

east#digital

FACTS UND FIGURES AUS DER
DIGITALISIERUNGSMETROPOLE OSTSCHWEIZ

Die digitale Ostschweiz im Fokus

Für einmal integrieren wir unser east#digital-Magazin in den LEADER, sodass auch dessen Abonnenten einen Einblick in die mannigfaltigen Aspekte der digitalen Ostschweiz erhalten. Beispielsweise erfahren Sie, wie es Ostschweizer ICT-Unternehmen in Zeiten der Pandemie geht und wie sie die Zukunft beurteilen.

www.eastdigital.ch

www.facebook.com/eastdigital.ch

east#digital

Goldpartner:



Silberpartner:



Partner:





**« St. Gallen bietet Action
während und ausserhalb
der Bürozeiten. »**

valantic

Patric Eberle
valantic CEC Schweiz AG
Menzlenwald, St. Gallen



IT⚡ICT Jobs
in der Ostschweiz:
itrockt.ch/jobs

Corona: ICT-Unternehmen sind vorsichtig optimistisch

Die Ostschweizer ICT-Unternehmen rechnen zwar damit, dass die coronabedingten Erschwernisse noch länger anhalten werden, sie bleiben aber grundsätzlich optimistisch. Das zeigt eine aktuelle IHK-Umfrage.

Kürzlich präsentierten die IHK St.Gallen-Appenzell und «ITrockt!» die Resultate der 6. IHK-Unternehmensumfrage «Coronavirus und Ostschweizer Wirtschaft», die von den Industrie- und Handelskammern St.Gallen-Appenzell und Thurgau durchgeführt wurde. Sie zeigt: ICT stellen für alle Branchen wichtige Technologien zur Verfügung. Kurzfristigen konjunkturellen Schwankungen können sie sich deswegen aber nicht entziehen.

Mindestens noch neun Monate

Insbesondere die Nachfrage nach ICT-Dienstleistungen ist stark eingebrochen. Dazu kommen Arbeitsausfälle und zu hohe Personalbestände. Insgesamt scheint die Branche aber etwas weniger stark von Corona-Erschwernissen betroffen zu sein. Ein Fünftel gibt sogar an, dass sie nicht mit Erschwernissen zu kämpfen haben.

Verglichen mit den Resultaten aus anderen Branchen gehen die befragten ICT-Unternehmen aber stärker davon aus, dass die coronabedingten Erschwernisse noch länger anhalten werden. Über 60 Prozent rechnen damit, dass sie noch neun Monate oder länger anhalten werden. In der gesamten Kernregion und über alle Branchen hinweg sind es knapp 50 Prozent.

Dennoch schätzt die Mehrheit die aktuelle Geschäftslage als gut ein. Positiv stimmt, dass auch im ICT-Bereich unmittelbar weder mit einer Kündigungs- noch mit einer Konkurswelle zu rechnen ist. Insgesamt ist das Ausdruck einer ausgeprägten Anpassungsfähigkeit. «Unsere Mitglieder haben rasch auf die neue Situation reagiert und tragen weiterhin einen erheblichen Beitrag zur Wirtschaftsleistung der Region bei.

Entscheidend wird hier aber die Dauer der Pandemie sein», sagt Eva De Salvatore-Spaar, Geschäftsführerin des Vereins «ITrockt!».

Wann kommt der Aufschwung?

Sorgen bereitet aber die hohe Zurückhaltung im Investitionsverhalten bei den ICT-Unternehmen. Über 70 Prozent der befragten Unternehmen halten aktuell Investitionen zurück und wollen diese weiterhin zurückhalten. «Kein gutes Vorzeichen, wenn man bedenkt, dass heutige Investitionen das künftige Wachstum sind», sagt Alessandro Sgro, Chefökonom der IHK St.Gallen-Appenzell.

Zwei von fünf befragten Unternehmen rechnen gemäss Umfrage im zweiten Halbjahr 2021 mit einem spürbaren wirtschaftlichen Aufschwung; drei von zehn erst im ersten Halbjahr 2022. Da vieles von der weiteren Entwicklung der Corona-Pandemie abhängt, bleiben die Unsicherheiten entsprechend hoch.

Hier sind Unternehmen aus dem ICT-Bereich mit ihrer hohen Anpassungs- und Innovationsfähigkeit allerdings in einer guten Ausgangslage, indem sie digitale Dienstleistungen anbieten, die Unternehmen aus verschiedenen Branchen in der weiteren Entwicklung unterstützen. Dieser Trend ist strukturell und längerfristig.

Gesucht: Ostschweizer Unternehmer

Warum Konjunkturumfragen wichtig sind und wie Sie ein Teil davon sein können, erfahren Sie, wenn Sie den QR-Code scannen:



Mit KI die Herausforderungen im Arbeitsmarkt meistern

Nutzen Sie schon künstliche Intelligenz? Vermutlich täglich. Allein in einem modernen Smartphone steckt heute mehr KI, als die NASA vor zehn Jahren für ihre Weltraummissionen einsetzte. Ihr Smartphone erkennt Ihr Gesicht, um Sie anzumelden – KI. Ihr Smartphone korrigiert bei einem Foto automatisch rote Augen – KI. Sie rufen «Hey Siri» oder «Okay Google» – dann antwortet Ihnen Ihr Smartphone mit künstlicher Intelligenz.

Künstliche Intelligenz ermöglicht Softwarelösungen, die vor Kurzem unvorstellbar waren. Doch wie macht sie das? Einfach gesagt, sind es selbstlernende Algorithmen. Anstatt eine Software zu schreiben, die rote Augen in Bildern erkennt, schreibt man eine Software, die beliebige Muster in Bildern erkennt. Im Idealfall zeigt man dieser Software dann 10 000 Bilder mit Menschen, die bei der Aufnahme rote Augen hatten – und sie lernt, diese eigenständig zu erkennen. Funktionierte die Mustererkennung bei roten Augen, können Sie derselben Software beibringen, Vögel, Autos oder Surfboards zu unterscheiden.

«Künstliche Intelligenz ermöglicht Softwarelösungen, die vor Kurzem unvorstellbar waren.»

Reine Spielerei oder einsetzbar in der Praxis?

Am Universitätsspital Zürich traten drei erfahrene Radiologen gegen eine Software mit künstlicher Intelligenz an. Allen wurde eine Sammlung von Mammografien zur Brustkrebserkennung vorgelegt. Die diagnostische Genauigkeit des trainierten Computer-Programms erreichte ungefähr die Leistung der Radiologen. Die Radiologen lagen treffsicherer in der Erkennung der Gefährlichkeit, während die künstliche Intelligenz eher problematische Fälle entdeckte, die die Ärzte verpassten. Das ergibt eine gute Aufgabenteilung: Der Compu-

ter sorgt dafür, dass weniger Fälle übersehen werden – und das ärztliche Fachpersonal bestimmt das weitere Vorgehen.

