

Medienmitteilung. Smart Business Day 2019. Namics.

A Merkle Company

Medienmitteilung Namics – A Merkle Company

Smart Business Day 2019: Digital Business Innovation

Die Entwicklung innovativer und neuartiger Geschäftsmodelle

- Wie können sich etablierte Unternehmen gegen neue, digitale Player auf dem Markt behaupten?
- Google, Siemens, Tamedia und viele mehr berichteten über Transformation und digitale Innovationen
- Rund 160 Besucher beim Digital-Symposium von Namics

Zürich / Frankfurt, 29. Oktober 2019

[Namics](#), die führende Fullservice-Digitalagentur aus der Schweiz, veranstaltete gestern den zehnten Smart Business Day. Unter dem Motto “Digital Business Innovation“ sprachen Referent/innen internationaler Unternehmen über die Entwicklung innovativer und neuartiger Geschäftsmodelle. Der Fokus lag darauf, wie etablierte Unternehmen Business-Innovationen hervorbringen, um sich gegen neue Technologien, digitale Angebote und Start-ups auf dem Markt durchzusetzen. Vorträge hierzu kamen von Vertreter/innen aus Wirtschaft und Wissenschaft (Siemens, Scout24 Schweiz, V-Zug, Tamedia, Bossard sowie IMD Business School). Mit der Executive Tech Academy bot sich Führungskräften die Gelegenheit, sich bei einem kompakten Programmierkurs technisches Grundverständnis anzueignen – als Grundlage, die Herausforderungen der digitalen Transformation im eigenen Unternehmen besser erkennen und bewerten zu können.

Das [Symposium](#) versteht sich als Netzwerk-Anlass, der sich vor allem an hochrangige Führungskräfte in Schweizer und internationalen Unternehmen richtet. Es zählt zu den wichtigsten Informationsplattformen rund um den digitalen Wandel in der Schweiz.

Tim Dührkoop, Client Service Director, Namics

"Der Smart Business Day findet dieses Jahr bereits zum zehnten Mal statt. Ich bin mir sicher, dass wir auch in den kommenden Jahren vielen Herausforderungen begegnen werden, die die Digitalisierung mit sich bringt. Wir möchten unsere Kunden und Kundinnen bei diesen Herausforderungen begleiten und auch noch die nächsten zehn Jahre darüber berichten, wie es uns gelingt, Gewinner im digitalen Wandel zu schaffen."

Executive Tech Academy: Basis-Programmieren für Führungskräfte

Die exklusive, erste Hälfte des Tages stand unter dem Motto “Muss der Trainer seine Sportart selbst ausgeübt haben?“. Antworten auf diese Frage lieferte die [Executive Tech Academy](#) – ein kompakter Programmierkurs für Führungskräfte. Im Mittelpunkt stand die Auseinandersetzung mit Denkmustern, Konzepten und Technologien. Dadurch vermittelte die Veranstaltung Teilnehmenden wichtiges Grundwissen für Entscheidungen in digitalen Initiativen. Es gab Einblicke in Computational Thinking, Programmierung und Internet-Technologien, etwa Komponenten und Protokolle für Websites.

Smart Business Day 2019: Digital Business Innovation

Die eigentliche Veranstaltung mit Praxisvorträgen verschiedener Unternehmenssprecher eröffnete Stefan Michel, Professor für Marketing und Service Management und Dekan Executive MBA am IMD in Lausanne. [Was benötigen Unternehmen, um digital erfolgreich zu sein?](#) Die Antwort: keine Transformation, sondern eine wirkliche Strategie. Das zeigte der Referent am Beispiel des Handels- und Logistikunternehmens Bossard. "Wenn es nicht weh tut, ist es keine echte Entscheidung", schlussfolgerte Michel. "Alles andere ist keine Strategie, sondern bestenfalls noch Planung oder einfach nur vergeudete Zeit." Im Anschluss referierten Stephanie Chalmers, Head of Content & Newsroom, und Mark Seall, Global Head of Digital Communications von Siemens. [Sie führten an, wie Siemens transformative Fähigkeiten schafft](#), mit denen das Unternehmen seine Stakeholder abholt. Christoph Tonini, Vorsitzender der Unternehmensleitung bei Tamedia, [legte dar, wie sich die Zürcher Mediengruppe den Herausforderungen in einem disruptiven Markt stellt](#) – Voraussetzungen dafür

Medienmitteilung. Smart Business Day 2019. Namics.

