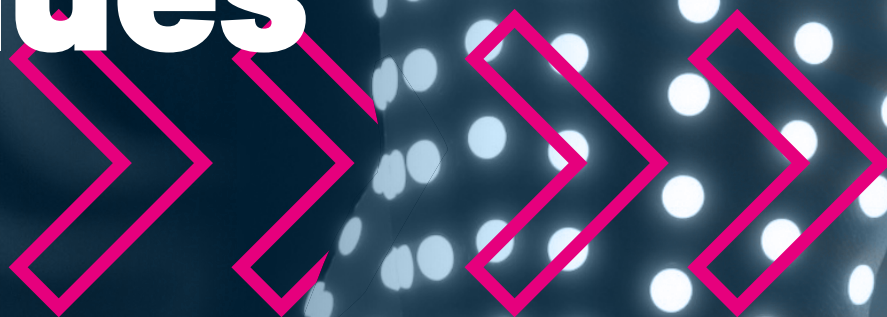




HAUCK
AUFHÄUSER
LAMPE

ThinkFWD
Summit 2025

Creating relations for values



LIEBE LESERINNEN UND LESER,

die Zukunft gehört denen, die heute schon an morgen denken – aus dieser Überzeugung haben wir bei Hauck Aufhäuser Lampe die Initiative ThinkFWD ins Leben gerufen.

Als traditionsreiches und ebenso modernes Bankhaus begleiten wir unsere Kunden seit rund 230 Jahren und entwickeln uns stetig weiter. Unser Blick ist klar nach vorn gerichtet: auf Deine Wünsche und Ziele. Dabei legen wir unverändert großen Wert auf eine persönliche, vertrauliche und langfristige Beziehung sowie eine partnerschaftliche Zusammenarbeit auf Augenhöhe.

Deshalb haben wir mit ThinkFWD eine lebendige Community geschaffen, die vorausdenkt und stetig wächst. Unser Ziel ist es, Dir und allen anderen Entscheidern von morgen die richtigen Lösungen für Unternehmensnachfolge, Finanzierung und Wachstumsstrategie zu bieten und Dich von dem großen Netzwerk unseres Bankhauses profitieren zu lassen.

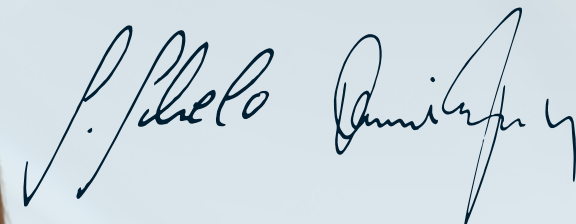
Ein zentraler Bestandteil dieser Initiative ist unser ThinkFWD Summit, der in diesem Jahr zum zweiten Mal in der Hauptstadt Berlin stattgefunden hat. Rund 150 Unternehmensnachfolger, Gründer, Führungskräfte und Meinungsbildner, die vor ähnlichen unternehmerischen und gesellschaftlichen Herausforderungen stehen, kamen zusammen, um gemeinsam mit ausgewählten Experten ihr Wissen zu teilen und voneinander zu lernen.

Mit dieser Broschüre möchten wir Dir einen Einblick in die ThinkFWD Initiative geben und greifen die Inhalte unseres diesjährigen ThinkFWD Summit 2025 noch einmal auf.

Übrigens: Hauck Aufhäuser Lampe ist nun Teil der ABN AMRO-Gruppe. So verbinden wir unsere Privatbank-Expertise mit der Stärke einer der führenden europäischen Banken. Für Dich bedeutet das: internationale Reichweite, innovative Finanzlösungen und perspektivisch Zugang zu einem noch stärkeren Netzwerk für Dein unternehmerisches Wachstum.

Wir wünschen Dir viel Freude beim Lesen dieser Broschüre. Werde Teil einer Community, die nicht nur über die Zukunft spricht, sondern sie auch aktiv gestaltet.

Mit besten Grüßen



Sophia Schelo

Associate Director

Next Gen Business Development



Daniel Sauerzapf

Managing Director

Co-Head Wealth Management

INHALT



HAL Insights/Panel Talk

- 01 > Einleitung: Zukunft beginnt mit Austausch
Sophia Schelo, Victoria Effer
- 02 > Die Relevanz einer Privatbank für Millenials
Daniel Sauerzapf, Marija Rubezic
- 03 > Ein Blick auf die aktuelle Lage: Trump macht zu viele Fässer auf
Dr. Alexander Krüger
- 04 > Panel Talk mit dem Next Gen Advisory Board
Céline Flores Willers, Dina Reit, Lara Kufferath, Dr. Lukas Kohler

ThinkFWD Arena

- 05 > Von humaner zu hybrider Intelligenz: Wie wir KI zu unserem Co-Piloten machen und wir die Kapitäne bleiben
Prof. Dr. Yasmin Weiss
- 06 > State of the (German) Internet: The Pendulum Swings Back
Roland Eisenbrand
- 07 > Strategic Recovery in High-Stress Environments
Chris Surel
- 08 > From Fans to Family: Wie Marken echte Communities statt bloß Follower aufbauen
Ann-Katrin Schmitz

Keynote/Dinner Speech

- 09 > Perspektiven der Demokratie Europas: in einer Welt im radikalen Wandel
Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin
- 10 > Longevity: Laufen, Lernen, Lachen
Nils Behrens

Next Gen Advisory Board

Kontakt

INSIGHTS & IMPULSE

Die Highlights des ThinkFWD Summits 2025 – Trends & Visionen für Deine Zukunft



ZUKUNFT BEGINNT MIT AUSTAUSCH

Der ThinkFWD Summit geht in die zweite Runde

Die Zukunft ist selten laut – oft beginnt sie leise, in Gesprächen, mit Ideen, beim Netzwerken. Genau solch eine Atmosphäre ist am 16. Mai 2025 in den Design Offices Berlin Humboldthafen zu spüren: Der ThinkFWD Summit der Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank versammelt Gründer und Unternehmer, Nachfolger, Profisportler und Visionäre, um gemeinsam den Blick nach vorn zu richten.

„Der Moment, als Steve Jobs 2007 das erste iPhone aus der Tasche zog – das war der Augenblick, in dem Zukunft plötzlich greifbar wurde.“ Mit diesen Worten eröffnet Moderatorin Victoria Effer den ThinkFWD Summit 2025 der Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank in den Design Offices Berlin. Damit schafft sie den passenden Rahmen für einen Tag voller Dialoge über Wandel, Innovation und neue Perspektiven.

„Die Zukunft erkennt man oft erst im Rückblick“, sagt Victoria Effer und deutet in die große Runde der Zuschauer. „Und vielleicht sitzen wir genau jetzt in einem Raum mit Menschen, die eben jene Zukunft maßgeblich mitgestalten werden.“ Nach dem erfolgreichen Auftakt im vergangenen Jahr geht der ThinkFWD Summit in seine zweite Runde, und zwar mit mehr Teilnehmern, mehr Austausch und einem deutlich erweiterten Programm. Mehr als 150 Gäste aus ganz Deutschland haben sich in Berlin versammelt, darunter junge Gründer, Unternehmer, Nachfolger aus Familienunternehmen, Profisportler, Führungspersonlichkeiten und kreative Köpfe aus verschiedensten Branchen.

Neue Sichtweisen auf sich wandelnde Anforderungen

Sophia Schelo, Gastgeberin der Veranstaltung und verantwortlich für den Bereich Next Gen bei Hauck Aufhäuser Lampe, knüpft an Effer's Gedanken an. Sie betont, wie sehr die wachsende Community den Summit mit Leben füllt. „Es ist großartig, zu sehen, wie viele neue Gesichter heute hier sind – aus so vielen Städten, mit so unterschiedlichen Hintergründen“, sagt sie. Für die Bank sei der Dialog mit der Next Gen nicht nur ein inspirierendes Nebenprojekt, sondern ein fester Bestandteil der strategischen Ausrichtung: „Ihr seid Meinungsbildner, Unternehmer, Führungskräfte – und Eure Sichtweisen auf sich wandelnde Anforderungen interessieren uns brennend.“ Schelo kündigt an, dass das Bankhaus für den Summit in diesem Jahr neue Diskussionsformate kreiert habe, um den Austausch noch stärker zu fördern. Besonders im Fokus: die „ThinkFWD Arena“, in der auch das Opening stattfindet. Das wird ebenfalls in der Raumgestaltung sichtbar, denn alle Sitze und einige Emporen sind ringsum auf die Bühne ausgerichtet – wie in einer richtigen Arena. Das neue Setting lädt explizit zur Beteiligung ein – keine Einbahnstraße der Kommunikation, sondern ein Raum, in dem Ideen entstehen sollen.

„Der Austausch miteinander steht im Mittelpunkt.“

Sophia Schelo
Next Gen Wealth Management

Kooperationen, Partnerschaften – und nicht selten Freundschaften

Doch es geht der Next-Gen-Expertin nicht nur um Gespräche, sondern auch um das, was daraus wächst: Kooperationen, Unternehmensgründungen, Sparringspartnerschaften – und nicht selten ebenso persönliche Freundschaften. „Ich sehe, wie viel Energie und Dynamik hier entstehen. Und ich spüre es auch selbst: Mein eigenes Netzwerk ist durch den Summit enorm gewachsen.“

Ein weiterer zentraler Bestandteil der Veranstaltung: das Next Gen Advisory Board von Hauck Aufhäuser Lampe. Dieses spiegelt mit seiner Vielfalt den Geist des Summits wider – Unternehmer, Nachfolger, Kreative. Ein „bunter Blumenstrauß an Berufsbildern“, wie Schelo es nennt. Gemeinsam mit den Teilnehmern wollen sie neue Impulse setzen und darüber diskutieren, wie zukunftsfähige Banken- und Unternehmerlandschaften gestaltet werden können.



HAL INSIGHTS/ PANEL TALK

EINE PRIVATBANK IST DIE ANTWORT AUF DIE MODERNE KOMPLEXITÄT

Daniel Sauerzapf, Marija Rubezic

Nur 24 Prozent haben großes Vertrauen ...

in traditionelle Finanzinstitute, aber 80 Prozent wollen Finanzentscheidungen selbst treffen. Diese paradoxe Ausgangslage beschreibt Daniel Sauerzapf beim ThinkFWD Summit als die größte Herausforderung im Private Banking. Der Co-Head Wealth Management stellt gemeinsam mit Marija Rubezic, Head Key Clients, vor, wie Hauck Aufhäuser Lampe eine ganze Generation für sich gewinnen will.

Sophie ist 35, Tech-Gründerin aus Berlin, und steht nach einem erfolgreichen Exit mit zehn Millionen Euro Liquidität vor einer neuen Herausforderung. „Bisher investiert sie über einen Neobroker in ETFs, fühlt sich aber unsicher, ob das für ihr Gesamtvermögen ausreicht“, schildert Daniel Sauerzapf beim ThinkFWD Summit in Berlin. Sophie ist ein beispielhaftes

Gesicht einer Generation, die das Private Banking vor völlig neue Aufgaben stellt.

