

KONZERNLENKER

MEDIA

MOBILITY & LOGISTICS

INSURANCE

BANKING

HEALTH

INDUSTRY

ENERGY

RETAIL

INTERNET (GRÜNDER, TOP-MANAGER, ENABLER)

OTTO BITTERLI



Präsident des Verwaltungsrates,
Sanitas Gruppe

Ihre Digitalisierungsinspiration? Dass Marketing mit der Digitalisierung messbar wird, in Echtzeit geschaltet und individualisiert ausgespielt werden kann. Mit wenigen in der Versicherungsindustrie haben wir in Gesprächen die „Welt der neuen Möglichkeiten“ gesponnen – das war toll!

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Uber: Hindernisse wie Verkehrschaos und Verfügbarkeit konnten mit einem genialen Ansatz von Shared Economy und Social Collaboration massiv reduziert werden.

Ihr „digitales“ Motto? Es gibt keine Zukunft ohne Geschichte. Dies ist wichtig, wenn man sich auf die digitale Reise begibt. Jede Unternehmung muss den eigenen, individuellen Weg in die digitale Zukunft finden. Ich halte nichts von den allumfassenden „Patentrezepten“.

EMANUELE DIQUATTRO

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Unternehmen, die durch ihre Lösungen nicht nur innovative Technologien und Lösungen verwendet haben, sondern auch das gesellschaftliche Verhalten nachhaltig verändern bzw. beeinflussen. Etwa Airbnb und Sharoo. Der Anspruch an Eigentum und der Wille zu teilen (Sharing Economy) werden durch solche Unternehmen geprägt.

Ihre digitale Ambition? Durch die intelligente Nutzung und Kombination der technologischen Möglichkeiten dem Kunden entlang seiner Bedürfnisse die vollständige Personalisierung (Segment of One) für jegliche Interaktionen zu bieten.

Ihr „digitales“ Motto? Lieber heute eine Antwort suchen als morgen keine haben.



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Vertrieb & Marketing,
Sanitas Krankenversicherung

MARCEL FRIKART



Co-Founder & CEO, BODYGEE

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Integrative oder kooperative Modelle, also nicht einfach bestehende Geschäftsprozesse digitalisieren oder in die Cloud bringen, sondern etwas komplett Neues erschaffen.

Ihre digitale Ambition? Heute lassen sich viele Lösungen mit weniger Aufwand und schneller realisieren. Das sollten wir mehr nutzen. Ich möchte bestehende Lösungen vernetzen und in höherwertige integrieren.

Ihr „digitales“ Motto? In Lösungen denken. Hierbei analysieren, ob eine digitale Lösung Vorteile hat gegenüber einem konventionellen Ansatz. Falls dem so ist, sieht man primär die Chancen und nicht die Gefahren. Drohnen? Gefährlich, laut, unnötig, Spielzeug etc. Wenn aber der Landwirt seine Felder per Drohne abfliegen kann, um das Wild zu erkennen, muss er nicht mehr zu Fuss durchs Feld und spart Zeit.

DR. MARCEL GMÜNDER



Global Head Roche Diabetes Care,
Roche

Ihre Digitalisierungsinspiration? Ich war bei einer Indienreise beeindruckt von der Zahl der Smartphone-Nutzer. Laut einem UN-Bericht haben sogar mehr Menschen in Indien Zugang zu einem Smartphone als zu einer Toilette. Zugleich ist Indien nach China das Land mit der zweithöchsten Diabetes-Prävalenz weltweit und der zweithöchsten Zahl an Kindern mit Typ-1-Diabetes. Das hat mir das Potenzial und die Wichtigkeit vor Augen geführt, digitale Lösungen im Bereich Diabetes zu entwickeln. Die Digitalisierung gibt uns neue Möglichkeiten, direkt mit Patienten zu interagieren und ganz neue Daten, Entscheidungshilfen und Unterstützung zur Verfügung zu stellen.

