

# LEADER<sup>®</sup>

AWARD

# digital

Die Sonderausgabe zum Anlass



Die Nominierten, die Gewinner:

## Das sind die Besten

ab Seite 12

# FARNER

**Seien Sie näher dran: Laden Sie jetzt die Xtend-App auf Ihr Device und scannen Sie unser Logo.**

Farner St.Gallen AG, Poststrasse 23, 9001 St.Gallen, +41 71 231 10 31, [infosg@farner.ch](mailto:infosg@farner.ch)



# Ein Award für die Zukunft



Wer sich via Google über das Stichwort «Digitalisierung» in Kenntnis setzen will, hat Stand heute rund 27 Millionen Treffer zur Auswahl. Vermutlich sind es in einigen Wochen bereits 30 Millionen. Digitalisierung: Das ist ein Zauberwort, das jeder in den Mund nimmt – und fast jeder versteht etwas anderes darunter.

Einig sind sich aber die meisten: Unsere traditionellen Wertschöpfungsketten, die Art und Weise, wie wir nicht nur Informationen konsumieren, sondern auch Produkte und Dienstleistungen wahrnehmen und bestellen, hat sich innerhalb weniger Jahre komplett gewandelt. Und wir stehen erst am Anfang dieser Entwicklung. Diese Veränderung wälzt auch vorgelagerte Prozesse völlig um. Der laufenden Revolution können sich Anbieter natürlich verweigern, aber das Ergebnis liegt auf der Hand: Sie verschwinden vom Markt. Denn für die Kunden ist die Digitalisierung kein bewusster Prozess, sie wählen schlicht den einfachsten Weg. Und der ist in den meisten Branchen digital und nicht analog. Das gilt mittlerweile auch für Bereiche des Lebens, von denen wir geglaubt haben, dass sie von der Digitalisierung unberührt bleiben.

Das Unternehmernmagazin LEADER hat den LEADER Digital Award ins Leben gerufen, um diese Entwicklung, die rasant verläuft, in unserer Region zu unterstützen. Denn die Frage ist nicht, ob immer mehr Bereiche digital werden, sondern nur, wer mit dabei ist und wer nicht. Die Ostschweiz hat gute Karten, bei diesem Thema zu den Gewinnern zu gehören. Überdurchschnittlich viele innovative und erfolgreiche Unternehmen, die auf digitale Lösungen setzen, sind hier zuhause. Uns geht es darum, sie sichtbar zu machen und gleichzeitig andere dazu zu animieren, diesen Schritt ebenfalls zu vollziehen.

Ich bin überzeugt: So mancher wird staunen, welche digitalen Schätze die Ostschweiz bereithält und welche gewichtige Rolle Ostschweizer Unternehmen bei einer weltumspannenden Bewegung spielen. Wir haben die einmalige Chance, unseren Wirtschaftsstandort zu einem frühen Zeitpunkt in einem Bereich führend zu machen, dem die Zukunft gehört. Indem wir von nun an Jahr für Jahr die Perlen der Digitalisierung mit einem Preis auszeichnen, möchten wir einen Teil zu dieser wichtigen Entwicklung beitragen. Und Sie tun das mit Ihrem Interesse am LEADER Digital Award.

Natal Schnetzer  
Verleger

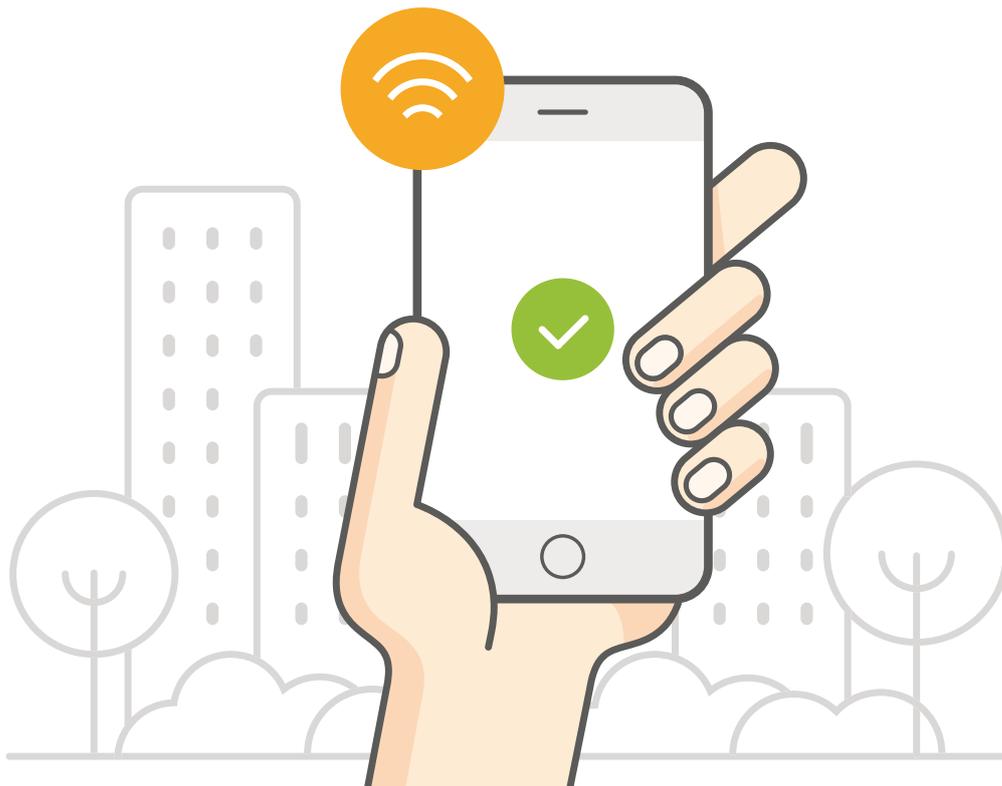


## Impressum LEADER Digital Award 2019

Magazin LEADER, MetroComm AG, Bahnhofstrasse 8, 9001 St. Gallen, Telefon 071 272 80 50, Fax 071 272 80 51, leader@metrocomm.ch, www.leaderdigital.ch  
**Verleger:** Natal Schnetzer | **Redaktion:** Stefan Millius, Marcel Baumgartner | **Fotografie:** Marlies Thurnheer, zVg | **Geschäftsleitung:** Natal Schnetzer, nschnetzer@metrocomm.ch | **Anzeigenleitung:** Martin Schwizer, mschwizer@metrocomm.ch, Iréne Köppel, ikoeppel@metrocomm.ch | **Marketingservice / Aboverwaltung:** Fabienne Schnetzer, info@metrocomm.ch | **Abopreis:** Fr. 60.– für 18 Ausgaben | **Erscheinung:** Der LEADER erscheint 9x jährlich mit Ausgaben Januar / Februar, März, April, Mai, Juni, August, September, Oktober, November / Dezember, zusätzlich 9 Special-Ausgaben | **Gestaltung / Satz:** Tammy Kissling, tkissling@metrocomm.ch | LEADER ist ein beim Institut für geistiges Eigentum eingetragenes Markenzeichen. Nachdruck, auch auszugsweise, nur mit schriftlicher Genehmigung des Verlages. Für unverlangt eingesandte Manuskripte übernimmt der Verlag keine Haftung.  
 ISSN 1660-2757

# Arbeitszeiten und Spesen mobil erfassen

 **Abacus Forum – Arbeitszeiterfassung**  
11.4.2019 in Olten  
Anmeldung [abacus.ch/forum](http://abacus.ch/forum)



**Beschleunigen Sie Ihre Arbeitsprozesse mit der Business-App AbaCliK und vermeiden Sie Mehrfacherfassungen dank der Synchronisation mit der Abacus Business Software:**

- Präsenz- oder Arbeitszeiten
- Leistungen, Spesen, Quittungen
- Persönliche Daten, Ferientage oder Absenzen (ESS)

[www.abaclick.ch](http://www.abaclick.ch)

Jetzt kostenlos bei App Store oder Google Play herunterladen

**ABACLICK**  
by Abacus

# Ostschweizer Technologie und Fortschritt im Fokus

**In der Ostschweiz wird Digitalisierung gelebt – und wir sind stolz darauf! Wenn wir auf die fast 50 eingereichten Projekte für den LEADER Digital Award blicken, sind diese nicht nur Ausdruck einer lebhaften Ostschweizer ICT-Branche, sondern haben auch Vorbildcharakter.**

Die Digitalisierung ist für die einen der Megatrend, für die anderen das Unwort der aktuellen Zeit. Doch was bedeutet Digitalisierung eigentlich? Wie unterscheidet sie sich von digitaler Transformation? Wie auch immer wir Digitalisierung definieren – um sie als Chance zu verstehen, benötigen wir gute, ja: ausgezeichnete ICT-Fachkräfte. Diese wiederum fehlen uns, gemäss Studie der SwissICT bis 2026 sogar 40'000 an der Zahl. Doch was ist eigentlich eine ICT-Fachkraft, was ist überhaupt ein ICT-Arbeitsplatz?

Mit diesen Fragen und Begriffen bin ich in meiner Rolle als Geschäftsführerin von «IT rockt!» seit rund anderthalb Jahren täglich konfrontiert. Ich stelle in vielen Gesprächen fest, dass die Begriffe unterschiedlich interpretiert werden und oft auch zu Unsicherheiten führen. Sie umschreiben Themen, welche für die Zukunft relevant sind, sich aber aufgrund ihrer inhaltlichen Tiefe und Breite gar nicht so einfach definieren lassen. Man kann den Fragen nicht ausweichen, aber wenigstens für sich selbst entscheiden, ob man eine pragmatische, eine ambitionierte oder sonst eine Antwort darauf gibt. Wichtig ist die Auseinandersetzung mit dem Thema.

In der Ostschweiz haben sich bereits viele Firmen auf die Diskussion eingelassen; einige bekommen mit dem LEADER Digital Award nun eine Plattform, um sich einer Fachjury und einem kompetenten Publikum zu präsentieren. Damit leisten sie auch einen grossen Beitrag, weil ihre Antworten auf die aktuellen Fragen für eine breitere Allgemeinheit erkennbar werden. Davon können alle lernen und profitieren.

Aus diesem Grund sind wir von «IT rockt!» glücklich, dass diese grossartigen Ostschweizer Projekte durch den LEADER Digital Award sichtbar werden.



«IT rockt!» hat die Vision eines branchenübergreifenden Digital-Clusters mit überregionaler Ausstrahlungskraft. Dieses Ziel wird durch den LEADER Digital Award gefördert und unterstützt. Deshalb unterstützt «IT rockt!» selbstverständlich den LEADER Digital Award.

Wir freuen uns für alle Beteiligten und gratulieren den hochverdienten Gewinnern des Abends! Wir dürfen erfreut feststellen, dass wir unserer Vision wohl schon näher sind, als wir mit unserer Ostschweizer Bescheidenheit glauben.

Herzlich,  
Eva De Salvatore

Geschäftsführerin  
«IT rockt!» Verein IT St. Gallen



«Familienunternehmen brauchen langfristig tragfähige Lösungen bei der Unternehmensentwicklung und Nachfolgeregelung.» (T.S., Inhaber St.Galler Produktionsunternehmen)

Es ist nie zu früh, die unternehmerische Nachfolge zu planen. Mit unserem Strategie-Quartett® (Ich-, Familien-, Vermögens- und Unternehmensstrategie) schaffen wir einen ganzheitlichen Ansatz, um daraus die Aufgabenschwerpunkte in den Leistungsfeldern zu definieren.

### Unsere Leistungsfelder

Wir sind erfahren und kompetent in der Bearbeitung des Konfliktmanagements, der Erarbeitung von Familienstrategien, der Transformation in Familienunternehmen sowie der Begleitung von Wachstum und dessen Finanzierungsstrukturierung.

