu vermitteln. Wir wollen ihnen zeigen, dass auch sie einen Beitrag zu einer nachhaltigeren Zukunft leisten können, ohne ihren Geschäftserfolg zu gefährden, denn auch kleine Schritte sind Schritte.“

Die meisten Verkaufskunden von Aurez sind Privatpersonen, die es vorziehen, mit jemandem zusammenzuarbeiten, der ihnen das nötige Know-how vermittelt und ihren Verkaufserfolg garantiert. „Wir verfügen zwar nicht über magische Kräfte, aber wir bieten die beste Grundlage für ihre Bedürfnisse“, sagt Smula bescheiden, aber selbstbewusst.

Auf der Käuferseite arbeitet AURE Immobilien mit institutionellen Investoren, namhaften Entwicklern, Unternehmen und Projektmanagern zusammen. „Diese Kunden kennen uns bereits. Sie verstehen unsere Arbeitsmoral und vertrauen auf unsere Expertise. Wenn wir sie über realisierbare Neubauflächen beraten, haben sie Vertrauen in unsere Worte“, so Smula. Der Mensch stehe an erster Stelle – laut Smula geht dieser Ansatz über die Unterzeichnung eines Kauf- oder Mietvertrags hinaus.

Das Ziel von Aurez Immobilien ist es, langfristigen Erfolg zu gewährleisten und einen dauerhaften Wert für seine Kunden zu schaffen, indem es zum Beispiel die Nutzfläche berechnet, sich mit den Bauvorschriften befasst und dieses wertvolle Wissen mit seinen Kunden teilt.

Das Unternehmen hat es sich zur Aufgabe gemacht, immer einen Schritt mehr zu machen und als erster Ansprechpartner für alle Belange seiner Kunden zu fungieren. Diese Unterstützung geht über die erste Transaktion hinaus und kann in verschiedenen Lebensabschnitten in Anspruch genommen werden, etwa wenn ein Familienmitglied Jahre später für das Studium umzieht, oder bei bedeutenden Lebensveränderungen wie dem Älterwerden, der Gründung einer Familie oder dem Umbau der Immobilie. Hauptziel ist es in all diesen und ähnlichen Fällen, die Kunden professionell zu unterstützen und ihnen ein zuverlässiger Partner auf ihrem Weg zu sein.

Der Erfolg des Unternehmens gründe auf dem organischen Wachstum seines Teams und seiner Dienstleistungen, die auf die Bedürfnisse und Wünsche der Kunden und Bauträger zugeschnitten seien, ohne dabei übermäßige Ausgaben zu verursachen, so Smula.

Das Unternehmen, das den Aspekt des Lebens in einer Immobilie in den Vordergrund stellt, sieht sich selbst als Disruptor in der Immobilienbranche. „Wir erforschen ständig innovative Praktiken, wie zum Beispiel die Einbeziehung von New-Work-Prinzipien, um sicherzustellen, dass unsere Mitarbeiter motiviert und engagiert bleiben.“ Smula weiter: „Wir suchen aktiv nach neuen Initiativen, die bei unseren Teammitgliedern Anklang finden, ihren Enthusiasmus fördern und ihre Leidenschaft für ihre Arbeit entfachen.“ Letztendlich komme dieser Ansatz sowohl dem Unternehmen als auch dem Einzelnen zugute, so der CEO – denn er führe zu einem positiven Wachstum, bei dem die Menschen ihr Berufsleben wirklich genießen können.

Die 2019 gegründete Aurez Immobilien GmbH zeichnet sich dadurch aus, dass sie den engen Kontakt zu ihren Kunden in den Vordergrund stellt, maßgeschneiderte Lösungen für deren individuelle Bedürfnisse anbietet und sie durch alle Phasen des Immobilienprozesses begleitet.

BEZAHLTE ANZEIGE

LEIDER GEIL

FOTOS: KATHARINA GOSSOW

463 MILLIONEN: DAS IST DIE ZAHL DER MENSCHEN ZWISCHEN 20 UND 79 JAHREN, DIE WELTWEIT MIT DIABETES LEBEN – ODER ANDERS AUSGEDRÜCKT: EINER VON ELF ERWACHSENEN.

ADIPOSITAS ZÄHLT ZU DEN HAUPTURSACHEN FÜR BEHINDERUNGEN UND TODESFÄLLE IN EUROPA.

**LUNGENKREBS VERURSACHTE 2021
4 % ALLER TODESFÄLLE WELTWEIT.**

„NENI BLEIBT NIE STEHEN“

Vor 13 Jahren trat Haya Molcho an, Wien mit levantinischer Küche mit Twist zu erobern. Heute ist das von ihr gegründete Neni ein schnell wachsender Gastronomiebetrieb mit 13 Standorten in Europa, und ein Familienunternehmen der ungewöhnlichen Art, denn Molcho führt den Betrieb mit drei ihrer vier Söhne als „Zwei-Generationen-Unternehmen“. Nun wollen die Molchos Europa erobern – und schielen auch nach Übersee.

Text: Klaus Fiala
Fotos: Philipp Horak
Infografik: Emin Hamdi

Es ist ruhig an diesem Dienstagmorgen im Wiener Prater: Die Rollläden der Schießbuden sind hochgezogen, die Achterbahnen stehen still, der anhaltende Regen hat Läufer und Radfahrer weitgehend von der Hauptallee vertrieben. Das Treiben im siebenten Stock des Gebäudes am Rande des Vergnügungsparks in der Perspektivstraße 8 ist jedoch ein krasser Kontrast zur Stille – hier, über den Dächern des Praters und der Stadt, hört man das Klirren von Gläsern, Gelächter sowie die Schritte von Menschen, die sich am Buffet Nachschub holen. Über fehlende Kundschaft kann sich das Neni am Prater wahrlich nicht beschweren. Wir sind ein bisschen zu früh vor Ort und können so das Treiben in Ruhe verfolgen. Als erster der Interviewpartner trifft Ilan Molcho (im Bild links oben) ein, seinerseits CEO des Unternehmens, der uns – nach einem prüfenden Blick in den Raum – herzlich begrüßt, bevor er seine Runde macht, um den Mitarbeitern Hallo zu sagen.