Ihre grösste Freude? Dass die Algorithmen bald so intelligent werden, dass Ereignisse vorhergesagt werden und zur Vorsorge und nicht nur im Nachhinein zur Therapie genutzt werden können.

MARTIN GRIEDER

Ihre Digitalisierungsinspiration? Steve Jobs und die Biographie von Isaacson, weil sie eindrücklich zeigt, wie Jobs paranoid war in Bezug auf „simple and seamless consumer experience“.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Alle, die bestehende Geschäftsmodelle um Faktor X vereinfachen: Uber, Booking, SBB, Tinder.

Ihre digitale Ambition? Mit online vernetzten Hörgeräten in Kombination von Big-Data-Expert-Systemen die „Hearing Performance“ unserer Hörgeräte signifikant verbessern und Millionen Menschen besser mit ihren Freunden und Familien verbinden.

Ihr „digitales“ Motto? Have a ruthless focus on the simple, intuitive and seamless user experience and success will follow.



Mitglied der Geschäftsleitung,
Group Vice President Marketing, Sonova

LOTHAR HEINTEL



Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter
Geschäftsbereich Online & IT, Sympany

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Airlines. Einerseits der generelle Channel Shift auf digitale Modelle bei Booking, Check-in und Inflight-Produkten, andererseits das konsequente Aufbrechen von altem Silo-denken (erst das Ticket verkaufen, dann den Sitzplatz zuteilen...).

Ihre digitale Ambition? In der Schweizer Assekuranz – speziell in der Krankenversicherung – neben den digitalen Kanälen im Bereich Bestandskundenbetreuung über Portale und Apps einen „reinen“ Online-Verkaufsprozess als Alternative für den Kunden etablieren.

Ihr „digitales“ Motto? 1. Der Kunde möchte den Kanal selbst wählen. 2. In kleinen Schritten die Digitalisierung vorantreiben. 3. Von anderen Branchen und Märkten lernen. 4. Der Kundennutzen ist höher zu gewichten als die eigene Effizienzsteigerung.

DR. STEFAN PLEISCH



Mitglied der Geschäftsleitung, CIO,
CONCORDIA

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Beeindruckt bin ich vor allem von Unternehmen, die den Schritt zur kompletten Digitalisierung trotz grosser Legacy-Anwendungen in einem stark regulierten Umfeld geschafft haben.

Ihre digitale Ambition? Spannend sind insbesondere die Bereiche Digitalisierung der Kundenschnittstelle und neue Geschäftsmodelle, basierend auf der Digitalisierung.

Ihr „digitales“ Motto? Es gibt viele verschiedene digitale Initiativen, Start-ups, Ideen etc. Dabei gilt es, die Spreu vom Weizen zu trennen und sich auf die Herausforderungen mit dem grössten Businessnutzen zu konzentrieren, abhängig von Branche und Marktumfeld.

DANIEL ROCHAT

Ihre Digitalisierungsinspiration? Es waren nicht einzelne Personen oder Ereignisse. Aber die Tatsache, dass etablierte Branchen und Märkte durch die Digitalisierung innerhalb kürzester Zeit einen fundamentalen Wandel erlebt haben, ist Inspiration genug, um sich intensiv mit dem Thema zu beschäftigen.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Apple – ein Unternehmen, das immer wieder digitale Entwicklung früher als andere erkannt hat und mit seinen Produkten unser Leben einschneidend verändert hat.

Ihre digitale Ambition? Die Digitalisierung wird die medizinische Versorgung von uns allen verändern. Der Patient von morgen wird seine Gesundheitsversorgung durch digitale Angebote kompetenter und eigenverantwortlicher mitgestalten. Hier wollen wir unsere Kunden unterstützen.