Sauerzapf und seine Kollegin Marija Rubezic präsentieren in ihrem Vortrag „Die Relevanz einer Privatbank für Millennials“, wie Hauck Aufhäuser Lampe auf den Generationswandel reagiert. Der Co-Head Wealth Management und die Head Key Clients zeichnen das Bild einer Klientel, die traditionelle Banking-Modelle herausfordert.

Generation im Wandel: Digital, skeptisch, anspruchsvoll

Die Zahlen, die Sauerzapf präsentiert, sprechen eine deutliche Sprache: 15,9 Millionen Menschen in Deutschland gehören der zwischen 1981 und 1997 geborenen Generation Y an, also knapp jeder Fünfte der Gesamtbevölkerung. „Viele sind Gründer, Unternehmer und Entscheidungsträger mit einem sehr differenzierten Blick auf Finanzen“, erklärt der Co-Head Wealth Management.

Diese Generation bringe völlig andere Erwartungen mit als ihre Vorgänger. „Millennials stehen für Digitalisierung, Transparenz und Eigenverantwortung“,

fasst Sauerzapf die Kerncharakteristika zusammen. Doch gleichzeitig bestehe der Bedarf nach nachhaltigem Vermögensaufbau, strategischer Asset Allocation und professioneller Nachfolgeplanung.

Das Paradox der skeptischen Selbstbestimmer

Besonders paradox erscheint die Haltung der Millennials zu Finanzdienstleistern. Sauerzapfs Analyse fördert ein bemerkenswertes Spannungsfeld zutage: Während nur 24 Prozent großes Vertrauen in traditionelle Finanzinstitute haben, wollen 80 Prozent ihre Finanzentscheidungen selbst treffen. Nur 20 Prozent würden Entscheidungen an eine Vermögensverwaltung delegieren. „Die meisten haben eine Bankverbindung zu einem Neobroker“, stellt Sauerzapf fest. Diese digitale Affinität gehe jedoch mit dem Wunsch nach Vertrauen, Guidance und Sicherheit einher. „Ökosystem-Denken prägt diese Generation: Community, Sparring, Vernetzung stehen im Vordergrund“, erläutert er die neue Kundenmentalität. Das könne ein Neobroker aber nicht leisten.



Maßgeschneiderte Lösungen für neue Erwartungen

Genau dort setzt Hauck Aufhäuser Lampe an. Marija Rubezic, die als Head Key Clients die Betreuung hochvermögender Kunden verantwortet, ergänzt das Bild um die praktischen Herausforderungen. Sie betont: „Für diese Kunden gilt: Sinn vor Status.“ Soll heißen: Die traditionelle Statussymbolik des Private Banking greife bei Millennials nicht mehr.

Stattdessen punktet Hauck Aufhäuser Lampe mit einem umfassenden Leistungsspektrum: von Wealth Planning über individuelle Vermögensverwaltung bis hin zu Strategic Advisory und Private Markets. „Was uns als Privatbank auszeichnet, ist die Kombination aus persönlichem Zugang, individueller Beratung und unserer Expertise für Investmentlösungen“, erklärt Rubezic.

Drei Archetypen der Next-Gen-Klientel

Wie vielfältig die Bedürfnisse dieser neuen Generation sind, verdeutlichen Sauerzapf und Rubezic anhand konkreter Kundenbeispiele. Neben Sophie, der Tech-Gründerin, stellen sie Ulli vor, einen 42-jährigen Geschäftsführer mit 30 Millionen Euro Unternehmensvermögen, der vor einer komplexen Nachfolgesituation steht. „Es geht um mehr als Geld: Gesellschaftsinteressen, steuerliche Gestaltung, Führungskultur“, beschreibt Sauerzapf die vielschichtigen Anforderungen.

Das dritte Beispiel ist Dr. Doro, eine 39-jährige DAX-Managerin und Einkommensmillionärin. „Ihr Alltag ist hoch getaktet, Finanzplanung bleibt oft liegen“, schildert Rubezic eine typische Herausforderung. Doro fühle sich von ihrem bisherigen Berater bei einer Retailbank nicht verstanden und müsse zusätzlich Compliance-Restriktionen beachten.





Netzwerk statt nur Beratung

Diese unterschiedlichen, aber durchweg komplexen Anforderungen benötigen einen neuen Ansatz im Private Banking. Hauck Aufhäuser Lampe setzt dabei auf den Community-Gedanken als zentralen Baustein der Strategie. „Wir haben einen Beirat bestehend aus sechs Millennials eingerichtet“, berichtet Sauerzapf. Dieses Next Gen Advisory Board soll nicht nur bei der Produktentwicklung beraten, sondern auch authentische Einblicke in die Bedürfnisse der Zielgruppe liefern.

Ergänzt wird dieser Ansatz durch exklusive Events, Fachseminare und den Zugang zum Kundennetzwerk. „Wir verstehen uns als wichtiges Netzwerk, das den Austausch und Wissenstransfer ermöglicht“, unterstreicht Rubezic die Positionierung als umfassender Partner über die reine Finanzdienstleistung hinaus. Rubezic und Sauerzapf ziehen das Fazit: „Eine Privatbank ist die Antwort auf die moderne Komplexität insbesondere für Unternehmer, Entscheider und Visionäre.“ Diese Botschaft richtet sich direkt an eine Generation, die im Jahr 2021 mehr als die Hälfte aller Unternehmensgründungen ausmachte und vor dem größten Vermögenstransfer der Geschichte steht.

Awards, Podcasts und Round Tables

Für die Zukunft gibt es bereits weitere Pläne. In 2026 wird erstmalig der ThinkFWD Award verliehen. Es ist ein Community Award für Vordenker und die feierliche Verleihung findet im Rahmen des ThinkFWD Summit 2026 statt.

Parallel ist ein ThinkFWD Podcast in Planung. Und in vier deutschen Großstädten – Düsseldorf, Frankfurt, Köln und München – sollen regelmäßige Round Tables stattfinden. „Das Format wird von den Beiräten unseres Next Gen Advisory Boards gemeinsam mit uns gehostet, um mit der Next Gen Community im fortlaufenden Austausch zu bleiben“, erklärt Sophia Schelo die partizipative Herangehensweise.

ThinkFWD
Summit 2026



SAVE THE DATE:
M Ä R Z 2 0 2 6

Die Zukunft wartet nicht ThinkFWD26

Das Event für Vordenker und Visionäre
von Hauck Aufhäuser Lampe

STAY TUNED



hal-privatbank.com/nextgen



EIN BLICK AUF DIE AKTUELLE LAGE: TRUMP MACHT ZU VIELE FÄSSER AUF

Dr. Alexander Krüger

Von Platz 6 auf Platz 24 ...

in nur zehn Jahren – Deutschlands Abstieg in der globalen Wettbewerbsfähigkeit ist dramatisch. Gleichzeitig droht mit Donald Trumps Zollpolitik ein Handelskrieg, der an die Große Depression erinnert. Dr. Alexander Krüger, Chefvolkswirt von Hauck Aufhäuser Lampe, zeichnet beim ThinkFWD Summit ein düsteres Bild der weltwirtschaftlichen Lage.

„Trump macht zu viele Fässer auf“ – mit dieser eindringlichen Warnung eröffnet Dr. Alexander Krüger seine makroökonomische Analyse beim ThinkFWD Summit in Berlin. Der Chefvolkswirt von Hauck Aufhäuser Lampe konfrontiert die Teilnehmer mit einer alarmierenden Prognose: Das durchschnittliche Zollniveau in den USA werde unter Trump 2.0 auf mehr als 20 Prozent steigen. Zum Vergleich: In Trumps erster Amtszeit stiegen die zollpflichtigen Importe bereits von 2,8 auf 8,9 Prozent.

Krüger greift dabei auf historische Parallelen zurück und zeigt eine Grafik, die Trumps geplante Zollpolitik in den Kontext vergangener Handelskriege einordnet. „Die Unsicherheit ist größer als zu Corona-Zeiten“, diagnostiziert der promovierte Volkswirt und verweist auf aktuelle Einkaufsmanager-Indizes, die trotz leichter Erholung im Verarbeitenden Gewerbe ein zwiespältiges Bild zeichnen.

Trumps widersprüchliche Agenda

In seiner detaillierten Analyse von „Trump 2.0“ deckt Krüger fundamentale Widersprüche in der amerikanischen Wirtschaftspolitik auf. Anhand einer systematischen Gegenüberstellung von Erwartungen und tatsächlicher Umsetzung zeigt er, dass bei wichtigen Punkten wie Zöllen, Unsicherheit, Verlässlichkeit von Regeln und multilateraler Weltordnung die Realität den Erwartungen widerspreche.



Während Steuersenkungen, Deregulierung und billige Energie positive Wachstumsimpulse liefern könnten, sieht Krüger diese Effekte durch andere Faktoren überkompensiert. Laut seiner Analyse würden die Zollpolitik und die erhöhte Unsicherheit die positiven Wachstumseffekte wieder zunichtemachen.

Deutschland rutscht ab: von Platz 6 auf Platz 24

Die Auswirkungen dieser globalen Verwerfungen treffen Deutschland, das von Platz 6 im Jahr 2014 auf Platz 24 im Jahr 2024 abgerutscht ist. „DEU-Abstieg“, lautet seine nüchterne Bilanz anhand dieser Zahlen.

Als Hauptprobleme identifiziert Krüger Bürokratie, hohe Energiepreise und starre Arbeitszeiten. Gleichzeitig warnt er vor einer dramatischen Verschlechterung der Staatsfinanzen. Seine Prognosen zeigen: Die deutsche Staatsschuldenquote werde bis 2040 signifikant steigen – die genaue Entwicklung hänge vom nominalen BIP-Wachstum ab, das zwischen 3,0 Prozent und 4,0 Prozent jährlich schwanken könnte.

Teure Symptombehandlung statt Strukturkur

Diese Entwicklung hänge eng mit Deutschlands verfehlter Reformpolitik zusammen. „Fiskal-All-In ersetzt Struktur-reformen nicht“, mahnt Krüger mit Blick auf die geplanten Mehrausgaben für Verteidigung und Infrastruktur. Während andere Länder ihre Wettbewerbsfähigkeit durch grundlegende Reformen stärkten, setze Deutschland lediglich auf höhere Staatsausgaben ohne die notwendigen strukturellen Veränderungen.

Diese Kombination aus nachlassender Standortqualität und steigender Verschuldung sieht der Chefvolkswirt als gefährliche Entwicklung. Deutschland drohe in einer Abwärtsspirale gefangen zu werden, in der höhere Ausgaben die strukturellen Defizite nur überdeckten, aber nicht behöben.

Inflation: warum die Preise hartnäckig bleiben

Neben den strukturellen Problemen beschäftigt Krüger ein weiteres Phänomen: Trotz der erfolgreichen Bekämpfung der „heftigen Inflationswelle“ bleiben die Preise hartnäckig hoch. „Dienstleistungen halten den Inflationsrückgang auf“, erklärt er und verweist auf beharrliche Lohnsteigerungen, die sich nur träge zurückbildeten. Seine Inflationsprognosen für 2025 und 2026 zeigen ein differenziertes Bild: Während die USA mit 3,5 Prozent und 3,4 Prozent über dem Zwei-Prozent-Ziel der Notenbank bleiben, erwartet Krüger für Deutschland Raten von jeweils 2,3 Prozent in beiden Jahren.

