

KONZERNLENKER

MEDIA

MOBILITY & LOGISTICS

INSURANCE

BANKING

HEALTH

INDUSTRY

ENERGY

RETAIL

INTERNET (GRÜNDER, TOP-MANAGER, ENABLER)

MICHAEL AUER



Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Departement Privat- und Anlagekunden, Raiffeisen Schweiz

Ihre Digitalisierungsinspiration? Der Wandel in der Medien- und Musikindustrie hin zur digitalen Dienstleistung zeigt, dass die Digitalisierung vor keiner Branche haltmacht und fundamentale Veränderung bringt.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Apple hat mit dem iPhone einen Grundstein für die Digitalisierung gelegt und den Alltag grundlegend verändert. Diese Initialzündung ermöglichte die gesellschaftlichen Veränderungen und diverse digitale Geschäftsmodelle.

Ihr „digitales“ Motto? Das Tempo nimmt weiter zu, und ein agiles Zusammenarbeiten interdisziplinärer Funktionen im Unternehmen wird essenziell. Dazu muss eine Kultur geschaffen werden, die die Digitalisierung als Chance sieht und keine Angst vor dem Scheitern hat. Nur so kann auf die Beschleunigung reagiert werden.

BEAT BACHMANN

Ihre Digitalisierungsinspiration? Elon Musk beeindruckt mich mit der Konsequenz, mit der er seine Ideen gegen alle Widerstände verfolgt und damit unter anderem die Digitalisierung der Automobilbranche prägt.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Apple hat mit dem iPhone eine Welle ins Rollen gebracht. Zahlreiche Tools helfen uns, vieles einfacher und schneller zu erledigen.

Ihre digitale Ambition? Mit Fokus auf die wesentlichen digitalen Themen die SHKB in die digitale Zukunft führen, Impact geht vor Quantität der Initiativen.

Ihr „digitales“ Motto? Querdenken und das „Ist“ loslassen, die Fülle an Inspirationsquellen nutzen.



Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Marktleistungen, Schaffhauser Kantonalbank

MARC BÜRKI



CEO, Swissquote

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Apple, das die Musik- und Filmindustrie revolutioniert hat. Konsumenten haben heute uneingeschränkten Zugang – entstanden durch die Dematerialisierung der Medien. WhatsApp ist noch ein Beispiel für Liberalisierung von Kommunikation.

Ihre grösste Freude? In der digitalen Zukunft freue ich mich auf die virtuelle Assistenz mit künstlicher Intelligenz, um das Tagesgeschäft zu vereinfachen, und auf Augmented Reality bzw. Mixed Reality.

Ihr „digitales“ Motto? Höre niemals auf, dich zu fragen, wie du Dinge machst, und erfinde dich immer wieder neu. Nur weil es gestern der beste oder einzige Weg war, muss man es heute nicht auch so machen. Verpasst man den Zug, dann kostet es einen viel Kraft und Zeit, diejenigen einzuholen, die aufgesprungen sind.

LUKAS CAMENZIND



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Privat- und Firmenkunden,
Schwyzer Kantonalbank

Ihre Digitalisierungsinspiration? Mich inspirieren Unternehmen, die bereit sind, das Risiko einzugehen, bekannte Pfade zu verlassen.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Unternehmen haben langfristig nur Überlebenschancen, wenn es gelingt, mit einem digitalen Geschäftsmodell nachhaltig Kundennutzen zu stiften und Geld zu verdienen. Mich beeindrucken Unternehmen, die damit marktfähig bleiben.

Ihr „digitales“ Motto? Digitalisierung ist viel mehr als ein IT-Projekt. Digitalisierung heisst Veränderung. Veränderungen bringen neue Dinge mit sich, mit denen wir lernen müssen umzugehen. Mein Motto lautet wie die Aussage von Charles Darwin: „Es ist nicht die stärkste Spezies, die überlebt, auch nicht die intelligenteste, es ist diejenige, die sich am ehesten dem Wandel anpassen kann.“

DR. MARIO CRAMERI

Ihre Digitalisierungsinspiration? Es gibt nicht das Ereignis an sich, eher Schwellen, die erreicht werden mussten, um dann in immenssem Tempo weitere Innovationen zu ermöglichen: etwa der Durchbruch des Internets, das Smartphone oder Artificial Intelligence.

Ihre digitale Ambition? Ich möchte die Credit Suisse Schweiz vollständig in die digitale Welt transformieren, wo wir uns ganz auf die Kunden ausrichten und personalisierte und relevante Informationen und Services bieten.

Ihre grösste Freude? Persönlich sehe ich grosses Potenzial in der künstlichen Intelligenz. Ich stelle mir vor, dass es bald eine Art Personal Bot gibt: einen Assistenten, den ich alles fragen kann, der meine Agenda im Überblick hat und mich im Alltag unterstützt.