Von Bild zu Text zu Sprache

Dasselbe Prinzip der Mustererkennung nutzen auch die Sprachassistenten Siri und Alexa. Damit uns Computer verstehen und antworten können, benötigte das Sprachtraining Zehntausende Stunden an Audioaufnahmen. Die Algorithmen müssen dabei gleich mehrere Disziplinen meistern, wenn die Aufforderung lautet: «Hey Siri, rufe Julia an». Zuerst wird das Gesagte in Text gewandelt. Anschliessend erkennt der Computer die Entität «Julia» und die Intention «anrufen», um die Nummer aus dem Adressbuch zu suchen und anzurufen. Dies alles funktioniert schon erstaunlich gut – besonders in Englisch, da es dort genügend Trainingsdaten gibt. Dabei geht Google noch einen Schritt weiter und lancierte den automatisierten Assistenten Duplex, der für Sie Anrufe für Terminreservierungen im Restaurant, beim Friseur oder die Buchung von Mietwagen und Kinotickets erledigt.

Beispiel Duplex-Assistent



Daniel Niklaus
Inhaber der Netlive IT AG



Was bedeutet dies für Unternehmen?

Künstliche Intelligenz ist keine Wunderwaffe, die alle Probleme der Welt auf einmal löst, aber sie ist ein Quantensprung in der digitalen Entwicklung. Dinge, die vorher undenkbar waren, können jetzt gelöst werden. Banken sollten zum Beispiel täglich nach «Adverse-Media», also Negativ-Nachrichten, Ausschau halten und diese mit ihrem eigenen Kundenstamm abgleichen, um Geldwäsche, Betrugsskandale und Terrorismusfinanzierungen zu verhindern. Eine unmögliche Aufgabe ohne KI: Alleine im deutschsprachigen Raum werden täglich mehr als 200 000 Artikel publiziert. Auf Englisch sind es zehnmal mehr. Nicht einmal eine Grossbank kann es sich leisten, alle diese Artikel durchlesen zu lassen und die kritischen Namen von Personen und Organisationen mit dem eigenen Kundenstamm abzugleichen. Computer dagegen können mittels KI in unvergleichlich höherem Tempo die Artikel kategorisieren, daraus die relevanten Namen extrahieren und mit dem eigenen Kundenstamm abgleichen. Selbstverständlich ist die KI nicht perfekt, aber bei Weitem besser, als wenn Menschen nur einen Bruchteil der Artikel durchlesen.

Kosten sparen, Neues möglich machen

Es ist die enorme Geschwindigkeit der Mustererkennung, die künstliche Intelligenz für Projekte spannend macht.

In all den bisher genannten Beispielen wandelt der Computer Texte, Bilder oder Audio in Zahlen um. Zahlen sind quasi das Rohöl, das verarbeitet wird. Zahlen gibt es überall: ob Zahlungsströme bei Versicherungen, in der Logistik oder in der Landwirtschaft. Heute gibt es wohl keine Branche, die nicht unmittelbar von KI profitiert. Die AXA stellt ihren Agenturen eine künstliche Intelligenz zur Verfügung, damit sie schneller und präziser Daten abfragen können. Siemens optimiert mit KI-Simulationen die Fertigung. ABB kooperiert mit Microsoft, um in Skandinavien gesünderen Lachs kostengünstiger und umweltfreundlicher aufzuziehen. Es ist diese Kombination von Kosten sparen und Neues ermöglichen, die eine Investition in künstliche Intelligenz lohnenswert macht.

Mit KI die Welt verändern

Der rasche Fortschritt wird in den nächsten Jahren eine Branche nach der anderen erfassen. Die wohl folgenschwerste Veränderung für unsere Wirtschaft wird dann eintreten, wenn künstliche Intelligenz den Autos zum autonomen Fahren verhilft – wovon wir nicht mehr weit entfernt sind. Nach einer erfolgreichen zweijährigen Testphase in Phoenix bietet die Google-Firma Waymo seit letzten Oktober das erste selbstfahrende Auto im Tagesbetrieb an. Per App bestellt man sich das Roboter-Taxi und wird ohne Fahrer abgeholt. Die langfristigen Auswirkungen werden für unsere Wirtschaft gigantisch sein. Das fängt mit kleinen Sachen wie der Parkplatzsuche an: In Spitzenzeiten kann die Parkplatzsuche in der Innenstadt bis zu einem Drittel des Staus ausmachen, dieser fällt weg, weil autonome Autos nicht in den Innenstädten parken müssen.

«KI ist keine Wunderwaffe, die alle Probleme der Welt auf einmal löst.»

Damit fällt auch der Bedarf an Stadt-Parkplätzen allgemein weg. Parkbussen wird es nicht mehr geben, und auf einmal steht uns viel neuer Platz zur Verfügung. Überlegen Sie sich die Auswirkungen auf die Autoindustrie, wenn Sie kein Auto mehr besitzen müssen, sondern wir nur noch autonome Taxis teilen, die einen Drittel von dem kosten, was wir heute für das Auto ausgeben. Da fallen offensichtliche Berufe wie die der Fernfahrer weg. Aber auch weniger offensichtliche Stellen werden abgebaut – etwa Rettungssanitäter, weil es weniger Unfälle gibt. Und ganze Filialnetze von Versicherungen stehen zur Disposition, wenn wir das Auto nicht mehr besitzen und keine persönliche Autoversicherung mehr benötigen, weil wir die Fahrt nur noch von wenigen grossen Anbietern buchen.

Wo liegen die Grenzen?

Bei all den Jubelrufen: Was passiert, wenn uns die Maschinen à la Terminator auslöschen wollen? Hollywood hat viel getan, dass wir uns vor künstlicher Intelligenz fürchten. Schaut man sich aber die Leistungsfähigkeit von KI an, ist sie noch weit weg von den Möglichkeiten eines Menschen. Obwohl Computer heute schon besser als Menschen Schach spielen, schneller Texte erkennen und womöglich auch bald



besser Auto fahren, sind das alles Spezialfähigkeiten. Es sind einzelne Programme, die einzelne Dinge hervorragend können. Bis heute war noch niemand fähig, die Komplexität der menschlichen Gedanken auch nur annähernd zu kopieren. Ohne unerwarteten Durchbruch droht keine Gefahr.

Gefahr droht eher von falsch eingesetzten Algorithmen. Wird ein Algorithmus mit nicht repräsentativen Daten trainiert, entsteht ein sogenannter Bias – ein Vorurteil. Eine Untersuchung im Jahr 2018 ergab, dass Gesichtserkennungssoftware bei weissen Männern eine Fehlerrate von nur 1 % hatte, während diese bei dunkelhäutigen Frauen bis zu 35 % anstieg. Dies vor allem, weil beim Trainingsset die dunkelhäutigen Frauen unterrepräsentiert waren.

