



CORPORATES

Sie verbinden die alte mit der neuen Welt: Die Digitalisierung erfinden sie nicht auf der grünen Wiese, sondern treiben sie in etablierten Unternehmen voran.

FILIPPO CATALANO, 47**Group CIO Nestlé, Vevey**

Das wertvollste Unternehmen der Schweiz – Nestlé – hat sich bisher kaum als digitaler Weltkonzern präsentiert. Unter der Oberfläche sei aber eine gigantische Transformation im Gange, sagt Filippo Catalano. Der gebürtige Italiener ist seit Anfang 2018 als Chief Information Officer bei Nestlé tätig.

Digitalisierung bei Nestlé bedeutet bis anhin vor allem das Vernetzen von verschiedenen Plattformen, Softwaretools und IT-Anwendungen – aus 189 Ländern notabene. «Zuerst müssen wir die digitalen Plattformen zusammenführen und aufeinander abstimmen. Diese Arbeit geschieht oft im Hintergrund», sagt Catalano. Wie bei anderen Konzernen müssen Daten vereinheitlicht werden, bevor daraus Innovationen entstehen. Erfahrung in der Vernetzung verschiedenster Abteilungen hat Catalano drei Jahre lang als Digital Operations Officer bei Nestlé gesammelt. In dieser Funktion baute er etwa das Innovationslabor Global Digital Hub in Barcelona auf. Davor hatte er über 16 Jahre lang beim Konsumgütergiganten Procter & Gamble gearbeitet.

Das Ziel von Catalano ist klar: «Wir wollen mit mehr Daten auf die Food-Gewohnheiten jedes einzelnen Konsumenten eingehen können.» Neben Big Data betont er auch das Internet of Things (IoT) als wichtiges Zukunftsfeld: So bestellt die Kaffeemaschine mittlerweile selber neue Kapseln, smarte Produktionsstätten sollen bei Nestlé Einzug halten.

Trotz seinem grossen Interesse an den neusten Technologien und der Apple Watch, die an seinem Handgelenk prangt, ist Catalano in seiner Freizeit sehr analog unterwegs: Er sammelt Vintage-Motorräder von Honda und restauriert sie.



Bei Nestlé Herr über einen gigantischen Transformationsprozess: Filippo Catalano.



«Digital zu arbeiten, bedeutet, anders zu arbeiten»: Elena Cortona.

ELENA CORTONA, 49**Head of Digital Transformation, CTO Division Schindler, Ebikon**

Seit gut einem Jahr sorgt Elena Cortona als Head of Digital Transformation dafür, dass beim Schindler-Konzern künftig alle Informationen einer Anlage – ob Aufzug oder Rolltreppe – digitalisiert und vernetzt werden. «Ich setze diese Vision gemeinsam mit meinem Team in die Praxis um, sodass später für jedes Schindler-Produkt ein sogenannter «digitaler Zwilling» erstellt werden kann, über den alle Informationen entlang der Wertschöpfungskette digital in Echtzeit und weltweit zugänglich sind.» Konkret beinhaltet das eine neue Herangehensweise an Altbewährtes: «In einer digitalen Transformation muss man zuerst alle Arbeitsprozesse im Detail abbilden, um zu erkennen, wie diese optimiert werden können», erklärt Elena Cortona, die Maschinenbau in Turin studiert, an der ETH Zürich promoviert hat und seit 2001 bei Schindler tätig ist. Die grösste Herausforderung jedoch liege darin, die Mitarbeitenden mit einzubinden und ihnen die Vorteile der Digitalisierung näherzubringen. Denn: «Digital zu arbeiten, bedeutet, anders zu arbeiten», sagt Cortona.

DAS HEALTH LAB VON CSS UND ZWEI UNIS FORSCHEN AN DIGITALEN THERAPIEN FÜR CHRONISCH-KRANKE.

Forciert die Digitalisierung im Kostenmanagement, bei Produkten und Dienstleistungen sowie der Forschung: Philomena Colatrella.