„Wir sind in Sachen Gäste eigentlich recht unabhängig vom Hotel“, sagt Molcho in Referenz auf das „Superbude Hotel Wien Prater“, das die ersten sechs Stöcke des Hauses belegt – „nur beim Frühstück haben wir uns geeinigt, dass die Hotelgäste zu uns kommen dürfen.“ Ilan Molcho ist der jüngste der insgesamt vier Köpfe hinter dem Unternehmen, das das Restaurant betreibt: Neni. Die anderen drei treffen nacheinander ein, erst die Brüder Elior (rechts unten) und Nuriel (links unten), später auch Haya Molcho (rechts oben), die Mutter der drei und das Aushängeschild des Hauses.

Gemeinsam führen die Molchos einen der interessantesten gastronomischen Betriebe Österreichs. 2009 gestartet verfügt Neni heute über drei Restaurants in Wien, betreibt neun weitere Standorte in Europa und verfügt zudem über ein schnell wachsendes Geschäft im Bereich der Lebensmittelproduktion. 2023 erwirtschaftet das Unternehmen planmäßig rund 23 Mio. € in der Neni Holding, wovon auf die Lebensmittelproduktion „Neni am Tisch“ rund 13 Mio. € entfallen (die Produkte werden in Österreich, Deutschland, der Schweiz, Italien und den Niederlanden über Supermärkte vertrieben); der Rest stammt aus den Restaurants Neni am Prater und Neni am Wasser (das Stammhaus am Naschmarkt ist nicht Teil der Holdingstruktur, Anm.). Die in einem Franchisesystem betriebenen Restaurants, die sich derzeit in Berlin, Hamburg, München, Köln, Zürich, Kopenhagen, Amsterdam, Paris und auf Mallorca befinden, erwirtschaften nochmal rund 24 Mio. € Umsatz. Insgesamt kommt die Marke Neni also auf rund 47 Mio. €.

Dass die drei Brüder, die zwischen Anfang und Mitte 30 sind, das Interview mit Forbes führen und die 68-Jährige Haya Molcho erst später zum Termin dazustößt, könnte für Beobachter auf eine anstehende Übergabe im Familienunternehmen hinweisen. Nuriel Molcho, der in der Geschäftsleitung für Kommunikation und Marketing verantwortlich ist, relativiert dieses Bild jedoch: „Neni war von Anfang an ein Zwei-Generationen-Unternehmen, was

Neben dem Stammhaus Neni am Naschmarkt und dem Neni am Wasser am Wiener Donaukanal betreibt die Familie Molcho mit dem Neni am Prater insgesamt drei Standorte in der österreichischen Hauptstadt.

für Familienbetriebe eher ungewöhnlich ist."

Die Anteile des Unternehmens verteilen sich zu je einem Drittel auf die drei Brüder Nuriel, Elior und Ilan, einzig Bruder Nadiv hat mit dem Betrieb nichts zu tun – er arbeitet als Schauspieler in Los Angeles.

Die letzte Zeit war für das Unternehmen nicht einfach, wie Ilan Molcho sagt: „Wir haben drei sehr harte Jahre hinter uns, das war fast nur Krisenmanagement. Jetzt wollen wir einfach Gas geben." Sein Bruder Elior sagt das Gleiche, in etwas anderen Worten: „Vor zehn Jahren hätten wir sicher nicht voraussagen können, wo wir heute stehen. Wir haben einfach ein enormes Wachstum erlebt. Wir haben eher wenig strategisch gedacht, vielleicht auch zu wenig. Nun ist klar, dass wir uns fokussieren wollen. Die Frage, die wir uns nun stellen, ist: Was wollen wir mit unserer Marke eigentlich erreichen?"

Fast ein Jahr lang putzte

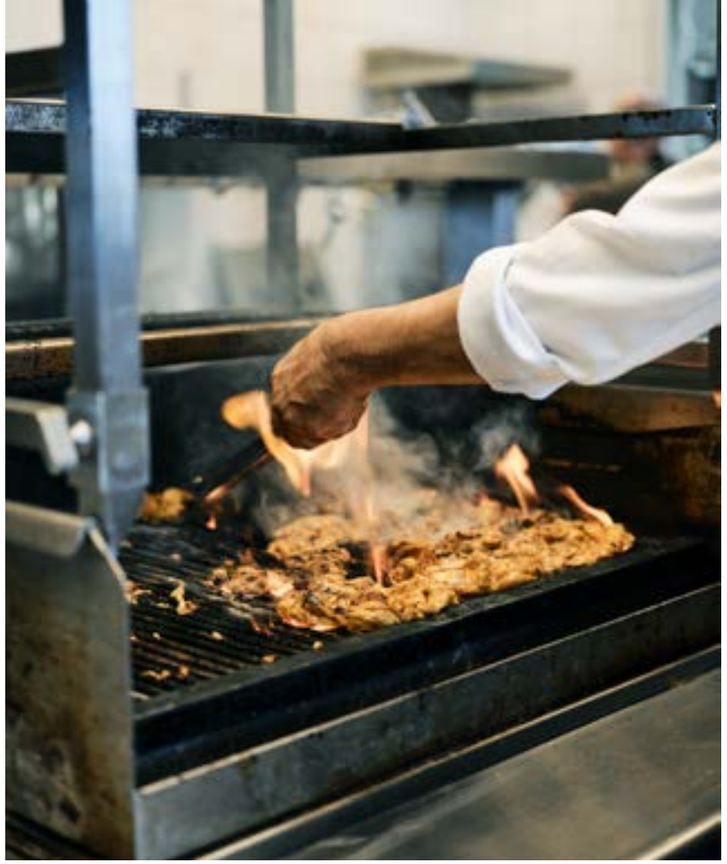
Haya Molcho Ende der 2000er-Jahre am Wiener Naschmarkt Klinken. Sie machte zu diesem Zeitpunkt bereits seit einigen Jahren Caterings, entschloss sich dann jedoch, ein eigenes Restaurant zu eröffnen. Da Molcho unbedingt am berühmten Markt im Zentrum Wiens angesiedelt sein wollte, war das jedoch kein leichtes Unterfangen – denn die Plätze sind heiß begehrt und werden nur selten an „Außenstehende" vergeben. Doch irgendwann fand Molcho einen Betreiber, der verkaufen wollte. „Der Platz war damals nicht besonders attraktiv, aber ich wusste damals schon, was daraus werden könnte", erzählt sie.

