

KONZERNLENKER

MEDIA

MOBILITY & LOGISTICS

INSURANCE

BANKING

HEALTH

INDUSTRY

ENERGY

RETAIL

INTERNET (GRÜNDER, TOP-MANAGER, ENABLER)

THOMAS BAHC



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Aussendienst, Swiss Life

Ihre digitale Ambition? Bei 80 Prozent der Kundenaktivitäten digital präsent sein. Wir passen uns unseren Kunden an und nicht umgekehrt.

Ihre grösste Freude? Ich freue mich am meisten auf die künftigen Möglichkeiten, die durch die Digitalisierung entstehen. Sei es im privaten Bereich mit neuen Gadgets für Haus und Hobbies, bei gesundheitlichen Themen wie der längeren Lebenserwartung durch automatische Analysen und technische Unterstützung oder den neuen Möglichkeiten für unsere Kunden.

Ihr „digitales“ Motto? Die Digitalisierung findet statt, ob das jemandem gefällt oder nicht. Das bedingt auch einen kulturellen Wandel. Darum muss ein Unternehmen proaktiv agieren. Es ist besonders darauf zu achten, dass Businessprozesse und Digitalisierungsmöglichkeiten genau verstanden werden, um einen Mehrwert für den Kunden zu erzielen.

DIETER BARTL

Ihre Digitalisierungsinspiration? Ich bin beruflich viel geflogen: Die Digitalisierung der Airline-Industrie hat mich immer fasziniert. Früher ging man zur Airline-Agentur, später ins Reisebüro und hat dort die Reise gebucht. Heute ist der Self-Service hoch. Man bucht auf dem Smartphone in zwei Minuten eine Reise mit Flug und sogar Mietwagen und Hotel.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Ganz klar booking.com: Nach der Digitalisierung der Airline-Industrie kamen neue disruptive Unternehmen auf, die es geschafft haben, in kürzester Zeit die Schnittstelle zum Kunden zu besetzen.

Ihre digitale Ambition? Der Aufbau eines durchgängig hybriden und digitalisierten Omnichannel-Managements in der Versicherungsbranche.



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Geschäftsbereich Multichannel
Management, Swiss Life

ALEX BOJER



Gründer & CEO, Anivo 360

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Elon Musk, der Edison unserer Zeit. Die Visionen, die Risikobereitschaft, der Durchhaltewillen und die Umsetzungskraft sind bemerkenswert und einzigartig.

Ihre grösste Freude? Wir stehen in der Versicherungsbranche noch am Anfang der Digitalisierung. Ich bin begeistert, welche Möglichkeiten uns die Technologie bietet. Und ich bin mir sicher, dass meine Vorstellungskraft das, was in zehn Jahren möglich sein wird, nur in Ansätzen erfasst.

Ihr „digitaler“ Tipp? Seien Sie als Entscheidungsträger offen für neue Technologien. Stellen Sie sich hinter Mitarbeiter mit Visionen und innovativen Ideen und helfen Sie diesen aktiv über die politischen Hürden eines etablierten Unternehmens. Trennen Sie sich von „Verhinderern“, oder ignorieren Sie diese zumindest.

DR. MAYA BUNDT



Head Cyber & Digital Strategy, Swiss Re

Ihre Digitalisierungsinspiration? Die Digitalisierung hat sich fast schon heimlich eingeschlichen. Kaum dreht man sich um, sind viele Geschäftsprozesse und grosse Bereiche des privaten Lebens digitalisiert.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? RepRisk stellt Business Intelligence für Environmental-, Social- und Governance-Risiken zur Verfügung. Das erlaubt ihren Kunden, Firmen von Geschäftsbeziehungen auszuschliessen, die sich nicht an gültige Standards oder Normen halten und etwa Kinderarbeit zulassen. Das macht die Welt ein bisschen besser.

Ihre digitale Ambition? Dass wir als Versicherungswirtschaft die positiven Seiten wahrnehmen, aber auch die Risiken verstehen. Ich träume von einem volldigitalen, indexbasierten, parametrischen Produkt, das die Gefährdungslage für Cyber-Risiken in Echtzeit miteinbezieht.

PATRIC DEFLORIN

Ihre grösste Freude? Die Digitalisierung verändert auch die Art und Weise unserer Zusammenarbeit. Das erste Mal richtig gespürt habe ich das, als wir unser neues Cyberrisk-Produkt entwickelt haben. Die Dynamik im Team verändert sich, es eröffnen sich neue Perspektiven und wir werden herausgefordert. Letztlich macht die Digitalisierung unsere Arbeit noch spannender.

Ihr „digitales“ Motto? Die grösste Herausforderung für mich ist, dass wir unsere Mitarbeitenden auf den Weg der digitalen Transformation mitnehmen können. Wir stehen erst am Anfang der Digitalisierung. In dieser Phase ist es wichtig, dass wir beweglich bleiben, ausprobieren, auch mal scheitern, wieder aufstehen, weitermachen.



