

KONZERNLENKER

MEDIA

MOBILITY & LOGISTICS

INSURANCE

BANKING

HEALTH

INDUSTRY

ENERGY

RETAIL

INTERNET (GRÜNDER, TOP-MANAGER, ENABLER)

DR. NIKLAS BRAMBRING



CEO, Zattoo

Ihre Digitalisierungsinspiration? Bud Spencer und Sean Connery. Guter Content hat mich begeistert. Mit den Möglichkeiten des Digitalen lässt sich dieser noch besser mit den Bedürfnissen der User übereinbringen. Beispiele sind Multiscreen und Catchup TV.

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Neben einigen grossen finde ich viele „kleinere“ Ideen ganz gross, mit denen konkrete Bedürfnisse befriedigt werden; etwa Doodle aus der Schweiz.

Ihre digitale Ambition? Wir helfen, Fernsehen in die Zukunft zu bringen.

Ihr „digitales“ Motto? Diese Frage den Kollegen im Unternehmen zu stellen. Die Herausforderungen werden immer komplexer, Aufteilung von Verantwortung damit wichtiger.

CHRISTOPH BRAND

Ihre Digitalisierungsinspiration? Peter Rudin, der De-facto-Gründer von the blue window, war seiner Zeit Jahre voraus und hatte eine beeindruckende visionäre Kraft – in den 90er-Jahren.

Ihre grösste Freude? Es gibt nach wie vor beliebig viele unausgeschöpfte Möglichkeiten zur Verbesserung des täglichen Lebens von allen Menschen durch die fortschreitende Digitalisierung. Auf deren Realisierung freue ich mich, auch wenn viel Unsicherheit damit verbunden ist.

Ihr „digitales“ Motto? Man muss die Digitalisierung selber leben und dadurch persönlich erfahren, um sie wirklich zu begreifen. Nur darüber sprechen reicht nicht.



Member of the Group Management Board, Head of Classifieds & Marketplaces, Tamedia

ROGER DE WECK



Generaldirektor, SRG SSR

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Facebook und Google / YouTube – sie sind für den Service public wertvolle Plattformen, um viele Nutzer zu erreichen. Der rasche Aufstieg dieser Global Players ist ein Ansporn, noch agiler und wettbewerbsfähiger zu werden – und mit den Verlegern zusammenzuarbeiten, um gemeinsam auf dem Schweizer Markt die kritische Masse zu haben.

Ihre digitale Ambition? Die SRG will im Internet so gut sein wie in den Kanälen. Das hat Vorrang.

Ihre grösste Freude? Dem Internet verdanken Bürgerinnen und Bürger mehr Ausdrucksmöglichkeiten. Die direkte Demokratie ist die des Internet-Zeitalters: Sie bringt die Ausdrucks- und Einwirkungsmöglichkeiten auf die Politik ins Lot. Ich bin ein „Kulturoptimist“!

VEIT DENGLER



Ehemals CEO, NZZ-Mediengruppe

Ihre Digitalisierungsinspiration? Amazon-Gründer Jeff Bezos, der 2013 „The Washington Post“ erwarb. Er ist dabei, ein sehr spannendes digitales Business-Modell für die Tageszeitung zu entwickeln.

Ihre grösste Freude? Die technologische Entwicklung wird es möglich machen, dass Menschen gesünder und länger leben. Auch für die Medienbranche sehe ich in der digitalen Zukunft viele Chancen. Ein Beispiel: Wir werden uns hin zu einem Modell entwickeln, bei dem gilt: Du bist Mitglied – zum Beispiel der NZZ – und erhältst dadurch Zugriff auf alle unsere digitalen Kanäle. In diesem Zusammenhang wird auch das „Internet of Things“ relevant sein: Vielleicht wird ein digitaler Sprachassistent in meinen Kühlschrank oder in mein Auto eingebaut und liest mir in der Küche oder unterwegs die Artikel zu Ende vor, die ich davor angefangen habe zu lesen. Ich finde das richtig spannend.

SAMUEL HÜGLI

Ihre Digitalisierungsinspiration? Als ich 1995 erstmals selber einen HTTP-Webserver installiert hatte, wusste ich sofort, dass das die Medienindustrie auf den Kopf stellen würde – indem das Modell von „Push“ zu „Pull“ umgekehrt wurde und fast sämtliche Markteintrittsbarrieren entfernt wurden. Als Person hat mich Steve Jobs mit seinem fast religiösen Usability-Fokus beim ersten iPhone am meisten inspiriert.

Ihre digitale Ambition? Tamedia zum kundenfreundlichsten digitalen Medienhaus der Schweiz zu machen – und dabei Blockchain-Technologien zur Monetarisierung von Inhalten anzuwenden.

Ihre grösste Freude? Die Verschmelzung von AI, Machine Learning, Robotics sowie der Blockchain-Technologie wird uns nochmals neue Wellen der digitalen Revolution bringen – wir sind erst ganz am Anfang.



Member of the Executive Board, CTO & Head Digital Ventures, Tamedia

THOMAS KAISER



Mitglied des Group Executive Boards, Ringier AG & CEO Ringier Digital

Das beeindruckendste Geschäftsmodell? Ich bin ein „Marktplatz-Junkie“. Kein anderes Business-Modell schafft es, so breitflächig Angebot und Nachfrage punktgenau zusammenzubringen. Vom kleinen Laden um die Ecke, der seine Angebote weltweit verfügbar machen kann, bis zu den internationalen Marktplätzen mit ihrer gewaltigen disruptiven Kraft.

Ihr „digitaler“ Tipp? Starte mit der Transformation deines Kerngeschäfts und nicht mit der Unterstützung irgendwelcher Inkubatoren-Projekte. Wenn das Kerngeschäft im Zuge der Digitalisierung an Bedeutung verliert, diversifiziere konsequent und mit viel unternehmerischem Freiraum. Wenn die Diversifikation greift, beginne das ehemalige Kerngeschäft und die neuen Themen auf innovative Art miteinander zu verbinden.