Ihre Söhne waren damals gerade mit ihrem Studium fertig – alle drei hatten in unterschiedlichen Städten gelebt. Sie halfen der Mutter aus; schnell wurde klar, dass das Konzept – leistbare, hochqualitative levantinische Küche – viel Potenzial hatte. Es folgten nicht nur weitere Restaurants, sondern auch ein weiteres Standbein in der Lebensmittelproduktion: Zufällig ergab sich damals der Kontakt zu Spar; die Neni-Erzeugnisse hätten ursprünglich nur in einer Premium-Filiale angeboten werden sollen, es kamen aber rasch weitere Filialen dazu, bis Neni-Produkte schließlich in allen Spar-Filialen Wiens angeboten wurden. „Wir produzierten damals alles noch im Neni am Naschmarkt. Die ganze Familie sowie Freunde – und ich übertreibe nicht! – standen zwei Wochen lang von früh bis spät im Restaurant und haben Hummus in Plastikbecher gefüllt. Wir haben alles in ein Auto gepackt und mit Google Maps eine Tour erstellt, damit wir alle 50 Spar-Märkte beliefern können."

An diesem Punkt stellte sich die Familie die Frage, ob sie diese Mengen tatsächlich selbst stemmen kann. Statt auszulagern, entschied sich Neni dafür, die Produktion weiterhin selbst zu betreiben. Das Unternehmen mietete eine Halle am Rande Wiens an, um die Produktion zu professionalisieren. Bis heute werden die Lebensmittel für den gesamten europäischen Markt in Guntramsdorf produziert. „Das war sieben Jahre lang harte Arbeit." Heute produziert Neni am Tisch zwölf Tonnen Lebensmittel pro Tag und ist neben Spar in Österreich etwa auch in den rund 650 Filialen des Schweizer Einzelhändlers Migros verfügbar.

Die Expansion bei den Restaurants funktioniert in einem Franchisesystem. In einer Kooperation mit der Hotelkette 25 Hours, die seit 2021 vollständig zur französischen Hotelgruppe Accor gehört, betreibt Neni alle Standorte in Europa. Nur die drei Restaurants in der Heimatstadt Wien werden direkt von Neni betrieben.

Alle Restaurants sollen sich als Kern die Neni-Küche bewahren, dürfen aber durchaus Lokalkolorit aufweisen. „Wir lassen uns gerne inspirieren", so Nuriel – und Mutter Haya Molcho ergänzt: „In unserem Restaurant auf Mallorca wird es natürlich mehr Fischgerichte geben, weil dort das Meer direkt vor der Tür ist."



Die Ausgangslage ist stets die gleiche, doch die Restaurants außerhalb Österreichs können die Neni-Küche durchaus lokal interpretieren, so Haya Molcho.

Dass das große Wachstum

in den letzten Jahren durchaus auch seine Herausforderungen mit sich brachte, verschweigt die Molcho-Familie nicht. Insbesondere die steigende Nachfrage in der Lebensmittelproduktion – einer sowieso nicht ganz einfachen Branche – ist kein einfaches Unterfangen. Einen externen Manager ins Unternehmen zu holen war bisher dennoch noch nie Thema. Elior: „Im Nachhinein kann man nicht wissen, ob es mit einem externen CEO besser oder schlechter gewesen wäre. Vielleicht wären wir schneller gewachsen oder hätten Fehler vermeiden können. Was aber sicher ist: Wir wären heute nicht auf dem Wissensstand, den wir haben."

Wenn es in Zukunft Sinn ergibt, den CEO-Posten extern zu besetzen, sind die Molchos dafür offen – aktuell bleibt der Betrieb aber fest in Familienhand. Das hat auch damit zu tun, dass die Brüder über die Jahre ihre Rollen gefunden haben. Nuriel: „Wir haben mit Anfang 20 begonnen, unserer Mutter zu helfen. Wenn wir bei Lieferanten waren, um Verhandlungen zu führen, kam immer die Frage: ‚Wann kommt Haya?' Wir wurden oft nicht ernst genommen."

Dass der jüngste der drei Brüder heute die Geschäftsführung innehat, liegt daran, dass sich alle auf ihre Kompetenzen fokussieren, wie Haya Molcho sagt: „Jeder macht das, was er am besten kann." Während Ilan als CEO fungiert, kümmert sich Elior als Prokurist um das operative Management der Restaurants. Nuriel verantwortet Marketing und Kommunikation und Haya Molcho dient als Aushängeschild und Gesicht der Marke.