PHILOMENA COLATRELLA, 50**CEO CSS, Luzern**

Sie ist die Chefin der CSS, der mit rund 1,3 Millionen Grundversicherten und rund 2700 Mitarbeitenden grössten Krankenversicherung der Schweiz. Das macht sie zu einer Pionierin: Nur ganz wenige Frauen sind in der Assekuranzbranche ganz oben angekommen. Philomena Colatrella ist auch Vorstandsmitglied des Schweizerischen Versicherungsverbands und Vizepräsidentin des Krankenkassenverbands Curafutura. Als Verfechterin der Digitalisierung ist sie ausserdem Mitglied des Steering Committee von Digital-schweizland.

Die ausgebildete Anwältin sieht in der Digitalisierung enormes Potenzial, nicht nur bei der Erledigung von Routearbeiten. Durch die von ihr vorangetriebene Automatisierung der 17 Millionen eingehenden Rechnungen spart die Versicherung jährlich dreistellige Millionenbeträge ein. Colatrella gründete einen eigenen Konzernbereich, der sich mit Innovation befasst. Wichtiges

Instrument dabei sind Data Analytics – Stichworte: Data Science, Machine Learning und KI.

Die Digitalisierung ist zudem für die Entwicklung neuer Dienstleistungen und Produkte zentral – die CSS will ihre Versicherten in Gesundheitsfragen unterstützen. Dazu gehören digitale Präventionsprogramme zur Förderung der Bewegung im Alltag, ergänzt durch Ratgeber bei Krankheitssymptomen samt Chatbot-basierten Vorsorgeempfehlungen. Und sie will das Agenturnetz mit seinen hundert Filialen digitaler machen.

Seit bald fünf Jahren kooperiert die CSS zudem mit der Universität St. Gallen und der ETH Zürich. Das «Health Lab» forscht an digitalen Therapien für Chronischkranke, sogenannten «digitalen Pillen», etwa einem Hustendetektor für Asthmatiker für die Nacht mit anschliessender Auswertung der Hustenrate samt Therapieempfehlung. Zudem arbeiten Colatrella und ihre Teams an einem digitalen Physiocoach als Augmented-Reality-Anwendung.

Dabei geht es nicht darum, dass die CSS jeweils das Rad neu erfindet. So hat das Unternehmen im letzten Jahr begonnen, systematisch in den Start-up-Markt zu investieren. Erste Projekte sind derzeit am Entstehen.

EHMANN WILL AR DORT EINSETZEN, „WO SIE MENSCHEN HELFEN KANN, SICH ZUVERLÄSSIGER IN DER WELT ZU ORIENTIEREN“.



Brückenbauerin zwischen Google-Technikern und externen Partnern im Bereich Augmented Reality: Petra Ehmann.

PETRA EHMANN, 34

Global Business Development Lead Augmented Reality, Google, Zürich

Nicht viele können von sich behaupten, mit 34 Jahren bereits in Brasilien, Mexiko, den USA und China gelebt zu haben. Petra Ehmann schon. «Wenn ich in La Paz aus dem Flugzeug steige, fühle ich mich genauso zu Hause, wie wenn ich in St. Anton die Piste runtersaue», sagt die Deutsche mit bolivianischen Wurzeln.

Ehmann bringt ein Profil mit, das bei Google wie die Faust aufs Auge passt: jung, weiblich, international vernetzt und top ausgebildet. Deshalb hat sie eine Rolle bei Google inne, die enorm an Bedeutung gewonnen hat. Sie kümmert sich beim Tech-Giganten um «Partnerschaften, Visionen und Pilotprojekte» im Bereich Augmented Reality – kurz AR. Dabei evaluiert Ehmann, in welchen Industrien AR gewinnbringend zum Einsatz kommen kann. «Ich sehe mich als Brückenbauerin zwischen unserem Enginee-

ring Team und externen Partnern und will mit ihnen neue Einsatzmöglichkeiten für AR entdecken.»

Ehmann erklärt gerne, weshalb AR künftig noch mehr Bedeutung in unserem Alltag einnehmen wird: «Wir leben in einer Welt mit immer kleiner werdender Hardware, vom PC zum Smartphone zur Watch, und zugleich immer hilfreicherer Software, von einfachen Rechenprogrammen bis zur Bilderkennung», sagt sie. Darum wolle sie AR dort einsetzen, «wo sie Menschen helfen kann, sich zuverlässiger in der Welt zu orientieren». So hat das Zürich-Team kürzlich die Funktion Google Maps Live View lanciert. Wenn man das Smartphone nach oben hebt, öffnet sich der Kameramodus, und man kann sich anhand von Pfeilen besser orientieren. Damit gehöre auch der allseits bekannte blaue Pfeil in Google Maps, der nur unpräzise Ortsangaben gemacht hat, der Vergangenheit an.