Coaching &  
Konfliktlösung

Familien-  
strategie &  
-verfassung

Entwicklung &  
Wandel

Wachstum &  
Finanzierung



**8 Hintergrund**  
Der digitalen Ostschweiz ein Gesicht geben

**11 Jury**  
Die Suche nach den echten Perlen

**12 Advertima**  
Die Kunden wirklich kennenlernen

**15 Lernwolke und OnlineDoctor:**  
Intelligent lernen und smart diagnostizieren

**16 Frontify:**  
Hier dreht sich alles um die Marke

**19 Geoinfo und Revier Hospitality Group:**  
Das Schweizer «Google Maps» und ein Hotel der besonderen Art

**20 Ginto:**  
Auf einen Blick die Zugänglichkeit erkennen

**23 ESB Marketing und SVA St.Gallen:**  
Der Digitalisportler und der Chatbot

**25 Publikumspreis**  
Das Publikum hat das letzte Wort

**26 Carsten Koerl:**  
Wie man aus Daten Werte macht

**34 Michael Rasche:**  
Der Mensch und die Digitalisierung

**36 Christoph Battocletti, KS-Selection**  
Headhunting in digitalen Zeiten

**38 Jörg Eugster**  
Wann werden Sie weggeUBERT?

**40 Roland Zeller**  
«Ein Business Angel ist nicht nur ein Engel»

**42 Florian Schweitzer, btov**  
«Bald mehr Konferenzen als Gründer»

Goldspensoren



Silbersponsoren



Partner



Netzwerkpartner



Dienstleistungspartner



Medienpartner



# Der digitalen Ostschweiz ein Gesicht geben

**Mit Erfolg positioniert sich die Ostschweiz seit einigen Jahren als Standort mit ausgesprochener Affinität zum digitalen Business. Zahlreiche hier ansässige Unternehmen haben bereits einen Namen in diesem Bereich, und immer mehr Start-ups aus unserer Region fallen mit innovativen Produkten und Dienstleistungen auf. Der erste LEADER Digital Award gibt ihnen allen eine Bühne – und zeigt zugleich, wer besonders vielversprechend unterwegs ist.**

Es ist eine Premiere: Erstmals überhaupt werden in der Ostschweiz herausragende Digitalprojekte mit einem Preis ausgezeichnet. Dieser soll danach jedes Jahr verliehen werden. Das Wirtschaftsmagazin LEADER will damit Unternehmen belohnen, die eigentliche Botschafter unserer Region darstellen.

#### **Bewusstsein schärfen**

Denn die Digitalisierung bietet der Ostschweiz die einmalige Chance, über die eigenen Grenzen hinaus als Unternehmensstandort wahrgenommen zu werden. Schon heute ist die Dichte an Firmen, die auf digitale Geschäftsmodelle setzen, hoch. Nun geht es darum, das Bewusstsein dafür zu schärfen, um weitere Unternehmen aus der Informations- und Kommunikationstechnologie in die Ostschweiz zu locken, Menschen mit einer Idee zur Gründung eines Start-ups zu motivieren und Fachkräfte für die Region zu gewinnen.

Bewusst richtet sich der LEADER Digital Award an etablierte Unternehmen, die bereits erfolgreich am Markt sind, sowie an «Neulinge» mit einer starken Idee, die ein Versprechen für die Zukunft darstellen. Dazu kommt die Gliederung in drei Kategorien, die es möglich macht, die oft schwer vergleichbaren Ansätze besser zu kanalisieren und drei Preisträger aus unterschiedlichen Bereichen zu küren. Die Galanacht im festlichen Rahmen dient zum einen dem würdigen Rahmen der Preisverleihung, zum anderen bietet sie allen Beteiligten die Chance, ihr Netzwerk mit Persönlichkeiten aus Wirtschaft und Politik zu erweitern.

#### **Vielfältig und reichhaltig**

Die erstmalige Durchführung eines Awards bringt immer eine gewisse Unsicherheit mit: Wie gross ist der Kreis der möglichen Anwärter, wer wird sich bewerben? Die Anzahl von 49 eingereichten Pro-



jekten zeigt: Die «Digitallandschaft» Ostschweiz ist vielfältig und reichhaltig. Die Bewerbungen waren von hoher Qualität, die Jury hatte die Qual der Wahl. 19 Projekte wurden für eine Vorauswahl berücksichtigt, neun schafften es schliesslich ins Finale.

Nur schon die Liste der Finalisten macht deutlich, dass unter dem Stichwort «Digital» die verschiedensten Ansätze vertreten sind. Während einige Unternehmen auf Spitzentechnologie für eine bestimmte Anwendung setzen, haben andere die digitale und die analoge Welt auf raffinierte Weise kombiniert. Ihnen allen gemeinsam ist, dass sie mit ihren Lösungen Neuland erschlossen und beste Voraussetzungen dafür haben, national und international Furore zu machen – wenn sie es nicht bereits tun.

Die Initianten des LEADER Digital Awards haben nach dem ersten erfolgreichen Anlauf keinen Zweifel, dass Jahr für Jahr weitere «Leuchttürme» rund ums Thema Digital zu finden sein werden. Und die Hoffnung schwingt mit, dass eine Preisverleihung dieser Art im einen oder anderen Fall sogar den Anstoss geben kann, eine schlummernde Idee zu wecken: Die zahlreichen und auch erfolgreichen Massnahmen, die Ostschweiz als Digitalstandort zu fördern, sollen mit diesem Award befeuert werden.

## Die Kategorien

Bewerber konnten Projekte in den folgenden drei Kategorien einreichen:

### 1. Start-up

Neue Geschäftsmodelle mit digitalem Charakter (nicht älter drei Jahre).

### 2. Business

Digitalisierungsprojekte bestehender Firmen zur Steigerung des digitalen Reifegrads.

### 3. Organisation

Projekte von Non-Profit-Organisationen und öffentlichen Verwaltungen zur Steigerung des digitalen Reifegrads.

### Publikumspreis

Das Publikum wird an der Galanacht seinen Favoriten küren.

Ein Projekt konnte in mehreren Kategorien eingereicht werden.

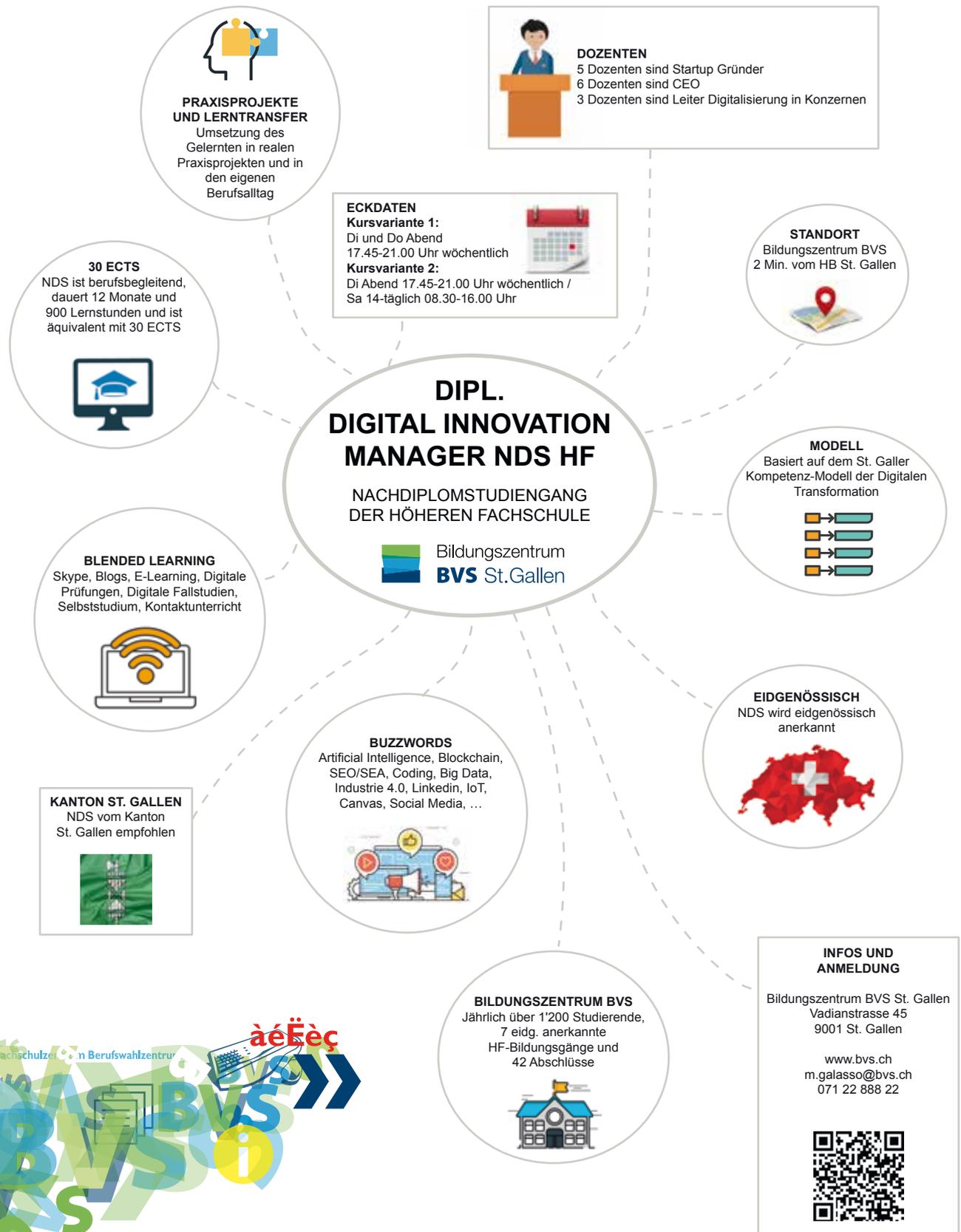
## Eingereichte Projekte

### Start-up:

### Business:

### Organization:

# Highlights im Nachdiplomstudium „Dipl. Digital Innovation Manager NDS HF“ am Bildungszentrum BVS St. Gallen



# Die Suche nach den echten Perlen

**Der Bewerbungsprozess für den LEADER Digital Award wurde bewusst einfach, klar und schnörkellos gestaltet. Alles erfolgte online bei einem Aufwand von einer knappen Viertelstunde. Weit aufwendiger war danach die Arbeit der Jury: Ihre Aufgabe war es, bei zahlreichen hochwertigen Bewerbungen die feinen Unterschiede zu suchen.**

Um den Kreis der Finalisten zu bilden, besuchte die Jury alle 19 Unternehmen und Institutionen.

Erfahrung, was Unternehmen und Geschäftsmodelle angeht, eine ausgesprochene IT-Affinität und ein Sinn für gute Ideen: Das mussten die Mitglieder der Jury des LEADER Digital Awards mitbringen. Voraussetzung war auch eine absolute Unabhängigkeit. Das gilt auch für das durchführende Wirtschaftsmagazin LEADER: Dieses war weder in der Jury vertreten noch hatte es ein Mitspracherecht bei der Jurierung.

19 der 49 eingegebenen Projekte gelangten in eine erste Vorauswahl. Um aus ihnen den Kreis der Finalisten zu bilden, besuchte die Jury diese 19 Unternehmen und Institutionen, um über das Bewerbungsschreiben hinaus alle relevanten Informationen zu erhalten und die Bewerber zu «spüren». Eine zeitintensive, aber spannende Aufgabe: Die Jurymitglieder unter Jurykoordinator Philipp Landmark erhielten einen Blick hinter die Kulissen, konnten offene Fragen klären und gewannen Ein-

sichten, die den nächsten Schritt ermöglichen: die Auswahl von neun Finalisten. Grundlage war ein standardisierter, objektiver Prozess.

### Und das war die Jury

Peter Baumberger, Mitglied der Geschäftsleitung Abraxas Informatik AG, Tiziana Ferigutti, Geschäftsführerin Startnetzwerk Thurgau, Peter Frischknecht, Geschäftsführer Startfeld, Thomas Hutter, CEO Hutter Consult AG, Michèle Mégroz, Vorstandsmitglied «IT rockt!» und Geschäftsführerin CSP AG, Thomas Merz, Prorektor Pädagogische Hochschule Thurgau, Daniel Müller, Leiter Standortförderung Kanton St.Gallen, Daniel Niklaus, Webpionier und Inhaber Netlive IT AG, Patric Preite, CEO Interactive Friends, Adrian Rufener, Anwalt und Wegbereiter Digitalisierung Schweizer Anwaltschaft, Milo Stössel, CEO und VR-Präsident MS Direct, Philipp Zwahlen, Mitglied der Geschäftsleitung, Abacus Research AG).



Peter Baumberger



Michèle Mégroz



Patric Preite



Adrian Rufener



Milo Stössel



Philipp Zwahlen



Peter Frischknecht



Tiziana Ferigutti



Daniel Müller



Thomas Merz



Thomas Hutter



Daniel Niklaus



*Randy's*  
ESTABLISHED 1982  
**FRESH FRUITS**  
*A great taste*

# Die Kunden wirklich kennenlernen

**Die St.Galler Advertima schliesst den Bogen zwischen der digitalen und der physischen Welt. Sie will ihren Kunden mit künstlicher Intelligenz helfen, mehr über die Menschen zu erfahren und ihnen so Erlebnisse zu verschaffen, die zugeschnitten sind auf ihre echten Bedürfnisse und Wünsche.**

Advertima hat vor allem die Retailer im Auge. Denn diese, so die Überzeugung des St.Galler Start-ups, wissen nicht viel über die Merkmale und das Verhalten der Menschen. Technologisch hinkt die physische Welt der Onlinewelt zwei Jahrzehnte nach, findet Advertima.

