Der Job ist das Leben

Bernadette Brysch und Catharina von Rogister sind beste Freundinnen seit Studienzeiten. In Hamburg haben sie ein Unternehmen gegründet, dessen Erfolg auf Kosmetik und der Stärke von Frauen basiert

Bernadette Byrsch und Catharina von Rogister (r.), Chefinnen des Beauty-Labels Cicé

BERTOLD FABRICIUS

Was brauchen zwei Frauen Mitte 20, die ihr eigenes Kosmetikunternehmen gründen wollen? Biochemie-Studium? BWL? Beautygene? Führungsqualität? Courage? „Veranlagung“, lautet die prompte Antwort von Bernadette Brysch und Catharina von Rogister, den Inhaberinnen der *cicé safer skincare*. Sie sind in all den genannten Disziplinen firm, aber das gilt ihnen offenbar als selbstverständlich. Die Prägung setzte früh ein, beide stammen aus Unternehmerfamilien. „Wir sind so aufgewachsen, dass es keinen Urlaub gibt,

VON SUSANNE OPALKA

dass der Job das Leben ist, dass es gute und schlechte Jahre gibt; viele schlechte Jahre“, sagt Bernadette Brysch. Erfahrungen, die die Frauen anfänglich auch mit der eigenen Firma machten. „Wir mussten erst unseren Weg finden, haben aber lange durchgehalten.“

Inzwischen läuft es, das Unternehmen ist erfolgreich, die Umsatzzahlen steigen steil an. „Heute wären wir sogar in der Lage, Produkte selbst zu formulieren“, sagt Catharina von Rogister. Wofür steht „Cicé“? „Intensive Anti-Aging-Effekte plus starke hautberuhigende Effekte. Wir kennen keine Marke, die auf diesem Niveau beides gleichzeitig im Fokus hat.“ Viele Frauen entwickeln mit zunehmendem Alter, meist in und nach den Wechseljahren, Hautprobleme wie Couperose, Rosazea, Empfindlichkeiten und Unreinheiten bis hin zu Akne. Catharina von Rogister: „Die meisten Frauen denken, sie müssen sich nun entscheiden, zwischen stark beruhigender Pflege auf der einen und Power gegen Falten, Tränensäcke und mehr auf der anderen Seite. Bei uns muss man sich nicht entscheiden.“ Zunächst entstand die Kombination auf Wunsch des ersten großen Kunden, Produkte auf hohem Niveau, dazu prä- und postoperativ verträglich sollten sie sein. „Erst mit der Zeit haben wir gemerkt, was für einen Nerv wir getroffen haben.“ Auch der Anstoß, eine Kosmetikmarke zu gründen, kam von anderer Seite.

Vor zwölf Jahren fragte Bernadette Bryschs Vater, der ein Unternehmen in der Biotech-Branche hat, seine Tochter, ob sie für ihn ein Projekt betreuen würde. Es ging um die Entwicklung einer Kosmetiklinie, für die er keine Kapazitäten hatte. Auftraggeber war ein Verband plastischer Chirurgen. „Das hat mich interessiert“, so Bernadette Brysch. „Das würde ich machen, aber dann nur in einer eigenen Firma und mit Catharina“, antwortete sie. Dabei hatten die beiden zuvor nie die Idee, etwas zu gründen, gemeinsam etwas beruflich zu machen. „Wir waren einfach gute Freundinnen.“

Sie trafen sich am Tag der offenen Tür an der Hochschule in Groningen, wo sie beide BWL studieren wollten. Mutter von Rogister diskutierte mit der Tochter die Frage, wo und mit wem sie wohnen wollte, Bernadette Brysch stand zufällig ganz in der Nähe, und Catharina fragte: „Wollen wir zusammenziehen?“ Bernadette: „Das war der erste Satz, den wir gewechselt haben.“ Beide machten den deutschen und internationalen Abschluss, reisten gemeinsam durch Südamerika, sammelten Erfahrungen in der PR, im Kulturmanagement, beim Radio in unterschiedlichen Städten. Und gingen schließlich unabhängig voneinander nach Hamburg.