Da bei der künstlichen Intelligenz der Computer seinen eigenen Weg sucht, gibt der Mensch eine gewisse Kontrolle ab. Wer in Zukunft auf künstliche Intelligenz setzt, hat sowohl eine moralische Verpflichtung wie auch eine geschäftliche Anforderung, sich gut zu überlegen, wie sich die Auswahl der Trainingsdaten auf das Resultat auswirkt.

Was bedeutet dies für Ihr Unternehmen?

Die gute Nachricht lautet: Es ist alles weniger kompliziert, als es sich anhört. Es stehen heute eine Vielzahl von KI-Bauelementen zur Verfügung, um KI-Ideen schon mit einer kleinen Erstinvestition zu verwirklichen. Ein Start in die Welt der künstlichen Intelligenz ist heute so einfach wie nie zuvor. Aus Erfahrung empfehle ich Ihnen, suchen Sie sich als erstes ein kleines Projekt aus. Eignen Sie sich in Ihrer Firma über einen Dienstleister und/oder mit einem kleinen Team erste Erfahrungen an. Lernen Sie das Handwerk der künstlichen Intelligenz und dann revolutionieren Sie Ihre Branche.

Nutzen wir diese Entwicklung für eine neue, bessere Welt

Die vergangenen 100 Jahre zeigten, dass der Fortschritt nicht aufhaltbar ist. Gesellschaften, die sich auf Veränderung einstellen und ihre Ressourcen für die Gestaltung der Neuen Welt nutzen, erhalten die Chance, die Herausforderungen der Zeit erfolgreich zu meistern.

Auch wenn es keine Garantie für den Erfolg gibt, eines steht fest: Die Schweiz ist in einer hervorragenden Position, um die technologische Entwicklung zu ihrem Vorteil zu nutzen. Und wir sollten diese Chancen nutzen, weil unser Arbeitsmarkt in den nächsten 15 Jahren die grösste Veränderung seit den Babyboomer-Jahren durchmachen wird. Bis 2035 gehen wegen des demografischen Wandels ohne Migration mehr als 600 000 Personen mehr in die Pension, als wie Menschen ins arbeitsfähige Alter kommen.

Der Einsatz von künstlicher Intelligenz bietet eine enorme Chance, diese Herausforderung des Arbeitsmarktes zu meistern. Indem wir

mittels KI unsere Arbeitsprozesse optimieren und neue Ideen kreieren, erhalten wir nicht nur die Wirtschaftskraft der Schweiz, sondern stärken sie sogar für die nächste Generation. Packen wir gemeinsam diese Chance. Bereiten Sie Ihr Unternehmen auf das Zeitalter der künstlichen Intelligenz vor.

Text: Daniel Niklaus **Bilder:** Marlies Thurnheer

Daniel Niklaus ist Ostschweizer Webpionier und Inhaber der Netlive IT AG in Teufen. Bereits seit 1993 hilft Niklaus seinen Kunden dabei, ihren Mitbewerbern regelmässig einen digitalen Schritt voraus zu sein – mit Software für künstliche Intelligenz und interaktiven Weblösungen. Die Netlive IT AG erarbeitet unter anderem ClearScan-Lösungen für Banken, die ihre Daten effizient und in hoher Qualität nach problematischen Transaktionen oder Kundenbeziehungen durchforsten wollen. 2019 war Niklaus Jurymitglied des Leader Digital Awards, ein Jahr später wurde er von east#digital in die Liste der 100 Digital Shapers der Ostschweiz aufgenommen.

Anzeige

chrisign
webmanagement



Eine für Alle

Immer mehr surfen mit mobilen Geräten.
Ist auch Ihre Webseite mobilfähig?



Jetzt anrufen!
071 622 67 41



Andreas Wiebe
Swisscows-Gründer

Das Fort Knox unter den Messengern

Vor sieben Jahren hat Andreas Wiebe mit seiner Suchmaschine «Swisscows» Google den Kampf angesagt. Anfang dieses Jahres ist er nun mit dem Messenger «Teleguard» in Konkurrenz zu Whatsapp & Co getreten. Über seine Beweggründe und darüber, was künftig noch zu erwarten ist, hat er mit east#digital gesprochen.

Andreas Wiebe, warum haben Sie nach Google nun auch Whatsapp den Kampf angesagt?

Weil wir absolut gegen die Überwachung sind! Ebenfalls ist es unsere Strategie, langfristig ein Eco-System aufzubauen, in dem Nutzer ohne Überwachung ihr soziales Leben ausleben können.

Worin unterscheidet sich Ihr Messenger von den bekannten?

Teleguard hat einen wesentlichen und doch sehr einfachen Unterschied: Er ist total sicher. Es gibt keine Überwachung, keine Bindung

per Mail oder Telefonnummer. Die Teilnehmer-Identifikation erfolgt ausschliesslich über eine achtstellige ID oder über einen QR-Code. Der Messenger greift auch niemals auf das Telefonbuch des Nutzers zu. Teleguard ist quasi das Fort Knox unter den Messengern, also ein Bunker.

Und was ist die wichtigste Eigenschaft von Teleguard?

Die absolute Ergebnisheit zum und die Interessenvertretung des Nutzers. Nichts wird gespeichert. Alle User sind anonym. Und: Man kann Teleguard auch ohne SIM-Karte nutzen.

Nachrichten auf Teleguard werden verschlüsselt. Das bieten aber auch andere Messenger.

Hier muss man den wichtigen Aspekt der Glaubwürdigkeit ins Visier nehmen: Amerikanische Unternehmen, die nur auf reiner Geldgier basieren, können viel erzählen – ob alles stimmt, weiss man nicht. Damit spreche ich ganz klar Whatsapp und Signal an; Telegram wiederum ist nicht verschlüsselt. Im Gegensatz dazu ist Teleguard sogar hochgradig verschlüsselt. Dafür stehe ich mit meinem Namen und mit unserer ganzen Strategie.

Ihr Ziel sind 50 bis 100 Millionen Nutzer noch in diesem Jahr. Wie ist der Stand aktuell?

Ja, das ist eine Ansage, ich weiss. Aber wir sind auf dem guten Weg. Man darf nicht vergessen, dass Teleguard noch nicht einmal zwei Monate alt ist. Die Welt und somit auch Whatsapp-Nutzer sind gerade sehr verunsichert und auf der Suche nach Alternativen. Es ist also genau der richtige Moment für ein solches Vorhaben. Zudem haben wir unsere Google-Alternative Swisscows, wo wir unsere Nutzer zum Umdenken anregen. Wir sind auch nicht nur in der Schweiz gestartet, sondern gleich in 18 Ländern weltweit.