Dienstleistungen halten den Inflationsrückgang auf.

Dr. Alexander Krüger
Chefvolkswirt

KI-Revolution als Hoffnungsschimmer?

Einen Lichtblick sieht der Chefvolkswirt in der fortschreitenden Digitalisierung und dem Einsatz Künstlicher Intelligenz. Er präsentiert beeindruckende Zahlen zur Transformation der Arbeitswelt: Bis 2027 würden zwar weltweit 83 Millionen Arbeitsplätze wegfallen, gleichzeitig aber 69 Millionen neue entstehen.

„2025: massive Transformation der Wissensarbeit“, prognostiziert Krüger und betont, dass 65 Prozent der Kinder, die heute mit der Schule beginnen, später

Jobs innehaben werden, die es heute noch nicht gibt. Diese Umwälzung biete Chancen für Produktivitätssteigerungen und neue Geschäftsmodelle – allerdings nur für Länder, die bereit seien, in Bildung und digitale Infrastruktur zu investieren.

In unruhigen Gewässern navigieren

Krügers Analyse zeichnet das Bild einer Weltwirtschaft im Umbruch, geprägt von protektionistischen Tendenzen und strukturellen Verwerfungen. „Die Geschwindigkeit der Veränderung wird nie mehr so langsam sein wie heute“, warnt er die Teilnehmer des ThinkFWD Summits und verweist damit auf die exponentiell zunehmende Dynamik in Wirtschaft und Technologie.

Für Investoren und Unternehmen bedeute dies eine Zeit erhöhter Volatilität und schwer kalkulierbarer Risiken. Während die USA versuchten, ihre Wirtschaft durch Zölle und Steuersenkungen anzukurbeln, bleibe Deutschland in strukturellen Problemen gefangen. Die KI-Revolution könne zwar neue Wachstumsimpulse liefern, doch der Wandel werde Zeit brauchen – Zeit, die Deutschland angesichts des internationalen Wettbewerbs fehle.

Seine abschließende Warnung ist eindringlich: In einer Welt, in der „Trump zu viele Fässer aufmacht“, stehen alle Wirtschaftsakteure vor fundamentalen Herausforderungen. Die von ihm präsentierten Daten und Trends zeigen, dass sich sowohl Investoren als auch Unternehmen auf eine Phase erhöhter Volatilität und tiefgreifender Veränderungen einstellen müssen.



GRÜNDEN. NACHFOLGEN. ANDERS MACHEN.

Panel Talk mit dem Next Gen Advisory Board

Céline Flores Willers, Dina Reit, Lara Kufferath, Dr. Lukas Kohler

Manchmal beginnt Unternehmertum mit einem viralen Video, manchmal mit einem Anruf zur richtigen Zeit – und manchmal mit einem geplatzen Berufswunsch. Beim ThinkFWD Summit 2025 kommen vier Mitglieder des Next Gen Advisory Boards der Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank zum Panel Talk zusammen, um über Gründung, Nachfolge und Unternehmenskultur zu sprechen – offen, facettenreich und überraschend persönlich.

Die Runde startet mit einer Doppelfrage: Warum gründen junge Menschen heute und warum tun es nur so wenige? Deutschland sei im europäischen Vergleich unter allen jungen Unternehmern und Nachfolgern abgeschlagen, sagt Moderatorin Victoria Effer. Und tatsächlich wird beim anschließenden Gespräch auf dem Podium sehr schnell deutlich: Unternehmertum ist hierzulande kein Selbstläufer – aber dafür ein echtes Statement.

Céline Flores Willers, Gründerin und CEO von The People Branding Company GmbH, sowie Wegbereiterin für das LinkedIn, wie wir es heute kennen, erzählt von ihren ersten unternehmerischen Schritten: „Als ich 2018 begonnen habe, meine LinkedIn Präsenz strategisch aufzubauen, war LinkedIn noch kein soziales Medium. Ich bin mit der Idee angetreten, die wichtigsten Wirtschaftslenker in DACH über LinkedIn kennenzulernen. In meinen Augen demokratisiert LinkedIn Vitamin B. Dass mittlerweile jeder DAX-Vorstand einen professionellen LinkedIn Auftritt pflegt, beschleunigt ihren Erfolg.“ Das Beratungsunternehmen ist auf Führungskräfte-Kommunikation auf LinkedIn spezialisiert.

Dr. Lukas Kohler, Gründer und Managing Director von LVATE Face Aesthetics, nahm den entgegengesetzten Weg: klassische Arztkarriere, Krankenhausalltag – und dann ein radikaler Bruch. „Ich war am Peak meiner Frustration. Ärzte unter Druck, Pflegekräfte unterbezahlt. Dann kam der Anruf eines Beiratskollegen, der mir erzählte, dass ein Investor jemanden für Ästhetische Medizin sucht.“ Es folgten Kündigung, Bootstrapping, Aufbau einer Praxismarke – und das alles mitten in der Corona-Pandemie. Dennoch sagt Kohler heute: „Ich habe es nie bereut.“

Nachfolge ist kein Erbe – es ist eine Entscheidung

Nicht jede Unternehmergeschichte beginnt mit einer Gründung. Dina Reit, heute Geschäftsführerin des Maschinenbauunternehmens SK Laser GmbH, wollte eigentlich Kuratorin werden. „Aber das Praktikum im Städelmuseum hat mir die Augen geöffnet“, resümiert sie ganz offen. Denn die Tätigkeit der

Kuratorin deckte sich dort so gar nicht mit ihren langgehegten Vorstellungen. Stattdessen entschied sie sich für einen komplett anderen Weg: Einstieg ins Familienunternehmen, direkt nach dem Studium, ohne große Einarbeitungsphase. „Der Anfang war hart“, gibt sie zu, „ich musste gleichzeitig ankommen und schon unternehmerische Entscheidungen treffen.“ Heute ist sie etabliert: „Man wächst rein – und über sich hinaus.“

Lara Kufferath, CEO der GKD Group, fand ihren Weg über die Strategie: „Ich arbeitete mehrere Jahre als Beraterin einer Unternehmensberatung. Parallel habe ich an den internationalen Strategiemeetings unseres Familienunternehmens teilgenommen. Das Management-Team, das unter dem Vorstand, also seinerzeit unter meinem Vater und Onkel, angesiedelt war, entwickelte mit der Zeit den Wunsch, dass ich ins Unternehmen einsteige.“ So fand sie 2019 den Weg zur GKD Group. Ab 2021 war sie Teil des Vorstands und sitzt diesem seit 2024 vor. Damit ist sie auch die einzige Vertreterin der Familie in dem Gremium.

Was Unternehmertum heute bedeutet

Was alle vier Beiratsmitglieder verbindet, ist die Erkenntnis, dass Unternehmertum nie nur ein Titel ist, sondern ein permanenter Lernprozess – und oft ein Spagat zwischen operativer Verantwortung, Vision und Teamführung.

Céline Flores Willers berichtet von den unzähligen kleinen Hürden zu Beginn: „Schon die Suche nach einem Steuerberater war ein Abenteuer.“ Und Dr. Lukas Kohler ergänzt: „Man will möglichst wenig Nebenbaustellen – da hilft ein gutes Netzwerk.“ Für ihn war früh klar: Nur wer sich außerhalb seiner Fach-Bubble bewegt, erhält wirklich nützliche Kontakte und kann sich resilient aufstellen. Dieses Netzwerk war für seine Gründungsphase entscheidend, denn es stellte sich selbst in der Corona-Pandemie als belastbar heraus.



Auch Dina Reit kennt diese besondere Herausforderungen aus der Zeit der Pandemie, die genau in ihre Startphase fiel: „2019 waren wir noch auf 13 Messen vertreten – dann kam Corona, und alles brach weg.“ Der Wechsel auf digitale Formate, Online-Messen, LinkedIn: Für viele ihrer Kunden damals ein Novum. „Ich musste meinen Vater erst davon überzeugen, aber er hat mich dann machen lassen.“ Offensichtlich mit Erfolg.

„Schon die Suche nach einem Steuerberater war ein Abenteuer.“

Céline Flores Willers
CEO von The People
Branding Company

Wenn der Großvater sagt: „Es ist vorbei!“

Wie sieht moderne Unternehmenskultur aus? Für Dr. Lukas Kohler bedeutet sie Vorleben. „Wir reden bei uns in der Praxis über ganzheitliche Ansätze. Also organisieren wir auch mal Clean-Eating-Dinnerpartys im Team.“ Kultur entstehe dort, wo Menschen das Produkt lieben, das sie vertreten. Céline Flores Willers erzählt, wie sie ihr Team mit einem 100%-igen Remote-Ansatz fährt. Zu den festen Ritualen des Unternehmens gehören die Workations, welche jedes Quartal stattfinden. Zuletzt überarbeitete das Team auf Mallorca die Unternehmensvision für 2030.

Was hilft, wenn's schwierig wird?