2008 brachten sie die Kosmetiklinie, die der Vater angefragt hatte, auf den Markt. „Cicé“ steht für „Clinic im Centrum“ – den ersten Kunden mit bundesweit rund 40 Partnern. Zusammen mit den Ärzten und einem Zellforscher, praktischerweise ein Onkel aus der Bryschfamilie, entstanden die ersten drei Produkte. „Seitdem haben wir pro Jahr nur ein neues herausgebracht. Wir investieren viel Zeit in die Produktentwicklung, haben einen Galeniker, der uns weitergebracht hat, machen aufwendige Tests.“ Zum Beispiel für den firmenexklusiven Wirkstoff „extrAlga“, den Hauptwirkstoff im Bestseller „Tiefenlifting“ – gewonnen aus pazifischen Mikroalgen aus den Gewässern des Humboldtstroms vor der Südküste Chiles. „Eine Placebo-Studie an der Uni Ulm hat die Wirksamkeit gegen Stirnfalten bestätigt“, berichtet Bernadette. „extrAlga ist unser Wirkstoff, den nur wir auf dem deutschen Markt haben, deshalb haben wir die Studie machen lassen. Bei anderen Stoffen wie Hyaluronsäure, Squalan oder Biopeptiden, die wir einsetzen, können wir uns die Kraft und das Geld sparen, weil alles ausreichend getestet ist“, ergänzt Catharina. „Wir verzichten eh auf alles, was nur ansatzweise kritisch ist.“ Die wissenschaftliche Basis war stabil, wirtschaftlich lief es zunächst weniger glatt.

„Unser Irrtum war, dass wir dachten, wir müssten einen fertigen Vertriebsweg finden, an Standorten wie Kliniken, Kosmetikinstituten, Apotheken präsent sein. Selbst Kreuzfahrtschiffe, Lufthansa-Bordverkauf und Hotels haben wir probiert. Wir haben das Internet und den Onlinehandel unterschätzt.“ Der zweite Irrtum war die vornehme Zurückhaltung. „Wir haben uns lange schwergetan, mit unserem Gesicht online präsent zu sein. Das hat sich inzwischen komplett geändert, wir führen den Onlineshop sehr persönlich. Wir beraten selbst, wir packen schöne Päckchen, wir leisten uns ein Kundenmagazin, gehen selbst ans Telefon, dadurch besteht ein sehr enger Kontakt, und wir können besten Service bieten.“ Selbst bei der Produktentwicklung orientiere man sich am Feedback der Kunden. Das Resultat ist eine solide Basis mit hoher Wiederkaufsrate. „Minimum jeder Zweite wird Stammkunde.“ Im Februar 2019 waren das 2000 private Kunden in ganz Europa und um die 500.000 Euro Umsatz.

Sein eigenes Arbeitsmodell verwirklicht das Duo im Schanzenviertel ebenfalls. Die Von den Gründerinnen und Geschäftsführerinnen sowie den aktuell vier Mitarbeiterinnen arbeitet jeder maximal 25 Stunden. „Wir haben hier in Teilzeit etwas Großartiges aufgebaut. Wir stehen in ständiger Kommunikation, lange Meetings sind nicht nötig. Wir sind inzwischen sehr effizient.“ Jeder habe so noch Zeit für Weiterbildung, für andere Projekte – und für die Kinder natürlich. Zuerst bekam Bernadette Brysch ihre drei (10, 8 und 5 Jahre alt), und dann war Catharina von Rogister dran, ihre Kinder sind drei und ein Jahr alt. Auch die Kleinen sind eng befreundet, ebenso mit dem Nachwuchs von zwei Mitarbeiterinnen, und alle im selben Kindergarten, Sollte da mal etwas sein, kommen eben einfach alle mit ins Büro in die Sternstraße. „Normalerweise, sagen jedenfalls Studien, sind heterogene Teams erfolgreicher. Aber wir hier haben festgestellt, dass es für uns und die Firma besser passt, wenn wir mit Frauen arbeiten. Das hat nicht damit zu tun, dass Frauen es besser können, sondern auch mit Chancengleichheit“, sagt Bernadette Brysch. Ihre Partnerin ergänzt: „Wir geben gern Frauen eine Chance, die aus dem Ausland nach Hamburg kommen, qualifiziert sind, aber deren Abschluss hier nicht anerkannt wird.“ Alle Mitarbeiterinnen seien mit einem beachtlichen Umsatzerfolg auch finanziell beteiligt. Auch das ist ihre Veranlagung.

WAS SOLL DAS?

Immer dem Hasen nach

Es gibt Tage, da hätte ich gern einen Hasen. Heute etwa. Also jetzt nicht so einen wie die Exemplare unserer Nachbarn, die im Sommer jeden Morgen um fünf wie irre durch ihren Verschlag im Garten rasen. Und auch keinen der Hasen, über die Männer in München reden, wenn sie unter sich sind. Nein, ich will einen dieser flinken Kerle, die heute gegen Viertel vor elf bei uns vor der Siedlung vorbeilaufen.