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Versicherungen, Die Mobiliar

DR. PATRICK EUGSTER



CEO, Dextra Versicherungen

Ihre Digitalisierungsinspiration? Steve Jobs bzw. das Bild zur Papstwahl 2005 versus 2013.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Google und natürlich Uber: Ich kenne kaum eine Lösung, die so schön neue Entwicklungen (GPS-Tracking im Mobiltelefon) mit bestehenden Businessmodellen (Taxi) verbindet. Dabei haben sie auch auf Win-win-Situationen geachtet: Kundenfreundlichkeit (Bewertung & Information), Nutzen für den Fahrer (gratis GPS- / Navigationssystem).

Ihre grösste Freude? Selbstfahrende Autos: Aus Sicht eines Fahrzeugversicherers ergeben sich hier so viele neue Möglichkeiten ... Und natürlich gilt es bei selbstfahrenden Fahrzeugen nicht zu vergessen, dass damit auch die Mobilität im Alter deutlich besser sichergestellt wird.

DR. IVO FURRER



Mitglied des Verwaltungsrates, Helvetia und Mitglied des Verwaltungsrates Bank Julius Bär und Julius Bär Gruppe

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Es gibt diverse vielversprechende digitale Geschäftsmodelle in der Finanz- und Immobilienbranche – Movu oder Finfox sind nur zwei davon.

Ihre digitale Ambition? Ich will einen Beitrag in diversen VRs der Finanzbranche leisten, um die digitalen Möglichkeiten der Geschäftsmodelle noch besser zu verankern, und dabei nicht vergessen, dass die Beratung bei komplexeren Vorsorge- und Private-Banking-Themen immer einen hohen Grad an „human touch“ haben wird.

Ihr „digitales“ Motto? Die Digitalisierung ist ein Fact. Sie wird nicht einfach vorbeigehen, sondern zum Wohl unserer Kunden genutzt werden – mit anderen Worten bietet die Digitalisierung grosse Chancen, ist sie doch bereits Realität.

ADRIAN HONEGGER

Ihre Digitalisierungsinspiration? Mein erstes, 1983 selbstprogrammiertes Spiel auf dem Commodore C64 – eine Skiabfahrt, in welcher man die Skier querstellen und den Kanteneinsatz dosieren musste, um schnellstmöglich ins Ziel zu kommen!

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Die Open Source Initiative – der Erfolg von Altruismus!

Ihre digitale Ambition? Wohlstand und Frieden dank Open-Source-Ansätzen, Transparenz und Demokratisierung.

Ihr „digitales“ Motto? Explizite Kommunikation von Sichtweisen, um gemeinsame Klarheit in der Sache zu erlangen.



Leiter Group Strategy and Digital Transformation, Balise Group

ANDREAS KRÜMMEL



CEO, Generali Gruppe Schweiz

Ihre Digitalisierungsinspiration? Cyber-Attacken und Datenleaks, die durch die Presse gehen. Diese Vorgänge zu verstehen und aus Versicherer-Optik zu beurteilen, welche Risiken sich neben bekannten materiellen Gefahren zusätzlich im digitalen Netz befinden.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? LALALAB – digitale Fotos in jeglicher Form als Geschenk etc. bestellen. Intuitiv, einfach, schnell.

Ihre digitale Ambition? 100 Prozent papierlos, geschäftlich wie auch privat.

Ihr „digitales“ Motto? Mut zum Hinterfragen der heutigen Prozesse, konsequente Ausrichtung auf das Kundenerlebnis und gnadenlose Convenience. Einfach gesagt, anspruchsvoll in der Umsetzung.

STEFAN LOACKER



CEO, DELOS Management und Mitglied des Verwaltungsrates, Swiss Life

Ihre Digitalisierungsinspiration? Ereignis: Eine dreitägige Learning Journey mit der Konzernleitung von Helvetia mit Company Visits im Start-up-Biotop von Berlin. Das verschaffte einen viel unmittelbareren Eindruck davon, was hier alles abgeht, als nur durch Lektüre am Schreibtisch. Persönlichkeit: Urs Schächli, CEO Swisscom. Die Transformation von Swisscom vom Festnetzmonopolisten zum heutigen Konzern ist sehr beeindruckend.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Der Limousinen-Service „Blacklane“ hat es geschafft, sein Geschäftsmodell in 100 Tagen in 100 Städten zu implementieren. Faszinierend finde ich auch die Transformation von Tamedia, wo der digitale Bereich mehr Gewinnbeitrag produziert als das klassische Printgeschäft.

ANDREAS MAIER

Ihre Digitalisierungsinspiration? Technologische Innovation im Zusammenhang mit einem sozialen oder People Purpose. Etwa bei Erdbeben/Tsunami: Google hat einen Person Finder eingerichtet, um festzustellen, ob Angehörige und Freunde betroffen sind. Als Versicherung müssen wir es auch schaffen, Kundenwert und Nutzen in den Vordergrund zu rücken.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Microensure. Das Unternehmen bietet fast triviale Lösungen für finanzielle Sorgen der unteren Einkommensschicht in vielen Entwicklungs- und Schwellenländern.