Als hätte Ehmann mit dieser zukunftssträchtigen Technologie nicht schon genug zu tun, engagiert sie sich als Board Member bei «We Shape Tech». Dort werden talentierte Frauen für Tech-Berufe begeistert. «Ich bin überzeugt, dass Talent nicht ans Geschlecht gekoppelt ist», sagt Ehmann. Sie wolle dazu beitragen, dass nicht nur 50, sondern 100 Prozent der Gesellschaft gefördert würden. Ihre eigene Karriere bei Google ist dafür wohl der beste Beweis.

DIDIER GUZZONI, 53

Software Development Engineer Apple, Lausanne

Millionen von Menschen reden täglich mit ihr – mit Siri, der Sprachassistentin von Apple. Hinter dieser bahnbrechenden Erfindung steckt ein Schweizer: Didier Guzzoni. Er war als Forschungschef bei der gleichnamigen Firma Siri tätig, bevor diese 2010 von Apple gekauft wurde. Der Welschschweizer ist ein Pionier bei der Entwicklung und schliesslich dem Einsatz des ersten mobilen Assistenten weltweit.

Dank dieser wichtigen Rolle nimmt Guzzoni auch geografisch einen Sonderstatus ein. Er arbeitet nämlich von Lausanne aus, obwohl sein Team im kalifornischen Cupertino sitzt. Doch Guzzoni zog es immer wieder in die Schweiz zurück. Nach seinem Informatik-Master an der EPFL in Lau-



Der starke Mann hinter Apples Siri: Didier Guzzoni.

sanne absolvierte er ein Praktikum im Silicon Valley und arbeitete dann auf dem Gebiet der künstlichen Intelligenz während

acht Jahren bei verschiedenen Start-ups im Valley. 2004 kehrte er jedoch in die Schweiz zurück, promovierte an der EPFL zum Thema Persönliche Assistenten und gründete dann 2007 das Unternehmen Siri. Nachdem man 2010 eine erste Version des virtuellen Assistenten auf den Markt gebracht hatte, erhielt Guzzoni einen Anruf von Steve Jobs persönlich. Kurz danach wurde Siri Teil von Apple.

Den Erfolg Guzzonis und seines Teams mache aus, dass sie es geschafft hätten, künstliche Intelligenz aus dem Forschungslabor in «die Hände von Millionen von Menschen zu legen», sagt Guzzoni. Er arbeitet unermüdlich an der Verbesserung von Siri, an mehr Anwendungsfeldern, an dem ultimativen Assistenten. «Diese Mischung aus Technik, Kreativität und Design schafft ein einzigartiges Arbeitsumfeld», sagt Didier Guzzoni. Und es sei egal, woher man komme.

MARIANNE JANIK, 54

Country Manager Microsoft Schweiz, Wallisellen ZH

Microsoft hat sich neu erfunden: Aus dem reinen Softwareanbieter ist ein digitaler Dienstleister geworden. In der Schweiz geschah diese Wandlung in den letzten Jahren unter Führung von Marianne Janik. Die deutsche Managerin mit französischem Pass steht seit 2015 an der Spitze der Ländergesellschaft. Ursprünglich liess sie sich zur Juristin ausbilden, doch Technologie hat sie schon immer begeistert. «Technologie zieht sich wie ein roter Faden durch meine Karriere», sagt Janik.

Mit Microsoft Schweiz leitet sie eine Ländergesellschaft, die für die technologische Weiterentwicklung des Konzerns eine wichtige Rolle einnimmt: Microsoft forscht mit den beiden ETHs an künstlicher Intelligenz und virtueller Realität und hat kürzlich zwei Schweizer Cloud-Datencenter eröffnet. Sie habe die Qualitäten der Schweiz kennengelernt, sagt Marianne Janik, das Land habe beste Voraussetzungen, um in der digitalen Welt zu bestehen: «Die Schweiz schöpft dieses Potenzial aber nicht aus.» Sie vermisst bei Unternehmen insbesondere die



Kooperiert mit der ETH in Sachen künstlicher Intelligenz: Marianne Janik.