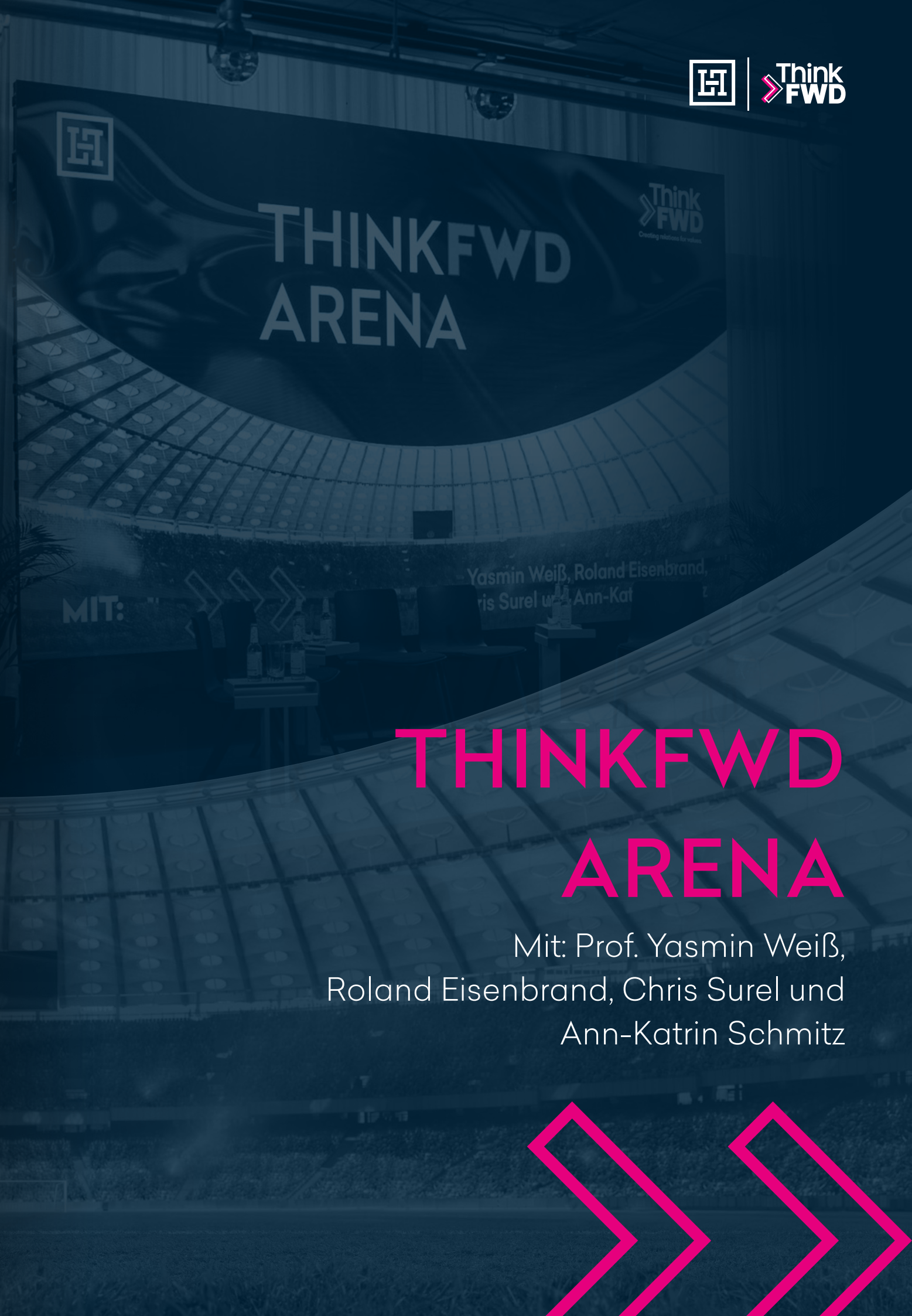
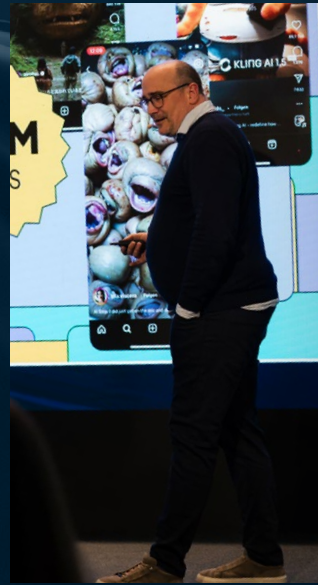
Lara Kufferath erzählt von einem wichtigen Perspektivwechsel durch die 100-Jahr-Chronik ihres Unternehmens: „Wir haben den Zweiten Weltkrieg überstanden, den Wegfall von Märkten. Wenn man sich anschaut, was alles im Laufe der Jahrzehnte geschehen ist, dann wird einem klar, dass heutige Herausforderungen in einer Linie damit stehen.“ Und dass sich diese ebenfalls überwinden lassen. Ihre wichtigste Lektion: Ruhe bewahren, Strukturen schaffen, Vertrauen ausstrahlen.

Dina Reit ergänzt mit einer Anekdote: „Mein Urgroßvater kam einmal nach Hause und sagte: ‚Es ist alles vorbei! Wir müssen das Silber verkaufen.‘ Und neulich habe ich genau von diesem Silber gegessen.“ Ihr Fazit: Man darf wanken, aber nicht kippen. Krisen gehören dazu – aber man kommt auch durch.

„Wir wollen mehr als kluge Berichte“ – der Beirat als Ideenlabor

Zum Abschluss des Panel Talks richtet sich eine Frage an Gastgeberin Sophia Schelo: Was erwartet die Bank vom Beirat? „Wir wollen nicht nur Berichte lesen, wir wollen echten Austausch. Der Beirat berät uns nicht nur zur Next Gen, sondern auch zum Private und Corporate Banking. Und es funktioniert: Sechs Sitzungen haben wir bereits gehabt – und ich schätze besonders Eure Offenheit und Klarheit.“





THINKFWD ARENA

Mit: Prof. Yasmin Weiß,
Roland Eisenbrand, Chris Surel und
Ann-Katrin Schmitz

WIR MÜSSEN KAPITÄNE BLEIBEN

KI als Co-Pilot der Zukunft

Prof. Dr. Yasmin Weiß

Künstliche Intelligenz (KI) ist längst kein Trendthema mehr, ...

sondern in kürzester Zeit fester Bestandteil unseres Alltags geworden. Damit stellt sich aber auch die Frage: Wie können wir diese Technologie sinnvoll in unsere Arbeitswelt integrieren? Prof. Dr. Yasmin Weiß, Professorin für Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Future Skills und Future of Work, gibt auf dem ThinkFWD Summit 2025 in Berlin Antworten und zeigt Wege auf, wie Mensch und Maschine erfolgreich zusammenarbeiten können.

„Das Wertvollste, was wir im Leben haben, ist Zeit“, beginnt Prof. Dr. Yasmin Weiß ihren Vortrag in der ThinkFWD Arena. Vor etwa zweieinhalb Jahren, sagt sie, habe sie sich mit einem ihrer ältesten Freunde in München über ihre zahlreichen Verpflichtungen unterhalten: Kinder, Professur, Nebenaktivitäten. „Ich gehe jeden Abend ins Bett und habe das nicht erledigt, was ich mir vorgenommen habe“, habe sie ihm erzählt. Seine Antwort: „Wenn ich dir jeden Tag die 25. Stunde kaufen könnte, würde ich sie dir schenken.“

Wenig später kam ChatGPT auf den Markt – und für Weiß eröffnete sich eine neue Dimension von Effizienz. „Ich habe die 25., die 26. und manchmal sogar die 27. Stunde dazugewonnen“, sagt sie. Für sie ist generative KI nicht nur ein Tool, sondern ein echter Produktivitätsbooster – wenn man sie richtig einsetzt.

Die globale KI-Party und Europas Rolle

Damit führt sie direkt in das Kernthema ein: die technologische Zeitenwende durch Künstliche Intelligenz. „Wir erleben das, was alle großen Erfindungen erleben: Lange gibt es Grundlagenforschung, irgendwann ist dann der Wendepunkt, dann geht die Post ab“, erklärt Weiß. Damit meint sie die exponentielle Geschwindigkeit, mit der Geschäftsmodelle, Arbeitsformen und ganze Branchen unter Druck geraten.

Dabei sei es wichtig, dass Europa sich nicht nur als Zuschauer positioniert. „Wir schmeißen hier in Europa unsere eigene KI-Party, und jede Party braucht Spielregeln“, sagt sie. Es sei höchste Zeit, eigene technologische und ethische Standards zu definieren, statt allein amerikanischen oder chinesischen Konzepten zu folgen.

Arbeiten im Wandel: Mensch, Maschine und Teams

Die Veränderungen, die derzeit den Arbeitsmarkt erreichen, sind laut Weiß

historisch einmalig. „Wir erleben die größte Transformation von Erwerbsarbeit seit der Industrialisierung.“ Etwa 65 Prozent der heutigen Grundschulkinder würden später in Berufen arbeiten, die heute noch gar nicht bekannt seien – und das hält Weiß sogar für eine eher konservative Schätzung.

Mit der fortschreitenden Digitalisierung verändere sich nicht nur „was“ wir arbeiten, sondern „mit wem“ wir arbeiten. „Wir erleben gerade die letzte Generation an CEOs, die ausschließlich Menschen führen“, sagt sie. Künftig werde es zur Selbstverständlichkeit, dass Teams aus Menschen und digitalen Assistenten bestehen. Teamfähigkeit heiße daher künftig, gemeinsam mit Menschen und Maschinen arbeiten zu können.

Verantwortung in der Ära der Automatisierung

Diese neue Zusammenarbeit erfordere ein grundsätzliches Umdenken. KI sei kein Werkzeug im klassischen Sinne, sondern

ein neuer Mitspieler. „Das Zeitalter des KI-Co-Piloten hat begonnen“, so Weiß. Die Rollenverteilung sei dabei klar: Die KI assistiere, lerne, erkenne Muster, aber die Verantwortung bleibe beim Menschen – oder sollte dort idealerweise bleiben. „Wir Menschen sind die Kapitäne. Die KI ist Co-Pilot“, so die Rollenverteilung.

Diese Rollenverteilung bedeute aber auch eine Neuordnung des Arbeitsmarktes. Bereits heute ließen sich 60 bis 70 Prozent menschlicher Tätigkeiten technisch automatisieren, nennt Weiß einige konkrete Zahlen. Bis zum Jahr 2027 entstünden weltweit rund 70 Millionen neue Jobs, während 83 Millionen wegfielen. Daraus schlussfolgert sie: „Die Gretchenfrage lautet also nicht, ob KI Menschen ersetzt, sondern ob Menschen, die KI nutzen, andere Menschen ersetzen.“

Technik als Herausforderung

Ironischerweise, so Weiß, führe mehr Technologie dazu, dass menschliche Kompetenzen an Wert gewinnen. Differenzie-



Kompetenz für die Zukunft – und Wärme

Wie sollten sich Arbeitskräfte also auf die Zukunft vorbereiten? Für Weiß ist KI-Kompetenz heute die gefragteste Qualifikation am Arbeitsmarkt, und diese Qualifikation ziehe sich quer durch alle Branchen. Sie nennt Beispiele aus der Medizin und dem juristischen Bereich, wo Fachkräfte mit KI-Kompetenz heute schon signifikante Gehaltsaufschläge erhalten.

Aber Zukunftsfähigkeit bedeute nicht nur Technikverständnis, sondern auch die Fähigkeit, Beziehungen zu pflegen und menschliche Wärme in der Arbeitswelt zu verankern. „Wenn ich in 40 Jahren auf mein Leben zurückblicke, ist nicht entscheidend, wie viele E-Mails ich geschrieben habe – sondern ob ich gute Beziehungen gepflegt habe zu Menschen, die mir die Welt bedeuten“, sagt sie. Es sei an der Zeit, Arbeitswelten zu gestalten, die Raum lassen für Vertrauen, Sinn und echte Gespräche.

Individuelle Verantwortung kollektive Chance

Zum Schluss fordert Weiß dazu auf, den Wandel nicht nur zu beobachten, sondern aktiv mitzugestalten. Die Tools seien da – mehr als 18.000 KI-Anwendungen weltweit. Aber es gehe nicht darum, alle zu kennen, sondern die richtigen für sich selbst zu finden. „Wählt ein Toolset, das eure Probleme löst – und nicht ein Feuerwerk, das euch überfordert“, rät sie ihren Zuhörern.

rungsvermögen, Empathie, Ethik, kreative Problemlösung – all das seien Qualitäten, die keine Maschine ersetzen könne. Sie fordert demnach, menschliche und technologische Stärken gezielt zusammenzuführen: „Augmented Intelligence heißt, das Beste aus beiden Welten zu kombinieren.“

Gleichzeitig dürfe der Mensch sich selbst nicht verlieren. Jeder technologische Trend bringe einen Gegentrend hervor. Weiß spricht sich klar für bewusste digitale Pausen aus: „Wir, die ‚always on‘ sind, brauchen digitalen Detox.“ Sie verweist auf eine Microsoft-Studie, wonach die Aufmerksamkeitsspanne bei intensivem Smartphone-Gebrauch auf durchschnittlich acht Sekunden sinke – unterhalb der eines Goldfischs.



