

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

Die Business Sisterhood seit 2007

LADIES DRIVE

BUSINESS
SISTERHOOD
FÜR ALLE!

5.-

Mehr auf www.ladiesdrive.world

No 74

SOMMER 2026

BILINGUAL ISSUE -
GERMAN & ENGLISH

AUF SINNSUCHE IM DIGITALEN RAUM

ÜBER DIGITALE ACHTSAMKEIT UND DIE SUCHE NACH DEM „MEHR“

Schweiz CHF 5.00 Europa 5,00 €



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

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

#BusinessSisterhood



FAKE ODER AUTHENTISCH?

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

INTERVIEW: DÖRTE WELTI



FOTO: IOANNIS MAGDALASIDIS

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Was braucht es deiner Meinung nach, damit das aufhört?

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

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

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

Reden wir von den Influencern, die diesen Hype kreieren.

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

Aber du arbeitest auch mit einigen zusammen?

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

Wie „real“ ist dein eigener Account?

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

Bist du dein eigenes Versuchskaninchen?

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

Wie bist du denn dazu gekommen?

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

Hattest du Vorbilder?

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

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

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

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

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

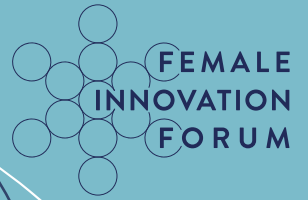
Dr. Kelly® AG

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

drkelly.ch

LADIES DRIVE

PRÄSENTIERT



FEMALE
INNOVATION FORUM
VOL. 9

MAKE IDEAS
BIGGER BETTER
FASTER TOGETHER

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

KEYNOTE-SPEAKER



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



DR. YASEMIN TAHRIS
Co-Founder &
Board Member flowit



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



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



JETZT TICKET SICHERN: WWW.FEMALEINNOVATIONFORUM.CH



PRESENTING PARTNERS



MEDIAPARTNER



CO-PARTNER