«Teleguard greift niemals auf das Telefonbuch des Nutzers zu.»

Welche Verschlüsselungstechnologie wird beim Teleguard-Messenger verwendet?

Mit SALSA20 verwenden wir verwenden die beste Verschlüsselungstechnik, die es im Moment gibt. Was das bedeutet, kann ich mit einem Beispiel erklären: Um eine Nachricht bei Teleguard zu entschlüsseln, würden die modernsten Server dieser Welt etwa 25 000 Jahre benötigen.

Wo stehen die Server und wer hat, ausser Ihnen, Zugriff darauf?

Alle Server stehen bei uns in der Schweiz und ausser uns intern hat niemand Zugriff. Aber selbst wenn jemand in die Server einbrechen könnte, würde er da nichts finden, da alle Nachrichten nach dem Empfang auf der Stelle gelöscht werden.

Wird Teleguard noch weiter ausgebaut?

Selbstverständlich! Erst kürzlich haben wir eine neue Funktion aufgeschaltet, mit der Nutzer themenbasiert Videos, Bilder und Texte anschauen, anhören und lesen können. Die User können ihren Lieblingsthemen und -interessen folgen und Berichte liken oder weiterleiten. Zudem hat jeder Nutzer die Möglichkeit, eigene Clubs zu erstellen und sich eine Community aufzubauen. Zu finden ist diese Funktion in der App unter «MyClubs».

Nachdem Sie der grössten Suchmaschine und nun auch Whatsapp den Kampf angesagt haben, wäre der nächste logische Schritt eine Social-Media-Plattform. Bestehen diesbezüglich allenfalls bereits Pläne?

Wir arbeiten gerade an Alternativen, wie beispielsweise einem sicheren E-Mail. Eine Social-Media-Plattform ist aber noch nicht in Sicht – aber wer weiss? (lacht)

Interview: Patrick Stämpfli **Bild:** Marlies Thurnheer

Anzeige



1. Startfeld VC-Event
18. Mai 2021

Auf was muss im Umgang mit VCs geachtet werden?
www.startfeld.ch/vc-event

Vom Push- zum Pull-Prinzip

Nach einem zweiten Platz 2017 erhielt die St.Galler CSP AG im vergangenen Jahr die Auszeichnung «Best Workplace Small» von «Great Place to Work». Mit zur Verbesserung von Arbeitsplatzkultur und -attraktivität beigetragen haben neben organisatorischen Veränderungen auch digitale Tools und Prozesse, wie CSP-CEO Michèle Mégroz erklärt.

Michèle Mégroz, welchen Anteil hatten und haben digitale Systeme bei der Verbesserung der Arbeitsplatzkultur und -attraktivität bei der CSP?

Ein zentraler Teil ist Kommunikation und Transparenz. Hier können Tools stark unterstützen und die Effizienz steigern. Es darf aber in keinem Fall ein Primat des Tools sein. Eine gute Arbeitsplatzkultur bedingt viel mehr. Wichtiger sind der Mensch, der Teamspirit, die Zusammenarbeit, das Vertrauen und der Spass an der Arbeit. Insofern hat unsere Selbstorganisation, CSPstars (selbstorganisiert, teamorientiert, agil, resilient, smart) einen grösseren Einfluss auf die Arbeitsattraktivität. Wobei CSPstars ohne sinnvolle Toolunterstützung kaum funktionieren würde.

«Bei uns läuft ein Grossteil der Kommunikation und Interaktion über Chats und Teams.»

Welche Vorteile bringen dieses Tools im Vergleich zu analogen Möglichkeiten?

Videokonferenzen, das Teilen von Bildschirmen und virtuelle Break-out-Sessions sind optimale Möglichkeiten einer ortsunabhängigen Zusammenarbeit und gehören mittlerweile wohl in jeder Organisation zum Alltag. Grosse Chancen sehe ich in der sinnvollen Nutzung von Kollaborations-Tools bezüglich Transparenz und Information der Mitarbeiter – untereinander und firmenweit.

Das heisst konkret?

Bei uns läuft mittlerweile ein Grossteil der Kommunikation über Chats oder MS Teams und kaum mehr über Mail. Gerade während einer Umstellung kann es herausfordernd sein, sich einerseits in der Informationsflut nicht zu verlieren, andererseits aber die wichtigen Infos mitzubekommen. Es findet ein Umdenken vom Push- zum Pull-Prinzip statt – man muss sich viel besser überlegen, wo aktiv informiert werden muss und wo es reicht, wenn die Informationen zugänglich gemacht werden. Insgesamt unterstützen moderne Tools die Zusammenarbeit, Kommunikation und Interaktion gut. Die Art der Zusammenarbeit und die Prozesse müssen jedoch toolunabhängig definiert werden.

Wo lagen die Herausforderungen bei der Einführung neuer digitaler Tools? Gab es die überhaupt? Schliesslich ist die CSP ja Expertin auf dem Gebiet der digitalen Transformation.

Gerade weil die digitale Transformation viel mehr als die Einführung von Tools ist und oftmals ganze Organisationen verändert werden, braucht sie Zeit, Geduld, Mut und Vertrauen ins Team. Wir haben uns in der CSP viel Zeit genommen, um CSPstars zu definieren, und alle Mitarbeiter in den Prozess miteinbezogen. Die Umstellung wird uns noch länger begleiten; wir befinden uns aktuell in einem spannenden und wichtigen Lernprozess. Die Zeit, welche dieser braucht, darf nicht unterschätzt werden, denn die neue Organisation bedeutet auch ein komplett neues Mindset. Und dieser Change ist her-

ausfordernd, man kann ihn nicht verordnen. Hier sind Kommunikation, Transparenz und Leadership notwendig. Zudem muss man auch schwierige Diskussionen, Statusfragen und Unsicherheiten aushalten. Es gilt, eine gute Mischung zwischen klarer Führung und der Zuversicht, dass es gut kommt, zu etablieren.

«Grosse Chancen sehe ich in der sinnvollen Nutzung von Kollaborations-Tools.»

In einer Zeit, wo physische Treffen auf ein Minimum reduziert sind, ist eine organisatorische Umstellung vermutlich besonders herausfordernd.

Das ist richtig. Ungeplante Zusammenreffen, Gespräche im Pausenraum, physische Präsenz und Sichtbarkeit jedes Einzelnen, das «Gspüri» untereinander, etc. sind insbesondere während einem solchen Change wichtige Elemente. Viele zentrale Aspekte wie Motivation, Teamspirit oder Sicherheit können über digitale Tools nicht gleich transportiert werden.

Werden Sie dennoch weitere neue digitale Systeme einführen?