Bereitschaft, über die eigene Branche hinweg zusammenzuarbeiten. Bei Microsoft Schweiz pflegt Janik diese Offenheit für branchenübergreifende Zusammenarbeit.

Den Tatbeweis liefert das Unternehmen mit dem Umzug des Sitzes von Wallisellen

in den «Circle» beim Flughafen Zürich. Microsoft werde in diesem Büro- und Shoppingkomplex Teil einer einzigartigen urbanen und digitalen Umgebung, sagt Janik: «Das wird eine spannende Nachbarschaft.»



Entzieht Infos dank Kryptografie den Blicken von Unbefugten: Pascal Junod.

PASCAL JUNOD, 43

Cryptographer Snap, Yverdon-les-Bains

Pascal Junod arbeitet an der vordersten Verteidigungslinie im Wettstreit gegen Hacker. Er ist Experte für Kryptografie, beschäftigt sich also mit dem Verschlüsseln von Informationen und setzt sich dafür ein, dass Software tatsächlich sicher ist und nicht von Gegnern verändert wird.

Neun Jahre lang war er als Professor für IT-Sicherheit tätig, dann gründete er Anfang 2015 mit Mitstreitern das Start-up Strong.codes. Die Arbeit war so erfolgreich, dass Strong.codes Ende 2016 vom Social-Media-Giganten Snap übernommen wurde. Junod ist öfters bei Snap in Kalifornien, doch er arbeitet primär in der Westschweiz: Snap Switzerland hat ihren Sitz in Yverdon-les-Bains.

IT-Systeme werden, vor allem durch das Cloud-Wachstum, immer komplexer. Das stellt Kryptografie-Experten wie Junod ständig vor neue Herausforderungen. Eine weitere Hürde: «Die richtige Balance zwischen Funktionalität und Sicherheit bei den Anwendungen zu finden», so Junod. Er engagiert sich für Forschung in den Bereichen Softwaresicherheit und ethisches Hacken.

Was ihm auffällt beim Vergleich zwischen Tech-Start-ups in den USA und der Schweiz? «Bei vielen Start-ups in den USA stehen Softwareingenieure im Mittelpunkt. Die Manager managen nicht die Leute, sondern sie leisten Managementarbeit für die Mitarbeiter», sagt Junod, «das ist ein grosser Unterschied.»

ANDREAS MEYER, 58

CEO SBB, Bern

Für spätestens Ende 2020 hat er seinen Rücktritt angekündigt. Denn SBB-Chef Andreas Meyer ist in den vergangenen Monaten zum Buhmann der Nation geworden: Wegen Problemen mit den Türen an den SBB-Waggons gab es einen tragischen Todesfall. Dadurch rückten seine Bemühungen in Sachen Digitalisierung etwas in den Hintergrund. Dabei zählt sich der oberste Bähnler zu den Digitalaffinen und engagiert sich auch intensiv bei der Initiative Digitaliswitzerland.

In Bezug auf den Wirbel in den letzten Monaten um die SBB betont er: «Zuerst kommt die physische Welt, die sichere und pünktliche Bahn.» Die Digitalisierung entfalte aber Chancen, den Kunden bessere und günstigere Angebote zu bieten. Dazu wolle man auch beim Bau und bei der Planung mit dem «Building Information Modeling» arbeiten, so der SBB-Chef. Vieles laufe bei den SBB heute schon mit digitaler Technologie, so etwa die Steuerung der Züge über die Betriebszentrale. «Die richtige Balance zwischen physisch und digital ist entscheidend», sagt Meyer. Er denkt vermehrt auch in Richtung Mobilitätsfluss: «Die Lenkung von Verkehrsflüssen ist wichtig – für Smart Cities und ein Smart Country.»

Trotz allem schaut Meyer zuversichtlich in die Zukunft: «Wir arbeiten zusammen mit dem Schweizer Start-up Axon Vibe an einem Quantensprung bei SBB Mobile.» Immer mit dem Ziel, die Infrastruktur noch besser nutzen zu können: «Zusammen mit anderen Schweizer Bahnen wollen wir 30 Prozent mehr aus der bestehenden Infrastruktur herausholen, ohne weiter ausbauen zu müssen.» Seine Bemühungen diesbezüglich werden nicht nachlassen, bis er sein Amt tatsächlich abgibt.



