

**DOLO
MITEN
STADT**

NACHHALTIG
INITIATIVEN FÜR EINE BESSERE WELT

NORMAN

DER BARDE AUF DEM WEG NACH OBEN

ÖSTERREICH: 8 EURO - DEUTSCHLAND: 9,50 EURO - ITALIEN: 9,50 EURO - WWW.DOLOMITENSTADT.AT

**SCHULE MIT
AUSSICHT**
UMI TRIFFT HTL

**AU REVOIR,
PARIS**
LOVESTORY

**SAGEN AUS
OSTTIROL**
ALS COMICS!

**WANDERSTAD
X-LARGE**
STÜCK FÜR STÜCK

**METZGER
MIT STIL**
ALVIN FIEBER



EDITORIAL

VON GERHARD PIRKNER

Liebe Leserin, geschätzter Leser,

es gibt Worte, die man vorsichtig in den Mund nehmen sollte. „Nachhaltig“ ist so ein Wort, oft gebraucht, nicht immer verstanden, meist ein Versprechen und nur selten eine Haltung. Trotzdem – oder gerade deshalb – haben wir uns vorgenommen, das Frühlingsheft von DOLOMITENSTADT diesem Schwerpunkt zu widmen. Meine Kollegin Daniela Ingruber fragt auf Seite 64 den Banker Robert Moser, wie er Ethik und Nachhaltigkeit definiert. Seine Antwort ist programmatisch: „Beides kann man nur für sich selbst definieren. Ethisch ist, wenn du noch in den Spiegel schauen kannst, und nachhaltig, wenn die Enkelkinder eine Welt vorfinden, wie wir sie haben.“ Moser leitet eine Bank für Gemeinwohl – eine spannende Geschichte, genauso wie jene über den leider kürzlich verstorbenen „Vielfaltsberater“ Gebhard Kofler-Hofer, Mitarbeiter der botanischen Arche Noah, den Marcus G. Kiniger porträtierte. Und ich hatte das Vergnügen, meiner ehemaligen Banknachbarin im Lienzer Gymnasium, Ulrike Ischler, zuzuhören, wie sie mit 50+ voller Elan ein Start-up-Unternehmen in der Kosmetikbranche aufzieht und dabei eine Nische abdeckt: Pflegeprodukte für sensibelste Haut,

die konsequent biologisch produziert werden. Sie haben sicher bemerkt, dass die erwähnten Menschen nicht im Bezirk leben, sondern „Auswanderer“ sind, so wie auch Restauratorin Barbara Benedikt und Designer Martin Bergmann, die ebenfalls zum Thema Nachhaltigkeit zu Wort kommen. Gibt es keine Beispiele in Osttirol? Die gibt es natürlich – auch in diesem Magazin. Doch wir öffnen bewusst manchmal ein Fenster nach

„draußen“, um frische Gedanken hereinzulassen, die vielleicht auch inspirierend für manchen „Vordenker“ im Bezirk sein können. In diesem Sinne wünsche ich Ihnen viel Vergnügen beim Lesen und einen Frühling voller Farbe, Kreativität und Energie. Und einmal mehr möchte ich mich bei allen Abonnenten und Käufern am Kiosk bedanken. Sie sind es, die unser Medienprojekt nachhaltig wirksam machen.

3





BERNARDINI // BERHARD PIRKNER /// FOTOS: EXPA/HANS GRÖBER

AUF EIN NEUES

Mit 50+ ein Start-up zu gründen ist ungewöhnlich. Ulrike Ischler hat den Schritt gewagt und sich einen der am härtesten umkämpften Märkte überhaupt ausgesucht: die Kosmetikbranche. Dennoch glaubt die Marketingexpertin an den Erfolg ihrer eigenen Produktlinie „mysalifree“ und hat dafür ein gutes Argument: ihre eigene Haut.