Ändern soll sich das mit AI-Technologien. Dazu gehören Computer Vision, Machine Learning und Big Data. Menschen können mit diesen Tools nach Erscheinungsbild, Bewegungen und Kontext interpretiert werden, und das in Echtzeit. Mit anderen Worten: Die Künstliche Intelligenz von Advertima interpretiert Menschen in der realen Umgebung so gut, wie das andere Menschen zu tun vermögen.

Das liefert Retailern wertvolle Einsichten über ihre Kunden. Gleichzeitig können sie mit diesen über digitale Screens individualisiert und vollautomatisch interagieren. Dies ganz im Gegensatz zu einem statischen Plakat oder einer vordefinierten

Einblendung auf einem Screen. Der Bildschirm reagiert also gewissermassen genau auf sein Gegenüber. So können beispielsweise passende Produkte promotet werden.

Global gibt es bereits Lösungen, die in eine ähnliche Richtung zielen, allerdings aus Sicht von Advertima unvollständig sind. Erfasst wird nur eine von drei Dimensionen, das Erscheinungsbild. Berücksichtigt werden aber weder die Bewegungen der Person noch der Kontext, in dem diese steht. Die Technologie von Advertima ist die weltweit einzige, die alle drei Elemente kombiniert.

Der Bildschirm reagiert gewissermassen genau auf sein Gegenüber.

Was für viele futuristisch anmuten mag, steht bereits im täglichen Einsatz. Advertima schafft schon heute echten Mehrwert für zahlreiche Kunden, die bisher über ihre eigenen Kunden kaum etwas wussten – beziehungsweise nicht, was relevant wäre. Ein wichtiger Punkt dabei: Lösungen aus den USA oder aus Asien berücksichtigen unsere Datenschutzgesetze kaum und sind deshalb hier nicht praktikabel. Advertima hat früh alles daran gesetzt, eine «freundliche» Technologie zu schaffen, von der alle profitieren – und die bedenkenlos eingesetzt werden kann.

Iman Nahvi, CEO:

Will das Kundenerlebnis von morgen revolutionieren.

**E-Business. Namics.**

A Merkle Company

Jürg Stuker  
VR  
Focacceria, St.Gallen

« In den St.Galler  
Restaurants finde ich  
noch Gastgeber,  
nicht nur  
Gastronomen. »



**ICT Jobs in  
der Ostschweiz:  
itrockt.ch**

## myfactory Cloud ERP

Über 5000 KMU im DACH-Raum setzen bei der Digitalisierung ihrer Geschäftsprozesse auf unsere webbasierte Business Software für Handel, Produktion oder Dienstleistung.

Überzeugen Sie sich selbst:  
[www.myfactoryschweiz.ch](http://www.myfactoryschweiz.ch)

 myfactory



# Intelligent lernen und smart diagnostizieren

**Ebenfalls nominiert in der Kategorie «Start-ups» waren die Lernwolke GmbH aus dem Thurgau und die St.Galler Online-Doctor AG. In zwei ganz unterschiedlichen Bereichen ist es ihnen gelungen, neuartigen Lösungen zum Durchbruch zu verhelfen.**

Basis der Lernwolke GmbH in Amlikon-Bissegg ist eine technologiebasierte Lernmethodik, die den natürlichen Entdeckungsdrang der Menschen anspricht. Antrieb war die Tatsache, dass Lernmaterialien bisher unabhängig von individuellen Bedürfnissen entwickelt wurden. Mit der neuen Lernmethode erstellen Lehrlinge ihren eigenen «Lernpfad». Dafür stehen diverse Toolsets für persönliches und modulares Lernen bereit, die sich an Lehrpersonen, Schüler und Eltern richten. Die KI-Engine des Unternehmens vermittelt nicht einfach Lernstoff, sondern erkennt beispielsweise auch, wie viel Hilfe benötigt wurde und wie die weitere Entwicklung aussieht. Die Schüler entwickeln so die Fähigkeit zur Selbstkritik, die Lehrkräfte sehen dank der künstlichen Intelligenz, ob die Lehrlinge im richtigen Mass gefordert werden. Ausserdem wurde eine eigene Software

Mit der neuen Lernmethode erstellen Lehrlinge ihren eigenen «Lernpfad».

zur Handschrifterkennung entwickelt, die man mit jedem Tablet verwenden kann. Die bekannten, bereits be-

stehenden E-Learning-Plattformen sind gegenüber der Lernwolke kaum individualisierbar, während das Thurgauer Unternehmen einen organischen und interaktiven Lernprozess bietet.



Tobias Wolf, OnlineDoctor.ch.

OnlineDoctor aus St.Gallen hat ganz gezielt eine Disziplin der Medizin in den Fokus genommen: die Dermatologie. Dort mussten Patienten früher über drei Monate auf einen Termin warten. Nun erfolgt dank der neuen Technologie bei Hautproblemen eine professionelle Handlungsempfehlung inklusive Diagnose innerhalb weniger Stunden. Dafür reichen drei Fotos – vom Patient oder vom Zuweiser via Onlineplattform an den gewünschten Hautarzt geschickt, zusammen mit einem kurzen Fragebogen. Auch die Kosten liegen mit 55 Franken pro Anfrage sehr tief. Die Automatisierung macht es möglich, dass ein Dermatologe mit wenig Zeitaufwand eine professionelle Diagnose erstellen kann. Für den Datenschutz ist dabei gesorgt. Das Gesundheitswesen profitiert: In mehr als 80 Prozent aller Fälle wurden die Patienten ausschliesslich über die Plattform behandelt. In Zukunft soll der Ansatz von OnlineDoctor nicht nur auf neue geografische Märkte, sondern auch auf andere medizinische Fachgebiete ausgedehnt werden. Der vielgenutzte Begriff «E-Health» entspricht hier für einmal den Erwartungen: Alles wird einfacher und schneller bei überzeugenden Resultaten.



Tobias Meyer und Michael Uhmeier, Lernwolke GmbH.



# Hier dreht sich alles um die Marke

**Der Sieger in der Kategorie «Business» ist die Frontify AG aus St.Gallen. Ihr Herzstück ist die «Brand Management Plattform», die es den Kunden ermöglicht, ihre Marke zu verwalten und weiterzuentwickeln. Eine Lösung, die in einem Zeitalter, in dem sich fast alles um Marken dreht, immer gefragter ist.**

«Jede starke Marke auf der Welt wird mit Frontify erstellt und verwaltet.» Das sagen die Macher von Frontify über ihr eigenes Unternehmen. Ein Blick auf die Referenzliste bestätigt den selbstbewussten Anspruch. Nasdaq, Lufthansa, IBM, Zurich, Adobe und viele andere gehören dazu.

Was sie an den Entwicklern aus St.Gallen schätzen: Sie können dank Frontify ihre Marke auf einfache Weise zentral an einem Ort verwalten und stetig daran weiterarbeiten. Und zwar alle, die einen Beitrag zu leisten haben, vom Brand Manager über den Marketer und Designer bis zum Entwickler. Zur Verfügung stehen ihnen Bausteine wie Markenrichtlinien, Projekte, Bibliotheken für Logos, Icons und Medien und vieles andere mehr. Das Ganze funktioniert Cloud-basiert und damit ortsunabhängig, von überall auf der Welt bearbeitbar und deshalb stets aktuell.

Die Leistung von Frontify heisst damit: die Digitalisierung der Markenführung. Und das für die erwähnten «Grossen», die global aktiv sind ebenso wie für kleinere

Firmen oder einzelne Teams. Dafür sorgt die Skalierbarkeit der Lösung, die erweiterbar ist, wenn es die Situation erfordert.

Das alles klingt nach der grossen, weiten Welt, aber es entsteht in St.Gallen. Und hier wächst Frontify auch. Allein im letzten Jahr wurden 50 neue Stellen geschaffen. Bemerkenswert dabei: Das Unternehmen und seine Mission lösen offenbar eine so grosse Faszination aus, dass Fachleute aus ganz Europa und den USA zum Standort St.Gallen gestossen sind – und natürlich auch Schweizer. «Märkte sind global, Wag-

niskapital ist mobil, und Mitarbeiter sind bereit, für eine spannende Herausforderung umzuziehen», so die Bilanz

«Jede starke Marke auf der Welt wird mit Frontify erstellt und verwaltet.»

bei Frontify.

Hilfreich dabei ist sicherlich auch, dass die St.Galler alles dafür tun, smarte und kreative Mitarbeiter für sich zu begeistern. Hier setzt man auf eine vertrauensbasierte Unternehmenskultur. Das zeigt sich zum Beispiel bei der Urlaubsregelung: Die Anzahl der Ferientage ist gegen unten beschränkt – mindestens 25 sollen es sein –, aber nicht gegen oben. Und dass sich die Belegschaft am Ping-Pong-Tisch oder der Playstation austobt, wird hier nicht etwa misstrauisch beäugt, sondern gern gesehen. Wer die gesetzten Ziele erreichen wolle, müsse «smart, nicht hart» arbeiten, so die Philosophie bei Frontify.

Roger Dudler und Andreas Fischler von Frontify:

Verwalten von St.Gallen aus Weltmarken.

Kann der Strompreis nicht nur günstig,  
sondern auch intelligent sein?

**ekt**  
energie thurgau



Vereinbaren Sie  
einen kostenlosen  
Beratungstermin.

T 071 440 66 30

Klar! Bei der Strombeschaffung sind Erfahrung, Fachwissen und fundierte Kenntnisse über den europäischen Strommarkt unerlässlich. Mit der richtigen Beschaffungsstrategie und einer präzisen Kurzfristprognose lassen sich erhebliche Preisvorteile erzielen. Möchten auch Sie von attraktiven Konditionen profitieren, dann vereinbaren Sie gleich einen kostenlosen Beratungstermin.

EKT Energie AG | Bahnhofstrasse 37 | CH-9320 Arbon | T +41 71 440 66 30 | energie-vertrieb@ekt.ch | www.ekt.ch



Erfolgreich tagen. Kulinarisch geniessen. Erholung schlafen.

**Im Einstein St.Gallen \*\*\*\*S**

mit Einstein Congress, Einstein Gourmet, Bistro St.Gallen, Einstein Bar und Davidoff Cigar Lounge

Es freuen sich auf Sie  
Michael Vogt, General Manager & das E.Team

**Einstein St.Gallen** | Hotel Congress Spa  
Berneggstrasse 2 | 9000 St.Gallen, Schweiz  
+41 71 227 55 55 | hotel@einstein.ch | www.einstein.ch

# Das Schweizer «Google Maps» und ein Hotel der neuen Art

**Die Herisauer Geoinfo IT AG und die Revier Hospitality Group AG aus Lenzerheide haben es in die Runde der Finalisten in der Kategorie «Business» geschafft. Während das eine Unternehmen mit seinem geoportal.ch Verwaltungen das Leben erleichtert, eröffnet das andere seinen Hotelgästen ein ganz neues Erlebnis.**

«Google Maps» nutzt fast jeder. Verwaltungen haben aber ganz spezifische Anforderungen an eine solche Lösung. Diese befriedigt geoportal.ch der Geoinfo IT AG. Schnell, präzise und zuverlässig werden hier digitale, amtliche Geoinformationen präsentiert. Inzwischen setzen rund 150 Gemeinden in sieben Kantonen sowie drei kantonale Verwaltungen auf die Lösung. Doch zu sehen ist nicht einfach die Gegenwart: geoportal.ch ermöglicht auch einen systematischen Blick in die Vergangenheit. Räumliche Daten werden also mit der Integration der Zeit verknüpft, was nach Aussage des Unternehmens weltweit einzigartig ist. Zudem lassen sich mit «Multimap» bis zu 24 unterschiedliche Karten gleichzeitig darstellen, was Quervergleiche über verschiedene Themenbereiche ermöglicht. Konkret erleichtert das beispielsweise die Prüfung eines Baugesuchs. Das Orthofoto, die amtliche Vermessung, der Zonenplan und die amtliche Vermessung können miteinander verglichen werden. Damit ist das Tool nicht nur für Verwaltungen, auch für Firmen und Privatpersonen eine wichtige Auskunftsplattform.



Daniel Renggli, Revier Hospitality Group AG.

