



Fortsetzung

«Es gibt sehr viele Frauen...

Der Hype geht um zwei Dinge: Einerseits ist es wirklich ein gutes Produkt, in Sachen Zyklus-Tracken mit Abstand das Beste auf dem Markt. Es gibt sehr viele Frauen, die schwanger werden damit, und das spricht sich rum. Ein Hype wird aber nie durch ein Produkt allein generiert. Wir arbeiten auch an den richtigen Sachen. Viele Leute identifizieren sich stark mit unserer Vision, endlich Innovation in den Gesundheitsbereich zu bringen. Das ist es vor allem, was Zuspruch findet.

Hätten Sie sich je träumen lassen, dass Ava so abhebt?

Als wir nach der ersten klinischen Studie im Frühling 2016 Gewissheit hatten, dass die Technologie funktioniert, konnten wir uns das schon vorstellen. Aber wir kämpfen nach wie vor an 100 000 Ecken.

Eine Frau kann auch mit dem Thermometer die fruchtbaren Tage bestimmen. Was ist an der Ava-Methode besser, ausser dass sie bequemer ist?

Das Ava-Band, das man nachts trägt, bestimmt mithilfe verschiedener Sensoren die fruchtbaren Tage. Es misst, schon während sich der Körper auf den Eisprung vorbereitet, physiologische Parameter wie Pulsrate, Hauttemperatur oder Atemfrequenz. Insgesamt neun, nicht nur die Temperatur. Es erkennt so das fruchtbare Zeitfenster früher, in Echtzeit quasi, nicht erst, wenn die Temperatur steigt – das Zeichen, dass der Eisprung eigentlich vorbei ist. Kurz: Wir können fünf fruchtbare Tage bestimmen.

Neun Parameter: Das klingt eindrücklich.

Tönt fancy, ja.

Ist es bewiesen, dass mehr Parameter eine frühere Bestimmung möglich machen?

Es ist tatsächlich bewiesen. Wir haben im letzten Mai unser erstes Peer Review Journal im Online-Wissenschaftsmagazin «Scientific Reports» publiziert, allerdings nur bezüglich der Pulsrate. Für die anderen werden wir später publizie-

ren. Man sieht aber schon bei diesem genau die Früherkennung.

Die erste Studie am Unispital Zürich basiert auf einem Panel von 37 Frauen. Das ist nicht viel.

Was wir bei unserer Pilotstudie angeschaut haben, ist statistisch relevant, darum konnten wir mit dieser Zahl von «fünf fruchtbaren Tagen» raus, das war wichtig. Aber natürlich haben auch wir höhere Ansprüche. In der zweiten, im Anschluss an den Pilot seit 2016 laufenden Studie schauen wir jetzt über 1000 Zyklen an. Damit kommen wir langsam in die Grössenordnung von Pharmastudien.

Das erklärte Ziel ist es, Ava als Verhütungsmittel zu lancieren, als Alternative zur Pille. Das wäre ein Hit.

Ja, wir arbeiten daran, weil es grossartig wäre. Für mich ist es extrem wichtig, dorthin zu kommen. Man muss aber relativieren: Frauen haben fruchtbare Tage, das lässt sich nicht verhindern. Das heisst, als nicht hormonelle Verhütung werden wir hoffentlich die fruchtbaren Tage genau eingrenzen können und in diesen Tagen aufs Kondom verweisen. Aber wir sind keine Stand-alone-Verhütung.

Könntet Ihr diese Verantwortung tragen?

Wenn wir es machen, müssen wir es gut genug machen, das ist klar. Darum schliessen wir Verhütung im Moment auch komplett aus.

Wann wird es so weit sein?

Das kann nochmals Jahre gehen.

Es gibt schon eine App für die Temperaturmessmethode, die zertifiziert gleich sicher sein soll wie die Pille, aber nicht 250 Franken kostet wie Ava.

Naturcycles kostet 99 Dollar pro Jahr mit Thermometer. Aber die haben bis jetzt zu wenige Daten, deshalb machen sie zusätzliche Studien. Unsere Lösung ist besser, weil wir mehr Parameter berücksichtigen. Grundsätzlich finde ich, dass noch viel mehr Firmen an der Pillenalternative arbeiten sollten. Wir sind noch so weit weg von einem guten Resultat.

Bis jetzt hat Ihre Firma mehrere 10 000 Bänder verkauft, von denen jedes drei Millionen Datenpunkte pro Nacht misst. Geht es vor allem um die Daten?

«Viele Leute identifizieren sich stark mit unserer Vision, endlich Innovation in den Gesundheitsbereich zu bringen»

Unseren Nutzerinnen kaum.

Aber Ihrem Unternehmen?

Wir brauchen die anonymisierten Daten für unsere Forschung, wir wollen unseren Algorithmus verbessern, um noch präziser zu werden, und gleichzeitig machen wir auch klinische Untersuchungen. Aber wir verkaufen die Daten nicht. Darum würde ich sagen: Nein, stimmt nicht.

Gesundheitsdaten in diesen Mengen: Das ist Gold wert.

Das wäre so, wenn wir sie verkaufen würden. Aber solange wir den Grundsatz haben, dass wir sie nicht weitergeben, sind sie finanziell nicht viel wert. Und diesen Grundsatz können wir uns leisten, weil wir mit dem Verkauf des Armbands Umsatz generieren.

12,3 Millionen Franken hat Ihre Firma gesammelt. Sind schwarze Zahlen ein Thema?

Wir sind ein Start-up (lacht). Auf jeden Fall. Wir wollen dorthin, aber sind noch lange nicht dort.

Sprechen Sie über Umsatz?

Ava ist ja nicht an der Börse.