Ulrike Ischler ist Jungunternehmerin mit 50+ und fühlt sich in dieser Rolle sichtlich wohl. Die Mutter eines fast erwachsenen Sohnes hat Jahrzehnte an beruflicher Erfahrung und einen Lebensweg voller Karrieresprünge, Wendungen und Neustarts hinter sich. Ischler hat in großen Konzernen gearbeitet, in der Pharmaindustrie, als Marketing-Fachfrau und in der Personalberatung – immer auf hohem Niveau, immer mit viel Verantwortung und immer mit einem Engagement, das gute Manager und Managerinnen auszeichnet.

Die Betriebswirtin, die in Lienz aufgewachsen ist, lebte in Wien und in Deutschland, zog mit ihrem damaligen Ehemann zur Jahrtausendwende nach Osttirol zurück und erlebte eine Überraschung: „Mein Know-how war vor Ort einfach nicht gefragt und wenn, dann eher missionarisch. Honorarforderungen lösten blankes Erstaunen aus.“ Ischler pendelte nach Spittal an der Drau, betreute dort ein Industrieunternehmen, schlug aber keine Wurzeln in Osttirol und zog zurück nach Wien. Sie stieg als Senior Consultant bei Neumann

& Partners ein. „Ich hatte seit jeher viel mit Personalmanagement zu tun, vor allem in der Pharmabranche.“ Genau dieses Know-how öffnete der Osttirolerin 2008 eine neue Tür. Christoph Böhringer holte sie in seinen Konzern, Böhringer Ingelheim. Sie baute die Österreich-Niederlassung der Konzerntochter Mediatum auf, einem Executive-Search-Unternehmen, spezialisiert auf die Suche nach Führungskräften im Bereich Life Sciences, Pharma und Biotechnologie. Alles lief wie am Schnürchen – und dann kam der Knick.

„Pivot“ nennen das die Amerikaner, wenn sich plötzlich alles zu drehen beginnt und das Leben eine völlig überraschende Wendung nimmt. Ischler warf den Job bei Böhringer hin und änderte ihr Leben. „Es gab zwei Gründe“, erzählt sie. Zum einen konnte sie ihre Vorstellungen von nachhaltiger Unternehmensführung bei Böhringer nicht durchsetzen, hatte die Mediatum auf Erfolgskurs, war selbst zu zehn Prozent an der Firma beteiligt, aber nicht glücklich. Es kam zum Bruch. Noch viel entscheidender und ein echter Wendepunkt in ihrem

Leben war aber eine Diagnose, die kein Unternehmen, sondern sie selbst betraf: Fibromyalgie. Ischler erfuhr, dass sie an einer chronischen und unheilbaren Erkrankung leidet, schmerzvoll und erschöpfend.

Die quirlige Managerin musste plötzlich Grenzen akzeptieren, nicht nur leiser treten, sondern mit erzwungenen Auszeiten leben – und gerade deshalb völlig neue Perspektiven entwickeln. Sie tat das auf die ihr eigene Art, gründete eine Selbsthilfegruppe, las sich ein, nahm die Krankheit genauso als Herausforderung, wie in den Jahren zuvor die Managementziele der Unternehmen, in denen sie tätig war. „Ich habe mich zurückgezogen, wollte gesundheitlich auf die Beine kommen und etwas Authentisches machen.“

Wer Fibromyalgie googelt wird schnell begreifen, dass gegen diese zermürbende Krankheit eigentlich kein Kraut gewachsen ist und doch fand Ulrike Ischler für sich ein Gegenmittel: „Bei meiner Krankheit kann die Schulmedizin kaum etwas



Salicylatfrei, glutenfrei, ohne ätherische Öle, duft- und farbstofffrei, paraben- und paraffinfrei – mysalifree ist eine Kosmetiklinie für sensibelste Haut.

bieten. Ein amerikanischer Endokrinologe hat eine Therapie entwickelt, die mir sehr gut hilft. Es geht vorwiegend um die Ausscheidung von Phosphaten. Wenn man diese Therapie macht, muss man einen bestimmten Stoff in der Kosmetik vermeiden, sogenannte Salicylate, Pflanzenbestandteile, die in der Kosmetik als Konservierer eingesetzt werden.“

Jetzt ist Ischler auf dem Punkt, bei ihrem Thema, dem Kern ihres neuen, bislang spannendsten beruflichen Experiments.