THE PENDULUM SWINGS BACK

Das Internet in der Gegenbewegung

Roland Eisenbrand

Das Internet ist überall, ...

aber vieles daran funktioniert nicht mehr so, wie es gedacht war – mit dieser Beobachtung steigt Roland Eisenbrand, Chefredakteur OMR Daily & Head of Content OMR Festival, in seinen Vortrag beim ThinkFWD Summit 2025 ein. Unter dem Titel „State of the [German] Internet: The Pendulum Swings Back“ analysiert er, wie sich digitale Kommunikation verändert, welche Folgen das für Marken und Medien hat und welche Strategien Unternehmen in einer von Künstlicher Intelligenz geprägten Welt anwenden können. Überraschung: Die „echte“ Welt spielt dabei eine wesentliche Rolle.

Was die Netzgemeinschaft wirklich denkt: Zu Beginn seines Vortrags lenkt Eisenbrand den Blick auf die Begriffe, mit denen das Internet inzwischen beschrieben wird – ein sprachlicher Indikator dafür, wie Nutzer die digitale Welt erleben. „2023 war ‚Enshittification‘ das Wort des Jahres in den USA“, so Eisenbrand – ein Ausdruck für das schleichende Qualitätsproblem vieler Plattformen. Im Jahr darauf folgte „Brain Rot“, zu Deutsch: Hirnfäule, als Umschreibung für die Erschöpfung der Nutzer durch eine Flut belangloser Inhalte.

Für das Jahr 2025 nennt Eisenbrand einen neuen Begriff, der bereits kursiert: „AI Slop“. Gemeint seien Inhalte, die in Masse von Künstlicher Intelligenz erzeugt und in die Feeds gespült werden. Aus diesen Entwicklungen zieht Eisenbrand eine klare Schlussfolgerung: Das Internet sei für viele nicht mehr der verlässliche Ort, der es einst war. Eine aktuelle Zahl, die er nennt, unterstreicht das: Rund 70 Prozent der Menschen geben an, dass sie den Inhalten im Netz kaum noch vertrauen.

Der Rückzug aus dem Digitalen

Diese zunehmende Skepsis gegenüber dem Internet sei nicht nur eine statistische Größe, sondern äußere sich auch in konkretem Verhalten. Eisenbrand verweist auf Formate wie den „Offline Club“, in dem Menschen ihr Smartphone für eine bestimmte Zeit weg-schließen, um gemeinsam althergebrachte Freizeitaktivitäten zu betreiben – also zu lesen, Schach zu spielen oder zu häkeln – mit dem Ziel, wieder in echte Erlebnisse einzutauchen.

Solche Trends hätten unmittelbare Auswirkungen auf das Marketing der Unternehmen. „Wer Menschen erreichen will, muss sich mit dieser Entwicklung auseinandersetzen“, sagt Eisenbrand. Der digitale Rückzug einzelner Zielgruppen verlange nach einer neuen Art des Marketings, einer Art, die stärker auf reale, physisch erlebbare Begegnungen setzt. Als Reaktion auf die digitale Überlastung empfiehlt er: „Stecker ziehen. IRL-Marketing machen.“ IRL sei dabei der Schlüsselbegriff. Er steht für „In Real Life“.



Gemeinschaften und Produktinszenierung

Eisenbrand beschreibt zwei konkrete Strategien, mit denen Marken offline Präsenz erzeugen können. Erstens: „Community Piggybacking“; dabei bauen Unternehmen auf bestehenden Gemeinschaften auf, etwa auf Running Clubs oder Buchgemeinschaften. Auch wenn die Marke nicht zur Kernzielgruppe gehöre, könne sie durch passende Angebote Anschluss finden. Als Beispiel nennt er ein T-Shirt-Label, das sich gezielt an Laufgruppen richtet und unter dem Namen „Sunday Running Club“ in sozialen Netzwerken Reichweite erzeugt. Die zweite Strategie nennt Eisenbrand „Product Staging“. Dabei erhalten Produkte eine reale Bühne in Form von Events, Installationen oder inszenierten Formaten. Vorwerk etwa habe den Launch eines neuen Thermomix als Livestream mit besonders starker Inszenierung gestaltet. Der Tuningspezialist Brabus wiederum präsentiere seine Autos inzwischen wie in einer Modenschau. Der Effekt: enorme Reichweiten über soziale Medien und klassische Berichterstattung. Ein weiteres Beispiel ist Jellycat, das Kuscheltiere in inszenierten Diner-Situationen zeigt, etwa im Rockefeller Center New York oder in London. Videos davon kursieren millionenfach in sozialen Netzwerken.

Sichtbarkeit in einer posttraditionalen Suchwelt

Doch nicht nur der Content selbst verändere sich. Auch die Art und Weise, wie Menschen im Netz Inhalte finden, unterliege einem Wandel. Eisenbrand spricht von der Entstehung einer „Post-Traffic-Welt“, in der klassische Website-Besuche zurückgehen. Zwar sei der Anteil des Traffics, den KI-Chatbots wie ChatGPT aktuell erzeugen, mit 0,19 Prozent noch gering, doch alle großen Anbieter von KI-Tools hätten mittlerweile eigene Suchfunktionen integriert.

Für Unternehmen bedeute das, Sichtbarkeit neu denken zu müssen, etwa durch eine Suchmaschinenoptimierung für KI-gesteuerte Suchmaschinen. ChatGPT zum Beispiel nutze zwar noch Bing als Datenquelle, entwickle aber bereits einen eigenen Suchindex mit eigenem Crawler, dem sogenannten OpenAI Searchbot. „So, wie man früher auf den Googlebot optimiert hat, muss man das heute auf neue Systeme übertragen“, so Eisenbrand.



Toolbox aktualisieren, Mentions erzeugen

Mit diesem Wandel einher gehe die Notwendigkeit, das eigene Handwerkszeug zu überdenken. Eisenbrand verweist auf neue Tools wie Profound oder PeakAI, die speziell für das Sichtbarkeitsmanagement im Kontext von KI-Anfragen entwickelt wurden. Daneben gewinne die Generierung von „Mentions“ – also digitaler Erwähnungen auf vertrauenswürdigen Plattformen – weiter an Bedeutung.

Eine eigene Analyse, die Eisenbrand durchführt, zeigt überraschende Ergebnisse: Nachdem er ChatGPT hundertfach nach Produktempfehlungen gefragt und die Antworten systematisch ausgewertet hat, liegt der „FAZ Kaufkompass“ auf Platz eins der Nennungen. Es folgen Plattformen wie YouTube, Amazon, Reddit, CHIP oder GQ. Das zeige, welche Quellen derzeit algorithmisch besonders stark berücksichtigt werden.

Social Proof in Kommentaren

Gegen Ende seines Vortrags macht Eisenbrand noch auf ein Phänomen aufmerksam, das sich auf Kurzvideoplattformen etabliert: Problembeschreibungen im Video – Produktempfehlungen in den Kommentaren. Ein Beispiel: Ein Vater beugt sich über das Bett seines Babys, um zu prüfen, ob es wirklich atmet. In der Kommentarsektion finden sich Dutzende Hinweise auf ein Produkt, das genau für diesen Zweck entwickelt wurde.

Diese Form des Social Proofs funktioniere auch bei Alltagsthemen, so Eisenbrand. Er nennt etwa Trinkschalen für Hunde, die verhindern, dass sich Wasser auf dem Boden verteilt, oder spezielle Sportkleidung, die starkes Schwitzen unterstützt. Das Muster sei stets ähnlich: Ein Bedürfnis werde gezeigt, die Community liefere die Lösung – direkt in den Kommentaren.

90 MINUTEN TIEFSCHLAF KÖNNEN ALLES VERÄNDERN

Chris Surel

Acht Stunden geschlafen, ...

trotzdem wie gerädert aufgewacht – dieses Phänomen kennen Millionen von Berufstätigen. Während viele Menschen vergeblich nach mehr Stunden im Bett suchen, liegt die Lösung woanders: bei der Qualität der Nachtruhe. Der Münchener Performance Recovery & Sleep Coach Chris Surel zeigt beim ThinkFWD Summit 2025 von Hauck Aufhäuser Lampe in Berlin, warum vier Stunden Schlafmangel das Immunsystem um 70 Prozent schwächen – und wie 90 Minuten optimaler Tiefschlaf mehr bewirken als acht Stunden schlechte Erholung.

Trotz ausreichender Schlafstunden chronisch erschöpft: Der Münchener Coach Chris Surel führt anschaulich vor Augen, wie es dazu kommen kann. Seine provokante Diagnose: Eine leistungsorientierte Gesellschaft praktiziert quantitative statt qualitative Erholung, und das mit dramatischen Folgen für Gesundheit und Produktivität.

Seine Expertise gründet auf schmerzhafter persönlicher Erfahrung: Als ehemaliger Tennisspieler, Strategieberater bei Roland Berger und Unternehmensgründer reduzierte Surel seinen Schlaf zeitweise auf zwei Stunden pro Nacht, bis der totale Zusammenbruch kam. „Ich habe meine Firma verloren, meine Gesundheit, fast meine Beziehung“, schildert er diese Phase, die ihn schließlich zur Entwicklung wissenschaftlich fundierter Regenerationsstrategien führte.

In 90 Minuten zu mehr Erholung

Der Schlüssel zu nachhaltiger Höchstleistung liegt laut Surel im Verständnis der natürlichen Schlafarchitektur. Jeder Schlafzyklus dauert exakt 90 Minuten und durchläuft verschiedene Phasen: leichten Schlaf, Tiefschlaf und REM-Schlaf. Seine Grundregel lautet daher: „Immer in Vielfachen von 90 Minuten schlafen.“ Optimal sind 4,5 oder 6 oder 7,5 oder 9 Stunden Schlaf.

Besonders kritisch: Wer nicht in 90-Minuten-Zyklen schläft, riskiert Schlafträgheit, also das gefürchtete Aufwachen mitten im Tiefschlaf. Das Resultat kennen viele: Trotz sieben oder acht Stunden Schlaf fühlt man sich wie erschlagen. Wer diese Regel missachtet, dessen Konzentration, Kreativität und Entscheidungsfähigkeit leiden erheblich, warnt Surel.

Tiefschlaf als biologische Lebensversicherung

Die eigentliche Regeneration passiert in den Tiefschlafphasen, die nur 1,5 Stunden der Nacht ausmachen, aber lebensentscheidend sind. Dann schüttet der Körper das Wachstumshormon (HGH) aus – ein körpereigenes Anti-Aging-Hormon, das für mehr Energie, stärkere Immunabwehr, bessere Konzentration und langsameren Alterungsprozess sorgt. Dieses biologische Wunder gibt es ausschließlich im Tiefschlaf.