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Departement Leistungen, SWICA

BRUNO SCHEFER



CEO, Cosanum

Ihre Digitalisierungsinspiration? Ganz besonders inspiriert mich seit langem Larry Page, respektive das von ihm gegründete Google. Was er in so kurzer Zeit geschaffen hat, ist absolut, radikal, outstanding. Im Prinzip hat er einen Wissenspool für die ganze Welt geschaffen und dabei eine Entwicklungsplattform für die meisten Geschäfte geschaffen.

Ihre digitale Ambition? Im Gesundheitssektor als Lieferant und Logistiker die führende Gesellschaft in Bezug auf Digitalisierung sein und damit die Prozesskosten in diesem Sektor massiv senken zu können.

Ihre grösste Freude? Selbstfahrendes Auto!

Ihr „digitales“ Motto? Digitale Champions an Bord holen – sie dürfen auch 20 Jahre alt sein ...

RETO SCHEGG



CEO, healthbank

Ihre Digitalisierungsinspiration? Big Data ist zwar in aller Munde, Stand heute werden die gesammelten Daten aber praktisch nicht genutzt. Aus der Vernetzung und Nutzbarmachung dieser Daten können jedoch völlig neue Technologien und Geschäftsmodelle resultieren, die Mehrwerte für alle Beteiligten schaffen.

Ihre digitale Ambition? Healthbank möchte die unterschiedlichsten Daten aus der Gesundheitsversorgung, aus Prävention und Lifestyle zusammenführen und dadurch einer möglichst breiten Bevölkerungsschicht eine bessere und kostengünstigere Gesundheitsversorgung ermöglichen.

Ihr „digitales“ Motto? Digitalisierung ist kein Selbstzweck. Erfolg wird künftig nur der haben, der den Menschen und Kunden ins Zentrum seiner Betrachtung stellt und digitale Lösungen für dessen Bedürfnisse bietet.

STEFAN SCHENA

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Swisscom. Ihre Produktwelt ist durchgängig kunden- und prozessorientiert. Zudem steht der Servicegedanke weit oben. Auch das Gegensätzliche in ihren Shops gefällt mir: das digitale Angebot und der Auftritt im Retrostil.

Ihre digitale Ambition? Für mich steht Omnichanneling im Zentrum: Dank der Digitalisierung auf allen Kanälen möchten wir dem Kunden ein starkes Erlebnis bieten, das ihn langfristig ans Unternehmen bindet. Die Digitalisierung hilft uns auch, auf die verschiedenen Kundenbedürfnisse effizient einzugehen.

Ihr „digitales“ Motto? Wenn du die einzelnen Abläufe / Prozesse im Unternehmen verstehst, kannst du auch die Kosten optimieren und dabei den Kunden stets im Fokus behalten.



Vorsitzender der Geschäftsleitung, ÖKK

DR. STEFAN SCHERRER



CIO, Suva

Ihre Digitalisierungsinspiration? Stephan Dünki: vor 23 Jahren bei der CSS Versicherung neu verantwortlich für das Leistungsmanagement und heute bei der Suva für Business IT für das Schadenmanagement zuständig. Seine damalige Vision, mit Ärzten Rechnungen elektronisch auszutauschen und diese regelbasiert zu prüfen und zu verarbeiten, haben wir als Erste in der Schweiz vollautomatisiert umgesetzt. Dieses Projekt mit ihm zusammen leiten zu dürfen, selber wesentliche Teile zu entwickeln und einen soliden Business Case über viele Jahre zu realisieren, das war eine grossartige Erfahrung. Mitunter ist daraus ein ganzes Ökosystem für den Datenaustausch im Gesundheitswesen entstanden, unter anderem mit dem Forum Datenaustausch sowie der Medidata AG.

Ihre digitale Ambition? Ich weiss, wann du einen Unfall haben könntest. Ich beeinflusse dein Verhalten so, dass er wahrscheinlich nicht eintritt.