Nein. Wenn wir an der Börse sind, verrate ich es Ihnen (lacht).

Zurzeit sitzt das Portemonnaie der Investoren wieder recht locker, besonders im Gesundheitsbereich, scheint mir. Was ist Ihr Eindruck?

Ich war eben auf einem Panel bei JP Morgan in San Francisco, und da wurde darüber gesprochen, dass sich Digital Health Funding tatsächlich aufwärts bewegt. Aber es gibt auch Zweifel. Im Valley wird immer noch eher in Software- als in Health-Firmen investiert, weil Software-Firmen grossartige Börsengänge hingelegt haben in den letzten Jahren.

Dieses Marketing-Team in Kalifornien aufzubauen, war mutig. Hatten Sie keine Angst?

Ich habe mich sehr darauf gefreut. Man will in San Francisco wohnen, wenn man vorher in Indien war sowieso (lacht). Und alles ist organisch gewachsen. Hätte man mir vor zwei Jahren gesagt, dass wir jetzt 60 Leute haben, dann hätte ich gesagt, oh, das ist viel.

Was lieben Sie an San Francisco, im Vergleich zur Schweiz?

Ich habe dort ein breites Netzwerk von Frauen, die ebenfalls Start-ups

in unserer Grösse leiten. Der Austausch ist enorm wichtig.

Was raten Sie jungen Frauen, die in der Start-up-Szene erfolgreich sein möchten?

Das Wichtigste ist immer, den ersten Schritt zu machen. Sich einer Idee voll zu verpflichten. Danach geht es einfacher.

Ihre Firma sagt, Ava helfe Frauen, ihren Körper besser kennen zu lernen. Passiert nicht das Gegenteil, wenn die Selbstbeobachtung an einen Algorithmus abgegeben wird?

Wir haben viele Kundinnen, die sehr bewandert sind, etwa in Sachen Cervix-Schleimmessung, und Ava zusätzlich verwenden, weil sie damit auf neue Erkenntnisse kommen.

Sie sind das Gesicht von Ava, sind aber weder CEO noch haben Sie die Idee mitgeboren. Dies hat ein Männerteam gemacht, zu dem Sie erst später stiessen. Das ist clever, aber nicht ganz fair.

Fair oder nicht fair, mein Gott, wir haben die Firma zusammen gegründet, wir haben beschlossen, dass ich PR mache. Und ich mach das gut, meine Mitgründer ihren Job auch. Und das funktioniert.

Hätten Ihre Mitgründer auch Sie gewählt, wenn es um ein Fitness-Band gegangen wäre?

Natürlich. Und anzunehmen, dass es nicht so wäre, wäre Sexismus.

Und warum haben Sie sich für Ava entschieden?

Weil ich eine Passion habe für Frauenförderung. Ava hat diese Passion ideal kombiniert mit einem Business.

Sie machen sich ja auch öffentlich für mehr Frauen in der Start-up-Szene stark.

Ja, es gibt zu wenig Gründerinnen und zu wenig weibliche Start-up-Angestellte. Wir haben ein grosses Problem in der Schweiz, aber auch im Valley – und nicht nur in der Start-up-Industrie. Und die Frage, die Sie vorher gestellt haben, käme nicht, wenn mehr Frauen in Start-ups wären. Ich reagiere so emotional, weil das nicht mehr passieren darf... Mein Gott, wir müssen damit aufhören.

Sie hatten schon mit 22 Jahren Ihr erstes Start-up,

eine Schokoladefabrik in Bangalore. Wie kam es dazu?

Ich war im Austausch in Kanada und sah ein Schoggikonzzept, das ich spannend fand, da konnte man reinsitzen, ganz lustig. Zurück in der Schweiz, wollte ich eine Firma eröffnen, die etwas Ähnliches macht, und habe für meine Bachelor-Arbeit einen Businessplan geschrieben, um schliesslich festzustellen, dass es mich eine Million kosten würde. Später lernte ich beim Master in Entrepreneurship meine Mitgründerin kennen, und wir haben in China begonnen, an unserer Firma zu arbeiten. Wir haben damals mit einem Wasserkocher versucht, Milch für unsere erste heisse Schoggi zu kochen. Das war lustig. Zwei Wochen nach dem Master zog ich für eineinhalb Jahre nach Indien und baute die Firma auf.

Woher kommt der Trieb zum Unternehmertum?

Teilweise liegt er in der Familie, mein Mami hat ihre eigene Marketing-Beratungsfirma, und mein Papi ist im Pharmabereich tätig und hat inzwischen auch ein Start-up. So schliesst sich der Kreis (lacht).

Sie sind verheiratet. Ging damit ein Lebenstraum in Erfüllung?

Nein, ich wollte nie möglichst jung heiraten. Ich habe meinen Mann sehr früh, mit 15 Jahren, kennen gelernt. Und ich schätze mich glücklich, dass ich ihn so früh kennen gelernt habe. Er arbeitet mit Immobilien. Ich habe das Glück, jemanden gefunden zu haben, der spannend findet, was ich tue.

Wie reagiert er auf Ihren Erfolg?

Er findet das lustig. Er spielt mit viel grösseren Zahlen als wir und kommt damit nicht in die Zeitung.

Was interessiert Sie ausser Daten?

Ganz viele Dinge. Im Moment lese ich gerade ein Buch nach dem andern über Healthcare. Und sonst mache ich viel Sport, habe das Klettern entdeckt. Wir arbeiten, wir machen viel Sport, gehen viel essen. Mein Leben ist eigentlich nicht extrem interessant neben meiner Arbeit.

Brauchen Sie Ava für Ihre eigene Familienplanung?

Ich brauche Ava, aber will im Moment nicht schwanger werden.