Parallel aktiviert sich das glymphatische System, eine Art nächtliche Gehirnreinigung, die toxische Proteine aus dem Gehirn spült. Ohne ausreichend Tiefschlaf sammeln sich schädliche Ablagerungen an, die langfristig das Demenz-Risiko erhöhen. Surel verdeutlicht: „Das Gehirn besitzt keine Lymphgefäße wie der Körper – es ist auf diese nächtliche Reinigung angewiesen.“

Besonders alarmierend sind Surels Erkenntnisse zum Immunsystem: Bereits vier Stunden Schlafmangel reduzieren die natürlichen Killerzellen um 70 Prozent. Gemeint sind jene Immunzellen, die Krebszellen und Viren bekämpfen. Optimaler Schlaf schützt demnach effektiver vor Krankheiten als jedes Nahrungsergänzungsmittel. Die Weltgesundheitsorganisation WHO stuft Schichtarbeit bereits als „wahrscheinlich krebserregend“ ein. Ein Warnsignal für alle, die regelmäßig ihren natürlichen Schlaf-Wach-Rhythmus durcheinanderbringen.

Drei sofort umsetzbare Sofortmaßnahmen für besseren Tiefschlaf

Surel präsentiert drei wissenschaftlich fundierte Sofortmaßnahmen, die ohne großen Aufwand mehr Tiefschlaf generieren. Seine Strategie der „Tiefschlafverdichtung“ verspricht mehr Erholung, ohne eine Minute länger zu schlafen.

Sofortmaßnahme 1: Melatonin mit Blaulichtfiltern schützen; das Schlafhormon Melatonin wird erst bei Dunkelheit ausgeschüttet. Bildschirme und LED-Beleuchtung stören jedoch mit ihrem blauen Lichtspektrum diesen natürlichen Prozess. Spezielle Brillen ab dem Abend filtern störendes Blaulicht und fördern die Melatonin-Produktion – besonders wichtig für alle, die abends noch am Computer arbeiten.

Sofortmaßnahme 2: Cortisol mit künstlichem Tageslicht ankurbeln; das Stresshormon Cortisol folgt einem natürlichen Tagesrhythmus und sollte morgens hoch sowie abends niedrig sein. Helle Lampen am Arbeitsplatz (mindestens 10.000 Lux) synchronisieren die innere Uhr und sorgen für natürliche Müdigkeit am Abend – relevant gerade für Menschen in dunklen Büros ohne Fenster.

„Mit 90 Minuten Tiefschlaf können wir alles erreichen.“

Chris Surel

Performance Recovery & Schlafcoach

Sofortmaßnahme 3: Jeden Tag zur gleichen Zeit aufstehen sowie auch am Wochenende zur gewohnten Zeit aufstehen; damit vermeidet man sozialen Jetlag, jene Erschöpfung durch wechselnde Schlafzeiten, die wie eine Zeitonenverschiebung wirkt. Konstante Aufstehzeiten stärken den biologischen Rhythmus und verbessern automatisch die Schlafqualität.

Strategische Regeneration ohne Zeitonenverschiebung

Surels „Performer Hack“ löst ein Dilemma vieler Führungskräfte: Wie kann man Schlafdefizite aufholen, ohne die innere Uhr zu sehr durcheinanderzubringen? Seine Lösung: an freien Tagen früher schlafen gehen, aber zur gewohnten Zeit aufstehen. Diese Strategie ermöglicht es, Schlafschulden abzubauen und gleichzeitig den biologischen Rhythmus zu stärken. Das Resultat ist mehr Tiefschlaf ohne sozialen Jetlag.

Der Kerngedanke seines Regenerationssystems basiert auf rhythmischem Wechsel zwischen Stress- und Erholungsphasen. „Menschen sind keine Maschinen. Wir sind darauf programmiert, zu pulsieren“, betont Surel seine Philosophie der strategischen Oszillation, die er aus der Welt des Spitzensports auf die Geschäftswelt übertragen hat.

Nachhaltiger Erfolg durch wissenschaftliche Schlafoptimierung

„Mit 90 Minuten Tiefschlaf können wir alles erreichen“, lautet Surels Botschaft an gestresste Führungskräfte. Der ThinkFWD Summit demonstriert eindrucksvoll, wie wissenschaftliche Erkenntnisse zur Schlafoptimierung traditionelle Leistungskonzepte ergänzen können. In einer Welt steigender Anforderungen könnte die Tiefschlafverdichtung der Schlüssel zu nachhaltiger Spitzenleistung werden. Und das gilt für ausnahmslos alle, die langfristig erfolgreich und gesund bleiben wollen, ohne dabei ihre Lebensqualität zu opfern.

VON FOLLOWERN ZU FAMILIENMITGLIEDERN

Ann-Katrin Schmitz

Nähe schlägt Reichweite: ...

Auf dem ThinkFWD Summit 2025 spricht Ann-Katrin Schmitz, Social-Media-Expertin und Gründerin von Baby got Business, über die Transformation von Markenkommunikation in der digitalen Ära. Unter dem Titel „From Fans to Family: Wie Marken echte Communities statt bloßer Follower aufbauen“ beleuchtet sie, wie Unternehmen ihre Zielgruppen nicht nur erreichen, sondern echte Beziehungen schaffen können.

Plattformen wie TikTok und Instagram sind längst nicht mehr nur Orte des Austauschs, sondern politische Machtinstrumente – mit dieser Einordnung der aktuellen Social-Media-Landschaft startet Ann-Katrin Schmitz in ihren Vortrag, und nennt ein klares Beispiel: die USA, wo Präsident Donald Trump TikTok verbieten wollte, später jedoch wieder zurückruderte. „Es war das erste Mal, dass ein Präsident einer Plattform eine solche Bühne geboten hat“, so Schmitz.

Trump habe die Bedeutung der sozialen Medien nicht nur erkannt, sondern politisch etabliert. Nicht umsonst gebe es im Weißen Haus neben der Pressekonferenz eine Influencer-Konferenz. Auch in Deutschland sei der Einfluss sozialer Netzwerke auf die Politik nicht zu unterschätzen. So unterschieden sich die Follower-Zahlen deutscher Politiker auf TikTok und Instagram teils deutlich von der realen Sitzverteilung im Bundestag. Für Schmitz ist das ein Hinweis darauf, wie Reichweite politische Deutungshoheit verschieben kann. Sie resümiert: „Wenn Reichweite zur neuen Währung von Macht wird, sollten wir sehr genau hinschauen.“

Influencer verlieren Vertrauen

Auch das Influencer-Marketing steht im Umbruch. Die Hochzeiten, in denen sich Reichweite direkt in Verkaufszahlen übersetzen ließ, scheinen vorbei. „Der Trust ist gesunken“, beobachtet Schmitz. Der Grund: Viele Influencer hätten sich vom Alltag ihrer Zielgruppen entfernt, ihr Lebensstil sei unternehmerischer geworden – und weniger nahbar. Dennoch boomt der Markt weiterhin: Mehr als 10 Milliarden US-Dollar fließen weltweit in Influencer-Marketing, TikTok wächst dabei am schnellsten.

Doch statt bloßer Zahlen zählt nun der Beziehungsaufbau. Schmitz nennt das den Wechsel von „Reach“ zu „Relationship“ und beschreibt ihn als fundamentalen Wandel der Internet-Ökonomie. Social Media sei heute ein Marktplatz der Aufmerksamkeit: „Alle kämpfen um dieselben Minuten.“ Rund 100 Minuten täglich verbrachten Nutzer im Schnitt auf Plattformen – aber auf immer mehr Formate verteilt.

Guter Content beginnt mit Empathie

Um als Marke sichtbar zu bleiben, müsse man seine Zielgruppe nicht nur kennen, sondern verstehen – und zwar tiefgehend. Die verbreitete Annahme, man habe nur wenige Sekunden Zeit, um Aufmerksamkeit zu erzeugen, hält Schmitz für verkürzt. Sie betont vielmehr: „Es gibt nur guten oder schlechten Content.“ Qualität werde honoriert, gerade auch bei längeren Inhalten, wenn sie emotional oder informativ überzeugen.

Ihre Methode: radikale Empathie. Wer sich vorstellt, in 30 Tagen der beste Freund eines potenziellen Kunden zu werden, komme automatisch auf die richtigen Fragen: Welche Entscheidung bereut diese Person? Welche Screenshots speichert sie auf dem Handy? Wovor hat sie Angst? „Nur wer Kunden so versteht, kann Inhalte schaffen, die sie wirklich erreichen“, sagt Schmitz. Ihre Faustregel: Wenn man nicht wisse, was die eigene Zielkundin an einem beliebigen Donnerstag mache, sei die Vorbereitung noch nicht abgeschlossen.



Plattformvielfalt und Rückzugsräume

Doch Verständnis allein reiche nicht, auch die jeweilige Plattformstrategie müsse sich ändern. Im Jahr 2025 genüge es nicht, nur einen einzigen Kanal zu bespielen. Wer Communitys aufbauen wolle, müsse auf mehreren Ebenen präsent sein: TikTok und Instagram für Reichweite, Podcasts und YouTube für Tiefe und Haltung. Darüber hinaus sollten Marken geschlossene Räume schaffen, in denen sie sich untereinander austauschen können, denn die Anzahl der Nutzer, die öffentlich interagieren, gehe zurück.

Immer mehr Austausch finde auf der 1:1-Ebene statt: in Direct Messages, Gruppen oder Chats. Dort entstehe Vertrauen. „Marken müssen Ressourcen schaffen, um auf diesen Ebenen präsent und ansprechbar zu sein“, fordert Schmitz. Nur so könnten sie langfristige Beziehungen aufbauen – nicht bloße Aufmerksamkeit.

Erfahrungen aus der Praxis

Mit einem eigenen E-Commerce-Projekt im Home-Spa-Bereich testet Schmitz diese Prinzipien selbst. Gestartet mit einem Duftprodukt, zählt der WhatsApp-App-Newsletter der Marke heute mehr als 16.000 Abonnentinnen – ein Beweis, dass Kundenbindung auch abseits der großen Plattformen funktionieren kann. „Support muss dort passieren, wo auch kommuniziert wird“, fasst sie ihre wichtigste Erkenntnis zusammen.

Dabei sei es heute ein interessanter Weg, mit der eigenen Marke auf bestehenden Communities aufzusetzen. Running Clubs, Matcha-Bars oder auch Kooperationen zu Serien wie „Stranger Things“ – viele erfolgreiche Markenprojekte entstehen aus ungewohnten Verbindungen. „Gerade wenn es auf den ersten Blick nicht passt, wird es interessant“, erklärt sie. Der Trick: Communitys erkennen, andocken, Teil davon werden, ohne sich aufzudrängen.