In Lenzerheide hat die Revier Hospitality Group AG aus der Not eine Tugend gemacht: Studien zeigen, dass sich neue Berberbergungsprojekte nicht mehr aus der Ertragskraft der Schweizer Hotellerie refinanzieren lassen. Nötig sind neue Ansätze. Entsprechend haben die Lodge-Betreiber das traditionelle Geschäftsmodell konsequent hinterfragt; zeitintensive Arbeitsgänge wurden systematisiert und automatisiert mit moderner Hotelsteuerung und Datenverarbeitung. Das Ergebnis: Tiefere Investitionen pro Zimmer und weniger Personal – und eine deutlich höhere Rendite als vergleichbare klassische Häuser. Reserviert wird online, eingekcheckt per Handy oder Terminal, die Rechnung wird automatisiert per E-Mail verschickt. Bei der eigentlichen Unterbringung gilt aber kein Minimalismus. Den Machern selbst ist kein anderes Hotel bekannt, das den Digitalisierungsgrad und die Automatisierung der Prozesse so konsequent vollzogen hat. Finanziert wurde die Revier Mountain Lodge von der St.Galler Fortimo Group. Und es sollen weitere Hotels dieser Art folgen. Auch Nachhaltigkeit wird hier gross geschrieben: Die gesamte Strom- und Wärmeversorgung stammt aus erneuerbaren Energiequellen.



Adrian Eichrodt und Rolf Eugster, Geoinfo.

# Auf einen Blick die Zugänglichkeit erkennen

**Der Verein Ginto Schweiz mit Sitz in Wittenbach hat ein mittlerweile unverzichtbares Hilfsmittel für Menschen mit einer Gehbehinderung geschaffen: Einen Accessibility-Guide, der jedem Nutzer sofort zeigt, ob eine bestimmte Lokalität mit seinen individuellen Mobilitätseinschränkungen erreichbar ist oder nicht. Die Plattform setzt dabei auf den Beitrag jedes Einzelnen.**

Wer nicht eingeschränkt ist punkto Bewegung, macht sich darüber selten Gedanken. Aber für die zwei Prozent der Schweizer Bevölkerung mit einer Gehbehinderung ist es ein tägliches Thema. Ob beim Gang zum Arzt oder dem Besuch des Restaurants oder einer Bibliothek, stets stellt sich die Frage: Stosse ich auf Hindernisse?

Seit 2017 gibt es die kostenlose App «Ginto», die dieses Problem lösen will. Sie zeigt den betroffenen Menschen auf, welche Orte für sie zugänglich sind und erleichtert ihnen damit die Teilnahme am gesellschaftlichen Leben. Die aktive Nutzer-Community erweitert die Zahl der Einträge laufend durch eigene, das in Kombination mit den zahlreichen Organisationen, die relevante Daten zur Verfügung stellen. Diese Form der Mitarbeit erhöht auch die Qualität der Beiträge, die Gemeinschaft kontrolliert sich gewissermassen gegenseitig.

Weltweit einzigartig ist die Möglichkeit, ein Bedürfnisprofil anzulegen, das die Mobilitätseinschränkung beinhaltet. So werden anhand dieser Angaben die Zugänglichkeits-Informationen zielgenau an-

gezeigt. Denn «gehbehindert» ist ein weiter Begriff, erst die detailliertere Erfassung ermöglicht es zu entscheiden, wie es um die Zugänglichkeit an einem bestimmten Ort bestellt ist. Damit ist Ginto viel mehr als ein blosses Verzeichnis von Angaben, wie man sie auch andernorts erfasst.

Auch beim Detaillierungsgrad geht die App weiter: Erfasst wird nicht einfach beispielsweise der Haupteingang eines Gebäudes, sondern unterschiedliche Ebenen

mit Zugangswegen, Toilettenart, Behindertenparkplatz und so weiter. Eine Art Ampelsystem zeigt darauf, wie es mit

der Zugänglichkeit aussieht – immer gemessen an den persönlichen Vorgaben. Damit ist dem Einzelnen eine Beurteilung der Situation möglich.

Das Portfolio an Daten wächst laufend; diese sind als Open Data für alle nachhaltig verfügbar und bleiben damit der Gesellschaft erhalten. Derzeit lebt der Verein von Beiträgen an die Stiftung, sieht aber mittelfristig ein Einkommenskonzept vor. Damit soll es möglich werden, die App weiterzuentwickeln und auch neue Projekte zu lancieren.

Ginto zeigt den betroffenen Menschen, welche Orte für sie zugänglich sind.



Björn Elström, Barbara Baumann, Marcel Brändle, Christoph Inhelder, Julian Heeb (Mitte).



Julian Heeb, Vereinspräsident Ginto Schweiz:

Hat mit Ginto die Welt von  
gehbehinderten Menschen  
einfacher gemacht.



**Das wahre Erlebnis gibt es nur digital.**  
Schnell, persönlich, intelligent und  
vor allem einzigartig.

[www.geoportal.ch](http://www.geoportal.ch)

**GEOINFO**

**«Digitalisierung, die Erfolg bringt,  
braucht einen Taktiker, der Sie versteht.»**

Peter Wiedl

WAYPOINT GmbH, CH-8598 Bottighofen  
T +41 71 686 50 86, [waypoint.swiss](http://waypoint.swiss)

**WAYPOINT**  
BUSINESS NAVIGATION



# Die Digitalisportler und der Chatbot

**Bekannte Sportarten werden digitalisiert – und neue digitale Sportarten entstehen. Das ist das Feld von digitalsports.ch der St.Galler ESB Marketing Netzwerk AG. Und die SVA St.Gallen hat in einem Pilotbetrieb einen Chatbot für die Prämienverbilligung eingesetzt, der nun auf weitere Dienstleistungen ausgebaut werden soll.**

eSports sind im Trend. Dazu kommen aber noch neuere Formen von digitalem Sport wie Drohnenrennen und Wettkämpfe mit Augmented oder Virtual Reality. Mit dem Digital Sports Hub Switzerland, kurz DSHS, soll von St.Gallen aus eine Plattform für diese rasanten Entwicklungen geschaffen werden. Und zwar, indem dort Start-ups und Ideengeber mit Investoren und Kapitalgebern aus der Wirtschaft zusammengebracht werden. Dazu kommen Foren und Kongresse zu allen relevanten Themen. Damit stösst die ESB Marketing Netzwerk AG in eine Nische, die heute noch nirgends in der Schweiz gepflegt wird. Mit dabei sind auch die Start-up-Förderung der Stadt St. Gallen und die Olma-Messen als Initianten. Konsequenterweise werden innovative Projekte gesucht und diese danach Investoren und Kooperationspartnern präsentiert, damit die zukunftsorientierte Branche gefördert werden kann.



Peter Ringeisen, Leiter Unternehmensentwicklung und Chief Digital Officer bei der SVA St.Gallen.



Hans Willy Brockes, ESB Marketing.

Die erste produktiv eingesetzte Chatbot-Lösung im Bereich der öffentlichen Verwaltung in der Schweiz präsentierte die Sozialversicherungsanstalt St.Gallen (SVA), als sie einen Chatbot für die Prämienverbilligung als Pilotversuch in Betrieb nahm. Kunden konnten einfach und selbsterklärend Antworten auf alle Fragen dieses Versicherungszweigs erhalten, indem sie mit einem Chatbot «sprachen». Dieser führte sie unter anderem direkt zu einem interaktiven Anmeldeformular oder einem Berechnungstool im Web – und das rund um die Uhr. Weil sich das Angebot bewährt hat, soll es ausgebaut und für weitere Versicherungsleistungen nutzbar gemacht werden. So soll der Chatbot zum Standardtool neben Telefon, Schriftverkehr oder persönlichem Kundenkontakt werden. Angesichts der Komplexität vieler Versicherungsfragen bedeutete das neue digitale Angebot für die Kunden eine erhebliche Erleichterung.



**Zukunft ohne Umwege.**

[www.karriere-thurgau.ch](http://www.karriere-thurgau.ch)

**Thurgau** 

**BG** OST  
**CF** SUD

Bürgschaftsgenossenschaft für KMU  
Cooperativa di fideiussione per PMI

«Wir stärken KMU»

**Der einfache Weg zum verbürgten Kredit.**

Die gewerblichen Bürgschaftsorganisationen fördern entwicklungsfähige Klein- und Mittelbetriebe (KMU) durch die Gewährung von Bürgschaften mit dem Ziel, diesen die Aufnahme von Bankkrediten zu erleichtern.

Die Beanspruchung einer Bürgschaft steht allen Branchen des Gewerbes offen.

**BG** OST-SÜD · 9006 St.Gallen · Tel. 071 242 00 60 · [www.bgost.ch](http://www.bgost.ch)

# Das Publikum hat das letzte Wort

**Die Sieger in den drei Kategorien wurden durch eine Jury ermittelt. Aber als zusätzliche Auszeichnung wird ein Publikumspreis verliehen – eine ganz besondere Ehre für den Preisträger.**

Der Publikumspreis ist der Entscheid, der am Abend der Preisverleihung selbst fällt und damit wohl mit grosser Spannung erwartet wird. Die Wahl haben die Gäste dabei unter den neun Finalisten, aus denen auch die drei Kategoriensieger hervorgehen. Zwar haben die Award-Besucher keinen so vertieften Einblick in alle Unternehmen wie die Jury. Aber näher kennenlernen kann man die Anwärter alle vorgängig mit kurzen Filmbeiträgen.

Die Frage ist also: Welches Geschäftsmodell, welche Idee beeindruckt die Besucher ganz spontan besonders? Der Entscheid fällt zum Abschluss des Abends: Dann wird ein

elektronisches Voting unter allen Anwesenden im Saal durchgeführt, nach einer kurzen Pause wird der Preis direkt vergeben.

Ob das Publikum denselben «Geschmack» hat wie die Jury, wird sich also weisen. Je nachdem kann ein Unternehmen sogar zwei Mal jubeln – oder ein anderes freut sich darüber, die Gäste des Abends auf seiner Seite zu wissen. Der Publikumspreis hat einen ganz anderen Charakter als die Auszeichnung durch die Jury, aber steht dieser in nichts nach. Denn immerhin sind es nicht nur Experten, sondern auch Konsumenten, die Gefallen finden müssen an einer Idee.

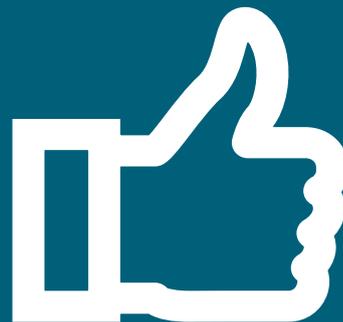
Anzeige

## Abraxas gratuliert...

**... den drei Gewinnern des LEADER Digital Award 2019!**

Die Preisträger haben innovative Anwendungen entwickelt, mit denen die digitale Transformation der Schweiz vorangetrieben wird.

Auch Abraxas denkt die digitale Schweiz neu: Wir entwickeln durchgängige IT-Lösungen, mit denen der Austausch zwischen Verwaltungen, Behörden, Unternehmen und der Bevölkerung effizient und sicher verläuft.



**Für die digitale Schweiz.  
Mit Sicherheit.**

**abraxas**

Abraxas Informatik AG | St. Leonhard-Strasse 80 | CH-9001 St. Gallen

abraxas.ch

# Wie man aus Daten Werte macht

**Der Keynote-Speaker des ersten LEADER Digital Awards, Carsten Koerl, ist wie nicht viele andere berufen, zum Thema Digitalisierung zu sprechen. Denn er hat es verstanden, schon sehr früh aus Daten Geld zu machen. Und das global – aber von St.Gallen aus.**

Sportradar generiert fünf Milliarden Datensätze – täglich.

Etwas mehr als elf Jahre hat Carsten Koerl (\*1964) gebraucht, um sein Unternehmen Sportradar auf eine Bewertung von über zwei Milliarden Euro zu bringen. Begonnen hatte er bei Null. In 30 Ländern ist Sportradar aktiv, rund 2000 Mitarbeiter sind im Einsatz. Als «märchenhafte Erfolgsgeschichte» wurde diese Entwicklung von Medien bezeichnet. Dass Gründer Koerl daran massgeblichen Anteil hat, steht für Beobachter ausser Frage. Denn der Digitalunternehmer hatte schon einmal die richtige Nase und wählte das perfekte Vorgehen, als er einer der Mitbegründer von Bwin war, einem Sportwettenunternehmen.

## Kein Exit

Carsten Koerl ist Unternehmer mit Leib und Seele, der nicht den schnellen Gewinn sucht, sondern seine Ideen nachhaltig aufbauen will – was ihn natürlich nicht daran hindert, dennoch sehr reich zu sein. Die jüngsten hohen Bewertungen seiner Sportradar AG mit Hauptsitz in St.Gallen waren

für ihn kein Anlass, sich selbst einen Vorteil zu verschaffen, sondern im Gegenteil, seinen Anteil an der Firma sogar noch auszubauen. Es wäre dumm, jetzt den Exit zu suchen, liess er sich gegenüber einem Magazin verlauten, denn er habe noch viel vor.