Wir haben unsere Toollandschaft in den letzten anderthalb Jahren vollständig erneuert und sind nun sehr gut aufgestellt. MS Teams bildet die Grundlage für unsere tägliche Arbeit, was (Video-)Telefonie, Datenablage, Kommunikation und Kollaboration betrifft. Ebenfalls erreichen wir mit der neuen ERP-Lösung sowie unserem Dashboard über PowerBI eine hohe Transparenz – und dank einer professionellen Rekrutierungslösung konnten wir unseren Rekrutierungsprozess optimieren. Weitere Elemente sind in Prüfung.

Ein Unternehmen wie die CSP braucht gut ausgebildete Digital-Experten. Was machen Sie in Sachen Weiterbildung für Ihre Mitarbeiter?

Mit der CSPacademy haben wir einen Rahmen, der die vielen verschiedenen Weiterbildungsgefässe zusammenfasst. So haben wir CSP-weit jährlich einen tätigen Refresher, ein dreitägiges Seminar, vierteljährliche WÜM (Wissen über Mittag), situative Firmenkurse (ITIL, Scrum, HERMES, etc.) und diverse Gefäs-



Michèle Mégroz
CEO der CSP AG



se mehr, zu denen wir Referenten zu aktuellen Themen einladen. Vor Corona haben wir diese Veranstaltungen physisch gemacht, denn es geht nicht allein um die Wissensvermittlung, sondern der Kulturaspekt ist genauso entscheidend. Den Grossteil unserer Arbeitszeit verbringen wir bei und mit Kunden. Umso wichtiger sind CSP-interne Treffen – sei es für Weiterbildungen oder für Freizeitanlässe.

«Motivation oder Teamspirit können über digitale Tools nicht gleich transportiert werden.»

Die in der Coronazeit auch nicht mehr physisch stattfinden konnten.

Ja. Mit Corona hat sich leider einiges geändert, und auch wir mussten zu virtuellen Weiterbildungen übergehen. Dies hat – abgesehen vom fehlenden menschlichen Kontakt – sehr gut funktioniert. Ebenfalls sind wir mitten in der Evaluation eines Learning-Management-Systems für unsere internen Weiterbildungen sowie unsere Kundenkurse. Hier werden wir einiges überarbeiten, wobei die physischen Treffen beibehalten und digitale Weiterbildungen als Ergänzung gesehen werden.

Sie haben Einblick in viele Unternehmen. Wie ist es um die Digitalisierung im Bereich Mitarbeiterführung bestellt?

Insgesamt kann man feststellen, dass Corona für die Akzeptanz neuer Tools und Zusammenarbeitsformen schon fast eine Chance war. So hat sich die virtuelle Zusammenarbeit in vielen Betrieben etabliert. Gerade bei der Mitarbeiterführung bin ich aber überzeugt, dass Tools nur unterstützen und der physische Kontakt enorm wichtig bleibt.

Gibt es typische Fehler, die man vermeiden kann?

Oft wird die Digitalisierung der Kernprozesse noch immer als eine Eins-zu-Eins-Übersetzung der analogen Prozesse verstanden. Es fehlt der Mut, Prozesse grundlegend zu überdenken. Ebenfalls wird bereits bei der Einführung von Digitalisierungsprojekten ein grosses Einsparungspotenzial erwartet. Dieses kann allerdings erst realisiert werden, wenn der Prozess End-to-End betrachtet wird. Teilweise wird vergessen, dass der analoge Prozess parallel weiterhin betrieben werden muss, da wichtige Voraussetzungen wie digitale Unterschriften noch nicht etabliert sind oder Kunden dies wünschen. Im Extremfall wird der Kernprozess dann zweimal erbracht: analog und digital. So kann nicht gespart werden.

Was raten Sie Unternehmen, die bei Mitarbeiterführung und Arbeitsplatzkultur eine digitale Transformation umsetzen möchten?

Die Toolfrage darf nicht im Zentrum stehen! Man muss sich sehr gut überlegen, was man erreichen möchte, was die übergeordneten Ziele sind. Ich bin überzeugt, dass jedes Unternehmen seinen eigenen Weg finden muss und man dafür genügend Zeit einberechnen soll. Sicher macht es Sinn, sich näher mit verschiedenen Organisationsformen zu befassen und sich mit anderen Unternehmen dazu auszutauschen. Wichtig sind zwei Punkte: ein gemeinsames Mindset, das klar auf die Chancen der Digitalisierung fokussiert, sowie der Mut, um insbesondere Kernprozesse neu zu denken und aufzubauen. Eine agile und auf Selbstorganisation ausgerichtete Einheit kann hier eine spannende und erstaunlich produktive Veränderung auslösen.

Interview: Patrick Stämpfli

Bilder: Marlies Thurnheer

Seit Juni 2017 ist **Michèle Mégroz** CEO der CSP AG. Mit ihr ist erstmals eine Frau an der Spitze der Businessberatungsfirma mit Hauptsitz in St.Gallen und Niederlassungen in Bern und Zürich. Nach Abschluss des Wirtschaftsstudiums an der Hochschule St.Gallen war Mégroz Leiterin Qualitätssicherung einer international tätigen Zertifizierungsfirma. Vor dem Wechsel zur CSP AG arbeitete sie als Projektleiterin in der Wirtschaftsförderung. Michèle Mégroz wurde 2018 in den Vorstand von «IT rockt!» gewählt und ist seit Juni 2019 im Vorstand der Industrie- und Handelskammer St.Gallen-Appenzell. Sie ist zudem Vizepräsidentin im Vorstand von Obvita, Verwaltungsrätin von Edorex und Jurymitglied des diesjährigen Leader Digital Awards.

Anzeige



Abacus Spirit.

Zufriedene Mitarbeitende entwickeln wegweisende Produkte



500 engagierte Mitarbeitende



57'000 zufriedene Kunden



100% swiss made software seit 1985



1'200 Spezialisten im Partnernetzwerk

Weitere Informationen finden Sie unter:
abacus.ch

 **ABACUS**



Tourismus der Zukunft

Orlando Bergamin

Geschäftsführer
Heidiland-Tourismus

Gemeinsam mit Blockchain-Experten und weiteren Partnern hat Heidiland-Tourismus mit der «HeidiCHain» das weltweit erste Blockchain-Netzwerk im Tourismus entwickelt. Im Interview mit east#digital erklärt Geschäftsführer Orlando Bergamin, wie es dazu kam und was geplant ist.

Orlando Bergamin, warum lancieren Sie ein touristisches Blockchain-Netzwerk?