„Ich habe keine Kosmetik ohne Salicylate gefunden, zwei Produkte in Amerika waren weit entfernt von biologischen Standards.“ Das war es! „Ich bin daheim geblieben, hatte Zeit, und ich brauchte etwas, für das ich brennen kann.“ Ulli Ischler entwickelte „mysalifree“. Von der Idee Anfang 2013 bis zur Umsetzung verging kaum ein Jahr.

Ihre Fähigkeiten als Managerin und die direkte Betroffenheit durch die eigene Krankheit ließen eine Kosmetiklinie entstehen, die tatsächlich einzigartig ist. „Im

Zuge der Recherche bin ich draufgekommen, dass in Kosmetik so viel drin ist, was man als Kranker nicht wahrnimmt und als Gesunder nicht akzeptieren sollte. Ich war fassungslos, dass es keine Alternativen gab.“ Wenn, dann sollte die neue Kosmetiklinie gleich frei von allem sein, was Allergien hervorrufen kann und frei von allen Inhaltsstoffen, die als bedenklich diskutiert werden.

„Ich bin in Drogerien gestanden, eineinhalb Stunden, und habe mir die Inhaltsstoffe angeschaut. Da steht ja nicht Salicylate und außerdem kann man das Meiste nicht lesen.“ Deshalb stehen die Inhaltsstoffe von mysalifree weitgehend mit deutschen Namen und so groß auf der Packung, dass man auch ohne Lupe schlau wird.

Der erfahrenen Pharmamanagerin war immer klar, in welchem Teich sie schwimmt. Freunde warnten sie: „Du brauchst Millionen, damit du auf dem Kosmetikmarkt überhaupt aufpoppst“. Aber in jedem Biotop gibt es auch Plätze für die Kleinen. Nischen. Und so eine Nische sind Ischlers Produkte, wengleich sie und ihr Lebensgefährte Jörg Schaden mit einem Augenzwinkern einräumen, dass die Nische gar nicht so klein sei. Immerhin liegt die Allergikerrate bei 30 Prozent.

Ischler hat die Rezepte selbst entwickelt, eine Kosmetiklinie ohne ätherische Öle, ohne Farb- und Duftstoffe. „Alle haben gesagt, ohne Duftstoffe, das verkaufst du nie.“ Umfragen und Tests belegten das Gegenteil. Ischler machte weiter, suchte und fand einen Produzenten in Österreich, ein kleines Unternehmen in Bischofshofen, spezialisiert auf Naturkosmetik, das ihren Qualitätsvorstellungen entsprach. mysalifree ist biozertifiziert nach dem österreichischen Lebensmittelbuch, ein seltenes Prädikat.

Im Juni 2014 starteten Ischler und Schaden mit dem Vertrieb, zunächst über das Internet, ausgewählte Apotheken und Naturkosmetik-Fachgeschäfte. Sie arbei-

ten mit Dermatologen zusammen die my-salifree empfehlen. Der Weg ist noch weit. das weiß Ulrike Ischler: "1.380 Apotheken gibt es in Österreich, zehn Mal so viele in Deutschland, wirklich professioneller Vertrieb geht sich derzeit finanziell noch nicht aus, wir nutzen Naturkosmetikblogs, sind auf Allergie-Messen, in Allergie-Hotels und spezialisierten Kliniken. Das Potenzial ist groß."

Wie groß, das zeigt eine Anfrage aus ganz unvermuteter Richtung. Ausgerechnet das konservative Saudi Arabien könnte für my-salifree zu einem Hoffnungsmarkt werden: „Man ist an uns herangetreten, weil es im Land keine eigene Kosmetikproduktion gibt und Pilger nach Mekka und Medina nur Pflegemittel verwenden dürfen, die den strengen Vorschriften entsprechen und frei von Duftstoffen sind. Kontakte gibt es bereits.“



„In Kosmetik ist viel drin, was man als Kranker nicht wahrnimmt und als Gesunder nicht akzeptieren sollte.“