Der gebürtige Deutsche, der heute in Teufen wohnt, hat sich eine Branche ausgesucht, die von Laien nicht selten als anrüchig wahrgenommen wird: die Sportwetten. Allerdings bilden diese heute nur noch einen Teil seiner Tätigkeit. Und: Er tut das nicht etwa auf unseriöse, sondern auf wissenschaftliche Weise – und mit der Hilfe der digitalen Möglichkeiten.

## Big Business mit Big Data

Rund um die Welt werden pausenlos unzählige Wettbewerbe in vielen Sportarten ausgeübt. Koerls Sportradar tut nun nichts

anderes, als die entsprechenden Daten aufzunehmen. Das sind pro Jahr 120 000 Spiele in 35 Sportarten. «Big Business mit Big Data» nennt die Handelszeitung das Modell. Allerdings: Sportradar generiert fünf Milliarden Datensätze – täglich.

Doch diese Daten sind wertlos ohne eine Analyse der Ergebnisse. Das Resultat verkauft das Unternehmen danach an eine wachsende Zahl von Kunden, derzeit sind es mehr als 1000. Wer sind die Abnehmer? In erster Linie die grossen nationalen Sportverbände, von National Basketball Association (NBA) in den USA über FIFA und UEFA bis hin zum eSport. Dann aber auch Medienhäuser, die auf diese Daten für ihre journalistische Arbeit angewiesen sind. Und mit wachsender Bedeutung sind es auch die Anbieter von Sportwetten, also das frühere Tummelfeld von Koerl.

## Zu wenig Mut

Dass ein Schwergewicht der Aktivitäten von Sportradar in den USA liegt, hat nicht etwa damit zu tun, dass Carsten Koerl Europa links liegen lässt. Nur fehle dort, beispielsweise auch in seiner früheren Heimat Deutschland, oft der Mut, etwas zu probieren und zu investieren, stellt er fest. Auch die Grösse des Marktes macht Amerika zum besseren Tummelfeld. Das Ergebnis sind jährlich kräftig steigende Umsätze bei Sportradar, und das Potenzial scheint noch längst nicht ausgeschöpft.

Das zeigt eines der jüngeren Beispiele aus dem Kundenportfolio, die FIFA. Die Frage, die sich viele stellen: Wozu benötigt der Weltfussballverband all diese Daten, die Sportradar erhebt? In erster Linie zur Kontrolle beziehungsweise zur Bekämpfung des sogenannten «Match-Fixing», also der illegalen Beeinflussung eines Fussballspiels zugunsten eines bestimmten Resultats. In der Vergangenheit gab es einige bekannt gewordene Fälle, in denen beispielsweise Schiedsrichter im Auftrag von Wettkunden dafür sorgten, dass das Spielergebnis «richtig» ausfällt.



Carsten Koerl:  
36 Büros über den Erdball verstreut.

# TECHNOLOGIETAG 2019

«Technologie in komplexen Systemen»

Informieren Sie sich über folgende Themen:

## Plenarveranstaltung

- Präzisionsmesstechnik
- Photonische Sensoren
- Fertigungslösungen für die Industrie

## Parallel-Sessions

- «Advanced Micro Manufacturing»
- «Komplexe Systeme»
- «Digitale Systeme»

Dienstag  
18. Juni 2019  
13:30–18:30 Uhr

Veranstaltungsort  
NTB Campus Buchs

 **NTB**

**Interstaatliche Hochschule  
für Technik Buchs**

FHO Fachhochschule Ostschweiz

Teilnahme kostenlos  
Networking inklusive  
Anmeldung obligatorisch  
[www.ntb.ch/technologietag](http://www.ntb.ch/technologietag)



**St.Gallen  
Bodensee  
Area**



**Top. Right. Swiss.**

Die St.GallenBodenseeArea ist eine offizielle Zusammenarbeit der Standortpromotionen der Kantone St.Gallen, Thurgau, Appenzell Ausserrhodon und Appenzell Innerrhodon. Wir betreiben gemeinsam internationale Standortpromotion und Ansiedlungsunterstützung für den drittgrössten Wirtschaftsraum der Schweiz. Wir positionieren den Wirtschaftsraum in ausgewählten Märkten und Clustern und akquirieren internationale Unternehmen. Damit tragen wir zum Wachstum unserer Wirtschaft sowie zum Erhalt und Ausbau von Arbeitsplätzen bei.

**St.GallenBodenseeArea** | Davidstrasse 35 | CH-9001 St. Gallen | Switzerland | Telefon +41 58 229 64 64 | [www.sgba.ch](http://www.sgba.ch)



Hier wird Sportradar dem Namen gerecht. Dank der Datenanalyse zeigt sich, wenn die Wettquoten bei einem Spiel völlig im Gegensatz stehen zum eigentlichen Stärkeverhältnis der Teams, die gegeneinander spielen. Das System des Unternehmens schlägt dann gewissermassen Alarm. Die Daten zeigen auch, wenn in einer Partie alle Tore nach Penaltys aufgrund gepfiffener Fouls – oder eben auch Nichtfouls – gefallen sind. Solche Auffälligkeiten weltweit mit einem Monitoring feststellen kann nur der globale Marktführer dank seinem Datenberg und den Analyseinstrumenten.

Sportradar ist führend – aber das Potenzial ist noch nicht ausgeschöpft.

#### Prominente Investoren

Doch vom Sport zurück zum Business: Eine kräftige Hilfe bei der Vermarktung ist, dass sich unter den Investoren in den USA prominente Sportler befinden. Beispielsweise die Basketballlegende Michael Jordan. Fürs Netzwerk des Unternehmens sind solche Signale unbezahlbar. Für Carsten Koerl selbst bedeutet die globale Tätigkeit, dass er über die Hälfte des Jahres unterwegs ist. Immerhin betreibt er 36 Büros über den Erdball verstreut. Umso erstaunlicher – und erfreulicher –, dass sich der Wahl-Teufener die Zeit genommen hat, um den ersten LEADER Digital Award zu beehren.

Der 55-Jährige wird wohl auch in Zukunft gut sein für Überraschungen. Wie nur wenige andere Leute hat er erkannt, dass Big Data auch im ganz realen Geschäft verwendet werden kann – mit ganz praktischem Nutzen, den der Markt nachfragt.



PRIME COMPUTER

## PrimeMini 4

### Maximale Zuverlässigkeit



Lüfterloser Desktop-PC  
mit hochwertigen, speziell  
ausgesuchten Komponenten für  
eine maximale Zuverlässigkeit

5 Jahre Garantie

[www.primecomputer.ch](http://www.primecomputer.ch)

...mehr lokal und regional



... täglich Online – News auch für  
iphone und ipad!



St.Galler Nachrichten Gossauer Nachrichten Herisauer Nachrichten

St.Galler Nachrichten | Zürcherstrasse 172 | 9014 St.Gallen | Telefon 071 242 67 70 | [www.st-galler-nachrichten.ch](http://www.st-galler-nachrichten.ch)

  
**REVIER**



**THE NEW  
GENERATION HOTEL.**

Für deine Streifzüge durch den Tag und durch die Nacht

## Swissfilm – Die Ostschweizer Filmagentur

Seit bald 15 Jahren produzieren wir für grosse und kleine Unternehmen Filme für grossartige Momente. Swissfilm ist Ihre Ostschweizer Filmagentur. Für Produkte, die aus der Masse herausstechen. Für Innovationen, die herausragend sind. Für Persönlichkeiten, die hohe Ansprüche haben. Die Realisierung eines Filmprojekts ist wie eine Reise: Zusammen planen wir die Route, bestimmen Meilensteine und machen

uns dann auf den Weg – ein Weg, der voller Erlebnisse, spannender Momente und schöner Erinnerungen sein wird. Lassen Sie uns gemeinsam reisen. Auf geht's! Erzählen Sie uns Ihre Story, wir verpacken diese in ein lebendiges Drehbuch, entwickeln kreative Ideen für die Umsetzung und produzieren Ihren Film mit unserem eingespielten Team. Wir sind Swissfilm, die Ostschweizer Filmagentur.



**Swissfilm GmbH**  
Grenzstrasse 5 | 9000 St.Gallen  
071 230 15 15 | info@swiss-film.ch  
swiss-film.ch

## «Mit modernsten Technologien zur genauesten Prognose der Schweiz»

Seit 2009 sind wir von der EKT Energie AG erfolgreich im Energiemarkt Schweiz tätig. Unsere Hauptaufgabe liegt in der Beschaffung und dem Handel mit Strom. Aktuell betreuen wir 85 Energieversorgungsunternehmen sowie 270 Industriekunden mit über 2000 Messpunkten und unterstützen diese mit unterschiedlichsten Dienstleistungen über die gesamte Wertschöpfungskette. Ein zentrales Element ist dabei die Prognose von Verbrauch und Produktion. Unsere Vision ist es, täglich die genaueste Kurzfristprognose der Schweiz zu erstellen. Dafür verfolgen wir den Ansatz, das Verbraucherverhalten unserer Kunden möglichst exakt

zu ermitteln, um anschliessend alle Umwelteinflüsse und ihre Kausalität auf den Verbrauch in unseren Prognosesystemen berücksichtigen zu können.

### Wir legen Wert auf

- den Einsatz modernster Technologien
- ein tägliches Monitoring und die Optimierung der Kurz- und Langfristprognosen
- tiefe Ausgleichsenergiekosten und attraktive Konditionen
- Unabhängigkeit in der Beschaffung durch eine Vielzahl an Handelspartnern
- die Zusammenarbeit auf Augenhöhe mit unseren Kunden



**EKT Energie AG**  
Bahnhofstrasse 37 | CH-9320 Arbon  
T +41 71 440 66 30  
energie-vertrieb@ekt.ch  
www.ekt.ch

Anzeige

**FOKUSCLIP**  
idee & umsetzung



Ausschliesslich Kunstblumen und Pflanzen.  
Kein Pflegeaufwand - unbeschränkt haltbar.

# Ihr Auftritt. Unser Engagement.

- .Eingänge
- .Empfangsbereiche
- .Sitzungszimmer
- .Verkaufsflächen
- .Firmenanlässe

 Dekomacherei.ch  
kommt. sieht. dekoriert.



Marlen Cerrone  
Buchenstrasse 3  
9500 Wil  
076 282 83 84

## LG vo dä KB.



Jetzt unsere digitalen Services  
entdecken: [sgkb.ch/digital](https://sgkb.ch/digital)



St.Galler  
Kantonalbank

## Die Herausforderungen der Unternehmen nachhaltig lösen

Ein Projekt, über das wir sprechen dürfen: WAYPOINT ist Projektpartner in der Schweiz für Smart Service Power (SSP) aus Deutschland. Das Projekt bietet smarte Anwendungen rund um die stark zunehmende Zahl älterer Menschen in der Gesellschaft. Diese innovativen, technischen Lösungen werden Gesundheitskosten reduzieren und die Situation des Pflegepersonals entspannen. Das Pflegeheim kann warten! Ältere Menschen wollen zuhause bleiben, so lange es geht. Mit dem digitalen Assistenz-System

von SSP können sie länger und sicherer daheim wohnen. Die Umsetzung des Projektes ist komplex, weil viele Partnerfirmen und Organisationen beteiligt sind. Hier ist WAYPOINT die Schlüsselstelle zur erfolgreichen Projekt-Realisation.

Die Kunden von WAYPOINT können auf das Leistungsversprechen zählen: Fokussiert, flexibel und leidenschaftlich. Diskretion ist Voraussetzung, denn Sie vertrauen WAYPOINT sensible Aufgaben an, von Führungsfragen und Prozessoptimierungen bis zur Firmenübernahme oder Finanzierung.



**WAYPOINT GmbH**  
 CH-8598 Bottighofen  
 T +41 71 686 50 86  
 waypoint.swiss

## Farner St. Gallen

Farner St. Gallen ist der Ostschweizer Standort von Farner, der führenden Kommunikationsagentur der Schweiz. 140 Mitarbeitende wirken an insgesamt sieben Standorten: Zürich, Bern, St. Gallen, Genf, Lausanne, Lugano und Basel. Mit datenbasierten Strategien und Ko-Kreation zwischen unseren Experten und Ihrem Team bringen wir Sie und Ihre Botschaften näher an Ihre Zielgruppen. Dabei stehen wir für einen vollständig integrierten Ansatz in der Kommunikation und bieten

neben Unternehmens- und Markenkommunikation auch Public Affairs, Digital Marketing, Research & Analytics, Werbekampagnen, Events, Webdesign und Change Communication. Im Innovationslabor Farner Lab entwickeln wir mit unseren Kunden bessere Markenerlebnisse an der Schnittstelle zwischen Technologie, Design und Marketing. Über unsere Netzwerke und Partnerschaften sind wir in über 100 Märkten auf sechs Kontinenten aktiv.

