

COMMUNITY-PARTNER



ipt ist eine Schweizer IT-Consulting-Firma mit über 100 Beratern. Wir liefern innovative Integrationslösungen für komplexe geschäftliche Herausforderungen. Jedes Projekt ist ein Einzelstück, entwickelt auf Basis unserer konzeptionellen Beratungs-Assets und Bausteinen der Produktpartner. Unser Ziel: mit IT geschäftlichen Nutzen für unsere Kunden generieren!



EMC unterstützt mit seinen Technologien und Lösungen Firmen dabei, den maximalen Nutzen aus ihrem Informationsbestand zu ziehen.



Mit mehr als 700 Mitarbeitenden ist ELCA einer der grössten unabhängigen Schweizer IT-Lösungsanbieter, führend in den Bereichen IT Business Consulting, Softwareentwicklung und -wartung sowie IT-Systemintegrationen. ELCA hat Niederlassungen in Lausanne, Genf, Bern, Zürich, Paris, Madrid und Ho-Chi-Minh-Stadt und befindet sich in Privatbesitz.



Detecon combines classic management consulting with outstanding technological expertise. This approach of thinking in terms of these two areas simultaneously will determine the future performance of every company. Detecon builds the bridge between the business and the ICT perspectives.



T-Systems gestaltet die vernetzte Zukunft von Wirtschaft und Gesellschaft und schafft Mehrwert für Kunden, Mitarbeiter und Investoren durch innovative ICT-Lösungen.



TATA CONSULTANCY SERVICES ist mit dem einzigartigen Global Network Delivery Model führender Partner für IT Services, Business Solutions und Consulting.

PREMIUM-PARTNER



Radical Complexity Reduction.



Digital Incubation & Disruptive Business Building.



TATA CONSULTANCY SERVICES ist mit dem einzigartigen Global Network Delivery Model führender Partner für IT Services, Business Solutions und Consulting.

HEALTH 4.0: VOLLER FOKUS AUF DEN HEALTH USER

Das Gesundheitswesen ist im Umbruch. Kundenverhalten und -erwartungen verändern sich, und die Bedürfnisse der Kunden, der Health User, sind vielschichtig. Etablierte Unternehmen müssen diese Bedürfnisse verstehen, wollen sie langfristig im Markt erfolgreich sein.

Die neue digitale Realität im Gesundheitswesen erhebt Health User immer mehr in den Stand von Experten, und sie erwarten, von den eigentlichen Experten (Ärzten, Therapeuten, Krankenkassenversicherungen oder Apothekern) ernst genommen zu werden. So können Health User etwa mit mobilen Geräten selber ihre Gesundheit monitoren und an Vorsorge und Therapie aktiv teilnehmen. Das ist Health 4.0. Die Digitalisierung ist massgeblicher Treiber hinter diesem Empowerment des Health Users. Etablierte Unternehmen müssen dieses Empowerment und die sich daraus eröffnenden Chancen aber auch Risiken verstehen. Entscheidend dabei ist, dass der Health User, seine Lebenssituation, sein soziales Umfeld und die daraus entstehenden Bedürfnisse ganzheitlich betrachtet werden. Ein isolierter Blick auf medizinische oder administrative Themen greift zu kurz. Der Health User muss im Mittelpunkt stehen. Das ist eine neue Denkweise im Gesundheitswesen. Health User übertragen ihre Kundenerlebnisse, Erfahrungen und Erwartungen aus Interaktionen und Dienstleistungen in anderen Industrien auch auf das Gesundheitswesen. Hat man etwa gelernt, wie einfach es ist, via Apple Watch in einem Hotelzimmer einzuchecken, erwartet man dies auch beim Besuch des Hausarztes. Das Prinzip der „liquiden Erwartungen“, also der Übertragung von Erwartungen aus einer in die andere Branche, macht



Vanessa Reiser, Matthias Mettler
Boydak Digital Lab

auch vor dem Gesundheitswesen nicht Halt. Diese Kundenerwartung wird durch den Trend einer vernetzten digitalen Gesundheit zunehmend abgebildet: Health Apps, Wearables und innovative Gesundheitsservices ermöglichen bereits heute die Überprüfung von Vitalfunktionen, ein Tracking

von Gesundheitsdaten oder eine Kommunikation mit Ärzten, Apothekern und Pflegern aus der Ferne. Start-ups sowie branchenfremde Anbieter greifen diese Forderung auf und setzen neue Massstäbe. Google forscht z.B. im Bereich Diabetes und Apple geht mit seinem „Health ResearchKit“ neue Wege in der patientenzentrierten Forschung. Auch können mit Chatbots 24/7 relevante Gesundheitsinformationen zur Verfügung gestellt werden, und zwar kosteneffizient wie noch nie. Die neue Konkurrenz versteht vor allem, Kundenschnittstellen zu besetzen und dem Health User mehr Entscheidungsspielraum einzuräumen. Etablierte Unternehmen können diese Herausforderung angehen, indem sie einerseits gezielt auf den Kunden ausgerichtete Innovationsinitiativen vorwärtstreiben und damit versuchen, die veränderten Kundenbedürfnisse zu befriedigen („Invent“). Andererseits müssen sie ihr bestehendes Geschäft radikal vereinfachen und digital „fit“ trimmen, damit sie dem intensiven zukünftigen Marktwettbewerb standhalten können („Reshape“). VANESSA REISER/MATTHIAS METTLER ■■