Hasen sind beim Marathon ja dazu da, die „Jäger/Favoriten“, für die sie extra engagiert worden sind, noch schneller ins Ziel zu ziehen. So einen Privatmotivator und -antrieb könnte ich tatsächlich auch oft gut gebrauchen, vor allem in den dunklen Monaten des Jahres. Ich gehöre schließlich zu denen, die sich ursprünglich vor allem zum Zweck des Nicht-fett-Werdens in den Hamburger Stadtpark begeben, um die fünf Kilometer einer großen Runde zu „laufen“.

Wir wohnen zwischen Kilometer 27 und 28 des Marathons, zwischen Stadtpark und Alsterlauf, was zum einen dazu führt, dass unsere Siedlung einmal im Jahr für ein paar Stunden abgeriegelt wird (stets lustig, Autofahrer auf der Suche nach einem Ausgang zu beobachten), und zum anderen, dass man sich mit Freunden/Nachbarn zum Quatschen und Gucken am Straßenrand trifft. Nebenbei werden die Massen von Läufern angefeuert und sich so Gedanken gemacht über unsere Gesellschaft, zumindest über den sich fit haltenden, den inneren Schweinehund bekämpfenden, Sich-quälen-macht-ja-auch-glücklich-Teil, der da in aller Buntheit vorbeiläuft. Ich muss gestehen, so richtig verstehe ich die Motivation der Leute immer noch nicht, bei aller Sympathie, die ich mir am Straßenrand einrede.

Laufen ist ja generell praktisch, weil als Sport oft alternativlos. Laufen, früher „Joggen“ genannt, ist aber auch eine Form des Sports, die – kein Ball! – ich stets gehasst habe. Die Antipathie für diesen „Sport“ habe ich lange auch auf Menschen übertragen, die ihn ausüben, besonders auf Menschen, die „für einen Marathon trainieren“. Marathonkandidaten, dachte ich still bei mir, das sind doch alles ausgemergelte Funktionskleidungsträger, die jeden Spaß im Leben verloren haben (falls sie ihn je hatten).

Mittlerweile, so dreht sich das Blatt, gehöre ich aber fast zur Gemeinde (der Läufer, nicht der Spaßbremsen). Im vergangenen Supersommer bin ich auf knapp über hundert Kilometer gekommen, wenn ich meiner Running App glaube. Im Monat, wohlgemerkt. Aber mehr als sieben, acht Kilometer am Stück? 42,195 Kilometer gar? Ich brauche einen Hasen.

VOLKER CORSTEN

ANZEIGE

Flecken, Ausbleichungen, Abschürfungen **ohne Neubezug** in Original-Farben, oder Umfärben

Leder wieder neu!

Info bei Andreas Schmidt
040/511 80 22
lederprofi -hamburg.de

LIEBLINGE DER WOCHE

STÄNDIG ENTDECKEN WIR NEUE PRODUKTE, DIE WIR IHNEN NATÜRLICH NICHT VORENTHALTEN MÖCHTEN. DIESMAL: ALLES VON UND FÜR SYLT

Durch die Hecke geluschert: Das neue Buch von Ulrich Timm erlaubt einen seltenen Einblick in die verborgenen grünen Oasen. „Gärten auf Sylt“ erscheint im Prestel Verlag, 42 Euro

Inselsouvenir: Die Münchner Designerin Andrea Karg hat schon lange ein Faible für Sylt, dem sie (neben weiteren Ferienorten) nun ein T-Shirt gewidmet hat. Von Allude, um 100 Euro

Vollgas: Lieblingsbeschäftigung im Norden? Das Radfahren. Mit dem auf zwölf Stück limitierten Beach Cruiser aus Holz von Vilebrequin geht das auch am Strand. Um 3400 Euro, Strönwai 8

ANZEIGE

ANZEIGE

Spricht Ihr Portfolio Dänisch?

Grundsätzlich kann ein Portfolio unterschiedlich ausgerichtet sein. Zudem besagt eine Faustregel, dass eine Streuung der Anlagen das Risiko reduziert. Eine Streuung lässt sich auf verschiedenste Art und Weise erreichen – so können Sie unter anderem Ihr Portfolio mehrere Sprachen sprechen lassen.