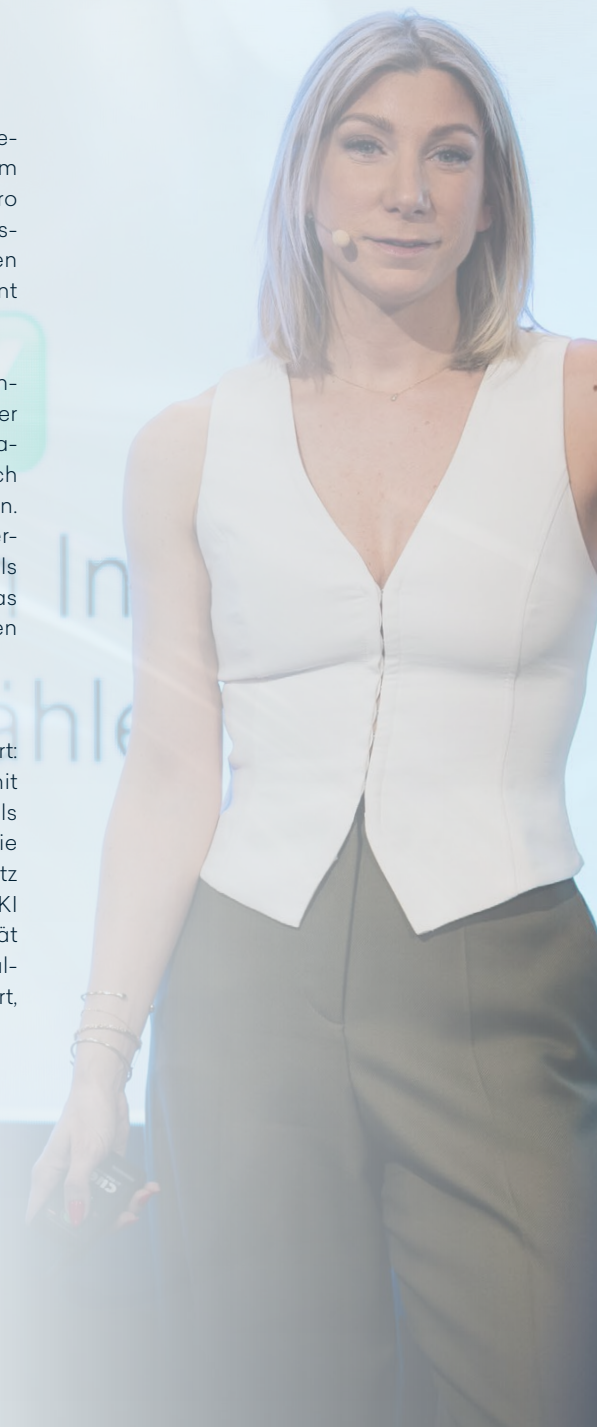
TikTok als Verkaufsplattform

Ein neuer Player im Social-Commerce-Universum ist der TikTok-Shop. Vor allem Produkte zwischen drei und 30 Euro eigneten sich hier für eine direkte Transaktion. „Das ist ein Spielfeld, das Marken unbedingt ausprobieren sollten“, meint Schmitz.

Vertrauensbildung bleibe jedoch essenziell. Bei Kaufentscheidungen liege der höchste Einfluss bei „Relatable Personalities“, dicht gefolgt von Experten. Noch höher im Kurs: echte Kundenmeinungen. „61 Prozent der Befragten sagen, sie vertrauen realen Bewertungen mehr als Influencer-Werbung“, betont Schmitz. Das gelte es zu nutzen – etwa durch gezielten User-Generated Content.

Intimität statt Reichweite

Real ist das entscheidende Stichwort: Während 37 Prozent der Nutzer mit neuartigen, KI-generierten Avataren als „Influencer“ sympathisierten, bleibe die Skepsis insgesamt groß. Für Schmitz ist klar: „Community sind Menschen. KI wird niemals Intuition und Kreativität ersetzen.“ Was zähle, sei eine klare Haltung – und Nähe, die nicht nur inszeniert, sondern gelebt werde.





KEYNOTE/ DINNER SPEECH

EUROPA STEHT VOR EINEM EPOCHENBRUCH

Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin

„2025 – ist das der nächste Epochenbruch?“ ...

Diese brisante Frage stellt der Philosoph Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin beim ThinkFWD Summit von Hauck Aufhäuser Lampe in den Raum bzw. in die ThinkFWD Arena. Die Antwort gibt er selbst, und die fällt alarmierend aus: Europa droht in einer neuen multipolaren Weltordnung marginalisiert zu werden. Es sei denn, der Kontinent findet schnell eine neue Rolle.

Die Jahre 1453, 1648, 1914, 1990 – und jetzt 2025? Der Münchener Philosoph und ehemalige Kulturstatsminister Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin reiht beim ThinkFWD Summit in Berlin die aktuellen Umbrüche in eine Liste historischer Epochenbrüche ein. Seine provokante These: Das Jahr 2025 könnte als jener Moment in die Geschichte eingehen, in dem eine 500-jährige westliche Vormachtstellung endgültig zu Ende ging.

Was diese historische Einordnung so brisant macht, erklärt sich für Nida-Rümelin aus einem grundlegenden Problem der Gegenwart: dem zunehmenden Verlust gemeinsamer Wahrheiten. Seine prägnante Diagnose: „Jeder kann eine eigene Meinung haben, aber keine eigenen Fakten.“ Die Suche nach dem, „was wirklich der Fall ist“, werde jedoch immer schwieriger in einer Welt des Realitätsverlusts – und erschwere damit rationale politische Entscheidungen.

Historische Epochenbrüche als Analyserahmen

Um die Tragweite der aktuellen Situation zu verdeutlichen, greift der Philosoph auf historische Parallelen zurück und identifiziert mehrere Epochenbrüche der Vergangenheit. Als Beispiele nennt er den Fall Konstantinopels 1453, den Westfälischen Frieden 1648, den Beginn des Ersten Weltkriegs 1914 und das Ende der bipolaren Weltordnung 1990. Besonders den Westfälischen Frieden hebt Nida-Rümelin als Modell für heutige Herausforderungen hervor: „Da wird der 30-jährige Konfessions- und Bürgerkrieg beendet, die Opferzahl ist größer als bei beiden Weltkriegen zusammen, es funktioniert nichts mehr in Europa.“ Aus völligem Chaos sei damals ein neues Verständnis von Religion und Politik entstanden – der Beginn der Aufklärung mit dem Grundsatz, dass Religion nicht die Politik bestimmen dürfe.

Die verpasste Chance nach 1990

Diese historische Erfahrung macht den Blick auf die jüngste Vergangenheit umso aufschlussreicher. Nach dem Kollaps der bipolaren Weltordnung 1990 sah der Westen zunächst eine einmalige Chance zur Weltgestaltung nach liberalen Regeln. Diese Gelegenheit wurde laut Nida-Rümelins Analyse vergeben. Die hegemoniale US-Strategie folgte der Logik: Wenn wir schon die Welt gestalten können, dann sollten wir verhindern, dass sich politische Systeme etablieren, die unseren Interessen zuwiderlaufen.

„Jeder kann eine eigene Meinung haben, aber keine eigenen Fakten.“

Prof. Dr. Julian Nida-Rümelin

Philosoph, Staatsminister a. D.

Die Folge sei eine „Rosskur der Entstaatlichung“ gewesen, gepaart mit humanitären Interventionen und der Förderung des arabischen Frühlings. „Damit entsteht der Imperial Overstretch, die Vormacht des Westens überreizt also massiv“, analysiert der Philosoph. Paradoxerweise habe der Westen in diesem Zuge Milliarden an Geldern in solche Gruppen investiert, durch die er sich mehr Kontrolle versprochen hatte – und die später für die Anschläge vom 11. September 2001 verantwortlich waren.

Die Philosophie hinter der Weltpolitik

Diese Fehlentscheidungen führt Nida-Rümelin auf mangelndes Verständnis philosophischer Grundlagen zurück. „Es sind oft philosophische Begriffe, die massiv auf die politische Praxis einwirken“, erklärt er seinem Publikum. Besonders in den USA sei die Außenpolitik ideologiegetrieben – ein Umstand, der große Denkfabriken zur Politikberatung hervorgebracht habe.

Der Philosoph unterscheidet zwischen der realistischen Schule, die Staaten wie Individuen im staatsfreien Raum betrachtet und nur Interessen kennt, und dem idealistischen Ansatz, der auf Kooperation setzt. Einen wichtigen Befund der Friedensforschung hebt er besonders hervor: „Es gibt eine Studie, die hat festgestellt, dass demokratische Staaten noch nie gegeneinander Krieg geführt haben.“

Demokratien als natürliche Friedensstifter

Die Erklärung für dieses Phänomen findet Nida-Rümelin in Immanuel Kants Idee der „Publizität“: „Damit die, welche die Last des Krieges tragen müssen, selbst entscheiden können, ob sie das wollen.“ Dieses demokratische Prinzip der öffentlichen Rechenschaftspflicht wirke als natürlicher Kriegsverhinderer. Daraus hätten sich in den USA zwei moderne Strömungen entwickelt: die liberale Theorie, die sich an Menschenrechten und universellen Normen orientiert, und die Neokonservativen mit ihrem „America First“-Ansatz.

Vor diesem theoretischen Hintergrund interpretiert Nida-Rümelin den Amtsantritt von Donald Trump als Höhepunkt einer längeren Entwicklung: „Jetzt kulminiert, was sich schon lange angekündigt hatte: Es endet eine globale Ordnung, die durch eine Macht geprägt war.“ Trump sei zwar „erratisch und untragbar“, aber hinter seiner Außenpolitik stehe ein klares Konzept – die Rückkehr zum Realismus der klassischen Machtpolitik.

Trump 2.0 und die Theorie der drei Revisionisten

Zur Einordnung dieser Entwicklung greift Nida-Rümelin auf eine seiner zentralen Theorien zurück: „Wir haben es mit drei revisionistischen Großmächten zu tun: den USA, Russland und China, die schon seit geraumer Zeit mit dem Status quo unzufrieden sind und diesen zu ihren Gunsten verändern wollen.“ Diese Analyse, die der Philosoph in seinen jüngsten Arbeiten zur Geopolitik entwickelt hat, erklärt die aktuellen Spannungen als Ausdruck eines fundamentalen Systemwandels.

Ergänzend zu dieser amerikanischen Wende beobachtet der Philosoph ähnliche Tendenzen bei den anderen Großmächten: Russland sei zurückgekehrt zu einer „hyperrealistischen Ideologie“, die eine Vormacht der slawisch-orthodox geprägten Welt anstrebe. China verfolge eine analoge Strategie des Hyperrealismus und der Eigenständigkeit.

Europas Dilemma zwischen den Großmächten

Angesichts dieser dreifachen Herausforderung warnt Nida-Rümelin Europa vor nostalgischen Illusionen: „Wenn Europa den Fehler macht, das wiederherzustellen [gemeint ist die alte, westlich dominierte Weltordnung], dann wird Europa marginalisiert.“

Und Europa ist gegenwärtig vergleichsweise schwach.“ Der Versuch, die unipolare Ordnung der 1990er-Jahre zu restaurieren, sei angesichts der neuen Machtverhältnisse zum Scheitern verurteilt.

Er skizziert zwei mögliche Szenarien für die Zukunft: eine neue, hegemoniale Ordnung mit Einflusszonen der großen Mächte, bei der Europa „zwischen die Mühlsteine“ gerate, oder eine Rückkehr zur Realpolitik nach dem Vorbild des Westfälischen Friedens, die eine friedliche Koexistenz unterschiedlicher Systeme ermögliche.

Europa als Friedensmacht

Die zweite Option favorisiert der Philosoph eindeutig: „Wir kehren zurück zur Realpolitik der internationalen Beziehungen, die minimale Standards einhält, und finden einen Modus Vivendi einer immer mehr pluralistischen Welt.“ Dies werde zwar nicht leicht werden, da der Westen derzeit ein anderes Mindset habe, biete aber die Chance einer stärkeren Verflechtung der Weltwirtschaft und der Eindämmung von Kriegsrisiken.

