

DSIM FLAGSHIP EVENT 2015

# Zukunft der Arbeitswelt

» Mit dem Informations- und Diskussionsforum schafft der Dachverband Schweizer Interim Manager (DSIM) einen Ort, an dem aktuelle Themen der Unternehmensführung diskutiert werden. Arbeit heute und morgen: Wie muss die neue Generation mit den vielen und raschen Veränderungen umgehen? Wie wird das Erwerbsleben der nächsten Generation in der digitalen «on demand»-Gesellschaft aussehen? Der DSIM führte die Teilnehmer auf eine Reise in die Zukunft der Arbeitswelt, mit Referenten, die aus Sicht der Forschung und Praxis Antworten lieferten. So referierte Joël-Luc Cachelin von wissensfabrik.ch zu Führung im digitalen Zeitalter. Judith Baumberger von HR Services stellte Alternativen zur klassischen Festanstellung vor: Projektverträge, vom Angestellten zum Unternehmer, Dienstleistungen «on demand», rasches Einbringen von Management- und Umsetzungskompetenz. Markus Zoller, CEO Ruag Defence und Mitglied der Ruag-Konzernleitung, beleuchtete Flexibilisierung, Geschwindigkeit und Impact bei der Transformation zum internationalen Technologiekonzern – mit fest angestelltem Personal und mit Kompetenzen von Interim Managern von ausserhalb des Unternehmens. (ph)



« Von links nach rechts: Paul Hafner, phneutral gmbh, Joël Luc Cachelin, wissensfabrik.ch, Judith Baumberger, Human Resources Services & Solutions, Markus Zoller, Ruag Defence, Peter Janes, Abdagon.



^ Matthias Schmid, MPACTS.



^ Joachim Höhe, H.Int.



^ Martin Graf, graf mechatronics.



^ Roger Busch, busch-consulting.



^ David Zumsteg, Zumsteg & Partner.

SWISS E-COMMERCE AWARD 2015

## DeinDeal.ch hängt alle ab

» Vor wenigen Tagen wurde im Zürcher «Kaufleuten» der Schweizer E-Commerce-Award verliehen. Der grosse Gewinner des Abends war DeinDeal. Der Online-Shop wurde zum E-Commerce Champion 2015 gekürt. Daneben konnte der Shop für Bauernhof-Produkte Farmy.ch überzeugen. Er gewann in den Kategorien Newcomer, Startup und Body & Taste. Mehr als 160 Bewerbungen gingen für die 14 Kategorien ein. Initiiert wurden die Awards vom Beratungsunternehmen Carpathia, das zusammen mit einer unabhängigen Jury die Preise vergibt. Weitere Awards gingen an die Shops von Elektronikhändler Brack.ch, dem Modehaus Zalando, dem Migros-Möbelhändler Micasa und dem Baumarkt Coop Bau + Hobby. Vor der Preisverleihung fand zudem die Fachkonferenz E-Commerce Connect statt. (jb)



^ Markus Wenger, Hybris, Adrian Locher, DeinDeal.



^ Team von DayDeal, Brack.ch, Maria Geisser, Hostpoint (Mitte).



^ Matthias Bucheli, Micasa, Urs von Ins, Also, Philipp Grieder, Micasa.



^ Tobias Schubert, Roman Hartmann, Farmy, Matthias Malär, Aduno.



^ Dominik Rief, Zalando, Diana Versteeg, SHEcommerce.



^ Sabrina Ermanni, Coop Bau + Hobby.



^ Die Jury des Swiss E-Commerce Award.



^ Hans-Willy Brockes, ES Marketing Netzwerk, Stress, Sängler, Reto Lazzarotto, Gadget, Oliver Stegmann, AMAG.



^ Pierin Vincenz, Raiffeisen.



^ Carsten Maschmeyer, Investor.

SCHWEIZER MARKENKONGRESS 2015

## Chefs mit Show-Faktor

» Der traditionsreiche Schweizer Markenkongress am 18. Juni im Zürcher «The Dolder Grand» brachte über 400 Führungspersönlichkeiten und Markenentscheider zusammen. Im Ambiente des Nobelhotels wurden Best-Cases der Markenführung präsentiert und diskutiert. Zu reden gaben die Auftritte von Pierin Vincenz, Noch-CEO der Raiffeisen-Gruppe, Anton Affentranger, Chef des Baukonzerns Implenia, und Investor Carsten Maschmeyer, der seine AWD für viel Geld an die Swiss Life verkauft hat. Für diese drei sind die Rollen als Chef und Markenbotschafter identisch. Einhelliger Tenor: «Die Marke ist

der Spiegel der Unternehmung – und damit Chefsache». Authentizität und Leidenschaft seien Grundvoraussetzungen für starke Marken und weckten beim Publikum die notwendigen Emotionen. Offen, authentisch und mit Unterhaltungswert gab der Lausanner Rapper Stress – er stammt ursprünglich aus Estland – anschliessend Einblicke in sein Leben als Markenbotschafter. Aktuell ist er für die Nachhaltigkeits-Kampagne «Road to blue» von VW unterwegs. Die Marke Stress stehe für «Echtheit und Glaubwürdigkeit». Für seinen Manager Reto Lazzarotto ist klar: «Firmen, die auf Stress zugehen, wollen Profil.» (fw)