Head IT & Operations Swiss Universal
Bank, Credit Suisse

PROF. DR. ANDREAS DIETRICH



Professor für Banking an der HSLU,
Verwaltungsrat, Luzerner Kantonalbank

Ihre Digitalisierungsinspiration? Unternehmen wie IBM Watson oder Apple.

Ihre grösste Freude? Die Vereinfachung des Lebens durch die Digitalisierung und die Unterstützung für alltägliche Lebenssituationen.

Ihr „digitales“ Motto? Digitalisierung soll in erster Linie als Chance verstanden werden, die sowohl durch Prozessoptimierungen, den besseren Gebrauch von Daten, einen neuen Umgang mit einer Community als auch neue, innovative und kundenfreundliche Möglichkeiten sowie zahlreiche verschiedene Stellhebel zur Weiterentwicklung des Geschäftsmodells bietet.

ARDIAN GJELOSHI



Mitgründer und Verwaltungsratspräsident, crowdhouse

Ihre Digitalisierungsinspiration? Elon Musk. Mit Paypal hat er die Bezahlung digitalisiert und später mit Tesla auch den Automarkt neu definiert. Das Setup ist dabei eine Digitalisierung für sich, weil das Auto mit Software laufend aktualisiert und das Fahren an sich digitalisiert wird.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Facebook. Plötzlich war es möglich, einen Menschen mit dem tatsächlichen Namen zu finden. Davor waren Internet-User nur mit fragwürdigen Nicknames registriert. Diese Transparenz bringt Menschen einander näher und erhöht ihre Bereitschaft, miteinander zu kommunizieren.

Ihre digitale Ambition? Mit crowdhouse wollen wir Investitionen in Immobilien mit nur einem Klick möglich machen. Dementsprechend wollen wir alle dafür nötigen Prozesse vollständig digitalisieren.

MARKUS GYGAX

Ihre Digitalisierungsinspiration? Als ich mein erstes iPhone in den Händen hielt und erste Apps genutzt hatte, wurde mir klar: Das Smartphone wird der Schlüssel zum Kunden und unser Verhalten verändern.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? In der Schweiz ist für mich Digitec/Galaxus ein Musterbeispiel dafür, wie sich ein Unternehmen durch ein überragendes digitales Erlebnis und perfekte End-to-End-Prozesse in einem gesättigten Markt differenzieren und ausserordentlich schnell wachsen kann.

Ihr „digitales“ Motto? Die digitale Transformation ist Chefsache, weshalb die Verantwortlichkeit für diese Themen in der Geschäftsleitung zu verankern sind.



CEO, Valiant Bank

BEAT HODEL



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Departement Marktservices,
Luzerner Kantonalbank

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Erfindung des Smartphones – dieses hat sich zu einem unserer wichtigsten Begleiter im Alltag entwickelt. Erst das Smartphone ermöglicht uns, die Vorteile der Digitalisierung immer und überall zu nutzen.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Alibaba Group: Die Mission „make it easy to do business anywhere“ verfolgt die Gruppe seit vielen Jahren.

Ihre digitale Ambition? Eine erfolgreiche digitale Transformation im Banking zusammen mit unseren Kunden.

Ihre grösste Freude? Auf eine Vielfalt von Produkten und Dienstleistungen zahlreicher Anbieter, die uns Komfort und Effizienz bringen.

CLAUDE HONEGGER



Group CIO, Credit Suisse

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Einige. Spontan Everledger, das durch Distributed Ledger Technology ein Register für Diamanten und Wertgegenstände geschaffen hat, um sie über den gesamten Lebenszyklus zu verfolgen. Es zeigt überzeugend, wie die Blockchain-Technologie zur Bekämpfung von Betrug und Schwarzhandel eingesetzt werden kann.

Ihre grösste Freude? In der digitalen Zukunft auf die Vereinfachung mühsamer und komplizierter Prozesse – so dass wir uns auf die wertschöpfenden oder unterhaltsamen Dinge konzentrieren können.

Ihr „digitales“ Motto? Nicht die Technologie sollte im Vordergrund stehen. Die Frage muss sein, was ich damit erreichen kann. Welches Problem kann ich lösen? Wie kann ich das Business-Modell vereinfachen und die Kundeninteraktion verbessern?

THIERRY KNEISSLER

Ihre Digitalisierungsinspiration? Als ich in einem Tesla probefahren ging und ich das Steuerrad loslassen sollte. Es brauchte zuerst Überwindung. Dann war es ungewohnt. Und nach einigen Minuten fühlte ich mich wohl. Das zeigt, dass Digitalisierung enorme Veränderungen bringt; emotional wie auch für unser Verhalten.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Airbnb: spannend, wie durch das Kombinieren von Bestehendem und dem Zusammenfassen in einer App ein neues, besseres und günstigeres Angebot entsteht.