In diesem Szenario könnte Europa eine Schlüsselrolle als „Friedensmacht“ übernehmen – ein Konzept, das Nida-Rümelin

in seinen jüngsten Arbeiten zur europäischen Geopolitik entwickelt hat. Europa verfüge über die historische Erfahrung friedlicher Konfliktbeilegung und könnte als Vermittler zwischen den konkurrierenden Großmächten fungieren. „Das ist Westfälischer Friede“, betont er mit Verweis auf das erfolgreiche Modell von 1648, das Europa nach dem verheerenden Dreißigjährigen Krieg befriedet hatte.

Trotz aller Herausforderungen schließt Nida-Rümelin optimistisch: „Es müsste doch mit dem Teufel zugehen, wenn uns das nicht wieder gelingt.“ Seine Botschaft an das Publikum des ThinkFWD Summits ist eindeutig: Europa muss sich der neuen multipolaren Realität stellen und aktiv an der Gestaltung einer friedlichen Koexistenz der Großmächte mitwirken.



LAUFEN, LERNEN, LACHEN

Die Kunst, gesund zu leben

Nils Behrens

Goldene Lampen, dunkles Holz, Art-déco-Atmosphäre:

Das Bellboy in Berlin-Mitte bildet den Rahmen für das abendliche Seated Dinner beim ThinkFWD Summit 2025 der Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank. Inmitten dieser besonderen Kulisse richtet sich Nils Behrens an die rund 150 Gäste. In einer Rede, die zwischen Alltagsbeobachtung und gesundheitswissenschaftlichem Impuls wechselt, spricht der Gesundheitsexperte und Chief Brand Officer von Sunday Natural über Langlebigkeit, körperliche und mentale Balance sowie darüber, wie Entscheidungen unser Leben formen.

Longevity ist irreführend: Zu Beginn seiner Rede nimmt Behrens den Begriff selbst ins Visier. Die Vorstellung, einfach nur älter zu werden, sei für ihn kein wünschenswertes Ziel. „Wer möchte schon möglichst viele Jahre mit einem Rollator verbringen?“, fragt er in die Runde. Es gehe bei Longevity nicht um Lebensverlängerung um jeden Preis, sondern um den Erhalt der Lebensqualität. Es gehe um Gesundheit, um Mobilität, um Entscheidungsfreiheit, um Energie im Alltag.

Behrens spricht von dem Wunsch, so lange wie möglich in einem Zustand zu leben, den man als lebenswert empfinde. Nicht das Alter an sich stehe im Fokus, sondern die Fähigkeit, mit körperlicher und geistiger Unversehrtheit am Leben teilzunehmen. In diesem Sinne sei Gesundheit ein Synonym für Freiheit.



Vier Säulen für ein langes, gutes Leben

In der Folge entwirft Behrens vier Prinzipien, die er als die „Säulen der Longevity“ bezeichnet. Den Anfang mache die Bewegung: Körperliche Aktivität, insbesondere der Erhalt von Muskulatur, sei für ihn die wichtigste Voraussetzung für gesundes Altern. Werde diese nicht trainiert, gehe körperliche Leistungsfähigkeit verloren. Dies geschehe nicht schlagartig, sondern schleichend.

Dabei gibt er den Gästen des Dinners einen so einfachen wie logischen Tipp, um dieser Entwicklung entgegenzuwirken: ein Liegestütz pro Tag. Natürlich ver helfe dieser allein nicht zur Steigerung der körperlichen Aktivität, „aber wenn man schon einmal am Boden ist, dann macht man meistens mehr“, sagt Behrens mit einem Augenzwinkern.

An zweiter Stelle nennt Behrens die Erholung. Sie sei besonders für Menschen mit hohen Leistungsansprüchen entscheidend. Wer viel arbeite oder Sport treibe, müsse auch lernen, Pausen zu setzen. Behrens erwähnt in diesem Zusammenhang das Phänomen ständiger Erreichbarkeit, das echten Fokus erschwere. „Erholung“, sagt er, „beginnt mit dem Entschluss, sich Zeit zu nehmen.“

Die dritte Säule ist für Behrens die mentale Fitness. Er unterscheidet diesen Begriff von der verbreiteten „Mental Health“-Rhetorik, die seiner Meinung nach häufig „pathologisiere“. Mentale Fitness bedeute vielmehr, mit hoher Reizdichte und Belastung umgehen zu können. In einer modernen Welt entstehe Stress auf vielfältige Weise, etwa durch familiäre Verpflichtungen, beruflichen Druck oder emotionale Belastungen. Die Herausforderung sei nicht, ihn zu vermeiden, sondern ihm mit innerer Stabilität zu begegnen.



Die letzte Säule bildet die Ernährung. Behrens spricht von der Bedeutung alltäglicher Entscheidungen – drei Mahlzeiten pro Tag bedeuteten drei Gelegenheiten und bewusste Entscheidungen, den eigenen Körper zu stärken oder zu schwächen. Der Konsum von Zucker, Transfetten und Alkohol ist laut Behrens ein wesentlicher Faktor für Entzündungsprozesse im Körper, die wiederum Alterung beschleunigten. Er nennt dies „inflammaging“ – ein Begriff, der Entzündung und Alterung miteinander verknüpft.

Balance statt Einschränkung

Behrens betont, dass ein bewusster Lebensstil nicht zwangsläufig auf Verzicht hinauslaufen muss. Vielmehr gehe es darum, Entscheidungen mit ihren Konsequenzen zu verstehen. Der Konsum von Alkohol beispielsweise sei gesellschaftlich tief verwurzelt. Doch wer sich für einen Lebensstil entscheide, solle sich über dessen Auswirkungen im Klaren sein. „Wenn ihr sagt: ‚Das ist es mir wert‘, dann ist das eine Entscheidung.“



Gegen Ende seiner Rede spricht Behrens über das Spannungsfeld zwischen Disziplin und Lebensfreude. Es sei nicht sinnvoll, sich durch gesundheitliche Vorsätze ein Leben aufzuerlegen, das man als Last empfinde. Wer glaube, durch den Verzicht auf alles Angenehme 120 Jahre alt zu werden, müsse sich fragen, ob ein solches Leben tatsächlich lebenswert sei. Lebensverlängerung ohne Lebensqualität sei nicht das Ziel.

Drei Worte zum Schluss

Zum Abschluss fasst Behrens seine Gedanken in drei einfachen Worten zusammen: „Laufen, lernen, lachen.“ Diese Formel stehe für seine persönliche Definition eines gelungenen Lebens. Laufen bedeute, aktiv zu sein und Bewegung als festen Bestandteil in den Alltag zu integrieren. Lernen heiße, neugierig zu bleiben sowie offen für neue Menschen und Perspektiven. Und Lachen symbolisiere soziale Bindung – das, was uns verbindet und uns emotional nährt.

NEXT GEN ADVISORY BOARD

von
Hauck Aufhäuser Lampe

Seit dem 1. Januar 2024 berät das Next Gen Advisory Board den Bereich Private & Corporate Banking der Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank AG. Der Fokus liegt auf der strategischen Ausrichtung des Wealth Managements der Zukunft – mit besonderem Blick auf die Bedürfnisse und Erwartungen der nächsten Kundengeneration.

Wir vereinen geballte Expertise für die Herausforderungen und Chancen von morgen. Mit namhaften Persönlichkeiten wie **Laura Bornmann, Nena Brockhaus, Dr. Lukas Kohler, Lara Kufferath, Dina Reit und Céline Flores Willers** haben wir ein Gremium geschaffen, das mit Know-how und Erfahrung die Zukunft aktiv gestaltet.

Die Mitglieder im Überblick

- **Laura Bornmann:** HR-Expertin und führende Stimme für New Work und New Leadership im Zeitalter Künstlicher Intelligenz
- **Nena Brockhaus:** Bestsellerautorin und Wirtschaftsjournalistin, bekannt für ihre pointierten Analysen und erfolgreichen Publikationen
- **Dr. Lukas Kohler:** Facharzt für Plastische und Ästhetische Chirurgie und Gründer von LVATE FACE AESTHETICS
- **Lara Kufferath:** Chief Executive Officer (CEO) der GKD Group; sie leitet das Familienunternehmen in vierter Generation.
- **Dina Reit:** Geschäftsführerin des Maschinenbauunternehmens SK Laser; sie leitet das Familienunternehmen in zweiter Generation.
- **Céline Flores Willers:** Gründerin und Chief Executive Officer (CEO) von The People Branding Company, führende Expertin für Personal Branding und Corporate Influencing

Weichenstellung für die nächste Generation

Das Next Gen Advisory Board liefert wertvolle Impulse zu Zukunftstrends, Digitalisierung und Innovation. Gemeinsam gestalten wir die Zukunft des Wealth Managements, um kommende Generationen optimal zu begleiten.

Mit diesem Beirat unterstreicht die Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank AG ihr Engagement, zukunftsweisende Lösungen zu entwickeln – für unsere Kunden von heute und morgen.



WEALTH MANAGEMENT vorausgedacht

Hauck Aufhäuser Lampe ist der kompetente Partner in sämtlichen Vermögensfragen. Die Privatbank begleitet ihre Kunden seit rund 230 Jahren in einer engen und vertrauensvollen Beziehung durch verschiedene Lebensphasen und oftmals bis in die nächste Generation. Als Privatbank der Moderne verbindet sie eine ausgezeichnete Expertise mit klassischen Privatbankwerten und modernen Technologien.

Die Teams der Bank folgen dem Grundsatz „Gemeinsam Werte schaffen“, nämlich die individuellen Werte der Kunden im beruflichen wie privaten Kontext. Das Ziel ist eine ganzheitliche Beratung von Unternehmern und Unternehmen genauso wie Familien und Privatpersonen sowie Family Offices, Stiftungen und Non-Profit-Organisationen. Dabei entwickelt das Bankhaus seine finanziellen Lösungen für dezidierte Anforderungen.

Das Leistungsspektrum umfasst einen ausgeprägten globalen Investmentansatz für liquide und illiquide Anlagen genauso wie flexible, kreative und individuelle Finanzierungslösungen für Privat- und Unternehmerkunden. Hinzu kommen exklusive Services in ganzheitlichen Fragestellungen wie etwa Vermögensnachfolge oder die Beratung zu Familiengesellschaften und Fondsgründungen sowie gesellschaftliches Engagement und Philanthropieberatung.

Hier scannen
und unsere Broschüre
Private & Corporate
Banking lesen.



Kontakt

Sophia Schelo
Next Gen Business Development

Telefon +49 89 2393-2523
Mobil +49 173 4812088
E-Mail Sophia.Schelo@hal-privatbank.com

AUSGEZEICHNET FÜR DAS BESTE NEXT GEN PRIVATE BANKING

2024



PRIVATE
BANKING AWARDS
DEUTSCHLAND
2024
WINNER

BESTES NEXTGEN PRIVATE BANKING
Hauck Aufhäuser
Lampe Privatbank AG



Hauck Aufhäuser Lampe Privatbank AG
Kaiserstraße 24
60311 Frankfurt am Main