## FARNER

**Farner St. Gallen AG**  
 Poststrasse 23 | 9001 St. Gallen  
 +41 71 231 10 31 | infosg@farner.ch  
 www.farner.ch

Anzeige

aperoho...

**GSCHWEND**

ST.GALLEN ROTMONTEN WINKELN ABTWIL MÖRSCHWIL

cafe-gschwend.ch

# Der Mensch und die Digitalisierung

**Digitalisierung, Industrie 4.0, Künstliche Intelligenz, Big Data: Das sind die Schlagwörter, mit denen das Leben der Zukunft beschrieben wird. Und mit denen gleichzeitig Befürchtungen und Ängste vor der Zukunft geweckt werden. Der Mensch als Sklave von Maschinen? Gefangener im Netz der Algorithmen?**

«Die Künstliche Intelligenz revolutioniert unsere Art zu denken.»

Solchen pessimistischen Meinungen stellen sich die Optimisten gegenüber.

Chris Boos, Unternehmer im Bereich der KI, wies im Sommer 2017 bei der Noah-Konferenz in Berlin darauf hin, dass keiner die Absicht habe, das menschliche Leben durch Roboter zu ersetzen. Die KI werde dem Menschen 80 bis 90 Prozent seiner überflüssigen Tätigkeiten abnehmen. Boos kommt zu dem Schluss: «Wir haben also viel mehr Zeit, um uns auf das Wesentliche zu konzentrieren.»

Mögliche Rückfrage des Philosophen: «Das Wesentliche? Was wäre das?»

Der Begriff «Digitalisierung» ist sehr diffus und wolkig. Dass es trotz der grossen Bedeutung der «Digitalen Revolution» noch kein zuständiges Ministerium gibt, ist ja kein Zufall. Viele wissen nicht, was Digitalisierung eigentlich konkret sein soll und diejenigen, die es zu wissen meinen, kommen oft über ein «Alles wird sich ändern» nicht hinaus.

## Platon: der Mensch und die Daten

Wie so oft in der Philosophie, fangen wir mit den alten Griechen an, genauer mit Platon. Da gibt es in seinem Werk «Pahidros» eine sehr interessante Erzählung.

Auch hier geht es um etwas Neues, das sich langsam durchsetzt und bei vielen Menschen für Unbehagen und Unsicherheit sorgt: die Schrift.

Platon kleidet das in eine nette Erzählung. Die Götter Ägyptens unterhalten sich über die Schrift, die gerade von ihnen erfunden wurde. Der eine Gott, Theut, ist stolz über diese Erfindung. Er prahlt damit: «Die Menschen werden damit weise und klug werden!» Ein anderer Gott, Thamus, ist davon nicht überzeugt und sagt: «Das Gegenteil wird der Fall sein. Die Menschen werden dümmer, sie werden vergesslicher werden. Sie werden in diesen komischen Zeichen die Wahrheit suchen, aber nicht mehr in sich spüren.»

Was Platon hier schildert, ist das aktuelle Problem der Digitalisierung: Es gibt eine neue Art, Daten zu sammeln. Und diese neue und umfassendere Sammlung von Daten wird zwar das Wissen vermehren, auf das man zugreifen kann, aber zugleich auch zu einem Verlust führen. Platon spricht hier von Wahrheit. Was meint er damit?

Menschen existieren in einer bestimmten Art und Weise. Sie denken in einer bestimmten Art und Weise. Und aufgrund dieses Denkens handeln sie auch in einer bestimmten Art und Weise. Das ist die «Wahrheit» des Menschen.

Und Platon sagt: Die Schrift, dieses Sammeln von Daten, kann dem doch gar nicht gerecht werden, was der Mensch ist und wie der Mensch ist!

## Der Mensch und die Technik

Heute ist es nicht die Schrift, die unser Denken revolutioniert, sondern die Künstliche Intelligenz. Sie denkt anders als wir Menschen: Sie denkt im Rahmen einer formalen Logik. Das tun wir nicht.

Die Schwierigkeit besteht nun darin: Wenn diese beiden verschiedenen Ebenen, die Künstliche Intelligenz und die menschliche Intelligenz, sich vermischen, was passiert dann mit uns? Wie verändert es uns? Verschiedene weisen darauf hin, dass diese Vermischung nicht schlimm sei, da die Künstliche Intelligenz ja neutral ist. Formale Logik ist neutral. Mark Zuckerberg, Gründer von Facebook, nennt als Beleg für diese Neutralität folgendes: «Nicht der Revolver tötet, sondern die Hand, die den Abzug tätigt.»

So einfach ist es aber nicht mit der Neutralität. Zu dieser Neutralität der Technik hat sich in sehr überzeugender Weise vor etwa 50 Jahren ein fast vergessener Philosoph geäussert, Günther Anders.

Er gibt zu, technische Geräte seien theoretisch neutral, aber eben nur theoretisch. Nämlich, wenn sie für sich stehen. Also ohne Verwendung und Benutzung:



Michael Rasche:  
«Technische Geräte sind nur  
theoretisch neutral.»

Das Gerät für sich ist neutral. Die Sache ist die: Ein Gerät ist nie für sich, es wird benutzt. Es wird dafür gebaut, benutzt zu werden, oder, um es mit Günther Anders zu sagen: «Jedes Gerät ist bereits Verwendung.» Der von Zuckerberg erwähnte Revolver ist zwar theoretisch neutral, wenn er ungenutzt in der Ecke liegt, aber faktisch ist er eben eine Waffe.

Günther Anders weist entschieden darauf hin: Ein technisches Gerät ist mehr als ein blosses Hilfsmittel, es hat ein Eigenleben, das wir ihm eingebaut haben. Mit diesem Eigenleben ist ein Gerät Teil unserer Gesellschaft – und das gilt heute um ein Vielfaches mehr als in der Vergangenheit: «Der Triumph der Apparatewelt besteht darin, dass er den Unterschied zwischen technischen und gesellschaftlichen Gebilden hinfällig und die Unterscheidung zwischen beiden gegenstandslos macht.»

Wenn man sich die philosophische Technik-Kritik anschaut, von Platon in der Antike bis zu heutigen Autoren: Es geht immer um die Sorge, dass da etwas unser Denken und unseren Geist verändert, das nicht unser ist. Es geht um etwas, das Maschinen und Künstliche Intelligenz nicht besitzen: Es geht um den Raum des Geistes.

Was ist damit gemeint? Hierzu der Bonner Philosoph Markus Gabriel: «Wenn im Meer zu viel Müll ist, kann ich da nicht mehr schwimmen. Wenn im Raum des Geistes zu viel Müll ist, kann ich da nicht mehr denken.» Es geht bei der Digitalisierung ganz wesentlich um die Frage, was eigentlich dasjenige ist, was der Mensch hat und was Maschinen nicht haben können: Was ist Denken? Was ist Rationalität? Was ist Vernunft?

### John Searle: das Chinesische Zimmer

Es gibt ein interessantes Gedankenexperiment des Philosophen John Searle (Berkeley, USA), das sogenannte «Chinesische Zimmer». Eine Person sitzt in einem geschlossenen Zimmer, umgeben von chinesischen Schriftzeichen. Diese Person kann weder Chinesisch sprechen noch schreiben noch irgendeines dieser Worte entziffern. Durch eine Öffnung erhält er verschiedene Schnipsel mit verschiedenen Fragen auf Chinesisch und ein Handbuch in seiner Muttersprache mit Anweisungen: «Auf dieses Zeichen antworte mit jenem Zeichen.»

### «Die Frage der Zukunft ist: Wie verändert uns die Digitalisierung?»

Er folgt dieser Anleitung und gibt die chinesischen Antworten heraus. Draussen vor der Öffnung steht ein Chinese. Die Antworten sind korrekt und er denkt: Der da drinnen spricht Chinesisch! John Searle fasst zusammen: Dieser Mann macht das, was unsere Technik heutzutage auch macht: Sie täuscht Verstehen vor, aber sie kann nicht verstehen.

### Der Mensch und das Denken

Hier kommen wir dem näher, das Chris Boos als das «Wesentliche» bezeichnet hat. Dieses Wesentliche kann dasjenige sein, das den Menschen gegenüber der Maschine auszeichnet: Seine Kreativität, sein Denken, seine Vernunft, das, was man «Geist» nennt.

Um diese Dinge zu fördern, braucht es eine auf den ersten Blick sehr unspektakuläre Sache: Bildung. Die Bildung, auf die es ankommen wird, wird nicht diejenige der praktischen Anwendung der Technik

sein. Die Frage der Zukunft ist nicht: Wie bediene ich jetzt das Gerät? Sondern: Wie verändert uns die Digitalisierung?

Um das zu erkennen, brauche ich das, was man als Allgemeine oder Klassische Bildung bezeichnet, näherhin die sogenannten «Geistes»wissenschaften. Es wird darum gehen, den Menschen zu erkennen: das, was den Menschen ausmacht. Wie will ich einschätzen können, was die Technik mit dem Menschen macht, wenn ich den Menschen nicht kenne? Wenn ich seine Geschichte nicht kenne, sein Handeln, wenn ich nicht weiss, was Vernunft eigentlich ist, menschliche Vernunft?

Es wird viel davon gesprochen, dass die Maschinen den Menschen besiegen werden. Dass es einen Krieg zwischen Maschine und Mensch geben wird. Dieser Krieg ist in dieser Form Science Fiction und wird in Hollywood bleiben. Die Maschine kann den Menschen nur auf eine Weise besiegen: Wenn er sich selbst besiegt. Wenn er nicht mehr weiss, was ein Mensch ist und eine Maschine werden will.

Der Mensch ist dann Mensch, wenn er denkt. Wenn er erfindet. Wenn er interpretiert. Wenn er «geist»voll ist.

Noch einmal Günther Anders: «Es genügt nicht, die Welt zu verändern. Das tun wir ohnehin. Und weitgehend geschieht es sogar ohne unser Zutun. Wir haben diese Veränderung auch zu interpretieren. Und zwar, um diese zu verändern. Damit sich die Welt nicht weiter ohne uns verändere. Und nicht schliesslich in eine Welt ohne uns.»

### Zur Person

Michael Rasche war ursprünglich katholischer Priester und Professor für Philosophie. Der Beginn des Neuanfangs in seinem Leben war, als er seine heutige Frau heiraten wollte. Danach begann er, Vorlesungen zu halten und publizistisch tätig zu sein. Heute ist er als Berater für Unternehmen und Organisationen tätig. Rasche lebt in Dortmund.  
Mehr unter [www.michaelrasche.eu](http://www.michaelrasche.eu)

# Headhunting in digitalen Zeiten

**Eine Stelle ausschreiben und hoffen, dass gute Bewerbungen zurückkommen: Das reicht heute nicht mehr. Davon ist Christoph Battocletti, Geschäftsführer der KS Selection in St. Gallen, überzeugt. Das Team setzt auf eine eigene Software und Big Data, um die richtigen Kandidaten für Jobs zu finden. Und Battocletti ist sicher, dass sich der Trend auf Digitalisierung im Recruiting und HR fortsetzen wird.**

«Wer nicht proaktiv auf potenzielle Mitarbeiter zugeht, der wird früher oder später mit unbesetzten Stellen zu kämpfen haben.»

**Christoph Battocletti, Sie setzen bei der Suche nach Personal für Ihre Kunden auf eigens entwickelte Online-Sourcing-Tools. Wie muss man sich das genau vorstellen?**

Wir haben zusammen mit unserem Entwicklerteam eine Software entwickelt, welche gleichzeitig über 50 Social-Media-Kanäle nach potenziellen Kandidaten für eine spezifische Stelle absucht. Aufgrund von verschiedenen Koeffizienten und Verhaltensmustern – zum Beispiel Xing und LinkedIn – errechnet unser Programm eine Wechselwahrscheinlichkeit. Hierbei nutzen wir zudem Big Data und eine Schnittstelle zu Google, mit der wir erkennen können, wann ein für eine spezifische Stellenbesetzung interessanter Kandidat zumindest passiv nach einer neuen Herausforderung Ausschau hält.

**Und wie sieht der nachgelagerte Prozess aus, wer kontaktiert wen, wer bringt wen mit wem zusammen?**

Nachdem wir potenzielle Kandidaten mit hoher – oder erhöhter – Wechselwilligkeit ausfindig gemacht haben, schreiben wir diese individuell über jenen Kanal an, auf welchem sie sich am aktivsten bewegen respektive in letzter Zeit am häufigsten online waren. Aufgrund dieser Vorgänge erzielen wir eine enorm hohe Rückmeldequote und sind somit sehr zeiteffizient bei der Rekrutierung. Im Anschluss begleiten wir unsere Auftraggeber – die Unternehmen – und die Kandidaten je nach gewähltem Dienstleistungspaket durch den Bewerbungsprozess.