Ihr „digitales“ Motto? Nicht analysieren, diskutieren, wollen, glauben und sollen, sondern machen. Die Zukunft in einer volatilen Welt gehört denen, die sie aktiv gestalten. Man wird Fehler machen. Aber das führt zu Fortschritt. Nichts tun heisst Rückschritt.



CEO, Twint

DR. PASCAL KORADI



Direktionspräsident,
Aargauische Kantonalbank

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die dramatische Veränderung des Konsumverhaltens durch die Etablierung des Smartphones.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Die Digitalisierung der Medien und des Wissensmanagements im Generellen.

Ihre digitale Ambition? Für unsere Kundschaft – auch mithilfe der neuen technologischen Möglichkeiten – komplexe Finanzbedürfnisse einfach zu lösen und damit deren massgebender Partner zu sein.

Ihre grösste Freude? Ich freue mich, dass es keine digitale Zukunft gibt; vielmehr zählt auch morgen die Beziehungskomponente, welche mit den neuen technologischen Möglichkeiten vermehrt und verbessert zur Geltung kommen kann.

ANDREAS KUBLI



Head Multichannel Management & Digitization, UBS Switzerland AG

Ihre Digitalisierungsinspiration? Vor 32 Jahren habe ich zusammen mit meinem Vater einen Macintosh Computer gekauft. Seither lässt mich das Thema Digitalisierung nicht mehr los.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Uber hat gezeigt, wie man zwei Nutzergruppen auf einer Plattform perfekt bedient und so ein wertvolles Ecosystem schafft. Es ist zwar immer noch Taxifahren, aber der Prozess ist für den Fahrer und den Kunden sehr viel einfacher geworden.

Ihr „digitales“ Motto? Zentral ist, dass man vom Kunden aus denkt und eine klare Strategie verfolgt. Dann braucht es Mut, einfach mal zu starten und laufend Verbesserungen vorzunehmen. Und schliesslich kann man nicht alles alleine machen.

ENRICO LARDELLI

Ihre Digitalisierungsinspiration? Leute wie Elon Musk. Seine Vision der Mobilität von morgen ist so beeindruckend, weil er sie umsetzt. Er redet nicht nur, er schafft!

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Nicht einzelne Firmen, sondern die Vielzahl. Konkret aber beeindruckend sind die Vorreiter der Branchen wie eBay, Amazon, mBank oder auch Digitec.

Ihre digitale Ambition? Die nächste Geländekammer für unser Unternehmen zu erreichen. Das ist nur möglich, wenn wir es schaffen, die Entwicklungen zu verstehen und die Welt von morgen zu skizzieren.

Ihr „digitales“ Motto? Es ist nicht schwer, neue Ideen totzureden. Die Herausforderung ist, sie zum Funktionieren zu bringen.



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Geschäftseinheit IT/Operations,
Graubündner Kantonalbank

DR. KURT MÄDER



Mitglied der Gruppenleitung,
Group COO, Liechtensteinische
Landesbank AG

Ihre Digitalisierungsinspiration? Steve Jobs. Er hat gezeigt, dass die Erfindung von neuen Technologien den kompetitiven Vorteil nicht alleine schafft, sondern dass das Erkennen und Umsetzen von disruptiven Geschäftsmodellen mindestens so wichtig ist.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Amazon hat mich beeindruckt, weil es den Buchhandel neu gedacht und damit auch umgewälzt hat. Die noch beinahe grössere Leistung scheint mir in der Abstraktion des Geschäftsmodells hin zum digitalen Marktplatz zu sein. Ähnliche Modelle erwarte ich auch in der Finanzindustrie. Die Frage, wie sich ein Unternehmen wie die LLB-Gruppe dieser Herausforderung stellt und sich in den neuen Ökosystemen positioniert, treibt mich aktuell ganz besonders um.

DR. BEAT OBERLIN



ehemals CEO Basellandschaftliche Kantonalbank, verschiedene VR-Mandate im Finanz- und Gesundheitsbereich

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Einkaufsmalls sind Vorbilder für den digitalen Marktplatz oder Eco-Systeme. Disruptionen der Musikindustrie mit Napster und iTunes sind klare Botschaften. Und Apple-Pay oder Ali-Pay zeigen die Geschwindigkeit des Wandels.

Ihre digitale Ambition? Die Erfahrung aus der analogen mit den Möglichkeiten der digitalen Welt zu kombinieren. Mein Fokus liegt auf der Gestaltung von Marktplätzen entlang von Lebensereignissen.

Ihr „digitales“ Motto? Die Freude an der Veränderung sowie das Nutzen von Technik und Analytik, das Eingehen von Partnerschaften auf Augenhöhe, die Innovation als Kernelement der Unternehmensführung verstehen, das Denken in Netzwerken statt Hierarchien und das Ersetzen von aufwendigen Business Cases durch etwas mehr Trial & Error.