Doch auch in Zukunft werde sich die Rolle der Gründer weiter verändern, schildert Ilan Molcho:

„Vor fünf Jahren drehte sich alles nur um die Arbeit. Natürlich fragt man einander dann auch mal, warum der eine weniger arbeitet als der andere. Heute ist die Frage aber, wie wir klüger und somit weniger arbeiten und den Betrieb dadurch auch weniger von uns abhängig machen.“

Die Zukunftspläne des Unternehmens sind durchaus ambitioniert. Dass das in einer Zeit passiert, in der die Branche durchaus zu kämpfen hat, spürt aber auch Neni, obwohl die Marke durchaus helfe, wie betont wird. „Mitarbeiter zu finden ist und bleibt hart“, so Elior. Nuriel ergänzt: „Wir haben dennoch Mitarbeiter, die seit vielen Jahren bei uns sind. Wir müssen uns aber nicht nur Gedanken machen, wie wir neues Personal bekommen, sondern auch, wie wir das bestehende Personal halten. Und da bieten wir viele Entwicklungsmöglichkeiten.“

Neben einem weiteren Restaurant auf Mallorca, das bereits fix geplant ist, kann sich die Familie Molcho noch viele andere Standorte vorstellen. Angesprochen auf die „Wunschdestination“ äußern sie neben London auch die eigene Heimat Tel Aviv. Doch Ilan Molcho eröffnet auch eine ganz andere Perspektive: „Ich kann mir gut vorstellen, einmal in New York City ein Neni zu eröffnen“, sagt er. Bruder Elior beschreibt die Ziele der nächsten zehn Jahre so: „Wenn ich heute sagen müsste, wo wir in zehn Jahren stehen, dann haben wir hoffentlich ein starkes Wachstum mit unserer Lebensmittelproduktion in Europa, haben dafür bereits einen Vertriebspartner in den USA sowie weitere zehn Neni-Franchise-Standorte.“

Wichtig ist den Molchos nur, dass trotz allen Wachstums die Werte nicht verwässert werden dürfen. Für die Zukunft steht also lediglich fest, dass es bei Neni und Familie Molcho auch weiterhin turbulent bleibt – oder, wie es Elior Molcho zusammenfassend beschreibt: „Neni bleibt nie stehen!”

2009 gründete Köchin Haya Molcho das erste Neni-Restaurant am Wiener Naschmarkt.

UNTERNEHMENSKENNZAHLEN HAYA MOLCHO

(Quelle: Haya Molcho)

RUND 3.000 TONNEN NENI-HUMMUS WERDEN PRO JAHR PRODUZIERT

40 MIO. € UMSATZ (MIT FRANCHISE-BETRIEBEN)

12 RESTAURANTS IN EUROPA

BEZAHLTE ANZEIGE

ME-TIME UND SELF CARE

Dafür ist das Park Igls Medical Spa Resort eine der weltweit besten Adressen. Aus guten Gründen.

Foto: © Park Igls/Fred Einkemmer

Champagner gibt es für den Gast hier bei der Ankunft nicht. Ebenso wenig danach. Auch keine Völlerei am üppig dekorierten Frühstückbüffet oder 5- bis 7-Gang-Abendmenüs, begleitet von schwerem, edlem Rotwein. „Und genau deshalb kommen unsere Gäste auch zu uns ins Park Igls. Wir sind ja kein Wellnesstempel, von dem du mit zweieinhalb Kilo mehr auf den Rippen die Heimreise antrittst. Bei uns“, sagt Andrea Gnägi, die erfolgreiche Schweizer Managerin des renommierten Gesundheitszentrums, „nehmen sich gesundheitsbewusste Menschen regelmäßig aus ihrem beruflichen Hamsterrad oder Alltag. Um neue Kraft zu schöpfen, Stress abzuschütteln, Medizinische Checks zu absolvieren, um gesund zu bleiben!“

De-Stress-Programme, Gewichtskontrolle, Detox Intensive oder der Detox Medical Check, bei dem sich Mann oder Frau innerhalb einer Woche umfassend präventiv-medizinisch, ohne Wartezeit, fachärztlich durchchecken lässt: Allen Programmen ist hier gemein, dass sie nach dem Konzept der Modernen Mayr-Medizin umgesetzt werden. D.h. kurz und sehr vereinfacht gesagt: Universitäre Medizin und Diagnostik ergänzt um die Erkenntnisse des österreichischen Arztes F.X. Mayr. Bedeutet für den Gast: Gesunde, abwechslungsarme Ernährung (die aber dennoch ein Genuss ist), viel Bewegung, achtsames Essen. Für ein Ziel: den Darm zu entlasten, zu sanieren, zu reinigen, denn der ist, wie man heute weiß, Ursprung der allermeisten Zivilisationskrankheiten. „Wer sich 14 Tage Zeit gönnt, geht mit neuer Energie und gesünder“, sagt Chefarzt Dr. Peter Gartner.

Top-Gesundheitsdestination

Das Park Igls, heuer mit dem Condé Nast Traveller Spa Award „Destination Health“ ausgezeichnet, zählt zu den Besten weltweit. Neben höchster medizinischer Kompetenz steht das Medical Spa Resort auch für maximale Privatsphäre und höchste Diskretion. Das wissen internationale Gäste zu schätzen. So wie die Tatsache, dass man hier von der geräumigen Suite – gemütlich im Bademantel – in wenigen Schritten zum Medical Check, zur medizinischen Massage oder zum Personal Training oder Coaching ins Panorama-Gym gelangt.

Me-Time und Self Care: Gesundheitsprävention auf Top-Niveau im vielfach ausgezeichneten Park Igls Medical Spa Resort.