Arbeitet an einem «Quantensprung bei SBB Mobile»: Andreas Meyer.



«Technologie ist nur gut, wenn sie uns hilft, echte Probleme zu lösen»: Eva Richterich.

EVA RICHTERICH, 46

Marketing- und Innovationschefin Ricola, Laufen

Ricola-Mitinhäberin Eva Richterich hat sich dieses Jahr einer neuen Aufgabe angenommen und ist vom externen Innovationslabor Ricolab ins Mutterhaus gewechselt. Dort ist die 46-Jährige in der Geschäftsleitung für Innovation und die Marke verantwortlich. Die Leitung des Ricolab hat sie an den Dänen Rasmus Nutzhorn abgegeben. Der arbeitet zusammen mit dem gleichen Team weiter an neuen Geschäftsideen aus der Verbindung von Technologie und Natur. Es entstehen dort beispielsweise wohltuende Naturerlebnisse für ältere Menschen in der virtuellen Realität, es werden Entspannungsräume mit Pflanzen getestet oder neue Formen der Zusammenarbeit mit Start-ups entwickelt.

Aus dem Zukunftslabor nimmt Richterich auch das strukturierte Experimentieren und die digitale Arbeitsweise mit ins Mutterhaus. «Als 90-jähriges Unternehmen brauchen wir aber keine Start-up-Kultur, sondern wollen unsere eigene Ricola-Kultur für das 21. Jahrhundert relevant machen – und umgekehrt», sagt Richterich.

Auch in der Verbindung von Innovation und Nachhaltigkeit will sie neue Akzente setzen. Ricolab hatte sich bei allen Experimenten auf die UN-Nachhaltigkeitsziele berufen. «Technologie ist nur gut, wenn sie uns hilft, echte Probleme zu lösen. Wir brauchen in Zukunft Produkte, Geschäftsmodelle und Arbeitsweisen, die verantwortungsbewusst oder sogar regenerativ mit Ressourcen umgehen.»

Zusammen mit dem neuen Ricola-Chef Thomas Meier und mit dem Rückhalt der Familie will Eva Richterich das Traditionshaus noch nachhaltiger und innovativer machen und es damit auch in der digitalen Welt langfristig auf Wachstumskurs halten.

Fotos: Sigg/Bucher (0), Nik Hunger, Hanspeter Wagner

ROGER WÜTHRICH-HASENBÖHLER, 57

Chief Digital Officer Swisscom, Zürich

Ob in den Bereichen Fintech, Digital Marketing, Blockchain, Drohnen oder Robotics – als Chief Digital Officer beim grössten Schweizer Telekommunikationsanbieter ist Roger Wüthrich-Hasenböhler stets auf der Suche nach neuen Wachstumsfeldern. «Es braucht ein sehr gutes Verständnis des Kerngeschäfts, um sich ein Bild machen zu können, was die Trends, die künftigen Disruptoren und was die neuen Geschäftsfelder sind, wo sich Umsatzverluste aus dem Kerngeschäft kompensieren lassen», sagt er über seine Tätigkeit. Dabei gilt es, «die Prioritäten richtig zu setzen, aber auch bewusst Risiken einzugehen, im Wissen, dass nicht alles so aufgehen wird, wie man es sich vorgestellt hat.»

Aktuell beschäftigt sich Roger Wüthrich-Hasenböhler vor allem mit der Entwicklung eines Ökosystems für Digital Assets, also der Digitalisierung von Vermögenswerten, der sogenannten Tokenisierung, bei der Werte durch einen digitalen Token vertreten werden. «Wie kann man Werte digitalisieren? Wie abspeichern? Und wie können die Herausforderungen der Finanzmarktregulierung erfüllt werden, dass ein Token zum Beispiel aktienrechtskonform ist? Fragestellungen wie diese haben zurzeit oberste Priorität», so Wüthrich-Hasenböhler.



Beschäftigt sich für Swisscom derzeit mit der Tokenisierung: Roger Wüthrich-Hasenböhler.