HANSPETER RHYNER

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Erkenntnis, dass uns im Kerngeschäft unserer Unternehmung die Erträge wegbrechen werden, legte den Grundstein für die Digitalisierungsstrategie. Wir suchten nach Möglichkeiten, neue risikoarme Ertragsquellen zu erschliessen. Die erste echte Online-Hypothek hypomat.ch war geboren.

Ihre digitale Ambition? Mit der Nutzung von Big-Data-Technologie in Kombination mit Predictive Analytics sollte es bald gelingen, die Erwartungen und Wünsche unserer Kunden noch schneller und präziser zu erkennen.

Ihr „digitales“ Motto? Ich empfehle, sich nach dem chinesischen Sprichwort zu verhalten: „Bläst dir der Wind der Veränderung entgegen, baue nicht Mauern, sondern Windmühlen.“



CEO, Glarner Kantonalbank

BÉATRICE SIDLER-GISLER



Mitglied der Geschäftsleitung, Stv. Direktorin, Leiterin Segment Marktsupport, Obwaldner Kantonalbank

Ihre Digitalisierungsinspiration? Unauffällig hat sich Booking.com zum führenden „Online-Reisebüro“ entwickelt. Das zeigt, wie schnell sich Marktbedingungen und Spielregeln ändern können.

Ihre digitale Ambition? Unternehmen sind heute herausgefordert, mit der Geschwindigkeit der Entwicklungen Schritt zu halten. Vom Management sind Agilität und Mut gefordert und ein neuer Umgang mit dem Ungewissen. So lautet eine meiner digitalen Ambitionen „Navigating the unknown“, das aber stets wohl überlegt und fokussiert.

Ihre grösste Freude? Dass einem dank künstlicher Intelligenz, bequemer und schnelleren Prozessen mehr Zeit fürs Wesentliche bleibt; etwa für den Händedruck, den kein digitales Medium ersetzt. Digitalisierung ist für mich kein Widerspruch zum persönlichen Austausch.

CHRISTOPH WILLE



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Vertriebskanäle, Valiant Bank

Ihre Digitalisierungsinspiration? IBM Watson – er machte erstmals greifbar, was bislang nur in Sciencefiction zu sehen war; künstliche Intelligenz, die aus Unmengen an unstrukturierten Daten Zusammenhänge erkennen kann und binnen Sekunden in natürlicher Sprache wiedergibt.

Ihre digitale Ambition? Bankenlösungen entwickeln, die nicht nur einfach verständlich und bedienbar sind, sondern auch Spass machen – mit dem Ziel, Mehrwert zu schaffen. Zudem will ich digitale Marktplätze schaffen, wo Valiant eine relevante Rolle spielen kann.

Ihr „digitales“ Motto? Mit Digitalisierung sollten wir „Probleme“ wirklich lösen, einen echten Mehrwert generieren. Herausfinden, ob das einem gelingt, kann man mit Fast Prototyping, der Umsetzung von Minimal Viable Products und Kundentests.

THOMAS ZEEB

Ihre digitale Ambition? Die Umsetzung von Innovationen, die unseren Kunden einen substanziellen Mehrwert bringen. Das kann nur aus dem Geschäftsmodell kommen und wird durch die Digitalisierung unterstützt.

Ihre grösste Freude? Ich bin überzeugt, dass wir am Anfang der Konvergenz von Technologie und traditionellen Arbeitsprozessen sind, worin die Rolle des Menschen hervorgehoben wird. Nur dann werden wir die ethischen und gesellschaftlichen Themen bewältigen, die uns beschäftigen. Die IT wird hier eine grosse, unterstützende Rolle spielen.

Ihr „digitales“ Motto? Wichtig ist, Mut zur Risikobereitschaft zu haben und sich der Aufnahme neuer Geschäfts- und Geschäftsmodelle zu stellen, um die Zukunft aktiv zu gestalten.



Mitglied der Konzernleitung,
Division CEO, SIX Securities Services

ROBERTO ZIMMERMANN



Leiter Privatkundengeschäft,
Schaffhauser Kantonbank

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Erfindung des Internets. Dies hat die Gesellschaft, unser Kommunikationsverhalten und das tägliche Arbeiten stark verändert.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Tesla schafft einen hohen Kundennutzen mit fortschrittlicher Technologie und tollem Design. Die Fahrzeuge werden mit Software-Updates verbessert. Die Leistungen werden auf den Nutzer zugeschnitten und können jederzeit überall ausgeliefert werden.

Ihr „digitales“ Motto? Digitalisierung ist keine Option, sondern eine Notwendigkeit. Unternehmen, welche nicht in Digitalisierung investieren, werden bald feststellen, dass ihre Kunden „ausgelogged“ sind.