Detox Medical Check
Absolvieren Sie in nur einer Woche wichtige und umfassende präventiv-medizinische Untersuchungen auf höchstem Niveau. Erstuntersuchung, Kontroll- und Abschlussuntersuchung, erweitertes Blutlabor mit Hormonstatus, Ultraschall Bauchorgane & Gefäße, hirnversorgende Gefäße, Schilddrüse, Prostata und Hoden/weibliche Brust, Echokardiografie, Ruhe- und Belastungs-EKG, physiotherapeutische Befundung, Spirometrie, Harn- und Stuhluntersuchung, Messung oxidativer Stress, 5 Vollmassagen und Park Igls Basisleistungen, 1 Woche im DZ, ab € 5.598

Kontakt: Park Igls Medical Spa Resort, Igler Straße 51, 6080 Innsbruck-Igls, Österreich. Telefon: +43 512 377 305
Mail to: info@park-igls.at

Park Igls
MEDICAL SPA RESORT

www.park-igls.at

TO HAVE

6 THINGS

HOLZ-HOLLYWOODSCHAUKEL „LUNA 2600“ IN BEIGE VON MYGARDENHOME

Diese Hollywoodschaukel aus Lärchen- und Irokoholz bietet ein Höchstmaß an Komfort und Ästhetik für Garten, Terrasse oder Balkon. Mit ihrer verstellbaren Rückenlehne sowie dem Sonnendach hat sie alles, was für einen entspannten Tag im Freien nötig ist. (2.499 €)

„HYDRATION HELPER“ VON HYDRAID IM GESCHMACK „LEMON“

25 Sticks pro Packung für schnellere Rehydrierung und vollen Elektrolytausgleich nach Sport und Party. (24,95 €)

E-BIKE „ORIGINAL-CLASSIC“ IN „CREAM“ VON GEERO

Das „Original-Classic“-E-Bike von Geero in der Farbe „Cream“ ist schlicht und sportlich – und kurz gesagt der reine Fahrspaß für Puristen. (2.990 €)

ETUIKLEID „ROSSA“ VON SANDRO IN SCHWARZ

Dieses Etuikleid von Sandro in Schwarz ist mit seinem klassisch-eleganten Look ideal für jeden Anlass – und perfekt für die warmen Frühsommermonate. (295 €)

KUNSTSTEINSKULPTUR „BALLOON POODLE“ VON KUNSTLOFT

Der weiße „Balloon Poodle“ von Kunstloft versetzt Sie sofort in Kindheitstage zurück und ist ein verspieltes, aber gleichzeitig stylisches Accessoire. (259 €)

„NAVITIMER AUTOMATIC 41“ VON BREITLING

Die „Navitimer Automatic 41“ ist eine Kombination aus Raffinesse und Eleganz. Das 41-mm-Modell ist unter anderem in Edelstahl und 18-karätigem Rotgold erhältlich und verfügt über eine Perlenlünette. (4.950 €)

Fotos: Hersteller

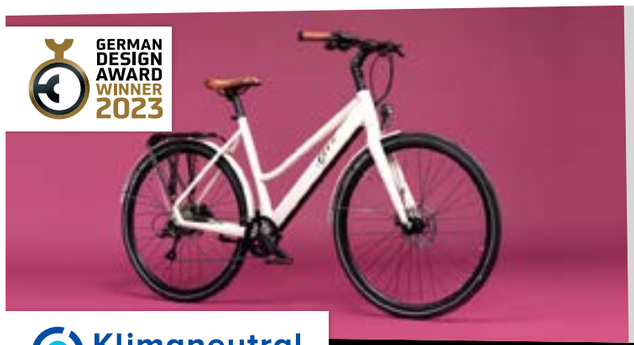
Geero ist das preisgekrönte Power-E-Bike **made in Austria** mit versteckter Technik und entnehmbarem Akku. Mit Herz und Hirn in Österreich gefertigt.

Das Besondere? Der praktisch unsichtbar **in der Hinterradnabe verbaute Motor** aus der eigenen Schmiede, der **im Unterrohr versteckte, entnehmbare Akku** und nicht zuletzt die schlau **im Rahmen integrierte Technik**. Alles an seinem Platz, alles millimetergenau geplant. Geero ist nicht als E-Bike zu erkennen, schlank, reduziert, elegant, aber dennoch mit modernster Technik ausgestattet. Und das Ganze mit deutlich **unter 20 Kilogramm Gesamtgewicht** und einer – für diese Gewichtsklasse nahezu unübertroffenen – **Reichweite von bis zu 100 Kilometern**.

Die **Generation Geero 2+** überzeugt mit schlau **integrierter Lichtanlage** und **entnehmbarem Power-Akku**. Letzterer erspart den Transport des kompletten Bikes in Wohnung oder Keller. Mit einem Handgriff wird der Akku entnommen und kann an jeder Haushaltssteckdose geladen werden.

Die ursprünglich in der Scheune der Großeltern der beiden **Erfinder Michael und Thomas Rath** angesiedelte Tüftler-Werkstatt ist längst in eine größere **Manufaktur** umgezogen. Nach wie vor gelegen in der **Südsteiermark**. Ganz in der Nähe der Scheune. Das Unternehmen beschäftigt allerdings mittlerweile **über 40 Mitarbeiter:innen**. Auch **regionale Zulieferer** spielen eine wichtige Rolle. Schließlich zählt „Made in Austria“ zum Konzept des Unternehmens „Geero“. Viele der **Einzelteile kommen aus der Region**; der robuste wie leichte Aluminiumrahmen wird **in der Steiermark pulverbeschichtet**.

Entdecke jetzt **alle Modelle auf www.geero.at** oder bei einer **kostenlosen Probefahrt bei einem unserer über 50 E-Bike-Experts** ganz in deiner Nähe! Profitiere jetzt noch von gut gefüllten Regalen und rascher Lieferzeit. So steht einer entspannten Radsaison 2023 nichts mehr im Wege.