Einerseits möchten wir mit technologischen Hilfsmitteln den Aufenthalt für unsere Gäste vereinfachen und verbessern. Sei dies mit einfachen Buchungs- und Reservationsmöglichkeiten diverser Freizeiterlebnisse oder in Form benutzerspezifischer Informationen zum touristischen Angebot in der Region. Dies wäre auch ohne ein Blockchain-Netzwerk umsetzbar, aber da kommt der zweite Aspekt zum Tragen, der entscheidend ist: Das Ferienerlebnis wird zwar als Gesamtheit wahrgenommen, besteht aber aus vielen kleinen Einzelleistungen von unterschiedlichen Betrieben wie Unterkunft, ÖV, Gastronomie, Sportshop, Ski- oder Bikeschule.

«Mit der «HeidiCHain» soll der Gast einen digitalen Schlüssel zur Region erhalten.»

Somit wird auch die Interaktion zwischen den Anbietern gefördert ...

Genau. Die Tourismusbranche ist bekanntlich kleinstrukturiert und fragmentiert – und die Interaktion zwischen diesen unterschiedli-

chen Anbietern ist bislang kaum vorhanden. Mit dem Blockchain-Netzwerk möchten wir diese Barrieren abbauen sowie die Zusammenarbeit verbessern bzw. das Zusammenspiel der verschiedenen Player erst ermöglichen, um wirkliche Wettbewerbsvorteile zu erzielen und das Gästelerlebnis nachhaltig zu verbessern. Langfristig soll eine Skalierung weit über unserer Ferienregion erzielt werden. Dafür ist das Blockchain-Netzwerk ideal.

Als erste Anwendung soll eine digitalisierte Kurtaxen-Administration lanciert werden. Weshalb gerade dieser Bereich?

Zugegeben, dieser Use-Case ist nicht gerade der attraktivste, aber für uns bringt er zwei wesentliche Vorteile in der Projektphase: Erstens ist die aktuelle Kurtaxenverwaltung sehr aufwendig und fehleranfällig aufgrund verschiedenster manueller Prozesse. Durch die Digitalisierung von Eingabe und Abrechnung kann der Administrationsaufwand massiv reduziert und die Datenerhebung und -qualität verbessert werden. Zweitens tangiert die Kurtaxenabrechnung sämtliche Beherbergungsbetriebe und ist für alle übernachtenden Gäste relevant. So können wir von Anfang an zahlreiche Partner (Hotellerie und Parahotellerie) integrieren und eine Anwendung mit direktem Bezug für Übernachtungsgäste lancieren.

Grundsätzlich gibt es aber noch viele weitere Anwendungsmöglichkeiten.

Natürlich. Ganz wichtig für uns ist, dass wir den Fokus immer auf den Gäste-Nutzwert legen. Für uns bedeutet die «HeidiCHain» insbesondere eine verbesserte Zusammenarbeit innerhalb der Tourismusregion und eine Chance, «echte» Kooperationen ausserhalb der Ferienregion Heidiland zu ermöglichen.

Wie sollen Kunden sonst noch von diesem Blockchain-Netzwerk profitieren?

Unsere Vision ist, dass der Gast dank der «HeidiCHain» einen digitalen Schlüssel zur Region erhält, mit dem er einfach und unkompliziert sein persönliches Ferienerlebnis barrierefrei geniessen kann. Konkret könnte dies in Zukunft so aussehen: Der Gast bucht seinen Aufenthalt im Heidiland. Er erhält seine Tourist-ID oder den «digitalen Schlüssel» auf sein Smartphone, mit dem er die Ferienwohnungstür öffnen kann. Am nächsten Tag reserviert er online ein Velo im Sportshop, öffnet mit dem QR-Code das Schloss; ohne an der Kasse anzustehen fährt er

mit der Bergbahn auf den Gipfel und begibt sich auf seine Tour. Auf seinem Smartphone sieht er, welches Bergrestaurant noch freie Plätze auf der Terrasse hat, und kann gleich sein Mittagessen bestellen. Nach der Tour nutzt er wiederum sein Smartphone, um durchs Dreieck ins Thermalbad zu gehen, und abends besucht er noch eine Kulturveranstaltung, die ihm als Tipp auf dem Handy angezeigt wird.

Wo liegen die Herausforderungen bei der Umsetzung dieses Projekts?

Wir sind erst am Start der Projektumsetzung, viele Herausforderungen werden in der Projektlaufzeit zum Vorschein kommen. Viel mehr als die technischen Herausforderungen gilt es, die Bereitschaft zur Partizipation der zahlreichen Anspruchsgruppen zu beachten. Das Projekt hängt stark von der Innovationskultur der Unternehmen ab, also dem Willen, Zeit und Ressourcen zu investieren.

Interview: Patrick Stämpfli

Bild: Marlies Thurnheer

Anzeige

ESB MARKETING NETZWERK

BUSINESS GUIDES – READ.LEARN.SHARE EXPERTISE.

**SPONSOREN
FINDEN**

**MARKEN
MANAGEN**

**VERANSTALTUNGEN
MANAGEN**

ACADEMY

**SO FINDET MAN
SPONSOREN**

11. MAI 2021, WEBINAR

**SPONSORING-BEWERTUNG
UND PREISFINDUNG**

VIDEO-KURS

**SPONSORING- & EVENT-
PROJEKTE PROFESSIONELL
MANAGEN**

08. JUNI 2021, WEBINAR

EVENTS

**eSPORT &
GAMIFICATION.
FORUM**

01. JUNI 2021

**SCHWEIZER
MARKENKONGRESS**

16. JUNI 2021

**SPORT.FORUM.
SCHWEIZ**

11./12. NOVEMBER 2021

Die ESB öffnet Türen und schafft Mehrwerte für Ihr Business.

Kontakt: Patrick Achberger | achberger@esb-online.com | Tel. +41 71 226 42 38 | esb-online.com

Investieren ab einem Franken

Das St.Galler Start-up «Kaspar&» sieht sich als Partner für das Finanzleben seiner Kunden. Deshalb macht es professionellste Finanzdienstleistungen für diese zugänglich – digital, transparent und günstig. «Wir wollen den Mittelstand gewinnen», sagt Jan-Philip Schade, Co-Founder und Partner von «Kaspar&».

Jan-Philip Schade, wie ist die Idee zu «Kaspar&» entstanden?

Das Gründerteam hat jahrelange Forschungs- und Arbeitserfahrung in Vermögensverwaltung und Portfolio-Management. Dabei haben wir vor allem Anlagestrategien für grosse institutionelle Investoren und Banken entwickelt. Irgendwann ist uns aufgefallen, dass unser gesamtes Know-how und die jahrelange Ausbildung so nur einer kleinen Gruppe von Anlegern zugutekommen.

Das heisst?