**Sie gehen also proaktiv auf mögliche Kandidaten für ein Unternehmen zu, eine Art Headhunting. Das kannte man früher nur von absoluten Spitzenposi-**

**tionen. Hat sich das in die Breite verändert?**

Unseres Kunden nennen dies gerne mal «Headhunting im digitalen Zeitalter» oder «Big Data Headhunting». Absolute Spitzenposition sind teilweise noch genau gleich schwierig zu besetzen. Jedoch hat sich der Fachkräftemangel stark in die Breite ausgeweitet. Vakanzen in der IT, dem Maschinen- und Anlagebau, allgemein Engineering oder auch mehrsprachige kaufmännische Berufe sind immer öfter schwierig zu besetzen. Der «War for Talents» verstärkt sich auch immer mehr in Randregionen, kleineren oder auch mittleren, vielleicht auch überregional eher unbekannteren Firmen. Definitiv wird dies in der Zukunft noch stärker der Fall sein. Da Fachspezialisten in vielen Branchen gesucht sind, können sich diese dementsprechend ihren neuen Arbeitgeber aussuchen.

**Ist Ihr Geschäftsmodell eine Absage an frühere Recruiting-Modelle oder eher eine Ergänzung?**

Recruiting und HR werden sich in den nächsten Jahren noch stärker und schneller verändern. Klassische Ausschreibungen von Stelleninseraten werden definitiv nicht mehr reichen. Wer nicht proaktiv auf potenzielle Mitarbeiter zugeht oder sich keine Arbeitgebermarke aufbaut, der wird früher oder später mit unbesetzten Stellen zu kämpfen haben.

**Welche Art Kunden setzen auf Ihre Dienstleistungen?**

Das ist sehr unterschiedlich und kommt eher auf die einzelne Vakanz an. Unsere Kunden sind internationale Grosskonzerne bis hin zu kleinen, eher unbekannteren Unternehmen. Bei den Branchen dominieren die IT und der Maschinen- und Anlagebau mit je rund einem Drittel. Die restlichen 40 Prozent stammen aus fast allen anderen Branchen. Unsere Suchmethode ist branchenunabhängig. Unsere Kunden

haben die Auswahl an vordefinierten Paketen, welche sie buchen können, und wir suchen dann nach dem definierten Profil oder übernehmen teils auch den kompletten Rekrutierungsprozess von A bis Z.

**Setzt sich in Ihrer Branche die Einsicht durch, dass digitale Wege immer wichtiger werden oder herrscht die «alte Schule» noch vor?**

Da wir uns in der Branche zwischen HR-Dienstleistung und Software-/IT-Branche bewegen, ist für uns ganz klar der digitale Weg die Zukunft. Was jedoch den persönlichen Kontakt und das Offline-Gespräch immer auch beinhaltet.

**Sie sind in St.Gallen beheimatet. Innovative neue Modelle, gerade im Recruiting-Bereich, assoziiert man sonst eher mit Zürich. Ist der Standort kein Nachteil – oder sogar ein Vorteil?**

Wir sind im Stadtkern von St.Gallen zu Hause, verfügen jedoch auch über Arbeitsplätze in Zürich und im Ausland. Unsere Kunden sind in der ganzen Schweiz und teils auch im Ausland. Etwa die Hälfte bilden jedoch Kunden aus der Ostschweiz. St.Gallen und die Ostschweiz verfügen über ein immenses Potenzial: Zum einen sind hier sehr viele, sehr erfolgreiche und innovative Unternehmen beheimatet. Zum anderen kennt man sich hier noch persönlich und das schätzen wir schon sehr stark.

KS-Selection-Geschäftsführer  
Christoph Battocletti: Big Data Headhunting.

Anzeige

## Ostschweizer/innen unterstützen «Die Ostschweiz.»

*Jetzt dem Club beitreten.  
Alles Infos unter [www.meineostschweiz.ch](http://www.meineostschweiz.ch)*

Die Onlinezeitung für die Kantone St.Gallen, Thurgau und beide Appenzell.

[www.dieostschweiz.ch](http://www.dieostschweiz.ch)



# Wann werden Sie weggeUBERT?

**Die Entwicklung der Digitalisierung lässt sich nicht aufhalten. Der digitale Tsunami kommt, so oder so. Das hat nicht nur auf gewisse Abläufe einen Einfluss, sondern es werden auch viele Jobs der Digitalisierung zum Opfer fallen.**

«Der Mensch kann alles besser, wo Spezialwissen und Empathie gefragt sind.»

Kürzlich war ich in Berlin. Kurz nach der Landung, bereits auf dem Weg ins Hotel, bekam ich von meinem Hotel eine E-Mail mit der Möglichkeit zum Online-Check-in. Das war ein unglaublich guter Service. Denn kaum war ich im Hotel angekommen, musste ich nicht mehr in der Schlange an der Rezeption anstehen, sondern konnte gleich den Zimmerschlüssel an einem besonderen Schalter entgegennehmen. Solche Services werden schon bald ganz normal sein und nicht mehr für Aufsehen sorgen.

Der beschriebene Prozess ist ein kleiner Schritt in der Digitalisierung der Hotelprozesse. Einerseits sind sie für die Gäste eine Erleichterung und andererseits für das Hotel eine Kosteneinsparung. Er bringt also einen doppelten Nutzen. Und alles, was einen Nutzen generiert, wird sich letztlich durchsetzen. Auf die Angestellten hat das den Einfluss, dass ihre bisherige Arbeit vom Kunden im Selfservice selbst gemacht wird. Es braucht folglich immer weniger Mitarbeiter für den Check-in im Hotel. Doch schon bald werden wir im Hotel überhaupt keinen Schlüssel mehr benötigen, denn ein Scanner wird an der Türe unser Gesicht scannen, erkennen und die Türe öffnen.

## Der digitale Tsunami kommt

Die Entwicklung der Digitalisierung lässt sich nicht aufhalten. Der digitale Tsunami kommt, so oder so, nicht zuletzt wegen vieler digitaler Technologien und Entwicklungen. Unsere Arbeitswelt wird immer stärker und schneller von Entwicklungen wie künstlicher Intelligenz, Robotern oder selbstfahrenden Autos beeinflusst. Die Disruption, also die Verdrängung von Altem durch Neues, befindet sich in vollem Gange. Einige Branchen, wie die Medien- und Reisebranche, haben ihre Disruption schon bald hinter sich. Die Banken- und Versicherungsbranche steckt mitten drin,

die Hotellerie und Gastronomie stehen kurz davor. Gerade die vorher genannten digitalen Entwicklungen werden hier ihre Spuren hinterlassen. Das hat nicht nur auf die Abläufe einen Einfluss, sondern es werden auch viele Jobs in diesen Branchen der Digitalisierung zum Opfer fallen.

Seit UBER den Markt für Fahrdienstleistungen dank einer App aufgemischt hat, wissen wir, was Taxifahrer in Zukunft zu erwarten haben. Wenn sie die neuen Konkurrenten zu behindern versuchen oder sogar staatliche Stellen oder der Gesetzgeber aktiv werden, dann hat das nur auf-schiebende Wirkung. Verhindern können sie den Tsunami nicht, nur verzögern. Der «wahre Feind» der Taxifahrer wird nicht die UBERisierung der Fahrdienstleistung mit einer App sein, sondern die selbstfahrenden Autos. In Phoenix, USA, steht die Firma Waymo mit einer ganzen Flotte an selbstfahrenden Taxis bereit, um den kommerziellen Betrieb aufzunehmen. Der Testbetrieb im Jahr 2018 mit den Robotertaxis verlief erfolgreich.

## WeggeUBERT

Der Begriff «weggeUBERT» ist ein Wortspiel, das die Disruption in dieser Branche aufzeigt. Die Disruption geht meistens von einem Branchenfremden aus, der die Branche von aussen differenziert betrachtet und darum vieles anders und einfacher machen kann. Wenn Sie schon einmal mit UBER unterwegs waren, dann wissen Sie, was ich meine.

Wissen Sie, wem die Firma Waymo gehört? Waymo ist eine Schwesterfirma von Google, die zum Alphabet-Konzern gehört. Google war es, die die ersten selbstfahrenden Autos entwickelt hatte, und nicht die Automobilindustrie. Waymo allein hat mit seinen Testfahrzeugen rund 15 Millionen Kilometer zurückgelegt. Es sind nur wenige Unfälle passiert. Meistens war der andere Verkehrsteilnehmer oder der menschliche Beifahrer schuld, selten der Algorithmus, der das Fahrzeug steuerte.



Jörg Eugster ist ein Onlinepionier der ersten Stunde. Neben seiner Rolle als Spitzenexperte im Onlinemarketing engagiert sich der Herisauer als begeisterter Botschafter der digitalen Zukunft.

24 Stunden am Stück. Roboter können unter anderem auch das Gepäck des Gastes oder bestellte Getränke selbstständig aufs Zimmer bringen.

### Braucht es den Menschen noch?

Welche Jobs kann ein Roboter oder eine Künstliche Intelligenz besser als der Mensch? Was zeichnet den Menschen gegenüber einer Maschine aus? Der Roboter, die Maschine oder die Künstliche Intelligenz können alle Aufgaben besser, die einfach und repetitiv sind und kein Spezialwissen erfordern. Ich nenne diese Aufgaben FAQ-Jobs. FAQ heisst ja Frequently Asked Questions, also häufig gestellte Fragen. Gerade an einer Hotelrezeption werden immer die gleichen Fragen gestellt. Das kann ein Roboter genau so gut, aber viel billiger als der Mensch.

Der Mensch kann dafür alles besser, wo Spezialwissen und Empathie gefragt sind. Auch in sozialen Aufgaben ist der Mensch der Maschine überlegen. In der Kreativität gibt es bereits Ansätze, wo die Maschine gegenüber dem Menschen aufholt. Wenn der Mensch diese Fähigkeiten nicht einsetzt, muss er sich nicht wundern, wenn er eines Tages weggeUBERt wird.

Ein solch positives emotionales Erlebnis hatte ich kürzlich an meinem Lieblings-Kebab-Stand. Ich nehme dort immer das gleiche Menü. Nun hatte ich ausnahmsweise einen Kaffee zusätzlich bestellt. Als ich zahlen und darauf aufmerksam machen wollte, sagte man mir, dass der Kaffee aufs Haus gehe. Diese kleinen Aufmerksamkeiten unterscheiden uns Menschen von der Maschine. Auch ein Lächeln oder ein unerwarteter Zusatzaufwand machen uns von der Maschine unterscheidbar. Am Kebab-Stand benötige ich immer zusätzliche Servietten. Die Angestellten kennen mein Bedürfnis inzwischen und bringen sie mir unaufgefordert. Das ist Aufmerksamkeit, die der Roboter erst noch lernen muss.

### Digitale Technologien werden die Hotellerie und Gastronomie umkrepeln

Roboter sind bereits so weit entwickelt, dass sie selbstständig Pakete ausliefern können. In Australien hat Domino's Pizza schon 2016 begonnen, Pizzas mit einem Roboter auszuliefern. Die Firma Moley Robotics aus London bietet eine roboterisierte Küche an, in der ganze Menüs gekocht werden. In China beschäftigt ein Restaurant testweise zwei Arten Roboter: Während der eine sich auf einer Schiene fortbewegt, fährt der andere frei im Restaurant herum. Vermutlich möchte man damit testen, welcher der beiden Typen besser funktioniert. Beide können Bestellungen aufnehmen und bringen. Der Besitzer des Restaurants sagt, dass ihn der Einsatz eines Roboters nur gerade 29 Dollar pro Jahr an Elektrizität koste ... Die Roboter würden auch kein Trinkgeld erwarten, wieder ein Nutzen für den Kunden und den Anbieter. Doch geht das zulasten der Angestellten, die es immer weniger braucht.

Auch in der Hotellerie kommen zunehmend digitale Technologien zum Einsatz. Ein New Yorker Hotel testete den Einsatz des Roboters «Nano» als Concierge. Der Einsatz war wenig erfolgreich, sodass er abgebrochen wurde. Doch bin ich sicher, dass es eines Tages einen Nachfolger geben wird, der zuverlässiger und schneller Auskünfte an die Hotelgäste geben wird.

### Der «wahre Feind» der Taxifahrer wird nicht die UBERisierung der Fahrdienstleistung mit einer App sein, sondern die selbstfahrenden Autos.