Wie kann man sich so etwas vorstellen? „Wenn ein Portfolio beispielsweise Dänisch spricht, öffnet sich die Tür zu einem der stabilen Länder in Skandinavien, die nicht zur Eurozone gehören. Für deutsche Anleger kann dies bei der Streuung der Anlagen von Interesse sein, da hierdurch auch Länder außerhalb der Eurozone einbezogen werden“, erklärt Frank Obling, Senior Relationship Manager bei Jyske Bank Private Banking Copenhagen, der häufig für Beratungen in der Hamburger Filiale anzutreffen ist.“

Die Jyske Bank ist die zweitgrößte dänische Bank, die unter anderem auch mit einer Filiale in Hamburg vertreten ist. Das Team in Hamburg ist für die strategische Vermögensberatung zuständig. Die Anlageberater in Kopenhagen kümmern sich um die Wertpapierberatung. In Kopenhagen werden auch die Konten und Depots geführt. Der dänische Aktienmarkt zeichnet sich dadurch aus, dass er Unternehmen umfasst, die eine starke Nischenposition einnehmen, unter anderem in den Bereichen Medizin, Logistik und Transport. Gleichzeitig setzt die Jyske Bank einen starken Fokus auf Emerging Markets, Corporate Bonds und Währungen. So ist es für dänische Banken eine Selbstverständlichkeit, bei der Zusammenstellung von Portfolios über Ländergrenzen hinaus zu denken.

Man muss kein aktiver Anleger bei der Jyske Bank sein, damit dänische Wertpapiere ins eigene Portfolio gelangen können. Die Bank bietet eine Reihe von Vollmachtprodukten in Form von Strategiefonds an, die eine typisch starke dänische Prägung aufweisen - insbesondere was die Anleihen betrifft. „Egal, ob Sie ein Anleger sind, der sich beim Anlegen aktiv involvieren möchte oder das Anlegen und das ganze Drumherum lieber uns überlassen möchte - in einem offenen Dialog finden wir gemeinsam die richtige Lösung für Sie“, so Frank Obling.

Kostenfreier Portfolio-Check

Die Jyske Bank bietet Kunden jeglicher Banken eine informelle und kostenfreie Überprüfung von bestehenden Portfolios an. Die einzige Voraussetzung ist ein Anlagebetrag von mindestens 250.000 Euro. „Gemeinsam mit einem dänischen Anlageberater aus Kopenhagen finden Sie genau die Portfoliozusammensetzung, die am besten zu Ihnen passt. In einem offenen Dialog besprechen wir Ihre Anlageziele und bestimmen gemeinsam Ihr Risikoprofil. Auf der Grundlage dieses Risikoprofils überprüfen wir dann Ihr bestehendes Portfolio. Das Gespräch wird selbstverständlich auf Deutsch geführt“, erklärt Frank Obling.

Ganzheitlicher Ansatz und zukunftsorientiertes Handeln

Förmlichkeit ist der dänischen Mentalität eher fremd. Deswegen bevorzugt man bei der Jyske Bank das offene Gespräch über Wünsche und Bedürfnisse.

Frank Obling
Senior Relationship Manager

Ziel dabei ist es, eine individuelle Anlagelösung zu finden - und zwar unter Berücksichtigung der gesamten finanziellen Situation und des Anlagehorizonts des Kunden.

„Unsere Werte und unsere Expertise sind dänischen Ursprungs, Ihr Berater spricht jedoch selbstverständlich Deutsch. Somit bekommen Sie bei uns ein Portfolio, das Dänisch spricht - und einen Berater, der Deutsch spricht“, so Frank Obling.

Fakten über die Jyske Bank

- Verfügt über ein solides finanzielles Fundament und bewältigte die Finanzkrise ohne staatliche Hilfe
- Ist seit 1987 mit einer Filiale in Hamburg vertreten
- Feierte 2017 ihr 50-jähriges Jubiläum

Einfach. Persönlich.
Alles andere als gewöhnlich!

jyskebank.com/derdaenischeweg

Hamburg, Filiale der Jyske Bank
Ballindamm 13 • 20095 Hamburg
Tel.: 040 /3095 10-28 • E-Mail: privatebanking@jyskebank.de

Jyske Bank Private Banking Copenhagen
Vesterbrogade 9 • DK-1780 Copenhagen V
Tel.: + 45 89 89 62 34 • E-Mail: privatebanking@jbpb.dk

JYSKE BANK

Jyske Bank Private Banking ist eine Geschäftseinheit der Jyske Bank A/S, Vestergade 8-16, DK-8600 Silkeborg, CVR-Nr. 17616617.
Die Bank wird von der dänischen Finanzaufsicht beaufsichtigt.

© WELTN24 GmbH. Alle Rechte vorbehalten - Jede Veröffentlichung und nicht-private Nutzung exklusiv über https://www.axelspringer-syndication.de/angebot/lizenzierung WELT am SONNTAG HAMBURG-2019-04-28-sil-50 9130c9ed2441be711acb7117a5332531