Klimaneutral Produkt
ClimatePartner.com/19792-2211-1001

Sichere dir jetzt dein neues Geero E-Bike auf
www.geero.at

Mit dem Gutscheincode
GEERO-FM23
erhältst du außerdem € 300 Rabatt auf dein brandneues Geero 2.*

Alle Modelle, tolles Zubehör und nähere Infos auf www.geero.at oder unter der kostenlosen Hotline 0800 55 66 40 517.

*Gutscheincode einlösbar bis 31.12.23 auf alle Geero-2-Modelle auf www.geero.at. Einfach Gutscheincode im Warenkorb eingeben; der Rabatt wird beim Check-out automatisch abgezogen. Zubehör ist von der Rabattaktion ausgenommen. Gilt nicht für Geero 1, rabattierte Produkte, Sondereditionen oder Outlet-Bikes. Nicht kombinierbar/einlösbar mit anderen Rabattcodes/Gutscheinen. Auf Versandkosten und Gutscheine nicht anrechenbar. Keine Barauszahlung. Die Geero GmbH ist Teil der niceshops GmbH unter der Geschäftsführung von Roland Fink, Christoph Schreiner und Barbara Unterkofler. Firmensitz: niceshops GmbH | Saaz 99, 8341 Paldau, Austria | UID: ATU63964918

BEZAHLTE ANZEIGE

COACHING FÜR DIE GENE

Die Epigenetik zeigt: Unser Lebensstil hat Auswirkungen auf unsere DNA und unser Wohlbefinden. Das von Dr. med. Manuel Burzler und Timo Janisch gegründete Unternehmen HealVersity bildet Epigenetik-Coaches aus und möchte so die Lehren dieser Wissenschaft verbreiten. Ihre Message: Wir können unsere Gene auf unzählige Weisen beeinflussen.

Text: Erik Fleischmann
Fotos: Dirk Bruniecki

Seit Hunderten von Jahren versucht der Mensch, sich zu optimieren – Verhaltensmuster werden angepasst und der Körper trainiert. „Schneller, höher, stärker“ lautete die längste Zeit das Motto der Olympischen Spiele. Seit der Coronapandemie legen außerdem viele mehr Wert auf ihre Gesundheit: Im ersten Quartal 2022 gab es in Deutschland 4,8 % mehr Arztbesuche als im selben Zeitraum 2019, wie aus einem Bericht des Zentralinstituts für die kassenärztliche Versorgung hervorgeht (in den Jahren dazwischen waren es pandemiebedingt deutlich weniger). Gleichzeitig leiden immer mehr Menschen an Burn-out, chronischer Müdigkeit oder Depressionen. Laut Statistiken sind psychische Erkrankungen wie diese die drittwichtigste Ursache für Arbeitsunfähigkeit in Deutschland. Doch unser Lebensstil kann enorme Auswirkungen auf unsere Gesundheit haben – und sogar unsere Gene beeinflussen.

Genau das ist die Message von HealVersity. 2022 von Dr. Manuel Burzler und Timo Janisch gegründet ist es das Ziel des Unternehmens, „das Lebensgefühl für Millionen von Menschen zu revolutionieren“, wie auf ihrer Website steht. Um das zu erreichen, bilden die Gründer Coaches aus, die die Lehren der Epigenetik (ein Teilbereich der Genetik) an ihre Klienten weitergeben können.

Im Gegensatz zur „herkömmlichen“ Genetik, die sich auf die spezifische Abfolge von Basenpaaren unserer DNA konzentriert, beschäftigt sich die Epigenetik mit chemischen Markierungen, die an die DNA oder die Proteine um die DNA gehängt werden. Diese Markierungen können die Genaktivität beeinflussen, indem sie zum Beispiel die DNA enger oder lockerer verpacken und somit den Zugriff auf die einzelnen Gene erleichtern oder erschweren. So können bestimmte Gene „ein-“ oder „ausgeschaltet“ werden. Janisch bringt einen guten Vergleich: „Wenn unsere Gene das Klavier sind, ist der Klavierspieler unser Epigenom.“ Die Botschaft dahinter: „Wir werden nicht durch unsere Gene beschränkt. Die Wissenschaft der Epigenetik zeigt, dass wir mehr Kontrolle über unser Leben haben, als wir bisher dachten“, so Dr. Burzler. Ein entscheidender Aspekt der Epigenetik ist, dass die Markierungen an der DNA durch Umweltfaktoren und unseren Lebensstil beeinflusst werden können.

Das Feld der Epigenetik ist noch jung und vieles unerforscht, doch einige Studien zeigen, dass bestimmte Lebensweisen vererbt werden können. So kann es sein, dass die Kinder von Rauchern genetisch bedingt eine erhöhte Tendenz zur Nikotinabhängigkeit haben; umgekehrt können die Nachfolger von Menschen, die einen besonders gesunden Lebensstil haben, „gesündere“ Gene haben.