SANJAY SINGH



Mitglied der Konzernleitung, Leiter Leistungen und Produkte, CSS Versicherung

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Vorlesung von Peter Hinssen „Digital – the new normal“ während meines Senior Executive Programs an der London Business School. Das war für mich der Start, mich intensiv mit technologischen Entwicklungen und Geschäftsmodellveränderungen zu befassen und eigene Projekte zu initiieren.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Novartis. Ich durfte an einem Projekt mit Novartis zur Unterstützung von Patienten mit chronischer Herzinsuffizienz mitarbeiten. Die Offenheit für neue Lösungen, Zielstrebigkeit und Agilität war beeindruckend.

Ihre grösste Freude? Die Interaktionen mit innovativen Unternehmen und Menschen. Die Zukunft braucht aber viel harte Arbeit. Und man weiss nie, ob ein Konkurrent nicht schneller eine bessere Lösung hat.

KASPAR TRACHSEL

Ihre Digitalisierungsinspiration? Einen wichtigen Impuls gab mir vor mehr als zehn Jahren eine Vorlesung über das Internet der Dinge. Mich fasziniert seither die Idee von der Vernetzung von allem mit allem.

Ihre grösste Freude? Die Technologie-Demokratisierung, die dazu führt, dass auch KMU in einer digitalisierten Welt vorne mitspielen können. Persönlich freue ich mich besonders auf Innovationen, die Algorithmen und Menschenverstand in Einklang bringen.

Ihr „digitales“ Motto? Es braucht nebst einer von Business und IT geteilten Agenda das Bewusstsein, dass Digitalisierung einen Zyklus ausgelöst hat wie einst die Dampfmaschine. Der Veränderungswille muss mit einem digitalen Commitment von ganz oben implementiert und der Transformationsprozess mit langem Atem geführt werden.



Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Marketing und Vertrieb, Atupri Gesundheitsversicherung

LUKAS VOGT



Mitglied der Geschäftsleitung, Leiter Business Development, Sanitas Krankenversicherung

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Stadt Zug mit ihrer Bereitschaft, als Experiment neu auch Bitcoin als Zahlungsmittel zuzulassen – einfach so und mit gewaltigem Medienecho.

Ihre digitale Ambition? Mit digitalen Mitteln die Qualität von Angeboten im Gesundheitsmarkt für die Schweizer Bevölkerung exponentiell zu verbessern – zu einem radikal besseren Preis- / Leistungs-Verhältnis und unter Nutzung der rasant wachsenden Datenmengen.

Ihre grösste Freude? Die Möglichkeit, immer schneller und immer mehr technologische Möglichkeiten für praktisch alle Aspekte des Lebens zu erhalten, welche personalisiert auf mich eingehen – vom Gimmick bis zum Lebensretter.

MARTIN WETTSTEIN



Mitglied der Geschäftsleitung,
Departementsleiter Informatik, SWICA

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Frage: „Verkaufen wir Produkte oder Services?“ und die Einsicht, dass viel mehr Service ist als ein Produkt!

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Gjensidige Versicherung aus Norwegen, welche sich des Themas bereits 2009 angenommen hat und Service Design in den Mittelpunkt aller Aktivitäten gestellt hat.

Ihre digitale Ambition? SWICA bietet beste Kundenerfahrung, ob digital, telefonisch oder im persönlichen Gespräch.

Ihr „digitales“ Motto? Customer Journey, Service Design, End-to-End-Digitalisierung, und alles wird gut in diesem Marathon.

CHRISTOF ZÜRCHER

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Das Unternehmen Airbnb. Es wurde einfach, funktional und mit einer grossen Portion Mut realisiert!

Ihre digitale Ambition? Ich will dem Kunden die beste Dienstleistung bieten, egal auf welchem Kanal er mit uns in Kontakt tritt.

Ihr „digitales“ Motto? Bei der Umsetzung der digitalen Roadmap nie den Faktor Mitarbeiter vergessen.



CEO, Atupri Gesundheitsversicherung