Die Roboterfrau «Sophia» beispielsweise ist dank Robotertechnologie und Künstlicher Intelligenz bereits so weit entwickelt, dass sie schon bald als Dame an der Rezeption, als Concierge oder als Nachtportier eingesetzt werden kann. Sophia und ihre «Artgenossen» könnten dank künstlicher Intelligenz viele Sprachen fließend sprechen, sind immer gut gelaunt und arbeiten

# «Ein Business Angel ist nicht nur ein Engel»

**Er kommt ins Spiel, wenn ein Start-up mit einer schlüssigen Idee Geld oder einen erfahrenen Mann an der Seite braucht – oder beides. Roland Zeller hat selbst digitale Erfolgsgeschichten geschrieben und hilft heute denen, die auf dem Weg dazu sind. Allerdings kann er längst nicht jedes Projekt unterstützen, das ihm vorgelegt wird.**

«In der Schweiz sind wir immer noch viel zu grosse Perfektionisten.»

Der Gründer und Investor Roland Zeller ist ein Pionier in Sachen digitalen Geschäftsmodellen. Im Jahr 2000 lancierte er das Online-Reisebüro Travel.ch und expandierte mit dieser Richtung Nordeuropa. Zwölf Jahre später übernahm Hotelplan das Portal.

Dieser Exit war durchaus im Sinn des Erfinders: Er schuf Freiraum für neue Aktivitäten. Zum Beispiel 2017 mit einem weiteren Projekt im Bereich Reisen: Viselio, eine Firma, die das Beantragen von Visa erleichtert und das nach einigen Startdestinationen nach und nach auf alle ausgebaut werden soll, die ein Visum erfordern.

Seinem Thema blieb Roland Zeller oft treu: Auch die Webseite GetYourGuide ist dem Tourismus gewidmet, hier werden Führungen und Ausflüge für Touristen vermittelt. Er stieg als erster Investor in die Firma ein, bevor der Börsengang angepeilt wurde.

## In Firma gebündelt

Allerdings ist Zeller nicht monothematisch. Ob als Verwaltungsrat, Business Angel oder beides: Er ist in über einem Dutzend Start-ups engagiert, die längst nicht alle mit dem Thema Urlaub zu tun haben.

In seiner Innuvik AG hat er alle diese Aktivitäten gebündelt. «Rund die Hälfte meines Investments mache ich in der Reiseindustrie, deren digitale Transformation ich als Gründer eines der ersten Online-Reisebüros der Schweiz selber mitgeprägt habe», so Zeller.

Die anderen Investments seien zwar auch immer im Web, aber in ganz unterschiedlichen Branchen. Seine Anforderung: «Die Start-ups, in die ich investiere, sollten eine globale Ausrichtung haben und innerhalb weniger Jahre stark wachsen können.» Der Investment-Fokus liegt in Europa, und neben Projekten in der Schweiz unterstützt er auch solche in Deutschland, Dänemark,

Schweden, Spanien und Serbien mit Rat, Tat und Geld.

## Ein bis zwei von 500

Das spricht sich natürlich herum, und so erhält Roland Zeller jährlich über 500 Businesspläne und Geschäftsideen zuge stellt. Einen Fünftel davon schaue er sich genauer an, mit rund 20 Gründerteams tritt er danach in persönlichen Kontakt. Zeller: «Daraus resultieren am Schluss ein bis zwei Firmen, in die ich investiere und die ich betreue.» Dementsprechend müsse er ambitionierten Leuten leider sehr oft absagen – «aber ein Business Angel ist eben nicht nur Engel, sondern es geht auch ums Business.» Zudem müsse er stets das Gefühl haben, dass er zum Gründerteam passt und das junge Unternehmen voranbringen kann.

Die Faszination Web hat ihn bei einem ersten Kurs im Jahr 1994 gepackt. Er setze als Investor, Berater, Multi-Verwaltungsrat und Speaker voll aufs Internet. «Papier ist mir ein Gräuel, ich versuche, mich selber so stark wie möglich digital aufzustellen» sagt er dazu. Das nur schon, um auf seinen vielen Reisen vollumfänglich handlungsfähig zu sein. Nur ab und zu bei einer Firmengründung oder einer Aktienkapital-Erhöhung brauche es seine Anwesenheit auf einem Notariat.

## Geografie spielt keine Rolle

Wie beurteilt Roland Zeller die Digital-landschaft Ostschweiz? Als Investor sei es ihm «ehrlich gesagt relativ egal, wo das Unternehmen domiziliert ist». Am Schluss sei entscheidend, dass das richtige Team am Werk ist und ein echtes Problem löst, für das die Kunden zu zahlen bereit sind. Kriterien dafür sind für ihn: Was für ein Problem wird gelöst? Ist die Problemlösung revolutionär? Lässt sich damit Geld verdienen? Ist der Markt gross genug? Darüber hinaus geht es aber auch um den Faktor Mensch: Ergänzt sich das bestehende Team gut? Harmoniert es? Traut Zeller dem



**Roland Zeller:**  
Stellt sich auch persönlich so stark wie möglich digital auf.

Team zu, die Firma von drei auf 300 Mitarbeiter wachsen zu lassen? Und schliesslich müssen für Zeller für einen positiven Investmententscheid am Schluss auch die angestrebten Geschäftszahlen und die Bewertung des Start-ups stimmen.

Der Investor stellt fest: In der Schweiz seien wir immer noch viel zu grosse Perfektionisten. «Wir erarbeiten uns einen Plan, ziehen uns ins stille Kämmerlein zurück und entwickeln etwas.» Beim Launch komme dann oft die grosse Ernüchterung, weil

man an der Zielgruppe vorbeigeplant hat. Sein Fazit: «Besser schnell mit halbfertigen Prototypen auf den Markt und dann mit Kundeninput in die richtige Richtung weiterentwickeln.»

Anzeige



## Wir erweitern den digitalen Horizont

## kundenfreundlich und intuitiv

- Chatbot
- AHVeasy
- Online-Assistent
- interaktive Formulare
- elektronisches Dokumentenmanagement
- teil- und vollautomatische Leistungsabwicklung

Ihr Kompetenzzentrum für Sozialversicherungen



# «Bald mehr Konferenzen als Gründer»

**Florian Schweitzer ist Gründer und CEO von btov, einem Unternehmen für Venturekapital, das rund 360 Millionen Euro verwaltet und in St.Gallen, Berlin, München und Luxemburg Büros unterhält. Einige der früheren Unternehmen aus dem Portfolio wie XING und Facebook haben sich später zu bekannten Erfolgsgeschichten entwickelt. Im Gespräch mit Florian Schweitzer über Investitionen in digitale Projekte und die Digital-landschaft Ostschweiz.**

«Dann die Gründer und nochmals die Gründer und wieder die Gründer.»

## Florian Schweitzer, wie stark ist btov im digitalen Bereich eingebunden?

Etwa zwei Drittel der Investitionen, die wir tätigen, entwickeln die Digitalisierung. Das sind sehr langfristige Engagements. Ein aktuelles, sehr schönes Beispiel dafür ist DeepL – eine Firma, in welche wir vor zehn Jahren investiert haben und die heute Texte besser übersetzen kann als Google oder Microsoft.

## Und wie stark sind Sie dabei in Ostschweizer Start-ups beziehungsweise Projekte eingebunden?

btov ist aus der studentischen Initiative START an der HSG entstanden. Wir fühlen uns unserer Alma Mater und START auch nach 19 Jahren verbunden und verpflichtet. Wir haben sehr viel bekommen, und es gäbe uns ohne die HSG und der engagierten Alumni Community nicht. Es ist daher nur zu konsequent, dass wir uns finanziell engagieren, wie zum Beispiel im zukunftsweisenden «Learning Center» der HSG. Vor allem aber unterstützen wir die Studenten bei START mit Know-how und unserem Netzwerk. Der START Summit hat aus der Ostschweiz heraus weltweite Strahlkraft.

## Wie sieht diese Unterstützung konkret aus?

Vor zwei Jahren haben wir geholfen, Tony Fadell, den Erfinder des iPods und Gründer von NEST, nach St.Gallen zu bringen,

letztes Jahr den ersten CTO der NASA und heuer die beiden Chief Data Officers von LinkedIn und Salesforce. Ich würde begrüßen, wenn sich noch mehr Unternehmen für den START Summit engagierten. Wir können und müssen unsere Kräfte bündeln in der Schweiz. Wir haben sonst hier bald mehr Konferenzen und Business-Plan-Wettbewerbe als Gründer.



Florian Schweitzer, btov.

## Wie beurteilen Sie aus Ihrer Erfahrung heraus die Ostschweizer Digitalszene – mit Blick auf schon länger bestehende und auch neue Unternehmen?

Es gibt in der Ostschweiz ausserordentliche Unternehmen. Sportradar ist vermutlich das Eindrücklichste, welches interessanterweise kaum Beachtung findet. Auch auf die Entwicklung von Frontify dürfen wir alle gespannt sein, dort haben die Gründer eine schöne Finanzierungsrunde zustande gebracht.

## Welche Massstäbe setzen Sie an ein Unternehmen beziehungsweise eine Idee, wenn Sie dieses für ein allfälliges Engagement beurteilen?

Zunächst das Timing für die Idee. Dann die Gründer und nochmals die Gründer und wieder die Gründer.

## Und welches sind aus Ihrer Sicht die häufigsten Fehler oder Unterlassungen von Start-ups im Digitalbereich?

Diesen oder den Fehler schlechthin gibt es nicht. Vermutlich aber ist die richtige Balance zwischen «Fokus auf das Produkt» und «User-/Kunden-Akquirieren» die wirkliche Kunst.

# Digitalisierung – alle sprechen davon, wir bringen Sie dort hin.



## Abschluss: Dipl. Digital Business Manager/in NDS HF\*

### Worum geht es?

- Digitalisierung verstehen und die richtigen Fragen stellen,
- Digitalisierung modellieren und ausgestalten,
- Digitalisierung erfolgreich umsetzen.

### Wer ist angesprochen?

- Mitglieder der Geschäftsleitung
- Geschäftsführer/in von KMU
- Verantwortliche für Marketing, Verkauf, Einkauf, Entwicklung, Produktion, Logistik etc.
- Mitarbeitende von Beratungsunternehmen

### Zeit, Ort, Kosten?

**Dauer:** 2½ Semester  
**Beginn:** 3. Mai 2019  
**Zeiten:** Freitag 13.15 bis 20.00 Uhr  
Samstag 09.00 bis 12.15 Uhr  
**Ort:** Akademie St.Gallen  
**Kosten:** CHF 16'500 inklusiv Studienwoche im Silicon Valley (Flug Economy, Hotel Basis DZ, Transfers), inklusiv Lehrmittel, Prüfungen und Betreuung Diplomarbeit. Möglichkeit der Ratenzahlung

### Auszug aus dem Lerninhalt

#### Unternehmensführung im digitalen Zeitalter

Disruption – die VUCA-Welt – digitale Geschäftsmodelle

#### Technologien

Mega-Trends – Blockchain-Technologie – Industrie 4.0 – Artificial Intelligence – 3D-Druck – Robotik/Sensorik

#### Innovations- und Technologiemanagement

Innovationsmanagement – Kreativitäts-/Entscheidungstechniken – Vernetztes Denken – Elevator Pitch

#### Digitale Geschäftsmodelle

Modellentwicklung – Value Chain – Predictable Revenues – Open Innovation – Digital Collaboration

#### Leadership und Change Management

Impact auf Unternehmenskultur – neue Führungsmodelle und Arbeitsformen – Change Management

#### Digitales Marketing

Cross Media, Channels, Content – CRM-Modelle – Big Data

#### Innovation LAB

Prototyping und Entwicklung realer Business Cases

Mehr Informationen unter:

[www.akademie.ch/digital](http://www.akademie.ch/digital)



### Studienwoche im Silicon Valley

Fester Bestandteil des Lehrgangs ist die Studienwoche im Hotspot der Digitalisierung. Während einer Woche besuchen Sie verschiedene Firmen, die sich mit der Digitalisierung in den unterschiedlichsten Anwendungsbereichen beschäftigen. Dabei besteht die Möglichkeit, sich mit Unternehmern, Forschern und Investoren auszutauschen und auch eigene Markt- und Produktabklärungen vorzunehmen. Neben den bleibenden und inspirierenden Eindrücken entsteht im Rahmen Ihrer Diplomarbeit womöglich sogar ein neuer Business Case.

**Akademie St.Gallen**  
Kreuzbleichweg 4  
9000 St. Gallen

Telefon 058 229 68 00  
info@akademie.ch  
www.akademie.ch

\* Abschluss wird vom Bund (SBFI) nach Ende des Anerkennungsverfahrens eidgenössisch anerkannt.



SWISS  
FILM



WIR  
ERZÄHLEN  
IHRE  
GESCHICHTE.

DIE FILMAGENTUR DER OSTSCHWEIZ  
+41 71 230 15 15 | SWISS-FILM.CH