Sollte das stimmen, wäre die Epigenetik eine Erweiterung der darwinistischen Evolutionstheorie, die genetische Variationen und natürliche Selektion als die primären Triebkräfte der Evolution nennt. Die Epigenetik fügt Darwins Theorie eine Ebene hinzu, indem sie erforscht, wie Umwelteinflüsse und epigenetische Veränderungen den Evolutionsprozess steuern. Janisch: „Indem wir aktiv und bewusst unser Umfeld gestalten, können wir beeinflussen, wie Gene abgelesen werden.“

ADVOICE

Wie das am besten geschieht, können Interessierte in der 24-wöchigen Ausbildung zum Epigenetik-Coach von HealVersity lernen. Die Grundausbildung ist online und besteht aus Live-Sessions und Videos, die von der Psycho- über die Nutri-Epigenetik bis hin zur Umweltmedizin alles abdecken, was laut Dr. Burzler und Janisch in diesem Feld wichtig ist. „So bekommen unsere Kunden ein ganzheitliches Bild, in welchen Lebensbereichen wir intervenieren können und wie Selbstheilung mit Epigenetik funktioniert“, sagt Janisch. Der Großteil der Ausbildung wird von Dr. Burzler und Janisch gestaltet, bei manchen Einheiten sind auch Gastdozenten dabei. Am Ende der 24 Wochen müssen die Teilnehmer eine Prüfung absolvieren; bestehen sie diese, erhalten sie ein Zertifikat von der Deutschen Gesellschaft für Naturstoffmedizin, funktionelle Medizin und Epigenetik („DGName“), das sie zum Epigenetik-Coach ausweist, sowie ein Zertifikat der medizinischen Universität DTMD aus Luxemburg.

Neben der Grundausbildung besteht die Möglichkeit, eines von zwei Zusatzmodulen zu absolvieren. „In unserem Modul ‚DNA-Health Gentest‘ schauen wir uns die konventionelle Genetik an“, erklärt Janisch. „Hier widmen wir uns Genvariationen, die gewisse Wirkungen auf unseren Körper und Stoffwechsel haben, damit wir unseren Lebensstil auch auf Basis unserer Gene anpassen können.“

Das zweite Modul ist ein Praxis-Workshop, in dem Teilnehmer vor Ort die Interventionen ausprobieren, über die sie im Grundmodul gehört haben. „Wir machen verschiedene Übungen, mit denen wir die Vergangenheit der Teilnehmer aufarbeiten, und heben so die Ressourcen hervor, die sie durch ihre Geschichte bekommen haben“, beschreibt Janisch das Praxismodul, bevor er fortfährt: „Wir integrieren auch belastende Emotionen und versuchen, hier Erleichterung zu schaffen; und wir verbinden die Emotionen auf sehr erlebbare Weise mit den Visionen der Teilnehmer.“

Die Zielgruppe für HealVersitys

Ausbildung ist breit und umfasst neben Ärzten, Gesundheitscoaches und Heilpraktikern jeden, der über die traditionelle Medizin hinausgehen möchte. Dabei betont Dr. Burzler: „Bei uns fängt wirklich jeder bei null an. Manche unserer Teilnehmer sind Chefärzte – und selbst die betreten mit HealVersity eine völlig neue Welt. Denn in einem Medizinstudium wird das Feld der Epigenetik nicht behandelt.“

Um ihre Herangehensweise von der traditionellen Medizin abzugrenzen, bezeichnen Dr. Burzler und Janisch sie als „personalisierte Medizin“. Dr. Burzler, der Medizin studierte, erinnert sich: „Ich habe in meinem Studium relativ schnell realisiert, dass die Ursachen einer Erkrankung meistens gar nicht behandelt wurden. Ich habe nur gelernt, mit welchen Medikamenten ich die Symptome unterdrücken kann.“ Mit HealVersity möchten die Gründer eine andere Herangehensweise verbreiten: Ärzte, die einen personalisierten Ansatz verfolgen, sollten sich die Zeit nehmen, den Beschwerden ihrer Patienten auf den Grund zu gehen. Janisch erklärt am Beispiel einer Autoimmunerkrankung: „Nach der traditionellen Medizin würden wir unserem Patienten regelmäßig Kortison verabreichen, um die Erkrankung zu lindern, was auf kurze Sicht auch sinnvoll ist. Aber viel nachhaltiger ist es, wirklich in die Tiefe zu gehen und herauszufinden, was den Stress verursacht. Mit den richtigen Veränderungen im Lebensstil könnte die Autoimmunerkrankung so langfristig geheilt werden“, sagt Janisch.

Dr. Burzler und Janisch wuchsen in der gleichen Nachbarschaft auf und kennen einander seit ihrer Kindheit. Mit 17 Jahren begannen sie, bewusst an ihrer Persönlichkeitsentwicklung zu arbeiten. „Ich habe mich gefragt: ‚Wie kann ich an meinen eigenen Blockaden und Glaubenssätzen, die ich von meiner Familie mitbekommen habe, arbeiten?‘“, erinnert sich Dr. Burzler. Gemeinsam besuchten er und Janisch verschiedene Seminare und begannen in ihren 20ern, unter

der Aufsicht von Psychotherapeuten Gruppen zu leiten, in denen Übungen zu Persönlichkeitsentwicklung und Selbstwahrnehmung gemacht wurden. Dr. Burzler beschloss, sein Interesse weiter zu verfolgen und Medizin zu studieren; Janisch studierte Betriebswirtschaftslehre.

2019 gründeten sie gemeinsam mit Joschka Heinisch „deineMindbase“ und boten Coachings an, in denen sie ihren Klienten zeigten, wie sie gesünder leben können, aufbauend auf den Erkenntnissen der Epigenetik. Das Geschäft lief gut, doch sie wollten mehr Menschen mit ihrer Botschaft erreichen. „Wir hatten nur einen geringen Impact, weil wir nur einzelne Gruppen coachen konnten“, erzählt Dr. Burzler. „Deshalb haben wir den Switch zu einer Ausbildung im Bereich Epigenetik gemacht. So können wir im Jahr Hunderte Coaches ausbilden, die die Lehren der Epigenetik wiederum an Hunderte Menschen weitergeben. Das Ganze schlug ein wie eine Bombe!“

Seit der Gründung von HealVersity haben Dr. Burzler und Janisch laut eigenen Angaben über 1.000 Epigenetik-Coaches ausgebildet. Parallel dazu bauen sie eine Gemeinschaft für Gleichgesinnte auf: 5.000 Mitglieder zählt ihre Community, die auch durch die HealVersity-App gefördert wird. „Wir wollen die verschiedenen Mitglieder unserer Community zusammenbringen, also etwa Ärzte und Coaches verbinden, damit diese zusammenarbeiten können“, so Janisch. In der App können Nutzer Beiträge schreiben und die Posts anderer kommentieren; User, die sich gerade in Ausbildung befinden oder diese bereits abgeschlossen haben, werden gekennzeichnet. Zudem lassen sich verschiedenste Meditationen, Kurse und Aufzeichnungen der Live-Sessions aus der Epigenetik-Ausbildung finden.