Das ist in etwa so, wie wenn wir alle sehr gut ausgebildete Fachärzte wären, jedoch nur für wenige Operationen eingesetzt werden, obwohl die breite Masse nicht oder nur mittelmässig versorgt wird. In einer Welt, in der durch die Negativzinspolitik das gut verzinste Sparheft wegfällt, wird Otto Normalverbraucher faktisch die Möglichkeit genommen, einfach vorzusorgen und anzulegen. Das möchten wir mit «Kaspar&» beenden, denn wir glauben, dass alle Zugang zu modernen und professionellen Anlagelösungen haben sollten.

Sie haben das Unternehmen am 14. August 2020 gegründet, also zwischen der ersten und zweiten Corona-Welle. Hat Ihnen das keine schlaflosen Nächte bereitet?

Das war sicherlich kein einfaches Umfeld für eine Gründung. Allerdings können wir mit den aktuellen Umständen verhältnismässig gut umgehen, da wir uns in einer sehr intensiven Entwicklungsphase befinden, bei der wir einen Grossteil unserer Kapazitäten für die Lancierung unseres Alpha-Produktes einsetzen. Wenn

keine Bars offen sind und keine Veranstaltungen stattfinden, ist es auch nicht so schlimm, wenn man mal eine Extra-Nachtschicht einlegen muss (lacht). Aber natürlich hoffen wir, dass sich die Gesamtsituation rasch wieder bessert. Denn sobald wir unsere Marketing- und Vertriebsanstrengungen hochfahren, sind wir auf physische Treffen und Veranstaltungen angewiesen.

«Jeder sollte Zugang zu modernen und professionellen Anlagelösungen erhalten.»

Spüren Sie in Ihrem Sektor überhaupt Auswirkungen der Pandemie?

Es scheint, als ob viele Kunden durch die Krise zur Erkenntnis gekommen sind, dass es wichtig ist, persönlich finanziell vorzusorgen. Das zeigt sich beispielsweise darin, dass Mitbewerber am Markt neue Rekordstände an Anmeldungen verzeichnen. Für uns wird die Frage, ob jemand anlegt, nicht dadurch entschieden, ob er über hohe finanzielle Mittel verfügt. Jeder sollte die Möglichkeit haben, professionell anzulegen! Deshalb erlauben wir das Anlegen und Investieren ab einem Franken und bieten die Möglichkeit, Kleinstbeträge via unserer Karten-Spar-Lösung systematisch zu investieren.

Was braucht es, um in einem doch eher konservativen Markt wie dem Finanzmarkt als Start-up Fuss zu fassen?

Entscheidend ist, dass wir unseren Kunden zeigen können, dass wir professionell und seri-

A portrait of Jan-Philip Schade, a man with a beard and short brown hair, wearing a light blue button-down shirt and mustard-colored trousers. He is sitting on a green armchair, smiling at the camera. The background is a blurred view of a modern building with large windows.

Jan-Philip Schade

Co-Founder und Partner von
«Kaspar&»

ös handeln. Uns helfen dabei auf der einen Seite unsere Erfahrung, Ausbildung und Forschungsexpertise. Auf der anderen Seite verstecken wir uns nicht, sondern zeigen uns, damit auf Anhieb klar ist, dass «Kaspar&» nicht irgendeine anonyme App ist, sondern ein durch Menschen geführtes, offenes und transparentes Unternehmen.

**«Wenn keine Bars offen sind,
sind Extra-Nachtschichten nicht
mehr so schlimm.»**

Was für einen Finanzdienstleister ja essenziell ist ...

Genau. Denn nur wenn die Kunden sehen, dass sie auch einen Ansprechpartner vor Ort haben, zu dem sie im Notfall persönlich hingehen können, werden sie Vertrauen fassen und aufbauen können.

Weshalb sollte man einem Start-up wie Kaspar& das Vertrauen schenken?

Wir sind der Überzeugung, dass Vertrauen auch dadurch geschaffen wird, dass ein Produkt vollumfänglich getestet werden kann. Während andere Anbieter Testkonten oder ähnliches anbieten, bei denen mit virtuellem Geld die Dienstleistung erprobt werden kann, ist es bei uns möglich, bereits einen Franken voll diversifiziert zu investieren. Man kann uns also «in echt» testen, ohne dafür einen grösseren Betrag einsetzen zu müssen.

Und man sieht, wie «Kaspar&» arbeitet.

So ist es. Beispielsweise, wie und wann wir Gebühren abziehen, wie wir investieren und wie sich unsere Anlagen verhalten. Sobald ein Interessent dann das Vertrauen gefasst hat und überzeugt ist, dass «Kaspar&» die richtige Lösung ist, kann er einfach und bequem in grössere Volumina konvertieren. Um zu starten, brauchen Sie übrigens nur fünf Minuten.

Sie schaffen gemäss eigenen Aussagen einen «nahtlosen und einfachen Zugang zu professionellen Finanzdienstleistungen». Wo liegen denn für gewöhnlich die Hürden dabei?

Wir sind es von digitalen Lösungen gewohnt, dass diese schnell, einfach und sofort funktionieren. Das ist im Grunde das absolute Ge-

genteil von dem, was wir heute am Markt für Finanzprodukte beobachten können: Umständliche und langjährige Onboardingverfahren, Papierkram und Mindestanlagen sind leider oft an der Tagesordnung. Hinzu kommt das implizite Erfordernis, sich bereits mit Anlegen und Investieren auszukennen.

«Kaspar& ist keine anonyme App, sondern ein offenes und transparentes Unternehmen.»

Das schreckt vermutlich viele potenzielle Anleger ab?

Ja, und darum gehen wir hier mit einem radikalen Ansatz an den Markt, indem wir darauf abzielen einen einfachen, schnellen und papierlosen Onboardingprozess zu gewährleisten und die Mindestanlage auf nur einen Franken zu reduzieren. Mit «Kaspar&» gibt es so gut wie keine Ausrede mehr, es nicht selber zu probieren. Das ist in unseren Augen auch der Schlüssel, um Kunden dazu zu bewegen, mit uns zu investieren.

Wer ist Ihre Zielgruppe?

Der Schweizer Mittelstand. Somit ist «Kaspar&» der erste digitale Wealth-Manager, der den gesamten Mittelstand abholt und sich nicht auf kleine Subgruppen fokussiert. Wir sind überzeugt, dass wir dadurch eine deutlich grössere Kundenzahl als bestehende Anbieter gewinnen können.

Dürfen Ihre Kunden auch aktiv mitbestimmen?

Absolut. Und zwar nicht nur, ob ihr Wechselgeld bei Zahlungen mit unserer Kreditkarte automatisch investiert werden soll – oder eben nicht. Sie können auch über die Auswahl bestimmter Fokusthemen wie Elektromobilität oder Robotics entscheiden. Wir achten aber stets darauf, dass das finale Portfolio nicht nur im Einklang mit dem Risikoprofil der Kunden bleibt, sondern auch breit diversifiziert und risikokontrolliert ist. Nur so können Kunden ihr Finanzwissen dauerhaft aufbauen und nachhaltig Vermögen aufbauen.