A Merkle Company

sind neben Technologie und Investitionsbereitschaft vor allem Neugierde. Welche Rezeptur ist notwendig, um Talente, Technologie und Transformation in Übereinstimmung zu bringen? Diese und weitere Fragen beantwortete Gilles Depas, CEO von Scout24 Schweiz, [in einem Interview mit Tim Dührkoop](#), Client Service Director bei Namics. In seinen Ausführungen ging Depas vor allem auf das Potenzial von Daten ein und rief Unternehmen dazu auf, dieses endlich zu nutzen. Die Vortragsreihe rundete Sandra Emme ab, die [zur Rolle von Verwaltungsräten bei der Digital Business Innovation](#) sprach, aus ihrer Erfahrung als Industry Leader Cloud Enterprise bei Google Switzerland und Verwaltungsrätin mehrerer börsennotierter Schweizer Unternehmen. Emme konkludierte: "Innovation ist ein Wandel, der neuen Wert freisetzt."

Bildmaterial



BU: Programmieren für Führungskräfte: Am Vormittag fand die Executive Tech Academy unter Leitung von Jürg Stuker statt. (Quelle: Namics)



BU: Tim Dührkoop hielt die Eröffnungsrede zum Smart Business Day, der dieses Jahr zum 10. Mal stattfand. (Quelle: Namics)

Medienmitteilung. Smart Business Day 2019. Namics.

A Merkle Company



BU: Stefan Michel führte auf, wieso Unternehmen keine Transformation, sondern eine wirkliche Strategie benötigen. (Quelle: Namics)



BU: "The darker side of digital transformation" – Stephanie Chalmers und Mark Seall gaben den Zuhörern Einblicke in die digitale Transformation bei Siemens. (Quelle: Namics)

Medienmitteilung. Smart Business Day 2019. Namics.

A Merkle Company



BU: Wie bringt Neugierde Unternehmen im disruptiven Markt voran? Dazu sprach Christoph Tonini, am Beispiel von Tamedia. (Quelle: Namics)



BU: Gilles Depas und Tim Dührkoop diskutierten über das – oft noch ungenutzte – Potenzial von Daten. (Quelle: Namics)

Medienmitteilung. Smart Business Day 2019. Namics.

A Merkle Company



BU: Sandra Emme sprach über organisatorische sowie kulturelle Herausforderungen in der digitalen Transformation von Organisationen. (Quelle: Namics)

Über Namics

Namics schafft Gewinner im digitalen Wandel. Als mehrfach ausgezeichnete Digitalspezialist verfolgt Namics die Mission, Kunden ganzheitlich in ihrer digitalen Transformation zu begleiten: Von der Vision zur Realität – dank langjähriger Expertise in strategischer Beratung, innovativen Konzepten, kreativer Arbeit und technologischer Umsetzung aus einer Hand. Das Unternehmen wurde 1995 in St.Gallen gegründet und ist seit 2018 Teil von Merkle und damit des Dentsu Aegis Network.

An den Standorten in St.Gallen, Zürich, Frankfurt, München, Hamburg und Belgrad betreuen rund 550 Mitarbeitende u.a. folgende Kunden aus den unterschiedlichsten Branchen: ADAC, Boehringer Ingelheim, Bucherer, Daimler AG, DriveNow, Hansgrohe, Hoval, Jelmoli, Kaufland, KUKA, Medela, Migros, Siemens, Swiss Life, UBS und Victorinox.

About Merkle

Merkle is a leading data-driven, technology-enabled, global performance marketing agency that specializes in the delivery of unique, personalized customer experiences across platforms and devices. For more than 30 years, Fortune 1000 companies and leading nonprofit organizations have partnered with Merkle to maximize the value of their customer portfolios. The agency's heritage in data, technology, and analytics forms the foundation for its unmatched skills in understanding consumer insights that drive people-based marketing strategies. Its combined strengths in performance media, customer experience, customer relationship management, loyalty, and enterprise marketing technology drive improved marketing results and competitive advantage. With 6,800 employees, Merkle is headquartered in Columbia, Maryland, with 19 additional offices in the US and 33 offices in Europe and APAC. In 2016, the agency joined the Dentsu Aegis Network. For more information, contact Merkle at 1-877-9-Merkle or visit www.merkleinc.com.

Medienkontakt

Isabell Wagner
Senior Digital Marketing Manager
Tel. +49 151 527 028 17
E-Mail: medien@namics.com