Die meisten von HealVersitys Kunden kommen aus Deutschland, aber immer mehr Österreicher und Schweizer nehmen an der Ausbildung teil, die dreimal pro Jahr angeboten wird. In den nächsten Jahren planen die Gründer mittels Lizenzierungen auch eine Internationalisierung ihres Geschäfts, um ihre Bewegung über die Grenzen des DACH-Raums hinaus zu verbreiten. Janisch fügt hinzu: „Wir wollen zwar nicht selbst in den Ländern agieren, aber es ist uns trotzdem wichtig, dass die Qualität der Ausbildung erhalten bleibt, weshalb wir unsere Lizenz nur mit Qualitätskontrollen vergeben werden.“ Ein erster Schritt ist die Expansion nach Frankreich, die für das kommende Jahr geplant ist.

Ein weiterer Plan ist die Errichtung eines Portals, auf dem Klienten mit Therapeuten und Coaches verknüpft werden sollen. „Es gibt Menschen, die schon bei anderen Therapeuten behandelt wurden, aber einen anderen Ansatzpunkt suchen. Solche Menschen wollen wir mit unseren Epigenetik-Coaches verknüpfen“, erklärt Janisch. Unter dem Namen „Mein Gesundheitsexperte“ soll das Portal bereits in wenigen Wochen launchen. Auch ein Angebot für Unternehmen ist für die nächsten Jahre geplant. Janisch: „Hier wollen wir Unternehmen helfen, am Arbeitsplatz die besten Bedingungen für die Mitarbeiter zu schaffen.“ Das sei nicht nur für die Angestellten selbst gut, sondern auch für die Produktivität dieser, sagt er.

Viele der Entscheidungen, die Dr. Burzler und Janisch für ihr Unternehmen treffen, gehen auf dasselbe Ziel zurück: möglichst viele Menschen von ihrem personalisierten Ansatz der Medizin zu überzeugen. Die Mission ist nicht, reich zu werden, sondern Menschen zu heilen. Dr. Burzler: „Wir wollen Menschen zeigen, dass sie durch ihren Lebensstil einen riesengroßen Einfluss auf ihre Performance und ihre Gesundheit haben.“

Dr. Manuel Burzler und Timo Janisch gründeten 2019 „deineMindbase“ – drei Jahre später wurde daraus HealVersity, die Firma, mit der sie heute Epigenetik-Coaches ausbilden.

BEZAHLTE ANZEIGE

LESEN / SEHEN / HÖREN

ALISHA LEHMANN
PROFI-FUSSBALLSPIELERIN
ASTON VILLA LFC

Ich lese derzeit das Buch „The Subtle Art of Not Giving a F*ck“ von Mark Mason und kann es sehr empfehlen – viele Tipps für ein entspannteres Leben und dafür, wie man Energie für Sinnvolles verwendet!

Ich sehe mir auf Netflix die Serien „Sweet Tooth“ und „The Night Agent“ an – aber eigentlich komme ich nur sehr selten zum Fernsehen, es ist einfach immer zu viel los in meinem Leben.

Ich höre sehr gerne die Musik von Lil Baby, dem US-Rapper aus Atlanta. Und natürlich die deutsche Rapperin Shirin David, mit der ich befreundet bin.

WOLF REIK
DIRECTOR
ALTOS LABS

Ich lese aktuell „The Journey of Humanity“ von Oded Galor – der renommierte Ökonom lüftet das Geheimnis von Wohlstand und Ungleichheit, indem er die Geschichte der Menschheit vom Beginn weg bis heute neu erzählt.

Ich sehe mir bald die finale Staffel der HBO-Hitserie „Succession“ an.

Ich höre je nach Stimmung entweder Bachs Goldberg-Variationen oder „Echoes“ von Pink Floyd.

LEONIE FLÜCKIGER
CONSULTANT
MCKINSEY

Ich lese „Big Magic: Creative Living Beyond Fear“ von Elizabeth Gilbert. Mein bester Freund hat mir das Buch geschenkt, nachdem wir unser Unternehmen verkauft haben.

Ich sehe gerne Instagram-Reels über Generative AI oder kurze Videos über die Möglichkeiten von Chat GPT sowie anderen Generative-AI-Anwendungen.

Ich höre am liebsten die geführten Trainings von Nike Run Club. Ich finde die Coaches supermotivierend und man lernt mehr über Ausdauer auch außerhalb des Sports.

FORBES, DER AUSBLICK

5—23
INNOVATION

6—23
EUROPA

7—23
SMART CITIES

www.porsche.at
S 111 JP
Platz für fünf.
Und unzählige Abenteuer.
Der neue Cayenne. Demnächst in Ihrem Porsche Zentrum.
Cayenne – Kraftstoffverbrauch kombiniert: 10,8 – 12,1 l/100 km; CO_2-Emissionen kombiniert: 246 – 275 g/km. Stand 05/2023.
Die angegebenen Werte wurden nach dem vorgeschriebenen Messverfahren VO (EG) 715/2007 (in der jeweils gültigen Fassung) im Rahmen der Typengenehmigung des Fahrzeugs auf Basis des neuen WLTP-Prüfverfahrens ermittelt.

PORSCHE