Sie haben Ihr Unternehmen im vergangenen Jahr an der east#digital conference vorgestellt. Gab es Reaktionen darauf?

Wir wurden von vielen Seiten angesprochen und haben sehr positive Resonanz erhalten. Vor allem hat uns gefreut, dass wir auch direktes Feedback in Form von neuen Alpha-User-Anmeldungen erhalten haben.

Und wie sieht die nähere Zukunft von Kaspar& aus?

Wir werden noch diesen Frühling mit unserer ersten Testphase, bzw. dem «Family & Friends Launch» beginnen. Basierend auf diesen Erfahrungen möchten wir unterschiedliche Produkterweiterungen evaluieren und diese dann schnellstmöglich integrieren. Für alle, die bereits in der «Family & Friends»-Phase dabei sein möchten, besteht schon heute die Möglichkeit, sich auf unserer Homepage unverbindlich als Alpha-User anzumelden.

Interview: Patrick Stämpfli

Bild: Marlies Thurnheer/zVg

Über Kaspar&

Kaspar& bietet eine einfache, zugängliche und innovative All-in-one-Lösung für Bezahlen, Anlegen und Vorsorgen. Die Anmeldung erfolgt über die Kaspar&-App. Alles was man braucht, sind 5 Minuten, ein Smartphone und einen Startbetrag von lediglich 1 Franken.

Dafür erhält man ein vollwertiges Schweizer Bankkonto sowie eine individualisierte Kaspar&-Zahlungskarte. Der Clou dabei: Dank eines innovativen Mechanismus wird bei jeder Zahlung mit der Kaspar&-Karte auf den nächsten Franken aufgerundet, das resultierende Wechselgeld wird investiert. Natürlich können Kunden dabei jederzeit individuell über ihre Anlage mitbestimmen.

Damit wird Anlegen und Vorsorgen nicht nur direkt in den Alltag der Kunden integriert, es ermöglicht ihnen auch, ohne grosse Startsumme eine Investition zu tätigen. Ein monatlicher Sparplan und die Möglichkeit flexibler Einmalzahlungen hilft den Kunden zudem, ihre Anlage- und Vorsorgeziele zu erreichen.





Sportradar liebäugelt mit US-Börsengang

Die St.Galler Digitalfirma um CEO Carsten Koerl erwägt einen IPO über eine Blankoscheckfirma (SPAC). Laut gut informierten Quellen verhandelt Sportradar mit dem US-Unternehmer Todd Boehly. Boehly besitzt einer der neuartigen SPAC, die anderen Unternehmen auf einfache Weise einen Börsengang ermöglichen.

HSG bietet neuen IT-CAS an

Das Institut für Wirtschaftsinformatik der Universität St.Gallen bietet neu einen «CAS Innovation durch IT» an. Der berufsbegleitende sechsmonatige Lehrgang startet im Oktober mit maximal 15 Personen.

«Schmobi» baut Stahlhandel-Digitalisierung aus

Die Wiler Schmolz + Bickenbach Stahlcenter AG machte vor zwei Jahren mit der Lancierung des Stahlportals schmobi.ch einen grossen Schritt in der Digitalisierung des Schweizer Stahlhandels. Nun wurde das Portal erweitert. Neu stehen im Konfigurator Datenblätter zu den verschiedenen Werkstoffen zur Verfügung. Mehrwert bietet den Benutzern auch die neue Varianten-Kalkulation.

Prime stellt neues Resellerprogramm vor

Der St.Galler Hersteller von lüfterlosen Mini-PCs und Servern stellt sein komplett überarbeitetes Resellerprogramm vor. Es gliedert sich neu in drei Stufen – «Reseller», «Certified Reseller» und «Certified Platinum Reseller» – und soll neue Anreize für die Prime-Distributoren schaffen.

Keine Anmeldekosten für Start-ups

jobchannel.ch, führender Anbieter von Jobplattformen in der Schweiz, steigt als Sponsor beim LEADER Digital Award ein. Er übernimmt in dieser Funktion die Anmeldekosten für Jungunternehmen. Somit nehmen alle Start-ups am 17. Juni gratis teil.

Neue Partnerschaft zwischen «Ost-mobil» und «MOVE»

Die Mobilitätsplattform «Ost-mobil» erweitert durch die Zusammenarbeit mit der Move Mobility AG ihr Angebot im Bereich Elektromobilität. Für die Kunden von «Ost-mobil» äussert sich dies in einem Wechsel der Abrechnungs- und Bezahlplattform. Dafür erhalten sie Zugang zu einem noch dichteren Netz an Lademöglichkeiten in der Schweiz und in Europa.

Heute am Paradeplatz, morgen auf der Skipiste

Die St.Galler Deskbird AG will den globalen Wandel zu Remote Work beschleunigen: Menschen sollen an Orten arbeiten können, die sie lieben. Die Deskbird App ermöglicht das Buchen von Arbeitsplätzen in Coworking Spaces und anderen inspirierenden Arbeitsorten in drei Klicks. Seit Februar sind rund 100 Arbeitsorte in der Schweiz, Deutschland und Österreich verfügbar – ab vier Franken pro Stunde.

Smarter Thurgau und «Myni Gmeind» spannen zusammen

Der Verein Smarter Thurgau und der Verein Myni Gmeind haben sich entschlossen, zukünftig für die Digitalisierung der Gemeinden im Kanton Thurgau und die erfolgreiche Entwicklung des Vereins Myni Gmeind zusammenzuarbeiten. In Planung sind etwa ein Grundkurs Digitalisierung für Gemeinden, Erfahrungsgruppen und Auftritte von Smarter Thurgau in den Online-Webinaren von Myni Gmeind.

GuestReady und Airhosted schalten auf Wachstum

Das global tätige Trogener Start-up GuestReady und Airhosted aus Zug bieten Services für Vermieter rund um Kurzzeit-Vermietungen an. Nach dem Einbruch im vergangenen Jahr zieht die Nachfrage wieder an. Nun arbeiten die beiden PropTech-Unternehmen zusammen, um in der Schweiz gemeinsam stark zu wachsen. Die Zusammenarbeit mit GuestReady rüstet Airhosted mit der nötigen Technologie und Expertise aus, um künftig auch Objekte für Immobiliengesellschaften und weitere B2B-Kunden zu betreuen.



Tom Blaser
Absolvent MAS in Business
Information Management

Besuchen Sie
einen unserer
Online-Infoanlässe.

Jetzt weiterbilden.

Wirtschafts- informatik

Gestalter und Bindeglied
zwischen Business und IT.

ost.ch/wb-wirtschaftsinformatik