Ihre digitale Ambition? Unsere Ambition ist, dass unsere Kunden ein sorgenfreies Leben haben, Peace of Mind. Digitale Lösungen geben unserer Kundschaft vielfältige, einfache Information und decken konkrete Bedürfnisse unter Reduktion der finanziellen Risiken.



Mitglied der Geschäftsleitung, CIO, AXA Winterthur

STEFAN RUF



CEO, Euler Hermes Switzerland

Ihre Digitalisierungsinspiration? Ein Vortrag des Quantenphysikers und Zukunftsforschers Michio Kaku vor einigen Jahren mit glasklaren Aussagen hat mir bewusst gemacht, welche dramatische Veränderungen auf uns zukommen werden.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Google. Die Konsequenz in der Weiterentwicklung der Suchmaschine finde ich fantastisch. Ich erachte auch das Zukunftspotenzial von Google als gewaltig.

Ihre digitale Ambition? Dem Kunden das Leben so nutzbringend und einfach wie möglich zu machen. Dazu braucht es ein digitales Mindset in der Organisation. Es setzt das eigene Beispiel voraus und zwingt dazu, eine radikale Kundensicht einzunehmen. Persönlich ist meine Ambition, mein Smartphone zum Single Device zu machen.

DR. ANDREAS SCHERTZINGER



Managing Director, Head FP&A
and Lead Technology / Digital Initiative,
Swiss Re

Ihre Digitalisierungsinspiration? Ich sehe viele Ideen-Präsentationen im Bereich der Digitalisierung, jedoch basieren nur wenige auf echten Erfahrungen oder tiefgreifenden Neuerungen. Gespräche mit etablierten Technologie-Unternehmern und führenden Wissenschaftlern sind daher besonders bereichernd.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Mich beeindruckt Geschäftsmodelle, welche die Deckungslücken mittels Digitalisierung schliessen. Vielversprechende Ansätze sehe ich im Bereich KMU – oftmals aus den USA – sowie der Mikroversicherung.

Ihre grösste Freude? Versicherer können nun die Customer-Experience- und Effizienzlücken gegenüber anderen Industrien schliessen. Ich freue mich darauf als Versicherer – und persönlich als Versicherungskunde.

THOMAS STEIGER

Ihre Digitalisierungsinspiration? Meine 69-jährige Mutter, die begonnen hat, sich in Fachgeschäften beraten zu lassen, um anschliessend online Preise zu vergleichen und zu kaufen. Dieses Beispiel zeigt, wie sich durch die Digitalisierung das Kundenverhalten grundsätzlich verändert.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? WeFox baut auf einer Kombination von Technologie und der Schwäche von traditionellen Versicherern; die Fokussierung auf schlechte Kundenbindung, hohe Cash Flows in den Bestandesprovisionen sowie Rückstand in der Digitalisierung der Versicherungen zum Kunden, ergänzt mit der Integration eines Brokerpools für Retailkunden.

Ihre grösste Freude? Die digitale Zukunft eröffnet neue Möglichkeiten für meine persönliche Weiterentwicklung und die meiner Mitarbeitenden.



Mitglied der Geschäftsleitung,
Leiter Vertrieb, Zurich Schweiz

JULIAN TEICKE



Gründer & CEO, wefox

Ihre Digitalisierungsinspiration? Unser Investor Mr. Li-Ka Shing. Mittlerweile ist er über 90 Jahre alt und einer der reichsten Menschen der Welt. Sein Spruch lautet: „What is your unchanging promise in a changing world?“ Für ihn war Wandel immer eine Konstante. Das hat sich nie verändert – und mit dieser Einstellung hat er immer schon die Megatrends vorhersehen können. Die Geschwindigkeit des Wandels hat durch die Digitalisierung nur enorm zugenommen. Aber auch diese Geschwindigkeit schafft er in seinem hohen Alter mitzugehen. Er investiert bei Facebook, bei Spotify, bei Slack – und bei uns. ;)

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Die grossen Gewinner der ersten Datenrevolution – Facebook, Google und Amazon. Sie haben es geschafft, die Explosion an Daten zu nutzen, um die wertvollsten Unternehmen der Welt innerhalb kürzester Zeit zu bauen.

ALFRED WIDMER



CEO, AXA-ARAG

Ihre Digitalisierungsinspiration? Am 24-Stunden-Rennen von Le Mans konnte ich einem Werkteam der LMP1-Rennklasse über die Schultern schauen. Es ist unglaublich, welche Vielzahl von Datenströmen live von der Rennstrecke an die Boxen gesendet werden, wo Mensch und Computer unter Zeitdruck jede Runde die Rennstrategie definieren und anpassen, damit noch eine Hundertstelsekunde schneller als der Gegner gefahren werden kann oder die Boxenstopps optimiert werden können.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? UBER hat meine Mobilität markant beeinflusst, und ich kann hervorragend den öffentlichen Verkehr mit individueller Mobilität verbinden.

Ihr „digitales“ Motto? Ich finde immer noch den Apple-Slogan aus den 90er-Jahren treffend: „Think different“.
